

Số: **33**
/2019/TT-BCT

Hà Nội, ngày 22 tháng 11 năm 2019

THÔNG TƯ
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.

Chương I
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.

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

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

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) Là doanh nghiệp được thành lập theo pháp luật Việt Nam;
 - 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

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 TRƯỞNG

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Ban của Đảng;
- Các Văn phòng: TW, TBT, CTN, CP, QH;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc CP;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Cơ quan Trung ương của các đoàn thể;
- Cục Kiểm tra văn bản QPPL (Bộ Tư pháp);
- Công báo;
- Các Cổng TTĐT Chính phủ, Bộ Công Thương;
- Bộ Công Thương: BT, các TT, các đơn vị thuộc Bộ;
- Sở Công Thương các tỉnh, thành phố trực thuộc TW;
- Lưu: VT, XTTM (10).



Trần Tuấn Anh

Phụ lục 1

Tiêu chí thẩm định đề án thuộc Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam
(Ban hành kèm theo Thông tư số 33/2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019)

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

Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam
(Ban hành kèm theo Thông tư số 3 /2019/TT-BCT ngày 22 tháng 11 năm 2019)

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)	Thời gian áp dụng	60	
1.3	Công bố về chất lượng sản phẩm theo quy định của pháp luật	Có đầy đủ Bản sao Phiếu tiếp nhận công bố hợp quy, chứng chỉ chứng nhận hợp quy / Bản sao tiêu chuẩn công bố áp dụng cho sản phẩm cộng thêm chất lượng đạt tiêu chuẩn cao hơn mức tiêu chuẩn quy định của Việt Nam	60	
1.4	Đầu tư duy trì chất lượng sản phẩm	Tỷ lệ đầu tư cao hơn so với mức trung bình của ngành; chất lượng sản phẩm dẫn đầu trên thị trường về các thông số kỹ thuật và theo yêu cầu của khách hàng	60	
1.5	Các giải thưởng chất lượng	Số lượng 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	
2.2	Sáng tạo, sáng kiến mới được áp dụng tại doanh nghiệp trong 2 năm liên tiếp trước năm xét chọn	Liệt kê sáng kiến và thành tựu 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 phận R&D triển khai thực hiện	20	
2.4	Đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D)	Đầu tư cho hoạt động R&D cao hơn so với các doanh nghiệp trong cùng lĩnh vực, 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 giảm chi phí và tăng năng suất vượt trội so với đối thủ cạnh tranh chính trong ngành	20	

2.8	Các giải thưởng sáng tạo		20	
3	Tiêu chí 3: Năng lực tiên phong			520
3.1	Tâm nhìn doanh nghiệp	Nội dung tâm nhìn rõ ràng, súc tích, dễ hiểu và thực tế; đồng thời phân giải thích nội dung tâm 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 tâm 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 tâm 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		20	
3.6	Tâm nhìn thương hiệu	Nội dung tâm nhìn rõ ràng, súc tích, dễ hiểu và thực tế; tâm 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	
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 thu của sản phẩm đăng ký xét chọn/Tổng doanh thu	30	
		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 tức sau thuế trên Doanh thu	10	
		Tổng lợi tức sau thuế trên Tổng Tài sản	10	
		Tổng lợi tức sau thuế trên vốn chủ sở hữu	10	