TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Tập trung cho chiến lược cạnh tranh bằng thương hiệu

08:43 20/04/2018

Hiện nay, chiến lược cạnh tranh bằng thương hiệu đang diễn ra rất mạnh mẽ và sâu rộng, không chỉ dừng lại ở cấp độ doanh nghiệp mà đã phát triển lên mức độ địa phương, ngành hàng và thậm chí ở cấp quốc gia. Vìiệc Việt Nam triển khai chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia gắn với vấn đề hội nhập và phát triển xuất khẩu là phù hợp với xu hướng chung.



Ông Vũ Bá Phú, Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương phát biểu tại diễn đàn

Ngày 20/4, tại Hà Nội, Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương tổ chức Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam với chủ đề "Thương hiệu với hội nhập và Phát triển xuất khẩu bền vững". Diễn đàn là một trong các sự kiện quan trọng trong khuôn

khổ Tuần lễ Thương hiệu Việt Nam 2018 nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp và các tổ chức liên quan triển khai tốt hơn việc xây dựng thương hiệu trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập quốc tế nói chung và trong hoạt động kinh doanh, phát triển xuất khẩu bền vững nói riêng.

Diễn đàn thu hút sự tham gia của đông đảo đại biểu từ các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp liên quan tới phát triển thương hiệu và xuất nhập khẩu. Diễn đàn là cơ hội tốt để các bên trao đổi về xu hướng xây dựng thương hiệu, lợi ích của phát triển thương hiệu tại thị trường nước ngoài và cách thức phát triển xuất khẩu bền vững trước thềm các Hiệp định FTAs có hiệu lực. Đây cũng là cơ hội để các doanh nghiệp nêu nhận xét và đề xuất với các cơ quan nhà nước cung cấp các giải pháp phát triển thương hiệu gắn với xuất nhập khẩu.

Hiện nay, chiến lược cạnh tranh bằng thương hiệu đang diễn ra rất mạnh mẽ và sâu rộng, không chỉ dừng lại ở cấp độ doanh nghiệp mà đã phát triển lên mức độ địa phương, ngành hàng và thậm chí ở cấp quốc gia. Trên thế giới, đã có hơn 80 quốc gia đang triển khai chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia để phát triển thương hiệu sản phẩm sang thị trường nước ngoài. Vì vậy, việc Việt Nam triển khai chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia gắn với vấn đề hội nhập và phát triển xuất khẩu là phù hợp với xu hướng chung.

Diễn đàn Thương hiệu Việt Nam 2018 chia ra ba phiên chính, tập trung trao đổi về các giải pháp phát triển thương hiệu ra thị trường nước ngoài. Phiên thứ nhất về vai trò của phát triển thương hiệu sản phẩm trong mở rộng thị trường và Tổng quan về Chương trình Thương hiệu Quốc gia. Phiên thứ hai thảo luận những cơ hội cho các sản phẩm thương hiệu Việt Nam khi các Hiệp định FTAs đã được đàm phán, ký kết và có hiệu lực. Phiên thứ ba trao đổi về các giải pháp và chia sẻ kinh nghiệm thực tế trong phát triển thương hiệu tại nước ngoài.

Diễn giả của hội thảo là chuyên gia uy tín trong lĩnh vực thương hiệu và xuất nhập khẩu… từ nhiều cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp như Vụ Chính sách Thương mại Đa Biên, Bộ Công Thương, Trường đại học Thương mại, chuyên gia quốc tế đến từ Canada, đại diện các doanh nghiệp Thương hiệu Quốc gia…

Thông qua việc chia sẻ, trao đổi và thảo luận từ các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực thương hiệu và xuất nhập khẩu, Diễn đàn sẽ góp phần tạo động lực cho việc từng bước xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu của doanh nghiệp, địa phương, sản phẩm và quốc gia; từ đó góp phần nâng cao sức cạnh tranh, góp phần xúc tiến xuất khẩu và xây dựng hình ảnh thương hiệu quốc gia của Việt Nam ngày càng vững mạnh trên trường quốc tế.

Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25 tháng 11 năm 2003. Đây là Chương trình duy nhất của Chính phủ Việt Nam tiến hành với mục đích quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua các thương hiệu hàng hóa và dịch vụ. Từ năm 2008, ngày 20/4 hàng năm chính thức được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt trở thành ngày Thương hiệu Việt Nam nhằm tôn vinh doanh nghiệp, quảng bá thương hiệu và hình ảnh Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

T. Nguyên