

Thương hiệu quốc gia: Góp phần cải thiện vị thế thương hiệu Việt Nam

08:56 24/10/2018

Theo công bố gần đây của Brand Finance – một tổ chức định giá thương hiệu có tiếng trên thế giới – trong bảng xếp hạng 100 thương hiệu quốc gia giá trị nhất thế giới năm 2018, “Vietnam” được định giá 235 tỷ USD và nằm trong nhóm thương hiệu mạnh.

Vị trí của thương hiệu “Vietnam” được cải thiện hai bậc trên bảng xếp hạng, lên thứ 43 nhờ đóng góp của Chương trình Thương hiệu quốc gia (Vietnam Value) và nỗ lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Chính phủ.

Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam (THQG) 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 nhằm quảng bá hình ảnh quốc gia, thương hiệu quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ). Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương là cơ quan thường trực, chịu trách nhiệm phối hợp với các Bộ/ngành triển khai chương trình.

Các hoạt động của Chương trình được thực hiện bao gồm hai nội dung chính: Giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao nhận thức và tăng cường năng lực trong việc xây dựng, quảng bá, phát triển, bảo vệ thương hiệu nhằm hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu mạnh của doanh nghiệp, góp phần nâng cao vị thế thương hiệu các sản phẩm của Việt Nam; Lựa chọn các thương hiệu tiêu biểu của Việt Nam tham gia chương trình.



Lễ công bố các doanh nghiệp đạt Thương hiệu Quốc gia năm 2016

Việc lựa chọn các doanh nghiệp có thương hiệu sản phẩm đạt THQG được tiến hành hai năm một lần bắt đầu từ năm 2008, nhằm mục đích khuyến khích các doanh nghiệp tiếp tục chia sẻ và theo đuổi các giá trị của Chương trình Thương hiệu Quốc gia Việt Nam là Chất lượng - Đổi mới, sáng tạo - Năng lực tiên phong. Trên cơ sở phát huy các giá trị này, doanh nghiệp sẽ đại diện trong ngành, lĩnh vực mình kinh doanh, sản xuất dựa trên việc không ngừng đổi mới, sáng tạo và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Việc lựa chọn các thương hiệu sản phẩm đủ tiêu chuẩn gắn biểu trưng THQG chỉ là sự khởi đầu để các doanh nghiệp trở thành đối tác của chương trình. Theo đó, Chính phủ sẽ xây dựng các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực xây dựng, phát triển và quản trị thương hiệu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường, đồng thời giao Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao, Bộ Thông tin và Truyền thông và các bộ ngành liên quan khác thực hiện các hoạt động truyền thông, quảng bá cho thương hiệu của các sản phẩm, qua đó giúp quảng bá thương hiệu, hình ảnh quốc gia của Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế.

Năm 2018, Bộ Công Thương tiếp tục phối hợp với các cơ quan liên quan tổ chức đợt lựa chọn lần thứ 6 các doanh nghiệp Việt Nam có sản phẩm đủ điều kiện được mang Biểu trưng THQG. Dự kiến Lễ công bố các doanh nghiệp đạt Thương hiệu quốc gia 2018 sẽ được tổ chức vào ngày 20 tháng 12 năm 2018 tại Hà Nội.

Brand Finance là nhà tư vấn chiến lược và đánh giá hiện có văn phòng ở 20 quốc gia. Hãng này tính toán giá trị thương hiệu trong bảng xếp hạng theo phương pháp giảm thuế. Phương pháp này bao gồm xây dựng chỉ số sức mạnh thương hiệu, dự toán doanh thu có khả năng xảy ra trong tương lai được quy cho một thương hiệu và xem xét mức thuế suất sẽ bị tính cho việc sử dụng thương hiệu đó.

Minh Anh