TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Nâng chất lượng, mở rộng thị trường xuất khẩu hàng Việt

13:46 27/09/2020

Vấn đề chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm, giá thành là tiêu chí quan trọng trong việc đưa hàng Việt Nam ra nước ngoài, nhất là trong thời điểm dịch Covid-19. Vì vậy, các doanh nghiệp Việt Nam nên chú trọng để sản phẩm vừa bảo đảm chất lượng, vừa có giá thành cạnh tranh.

Thời gian qua, nhiều loại nông sản, hàng hóa Việt Nam xuất ngoại nhờ hệ thống phân phối nước ngoài, mở ra kênh xuất khẩu hàng Việt Nam hiệu quả. Song song với việc phát triển hiệu quả hệ thống phân phối hiện đại tại Việt Nam, các tập đoàn bán lẻ nước ngoài như Wall Mart, Aeon, Central Retail, Lotte và MM Mega Market... là kênh xuất khẩu trực tiếp hữu hiệu, bền vững, đưa các sản phẩm chất lượng cao của Việt Nam, từ nông sản, thực phẩm tới đồ gia dụng, nội thất, dệt may... đến tay hàng triệu người tiêu dùng trên thế giới thông qua các hệ thống phân phối ở nước ngoài.

Bên cạnh yêu cầu ngày càng cao về chất lượng hàng hóa, các vấn đề về nông sản sạch, nông nghiệp hữu cơ, truy xuất nguồn gốc được các quốc gia trên thế giới trong thời gian gần đây đặc biệt quan tâm, trong đó có Việt Nam. Do đó, để vững tin bước vào một kỷ nguyên mới, doanh nghiệp, nông dân cần nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh để tiếp cận với các yêu cầu sản xuất, quản lý mới phù hợp với các tiêu chuẩn, số hóa theo quy chuẩn trong nước và quốc tế.

Để đưa hàng Việt Nam tới các siêu thị quốc tế, doanh nghiệp phải thực hiện đồng bộ các giải pháp từ sản xuất đến phân phối, tiêu thụ và trọng tâm là đáp ứng các quy định khắt khe về kiểm tra chất lượng, xác định nguyên liệu đầu vào, quy trình sản xuất...

*Ảnh minh hoạ*

(Ảnh: internet)

Đồng hành cùng doanh nghiệp, các ngành chức năng đã hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh đồng thời kết nối doanh nghiệp với hệ thống phân phối ngoại. Theo Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch Hà Nội Nguyễn Thị Mai Anh, Hà Nội đã tổ chức nhiều cuộc tập huấn về phương pháp quản trị hiện đại, đào tạo thiết kế, quảng bá thương hiệu, truy xuất nguồn gốc... qua đó giúp doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu của các nhà nhập khẩu.

Đối với Bộ Công Thương, các đơn vị chức năng đã làm việc với nhiều tập đoàn phân phối nước ngoài để đưa hàng Việt Nam vào hệ thống bán lẻ toàn cầu. Dưới sự bảo trợ của Bộ Công Thương, tuần hàng Việt Nam tại các nước được nhân rộng nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận thị trường. Bộ cũng tổ chức các hội nghị, tập huấn giúp doanh nghiệp nắm bắt tiêu chí mua hàng, cách cung cấp hàng hóa ra nước ngoài thông qua các hệ thống phân phối.

Hà Trần