

BỘ CÔNG THƯƠNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 984/QĐ-BCT

Hà Nội, ngày 06 tháng 03 năm 2012

QUYẾT ĐỊNH

VỀ VIỆC BAN HÀNH QUY CHẾ XÂY DỰNG VÀ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG THƯƠNG

Căn cứ Nghị định số 189/2007/NĐ-CP ngày 27 tháng 12 năm 2007 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương, đã được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 44/2011/NĐ-CP ngày 14 tháng 6 năm 2011 của Chính phủ;

Theo phê duyệt của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế Xây dựng và thực hiện Chương trình thương hiệu quốc gia tại Công văn số 9224/VPCP-KTTH ngày 28 tháng 12 năm 2011 của Văn phòng Chính phủ;

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

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Quy chế xây dựng và thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký. Chánh Văn phòng Bộ, Cục trưởng Cục Xúc tiến Thương mại, Vụ trưởng Vụ Tài chính, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ Công Thương và các cơ quan, tổ chức, đơn vị liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

BỘ TRƯỞNG

Nơi nhận:

- Như Điều 2;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan trực CP;
- UBND các tỉnh, TP trực thuộc TW;
- VPCP: Vụ KTTH;
- Website Bộ Công Thương;
- Lưu: Văn thư, XTTH

Vũ Huy Hoàng

QUY CHẾ

XÂY DỰNG VÀ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA
(Ban hành kèm theo Quyết định số 984/QĐ-BCT ngày 06 tháng 03 năm 2012 của Bộ trưởng Bộ Công Thương)

Chương 1.

QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh và đối tượng áp dụng

1. Quy chế này quy định việc xây dựng và thực hiện Chương trình Thương hiệu quốc gia (sau đây gọi tắt là Chương trình).
2. Quy chế này áp dụng đối với các tổ chức, doanh nghiệp đăng ký tham gia Chương trình, Hội đồng Thương hiệu quốc gia và các đơn vị quản lý Chương trình.

Điều 2. Chương trình Thương hiệu quốc gia

1. Chương trình Thương hiệu quốc gia là một chương trình xúc tiến thương mại dài hạn nhằm xây dựng, quảng bá tên thương mại, chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam trên thị trường trong và ngoài nước.
2. Biểu trưng của Chương trình Thương hiệu quốc gia (sau đây gọi tắt là Biểu trưng Thương hiệu quốc gia) có tựa đề Giá trị Việt Nam (Vietnam Value), được trao cho các sản phẩm đáp ứng hệ thống tiêu chí theo quy định tại Điều 4 Quy chế này và hướng dẫn cụ thể của Hội đồng Thương hiệu quốc gia.
3. Việc bình chọn các sản phẩm được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia tiến hành hai năm một lần. Căn cứ các quy định của pháp luật liên quan và các tiêu chí chủ yếu quy định tại Điều 4 Quy chế này, Hội đồng Thương hiệu quốc gia xây dựng và áp dụng các tiêu chí cụ thể theo ngành hàng cũng như quy trình bình chọn sản phẩm tham gia Chương trình được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia.
4. Thời hạn sản phẩm được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia là hai năm. Kết thúc thời hạn hai năm kể từ ngày Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia ký quyết định công nhận, sản phẩm phải được bình chọn lại để được tiếp tục mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia theo quy định tại Quy chế này.
5. Doanh nghiệp Việt Nam thuộc mọi thành phần kinh tế được thành lập theo quy định của pháp luật có quyền đăng ký sản phẩm của mình tham gia Chương trình.

Các doanh nghiệp có sản phẩm tham gia Chương trình phải tuân thủ nghĩa vụ và được hưởng quyền lợi theo quy định tại Quy chế này.

Điều 3. Mục tiêu của Chương trình Thương hiệu quốc gia

1. Tăng cường sự nhận biết của các nhà phân phối và người tiêu dùng trong và ngoài nước đối với các sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam; tạo sự tin cậy và ưa thích của người tiêu dùng đối với hàng hóa, dịch vụ và nhà sản xuất Việt Nam.
2. Tăng giá trị nội hàm của Biểu trưng Thương hiệu quốc gia thông qua việc nâng cao những giá trị nền tảng của thương hiệu là chất lượng sản phẩm và hiệu quả của quy trình sản xuất, kinh doanh chuyên nghiệp, góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các thương hiệu Việt Nam trong quá trình hội nhập.
3. Tăng cường liên kết và phối hợp hoạt động của các cơ quan và tổ chức hữu quan trong một hệ thống đồng bộ để gia tăng hiệu quả hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực cạnh tranh từ quá trình phát triển thương hiệu.
4. Xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có sản phẩm chất lượng và khả năng cạnh tranh cao trên thị trường trong nước và quốc tế.

Điều 4. Tiêu chí chủ yếu để sản phẩm tham gia Chương trình được bình chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia

Các tiêu chí chủ yếu để sản phẩm tham gia Chương trình được bình chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia bao gồm:

1. Là kết quả của quy trình sản xuất và quản trị kinh doanh hiện đại, đáp ứng các yêu cầu, quy định của các cơ quan chức năng có thẩm quyền trong từng thời kỳ.
2. Được sản xuất và cung ứng bằng công nghệ tiên tiến, thân thiện môi trường, sử dụng nguyên vật liệu trong nước và có khả năng xuất khẩu và thay thế sản phẩm nhập khẩu.
3. Chất lượng sản phẩm được đảm bảo bằng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến và được công nhận theo các quy định của pháp luật hiện hành.
4. Thiết kế và công năng sử dụng có tính ưu việt và sáng tạo.
5. Thương hiệu sản phẩm được đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam và được sở hữu bởi các doanh nghiệp, tổ chức kinh doanh thành lập tại Việt Nam.
6. Có chiến lược xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu; có bộ máy chuyên trách quản trị thương hiệu.
7. Chiếm tỷ trọng lớn trên thị trường nội địa và trong kim ngạch xuất khẩu.

8. Được người tiêu dùng bình chọn.

Điều 5. Quyền lợi và nghĩa vụ của doanh nghiệp khi tham gia Chương trình

1. Quyền lợi của doanh nghiệp có sản phẩm tham gia Chương trình:

- a) Được tham gia các hoạt động có hỗ trợ của Chương trình Thương hiệu quốc gia từ nguồn ngân sách nhà nước;
- b) Được hỗ trợ tư vấn về đăng ký nhãn hiệu sản phẩm, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý ở trong và ngoài nước;
- c) Được sử dụng cơ sở dữ liệu thông tin thị trường, sản phẩm và khách hàng của Chương trình;

2. Quyền lợi của doanh nghiệp có sản phẩm được lựa chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia:

- a) Các nội dung quy định tại khoản 1 Điều này;
- b) Được đề xuất sáng kiến xây dựng chiến lược, chương trình hành động cụ thể của Chương trình;
- c) Được phép sử dụng Biểu trưng Thương hiệu quốc gia và hệ thống nhận diện Thương hiệu quốc gia trong công tác quản trị kinh doanh và truyền thông thương hiệu (theo Quy chế quản lý và sử dụng biểu trưng của Chương trình)
- d) Được tham gia các hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước, các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia do Hội đồng Thương hiệu quốc gia đề xuất;
- e) Được hỗ trợ pháp lý trong tranh chấp thương mại về thương hiệu, nhãn hiệu hàng hóa.

3. Nghĩa vụ của doanh nghiệp có sản phẩm tham gia Chương trình, được lựa chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia:

- a) Tuân thủ các quy định và quy chế của Chương trình;
- b) Tổ chức và quản lý kinh doanh theo đúng quy định của pháp luật Việt Nam và quốc tế;
- c) Đảm bảo duy trì và thỏa mãn các điều kiện tiêu chí của sản phẩm được bình chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia trong suốt thời gian được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia;
- d) Đóng góp các chi phí (nếu có).

Chương 2.

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Điều 6. Xây dựng môi trường phát triển thương hiệu

1. Phối hợp các chương trình và hoạt động có sự tương đồng về mục tiêu và nội dung do các Bộ, ngành và tổ chức hữu quan đang thực hiện nhằm tạo lập cơ chế chính sách đồng bộ và sử dụng hiệu quả nguồn lực của Nhà nước dành cho lĩnh vực xây dựng thương hiệu sản phẩm.
2. Xây dựng mô hình hợp tác giữa nhà nước và doanh nghiệp để hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm ở trong và ngoài nước.
3. Nghiên cứu, đề xuất lĩnh vực ngành hàng, sản phẩm ưu tiên trong từng thời kỳ để xây dựng các đề án phát triển thương hiệu trọng điểm phù hợp với tiến trình phát triển kinh tế của đất nước.

Điều 7. Xây dựng năng lực phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp

1. Tổ chức các diễn đàn, hội thảo, hội nghị để tổng kết và chia sẻ kinh nghiệm, kỹ năng xây dựng thương hiệu thành công.
2. Phối hợp với một số cơ sở đào tạo, chuyên gia trong và ngoài nước thực hiện các chương trình đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh và quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp, tập trung vào các nội dung: lãnh đạo doanh nghiệp và xây dựng thương hiệu, xác lập hình ảnh thương hiệu, quản trị thương hiệu và chiến lược thương hiệu, bảo vệ và phát triển thương hiệu.
3. Tổ chức nghiên cứu, biên soạn và phát hành các báo cáo, ấn phẩm, tài liệu tham khảo về thị trường, về kiến thức, mô hình xây dựng chiến lược thương hiệu thành công cho doanh nghiệp; tư vấn, hỗ trợ cho doanh nghiệp về phương thức xây dựng và phát triển thương hiệu trong điều kiện Việt Nam.
4. Xây dựng cổng thông tin điện tử của Chương trình để chia sẻ cơ sở dữ liệu và cập nhật thông tin về lĩnh vực xây dựng thương hiệu ở trong và ngoài nước.
5. Xây dựng mạng lưới hỗ trợ phát triển thương hiệu, bao gồm đại diện doanh nghiệp và chuyên gia tư vấn trong lĩnh vực quản trị doanh nghiệp và xây dựng thương hiệu nhằm tăng cường hợp tác chia sẻ và hỗ trợ tư vấn trên cơ sở khuyến khích các sáng kiến của doanh nghiệp trong khuôn khổ chương trình.
6. Hỗ trợ, tư vấn giúp các doanh nghiệp đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình và tham gia bình chọn được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia.
7. Tư vấn, hướng dẫn và quản lý việc sử dụng Biểu trưng Thương hiệu quốc gia đối với các doanh nghiệp có sản phẩm được bình chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia.

Điều 8. Xây dựng và phát triển thương hiệu theo ngành hàng

1. Hỗ trợ các hiệp hội ngành hàng xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu cho các mặt hàng xuất khẩu có thế mạnh và khả năng cạnh tranh.
2. Hỗ trợ các hiệp hội ngành hàng nâng cao năng lực phát triển thương hiệu theo ngành hàng thông qua các chương trình đào tạo, tập huấn; hỗ trợ chuyên gia xây dựng và quản trị thương hiệu.
3. Phối hợp với các cơ quan, tổ chức quản lý chất lượng trong và ngoài nước thực hiện các chương trình tư vấn, đào tạo, hỗ trợ doanh nghiệp trong ngành hàng nâng cao năng lực quản lý chất lượng và đổi mới quy trình sản xuất kinh doanh.
4. Hướng dẫn và hỗ trợ các hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp trong việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến các mặt hàng xuất khẩu tiềm năng, các mặt hàng mang chỉ dẫn địa lý tại thị trường trong và ngoài nước.
5. Phối hợp với các hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp thực hiện các hoạt động quảng bá thương hiệu, chỉ dẫn địa lý trên thị trường trong và ngoài nước.
6. Hỗ trợ các hiệp hội ngành hàng tiếp cận các nguồn tài trợ, dự án và chương trình hợp tác kỹ thuật của nước ngoài liên quan đến phát triển thương hiệu.

Điều 9. Quảng bá Thương hiệu quốc gia và các sản phẩm tham gia Chương trình

1. Xây dựng và thực hiện các chương trình quảng bá chung về Chương trình Thương hiệu quốc gia, Biểu trưng Thương hiệu quốc gia và toàn bộ các sản phẩm tham gia Chương trình, dưới hình thức tổ chức sự kiện; quảng cáo ngoài trời; ấn phẩm, tài liệu đa phương tiện; đoạn phim quảng bá, trưng mục quảng cáo và bài viết trên các phương tiện thông tin đại chúng, trang thông tin điện tử.
2. Xây dựng và thực hiện các chương trình quảng bá trên đài phát thanh, truyền hình theo hình thức phóng sự, quảng cáo, chuyên mục “sản phẩm - thương hiệu” để giới thiệu từng thương hiệu sản phẩm với mục đích khuyến khích sử dụng hàng hóa và dịch vụ mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia hoặc các sản phẩm khác có uy tín do Việt Nam sản xuất.
3. Tổ chức các khu trưng bày và điểm giới thiệu về Chương trình Thương hiệu quốc gia, Biểu trưng Thương hiệu quốc gia và các sản phẩm tham gia Chương trình tại các hội chợ, triển lãm và các sự kiện thương mại ở trong và ngoài nước.
4. Tổ chức các chương trình tiếp xúc, khảo sát thị trường và giao thương cho các doanh nghiệp với các đối tác liên quan.
5. Thực hiện các chương trình truyền thông trực tuyến, quảng bá cho các doanh nghiệp và thương hiệu sản phẩm Việt Nam.

6. Tổ chức Giải thưởng xuất khẩu quốc gia nhằm bình chọn và tôn vinh các doanh nghiệp Việt Nam có thành tích xuất sắc trong kinh doanh xuất khẩu, đặc biệt là doanh nghiệp có sản phẩm tham gia Chương trình và khuyến khích cộng đồng doanh nghiệp phát triển kinh doanh theo các giá trị của Chương trình.

7. Xây dựng chương trình tuyên truyền quảng bá, giáo dục ý thức tự hào dân tộc qua việc sử dụng sản phẩm mang thương hiệu Việt Nam cho người tiêu dùng trong nước và người Việt Nam ở nước ngoài.

Chương 3.

XÂY DỰNG VÀ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

Điều 10. Đơn vị quản lý Chương trình

1. Hội đồng Thương hiệu quốc gia, do Bộ trưởng Bộ Công Thương làm Chủ tịch Hội đồng; một Thứ trưởng Bộ Công Thương làm Phó Chủ tịch Hội đồng và các ủy viên là đại diện các Bộ/ngành và tổ chức liên quan. Hội đồng Thương hiệu quốc gia có các chức năng, nhiệm vụ sau:

- a) Phê duyệt và chỉ đạo thực hiện các nội dung của Chương trình;
- b) Tư vấn cho Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ về xây dựng, phát triển, quảng bá thương hiệu sản phẩm và hình ảnh quốc gia Việt Nam;
- c) Phê duyệt và hướng dẫn hệ thống các tiêu chí sản phẩm tham gia Chương trình; các tiêu chí cụ thể, quy trình bình chọn sản phẩm được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia; hệ thống các tiêu chí, quy trình bình chọn Giải thưởng xuất khẩu quốc gia;
- d) Chủ trì thực hiện bình chọn các sản phẩm tham gia Chương trình được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia và các doanh nghiệp đạt Giải thưởng xuất khẩu quốc gia của Chương trình;
- đ) Định kỳ hàng năm và giai đoạn 5 năm, tổng hợp đánh giá kết quả, báo cáo Thủ tướng Chính phủ về tình hình thực hiện Chương trình.

2. Bộ trưởng Bộ Công Thương thành lập và ban hành Quy chế làm việc của Hội đồng các Ban chuyên gia, do lãnh đạo Bộ Công Thương làm Chủ tịch và thành viên là đại diện của các Bộ/ngành, tổ chức và cá nhân liên quan. Hội đồng các Ban chuyên gia có các chức năng, nhiệm vụ sau:

- a) Nghiên cứu, soạn thảo và đề xuất hệ thống các tiêu chí cụ thể, quy trình bình chọn sản phẩm được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia; hệ thống các tiêu chí, quy trình bình chọn các doanh nghiệp đạt Giải thưởng xuất khẩu quốc gia;

b) Thẩm định hồ sơ; điều tra và thẩm định thực tế các doanh nghiệp đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình Thương hiệu quốc gia;

c) Lập báo cáo đánh giá kết quả bình chọn sản phẩm được mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia;

d) Thực hiện các hoạt động tham vấn có tính chất chuyên môn thuộc Chương trình.

3. Bộ trưởng Bộ Công Thương thành lập và ban hành Quy chế làm việc của Ban Thư ký Chương trình, do Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại làm Trưởng ban, đặt tại Cục Xúc tiến thương mại và được sử dụng con dấu của Cục Xúc tiến thương mại. Ban Thư ký Chương trình có các chức năng, nhiệm vụ sau:

a) Giúp việc và hỗ trợ Hội đồng Thương hiệu quốc gia để quản lý, tổ chức thực hiện và kiểm tra các nội dung hoạt động của Chương trình;

b) Tổng hợp các đề xuất, xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch hoạt động, kế hoạch tài chính hàng năm của Chương trình;

c) Hướng dẫn việc xây dựng, tiếp nhận, đánh giá sơ bộ các hồ sơ của doanh nghiệp đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình;

d) Phối hợp và hỗ trợ các Ban Chuyên gia thẩm định hồ sơ của các doanh nghiệp đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình;

đ) Quản lý, sử dụng kinh phí theo chế độ tài chính hiện hành.

Điều 11. Xây dựng kế hoạch hoạt động của Chương trình

1. Căn cứ vào mục tiêu, định hướng hoạt động của Chương trình Thương hiệu quốc gia và trên cơ sở nhu cầu, đề xuất của các tổ chức, doanh nghiệp tham gia Chương trình, Ban Thư ký Chương trình (Cục Xúc tiến thương mại) xây dựng kế hoạch hoạt động nhiều năm và hàng năm trình Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia phê duyệt.

2. Kế hoạch hoạt động nhiều năm được xây dựng trên cơ sở định hướng chiến lược phát triển xuất khẩu và nội dung hoạt động ưu tiên của Chương trình cho từng giai đoạn.

3. Kế hoạch hoạt động hàng năm được xây dựng trên cơ sở kế hoạch hoạt động nhiều năm, có sự tham vấn của các doanh nghiệp tham gia Chương trình và các tổ chức liên quan.

4. Kế hoạch hoạt động hàng năm phải đáp ứng các yêu cầu sau:

a) Phù hợp với nội dung kế hoạch nhiều năm đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;

b) Phù hợp với nội dung hoạt động của Chương trình quy định tại các Điều 6, 7, 8 và 9 Quy chế này;

c) Đảm bảo tính khả thi về phương thức triển khai; thời gian và tiến độ triển khai; nguồn nhân lực, tài chính và cơ sở vật chất kỹ thuật.

Điều 12. Phê duyệt kế hoạch hoạt động nhiều năm và hàng năm của Chương trình

Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia ra quyết định phê duyệt kế hoạch hoạt động nhiều năm và hàng năm của Chương trình trước ngày 01 tháng 7 của năm trước năm kế hoạch.

Điều 13. Điều chỉnh, thay đổi và chấm dứt thực hiện nội dung Chương trình

1. Trường hợp có điều chỉnh, thay đổi hoặc chấm dứt nội dung hoạt động trong kế hoạch đã được phê duyệt, Ban Thư ký Chương trình (Cục Xúc tiến thương mại phải giải thích rõ lý do và trình phương án điều chỉnh lên Chủ tịch Hội đồng Thương hiệu quốc gia xem xét, quyết định.

2. Trên cơ sở quyết định điều chỉnh kế hoạch thực hiện Chương trình, Bộ Công Thương thực hiện việc điều chuyển kinh phí còn dư (nếu có) để bổ sung cho các hoạt động mới và các hoạt động đã phê duyệt nhưng phát sinh tăng kinh phí.

Điều 14. Kinh phí thực hiện Chương trình

1. Kinh phí thực hiện Chương trình được hình thành từ các nguồn sau:

a) Ngân sách nhà nước cấp hàng năm và được giao trong dự toán chi thường xuyên của Bộ Công Thương;

b) Tài trợ của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước;

c) Nguồn thu hợp pháp khác theo quy định của pháp luật.

2. Cục Xúc tiến thương mại xây dựng kế hoạch, dự toán kinh phí các hoạt động của Chương trình và tổng hợp vào dự toán ngân sách hàng năm của Bộ Công Thương, trình các cơ quan nhà nước có thẩm quyền phê duyệt theo quy định của pháp luật.

3. Kinh phí thực hiện Chương trình từ nguồn ngân sách nhà nước được sử dụng cho các nội dung sau:

a) Tổ chức và thực hiện các nội dung hoạt động của Chương trình quy định tại Chương II Quy chế này;

b) Các hoạt động khảo sát học tập kinh nghiệm quốc tế về việc tổ chức, thực hiện Chương trình; thuê tư vấn trong, ngoài nước để thực hiện một số hoạt động nghiên cứu,

phân tích thị trường, xây dựng và phát triển Chương trình Thương hiệu quốc gia và tư vấn thực hiện các hoạt động hỗ trợ của Chương trình;

c) Hoạt động của Hội đồng Thương hiệu quốc gia và các cơ quan giúp việc cho Hội đồng;

d) Các hoạt động khác phục vụ việc thực hiện Chương trình.

4. Các khoản thu từ nguồn tài trợ và khoản thu hợp pháp khác theo quy định pháp luật được coi là các khoản kinh phí bổ sung để nâng cao hiệu quả của Chương trình.

Chương 4.

XỬ LÝ VI PHẠM

Điều 15. Xử lý vi phạm

1. Các tổ chức và cá nhân có hành vi vi phạm Quy chế này, tùy theo mức độ vi phạm sẽ bị xử lý theo pháp luật hiện hành.

2. Trường hợp các doanh nghiệp có sản phẩm được lựa chọn mang Biểu trưng Thương hiệu quốc gia có vi phạm các quy định và quy chế của Chương trình sẽ ngay lập tức bị thu hồi quyền sử dụng Biểu trưng Thương hiệu quốc gia./.