

Thứ Năm, 11/10/2018 02:55

Cần sự đồng hành để nâng tầm hàng Việt [1]



Đến thời điểm hiện tại, hàng Việt, DN Việt ngày càng khẳng định được vị thế, có chỗ đứng nhất định tại thị trường nội địa cũng như quốc tế. Tuy nhiên, trên con đường tạo dựng uy tín, khẳng định thương hiệu hàng Việt, các DN vẫn cần sự đồng hành, hỗ trợ sát sao hơn nữa từ phía cơ quan quản lý nhà nước.

Biến chuyển tích cực

Tính đến thời điểm hiện tại, cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" đã trải qua chặng đường hơn 9 năm kể từ khi bắt đầu phát động. Ban chỉ đạo Trung ương cuộc vận động đánh giá: Cuộc vận động đã góp phần nâng cao nhận thức của người dân trong lựa chọn, tiêu dùng hàng Việt, giúp DN nhận thức rõ vai trò, trách nhiệm, không ngừng cải tiến và ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới quy trình sản xuất, quản lý nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng, bảo đảm sức cạnh tranh sản phẩm.

Điều tra nghiên cứu dư luận xã hội do Viện Nghiên cứu dư luận xã hội, Ban Tuyên giáo Trung ương thực hiện còn chỉ ra con số khả quan rõ ràng khi có tới 92% người tiêu dùng Việt Nam được hỏi đã khẳng định họ rất quan tâm đến hàng sản xuất trong nước, 63% người tiêu dùng khẳng định sẽ ưu tiên sử dụng hàng Việt và 54% người tiêu dùng khuyên người thân, bạn bè lựa chọn sử dụng hàng Việt khi mua sắm. Đa số người tiêu dùng Việt Nam khi được hỏi đã cho rằng, chất lượng hàng hóa do các DN trong nước sản xuất đã được nâng lên khá nhiều.

Đứng từ góc độ DN, theo bà Nguyễn Thị Thanh Huyền-Tổng giám đốc Tổng công ty May 10, hiện nay, người tiêu dùng Việt Nam không đơn thuần chỉ chạy theo mốt mà ngày càng tinh tế hơn trong việc lựa chọn các sản phẩm thời trang. Bởi vậy, để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, DN cũng tiến hành thiết kế sản phẩm may mặc theo xu hướng tinh tế hơn. "Khi sản phẩm đã chinh phục được những khách hàng tinh tế trong nước sẽ không khó để làm hài lòng khách hàng tại thị trường nước ngoài", bà Huyền nhận định.

Còn nói như ông Đinh Văn Thành- Giám đốc Công ty Polycos: Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" đã góp phần tạo nên làn sóng mua sắm hàng nội địa mạnh mẽ của người Việt. Điều này tạo động lực cũng như đặt ra yêu cầu ngày càng cao với DN trong vấn đề nâng cao chất lượng sản phẩm thông qua đầu tư cơ sở vật chất, dây chuyền công nghệ... Bởi, DN và người tiêu dùng gặp nhau đã khó, giữ vững niềm tin của người tiêu dùng còn khó hơn.

Mong muốn hỗ trợ nhiều hơn

Luôn xác định rõ, sản phẩm muốn chiếm lĩnh được thị trường trong và ngoài nước trước hết cần nâng cao chất lượng, giảm giá thành, xây dựng uy tín, tuy nhiên, ông Nguyễn Quốc Chiến-Quản lý điều hành sản xuất, Công ty TNHH Nhà máy Curcumin Bắc Hà chia sẻ: Những DN như Bắc Hà khi mới thâm nhập sâu vào thương trường gặp rất nhiều khó khăn, điển hình là khó khăn trong quá trình tự chủ về nguồn vốn. "Trong sản xuất kinh doanh, DN mong muốn có dây chuyền công nghệ hiện đại, tốn ít nhân công, song tất cả đều không dễ dàng. Bởi vậy, Bắc Hà cũng như nhiều DN khác mong nhận được sự hỗ trợ, tư vấn kỹ càng hơn nữa từ phía các cơ quan, tổ chức, giúp DN giải quyết khó khăn, đẩy mạnh giới thiệu, quảng bá sản phẩm tới người tiêu dùng, từ đó góp phần hạ giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh", ông Chiến nói.

Xung quanh câu chuyện nâng tầm hàng Việt, DN Việt, ông Đào Huy Giám- Tổng Thư ký Diễn đàn Kinh tế tư nhân Việt Nam nêu quan điểm: Đã đến lúc Việt Nam nên xây dựng kế hoạch phát triển hàng hóa nội địa theo hướng chất lượng hàng hóa cao ngang bằng thậm chí cao hơn hàng hóa tại thị trường ngoại. Việt Nam chưa thể triển khai ở tất cả các mặt hàng, song có thể chọn lọc những nhóm hàng tiêu biểu, thế mạnh như thực phẩm, rau củ quả... "Cần phải làm sao để mỗi sản phẩm được người tiêu dùng Việt Nam chấp nhận là cơ sở để được người tiêu dùng thế giới chấp nhận", ông Giám nói.

Còn theo ông Vũ Vinh Phú, nguyên Chủ tịch Hiệp hội Siêu thị Hà Nội: Muốn hàng Việt thực sự có chỗ đứng tại thị trường nội địa, nâng cao uy tín của DN, ngoài việc Nhà nước có cơ chế khuyến khích DN tăng cường đổi mới công nghệ, giảm giá thành sản phẩm,..., trách nhiệm rất lớn trong bảo vệ thương hiệu hàng Việt thuộc về các cơ quan kiểm soát thương mại. Theo đó, trong điều kiện thiếu các thiết bị kiểm tra chuyên ngành, các đơn vị này phải làm sao để khống chế tốt nhất hàng hóa NK theo đường tiểu ngạch.

Đứng từ góc độ cơ quan quản lý nhà nước, Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải nhấn mạnh: Bộ Công Thương sẽ tiếp tục chú trọng công tác tuyên truyền, vận động nhằm nâng cao hơn nữa nhận thức của người tiêu dùng trong sử dụng hàng Việt. Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng cũng cần nâng cao hiệu quả công tác quản lý thị trường, tích cực ngăn ngừa buôn lậu, gian lận thương mại, hàng nhái, hàng giả, hàng kém chất lượng để bảo vệ sản phẩm sản xuất trong nước cũng như quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng. "Ngoài ra, với riêng mặt hàng như nông sản, để gắn thúc đẩy sản xuất trong nước và phát triển hàng hóa Việt tại thị trường nội địa, bản thân các DN cũng cần tích cực, chủ động trong công tác kết nối giữa nhà phân phối và nông dân tại các vùng sản xuất, từ đó thúc đẩy tiêu dùng trong nước, mở rộng thị trường XK, đặc biệt là đối với các loại nông sản, thịt gia súc thu hoạch rộ trong khoảng thời gian ngắn...", Thứ trưởng Đỗ Thắng Hải nói.

Uyển Như

Nguồn: Báo Hải Quan

Thị Trường: [Thị Trường Giá Cả](#) [2]

Source URL: <http://thuongmai.vn/can-su-dong-hanh-de-nang-tam-hang-viet.html>

Cần sự đồng hành để nâng tầm hàng Việt

Published on Tin Tức Thương Mại Xuất Nhập Khẩu (<http://thuongmai.vn>)

Links:

[1] <http://thuongmai.vn/can-su-dong-hanh-de-nang-tam-hang-viet.html>

[2] <http://thuongmai.vn/thi-truong/thi-truong-gia-ca.html>