CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

THÔNG TƯ
Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, được sửa đổi, bổ sung bởi:

Thông tư số 25/2021/TT-BCT ngày 20 tháng 12 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Công Thương sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Căn cứ Luật Quản lý ngoại thương ngày 12 tháng 6 năm 2017;

Căn cứ Nghị định số 98/2017/NĐ-CP ngày 18 tháng 8 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương;

Căn cứ Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại,

Bộ trưởng Bộ Công Thương ban hành Thông tư quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.[1]

Chương I

[1] Thông tư số 25/2021/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam có căn cứ ban hành như sau:

"Căn cứ Luật Quản lý ngoại thương ngày 12 tháng 6 năm 2017;

Căn cứ Nghị định số 98/2017/NĐ-CP ngày 18 tháng 8 năm 2017 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

Căn cứ Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương;

Căn cứ Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

Theo đề nghị của Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại,"

QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Thông tư này quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, bao gồm:

1. Tiêu chí xây dựng, thẩm định, phê duyệt đề án thuộc Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam (Chương trình).

2. Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Thông tư này áp dụng đối với các đơn vị chủ trì thực hiện đề án thuộc Chương trình, cơ quan quản lý Chương trình và các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân liên quan.

Chương II
HỆ THỐNG TIÊU CHÍ CỦA CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM

Mục 1
TIÊU CHÍ XÂY DỰNG, THẨM ĐỊNH, PHÊ DUYỆT ĐỀ ÁN THUỘC CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM

Điều 3. Tiêu chí xây dựng đề án thuộc Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Đề án phải phù hợp với các quy định tại khoản 1, khoản 2, khoản 3 Điều 16 Nghị định 28/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương.

2. Đề án phải đáp ứng được một trong các mục tiêu:

a) Nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và đầu tư;

b) Nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp nhằm đáp ứng tiêu chí của Chương trình;

c) Quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam gắn với quảng bá thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

3.[2] Nội dung hoạt động của các đề án phải phù hợp với nội dung hoạt động của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và được quy định tại Phụ lục 1a ban hành kèm theo Thông tư này.

Điều 4. Tiêu chí thẩm định đề án thuộc Chương trình

1. Các tiêu chí thẩm định đề án thuộc Chương trình bao gồm:

---

[2] Khoản này được bổ sung theo quy định tại khoản 1 Điều 1 của Thông tư số 25/2021/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, có hiệu lực kể từ ngày 07 tháng 02 năm 2022.

a) Tiêu chí 1: Sự cần thiết;

b) Tiêu chí 2: Mục tiêu;

c) Tiêu chí 3: Nội dung;

d) Tiêu chí 4: Phương án triển khai;

đ) Tiêu chí 5: Kế hoạch triển khai và tiến độ thực hiện;

e) Tiêu chí 6: Dự toán kinh phí;

g) Tiêu chí 7: Năng lực của đơn vị chủ trì;

h) Tiêu chí 8: Kết quả dự kiến, rủi ro dự kiến và biện pháp khắc phục.

2. Các tiêu chí tại khoản 1 Điều này được quy định chi tiết tại Phụ lục 1 ban hành kèm theo Thông tư này.

Điều 5. Nguyên tắc thẩm định, phê duyệt đề án

1. Đề án được thẩm định theo phương thức chấm điểm. Thang điểm đánh giá là 100. Thang điểm đánh giá được xác định cụ thể đối với từng chỉ số đánh giá trong tiêu chí quy định tại Phụ lục 1 ban hành kèm theo Thông tư này.

2. Đề án đủ điều kiện xét phê duyệt là đề án có tổng điểm thẩm định đạt từ 80 điểm trở lên, trong đó mỗi tiêu chí quy định tại khoản 1 Điều 4 có điểm đạt từ 60% trở lên.

3. Trên cơ sở dự toán chi ngân sách cho Chương trình được Bộ Tài chính thông báo hàng năm, Bộ trưởng Bộ Công Thương quyết định phê duyệt đề án theo nguyên tắc tổng kinh phí thực hiện các đề án không vượt quá tổng dự toán được giao.

Mục 2
TIÊU CHÍ ĐĂNG KÝ, XÉT CHỌN SẢN PHẨM ĐẠT THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM

Điều 6. Tiêu chí đăng ký xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Tiêu chí đối với sản phẩm đăng ký xét chọn

a) Là sản phẩm, hàng hóa của Việt Nam theo quy định của pháp luật;

b) Sản phẩm, hàng hóa được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam.

2. Tiêu chí đối với doanh nghiệp có sản phẩm đăng ký xét chọn

a)[3] Là doanh nghiệp được thành lập theo pháp luật Việt Nam và do tổ chức, cá nhân Việt Nam nắm giữ trên 50% vốn điều lệ hoặc tổng số cổ phần phổ thông của doanh nghiệp đó. Trường hợp doanh nghiệp không đáp ứng tiêu chí về vốn nhưng có sản phẩm tham gia xét chọn thể hiện yếu tố đặc sắc Việt Nam, góp phần

---

[3] Điểm này được sửa đổi theo quy định tại khoản 2 Điều 1 của Thông tư số 25/2021/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, có hiệu lực kể từ ngày 07 tháng 02 năm 2022.

nâng cao hình ảnh và giá trị thương hiệu quốc gia Việt Nam thì Hội đồng Thương hiệu quốc gia Việt Nam xem xét, quyết định;

b) Là chủ sở hữu văn bằng bảo hộ sở hữu trí tuệ của sản phẩm đăng ký xét chọn;

c) Có thời gian hoạt động tối thiểu từ 02 năm liên tiếp trước năm xét chọn;

d) Tuân thủ các quy định của pháp luật về hoạt động sản xuất, đầu tư, kinh doanh, bảo vệ môi trường, lao động, trách nhiệm xã hội, nghĩa vụ về tài chính, thuế và các nghĩa vụ khác đối với ngân sách nhà nước.

Điều 7. Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Các tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam bao gồm:

a) Tiêu chí 1: Chất lượng;

b) Tiêu chí 2: Đổi mới sáng tạo;

c) Tiêu chí 3: Năng lực tiên phong.

2. Các tiêu chí tại khoản 1 Điều này được quy định chi tiết tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Thông tư này.

Điều 8. Nguyên tắc xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Việc xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam được thực hiện theo phương thức chấm điểm. Thang điểm đánh giá là 1.000. Thang điểm đánh giá được xác định cụ thể đối với từng chỉ số đánh giá trong tiêu chí quy định tại Phụ lục 2 ban hành kèm theo Thông tư này.

2. Tổng điểm quy định để một sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam là từ 650 điểm trở lên và điểm mỗi tiêu chí quy định tại khoản 1 Điều 7 đạt từ 60% trở lên.

Chương III
TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 9. Trách nhiệm của các đơn vị thuộc Bộ Công Thương

1. Cục Xúc tiến thương mại là đầu mối chủ trì quản lý, thực hiện Chương trình có trách nhiệm:

a) Hướng dẫn xây dựng các đề án, tiếp nhận, thẩm định, trình Bộ trưởng phê duyệt;

b) Tổng hợp, xây dựng dự toán kinh phí quản lý, thực hiện Chương trình và tổng hợp chung trong dự toán của Bộ Công Thương, trình cấp có thẩm quyền theo quy định của Luật ngân sách;

c) Quản lý, sử dụng nguồn kinh phí của Chương trình theo chế độ tài chính hiện hành;

d) Ký hợp đồng thực hiện các đề án thuộc chương trình với các đơn vị chủ trì và thanh, quyết toán kinh phí hỗ trợ theo Hợp đồng đã ký; trực tiếp thực hiện các đề án thuộc chương trình do Cục Xúc tiến thương mại chủ trì; Nội dung hợp đồng ký với các đơn vị chủ trì thực hiện theo qui định tại Điều 12 của Nghị định số 28/2018/NĐ-CP ngày 01 tháng 3 năm 2018 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Quản lý ngoại thương về một số biện pháp phát triển ngoại thương;

đ) Tiếp nhận, giải quyết thủ tục hành chính về xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam theo qui định tại Điều 8 Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam ban hành kèm theo Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

e) Trước ngày 20 tháng 12 hàng năm tổng hợp, đánh giá, báo cáo Bộ Công Thương để báo cáo Thủ tướng Chính phủ về tình hình thực hiện Chương trình;

g) Chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thực hiện các đề án thuộc Chương trình, việc tuân thủ các quy định của Chương trình đối với các doanh nghiệp tham gia Chương trình;

h) Tổ chức hướng dẫn, triển khai và kiểm tra việc thực hiện Thông tư này.

2. Vụ Tài chính và Đổi mới doanh nghiệp có trách nhiệm phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại thực hiện tổng hợp dự toán, phân bổ và quyết toán kinh phí thực hiện Chương trình theo quy định.

3. Tổng cục Quản lý thị trường có trách nhiệm phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại thực hiện thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thực hiện Thông tư này theo quy định tại Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

4. Các đơn vị khác thuộc Bộ Công Thương có trách nhiệm phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại và các đơn vị chủ trì đề án triển khai thực hiện có hiệu quả Chương trình.

Điều 10. Trách nhiệm của đơn vị chủ trì đề án, các doanh nghiệp tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

1. Đơn vị chủ trì đề án chịu trách nhiệm tổng hợp nhu cầu của các tổ chức, doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng để đề xuất, xây dựng và phối hợp thực hiện các đề án theo các tiêu chí tại Thông tư này và các quy định tại Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

2. Các doanh nghiệp tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam chịu trách nhiệm thực hiện các quy định của Thông tư này và Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08 tháng 10 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ

ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Điều 11. Hiệu lực thi hành[4]

1. Thông tư này có hiệu lực thi hành từ ngày 08 tháng 01 năm 2020.

2. Trong quá trình thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc, đề nghị các cơ quan, tổ chức, cá nhân phản ánh kịp thời về Bộ Công Thương để nghiên cứu, giải quyết./.

BỘ CÔNG THƯƠNG

Số: 01 /VBHN-BCT

Nơi nhận:
- Văn phòng Chính phủ (để đăng Công báo);
- Bộ Tư pháp (để theo dõi);
- Vụ Pháp chế (Để đăng CSDLQG về VBQLPL);
- Văn phòng Bộ (để đăng website Bộ Công Thương);
- Lưu: VT, XTTM.

XÁC THỰC VĂN BẢN HỢP NHẤT

Hà Nội, ngày 25 tháng 01 năm 2022

KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG

Đỗ Thắng Hải

---

[4] Điều 3 của Thông tư số 25/2021/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, có hiệu lực từ ngày 07 tháng 02 năm 2022 quy định như sau:

"Điều 3. Hiệu lực thi hành

1. Thông tư này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 07 tháng 02 năm 2022.

2. Trong quá trình thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc, đề nghị các cơ quan, tổ chức, cá nhân phản ánh kịp thời về Bộ Công Thương để nghiên cứu, giải quyết."

Phụ lục 1a[5]
Nội dung hoạt động của các đề án thuộc Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam

I. NÂNG CAO NHẬN THỨC CỦA XÃ HỘI VỀ VAI TRÒ CỦA THƯƠNG HIỆU TRONG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT, KINH DOANH VÀ ĐẦU TƯ

1. Xây dựng mục tiêu, chiến lược Chương trình trong từng thời kỳ

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Khảo sát, nghiên cứu đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong và ngoài nước;

b) Tổ chức nghiên cứu đánh giá tại bàn, nghiên cứu thực địa ở nước ngoài và lập các báo cáo chuyên đề về kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

c) Thực hiện báo cáo tổng hợp về mục tiêu, chiến lược xây dựng, phát triển, quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia Việt Nam;

d) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

đ) Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

2. Xây dựng hệ thống tiêu chí của Chương trình

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Khảo sát, nghiên cứu đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về sửa đổi, bổ sung hệ thống tiêu chí của Chương trình;

b) Tổ chức nghiên cứu đánh giá tại bàn, tổ chức nghiên cứu thực địa ở nước ngoài và lập các báo cáo chuyên đề về kinh nghiệm quốc tế trong xây dựng hệ thống tiêu chí Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

c) Thực hiện báo cáo tổng hợp về sửa đổi, bổ sung hệ thống tiêu chí của Chương trình;

d) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

đ) Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

3. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho biểu trưng và hệ thống nhận diện Thương hiệu quốc gia Việt Nam ở trong nước

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thuê tư vấn xây dựng hồ sơ đăng ký bảo hộ;

---

[5] Phụ lục này được bổ sung theo quy định tại khoản 1 Điều 2 của Thông tư số 25/2021/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, có hiệu lực từ ngày 07 tháng 02 năm 2022.

b) Đăng ký bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ; sửa đổi, gia hạn hiệu lực văn bằng bảo hộ;

c) Khiếu nại, giải quyết khiếu nại về quyền sở hữu trí tuệ.

4. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho biểu trưng và hệ thống nhận diện Thương hiệu quốc gia Việt Nam ở ngoài nước

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thuê tư vấn xây dựng hồ sơ đăng ký bảo hộ;

b) Phiên dịch, biên dịch tài liệu;

c) Đăng ký bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ; sửa đổi, gia hạn hiệu lực văn bằng bảo hộ;

d) Chỉnh sửa, bổ sung tài liệu và giải trình trong quá trình đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ;

đ) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

e) Khiếu nại, giải quyết khiếu nại về quyền sở hữu trí tuệ.

II. NÂNG CAO NĂNG LỰC XÂY DỰNG, PHÁT TRIỂN, QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU CHO DOANH NGHIỆP NHẰM ĐÁP ỨNG TIÊU CHÍ CỦA CHƯƠNG TRÌNH

1. Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển sản phẩm đáp ứng hệ thống tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Nghiên cứu, đánh giá nhu cầu và khả năng áp dụng các tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các doanh nghiệp

- Khảo sát, nghiên cứu đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về khả năng áp dụng các tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các doanh nghiệp;

- Tổ chức hội thảo, hội nghị công bố kết quả nghiên cứu, đánh giá;

- Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

b) Phổ biến, cung cấp thông tin

- Tổ chức tuyên truyền về hệ thống tiêu chí của Chương trình theo hình thức trực tiếp;

- Tổ chức tuyên truyền về hệ thống tiêu chí của Chương trình theo hình thức trực tuyến.

c) Tổ chức đào tạo, tập huấn, tư vấn doanh nghiệp phát triển sản phẩm

- Tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Biên soạn nội dung đào tạo, tập huấn;

- Thuê giảng viên, báo cáo viên, chuyên gia tư vấn;

- Thuê hội trường, trang trí, thiết bị, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

- Thuê nền tảng đào tạo trực tuyến, trang trí, thiết bị, dụng cụ phục vụ đào tạo, tập huấn; khởi tạo tài khoản giảng viên và học viên; số hóa bài giảng; khởi tạo và nhập liệu nội dung đào tạo; kiểm thử chương trình đào tạo;

- Kiểm tra, đánh giá kết quả, in ấn, phát hành chứng chỉ (nếu có).

2. Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu ở trong và ngoài nước

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Tư vấn doanh nghiệp xây dựng, phát triển thương hiệu

- Nghiên cứu, đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về nhu cầu xây dựng và phát triển thương hiệu;

- Xây dựng và phát hành các tài liệu, sản phẩm thông tin hướng dẫn doanh nghiệp dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

b) Tư vấn bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong và ngoài nước

- Nghiên cứu, đánh giá và lập các báo cáo chuyên đề về nhu cầu bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ;

- Xây dựng và phát hành các tài liệu, sản phẩm thông tin hướng dẫn doanh nghiệp dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

c) Tổ chức sự kiện, hội thảo, hội nghị, đào tạo, tập huấn

- Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;

- Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Biên soạn nội dung đào tạo, tập huấn;

- Thuê giảng viên, báo cáo viên, chuyên gia tư vấn; phiên dịch, biên dịch;

- Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

- Thuê nền tảng đào tạo trực tuyến, trang trí, thiết bị, dụng cụ phục vụ đào tạo, tập huấn; khởi tạo tài khoản giảng viên và học viên; số hóa bài giảng; khởi tạo và nhập liệu nội dung đào tạo; kiểm thử chương trình đào tạo;

- Kiểm tra, đánh giá kết quả, in ấn, phát hành chứng chỉ (nếu có).

III. QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM GẮN VỚI QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU SẢN PHẨM ĐẠT THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VIỆT NAM

1. Thuê các tổ chức, chuyên gia tư vấn trong và ngoài nước xây dựng, quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Xây dựng nội dung và kế hoạch, chiến lược truyền thông, quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam theo từng thời kỳ;

b) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan;

c) Phát hành báo cáo nghiên cứu dưới dạng bản in, ấn phẩm điện tử hoặc phổ biến tại các hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn.

2. Điều tra, nghiên cứu thị trường để định hướng cho các hoạt động thông tin, truyền thông

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thu thập thông tin, dữ liệu thị trường trong và ngoài nước;

b) Thuê tổ chức, chuyên gia nghiên cứu và lập các báo cáo chuyên đề;

c) Tổ chức hội thảo, hội nghị lấy ý kiến các bên liên quan.

3. Truyền thông, quảng bá về Chương trình và các doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam tại các sự kiện ngoại giao, kinh tế, thương mại, xúc tiến thương mại - đầu tư - du lịch và trên các phương tiện truyền thông

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thiết kế, sản xuất, phát hành các sản phẩm truyền thông;

b) Truyền thông trên các phương tiện truyền thông trong và ngoài nước;

c) Truyền thông tại các sự kiện ngoại giao, kinh tế, thương mại, xúc tiến thương mại - đầu tư - du lịch trong nước và quốc tế

- Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;

- Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn, diễu hành, trưng bày và các sự kiện khác;

- Xây dựng khu hội chợ, triển lãm; tổ chức Lễ khai mạc và các sự kiện liên quan trong khuôn khổ hội chợ, triển lãm;

- Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

4. Xây dựng và phát hành các sản phẩm thông tin; xây dựng và duy trì trang thông tin điện tử đa ngôn ngữ và các phần mềm ứng dụng cho Chương trình

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thiết kế, sản xuất các sản phẩm thông tin; phát hành trên các phương tiện truyền thông và tại các sự kiện xúc tiến thương mại;

b) Đăng ký, xây dựng, phát triển, nâng cấp trang thông tin điện tử đa ngôn ngữ và các phần mềm ứng dụng cho Chương trình; Thuê máy chủ, duy trì tên miền; Đào tạo, hướng dẫn sử dụng.

5. Tổ chức hội thảo, hội nghị, diễn đàn để quảng bá Chương trình trong và ngoài nước

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;

b) Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

c) Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, lễ tân, báo cáo viên, người dẫn chương trình, phiên dịch, biên dịch, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

d) Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

6. Tổ chức Tuần lễ Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong và ngoài nước

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thiết kế, sản xuất các sản phẩm truyền thông về Chương trình và các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

b) Tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại

- Tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện truyền thông;

- Mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn, diễu hành, trưng bày và các sự kiện khác;

- Xây dựng khu hội chợ, triển lãm; tổ chức Lễ khai mạc và các sự kiện liên quan trong khuôn khổ hội chợ, triển lãm;

- Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

7. Tổ chức Lễ Công bố các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

Đơn vị chủ trì thực hiện đề án thực hiện một hoặc một số hoạt động sau:

a) Thẩm định hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

- Đánh giá hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

- Đánh giá chỉ số xếp hạng tín dụng của các hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

- Đánh giá khả năng nhận biết của thương hiệu đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam trên thị trường;

- Đánh giá tài chính của các hồ sơ đăng ký tham gia xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

- Tổ chức thẩm định thực tế tại doanh nghiệp.

b) Tổ chức Họp báo/Họp giới thiệu và cung cấp thông tin về Lễ Công bố sản phẩm đạt THQG Việt Nam

- Tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Thiết kế, xây dựng và phát hành các sản phẩm truyền thông, quảng bá về sự kiện;

- Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, lễ tân, báo cáo viên, người dẫn chương trình, phiên dịch, biên dịch, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

- Thuê nền tảng trực tuyến, đường truyền mạng.

c) Tổ chức Tiếp kiến Lãnh đạo Chính phủ/ Lãnh đạo Nhà nước

- Thiết kế, xây dựng và phát hành các sản phẩm truyền thông, quảng bá về sự kiện;

- Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, thuê xe.

d) Lễ Công bố các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

- Thiết kế, xây dựng và phát hành các sản phẩm truyền thông, quảng bá về Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và các sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

- Tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp tham gia;

- Thuê hội trường, thiết bị, trang trí, dàn dựng, lễ tân, người dẫn chương trình, văn nghệ, phiên dịch, biên dịch, in ấn tài liệu, văn phòng phẩm, giải khát giữa giờ;

- Phát sóng truyền hình, báo điện tử và các nền tảng trực tuyến;

- Sản xuất, sửa chữa, bảo dưỡng biểu tượng Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

IV. CÁC NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG LIÊN QUAN

1. Tổ chức quản lý của đơn vị chủ trì để thực hiện các hoạt động được quy định tại Phụ lục này: Bưu chính, điện thoại, văn phòng phẩm, công tác phí cho người của đơn vị chủ trì tham gia tổ chức, thuê tư vấn đấu thầu.

2. Các nội dung hoạt động liên quan khác phù hợp với quy định của pháp luật để thực hiện các hoạt động được quy định tại Phụ lục này.

Phụ lục 1

Tiêu chí thẩm định đề án thuộc Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam

STT	Nội dung tiêu chí	Điểm	Tổng điểm
1	**Tiêu chí 1: Sự cần thiết**		**10**
	Chứng minh sự phù hợp của đề án với: - Định hướng, chiến lược phát triển kinh tế xã hội, chiến lược ngoại thương, chiến lược xuất khẩu chung về ngành hàng và/ hoặc thị trường; hoặc - Thực trạng, nhu cầu về năng lực xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu sản phẩm của địa phương và doanh nghiệp; hoặc - Định hướng cụ thể hàng năm hoặc từng thời kỳ của Hội đồng Thương hiệu quốc gia Việt Nam.	10	
2	**Tiêu chí 2: Mục tiêu**		**10**
2.1	Mục tiêu tổng quát Làm rõ, cụ thể hóa và chi tiết hóa đề án sẽ góp phần: - Nâng cao nhận thức của xã hội về vai trò của thương hiệu trong hoạt động sản xuất, kinh doanh và đầu tư; hoặc - Nâng cao năng lực xây dựng, phát triển, quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp nhằm đáp ứng tiêu chí của Chương trình; hoặc - Quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam gắn với quảng bá thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam	5	
2.2	Mục tiêu cụ thể: Xác định mục tiêu cụ thể cho hoạt động được đề xuất	5	
3	**Tiêu chí 3: Nội dung**		**20**
3.1	Đề án mô tả chi tiết hoạt động đề xuất theo quy định tại Điều 5 Quy chế ban hành kèm theo Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ngày 08/10/2019 của Thủ tướng Chính phủ	15	
3.2	Đề án nêu đầy đủ, chi tiết về thời gian, địa điểm, quy mô dự kiến thực hiện hoạt động đề xuất	5	
4	**Tiêu chí 4: Phương án triển khai**		**10**
	Đề án nêu rõ hình thức lựa chọn nhà thầu/đối tác, nguyên tắc phối hợp hoặc phương án bố trí nguồn lực trong trường hợp tự thực hiện để đạt mục tiêu đề án	10	

5	**Tiêu chí 5: Kế hoạch triển khai và tiến độ thực hiện**		**10**
	Kế hoạch triển khai và tiến độ thực hiện các hạng mục công việc phù hợp với phương án triển khai	10	
6	**Tiêu chí 6: Dự toán kinh phí**		**15**
	Dự toán kinh phí đầy đủ, chi tiết phù hợp với quy định	15	
7	**Tiêu chí 7: Năng lực của đơn vị chủ trì**		**15**
7.1	Kinh nghiệm triển khai hoạt động đề xuất	5	
7.2	Năng lực tổ chức, huy động, phối hợp các nguồn lực để thực hiện hoạt động đề xuất	10	
8	**Tiêu chí 8: Kết quả dự kiến, rủi ro dự kiến và biện pháp khắc phục**		**10**
8.1	Kết quả, hiệu quả và tính bền vững của đề án	5	
8.2	Rủi ro dự kiến và biện pháp khắc phục	5	

Phụ lục 2[6]
Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Điểm tối đa	Tổng điểm tối đa của mỗi Tiêu chí
1	**Tiêu chí 1: Chất lượng**			**300**
1.1	Áp dụng, duy trì hệ thống quản lý chất lượng (HTQLCL) ISO 9001	Thời gian áp dụng	60	
1.2	Áp dụng, duy trì hệ thống quản lý tiên tiến (ISO 14001, ISO 22000, ISO 17025, SA 8000, OHSAS 18001, HACCP, GMP, VietGap, Global Gap… hoặc tương đương)	Số lượng, thời gian áp dụng	60	
1.3	Công bố về chất lượng sản phẩm theo quy định của pháp luật	Mức độ đầy đủ của công bố tiêu chuẩn áp dụng/công bố hợp quy/chứng nhận hợp chuẩn/chứng nhận hợp quy của sản phẩm đăng ký	60	
1.4	Đầu tư duy trì chất lượng sản phẩm	Tỷ lệ đầu tư trên tổng lợi nhuận trước thuế cao hơn so với các doanh nghiệp cùng ngành trong kỳ xét chọn trong tối thiểu 2 năm trước kỳ xét chọn	60	
1.5	Các giải thưởng chất lượng	Số lượng, cấp bậc giải thưởng về chất lượng trong và ngoài nước	60	
2	**Tiêu chí 2: Đổi mới, sáng tạo**			**180**
2.1	Chính sách khuyến khích đổi mới, sáng tạo	Có chính sách khuyến khích sáng tạo rõ ràng, đầy đủ, có quy trình đánh giá và công nhận kết quả sáng tạo công khai, minh bạch	40	

[6] Phụ lục này được thay thế theo quy định tại khoản 2 Điều 2 của Thông tư số 25/2021/TT-BCT sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về việc Quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam, có hiệu lực từ ngày 07 tháng 02 năm 2022.

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Điểm tối đa	Tổng điểm tối đa của mỗi Tiêu chí
2.2	Sáng tạo, sáng kiến mới được áp dụng tại doanh nghiệp trong 2 năm liên tiếp trước năm xét chọn	Số lượng sáng kiến và hiệu quả áp dụng sáng kiến, nội dung đánh giá kết quả thu được rõ ràng, cụ thể	20	
2.3	Tổ chức công tác nghiên cứu và phát triển (R&D)	Có bộ phận R&D, nội dung mô tả vai trò và chức năng đầy đủ, cụ thể và nêu được các kết quả do bộ nhận R&D triển khai thực hiện	20	
2.4	Đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D)	Tỷ lệ đầu tư cho hoạt động R&D trên tổng doanh thu cao hơn so với các doanh nghiệp cùng lĩnh vực trong kỳ xét chọn. Doanh nghiệp có trích lập quỹ khoa học công nghệ. Nêu đầy đủ các hoạt động R&D được áp dụng tại doanh nghiệp trong 2 năm liên tiếp trước năm xét chọn.	20	
2.5	Tổ chức công tác đào tạo	Nội dung đào tạo phù hợp với nhu cầu sử dụng và phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp, số lượng khóa đào tạo	20	
2.6	Tài sản trí tuệ của sản phẩm đăng ký xét chọn	Số lượng đối tượng sở hữu trí tuệ của sản phẩm đăng ký xét chọn được bảo hộ	20	
2.7	Áp dụng công nghệ, giải pháp mới	Chủ động tìm kiếm và áp dụng công nghệ mới, công nghệ sạch an toàn với môi trường; kết quả áp dụng công nghệ mới giúp: - tăng năng suất, tiết kiệm chi phí - tăng cường hiệu quả công tác quản lý kiểm tra giám sát - tạo sự thuận lợi cho khách hàng trong quy trình phục vụ - đổi mới chuẩn hóa quy trình	20	
2.8	Các giải thưởng đổi mới, sáng tạo	Số lượng, cấp bậc giải thưởng trong nước và quốc tế đã đạt được	20	

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Điểm tối đa	Tổng điểm tối đa của mỗi Tiêu chí
3	**Tiêu chí 3: Năng lực tiên phong**			**520**
3.1	Tầm nhìn doanh nghiệp	Nội dung tầm nhìn rõ ràng, súc tích, dễ hiểu và thực tế; đồng thời phần giải thích nội dung tầm nhìn phù hợp với chiến lược của doanh nghiệp và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp	20	
3.2	Giá trị cốt lõi của doanh nghiệp	Nội dung rõ ràng, dễ hiểu phù hợp với 3 nhóm yếu tố: (1) khách hàng, (2) đặc thù của ngành kinh doanh và (3) đặc thù của doanh nghiệp, đồng thời phù hợp với tầm nhìn chiến lược và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp	20	
3.3	Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp	Nội dung rõ ràng, đầy đủ đồng thời phù hợp với tầm nhìn doanh nghiệp và giá trị cốt lõi	20	
3.4	Kế hoạch phát triển nguồn nhân lực	Có kế hoạch với mục tiêu cụ thể, nội dung kế hoạch phát triển nguồn nhân lực đầy đủ; có chính sách trao thưởng, công nhận và đãi ngộ công khai minh bạch	20	
3.5	Những giải thưởng đạt được của lãnh đạo doanh nghiệp	Số lượng, cấp bậc giải thưởng trong nước và quốc tế đã đạt được	20	
3.6	Tầm nhìn thương hiệu	Nội dung tầm nhìn rõ ràng, súc tích, dễ hiểu và thực tế; tầm nhìn phù hợp với mục tiêu, chiến lược định vị thương hiệu sản phẩm	20	
3.7	Lời hứa thương hiệu	Lời hứa thương hiệu rõ ràng, nội dung giải thích rõ ràng cụ thể, thể hiện cam kết khác biệt hóa thương hiệu trong dài hạn, cam kết hướng tới thành công một cách thực tế	20	
3.8	Định vị thương hiệu	Chiến lược định vị thương hiệu rõ ràng, có tính thuyết phục, phù hợp với phân đoạn thị trường, với lời hứa thương hiệu	20	

STT	Tiêu chí chấm điểm	Đánh giá tiêu chí	Điểm tối đa	Tổng điểm tối đa của mỗi Tiêu chí
3.9	Bảo vệ thương hiệu	Bảo hộ các tài sản trí tuệ liên quan đến thương hiệu đồng bộ và hiệu quả; sử dụng đầy đủ các công cụ bảo vệ thương hiệu	20	
3.10	Xây dựng thương hiệu trong nội bộ doanh nghiệp	Nội dung truyền thông rõ ràng, phù hợp với (1) tầm nhìn thương hiệu, (2) lời hứa thương hiệu, (3) thông điệp định vị thương hiệu; sử dụng các công cụ truyền thông	20	
3.11	Xây dựng thương hiệu bên ngoài doanh nghiệp (Các hoạt động marketing và truyền thông thương hiệu)	Nội dung truyền thông rõ ràng, phù hợp với (1) tầm nhìn thương hiệu, (2) lời hứa thương hiệu, (3) thông điệp định vị thương hiệu; có hoạt động tiếp thị và truyền thông phù hợp; có căn cứ để lựa chọn phương tiện tiếp thị và truyền thông; có phương pháp đo lường hiệu quả của các hoạt động tiếp thị và truyền thông	30	
3.12	Khả năng nhận biết của thương hiệu trên thị trường	Nhận biết của người tiêu dùng trên thị trường đối với thương hiệu	100	
3.13	Xếp hạng tín dụng	Theo bảng xếp hạng của Ngân hàng Nhà nước	100	
3.14	Đánh giá tài chính	Doanh số của sản phẩm đăng ký xét chọn	20	
		Tốc độ tăng trưởng doanh số của sản phẩm đăng ký xét chọn	10	
		Nợ phải trả trên tổng tài sản	10	
		Nợ phải trả trên vốn chủ sở hữu	10	
		Nợ phải trả dài hạn trên vốn chủ sở hữu	10	
		Tổng lợi nhuận sau thuế trên Doanh thu	10	
		Tổng lợi nhuận sau thuế trên Tổng Tài sản	10	
		Tổng lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu	10	