

## Những khó khăn trong xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam

06:42 26/04/2022

Trong xu thế hội nhập toàn cầu, đứng trước nhiều cơ hội cũng như thách thức, xây dựng thương hiệu là điều kiện cần thiết nhằm nâng cao vị thế và mang lại nhiều giá trị cạnh tranh thiết thực. Tuy nhiên, vẫn còn không ít khó khăn trong công tác này đòi hỏi sự nỗ lực từ chính doanh nghiệp cũng như sự hỗ trợ nhiều hơn từ các cơ quan hữu quan.

### **Công tác bảo vệ thương hiệu, bảo vệ hàng chính hãng rất gian nan và vất vả**

Ông Nguyễn Hùng Sơn, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu da giày, Bộ Công Thương chia sẻ: Khó khăn trước hết là về kiến thức, kinh nghiệm trong lĩnh vực xây dựng thương hiệu. Chúng tôi tự nhận thấy đây là vấn đề còn yếu của đơn vị, nhất là trong hoàn cảnh đơn vị chưa có nguồn kinh phí nhất định dành cho hoạt động này. Thứ hai, sự cạnh tranh không lành mạnh của những đơn vị làm hàng giả, hàng nhái cũng là một bất lợi không nhỏ cho các đơn vị sản xuất kinh doanh chân chính. Ví dụ cụ thể trong lĩnh vực da giày, trên thị trường có nhiều các sản phẩm giày dép, túi xách là hàng giả, hàng nhái các thương hiệu nổi tiếng được nhập vào Việt Nam bán với giá rất rẻ, gây thiệt hại cho chủ thương hiệu quốc tế và cạnh tranh trực tiếp với các thương hiệu giày dép, đồ da Việt Nam chúng ta.

Bên cạnh đó, một số nhà sản xuất trong nước còn cố tình làm hàng giả, đặt nhãn hàng hóa có tên gọi gần giống với nhãn hàng của những thương hiệu uy tín để gây sự nhầm lẫn với người tiêu dùng. Cùng với đó, sự phát triển của thương mại điện tử, hàng giả, hàng nhái thương hiệu giày dép, túi xách của Việt Nam và của nước ngoài được tiêu thụ ngày càng nhiều qua các shop online, rất khó có thể ngăn chặn hết được cũng gây bất lợi cho các doanh nghiệp Việt.



Sản xuất giày da.

Còn ông Hoàng Song Hà, Giám đốc Công ty CP chiếu sáng đô thị Hoàng Gia cho hay: Công tác bảo vệ thương hiệu, bảo vệ hàng chính hãng rất gian nan và vất vả, chúng tôi gặp nhiều khó khăn trong công tác triển khai công việc. Hơn 10 năm kinh doanh và phát triển trong ngành chiếu sáng đô thị, chúng tôi đã gặp rất nhiều bài học và phải trả giá rất đắt cho công tác bảo vệ hàng chính hãng. Một số mẫu đèn đường đô thị chúng tôi vừa ra mắt mới đã bị sao chép và bán với giá rẻ hơn rất nhiều làm cho chúng tôi lao đao vì đầu tư rất lớn cho công tác nghiên cứu, đánh giá thị trường và chất lượng cho sản phẩm nhưng sản phẩm sao chép thì chất lượng kém và bán với giá rẻ hơn làm chúng tôi không thể cạnh tranh nổi.

“Qua rất nhiều lần bị các công ty thương mại sao chép sản phẩm của thì một giải pháp mà chúng tôi đưa ra đó là mỗi khi nghiên cứu một sản phẩm mới thì phải đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp tại Cục sở hữu trí tuệ. Việc để được đăng ký thành công cũng không hề dễ dàng, với các sản phẩm được cấp bằng độc quyền sở hữu kiểu dáng công nghiệp thì sản phẩm phải có tính mới, chưa được đăng ký bảo hộ hoặc chưa xuất hiện trên thị trường thế nên các sản phẩm mới chúng tôi nghiên cứu và cho ra thị trường phải đáp ứng các tiêu chí trên để được cấp bằng bảo hộ kiểu dáng công nghiệp thì mới tung sản phẩm ra thị trường. Mỗi khi tung ra thị trường sản phẩm mới và đã được cấp bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp nhưng chỉ một thời gian ngắn lại bị sao chép và xuất hiện hàng nhái, hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp làm chúng tôi rất đau đầu và vất vả trong công

tác chống hàng giả, hàng sao chép”, ông Hoàng Song Hà thông tin.

### **Những giải pháp tháo gỡ khó khăn**

Để đẩy lùi thực trạng nói trên, ông Hoàng Song Hà nhận định: Thời gian gần đây, công ty đã kết hợp với các cơ quan công an địa phương nơi các công trình đô thị lắp đặt hàng nhái hàng giả thì đã được các công quan công an phối hợp triển khai nhiệt tình và rất hiệu quả. Hầu như những công trình mà chúng tôi có đơn tố giác tới các cơ quan công an thì đều đã và đang triển khai rất tốt, mỗi địa phương có mỗi cách xử lý khác nhau nhưng chúng tôi đều thấy rằng cách thức này là rất tốt, đáp ứng được sự mong mỏi của chúng tôi với công tác bảo vệ hàng chính hãng và xử lý hàng nhái hàng giả tại nơi công trình lắp đặt.

Là thành viên của Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam, chúng tôi rất mong muốn được hiệp hội hỗ trợ về pháp lý, hỗ trợ về truyền thông, hỗ trợ về hướng đi và cách thức xử lý vụ việc để công tác bảo vệ hàng chính hãng, bảo vệ thương hiệu được hiệu quả nhất.

Từ những khó khăn thực tế, ông Nguyễn Hùng Sơn đại diện cho Viện Nghiên cứu da giấy đã đưa ra một số đề xuất đối với các cơ quan, ban ngành liên quan để gỡ khó cho doanh nghiệp, hỗ trợ thiết thực cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Cụ thể là: Mong các cơ quan, ban ngành thường xuyên tổ chức các hội thảo, hội nghị, nhất là các lớp tập huấn về lĩnh vực xây dựng và bảo vệ thương hiệu để giúp các doanh nghiệp có cơ hội được cập nhật các kiến thức mới, cần thiết trong lĩnh vực này. Đồng thời, rất mong các cơ quan chức năng sẽ có những giải pháp mạnh tay hơn nữa với những đối tượng sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái để đẩy lùi vấn nạn hàng giả, hàng nhái; và đó cũng là sự hỗ trợ thiết thực giúp bảo vệ thương hiệu cho các doanh nghiệp chân chính.

Ông Nguyễn Quốc Thịnh - Chuyên gia Thương hiệu, Thành viên Ban chuyên gia Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam nêu ý kiến: Các doanh nghiệp cần phải có sự quan tâm và đầu tư nhất định cho vấn đề xây dựng, phát triển thương hiệu của mình.

Xây dựng thương hiệu thực chất là tạo một hình ảnh, tạo dựng danh tiếng cho chính sản phẩm, doanh nghiệp của mình, làm thế nào để

sản phẩm của mình có uy tín trên thị trường, làm thế nào để sản phẩm của mình có được lòng tin từ người tiêu dùng. Để làm được điều đó, doanh nghiệp phải nỗ lực từng ngày, từng giờ. Nhà nước nên có sự quan tâm, đầu tư nhiều hơn nữa cho các hoạt động đào tạo, tư vấn, cung cấp thông tin giúp doanh nghiệp nâng cao hơn năng lực xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu của mình.

**Minh Anh**