

Thương hiệu - nâng cao sức cạnh tranh

06:48 21/04/2022

Tại Lễ Kỷ niệm Ngày thương hiệu Việt Nam, do Hiệp hội chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu Việt Nam - VATAP tổ chức sáng 20/04, các đại biểu tham dự cho rằng: “Các doanh nghiệp cần nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm trong công tác xây dựng và bảo vệ thương hiệu; tích cực phối hợp chống hàng giả, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ sản phẩm...”.



Ông Nguyễn Hùng Sơn, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu da giấy, Bộ Công Thương.

Thương hiệu và Công luận trích dẫn ý kiến tham luận của lãnh đạo các doanh nghiệp tham dự sự kiện.

Ông Nguyễn Hùng Sơn, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu da giấy, Bộ Công Thương

“Nâng cao chế tài xử lý”

Để tiến tới xây dựng một quốc gia có uy tín về hàng hóa, dịch vụ đa dạng, chất lượng cao thì việc xây dựng thương hiệu là cấp thiết. Khi các doanh nghiệp xây dựng được thương hiệu đạt chuẩn, sẽ dần nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa, dịch vụ trên thị trường.

Đối với Viện nghiên cứu da giấy, trong quá trình hoạt động, đơn vị luôn nỗ lực và mong muốn xây dựng thương hiệu doanh nghiệp, thương hiệu sản phẩm của Viện trở thành một thương hiệu mạnh trên thị trường trong nước và quốc tế.

Hiện nay, Viện đã xây dựng được nhiều mối quan hệ tốt đẹp với nhiều đối tác trong và ngoài nước. Các sản phẩm da giấy của Viện luôn được đông đảo người tiêu dùng biết đến và tin tưởng lựa chọn.

Ban lãnh đạo Viện luôn xác định “Để xây dựng được thương hiệu doanh nghiệp uy tín, thương hiệu sản phẩm chất lượng, thì trước hết cần đầu tư thật tốt về cơ sở vật chất; nguồn nhân lực có trình độ, kinh nghiệm...”.

Để đẩy mạnh phát triển thương hiệu thì vai trò của các hoạt động truyền thông; áp dụng khoa học công nghệ trong chống hàng giả, hàng nhái, bảo vệ thương hiệu là đặc biệt quan trọng. Đó cũng chính là lý do để lãnh đạo Viện nghiên cứu da giấy quyết định tham gia trở thành hội viên của Hiệp hội chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP).

Sự cạnh tranh không lành mạnh của những đơn vị sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái là bất lợi không nhỏ cho các doanh nghiệp làm ăn chân chính.

Hiện nay, trên thị trường có nhiều sản phẩm giấy 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 các thương hiệu quốc tế và cạnh tranh trực tiếp với các thương hiệu giày dép, đồ da Việt Nam.

Viện nghiên cứu da giấy đề xuất: Các cơ quan, ban ngành liên quan 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.

Các cơ quan chức năng 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 này, bảo vệ thương hiệu các doanh nghiệp làm ăn chân chính.



Ông Hoàng Song Hà, Giám đốc Công ty CP chiếu sáng đô thị Hoàng Gia

Ông Hoàng Song Hà, Giám đốc Công ty CP chiếu sáng đô thị Hoàng Gia

“Tích cực phối hợp chống hàng giả”

Trải qua 13 năm xây dựng và phát triển, Công ty CP chiếu sáng đô thị Hoàng Gia là một trong những đơn vị hàng đầu trong ngành cung cấp thiết bị chiếu sáng đô thị, được nhiều khách hàng, đối tác tin tưởng lựa chọn hợp tác.

Trong xu hướng hội nhập phát triển, công ty đang quyết tâm từng ngày để đưa thương hiệu Hoàng Gia với ngành chiếu sáng đô thị trở thành một trong những thương hiệu mạnh trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Để đưa thương hiệu ngày càng vươn lên và vươn xa thì công tác bảo vệ chống hàng nhái, hàng giả, hàng vi phạm quyền sở hữu công nghiệp là một vấn đề rất quan trọng, luôn được ban lãnh đạo công ty quan tâm, chú trọng. Chống hàng nhái hàng giả, bảo vệ thành quả đạt được chính là cách xây dựng doanh nghiệp và thương hiệu một cách hiệu quả nhất.

Hiện nay các sản phẩm thiết bị chiếu sáng đô thị do công ty nghiên cứu sản xuất đã bị một số đơn vị luôn tìm cách bắt chước sao chép và làm nhái, làm giả, ảnh hưởng đến uy tín thương hiệu của doanh nghiệp và quyền lợi của khách hàng, đối tác.

Trước thực trạng đó, giải pháp mà công ty 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.

Tích cực phối hợp với các cơ quan chức năng trong việc xây dựng, bảo vệ thương hiệu, đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái, hàng vi phạm sở hữu trí tuệ.

Là thành viên của Hiệp hội chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu Việt Nam, công ty mong muốn Hiệp hội quan tâm hỗ trợ về pháp lý, về truyền thông và cách thức xử lý vụ việc để công tác bảo vệ hàng chính hãng, bảo vệ thương hiệu đạt hiệu quả.



Ông Vũ Bảo Long, Giám đốc Trung tâm dịch vụ kỹ thuật số (Công ty CP phát triển công nghệ Techpro)

Ông Vũ Bảo Long, Giám đốc Trung tâm dịch vụ kỹ thuật số (Công ty CP phát triển công nghệ Techpro)

“Chủ động phát triển công nghệ”

Bảo vệ thương hiệu sản phẩm hàng hoá, phòng chống hàng giả, bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng là hoạt động được sự quan tâm đặc biệt của Chính phủ, các doanh nghiệp và người tiêu dùng. Điều đó thể hiện rõ qua các chính sách, quy định quản lý của nhà nước, qua các giải pháp công nghệ, kỹ thuật của các doanh nghiệp đang sử dụng, cũng như sự tham gia tích cực của cộng đồng.

Trong xu thế phát triển chung đó, Công ty CP phát triển công nghệ Techpro đang phát triển các giải pháp:

- Truy xuất nguồn gốc sản phẩm hàng hoá
- Truy vết theo chuỗi cung ứng của sản phẩm hàng hoá
- Chống, hạn chế việc làm giả, sao chép các tem, nhãn, mã vạch của sản phẩm; kết hợp với các hiệu ứng nội dung số trên tem, nhãn hàng hoá sản phẩm để tăng sự quan tâm, thu hút, tăng tính tương tác của người tiêu dùng với sản phẩm, hàng hoá.

Đồng thời, tạo nền tảng kỹ thuật, với các công cụ phù hợp để người tiêu dùng tích cực tham gia chia sẻ, đóng góp thông tin phản hồi tới các doanh nghiệp cũng như cơ quan quản lý nhà nước.

Các giải pháp của công ty được xây dựng trên nền tảng tích hợp các công nghệ như chuỗi, khối Blockchain, thực tế ảo tăng cường AR, xử lý dữ liệu lớn, các tính năng bảo mật trong in ấn nhãn, bao bì hàng hoá sản phẩm. Các giải pháp này đã và đang được nhiều khách hàng tin tưởng sử dụng trong nhiều năm qua.

Doanh nghiệp tin rằng, các giải pháp trên sẽ đóng góp một phần tích cực trong công tác phòng chống hàng giả, bảo vệ và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp, đảm bảo quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng.



Bà Nguyễn Hà Thu, Giám đốc Công ty TNHH Quốc tế Trà Tiên Thảo, Phó ban phát triển hội viên (Hiệp hội VATAP)

“Thương hiệu nâng cao sức cạnh tranh”

Từ năm 2008, Thủ tướng Chính phủ đã quyết định chọn ngày 20/04 hằng năm là “Ngày thương hiệu Việt Nam” nhằm tôn vinh, quảng bá thương hiệu và hình ảnh Việt Nam. Trải qua 14 năm xây dựng và phát huy giá trị “Thương hiệu Việt Nam” ngày càng nhận được sự quan tâm từ Chính phủ, các địa phương và cộng đồng doanh nghiệp.

Xây dựng và bảo vệ thương hiệu là vấn đề sống còn của mỗi doanh nghiệp. Thương hiệu sẽ giúp các doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh, khẳng định tên tuổi, vị thế trên thị trường. Vì vậy, mỗi doanh nghiệp cần xây dựng được chiến lược và phát triển thương hiệu cụ thể, truyền thông mạnh mẽ để hội nhập.

Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt hiện nay, nhiều thương hiệu, sản phẩm nổi tiếng của Việt Nam nếu không đăng ký, bảo hộ nhãn hiệu tại các thị trường kịp thời, thì nguy cơ bị chiếm đoạt thương hiệu, rơi vào tranh chấp, kiện tụng với nước ngoài sẽ diễn ra thường xuyên hơn. Đó là chưa kể tới tình trạng hàng giả, hàng nhái, xâm phạm sở hữu trí tuệ, bản quyền sở hữu công nghiệp hoành hành.

Thực hiện vai trò trách nhiệm của mình, những năm qua, lãnh đạo Hiệp hội VATAP thường xuyên phối hợp với các cơ quan chức năng trong việc định hướng xây dựng thương hiệu cho các doanh nghiệp hội viên; tích cực kiến nghị, đề xuất với các lực lượng chức năng liên quan vào cuộc kiểm tra, xử lý những vi phạm về hàng giả, hàng nhái của các doanh nghiệp hội viên mỗi khi hàng hóa của doanh nghiệp này bị xâm phạm.

Bản thân là Phó ban phát triển hội viên (Hiệp hội VATAP), cá nhân tôi luôn tích cực kết nối để các doanh nghiệp được tiếp cận trở thành hội viên của VATAP; đồng thời, doanh nghiệp cũng tăng cường xây dựng phát triển thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp, đẩy mạnh phối hợp với các lực lượng thực thi, các cơ quan báo chí tuyên truyền đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái và đạt nhiều kết quả tích cực...

Nguyễn Kiên (Ghi)