

Doanh nghiệp cần quyết tâm hơn trong việc chống hàng giả và xây dựng thương hiệu

08:25 20/04/2024

Đó là đánh giá của Phó Chánh Văn phòng Thường trực Ban Chỉ đạo 389 quốc gia, Đỗ Hồng Trung tại Lễ kỷ niệm Ngày Thương hiệu Việt Nam (20/4). Sự kiện do Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP) vừa tổ chức.



Phó Chánh Văn phòng Thường trực Ban Chỉ đạo 389 quốc gia, Đỗ Hồng Trung

Phát biểu tại lễ kỷ niệm, Phó Chánh Văn phòng Thường trực Ban Chỉ đạo 389 quốc gia, Đỗ Hồng Trung đánh giá cao vai trò, nhiệm vụ hoạt động của Hiệp hội VATAP thời gian qua. Hiệp hội thường xuyên quan tâm, định kỳ tổ chức lễ kỷ niệm Ngày Thương hiệu Việt Nam (20/4) và tổ chức nhiều hoạt động hưởng ứng ngày này. Hiệp hội VATAP là cánh tay nối dài của các lực lượng thực thi trong hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp chống hàng giả, hàng nhái, xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Tuy nhiên, nhìn nhận một cách khách quan thì những kết quả đạt

được vẫn chưa thực sự đáp ứng được mong muốn của Chính phủ và kỳ vọng của người dân. Do đó, các lực lượng chức năng, Hiệp hội VATAP và các doanh nghiệp cần có nhiều nỗ lực hơn nữa để tiếp tục đẩy mạnh công tác này.

Ông Đỗ Hồng Trung nhấn mạnh: Ngày 11/4/2008, sau khi xét đề nghị của Bộ Công Thương tại Văn bản số 2522/BCT-XTTM ngày 31/3/2008, Thủ tướng Chính phủ đã đồng ý tại Thông báo số 2343/VPCP-KTTH về việc lấy ngày 20/4 hàng năm là Ngày Thương hiệu Việt Nam.

Với sự quan tâm của Đảng, Nhà nước, sự nỗ lực không ngừng nghỉ của các cơ quan chức năng, hiệp hội, ngành hàng, sau 16 năm, cộng đồng doanh nghiệp ngày càng có nhiều sản phẩm, hàng hóa gắn với thương hiệu Việt - khẳng định vị thế trên thị trường trong nước và quốc tế.

Hàng năm, Ngày Thương hiệu Việt Nam (20/4) là dịp để vinh danh các thương hiệu Việt; tuyên truyền, nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp, cộng đồng xã hội về vai trò, tầm quan trọng của thương hiệu; đồng thời khơi dậy nỗ lực của các ngành, các cấp trong việc xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu, góp phần tích cực vào việc nâng cao giá trị thương hiệu quốc gia trên trường quốc tế.

Xây dựng và bảo vệ thương hiệu là nhiệm vụ quan trọng của doanh nghiệp. Câu chuyện xây dựng, phát triển thương hiệu, nhãn hiệu hiện vẫn đang là bài toán mà các ban, ngành liên quan cũng như doanh nghiệp phải chung tay để đi đến thành công.

Ngày Thương hiệu Việt Nam ra đời chính là thể hiện sự quan tâm đặc biệt của Chính phủ đối với vấn đề xây dựng thương hiệu của các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam; là cơ hội để tôn vinh, quảng bá thương hiệu và hình ảnh Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế.

Việt Nam đã có những biện pháp cụ thể hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác xây dựng, phát triển, quảng bá thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp trong và ngoài nước bằng nhiều cách thức khác nhau và đã đạt những kết quả đáng khích lệ. Mặc dù thời gian qua, có nhiều khó khăn, thách thức. Tuy nhiên trong gian khó, thách thức đó, doanh nghiệp Việt Nam đã luôn khẳng định tính tiên phong, chung tay với cộng đồng.

Phó Chánh Văn phòng Thường trực Ban Chỉ đạo 389 quốc gia, Đỗ Hồng Trung biểu dương những thành tích của các đơn vị, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, kinh doanh thời gian qua đã có nhiều cố gắng trong việc xây dựng và bảo vệ thương hiệu của mình; góp phần tích cực cùng các cơ quan chức năng trong công tác

phòng ngừa, ngăn chặn việc buôn bán, sản xuất hàng giả, hàng kém chất lượng, bảo vệ quyền và lợi ích của người tiêu dùng.

“Các doanh nghiệp cần nhận thức rõ vai trò và trách nhiệm của mình trong công tác xây dựng và bảo vệ thương hiệu, bảo vệ quyền lợi của khách hàng; doanh nghiệp cần quyết liệt và quyết tâm hơn nữa trong thực hiện công tác chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu; bởi đây là giá trị, uy tín, quyền lợi sát sườn của doanh nghiệp trong việc khẳng định vị trí của thương hiệu mình trên thị trường trong nước cũng như quốc tế; đặc biệt trong sự tin cậy của người tiêu dùng đối với những sản phẩm hàng góa, dịch vụ của mình”.



Lãnh đạo Hiệp hội VATAP biểu dương các doanh nghiệp tiêu biểu

Ông Đỗ Hồng Trung tin tưởng rằng, với sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, Ban Chỉ đạo 389 quốc gia, sự nỗ lực của các ngành, các cấp, của hiệp hội, doanh nghiệp, công tác xây dựng và bảo vệ thương hiệu cho doanh nghiệp sẽ đạt được kết quả thiết thực, góp phần tạo lập môi trường kinh doanh lành mạnh, bình đẳng cho các doanh nghiệp phát triển. Phó Chánh Văn phòng Thường trực Ban Chỉ đạo 389 quốc gia đề nghị các doanh nghiệp cần chủ động, tích cực phối hợp với các cơ quan thực thi, nhất là trong công tác giám sát thị trường, quản lý tốt hệ thống phân phối, thu thập, cung cấp thông tin và hỗ trợ các cơ quan thực thi trong công tác phát hiện và xử lý vi phạm.

Bên cạnh đó, để bảo vệ và phát triển thương hiệu của đơn vị mình, doanh nghiệp cũng cần tích cực phối hợp với các cơ quan báo chí truyền thông đẩy mạnh tuyên truyền phổ biến pháp luật, xây dựng, quảng bá hình ảnh, thương hiệu của doanh nghiệp mình; tích cực thực hiện tốt các quy định của pháp luật, đăng ký sở hữu trí tuệ, bảo vệ tài sản của doanh nghiệp mình. Không sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; đẩy mạnh công tác

tuyên truyền, nâng cao nhận thức cho các doanh nghiệp và toàn xã hội về công tác chống hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; gương mẫu chấp hành tốt quy định của pháp luật. Không ngừng nâng cao hiệu quả công tác phối hợp giữa các cơ quan thực thi và các cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành (đối với từng nhóm hàng) trong việc kiểm soát hàng giả, hàng nhái ngay tại các cơ sở sản xuất trong nước và tại các cửa khẩu.

Đồng thời, ông Trung cho rằng, doanh nghiệp cần tăng cường hiệu quả phối hợp giữa các chủ thể quyền với các cơ quan thực thi, chủ sàn thương mại điện tử trong việc cung cấp hàng thật, kỹ năng nhận biết hàng hóa giả mạo, hàng xâm phạm sở hữu trí tuệ; tăng cường công tác bảo hộ nhãn hiệu; xây dựng thương hiệu đi đôi với bảo vệ thương hiệu bằng việc bảo vệ sở hữu trí tuệ cho doanh nghiệp; các doanh nghiệp tăng cường phối hợp với cơ quan chức năng thực thi để cung cấp thông tin nếu nhãn hàng, thương hiệu của doanh nghiệp bị xâm phạm; đẩy mạnh các hoạt động tuyên truyền, giáo dục, đào tạo, nâng cao năng lực, hướng tới việc xây dựng văn hóa tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ trong toàn xã hội, hướng tới việc xây dựng cộng đồng doanh nghiệp ý thức được đầy đủ các lợi ích của việc xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu đối với sự phát triển của doanh nghiệp.

Nguyễn Kiên