

Thứ Hai, 28/11/2016 02:07

[Thương hiệu quốc gia - Tăng sức cạnh tranh trong hội nhập](#) [1]



Xây dựng và phát triển thương hiệu sẽ là sự đầu tư lâu dài và bền vững cho tương lai của mỗi doanh nghiệp.

Thương hiệu Quốc gia là chương trình duy nhất của Chính phủ nhằm xây dựng, quảng bá hình ảnh thương hiệu quốc gia thông qua việc xây dựng hình ảnh sản phẩm hàng hóa, dịch vụ. Năm đầu tiên tổ chức chương trình (2008), chỉ có 30 doanh nghiệp đạt thương hiệu quốc gia, đến năm nay, có tới 88 doanh nghiệp được vinh danh.

Khẳng định vị thế thương hiệu Việt

Ông Trần Bá Phúc, Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần Nhựa Thiếu niên Tiền Phong - một trong những doanh nghiệp được công nhận thương hiệu quốc gia năm 2016, chia sẻ, để tạo dựng thương hiệu, doanh nghiệp đã ưu tiên đầu tư chiều sâu để đổi mới công nghệ sản xuất, đưa ra thị trường những sản phẩm hàng hóa có chất lượng, đến nay đã chiếm được 30% thị phần trong nước...

“Sau khi đạt thương hiệu, chúng tôi có chiến lược đầu tư chiều sâu, đổi mới công nghệ thiết bị để tạo ra sản phẩm mới, phục vụ các dự án cấp nước cho khu đô thị lớn hoặc các hồ chứa nước lớn. Song hành với đó là áp dụng hệ thống quản lý môi trường, tiết kiệm năng lượng, chính sách duy trì nhân lực chất lượng cao...đảm bảo giá trị thương hiệu, tăng năng lực cạnh tranh.”

Thương hiệu là tài sản vô hình quan trọng đối với doanh nghiệp. Xây dựng và phát triển thương hiệu không chỉ nhằm mục đích kinh doanh ngắn hạn của doanh nghiệp mà còn là một sự đầu tư lâu dài và bền vững cho tương lai.

Bà Lưu Phương Lan, Phó Tổng Giám đốc Tổng Công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện (PTI) - doanh nghiệp lần đầu tiên đạt thương hiệu quốc gia chia sẻ, trong bối cảnh thị trường xuất hiện nhiều thương hiệu hàng đầu thế giới đến từ Mỹ, Anh, Nhật Bản...doanh nghiệp trong nước buộc phải nỗ lực đầu tư cho sản phẩm, dịch vụ có thể mạnh riêng. Bởi vậy mà doanh nghiệp có bước phát triển vượt

bạc, từ doanh thu ban đầu 50 tỷ đồng cách đây 18 năm, nay vượt con số 3.000 tỷ đồng.

Trong số 88 doanh nghiệp đạt thương hiệu quốc gia năm 2016, nhiều doanh nghiệp không chỉ chú trọng phát triển thị trường trong nước mà còn mở rộng đầu tư, xuất khẩu, khẳng định vị thế thương hiệu Việt trên thị trường thế giới, như Vinamilk, TH True Milk, Vinacafe, Công ty may Việt Tiến...

Ông Lê Vĩnh Sơn, Chủ tịch HĐQT Công ty CP Quốc tế Sơn Hà - doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia chia sẻ, doanh nghiệp đã mở rộng thị trường đến gần 30 quốc gia và đang hợp tác mở rộng đầu tư tại thị trường châu Âu. Theo ông Lê Vĩnh Sơn, đây cũng là hướng đi của nhiều doanh nghiệp, nhằm tạo dựng vị thế thương hiệu Việt trên thị trường quốc tế.

“Các thương hiệu của Việt Nam cần bước đi và nỗ lực lớn để hội nhập khu vực và quốc tế. Mong rằng sau 10-20 năm nữa Việt Nam sẽ có những thương hiệu toàn cầu. Việt Nam đã gia nhập các thị trường quốc tế với các hiệp định song phương và đa phương. Đây là cơ hội, cũng là thách thức, do đó cần có sự hỗ trợ cho cộng đồng doanh nghiệp bước vào sân chơi quốc tế”, ông Sơn cho biết.

Cần chiến lược lâu dài trong hội nhập

Chương trình Thương hiệu Quốc gia năm nay vinh danh 88 doanh nghiệp, con số này đã tăng lên nhiều so với lần vinh danh đầu tiên năm 2008, nhưng vẫn khiêm tốn so với khoảng 600.000 doanh nghiệp Việt Nam đang hoạt động hiện nay. Mặc dù là một nền kinh tế năng động nhưng đến nay, Việt Nam vẫn còn ít thương hiệu mang tầm quốc gia và quốc tế.

Đơn cử là trong lĩnh vực nông nghiệp, Việt Nam là một trong những nước dẫn đầu thế giới về xuất khẩu lúa gạo, cà phê, nhưng vẫn chưa tạo dựng được thương hiệu lớn cho những ngành hàng này.

PGS.TS. Nguyễn Quốc Thịnh, Đại học Thương mại (chuyên gia cố vấn cho Chương trình Thương hiệu Quốc gia) cho rằng, việc phát triển thương hiệu ngày càng trở nên cấp thiết và cần có chính sách và chiến lược cụ thể.

“Doanh nghiệp cần có chiến lược ngay từ đầu tiên tham gia thị trường. Nhiều quốc gia có chặng đường 30-60 năm xây dựng thương hiệu. Chúng ta đi sau có lợi thế nhưng cũng cần nỗ lực. Tới đây, cần điều chỉnh tiêu chí, mở rộng đối tượng tham gia để có thêm nhiều doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia, tạo dựng hình ảnh thương hiệu Việt Nam trên thị trường trong nước và thế giới”, ông Thịnh cho biết.

Trên thế giới có khoảng 80 nước xây dựng chương trình Thương hiệu Quốc gia. Tại Việt Nam, chương trình Thương hiệu Quốc gia được Chính phủ phê duyệt và giao cho Bộ Công Thương thực hiện mới bước sang năm thứ 13. Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải cho biết, từ năm 2017, chương trình sẽ có những điểm mới để phù hợp với sự thay đổi của thị trường, nền kinh tế và quá trình hội nhập.

Bộ Công Thương cũng sẽ tiếp tục triển khai hoạt động thiết thực, chẳng hạn như hỗ trợ cho doanh nghiệp xây dựng, đăng ký bảo hộ, chỉ dẫn địa lý đối với sản phẩm; kết nối với hệ thống thương vụ Việt Nam ở nước ngoài để giúp doanh nghiệp phát triển và quảng bá thương hiệu của mình:

“Bộ Công Thương sẽ tiếp tục đồng hành cùng doanh nghiệp để xây dựng thương hiệu vươn tầm quốc tế. Khi doanh nghiệp có thương hiệu đạt giá trị quốc tế thì sẽ mang lại hình ảnh cho cả doanh nghiệp và chương trình Thương hiệu Quốc gia. Chúng tôi chú trọng hỗ trợ doanh nghiệp phát triển vào những lĩnh vực sản xuất hàng hóa theo định hướng phát triển của kinh tế Việt Nam”, Thứ trưởng Đỗ Thắng Hải cho biết.

Tại Việt Nam, những đóng góp của các doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia vào nền kinh tế không hề nhỏ. Tổng doanh thu năm 2015 của các doanh nghiệp này đạt hơn 662.000 tỷ đồng, giá trị xuất khẩu đạt hơn 2 tỷ USD và đóng góp cho ngân sách Nhà nước hơn 59.000 tỷ đồng.

Với các doanh nghiệp, được vinh danh Thương hiệu Quốc gia chỉ là bước khởi đầu. Để duy trì và phát triển được thương hiệu ấy cần cả quá trình nỗ lực không ngừng để được chỗ đứng vững chắc, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, góp phần vào sự phát triển chung của nền kinh tế./.

Việt Hà

Nguồn: VOV-Trung tâm tin

Thị Trường: [Thị Trường Cạnh Tranh](#) [2]

Source URL: <http://thuongmai.vn/thuong-hieu-quoc-gia-tang-suc-can-phanh-trong-hoi-nhap.html>

Links:

[1] <http://thuongmai.vn/thuong-hieu-quoc-gia-tang-suc-can-phanh-trong-hoi-nhap.html>

[2] <http://thuongmai.vn/thi-truong/thi-truong-can-phanh-trong-hoi-nhap.html>