**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**PHIẾU ĐỀ NGHỊ**

**Hỗ trợ kinh phí thực hiện dự án sở hữu trí tuệ**

**Kính gửi: Sở Khoa học và Công nghệ thành phố Cần Thơ**

**1. Tên tổ chức đăng ký chủ trì dự án:**

**TRUNG TÂM THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CẦN THƠ**

**2. Địa chỉ:** 118/3 Trần Phú, phường Cái Khế, quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ

**3. Điện thoại:** 0292 3 824 031

**4. Loại hình hoạt động:** Đơn vị sự nghiệp công lập.

**5. Họ và tên cá nhân đăng ký chủ trì thực hiện dự án:**

* Họ và Tên: ThS. Lê Thị Ngọc Hương
* Đơn vị công tác: Trung tâm Thông tin Khoa học và Công nghệ thành phố Cần Thơ
* Chức vụ: Trưởng phòng Dịch vụ Khoa học và Công nghệ
* Địa chỉ: 118/3 Trần Phú, phường Cái Khế, quận Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ.
* Điện thoại: 0976 675 287; Email: ltnhuong@cantho.gov.vn

**6. Tên dự án đăng ký thực hiện:** “Phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt”

**7. Lý do thực hiện dự án của doanh nghiệp/tổ chức:**

Trong nhiều năm qua, gạo luôn là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Theo Tổng Cục Thống kê, hằng năm, lượng gạo của Việt Nam xuất khẩu chiếm khoảng 15% tổng lượng gạo xuất khẩu trên thế giới. Năm 2019, Việt Nam xuất khẩu khoảng 6,5 triệu tấn lúa gạo, tiếp tục đứng vị trí thứ 2 thế giới về xuất khẩu gạo. Tuy nhiên, trong bối cảnh thị trường thế giới có sự cạnh tranh gay gắt, nhu cầu tiêu thụ gạo đang giảm đi, trong khi các nước tăng cường chấn hưng nông nghiệp, gia tăng nguồn cung trong nước, nên mặc dù sản lượng xuất khẩu gạo của Việt Nam tiếp tục tăng, nhưng kim ngạch lại giảm khá mạnh. Giá xuất khẩu gạo năm 2019 liên tục giảm và duy trì ở mức thấp hơn nhiều so với năm 2018. Trước tình hình đó buộc gạo là mặt hàng xuất khẩu truyền thống phải cạnh tranh để thay đổi, phát triển. Không chỉ chú trọng tăng năng suất, sản lượng, việc xây dựng thương hiệu chất lượng gạo Việt sẽ là động lực quan trọng để chúng ta khẳng định vị thế gạo Việt trên thị trường quốc tế.

Là vựa lúa lớn nhất của cả nước, hằng năm, đồng bằng sông Cửu Long cung cấp trên 50% sản lượng gạo quốc gia, 90% sản lượng gạo xuất khẩu(1). Trong đó, TP Cần Thơ là Trung tâm kinh tế, xã hội của vùng với diện tích đất lúa khoảng 88.000ha. Mỗi năm nông dân thành phố sản xuất trên dưới 240.000ha lúa trong 3 vụ, với sản lượng khoảng 1,4 triệu tấn/năm. Trong đó, có trên 75% là lúa chất lượng cao và lúa thơm đặc sản(2). Để nâng cao khả năng cạnh tranh cho gạo Cần Thơ, trong những năm qua, thành phố không ngừng đưa ra các chính sách nhằm nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, từ việc xây dựng cánh đồng mẫu lớn để áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ đến việc đưa ra định hướng phát triển gạo nên nền tảng “sạch” và “an toàn”, thành phố còn không ngừng đưa ra các chương trình phát triển cho thương hiệu gạo nói riêng và nông sản nói chung.

Thông qua các chương trình tuyên truyền, phổ biến kiến thức, pháp luật về sở hữu trí tuệ và hỗ trợ đăng ký xác lập quyền cho các nông sản trên địa bàn, đến nay trên địa bàn thành phố Cần Thơ có nhiều nhãn hiệu gạo đã được đăng ký bảo hộ như: Gạo “Trung Thạnh”, “My Hậu”, “Khang Việt”,… trong đó có nhãn hiệu “Gạo sạch Thạnh Đạt” của Hợp tác xã (HTX) Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt. HTX Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt được thành lập từ tháng 6-2016, có 157 thành viên; trong đó có 10 thành viên trong Hội đồng quản trị. Những năm qua, các thành viên trồng lúa theo tiêu chí sạch trên tổng diện tích 360ha với các giống lúa gạo chủ lực là Ngọc đỏ hương dứa. Được Cục Sở hữu Trí cấp giấy chứng nhận độc quyền nhãn hiệu hàng hóa vào ngày 7 tháng 5 năm 2019, Gạo Sạch Thạnh Đạt là một trong những nhãn hiệu tập thể tiên phong trong việc xây dựng thương hiệu gạo sạch tại huyện Vĩnh Thạnh, TP Cần Thơ, đây là tín hiệu vui, động viên tinh thần bà con xã viên tiếp tục phát triển diện tích trồng lúa theo hướng an toàn.

Mặc dù đã tạo dựng được nền tảng ban đầu cho việc định hình và phát triển thương hiệu nhưng theo đánh giá của HTX Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt, trong thời gian qua việc xây dựng, khai thác và phát triển thương hiệu chưa được đẩy mạnh do HTX thiếu vốn đầu tư và đa phần nông dân chưa có kinh nghiệm và kiến thức trong hoạt động quảng bá, phát triển thương hiệu. Do đó, tình hình tiêu thụ sản phẩm vẫn ở quy mô nhỏ lẻ, chưa mở rộng thị trường và kênh phân phối cũng như chưa tạo dựng được hình ảnh thương hiệu rỏ nét trong tâm trí của người tiêu dùng.

Trước thực trạng trên, nhằm giúp quảng bá, giới thiệu gạo sạch Thạnh Đạt đến với người tiêu dùng trong và ngoài thành phố Cần Thơ, đồng thời nâng cao chất lượng của sản phẩm thông qua thực hành sản xuất theo chuẩn VietGAP, góp phần xây dựng chuỗi giá trị nông sản, từ đó giúp định vị và phát triển thương hiệu, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường và tăng giá trị của gạo sạch Thạnh Đạt, giúp phát triển kinh tế nông hộ trên địa bàn huyện Vĩnh Thạnh nói riêng và toàn thành phố Cần Thơ, đó là lý do đề xuất thực hiện dự án “Phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt”.

**8. Tóm tắt nội dung thực hiện: dự án được thực hiện xoay quanh các nội dung sau đây:**

**Nội dung 1:** Đào tạo nâng cao năng lực về nhận dạng, xác lập, quản lý và phát triển thương hiệu

Thương hiệu được xem là tài sản vô hình nhưng lại mang đến giá trị hữu hình cho mỗi doanh nghiệp, nó tạo nên điểm khác biệt cho sản phẩm, xây dựng hình ảnh, nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, qua đó góp phần giúp doanh nghiệp duy trì, mở rộng, phát triển thị trường trong và ngoài nước. Đối với các doanh nghiệp, để phát triển thương hiệu cần có đội ngũ chuyên nghiệp có nhiều kinh nghiệm trong việc nhận dạng, đăng ký xác lập, quản lý vận hành và phát triển. Tuy nhiên, đối với các sản phẩm nông nghiệp, nông dân là người quản lý trực tiếp nhưng có rất ít thông tin và kiến thức chuyên sâu về thương hiệu.

Do đó, trong khuôn khổ dự án sẽ triển khai các khóa đào tạo tổng quan về thương hiệu nhằm nâng cao nhận thức của nông dân về tầm quan trọng của việc xây dựng thương hiệu, hướng dẫn cách xác lập và cung cấp những công cụ cần thiết để quản lý và phát triển thương hiệu. Trong đó, dự án chú trọng các chuyên đề đào tạo cơ bản về kỹ năng và các công cụ marketing cho nông dân nhằm giúp nông dân chủ động, sáng tạo trong quá trình quảng bá, giới thiệu sản phẩm đến với thị trường, hỗ trợ đắc lực trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm.

**Nội dung 2:** Xây dựng hệ thống nhận dạng thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt

Hệ thống nhận diện thương hiệu là toàn bộ những gì có thể nhìn thấy đại diện cho thương hiệu hay làm gợi nhớ đến thương hiệu đó. Nó được xây dựng dựa trên tính chất sản phẩm, tính chất tổ chức hay hình ảnh mà thương hiệu muốn truyền đạt đến khách hàng, gồm tất cả các loại hình và cách thức mà thương hiệu có thể tiếp cận với khách hàng như: Thiết kế khẩu hiệu, nhạc hiệu, bao bì, nhãn mác, các mẫu [quảng cáo](https://vi.wikipedia.org/wiki/Qu%E1%BA%A3ng_c%C3%A1o), các vật phẩm hỗ trợ quảng cáo (hiệu kỳ, áo mũ...) Ngoài ra còn có các phương tiện vận tải, bảng hiệu [công ty](https://vi.wikipedia.org/wiki/C%C3%B4ng_ty), các loại ấn phẩm [công sở](https://vi.wikipedia.org/wiki/C%C3%B4ng_s%E1%BB%9F), hệ thống phân phối, chuỗi các cửa hàng và các hình thức quảng cáo, sự kiện khác.

Là một trong những yếu tố quan trọng không thể thiếu trong hoạt động marketing của doanh nghiệp, hệ thống nhận diện thương hiệu là công cụ quảng bá hình ảnh đầy hiệu quả, nó không những tạo dựng niềm tin đối với thành viên trong doanh nghiệp và khách hàng mà còn giúp gia tăng lợi thế cạnh tranh, nâng cao giá trị sản phẩm và mang lại lợi ích kinh tế thiết thực đối với doanh nghiệp.

Chính vì những lợi ích trên mà hệ thống nhận diện cần được xây dựng trong khuôn khổ dự án phát triển thương hiệu đối với sản phẩm Gạo sạch Thạnh Đạt. Trên nền tảng nhãn hiệu đã được Cục Sở hữu Trí tuệ cấp bằng độc quyền nhãn hiệu tập thể, dự án sẽ xây dựng hệ thống đồng bộ các sản phẩm nhận diện thương hiệu với các nội dung sau:

**- Nhận diện thông qua ấn phẩm truyền thông:** Ấn phẩm truyền thông là tên gọi chung cho những ấn phẩm phục vụ việc quảng bá hoạt động, hình ảnh cho HTX và sản phẩm Gạo sạch Thạnh Đạt. Nhằm đưa những thông tin, hình ảnh đó đến khách hàng một cách gần gũi và tự nhiên, dự án tiến hành xây dựng bộ ấn phẩm online và ấn phẩm offline:

*+* ***Ấn phẩm online:*** Ấn phẩm truyên thông online là những ấn phẩm được thiết kế nhằm quảng bá hình ảnh doanh nghiệp thông qua internet. Với tốc độ phát triển của mạng xã hội ngày nay, các loại ấn phẩm online ngày càng được sử dụng nhiều trong quảng bá trực tuyến trên các mạng xã hội, các ấn phẩm điện tử. Vì thế, dự án phát hành bộ ấn phẩm gồm: Avatar và cover facebook, Banner online, video, Footer thư điện tử.

*+* ***Ấn phẩm offline (ấn phẩm in):*** Ấn phẩm offline là những ấn phẩm tạo ấn tượng với khách hàng trực tiếp. Những mẫu ấn phẩm này được thiết kế, in ấn và đặt ở những nơi dễ dàng nhìn thấy hoặc gửi trực tiếp đến khách hàng thông qua các sự kiện. Cụ thể, trong dự án này sẽ tiến hành thiết kế và in ấn các sản phẩm như Name card, Brochure, Tờ rơi, Poster, Pano quảng cáo ngoài trời.

**- Nhận diện trên bao bì:** Ngoài các chức năng chứa đựng sản phẩm phục vụ cho mục đích vận chuyển, lưu kho, bảo quản, trưng bày sản phẩm dễ dàng cũng như bảo vệ sản phẩm khỏi hư hỏng biến dạng, giảm chất lượng… bao bì còn cung cấp các thông tin cần thiết giúp khách hàng hiểu hơn về sản phẩm trước khi ra quyết định mua hàng. Qua đó cho thấy bao bì thật sự cần thiết và quan trọng đối với hầu hết mọi sản phầm với vai trò marketing vô cùng tích cực. Vì vậy, nhằm quảng bá hình ảnh, thông tin về HTX cũng như sản phẩm Gạo sạch Thạnh Đạt đến với người tiêu dùng, dự án tiến hành thiết kế hệ thống nhận diện trên bao bì với các kích cỡ bao bì từ nhỏ đến lớn đáp ứng cho từng đối tượng khách hàng khác nhau.

- **Nhận diện trên vật phẩm:** Vật phẩm quảng cáo là là những sản phẩm có in các biểu tượng mà người sở hữu muốn giới thiệu đến người xem, các biểu tượng này có thể là hình ảnh sản phẩm, logo thương hiệu, chữ viết... nhằm mục đích thúc đẩy hoạt động kinh doanh, gia tăng doanh số bán hàng. Do đó, thiết kế các vật phẩm quảng cáo là một trong những hoạt động rất cần thiết đối với việc định vị thương hiệu trong tâm trí khách hàng. Các vật phẩm được thực hiện trong dự án gồm: Áo mưa, Đồng phục và thẻ đeo dành cho các thành viên trong HTX, bút, sổ tay, túi xách,…

**- Nhận diện thương hiệu qua không gian:** Nếu như xây dựng thương hiệu qua các kênh truyền thông là việc sử dụng khéo léo các yếu tố ngôn ngữ, hình ảnh và âm thanh thì việc xây dựng không gian thương hiệu giúp doanh nghiệp “hiện thực hóa” những giá trị thương hiệu một cách trực quan và sinh động. Không gian thương hiệu là một địa điểm được thiết kế với mục đích giúp những người hoạt động và tương tác trong đó cảm nhận được những cảm xúc mà thương hiệu muốn truyền tải sinh động qua thị giác và xúc giác. Trong khuôn khổ này, dự án sẽ bước đầu xây dựng và bố trí điểm trưng bày sản phẩm với việc chú trọng 4 yếu tố gồm màu sắc, âm thanh, ánh sáng và nội thất.

**Nội dung 3:** Xây dựng kênh thông tin về thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt

Với mục đích xây dựng nguồn thông tin đáng tin cậy, phổ biến thông tin nhanh và kịp thời đến người dùng, giúp đối tượng khai thác thông tin hiểu rõ hơn nguồn gốc xuất sứ của sản phẩm, cập nhật thông tin nhanh và hiệu quả, góp phần nâng cao năng lực thông tin về thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt với thị trường tiêu thụ sản phẩm và người tiêu dùng sản phẩm. Trong nội dung này, dự án sẽ tiến hành hai hoạt động chính nhằm phục vụ công tác thông tin và truyền thông phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt.

* Kênh thông tin về thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt: đây là hệ thống giới thiệu tổ chức, cá nhân sản xuất sản phẩm; thông tin, hình ảnh cũng như các hoạt động thông tin truyền thông và thị trường của thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt. Trong nội dung của hoạt động này, Dự án dự kiến kế thừa và nghiên cứu xây dựng bổ sung chức năng về thông tin thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt trên hệ thống các chức năng của chuyên trang sở hữu trí tuệ (www.sohuutritue.cantho.gov.vn) từ dự án “*Tuyên truyền phổ biến kiến thức, pháp luật, khai thác thông tin và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ*” thuộc Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ thành phố Cần Thơ giai đoạn 2016 – 2020.
* Hệ thống lưu trữ thông tin sản phẩm: đây là hệ thống được xây dựng nhằm phục vụ mục đích lưu trữ thông tin sản phẩm trong quá trình sản xuất qua từng công đoạn như: lai tạo, nuôi cấy, gieo trồng,…; chăm sóc; chế biến; phân phối và đến người tiêu dùng. Đồng thời, hệ thống giúp tăng cường minh bạch thông tin, gia tăng giá trị nhãn hiệu hàng hóa sản phẩm và đây cũng là hệ thống có khả năng giúp theo dõi, nhận diện được một đơn vị sản phẩm của một tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp qua từng công đoạn của quá trình sản xuất. Hệ thống được xây dựng và tích hợp với kênh thông tin về thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt trên cùng một hệ thống chuyên trang sở hữu trí tuệ (www.sohuutritue.cantho.gov.vn).

**Nội dung 4:** Phát triển truyền thông phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt

Truyền thông thương hiệu là hoạt động đầu tiên mà tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp cần phải hướng đến để đưa sản phẩm tiếp cận khách hàng một cách rộng rãi, giúp người tiêu dùng biết đến sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp một cách nhanh nhất. Đồng thời, truyền thông thương hiệu còn là công cụ để khách hàng phản ánh về chất lượng hình ảnh sản phẩm giúp doanh nghiệp không ngừng cải tiến để những sản phẩm ngày càng hoàn thiện trước khi đến được với người tiêu dùng.

Trong nghiên cứu này, Truyền thông thương hiệu ngoài việc quảng bá hình ảnh thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt, giới thiệu sản phẩm Gạo sạch Thạnh Đạt đến người tiêu dùng mà còn giúp các thành viên Hợp tác xã Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt liên kết cùng sản xuất tạo ra sản phẩm có giá trị thương mại lớn, chất lượng đồng đều và đồng thời giúp thành viên Hợp tác xã Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt nâng cao năng lực quản lý và phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt. Các nội dung trong hoạt động này bao gồm các hoạt động:

* Truyền thông - Quảng bá: Xây dựng các kênh truyền thông trên mạng xã hội như YouTube, Zalo, facebook để đăng tải các sản phẩm truyền thông được thiết kế ở nội dung 1.
* Hội thảo - Triển lãm: Tham gia giới thiệu sản phẩm tại hội thảo, hội nghị, sự kiện trưng bày, triển lãm liên quan đến sản phẩm và lĩnh vực nông nghiệp.
* Đào tạo – Tập huấn: Dự án xây dựng khung chương trình đào tạo quản lý và phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt giúp cho đối tượng quản lý và thành viên trong HTX duy trì và phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt sau khi nghiên cứu kết thúc. Ngoài ra, Dự án còn tổ chức các khóa tập huấn nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường và thương hiệu Gạo sạch của Hợp tác xã Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt đối với người tiêu dùng.

**9. Dự kiến kết quả:**

* Bộ nhận dạng thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt bao gồm bộ ấn phẩm truyền thông, bao bì sản phẩm, hệ thống nhận diện qua các vật phẩm và không gian.
* Kênh thông tin về thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt.
* Hệ thống lưu trữ và truy xuất thông tin sản phẩm Gạo sạch Thạnh Đạt.
* Các kênh truyền thông trên mạng xã hội như YouTube, Zalo, facebook.
* Khung chương trình đào tạo quản lý và phát triển thương hiệu cũng như các khóa tập huấn nâng cao chất lượng sản phẩm .

**10. Các đơn vị, cá nhân phối hợp thực hiện:**

* Hội Nông dân huyện Vĩnh Thạnh, thành phố Cần Thơ.
* Hợp tác xã Nông nghiệp sạch Thạnh Đạt, huyện Vĩnh Thạnh, thành phố Cần Thơ.
* Tổ chức và cá nhân có chuyên môn thuộc phạm vi, lĩnh vực nghiên cứu.

11. Khái toán dự kiến kinh phí thực hiện: **500.000.000 đồng** (Năm trăm triệu đồng chẵn).

12. Kinh phí đề nghị hỗ trợ: **500.000.000 đồng** (Năm trăm triệu đồng chẵn).

13. Kiến nghị: Nhằm khai thác và phát triển thương hiệu, xây dựng và nâng cao chuỗi giá trị cho các đặc sản địa phương, góp phần cho sự thành công chung của Chương trinh Hỗ trợ Phát triển tài sản trí tuệ TP Cần Thơ giai đoạn 2016 – 2020, Trung tâm rất mong lãnh đạo Sở Khoa học và Công nghệ xem xét để chúng tôi có thể thực hiện dự án phát triển thương hiệu Gạo sạch Thạnh Đạt.

 *Cần Thơ, ngày tháng năm 2020*

 **Đại diện doanh nghiệp/tổ chức**

 (Ký tên và đóng dấu)