TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Phát triển Chương trình Thương hiệu quốc gia trong giai đoạn mới

09:39 29/03/2020

Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 253/2003/QĐ-TTg ngày 25/11/2003, giao Bộ Công thương là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm phối hợp với các Bộ, ngành triển khai thực hiện.

Đây là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ nhằm xây dựng, phát triển thương hiệu quốc gia thông qua việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển các thương hiệu mạnh trong nền kinh tế để quảng bá hình ảnh đất nước Việt Nam là quốc gia có hàng hóa, dịch vụ chất lượng, tạo dựng uy tín và nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế.

Ngày 8 tháng 10 năm 2019, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và Quyết định số 1320/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030.

Năm 2020, Bộ Công Thương phối hợp với các cơ quan liên quan tổ chức kỳ xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam lần thứ 7 và Lễ Công bố các Doanh nghiệp có sản phẩm đạt THQG (dự kiến vào quý IV năm 2020). Nhân dịp này, Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải đã trả lời phỏng vấn một số cơ quan báo chí, truyền thông với nội dung về “Chương trình Thương hiệu quốc gia trong giai đoạn mới”.

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, giao Bộ Công Thương là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm phối hợp với các bBộ, ngành triển khai thực hiện. Trải qua 16 năm thực hiện, Chương trình đã đạt được những thành quả tích cực. Xin Thứ trưởng cho biết mục tiêu, định hướng của Chương trình trong giai đoạn tới (từ năm 2020 đến năm 2030) cụ thể như thế nào để có thể thúc đẩy phát triển thương hiệu quốc gia Việt Nam phù hợp với tình hình mới ở trong và ngoài nước?

Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam là chương trình xúc tiến thương mại đặc thù, dài hạn và duy nhất của Chính phủ nhằm xây dựng, phát triển thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm.

Để triển khai thực hiện Chương trình trong giai đoạn mới, ngày 08 tháng 10 năm 2019, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 30/2019/QĐ-TTg ban hành Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và Quyết định số 1320/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam từ năm 2020 đến năm 2030. Theo đó, Chương trình đã đặt mục tiêu xây dựng hình ảnh Việt Nam là một quốc gia có uy tín về hàng hóa và dịch vụ với chất lượng cao, tăng niềm tự hào và sức hấp dẫn của đất nước và con người Việt Nam, góp phần thúc đẩy phát triển ngoại thương và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia với các mục tiêu cụ thể là:

Thực hiện có hiệu quả Chương trình trên cơ sở thống nhất, đồng bộ với chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ; kim ngạch xuất khẩu của nhóm sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam đạt mức tăng cao hơn mức tăng bình quân cả nước;

Góp phần tăng giá trị Thương hiệu quốc gia Việt Nam bình quân 20% mỗi năm theo thống kê, đánh giá của các tổ chức xếp hạng uy tín trên thế giới;

Trên 1.000 sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam;

Mỗi năm tăng 10% số lượng doanh nghiệp được vào danh sách doanh nghiệp có giá trị thương hiệu cao nhất của các tổ chức xếp hạng uy tín trên thế giới;

90% số lượng doanh nghiệp trên cả nước có nhận thức về vai trò của thương hiệu trong sản xuất, kinh doanh, đầu tư;

100% sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam được quảng bá trong nước và tại các thị trường xuất khẩu trọng điểm.



Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải

Ông có thể chia sẻ những điểm mới của Chương trình thể hiện trong các Quyết định mới được ban hành và kế hoạch triển khai để có thể đạt được những mục tiêu nói trên?

Để đạt được các mục tiêu nói trên, trong giai thời gian tới, Bộ Công Thương với tư cách là cơ quan quản lý Chương trình, được Thủ tướng Chính phủ giao chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương, tổ chức có liên quan thực hiện các nội dung như: Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển sản phẩm đáp ứng hệ thống tiêu chí Thương hiệu quốc gia Việt Nam; Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu; Đẩy mạnh các hoạt động thông tin, truyền thông cho Chương trình ở trong và ngoài nước.

Các nội dung cụ thể được quy định chi tiết trong Quy chế xây dựng, quản lý, thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam. Quy chế mới có sự phân tầng, định hướng rõ nhóm đối tượng hưởng lợi của Chương trình và nhóm nội dung hỗ trợ tương ứng; Bổ sung các hoạt động hỗ trợ nâng cao nhận thức của xã hội về ý nghĩa, vai trò của thương hiệu trong sản xuất, kinh doanh, đầu tư, nâng cao năng lực xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu.

Các bộ, ngành trong phạm vi chức năng và nhiệm vụ của mình, tổng hợp nhu cầu của các địa phương, tổ chức, doanh nghiệp để đề xuất, xây dựng và phối hợp thực hiện các đề án theo nội dung của Chương trình. Như vậy, việc xây dựng, bảo vệ, quảng bá Thương hiệu quốc gia sẽ có sự chung tay, phối hợp

cùng thực hiện của các bộ, ngành, của cả cộng đồng xã hội. Quy chế mới được Thủ tướng Chính phủ ban hành đã quy định cơ chế cho sự phối hợp giữa cơ quan chủ trì và các bộ ngành, địa phương, tổ chức, hiệp hội trong việc triển khai thực hiện Chương trình, đảm bảo tính pháp lý cho một Chương trình mang tầm quốc gia.

Bên cạnh đó, việc xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia hai năm một lần cũng sẽ được thực hiện theo trình tự chặt chẽ quy định tại Quy chế để đảm bảo tính pháp lý, công bằng, công khai, minh bạch cho hoạt động này. Doanh nghiệp sẽ nộp 3 bộ hồ sơ đăng ký chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam trước ngày 31 tháng 3 của năm xét chọn đến Bộ Công Thương.

Ban Thư ký Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam (Cục XTTM, Bộ Công Thương) sẽ có trách nhiệm hướng dẫn cụ thể cho doanh nghiệp để việc nộp hồ sơ, đăng ký và xét chọn đảm bảo đúng quy định, công bằng, công khai, minh bạch. Doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam được phép sử dụng Biểu trưng Thương hiệu quốc gia Việt Nam và hệ thống nhận diện Thương hiệu quốc gia Việt Nam theo Quy chế quản lý và sử dụng Biểu trưng Thương hiệu quốc gia Việt Nam do Bộ Công Thương ban hành.

Bộ Công Thương sẽ phối hợp với các cơ quan, đơn vị có liên quan quản lý chặt chẽ, thanh tra, kiểm tra việc tuân thủ các quy chế và quy định của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam nhằm đảm bảo ngăn chặn những hành vi có thể gây ảnh hưởng tiêu cực tới uy tín, hình ảnh và Thương hiệu quốc gia Việt Nam trong nước và nước ngoài; lợi dụng hình ảnh và Thương hiệu quốc gia Việt Nam để trục lợi, vi phạm pháp luật.

Bộ Công Thương tin tưởng rằng khi những đổi mới trong chính sách của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam sẽ tạo ra những bước phát triển mới cho Chương trình, hình ảnh và Thương hiệu quốc gia Việt Nam ngày càng vững mạnh, chiếm lĩnh vị trí cao trên thị trường quốc tế.

Trong bối cảnh tình hình dịch Covid -19 hiện nay, việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, quảng bá thương hiệu sản phẩm trong và ngoài nước của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam là gì? Theo Bộ Công Thương, tác dụng, hiệu quả như thế nào?

Hiện nay, dịch bệnh Covid 19 đang diễn biến phức tạp, khó lường, ngày càng lan rộng tại nhiều quốc gia, khu vực trên toàn thế giới và tác động ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế toàn cầu và nhiều nước, trong đó có Việt Nam. Nhiều doanh nghiệp bị thu hẹp các hoạt động sản xuất, kinh doanh và bị gián đoạn một số chuỗi cung ứng về nguyên liệu đầu vào và tiêu thụ đầu ra sản phẩm của doanh

nghiệp, nhất là trong các ngành dệt may và da giày, ngành nông sản, dịch vụ du lịch và bán lẻ..., những ngành phụ thuộc nhiều vào thị trường nước ngoài.

Nhu cầu tiêu thụ một số mặt hàng tại thị trường xuất khẩu (nông sản, thực phẩm) chững lại do diễn biến phức tạp của bệnh dịch tại Trung Quốc, Hàn Quốc và một số quốc gia Châu Âu, Mỹ. Một số quốc gia đã áp dụng các biện pháp nghiêm ngặt nhằm hạn chế vận chuyển hàng hóa nên hoạt động xuất khẩu của Việt Nam gặp nhiều trở ngại và khó khăn.

Trong bối cảnh đó, theo chỉ đạo của Chính phủ, trước mắt Việt Nam cần tập trung nỗ lực triển khai các biện pháp phòng, chống dịch theo Luật Phòng, chống bệnh truyền nhiễm, tuân thủ chỉ đạo, giải pháp của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, Ban Chỉ đạo Quốc gia về phòng, chống dịch Covid-19.

Đồng thời, với tinh thần khẩn trương, nghiêm túc thực hiện Chỉ thị số 11-CT-TTg ngày 04/3/2020 của Thủ tướng Chính phủ về các nhiệm vụ, giải pháp cấp bách tháo gỡ khó khăn cho sản xuất kinh doanh, bảo đảm an sinh xã hội ứng phó với dịch Covid-19, cùng với sự vào cuộc của các bộ, cơ quan Trung ương và địa phương thể hiện qua các chương trình, hành động cụ thể, các doanh nghiệp cũng cần phải nỗ lực, chủ động tìm giải pháp tự tháo gỡ khó khăn cho chính mình.

Theo đó, các doanh nghiệp cần tăng cường tổ chức lại sản xuất, tái cơ cấu thị trường, mở rộng thị trường xuất khẩu, coi trọng thị trường nội địa; đa dạng hóa nguồn nguyên liệu đầu vào, phát triển công nghiệp hỗ trợ, nâng cao hàm lượng chế biến và giá trị tăng sản phẩm; đẩy mạnh tổ chức hoạt động xây dựng và quảng bá thương hiệu, xúc tiến thương mại, đưa hàng hóa Việt vào tiêu thụ trong các hệ thống, chuỗi siêu thị lớn; khuyến khích các doanh nghiệp nâng cao chất lượng bảo quản, chế biến, phát triển sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu của thị trường tiêu thụ và lợi thế so sánh của từng địa phương...

Bộ Công Thương với vai trò là cơ quan quản lý Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam sẽ luôn đồng hành, hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác xây dựng, phát triển, quảng bá thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp trong và ngoài nước. Trong tình hình dịch cúm Covid 19, các biện pháp hỗ trợ cụ thể được áp dụng linh hoạt, phù hợp như:

Bộ Công Thương đã chỉ đạo các Tham tán Thương mại tích cực tổ chức các sự kiện giới thiệu, quảng bá ngành hàng ở địa bàn. Bộ Công Thương xây dựng và thực hiện các chương trình quảng bá Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam và sản phẩm Thương hiệu quốc gia trên các phương tiện truyền thông quốc tế và trên các địa bàn xuất khẩu chủ lực, mục tiêu;

Bộ Công Thương phối hợp với các bộ, ngành, đặc biệt là Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổ chức quảng bá Thương hiệu quốc gia Việt Nam và thương hiệu sản phẩm trong và ngoài nước.

Thực hiện các hoạt động tư vấn gián tiếp và trực tuyến hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực thiết kế sản phẩm, xây dựng thương hiệu đáp ứng được hệ thống tiêu chí của Chương trình;

Phối hợp với các địa phương xây dựng nội dung và kế hoạch, chiến lược tuyên truyền, quảng bá chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, thương hiệu sản phẩm được lựa chọn và xây dựng các sản phẩm truyền thông nhằm giúp tăng cường nhận biết các sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể của Việt Nam đến khách hàng, người tiêu dùng quốc tế thông qua các kênh thương mại điện tử, các sự kiện xúc tiến thương mại, các sự kiện ngoại giao ở nước ngoài;

Phối hợp với các tổ chức xúc tiến thương mại nước ngoài nghiên cứu thị trường, tìm kiếm thị trường xuất khẩu mới cho các sản phẩm xuất khẩu có lợi thế cạnh tranh;

Tăng cường các hoạt động kết nối doanh nghiệp với các nhà phân phối lớn trong nước nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm trong nước.

Các biện pháp của Bộ Công Thương một mặt hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá thương hiệu trong và ngoài nước, tăng cường giao dịch thương mại trong nước, mặt khác giúp doanh nghiệp củng cố, gia tăng sức mạnh thương hiệu sản phẩm, tạo đà xuất khẩu để sau khi dịch Covid 19 bị đẩy lùi, hoạt động sản xuất kinh doanh nhanh chóng được hồi phục, nền kinh tế trong nước và thế giới lấy lại đà tăng trưởng, thị trường trong và ngoài nước bùng nổ về nhu cầu hàng hóa thì các doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm Việt Nam sẽ là điểm sáng trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Theo Cục XTTM