

## **Tại sao thương hiệu quan trọng đối với doanh nghiệp Việt Nam ?**

Trong thị trường kinh tế toàn cầu, những nước đi sau đang có những ưu thế mạnh mẽ do tiếp cận nhanh chóng với các công nghệ hiện đại, mềm dẻo trong chiến lược để đáp ứng nhanh với những biến động của môi trường. Tuy nhiên, các nước đi sau cũng phải đối đầu với những trở lực to lớn trong việc tìm cho mình một chỗ đứng trên thị trường.

Kinh tế toàn cầu đặt các doanh nghiệp Việt Nam trước những thách thức có tính sống còn. Một thị trường rộng mở với gần 6 tỷ con người khắp hành tinh với rào cản thương mại bị dỡ bỏ là cơ hội to lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Điều này cũng đồng nghĩa các doanh nghiệp Việt Nam bị tấn công ngay trên sân nhà trước những doanh nghiệp siêu đẳng với bề dày phát triển cả 100 năm, với mạng lưới tiêu thụ toàn cầu và với những cái tên gắn liền với lịch sử hàng hoá như máy vi tính IBM, thức ăn nhanh Mc Donald, máy nghe nhạc Walkman, vi xử lý Intel, v.v

Tính hai mặt của toàn cầu hoá buộc các doanh nghiệp Việt Nam không ngừng sáng tạo, không ngừng đổi mới và đã khẳng định mình qua thành tích tăng trưởng mạnh mẽ trong thập niên gần đây. Những cái tên (tuy không nhiều) nhưng cũng đã từng bước tạo được chỗ đứng trong cộng đồng người tiêu dùng trong nước và nước ngoài như Minh Long, Biti's, Đồng Tâm, Kinh Đô, Vinamilk, Vifon, v.v

Người tiêu dùng ngày nay gần như ngập tràn trong tình trạng dư thừa hàng hoá và thông tin. Thương hiệu là yếu tố có tính quyết định cho lựa chọn của người tiêu dùng.

Thương hiệu còn là thông điệp của nhà sản xuất cam kết về trách nhiệm của mình đối với khách hàng.

Doanh nghiệp Việt Nam dù có sự tăng trưởng mạnh mẽ cũng chỉ là những tân binh trên thị trường thế giới trước những hình ảnh thương hiệu đã ăn sâu vào tiềm thức người tiêu dùng như : Coca Cola, IBM, Mercedes, v.v của các nước phương Tây; như Sony, Toyota, Samsung, Acer, v.v. của các nước công nghiệp mới nổi.

Do vậy, bên cạnh những sáng tạo không ngừng của doanh nghiệp Việt Nam nhằm cung ứng cho người tiêu dùng những lợi ích ưu việt với giá cả cạnh tranh, thì thương hiệu là yếu tố quan trọng số một giúp các doanh nghiệp chiếm lĩnh thị trường nội địa và vươn ra thị trường thế giới để bước vào nơi đang ngự trị bởi IBM, Mc Donald. v.v

*(Trích tài liệu phục vụ Chợ tư vấn Khoa học – Công nghệ và Quản lý – Tuần lễ Khoa học-Công nghệ & Giáo dục Đại học TP.Hồ Chí Minh lần II 2004 - tháng 11/2004)*