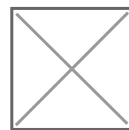


“Ngày Thương hiệu Việt Nam - 20/4”: Tôn vinh và khẳng định giá trị thương hiệu Việt

00:20 19/04/2015

THCL- Nhằm tôn vinh, quảng bá thương hiệu và hình ảnh Việt

THCL Nhằm tôn vinh, quảng bá thương hiệu và hình ảnh Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, ngày 20/4 hàng năm chính thức được chọn là “Ngày Thương hiệu Việt Nam”. Với sự quan tâm của Chính phủ, đặc biệt sự nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp, ngày càng có nhiều sản phẩm, hàng hóa gắn với thương hiệu Việt khẳng định vị thế trên thị trường.



Có thể khẳng định, việc xây dựng và phát huy giá trị “Thương hiệu Việt Nam” nhận được sự quan tâm lớn từ Chính phủ, các địa phương, từng doanh nghiệp và mỗi cá nhân... Để tiến tới xây dựng một quốc gia có uy tín về hàng hóa, dịch vụ đa dạng và phong phú với chất lượng cao, việc xây dựng thương hiệu vừa là điều kiện cần, vừa là điều kiện đủ. Khi các doanh nghiệp sản xuất, phân phối xây dựng được thương hiệu đạt chuẩn sẽ dần nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế trong quá trình hội nhập... Chương trình Thương hiệu quốc gia (THQG) Việt Nam với biểu trưng Vietnam Value (giá trị Việt Nam) được thực hiện nhằm xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ chất lượng và khả năng cạnh tranh cao, tạo uy tín vững chắc trên thị trường trong nước và quốc tế. Với ý nghĩa đó, Thủ tướng Chính phủ đã quyết định lấy ngày 20/4 hàng năm là “Ngày Thương hiệu Việt Nam”.

Hiện nay, Chương trình THQG Việt Nam đã thu hút được sự tham gia rộng rãi và thiết thực của cộng đồng doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp có những kiến thức cần thiết trong quá trình xây dựng, tạo lập thương hiệu, hỗ trợ cho các doanh nhân điều kiện pháp lý để đăng ký và bảo vệ thương hiệu của mình. Nhờ đó, bước đầu một số hàng hóa, sản phẩm dịch vụ của Việt Nam đã tạo được vị thế trên thị trường trong nước và quốc tế, được người tiêu dùng ưa chuộng.

Thông qua các hoạt động tư vấn và đào tạo, Chương trình THQG đã hỗ trợ năng lực xây dựng và phát triển thương hiệu cho các ngành hàng, lĩnh vực và doanh nghiệp theo định hướng xuất khẩu và 3 giá trị của chương trình là “Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong”. Các doanh nghiệp tham gia chương trình phát huy kết quả đã đạt được để tiếp tục theo đuổi các giá trị của chương trình, không ngừng đổi mới, sáng tạo, nâng cao chất lượng và tích cực chiếm lĩnh vị thế tiên phong trên thị trường.

Theo ông Vũ Văn Thanh - Phó Tổng giám đốc Tập đoàn Hoa Sen (doanh nghiệp đạt THQG năm 2012 và 2014): Những giá trị cốt lõi của Chương trình THQG là điều các doanh nghiệp luôn hướng đến. Với Tập đoàn Hoa Sen, chất lượng sản phẩm là tiêu chí hàng đầu và luôn được quan tâm hướng đến. Tập đoàn đầu tư hệ thống dây chuyền hiện đại, khép kín và kiểm soát nghiêm ngặt về chất lượng. Về đổi mới, sáng tạo, tập đoàn luôn có chính sách khuyến khích CBCNV, người lao động thi đua lập sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, nâng cao chất lượng sản phẩm, có chính sách khen thưởng hợp lý để phát huy sức sáng tạo.

Ông Nguyễn Duy Chính - Tổng giám đốc Tập đoàn Tân Á Đại Thành (đơn vị lần đầu đạt THQG năm 2014) - phấn khởi cho biết: Danh hiệu THQG là sự công nhận, vinh danh cho những nỗ lực vượt bậc, mở rộng thị trường, mang những sản phẩm có chất lượng nhất của Tân Á Đại Thành đến tay người tiêu dùng và những đóng góp tích cực cho xã hội, cộng đồng trong thời gian qua. Việc xây dựng hình ảnh, thương hiệu luôn là chiến lược phát triển lâu dài. Tập đoàn phấn đấu phát triển thương hiệu Tân Á Đại Thành vươn mạnh ra thế giới, xứng đáng với vai trò tiên phong THQG Việt Nam.

Theo ông Nguyễn Hoàng Ngân - Tổng giám đốc Công ty CP nhựa Bình Minh, một trong những doanh nghiệp nhựa hàng đầu và có uy tín lớn trong ngành công nghiệp nhựa vật liệu xây dựng Việt Nam, từ khi thành lập, Nhựa Bình Minh đã không ngừng tìm tòi, áp dụng các yếu tố đổi mới mang tính tiến bộ vào trong các hoạt động. Đây chính là cơ sở bảo đảm sự phát triển bền vững của công ty trong quá khứ, hiện tại và tương lai. Tự hào là THQG, Nhựa Bình Minh đề cao

xây dựng văn hóa doanh nghiệp, tạo môi trường ổn định, thuận lợi để thực thi các chiến lược, xây dựng đội ngũ người lao động gắn bó, toàn tâm toàn ý vì sự phát triển của công ty.

Ông Dương Hùng - Tổng giám đốc Công ty TNHH sản xuất hàng tiêu dùng Bình Tiên - cho hay, Biti's là 1 trong 23 doanh nghiệp vinh dự 4 lần liên tiếp đạt THQG. Đạt THQG đã giúp công ty đẩy mạnh uy tín, thương hiệu doanh nghiệp trên thị trường nội địa và quốc tế. Với biểu trưng thương hiệu quốc gia Vietnam Value, người tiêu dùng sẽ dễ dàng nhận diện thương hiệu công ty, góp phần xây dựng và củng cố lòng tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm Biti's.

Đại diện lãnh đạo Tổng công ty Thương mại Hà Nội (Hapro) - cho rằng, 3 lần liên tiếp đạt THQG cho hoạt động kinh doanh thương mại và dịch vụ, chứng tỏ Hapro đã thực sự đáp ứng được 3 tiêu chí chương trình đưa ra: Chất lượng - Đổi mới, Sáng tạo - Năng lực tiên phong. Đây là thành quả và cũng là động lực mà tập thể lãnh đạo và CBCNV tổng công ty đã nỗ lực cống hiến, phục vụ người tiêu dùng trong suốt thời gian qua. Mang trên mình hình ảnh THQG, Hapro thấy mình cần phải cố gắng nhiều hơn nữa để tiếp tục cung cấp hàng hóa, dịch vụ có chất lượng tốt hơn cho người tiêu dùng.

Ông Nguyễn Minh Tuấn - Phó Tổng giám đốc Tổng công ty Viglacera - chia sẻ: Đạt THQG là niềm tự hào, Viglacera sẽ đẩy mạnh hơn nữa phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm. Đầu tư nghiên cứu và phát triển sản phẩm theo hướng cao cấp, hiện đại, đa dạng mẫu mã nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm Viglacera trên thị trường trong và ngoài nước. Cùng với đó, tăng cường truyền thông, quảng bá xây dựng hình ảnh thương hiệu Viglacera theo định hướng cao cấp - hiện đại - thân thiện môi trường, là lựa chọn hàng đầu của khách hàng, cạnh tranh và thay thế các thương hiệu ngoại nhập.

Đại diện Công ty TNHH may thêu giấy An Phước bày tỏ, vinh dự đạt danh hiệu THQG trong 4 kỳ liên tiếp, công ty rất tự hào và hiểu rõ trách nhiệm của mình phải luôn cải tiến chất lượng sản phẩm, phong cách phục vụ để thương hiệu An Phước luôn là sự lựa chọn của khách hàng, là hình ảnh đại diện tiêu biểu cho ngành dệt may. Tiếp tục gắn liền thương hiệu An Phước với biểu trưng THQG trên các ấn phẩm, catalogue, bao bì sản phẩm tiêu thụ tại thị trường trong và ngoài nước.

Cùng với những sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của những tập đoàn, doanh nghiệp Việt Nam, “Thương hiệu Việt” còn gắn với nhiều giá trị văn hóa, sản vật của các địa phương hết sức nổi tiếng và đáng tự hào. Ngày “Thương hiệu Việt Nam” tôn vinh “Thương hiệu Việt”, “Giá trị Việt”, nhắc nhở từng doanh nghiệp, người tiêu dùng và mỗi chúng ta trong việc xây dựng và bảo vệ thương hiệu, đóng góp tích cực xây dựng và quảng bá hình ảnh quốc gia trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển đất nước.

Theo Báo Công Thương