

Hà Nội, ngày 20 tháng 12 năm 2021

**THÔNG TƯ**

**Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư 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 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 quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam.*

**Điều 1. 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 quy định Hệ thống tiêu chí của Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam**

1. Bổ sung Khoản 3 vào Điều 3 như sau:

“3. 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”.

2. Điểm a Khoản 2 Điều 6 được sửa đổi như sau:

“a) 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 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”.

**Điều 2. Bổ sung, thay thế một số Phụ lục 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**

1. Bổ sung Phụ lục 1a - Nội dung hoạt động của các đề án thuộc Chương trình Thương hiệu quốc gia Việt Nam vào trước Phụ lục 1 ban hành kèm theo 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.

2. Thay thế Phụ lục 2 ban hành kèm theo 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 bằng Phụ lục 2 - Tiêu chí xét chọn sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam ban hành kèm theo Thông tư này.

**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./.

**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).

**BỘ TRƯỞNG**



Nguyễn Hồng Diên

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

*(Ban hành kèm theo 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)*

**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;

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) Chính 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 NHẪM 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 đầu 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 2

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

(Ban hành kèm theo 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)

| STT      | Tiêu chí chấm điểm   | Đánh giá tiêu chí  | Điểm tối đa | Tổng điểm tối đa của mỗi Tiêu chí |
|----------|--|--|-------------|-----------------------------------|
| <b>1</b> | <b>Tiêu chí 1: Chất lượng</b>  |  |             | <b>300</b>                        |
| 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          |                                   |
| <b>2</b> | <b>Tiêu chí 2: Đổi mới, sáng tạo</b>   |  |             | <b>180</b>                        |
| 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          |                                   |

| 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 phận 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:<br>- tăng năng suất, tiết kiệm chi phí<br>- tăng cường hiệu quả công tác quản lý kiểm tra giám sát<br>- tạo sự thuận lợi cho khách hàng trong quy trình phục vụ<br>- 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   | <b>Tiêu chí 3: Năng lực tiên phong</b>               |  |             | <b>520</b>                        |
| 3.1 | Tầm nhìn doanh nghiệp                                | Nội dung tầm nhìn rõ ràng, súc tích, dễ hiểu và thực tế; đồng thời phân 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  |  |             |                                   |