**ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

**SỞ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN**



**SỔ TAY**

**HƯỚNG DẪN TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

**(***Ban hành Kèm theo Quyết định số /QĐ-SNN ngày tháng 12 năm 2020 của*

*Giám đốc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng)*









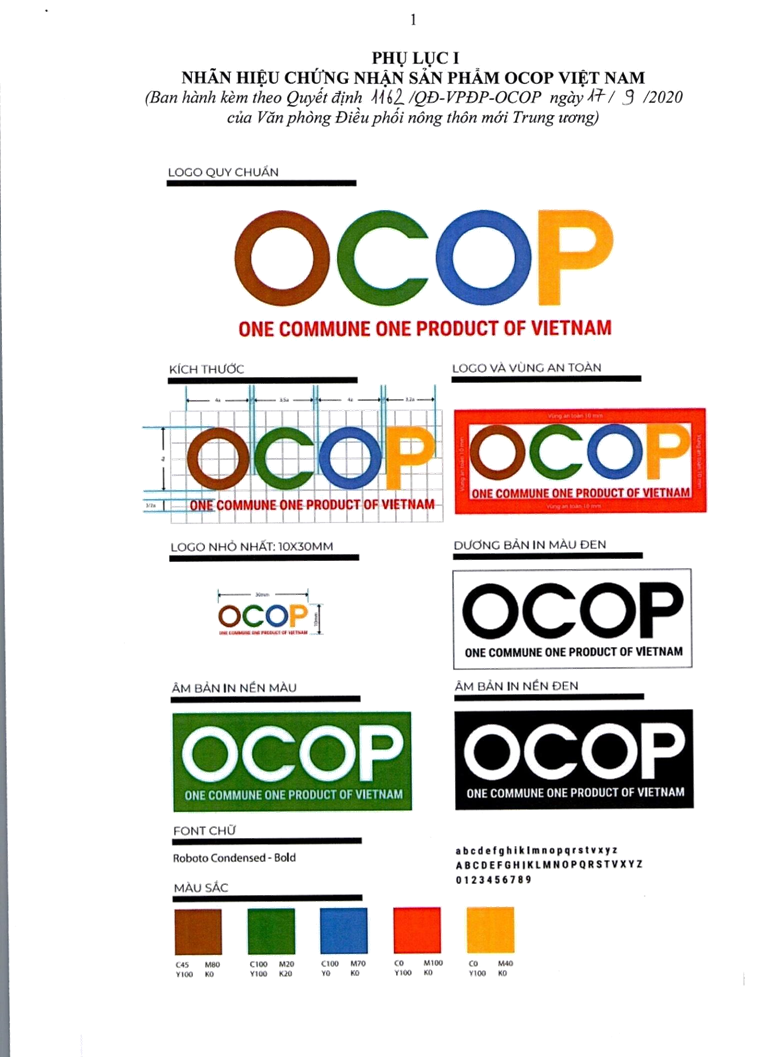








**LƯU HÀNH NỘI BỘ**

****

**LỜI MỞ ĐẦU**

Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (Chương trình OCOP) là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát triển nội lực và giá trị gia tăng, là giải pháp, nhiệm vụ quan trọng trong việc thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Trọng tâm của Chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, do các thành phần kinh tế tư nhân và kinh tế tập thể thực hiện. Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách để thực hiện; định hướng quy hoạch các vùng sản xuất hàng hóa, dịch vụ; quản lý và giám sát tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; hỗ trợ đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật, ứng dụng khoa học công nghệ, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm, tín dụng…nhằm chuẩn hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Thực hiện Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm, Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng đã ban hành Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” giai đoạn 2018-2020, định hướng đến năm 2030 tại Quyết định số 2276/QĐ-UBND ngày 23 tháng 5 năm 2019. Đối với thành phố Đà Nẵng, phạm vi thực hiện trên toàn địa bàn thành phố, bao gồm cả các phường thuộc các quận nội thành của thành phố. Qua gần 02 năm triển khai thực hiện, Chương trình mỗi xã một sản phẩm trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đã đạt được kết quả bước đầu, tạo được sự chuyển biến trong việc hoàn thiện sản phẩm đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm theo chuỗi cung cấp sản phẩm an toàn.

Để hướng dẫn các địa phương triển khai thực hiện, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành Bộ tài liệu đào tạo, tập huấn chương trình, ban hành sổ tay hướng dẫn thực hiện Chương trình cũng như hoàn thiện khung pháp lý triển khai Chương trình trên phạm vi cả nước. Trên cơ sở hướng dẫn của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng tổng hợp,hệ thống hóa lại những nội dung cơ bản để tập trung vào những nội dung trọng tâm, cốt lõi của Chương trình, phù hợp với điều kiện thực tế của thành phố Đà Nẵng nhằm giúp cho các chủ thể Chương trình OCOP, cán bộ quản lý, triển khai Chương trình từ cấp xã, phường đến cấp quận, huyện thành phố và các tổ chức, cá nhân có liên quan để nghiên cứu, triển khai thực hiện.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình hệ thống, cập nhật thông tin, hướng dẫn của Trung ương tuy nhiên chắc chắn sẽ không tránh khỏi những hạn chế, thiếu sót. Rất mong nhận được ý kiến góp ý của các địa phương, đơn vị để lần tái bản sau đạt kết quả tốt hơn. Sổ tay này chỉ có tính chất lưu hành nội bộ phục vụ cho các chủ thể tham gia Chương trình OCOP và cán bộ thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

MỤC LỤC

[GIỚI THIỆU VỀ SỔ TAY 9](#_Toc59438591)

[1. Mục đích của sổ tay 9](#_Toc59438592)

[2. Đối tượng sử dụng Sổ tay 9](#_Toc59438593)

[3. Cơ sở pháp lý xây dựng Sổ tay 9](#_Toc59438594)

[4. Cấu trúc của Sổ tay 10](#_Toc59438595)

[PHẦN I](#_Toc59438596)

[TỔNG QUAN VỀ CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) 11](#_Toc59438597)

[I. QUAN ĐIỂM, ĐỐI TƯỢNG VÀ MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH 11](#_Toc59438598)

[1. Quan điểm của Chương trình 11](#_Toc59438599)

[2. Đối tượng của Chương trình 11](#_Toc59438600)

[3. Mục đích, mục tiêu và yêu cầu của Chương trình 12](#_Toc59438601)

[a) Mục đích, ý nghĩa của Chương trình: 12](#_Toc59438602)

[b) Mục tiêu của Chương trình: 12](#_Toc59438603)

[c) Yêu cầu của Chương trình: 13](#_Toc59438604)

[II. NỘI DUNG, NGUYÊN TẮC VÀ CHU TRÌNH TRIỂN KHAI 13](#_Toc59438605)

[1. Nội dung của Chương trình 13](#_Toc59438606)

[a) Triển khai thực hiện Chu trình OCOP tuần tự theo các bước: 13](#_Toc59438607)

[b) Phát triển sản phẩm, dịch vụ, bao gồm: 13](#_Toc59438608)

[c) Hệ thống quản lý và giám sát sản phẩm, bao gồm: 14](#_Toc59438609)

[d) Công tác xúc tiến thương mại: 14](#_Toc59438610)

[2. Nguyên tắc và giải pháp thực hiện Chương trình 15](#_Toc59438611)

[a) Nguyên tắc của Chương trình 15](#_Toc59438612)

[b) Giải pháp thực hiện Chương trình 15](#_Toc59438613)

[3. Chu trình OCOP thường niên 16](#_Toc59438614)

[*a) Sáu bước trong chu trình OCOP thường niên:* 16](#_Toc59438615)

[*b) Những lưu ý để triển khai thành công theo chu trình* 17](#_Toc59438616)

[III. SẢN PHẨM OCOP VÀ TIÊU CHUẨN SẢN PHẨM OCOP 18](#_Toc59438617)

[1. Sản phẩm và các yếu tố cấu thành sản phẩm 18](#_Toc59438618)

[2. Sản phẩm OCOP và tiêu chuẩn sản phẩm OCOP 18](#_Toc59438619)

[3. Xây dựng tiêu chuẩn sản phẩm OCOP 19](#_Toc59438620)

[*a) Quan điểm chất lượng sản phẩm OCOP* 19](#_Toc59438621)

[*b) Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm OCOP* 21](#_Toc59438622)

[PHẦN II](#_Toc59438623)

[BỘ TIÊU CHÍ HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP 22](#_Toc59438624)

[I. BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP 22](#_Toc59438625)

[1. Giới thiệu bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 22](#_Toc59438626)

[2. Nội dung của Bộ tiêu chí 22](#_Toc59438627)

[3. Một số lưu ý với bộ tiêu chí, phân hạng sản phẩm OCOP 24](#_Toc59438628)

[II. QUY TRÌNH ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM 26](#_Toc59438629)

[1. Trình tự đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 26](#_Toc59438630)

[2. Thành phần Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP các cấp 27](#_Toc59438631)

[3. Yêu cầu về hồ sơ đánh giá sản phẩm OCOP: 27](#_Toc59438632)

[4. Phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP 28](#_Toc59438633)

[5. Thời hạn hiệu lực phân hạng sản phẩm OCOP 29](#_Toc59438634)

[6. Sử dụng nhãn hiệu sản phẩm OCOP Việt Nam 29](#_Toc59438635)

[PHẦN III](#_Toc59438636)

[HƯỚNG DẪN CHỦ THỂ THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH OCOP 29](#_Toc59438637)

[I. XÁC ĐỊNH TIỀM NĂNG VÀ Ý TƯỞNG SẢN PHẨM OCOP 29](#_Toc59438638)

[1. Xác định tiềm năng sản phẩm OCOP 29](#_Toc59438639)

[2. Xây dựng và phát triển ý tưởng sản phẩm 32](#_Toc59438640)

[III. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM VÀ PHƯƠNG ÁN KINH DOANH 33](#_Toc59438641)

[1. Hướng dẫn viết câu chuyện sản phẩm 33](#_Toc59438642)

[2. Xây dựng phương án/dự án sản xuất kinh doanh 34](#_Toc59438643)

[III. CHUẨN HÓA SẢN PHẨM THEO TIÊU CHUẨN OCOP 35](#_Toc59438644)

[1. Chuẩn hóa sản phẩm 35](#_Toc59438645)

[2. Các đầu mối liên hệ về quản lý chất lượng sản phẩm 38](#_Toc59438646)

[IV. HƯỚNG DẪN XÂY DỰNG HỒ SƠ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP 39](#_Toc59438647)

[1. Xây dựng bộ hồ sơ cho sản phẩm dự thi lần đầu 39](#_Toc59438648)

[2. Xây dựng bộ hồ sơ cho sản phẩm dự thi cấp lại sao 42](#_Toc59438649)

[3. Xây dựng bộ hồ sơ cho sản phẩm dự thi nâng hạng sao 42](#_Toc59438650)

[PHẦN IV](#_Toc59438651)

[HƯỚNG DẪN CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP 43](#_Toc59438652)

[I. XÂY DỰNG TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH OCOP 43](#_Toc59438653)

[1. Căn cứ xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp 43](#_Toc59438654)

[2. Nguyên tắc lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp 43](#_Toc59438655)

[3. Nội dung kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP 44](#_Toc59438656)

[4. Các bước lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP 44](#_Toc59438657)

[6. Hướng dẫn cấp huyện đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm 47](#_Toc59438658)

[7. Tiếp nhận và đánh giá ý tưởng sản phẩm 48](#_Toc59438659)

[8. Tiếp nhận và đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh 49](#_Toc59438660)

[II. HƯỚNG DẪN CHỦ THỂ XÂY DỰNG HỒ SƠ SẢN PHẨM 50](#_Toc59438661)

[1. Yêu cầu về hồ sơ 50](#_Toc59438662)

[2. Một số kinh nghiệm trong hướng dẫn chủ thể xây dựng bộ hồ sơ dự thi 52](#_Toc59438663)

[3. Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm và tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP 53](#_Toc59438664)

[*a) Xác nhận của cấp xã về nguyên liệu và lao động* 53](#_Toc59438665)

[*b) Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm, tổ chức đánh giá, xếp hạng cấp huyện, tỉnh* 53](#_Toc59438666)

[*c) Một số lưu ý* 55](#_Toc59438667)

[IV. QUẢN LÝ SẢN PHẨM VÀ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP 56](#_Toc59438668)

[1. Nội dung quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP 56](#_Toc59438669)

[2. Công cụ quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP 57](#_Toc59438670)

[3. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP 58](#_Toc59438671)

[4. Tổ chức xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm 60](#_Toc59438672)

[*a) Quảng bá, tiếp thị sản phẩm:* 60](#_Toc59438673)

[*b) Tổ chức các điểm trưng bày và bán các sản phẩm OCOP:* 60](#_Toc59438674)

[*c) Hỗ trợ và hướng dẫn chủ thể tham gia hội chợ, triển lãm:* 60](#_Toc59438675)

[*d) Khảo sát, thu thập, phân tích, dự báo thị trường:* 60](#_Toc59438676)

[*e) Thương mại điện tử:* 61](#_Toc59438677)

[5. Phát triển vùng nguyên liệu 61](#_Toc59438678)

[V. CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP 61](#_Toc59438679)

[1. Một số chính sách chung của Trung ương 61](#_Toc59438680)

[*a) Chính sách vốn, tín dụng nông nghiệp, nông thôn* 62](#_Toc59438681)

[*b) Chính sách phát triển nguồn nhân lực nông nghiệp, nông thôn* 62](#_Toc59438682)

[*c) Chính sách phát triển HTX* 63](#_Toc59438683)

[*d) Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp* 63](#_Toc59438684)

[*đ) Chính sách khoa học công nghệ* 64](#_Toc59438685)

[*e) Chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất* 64](#_Toc59438686)

[*f) Chính sách phát triển ngành nghề* 64](#_Toc59438687)

[*g) Chính sách hỗ trợ bảo hiểm nông nghiệp* 65](#_Toc59438688)

[2. Chính sách hỗ trợ Chương trình OCOP của thành phố Đà Nẵng 65](#_Toc59438689)

[*a) Hỗ trợ chủ thể tham gia chương trình Mỗi xã một sản phẩm* 65](#_Toc59438690)

[*b) Hỗ trợ xây dựng Trung tâm OCOP, xây dựng/nâng cấp điểm bán hàng sản phẩm nông nghiệp chủ lực, đặc trưng, sản phẩm OCOP* 66](#_Toc59438691)

[*c) Ngoài ra, các chủ thể chương trình OCOP còn được hỗ trợ từ các chính sách sau trên địa bàn thành phố* 66](#_Toc59438692)

[Phụ lục 1. Hướng dẫn một số nội dung triển khai Chu trình OCOP 68](#_Toc59438693)

[I. NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI CHU TRÌNH OCOP 68](#_Toc59438694)

[1. Tuyên truyền, hướng dẫn về Chương trình OCOP 68](#_Toc59438695)

[2. Nhận ý tưởng sản phẩm 69](#_Toc59438696)

[3. Nhận phương án sản xuất kinh doanh (phương án kinh doanh) 70](#_Toc59438697)

[4. Triển khai phương án kinh doanh 70](#_Toc59438698)

[5. Đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP 71](#_Toc59438699)

[6. Xúc tiến thương mại 72](#_Toc59438700)

[II. MỘT SỐ NỘI DUNG CẦN QUAN TÂM TRONG TRIỂN KHAI CHU TRÌNH OCOP 73](#_Toc59438701)

[1. Chu trình OCOP thường niên 73](#_Toc59438702)

[2. Xác định rõ những nội dung tập trung ưu tiên đối với hai nhóm sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm: 73](#_Toc59438703)

[a) Các sản phẩm tiềm năng: 73](#_Toc59438704)

[b) Các sản phẩm OCOP đã hình thành và sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng OCOP: 73](#_Toc59438705)

[3. Tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh: 74](#_Toc59438706)

[Phụ lục 2. Phân loại các sản phẩm trong Chương trình OCOP 75](#_Toc59438707)

[Phụ lục 3. Yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và điểu kiện sản xuất kinh doanh của các sản phẩm OCOP 77](#_Toc59438708)

[Phụ lục 4. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 79](#_Toc59438709)

[I. Quy trình đánh giá, phân hạng cấp huyện 79](#_Toc59438710)

[II. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp tỉnh 80](#_Toc59438711)

[III. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Trung ương 82](#_Toc59438712)

[Phụ lục 5. Hướng dẫn biểu mẫu đăng ký tham gia Chương trình 85](#_Toc59438713)

[Phụ lục 6.](#_Toc59438714) [Bộ Tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP 104](#_Toc59438715)

|  |
| --- |
| GIỚI THIỆU VỀ SỔ TAY |

## 1. Mục đích của sổ tay

Sổ tay được xây dựng và ban hành nhằm mục đích hướng dẫn các cơ quan quản lý nhà nước các cấp, doanh nghiệp, HTX, hộ gia đình sản xuất, kinh doanh (ưu tiên phát triển hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa) triển khai thực Chương trình mỗi xã một sản phẩm trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Sổ tay tập trung vào quy trình đánh giá, phân xếp hạng sản phẩm OCOP, lập hồ sơ dự thi sản phẩm cấp tỉnh, cấp huyện và những yêu cầu về chất lượng sản phẩm cần đạt được đối với sản phẩm OCOP.

-Xác định rõ yêu cầu, chất lượng sản phẩm OCOP theo từng phân hạng, giúp các chủ thể OCOP hiểu về mục đích của việc phát triển sản phẩm OCOP, hướng đến nâng cao chất lượng, khả năng cạnh tranh của sản phẩm và năng lực sản xuất, chế biến và thương mại của chủ thể OCOP;

Giúp các chủ thể OCOP định hướng các giải pháp để chuẩn hóa và nâng cấp sản phẩm phù hợp với quy định;

Tăng cường trách nhiệm và vai trò của chính quyền cấp xã, giúp các địa phương có có sở để định hướng các chính sách và giải pháp hỗ trợ phát triển sản phẩm OCOP phù hợp;

Làm cơ sở để cấp huyện, thành phố đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP.

## 2. Đối tượng sử dụng Sổ tay

Sổ tay hướng dẫn được sử dụng đối với các đối tượng:

Sở Nông nghiệp và PTNT/Văn phòng Điều phối NTM thành phố, thành viên Hội đồng đánh giá, Tổ giúp việc OCOP cấp tỉnh, cấp huyện, phòng Kinh tế/Phòng Nông nghiệp/Văn phòng NTM cấp huyện và các cán bộ phụ trách chương trình OCOP cấp xã/phường trong phạm vi thành phố Đà Nẵng.

Doanh nghiệp, HTX, hộ gia đình và cá nhân thực hiện các hoạt động hỗ trợ.

Các cơ quan, tổ chức và cá nhân khác có liên quan, trực tiếp tham gia thực hiện Chương trình.

## 3. Cơ sở pháp lý xây dựng Sổ tay

Sổ tay được biên soạn dựa trên nội dung quy định của các văn bản sau:

Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chương trình Mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018 - 2020;

Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm;

Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số phụ lục Quyết định số [1048/QĐ-TTgg](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/quyet-dinh-1048-qd-ttg-2019-tieu-chi-danh-gia-san-pham-chuong-trinh-moi-xa-mot-san-pham-422157.aspx) ngày 21 tháng 8 năm 2019 của thủ tướng chính phủ về việc ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm;

Quyết định số 1162/QĐ-VPĐP-OCOP ngày 17 tháng 9 năm 2020 của Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Trung ương ban hành quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận sản phẩm OCOP Việt Nam;

Quyết định số 4464/QĐ-BNN-VPĐP ngày 06 tháng 11 năm 2020 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Tài liệu đào tạo, tập huấn những kiến thức cơ bản về Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP);

Quyết định số 2276/QĐ-UBND ngày 23 tháng 5 năm 2019 của Ủy ban nhân dân thành phố V/v Phê duyệt Đề án Chương trình Mỗi xã một sản phẩm trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đến năm 2030;

## 4. Cấu trúc của Sổ tay

**Nội dung: Gồm 04 phần**

Phần I. Tổng quan về chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP)

Phần II. Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

Phần III. Hướng dẫn chủ thể tham gia Chương trình OCOP

Phần IV. Hướng dẫn cán bộ quản lý Chương trình OCOP

**Phụ lục: Gồm 06 phụ lục**

Phụ lục 1. Hướng dẫn một số nội dung triển khai Chu trình OCOP

Phụ lục 2. Phân loại các sản phẩm trong Chương trình OCOP

Phụ lục 3. Yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và điểu kiện sản xuất kinh doanh của các sản phẩm OCOP

Phụ lục 4. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

Phụ lục 5. Hướng dẫn biểu mẫu đăng ký tham gia Chương trình

Phụ lục 6. Bộ Tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

Phụ lục 7. Quy chế quản lý và chứng nhận nhãn hiệu OCOP Việt Nam

# PHẦN I

# TỔNG QUAN VỀ CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP)

## I. QUAN ĐIỂM, ĐỐI TƯỢNG VÀ MỤC TIÊU CHƯƠNG TRÌNH

### 1. Quan điểm của Chương trình

- Chương trình OCOP là một Chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ, sự sáng tạo, lao động, nguyên liệu và văn hóa địa phương...) và gia tăng giá trị, nâng cao thu nhập của cư dân nông thôn, góp phần xây dựng nông thôn mới.

Chương trình OCOP được nhiều nước trên thế giới triển khai với các tên gọi khác nhau, nhưng đều có điểm chung là phát huy nội lực của các địa phương gắn với đơn vị làng, xã để tập trung phát triển các sản phẩm ngành nghề nông thôn có giá trị gia tăng cao và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong cơ chế thị trường.

- Trọng tâm Chương trình OCOP là phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp và dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị, gắn với các chủ thể tham gia Chương trình là các thành phần kinh tế tập thể (Hợp tác xã, tổ hợp tác) và kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất).

- Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách để thực hiện định hướng phát triển trục sản phẩm đặc sản địa phương, các vùng sản xuất hàng hoá, dịch vụ; quản lý và giám sát tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; hỗ trợ các khâu: đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật, ứng dụng khoa học công nghệ, hỗ trợ tín dụng, xây dựng thương hiệu, xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm.

### 2. Đối tượng của Chương trình

Đối tượng của Chương trình là sản phẩm và chủ thể thực hiện.

- Sản phẩm: Gồm sản phẩm hàng hóa và sản phẩm dịch vụ có nguồn gốc từ địa phương, hoặc được thuần hóa, đặc biệt là đặc sản vùng, miền, trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh về điều kiện sinh thái, văn hóa, nguồn gen, tri thức và công nghệ địa phương.

- Chủ thể thực hiện: Các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh.

### 3. Mục đích, mục tiêu và yêu cầu của Chương trình

### a) Mục đích, ý nghĩa của Chương trình:

Chương trình OCOP có 3 mục đích chính, đó là:

- Khuyến khích các chủ thể sản xuất, kinh doanh ở nông thôn khai thác tiềm năng về đất đai, sản vật, lợi thế so sánh, đặc biệt là các giá trị truyền thống của địa phương để nâng cao giá trị sản phẩm, tăng thu nhập và góp phần cải thiện đời sống vật chất và tinh thần ở nông thôn;

- Phát triển kinh tế nông thôn theo hướng tổ chức sản xuất hàng hóa theo chuỗi giá trị đối với các nhóm sản phẩm đặc sản có lợi thế ở làng, xã trong lĩnh vực nông nghiệp, phi nông nghiệp và dịch vụ trên địa bàn nông thôn, nhất là chú trọng phát triển các nghề, làng nghề truyền thống;

- Thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động nông thôn, tổ chức lại sản xuất, cơ cấu lại sản xuất ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững; khuyến khích phát triển kinh tế tập thể, kinh tế tư nhân và thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp, sáng tạo ở nông thôn.

Ngoài mục đích phát triển kinh tế, Chương trình OCOP còn có ý nghĩa trong giải quyết nhiều vấn đề quan trọng ở khu vực nông thôn, bao gồm:

- Giảm nghèo, giải quyết việc làm, an sinh xã hội, môi trường, phát huy trí tuệ sáng tạo, niềm tự hào của người dân và hình thành các tổ chức liên kết kinh tế cộng đồng bền vững;

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao năng lực sản xuất hàng hóa và kiến thức tiếp cận thị trường;

- Phát huy nguồn lực cộng đồng như: tri thức quản trị, các giá trị văn hóa truyền thống, lối sống của cư dân nông thôn, công nghệ, nguyên liệu địa phương và sự tham gia giám sát của cộng đồng.

### b) Mục tiêu của Chương trình:

Chương trình OCOP có nhiều mục tiêu, trong đó có các mục tiêu chính như sau:

- Nâng cao chất lượng và tiêu chuẩn hóa các sản phẩm: Đến hết năm 2020 đạt khoảng 2.400 sản phẩm (đến tháng 8/2020 đã có 1.928 sản phẩm được đánh giá, phân hạng và có Quyết định công nhận); định hướng đến năm 2030 khoảng 4.800 sản phẩm.

- Củng cố, hoàn thiện tổ chức sản xuất theo hướng liên kết giữa hộ sản xuất với hợp tác xã (HTX) và doanh nghiệp. Phát triển mới các doanh nghiệp, HTX tham gia Chương trình OCOP: Đến hết năm 2020 khoảng 500 doanh nghiệp nhỏ và vừa, HTX tham gia Chương trình (đến tháng 8/2020 đã có 344 doanh nghiệp và 437 HTX tham gia); định hướng đến 2030 khoảng 2.000 doanh nghiệp, HTX tham gia.

### c) Yêu cầu của Chương trình:

Xuất phát từ nguyên tắc nền tảng của phong trào đó là: *“Địa phương hướng đến toàn cầu”, “Độc lập và sáng tạo”, “Đào tạo nguồn nhân lực”*, căn cứ vào tình hình thực tiễn phát triển kinh tế nông thôn ở Việt Nam và chủ trương của Chính phủ, Chương trình OCOP của Việt Nam hướng đến 3 yêu cầu:

- Phát huy các tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa;

- Phát huy sự sáng tạo và sức mạnh cộng đồng để tổ chức sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng;

- Phát triển liên kết theo chuỗi giá trị để nâng cao năng lực sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.

## II. NỘI DUNG, NGUYÊN TẮC VÀ CHU TRÌNH TRIỂN KHAI

### 1. Nội dung của Chương trình

### a) Triển khai thực hiện Chu trình OCOP tuần tự theo các bước:

- Tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP;

- Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm;

- Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh;

- Triển khai phương án, dự án sản xuất kinh doanh;

- Đánh giá và xếp hạng sản phẩm;

- Xúc tiến thương mại.

### b) Phát triển sản phẩm, dịch vụ, bao gồm:

- Thực phẩm, gồm: Nông sản tươi sống và nông sản chế biến;

- Đồ uống, gồm: Đồ uống có cồn; đồ uống không cồn;

- Thảo dược, gồm: Các sản phẩm có thành phần từ cây dược liệu;

- Vải và may mặc, gồm: Các sản phẩm làm từ bông, sợi;

- Lưu niệm - nội thất - trang trí, gồm: Các sản phẩm từ gỗ, sợi, mây tre, kim loại, gốm sứ, dệt may,... làm đồ lưu niệm, đồ gia dụng;

- Dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch, gồm: Các sản phẩm dịch vụ phục vụ tham quan, du lịch, nghỉ dưỡng, giải trí, học tập, nghiên cứu,...

### c) Hệ thống quản lý và giám sát sản phẩm, bao gồm:

- Đánh giá và xếp hạng sản phẩm, gồm 05 hạng sao:

+ Hạng 05 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 90 đến 100 điểm, là sản phẩm cấp quốc gia, có thể xuất khẩu;

+ Hạng 04 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 70 đến 89 điểm, là sản phẩm cấp tỉnh, có thể nâng cấp lên hạng 5 sao;

+ Hạng 03 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 53 đến 69 điểm, là sản phẩm cấp tỉnh, đạt tiêu chuẩn, có thể nâng cấp lên hạng 4 sao;

+ Hạng 02 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 30 đến 49 điểm, sản phẩm chưa đạt tiêu chuẩn, có thể tiếp tục nâng cấp để nâng lên hạng 3 sao;

+ Hạng 01 sao: Tổng điểm trung bình đạt dưới 30 điểm, là sản phẩm khởi điểm tham gia Chương trình OCOP, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao.

- Hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia Chương trình OCOP;

- Công tác kiểm tra, giám sát;

- Công tác đào tạo nguồn nhân lực:

Đối tượng đào tạo: Cán bộ quản lý triển khai thực hiện Chương trình OCOP từ Trung ương đến cơ sở; lãnh đạo quản lý, lao động tại các doanh nghiệp, HTX,... tham gia Chương trình OCOP.

Nội dung đào tạo, tập huấn: Kiến thức chuyên môn quản lý Chương trình OCOP; kiến thức chuyên môn quản trị sản xuất, quản trị kinh doanh theo Khung đào tạo, tập huấn của Chương trình OCOP.

### d) Công tác xúc tiến thương mại:

Hoạt động quảng cáo, tiếp thị sản phẩm; Hoạt động thương mại điện tử; Tổ chức sự kiện quảng bá sản phẩm OCOP gắn liền với phát triển du lịch, hội chợ, triển lãm sản phẩm OCOP cấp tỉnh, vùng, quốc gia và quốc tế; Xây dựng Trung tâm thiết kế sáng tạo phát triển sản phẩm OCOP (Trung tâm OCOP) gắn với hỗ trợ khởi nghiệp và thiết kế mẫu mã sản phẩm OCOP, giới thiệu, quảng bá sản phẩm OCOP; Điểm giới thiệu và bán sản phẩm tại các khu du lịch, khu dân cư, tại các siêu thị, chợ truyền thống, trung tâm hành chính (cấp huyện, tỉnh, Trung ương).

đ) Các dự án thành phần của Chương trình OCOP, bao gồm: Dự án phát triển thương hiệu sản phẩm Chương trình OCOP; Dự án mô hình mẫu làng/bản văn hóa du lịch; Dự án một số vùng sản xuất, dịch vụ nông thôn trọng điểm quốc gia (đại diện cho một số khu vực sinh thái - văn hóa có lợi thế trong cả nước); Dự án Trung tâm thiết kế sáng tạo phát triển sản phẩm OCOP gắn với giới thiệu, quảng bá sản phẩm OCOP tại các vùng trọng điểm; các dự án thành phần (dự án số 2, 3, 4) thực hiện theo hình thức PPP, được triển khai khi cấp có thẩm quyền phê duyệt.

### 2. Nguyên tắc và giải pháp thực hiện Chương trình

### a) Nguyên tắc của Chương trình

- Sản phẩm hướng tới tiêu chuẩn chất lượng quốc tế;

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

### b) Giải pháp thực hiện Chương trình

- Đào tạo nguồn nhân lực: Chủ yếu tập trung 3 đối tượng chính: Cán bộ lãnh đạo, quản lý; Chủ thể của Chương trình; Cán bộ, chuyên gia tư vấn TOT.

- Huy động nguồn lực: Nguồn ngân sách Trung ương hỗ trợ một phần từ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới; Nguồn từ ngân sách các địa phương, nguồn lồng ghép từ các chương trình và chủ yếu là nguồn xã hội hóa.

- Hỗ trợ về cơ chế, chính sách: Các tổ chức kinh tế, hộ sản xuất tham gia thực hiện Chương trình OCOP, được áp dụng thực hiện các chính sách hiện hành của Nhà nước về phát triển ngành nghề, phát triển nông nghiệp, nông thôn, chính sách hỗ trợ lãi suất tín dụng, khoa học, công nghệ, đào tạo nhân lực để thực hiện Chương trình OCOP...

- Giải pháp về xúc tiến thương mại: Đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP.

- Đẩy mạnh hợp tác quốc tế và phát triển mạng lưới toàn cầu: Hợp tác với các quốc gia triển khai OVOP/OTOP/OCOP trên thế giới, nhằm học hỏi và đưa sản phẩm OCOP xuất khẩu và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế khi Việt Nam tham gia thực hiện các Hiệp định thương mại.

### 3. Chu trình OCOP thường niên

### *a) Sáu bước trong chu trình OCOP thường niên:*

Chu trình OCOP được thực hiện theo 6 bước, trên cơ sở nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân thụ hưởng” (đề xuất nhu cầu từ dưới lên, theo nhu cầu và khả năng của hộ sản xuất, HTX, doanh nghiệp). Các bước triển khai Chu trình cụ thể gồm:

- Bước 1: Tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP. Công tác tuyên truyền được thực hiện rộng rãi trong cộng đồng và chủ thể sản xuất. Sau công tác tuyên truyền, các chủ thể hiểu được kế hoạch và nội dung chương trình; Xây dựng được phiếu đăng ký ý tưởng sản phẩm;

- Bước 2: Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm: Cán bộ OCOP cấp xã và cấp huyện sẽ thực hiện nhận ý tưởng sản phẩm từ chủ thể (Ý tưởng đăng ký sản phẩm đã có và sản phẩm mới theo mẫu), OCOP cấp huyện tổ chức đánh giá ý tưởng sản phẩm. Với những ý tưởng sản phẩm không đạt thì trả lại, những ý tưởng đạt thì tiến hành tập huấn xây dựng phương án sản xuất kinh doanh. Sau tập huấn, các chủ thể cần xây dựng được phương án sản xuất kinh doanh (theo mẫu) và nộp cho OCOP xã, huyện;

- Bước 3: Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh: OCOP huyện tiến hành nhận phương án/dự án sản xuất kinh doanh và tiến hành tổ chức đánh giá. Những phương án không đạt sẽ trả lại chủ thể và yêu cầu xây dựng lại, những phương án được chấp nhận sẽ được tập huấn, tư vấn, hướng dẫn để triển khai phương án;

- Bước 4: Triển khai phương án, dự án sản xuất kinh doanh. Lúc này chủ thể sẽ tiến hành triển khai, đưa phương án/dự án sản xuất kinh doanh vào thực tế. Các bên liên quan như cán bộ OCOP, cơ quan nhà nước, nhà tư vấn sẽ tư vấn và hỗ trợ tại cơ sở. Kết quả của bước này là chủ thể phải có sản phẩm hoàn thiện nhất có thể, chuẩn bị đầy đủ minh chứng và hồ sơ về sản phẩm;

- Bước 5: Đánh giá và xếp hạng sản phẩm. OCOP các cấp sẽ thực hiện công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm theo quy trình đánh giá cấp huyện, tỉnh, Trung ương;

- Bước 6: Xúc tiến thương mại. Những sản phẩm đạt từ 3 sao trở lên sẽ được hỗ trợ xúc tiến thương mại trong nước và quốc tế.

Chu trình OCOP thường niên được tóm tắt theo hình dưới đây:



**Hình 1. Chu trình OCOP thường niên**

### *b) Những lưu ý để triển khai thành công theo chu trình*

Nhằm hướng dẫn các địa phương tổ chức triển khai Chu trình OCOP một cách phù hợp, hiệu quả, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành văn bản số 6384/BNN-VPĐP ngày 15/9/2020. Theo đó:

- Hướng dẫn các địa phương triển khai Chu trình OCOP gắn với trách nhiệm của từng cấp (từ cấp xã đến cấp tỉnh).

- Căn cứ vào điều kiện thực tế, đặc biệt là sản phẩm tham gia Chương trình, các địa phương làm rõ nội dung, triển khai phù hợp và hiệu quả gắn với trách nhiệm của các cấp trong hỗ trợ các chủ thể.

- Xác định rõ những nội dung tập trung ưu tiên đối với hai nhóm sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm:

+ Các sản phẩm tiềm năng: Ưu tiên các ý tưởng sản phẩm mới, đặc biệt là sản phẩm chế biến, chế biến sâu, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế, tiềm năng của địa phương; tập trung hỗ trợ hình thành các phương án kinh doanh để phát triển sản phẩm hàng hóa theo chuỗi giá trị; phải có sự tham gia của cấp xã, cấp huyện để hỗ trợ từ khi hình thành ý tưởng, xây dựng và triển khai phương án kinh doanh, hỗ trợ chủ thể tiếp cận tín dụng, ứng dụng khoa học công nghệ, đào tạo nghề… để các chủ thể nâng cao năng lực, phát triển sản phẩm OCOP;

+ Các sản phẩm OCOP đã hình thành và sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng OCOP: Tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP.

*(Chi tiết tham khảo tại Phụ lục 1 đính kèm)*

## III. SẢN PHẨM OCOP VÀ TIÊU CHUẨN SẢN PHẨM OCOP

### 1. Sản phẩm và các yếu tố cấu thành sản phẩm

- Sản phẩm là những gì có thể thỏa mãn nhu cầu hay mong muốn và được chào bán trên thị trường với mục đích thu hút sự chú ý, mua sử dụng hay tiêu dùng, như chai rượu chuối, do HTX Y sản xuất.

Đơn vị sản phẩm là một chỉnh thể riêng biệt được đặc trưng bằng đơn vị độ lớn, giá cả, vẻ bề ngoài và các thuộc tính khác, như chai rượu chuối, đóng chai 0,5 lít, có mùi thơm nhẹ của Chuối, có bản công bố tiêu chuẩn chất lượng, do HTX Y sản xuất, giá bán là 50.000 VNĐ.

- Yếu tố chính cấu thành sản phẩm: Một sản phẩm hàng hóa gồm 3 yếu tố chính cấu thành sau:

(1) Sản phẩm ý tưởng: Phần cốt lõi (hạt nhân) của sản phẩm, là lợi ích người tiêu dùng có được sau khi dùng, là chức năng, hiệu quả của sản phẩm. Ví dụ: Béo ngậy, hết khát, giảm sốt, tiết kiệm thời gian, tự tin, an toàn,…;

(2) Sản phẩm hiện thực: Sản phẩm thực tế (hữu hình), bao gồm: Chất lượng, đặc điểm, bao bì, kiểu dáng, nhãn hiệu. Ví dụ chai Rượu chuối có đặc điểm là hơi đục, mùi thơm nhẹ của chuối, có tiêu chuẩn chất lượng, đóng trong chai thắt nhỏ ở giữa, có nhãn hiệu hàng hóa, do HTX Y sản xuất;

(3) Sản phẩm hoàn chỉnh: Phần gia tăng (chiều sâu), gồm: Trang bị kèm theo, dịch vụ sau bán hàng, bảo hành, giao hàng và tín dụng.

### 2. Sản phẩm OCOP và tiêu chuẩn sản phẩm OCOP

- Sản phẩm OCOP là sản phẩm, dịch vụ tham gia vào Chương trình OCOP, đáp ứng được các yêu cầu theo Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm và được cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền đánh giá và công nhận.

- Sản phẩm OCOP được đánh giá dựa trên Bộ Tiêu chí đánh giá, phân hạng, ban hành tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 về Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 về sửa đổi, bổ sung Quyết định số 1048/QĐ-TTg. Bao gồm 03 phần:

+ Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (35 điểm), gồm: Tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; và sức mạnh cộng đồng;

+ Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (25 điểm), gồm: Tiếp thị; câu chuyện về sản phẩm.

+ Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (40 điểm), gồm: Chỉ tiêu cảm quan, dinh dưỡng, tính độc đáo của sản phẩm; tiêu chuẩn sản phẩm; khả năng xuất khẩu, phân phối tại thị trường quốc tế.

- Phân hạng sản phẩm OCOP được xác định dựa trên số điểm đạt đánh giá, tuy nhiên để được phân hạng thì sản phẩm phải đạt được các yêu cầu tối thiểu theo từng hạng sao (được quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg), trong đó tập trung vào một số yêu cầu chính như sau:

+ Sử dụng nguyên liệu và lao động địa phương: sản phẩm OCOP phải sử dụng nguyên liệu địa phương[[1]](#footnote-1); để đạt 2 sao trở lên thì chủ thể phải sử dụng ít nhất 50% lao động địa phương;

+ Năng lực về sản xuất: sản phẩm đạt OCOP từ 4 sao trở lên phải đạt được các yêu cầu về năng lực tổ chức sản xuất, trong đó tập trung vào 2 nội dung: chủ thể hoạt động có hiệu quả và tổ chức thực hiện liên kết theo hợp đồng;

+ Chất lượng sản phẩm và khả năng tiếp thị: sản phẩm OCOP yêu cầu có chất lượng, câu truyện đặc trưng. Đặc biệt là để đạt được 4 sao, sản phẩm phải có chất lượng độc đáo, mang tính địa phương, đồng thời câu chuyện sản phẩm phải đặc sắc, mang sắc thái truyền thống của địa phương; có kênh phân phối sản phẩm và chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến.

- Tiêu chuẩn, chất lượng sản phẩm OCOP được đánh giá khác nhau tùy thuộc vào nhóm sản phẩm, được phân loại theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ.

*(Bảng phân nhóm các sản phẩm OCOP tham khảo tại Phụ lục 2).*

### 3. Xây dựng tiêu chuẩn sản phẩm OCOP

### *a) Quan điểm chất lượng sản phẩm OCOP*

*(1) Mục tiêu hướng tới: “Địa phương nhưng hướng đến toàn cầu”*

Yêu cầu: Đáp ứng các tiêu chuẩn/yêu cầu thị trường; Vượt qua được các hàng rào kỹ thuật của thị trường đích, như tiêu chuẩn organic,...

Cần làm:

- Cải tiến, thiết kế lại cho phù hợp thị hiếu của người tiêu dùng;

- Hình thành, tái cơ cấu và hỗ trợ các tổ chức kinh tế tại cộng đồng (HTX, doanh nghiệp) hơn là các cá nhân, hộ gia đình đơn lẻ, để có pháp nhân: Công bố tiêu chuẩn chất lượng, Tổ chức sản xuất ở qui mô lớn hơn.

*(2) Nâng cao chất lượng từng bước*

Phù hợp với điều kiện là các doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, HTX, tổ hợp tác, hộ gia đình: Kiêm nhiệm; Đơn giản trước, phức tạp sau.

Tuân thủ các yêu cầu của luật pháp Việt Nam: Tiêu chuẩn sản phẩm, tiêu chuẩn nhà sản xuất.

*(3) Bắt buộc trước, khuyến cáo sau*

- Giấy đủ điều kiện sản xuất: Có, phù hợp;

- Công bố chất lượng: Có công bố chất lượng theo quy định;

- Tiêu chuẩn sản phẩm: Có tiêu chuẩn sản phẩm theo quy định;

- Phiếu kết quả kiểm tra chỉ tiêu chất lượng theo tiêu chuẩn công bố: Có phiếu kiểm tra đầy đủ các chỉ tiêu chất lượng theo quy định.

*(4) Xây dựng lộ trình:*

Lộ trình nâng cấp chất lượng sản phẩm OCOP gồm 2 bước: Bước 1: Tối thiểu, tuân thủ theo yêu cầu của luật. Đây là các điều kiện bắt buộc khi tiến hành sản xuất và kinh doanh sản phẩm; Bước 2: Nâng cấp đến các hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến hơn khi có điều kiện về nhân lực và chi phí. Đây là các yêu cầu không bắt buộc, được thực hiện khi muốn tiếp cận đến thị trường có giá trị cao hơn cũng như để xây dựng thương hiệu sản phẩm tốt hơn.

*(5) Một số công việc cần thực hiện*

- Xây dựng cơ cấu tổ chức quản lý chất lượng;

- Chính sách chất lượng;

- Mục tiêu chất lượng;

- Kế hoạch thực hiện mục tiêu chất lượng;

- Ban hành một số quy trình đơn giản, kèm theo kế hoạch kiểm soát chất lượng;

- Hoàn thiện các tiêu chuẩn;

- Bắt đầu thực hiện hồ sơ lô sản xuất

### *b) Tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm OCOP*

*(1) Tầm quan trọng của chất lượng sản phẩm OCOP*

- Bảo đảm tuân thủ nguyên tắc thứ nhất của OVOP toàn cầu (Địa phương nhưng hướng đến toàn cầu): Thông qua đánh giá, xếp hạng, chất lượng của sản phẩm cũng như khả năng tiếp thị được nâng cao, từ nâng cao năng lực cạnh tranh trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa.

- Bảo đảm tuân thủ nguyên tắc thứ hai của OVOP (Tự tin và sáng tạo): Thông qua việc đánh giá, xếp hạng sản phẩm (bộ tiêu chí, hoạt động đánh giá, xếp hạng), người dân hiểu các yêu cầu của sản phẩm và dịch vụ OCOP, từ đó tự tin trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm và dịch vụ OCOP. Người dân có thể cải tiến sản phẩm của mình để có thể được xếp hạng cao hơn.

- Cung cấp thông tin cho cộng đồng về các tiêu chuẩn: Để nghiên cứu phát triển sản phẩm, cải tiến sản phẩm, triển khai tổ chức sản xuất và kinh doanh.

- Làm cơ sở để các cán bộ OCOP cấp huyện, tỉnh tư vấn và hỗ trợ các tổ chức kinh tế của cộng đồng trong bước 4 của chu trình OCOP: Xây dựng bộ máy tổ chức sản xuất - kinh doanh, phát triển sản xuất và sản phẩm.

- Xây dựng thương hiệu OCOP: Thông qua đánh giá, xếp hạng, các sản phẩm bảo đảm tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa, là yếu tố cấu thành quan trọng tạo nên thương hiệu của sản phẩm.

- Căn cứ để hỗ trợ xúc tiến thương mại: Các sản phẩm đạt tiêu chuẩn trở lên (3 sao) được hỗ trợ xúc tiến thương mại, nhằm bảo đảm tiêu thụ sản phẩm, từ đó thúc đẩy chuỗi sản xuất.

- Tạo “Lý do để tin tưởng” trong “Câu chuyện sản phẩm”.

*(2) Các căn cứ để đánh giá*

- Công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm: Tự công bố với sản phẩm Thủ công mỹ nghệ, trang trí; Vải - may mặc.

- Công bố chất lượng:

+ Thực phẩm thường: Bản tự công bố (Chi cục An toàn Vệ sinh TP);

+ Thực phẩm chức năng: Giấp tiếp nhận đăng ký Bản công bố sản phẩm (Cục ATTP);

+ Thuốc: Đăng ký thuốc (Cục quản lý Dược);

+ Phiếu tiếp công bố mỹ phẩm (Sở Y tế).

- Công bố hợp chuẩn, hợp quy

+ Hợp chuẩn: Các sản phẩm có TCVN - Tiêu chuẩn Việt Nam, ví dụ: Thịt tươi (TCVN 7046:2002/BYT),…

+ Hợp quy: Các sản phẩm có QCVN - quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, ví dụ: Đồ uống có cồn (QCVN 6-3:2010/BYT),…

- Phiếu kiểm tra chất lượng.

Các tiêu chuẩn/quy chuẩn và điểu kiện cơ sở sản xuất - kinh doanh được trình bày ở Phụ lục 3. Cần lưu ý các quy định, tiêu chuẩn/quy chuẩn sản phểm và điều kiện sản xuất - kinh doanh có thể bị thay đổi theo thời gian do các văn bản điều chỉnh mới của các ngành. Do đó, cần tham khảo và cập nhật chúng trong các bộ tiêu chí đánh giá ở thời điểm đánh giá sản phẩm OCOP.

*(Yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và điều kiện sản xuất kinh doanh của các sản phẩm tham khảo tại Phụ lục 3)*

# PHẦN II

# BỘ TIÊU CHÍ HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP

## I. BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP

### 1. Giới thiệu bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

Bộ tiêu chí đánh giá và phân hạng sản phẩm được thực hiện theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/08/2019 và Quyết định 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ. Bộ Tiêu chí OCOP là căn cứ để đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, sẽ được điều chỉnh phù hợp với điều kiện kinh tế, xã hội của đất nước và từng thời kỳ. Các sản phẩm được đánh giá và xếp hạng theo bộ tiêu chí, dựa trên Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa được Quốc hội thông qua năm 2007; các bộ Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN), Quy chuẩn quốc gia (QCVN) tương ứng với từng nhóm sản phẩm theo bộ tiêu chí của Chương trình OCOP. Hiện nay Bộ Tiêu chí đối với 06 nhóm sản phẩm theo Phụ lục 06 đính kèm.

### 2. Nội dung của Bộ tiêu chí

Nội dung của Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm dựa trên Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa được Quốc hội thông qua năm 2007; các bộ Tiêu chuẩn quốc gia (TCVN), Quy chuẩn quốc gia (QCVN) tương ứng với từng nhóm sản phẩm theo bộ tiêu chí chất lượng để phù hợp với đặc tính của từng nhóm. Tuy nhiên, về kết cấu chung, nội dung chính của các Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm đều bao gồm các nội dung sau:

**a) Phần A: Sản phẩm và sức mạnh cộng đồng, gồm:**

1) Tổ chức sản xuất, gồm:

- Nguồn nguyên liệu, theo hướng khuyến khích sử dụng nguồn nguyên liệu địa phương, theo đó, sử dụng nguyên liệu địa phương yêu cầu tối thiểu bắt buộc đối với sản phẩm OCOP.

- Gia tăng giá trị, theo hướng khuyến khích các sản phẩm có gia tăng giá trị cao, đặc biệt là các sản phẩm chế biến, chế biến sâu.

- Năng lực sản xuất và liên kết sản xuất: khuyến khích mở rộng quy mô sản xuất và tổ chức liên kết hiệu quả, đặc biệt là liên kết theo chuỗi giá trị.

- Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất: đảm bảo các yêu cầu về bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật, khuyến khích sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong sản xuất.

2) Phát triển sản phẩm, gồm:

- Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm, theo hướng khuyến khích sản phẩm được phát triển dựa trên truyền thống địa phương.

- Tính hoàn thiện của bao bì, theo hướng khuyến khích bao hoàn chỉnh theo quy định hiện hành, bao bì có tính thẩm mỹ cao.

3) Sức mạnh của cộng đồng, gồm.

- Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh, theo hướng khuyến khích các loại hình có sự tham gia góp vốn rộng rãi của cộng đồng, đặc biệt là HTX.

- Sự tham gia của cộng đồng, theo hướng khuyến khích nhân lực cộng đồng tham gia quản trị, đặc biệt là việc sử dụng lao động địa phương.

- Tăng trưởng sản xuất kinh doanh: khuyến khích hỗ trợ nâng cao năng lực, hiệu quả hoạt động của các chủ thể, đặc biệt là các HTX.

- Kế toán, theo hướng khuyến khích thực hiện minh bạch.

**b) Phần B: Khả năng tiếp thị, gồm:**

1) Hoạt động tiếp thị, gồm:

- Khu vực phân phối chính, theo hướng khuyến khích phân phối vượt phạm vi của huyện đến quốc tế.

- Tổ chức phân phối, theo hướng khuyến khích các chủ thể xây dựng hệ thống phân phối hoàn chỉnh, đặc biệt là đối với sản phẩm 4 sao và 5 sao.

- Quảng bá sản phẩm, theo hướng khuyến khích các hoạt động quảng bá thường xuyên, chuyên nghiệp

2) Câu chuyện về sản phẩm, gồm:

- Câu chuyện về sản phẩm, theo hướng khuyến khích sản phẩm có câu chuyện hoàn chỉnh, được trình bày bài bản và được sử dụng trong quảng bá sản phẩm.

- Trí tuệ/bản sắc địa phương, theo hướng khuyến khích nội dung câu chuyện sản phẩm tạo được ấn tượng rõ ràng về trí tuệ/bản sắc địa phương.

**c) Phần C: Chất lượng sản phẩm, gồm:**

1) Các kiểm tra/phân tích tiêu chuẩn (định tính, định lượng) theo yêu cầu của loại sản phẩm.

2) Công bố chất lượng sản phẩm, kiểm tra định kỳ: yêu cầu sản phẩm OCOP phải được sản xuất theo tiêu chuẩn và công bố theo quy định của pháp luật. Đồng thời, xây dựng hệ thống kiểm tra, truy xuất nguồn gốc nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thị trường.

3) Cơ hội tiếp thị toàn cầu, theo hướng khuyến khích các sản phẩm tiếp cận chất lượng quốc tế/toàn cầu hóa.

### 3. Một số lưu ý với bộ tiêu chí, phân hạng sản phẩm OCOP

Các tiêu chí đánh giá theo quyết định số 1048/QĐ-TTg không quy định những tiêu chuẩn tối thiểu của mỗi cấp độ “sao”, điều đó dẫn tới việc chuẩn hóa sản phẩm không đồng đều giữa ba trục nội dung đánh giá. Để khắc phục những bất cập này, ngày 08/6/2020 Thủ tướng chính phủ đã ban hành quyết định 781/QĐ-TTg đã bổ sung một số tiêu chuẩn “cứng”, những tiêu chuẩn tối thiểu mà mỗi cấp độ “sao” phải đạt được để nhằm mục tiêu xác định rõ sự khác biệt giữa các cấp độ “sao”; khắc phục được một số hạn chế trong xây dựng các giải pháp nâng cấp, chuẩn hóa, phát triển sản phẩm; hỗ trợ định hướng mục tiêu cho chủ thể chuẩn hóa và phát triển sản phẩm. Tập trung vào những tiêu chí “cứng” gồm: (1) Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng: sử dụng nguyên liệu; sử dụng lao động địa phương; năng lực sản xuất; hiệu quả sản xuất - kinh doanh; liên kết; bảo vệ môi trường và bao bì, nhãn mác; (2) Khả năng tiếp thị: ý tưởng sản phẩm; câu truyện sản phẩm; phân phối sản phẩm; (3) Chất lượng sản phẩm: công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tính độc đáo; áp dụng các tiêu chuẩn quản lý chất lượng.

**Yêu cầu về một số tiêu chí cần đạt tối thiểu trong đánh giá, phân hạng sản phẩm.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nhóm tiêu chí** | **Một số tiêu chí cần đạt tối thiểu theo từng phân hạng sản phẩm OCOP** | | | | |
| **01 sao** | **02 sao** | **03 sao** | **04 sao** | **05 sao** |
| **Phần A.**  Sản phẩm và sức mạnh của cộng đồng | **1)**Tỷ lệ sử dụng nguyên liệu địa phương:  - Nhóm 1\*: từ 75% trở lên;  - Nhóm 2\*: từ 50% trở lên;  - Nhóm 3, 4, 5 : có sử dụng nguyên liệu địa phương. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 01 sao.  **2)** Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối: Quy mô sản xuất phù hợp theo quy định gắn với định hướng phát triển sản phẩm.  **3)** Sử dụng lao động địa phương: tối thiểu 50%. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 02 sao.  **2)** Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối: Quy mô sản xuất được mở rộng theo quy định.  **3)** Tính hoàn thiện của bao bì: Có bao bì, nhãn mác theo quy định. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 03 sao.  **2)** Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối: Quy mô sản xuất lớn.  **3)** Chủ thể sản xuất hoạt động hiệu quả (Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liền kề liên tiếp tăng trưởng dương).  **4)** Liên kết sản xuất: Có Hợp đồng liên kết sản xuất.  **5)** Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất: Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về quản lý môi trường.  **6)**Tính hoàn thiện của bao bì: Bao bì, nhãn mác sản phẩm theo quy định, có tem truy xuất nguồn gốc điện tử. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 04 sao.  **2)** Tính hoàn thiện của bao bì: Nhóm 1, 2, 3 và 4: Bao bì hiện đại, tiện lợi. |
| **Phần B.**  Khả năng tiếp thị | **1)**Ý tưởng sản phẩm:  - Nhóm 1, 2 và 3: Có tài liệu mô tả về ý tưởng của sản phẩm.  - Nhóm 4 và 5: Có tài liệu mô tả về ý tưởng sáng tạo phát triển sản phẩm. | **1)**Đáp ứng các yêu cầu của hạng 01 sao. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 02 sao.  **2)** Trí tuệ/bản sắc địa phương: Câu chuyện về sản phẩm gắn với nguồn gốc xuất xứ.  **3)** Phân phối sản phẩm: Có kênh phân phối sản phẩm. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 03 sao.  **2)** Trí tuệ/bản sắc địa phương: Câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống của địa phương.  **3)** Phân phối sản phẩm: Có kênh phân phối sản phẩm. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 04 sao.  **2)** Phân phối sản phẩm:   Có hệ thống kênh phân phối sản phẩm. |
| **Phần C.**  Chất lượng sản phẩm |  | **1)**Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm: Nhóm 4 và 5: Có bản mô tả về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm. | **1)** Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm: Có công bố tiêu chuẩn sản phẩm theo quy định.  **2)** Đảm bảo chất lượng sản phẩm: Nhóm 1, 2, 3 và 4: Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy suất nguồn gốc theo quy định của pháp luật.  **3)**Mức độ tinh xảo/sắc nét: Nhóm 5: Có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 03 sao.  **2)** Tính độc đáo: Nhóm 1, 2, 3 và 4: Chất lượng sản phẩm độc đáo, mang tính đặc trưng.  **3)** Mức độ tinh xảo/sắc nét: Nhóm 5: Chất lượng sản phẩm tinh xảo.  **4)**Đảm bảo chất lượng sản phẩm: Nhóm 1, 2, 3 và 4: Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến của Việt Nam. | **1)** Đáp ứng các yêu cầu của hạng 04 sao.  **2)** Đảm bảo chất lượng sản phẩm: Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đáp ứng các tiêu chuẩn thị trường đích. |

***\* Ghi chú:***

- Nhóm 1: Thực phẩm tươi sống và Thực phẩm thô, sơ chế.

- Nhóm 2. Thực phẩm chế biến (đồ ăn nhanh); Gia vị; Chè; Cà phê, Ca cao.

- Nhóm 3. Thực phẩm chế biến (trừ đồ ăn nhanh), Đồ uống có cồn, Đồ uống không cồn.

- Nhóm 4. Thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, thuốc y học cổ truyền; Mỹ phẩm; Trang thiết bị, dụng cụ y tế; Thảo dược khác.

- Nhóm 5: Thủ công mỹ nghệ, trang trí; Thủ công mỹ nghệ gia dụng; Vải, may mặc

## II. QUY TRÌNH ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM

### 1. Trình tự đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

a) Công tác đánh giá tại cấp huyện (bao gồm quận, huyện trên địa bàn thành phố):

- Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp huyện thành lập Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP, ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng;

- Hội đồng cấp huyện tổ chức đánh giá, phân hạng các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện chuyển hồ sơ các sản phẩm có số điểm đạt từ 50 điểm đến 100 điểm (từ 3 đến 5 sao) lên Ủy ban nhân dân thành phố để đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP.

b) Công tác đánh giá tại cấp tỉnh:

- Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thành lập Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh, Tổ tư vấn giúp việc Hội đồng, ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng;

- Hội đồng cấp tỉnh tổ chức đánh giá, xếp hạng các sản phẩm do cấp huyện đề xuất;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt từ ba (03) đến bốn (04) sao, tổ chức công bố kết quả;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chuyển hồ sơ các sản phẩm đạt từ 90 điểm đến 100 điểm lên Trung ương (Qua Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) để đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

c) Công tác đánh giá tại cấp Trung ương:

- Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành lập Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp quốc gia, Tổ tư vấn giúp việc Hội đồng, ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng;

- Hội đồng cấp trung ương tổ chức đánh giá, phân hạng các sản phẩm do cấp tỉnh đề xuất;

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 05 sao (là sản phẩm OCOP cấp quốc gia), tổ chức công bố kết quả.

Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp trung ương không đạt 05 sao, Hội đồng cấp Trung ương gửi trả hồ sơ về Ủy ban nhân dân cấp tỉnh để đánh giá lại và hoàn thiện hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm theo thẩm quyền được phân cấp.

### 2. Thành phần Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP các cấp

a) Thành phần Hội đồng cấp tỉnh, bao gồm:

Chủ tịch Hội đồng là Phó Chủ tịch UBND tỉnh phụ trách lĩnh vực nông lâm nghiệp; Phó Chủ tịch Hội đồng là Phó Giám đốc Sở Nông nghiệp và PTNT Lào Cai phụ trách OCOP và thành viên Hội đồng là lãnh đạo các sở: Công thương, Khoa học và Công nghệ; Y tế, Văn Hóa Thể thao và Du lịch, Tài nguyên và Môi trường; Tổ Thư ký do Hội đồng đánh giá cấp tỉnh thành lập. Hội đồng đánh giá có thể mời chuyên gia OCOP của Trung ương tham gia đánh giá.

b) Thành phần Hội đồng cấp huyện, bao gồm:

Chủ tịch Hội đồng là lãnh đạo UBND huyện phụ trách lĩnh vực nông lâm nghiệp; Phó chủ tịch Hội đồng là lãnh đạo các Phòng Kinh tế/Nông nghiệp và PTNT; thành viên Hội đồng là lãnh đạo các phòng phục trách các lĩnh vực: Kinh tế hạ tầng, Văn Hóa - Thông tin, Tài nguyên và Môi trường, Y tế; Tổ thư ký do Hội đồng đánh giá cấp huyện thành lập; Đại diện các tổ chức liên quan, chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP.

### 3. Yêu cầu về hồ sơ đánh giá sản phẩm OCOP:

a) Hồ sơ đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP cấp huyện (Hồ sơ sản phẩm): do các chủ thể OCOP (doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, chủ hộ sản xuất…) chuẩn bị. Ủy ban nhân dân cấp huyện hướng dẫn, kiểm tra. b) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp tỉnh: Do Ủy ban nhân dân cấp huyện chuẩn bị. Bao gồm:

- Công văn gửi Ủy ban nhân dân cấp tỉnh đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP;

- Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp huyện;

- Hồ sơ sản phẩm.

c) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp quốc gia: Do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chuẩn bị. Bao gồm:

- Công văn gửi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP;

- Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh;

- Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm, Giấy chứng nhận đạt sao của sản phẩm;

- Hồ sơ sản phẩm;

- Các văn bản xác nhận kiểm tra, kiểm nghiệm bổ sung của cấp tỉnh (nếu có).

### 4. Phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP

Căn cứ vào kết quả đánh giá sản phẩm theo Bộ Tiêu chí đánh giá, tổng điểm đánh giá cho mỗi sản phẩm tối đa là 100 điểm và được phân thành 05 hạng:

+ Hạng 1 sao: sản phẩm khởi điểm tham gia Chương trình OCOP, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao. Có tổng điểm trung bình đạt dưới 30 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 2 sao: sản phẩm đã hình thành ở địa phương nhưng cần tiếp tục hỗ trợ nâng cấp để đạt đầy đủ tiêu chuẩn, có thể nâng cấp lên hạng 3 sao. Tổng điểm trung bình đạt từ 30 đến 49 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 3 sao: sản phẩm đã đạt tiêu chuẩn, có thương hiệu và có thể nâng cấp lên hạng 4 sao. Tổng điểm trung bình đạt từ 50 đến 69 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 4 sao: sản phẩm đạt tiêu chuẩn, đã có thương hiệu, có thể nâng cấp để đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế. Tổng điểm trung bình đạt từ 70 đến 89 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg;

+ Hạng 5 sao: sản phẩm đặc sắc, chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Tổng điểm trung bình đạt từ 90 đến 100 điểm được đánh giá theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg và Quyết định số 781/QĐ-TTg.

### 5. Thời hạn hiệu lực phân hạng sản phẩm OCOP

Các chủ thể OCOP có thể đăng ký sản phẩm để được đánh giá, phân hạng, nâng hạng sản phẩm thường xuyên, liên tục (theo kế hoạch và chu trình OCOP của địa phương).

Giấy chứng nhận cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao có giá trị trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành.

### 6. Sử dụng nhãn hiệu sản phẩm OCOP Việt Nam

Các sản phẩm tham gia đánh giá, phân hạng đạt từ 3 sao trở lên được sử dụng nhãn hiệu chứng nhận sản phẩm OCOP Việt Nam theo quy định tại Quyết định số 1162/QĐ-VPĐP-OCOP ngày 17 tháng 9 năm 2020 của Văn phòng Điều phối Nông thôn mới Trung ương ban hành quy chế quản lý và sử dụng nhãn hiệu chứng nhận sản phẩm OCOP Việt Nam.

# PHẦN III

# HƯỚNG DẪN CHỦ THỂ THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH OCOP

## I. XÁC ĐỊNH TIỀM NĂNG VÀ Ý TƯỞNG SẢN PHẨM OCOP

### 1. Xác định tiềm năng sản phẩm OCOP

Đánh giá, xác định tiềm năng sản phẩm OCOP là công việc quan trọng cần triển khai đối với chủ thể, sau khi được giới thiệu, hiểu rõ về Chương trình OCOP. Xác định tiềm năng là việc đánh giá tính khả thi của sản phẩm (điều kiện thực tế, khả năng có thể phát triển của sản phẩm) so với yêu cầu của Chương trình. Do đó, chủ thể cần dựa vào các cơ sở sau để đánh giá tiềm năng sản phẩm:

1. Quan điểm, định hướng về sản phẩm OCOP, đặc biệt là các yêu cầu tối thiểu phải đạt đối với sản phẩm OCOP (theo Quyết định số 781/QĐ-TTg);
2. Hiện trạng của sản phẩm và khả năng phát triển dựa trên năng lực của chủ thể, đặc biệt là các yếu tố: nguồn nguyên liệu, lao động, công nghệ, chất lượng, giá trị truyền thống, tính độc đáo....
3. Nhu cầu của thị trường và khả năng tiếp cận vào thị trường đối với sản phẩm OCOP, đặc biệt là thị trường đích.

Khi xác định thị trường và khả năng tiếp cận vào thị trường đối với sản phẩm OCOP, đặc biệt là thị trường đích cần phải quan tâm đến:

1. *Tính đặc sắc, độc đáo của sản phẩm*

Cần xác định về các yếu tố để có thể hình thành nên sự độc đáo, đặc sắc của sản phẩm dự kiến tham gia OCOP. Trong đó cần làm rõ các yếu tố:

- Chất lượng: yếu tố về chất lượng thể hiện những giá trị sử dụng mà sản phẩm có thể mang lại, đặc biệt quan tâm đến chất lượng các sản phẩm đặc sản, truyền thống mang tính địa phương, được hình thành với sự tham gia của cộng đồng. Đối với sản phẩm đã hình thành thì yếu tố này dễ dàng đánh giá, nhưng đối với sản phẩm mới thì cần lưu ý lựa chọn những sản phẩm có chất lượng, được chế biến từ nguyên liệu địa phương (mà nguyên liệu đó là đã là sản phẩm đặc trưng). Ví dụ như: sản phẩm chế biến từ vải thiều Thanh Hà chẳng hạn, bản thân sản phẩm chế biến dự kiến cần lấy nền tảng nguyên liệu là sản phẩm vải thiều Thanh Hà…

- Văn hóa, truyền thống: thể hiện ở những giá trị do cộng đồng tạo dựng, đặc biệt là từ lợi thế về: đất đai, điều kiện thời tiết, kỹ năng – kỹ xảo của người dân. Các câu hỏi cần tham khảo như: Sản phẩm có mang bản sắc văn hóa, truyền thống đặc trưng không? Bản sắc văn hóa, truyền thống có được được thể hiện trong sản phẩm không? Liệu có hấp dẫn với người mua không?

- Sự độc đáo của sản phẩm: yếu tố này đặc biệt cần quan tâm đối với các sản phẩm xuất phát từ ý tưởng mới. Sản phẩm của mình có khác với các sản phẩm cùng loại khác không? Các khác biệt vượt trội so với sản phẩm cùng loại ở nơi khác là gì? Các “khác biệt” đó có dễ dàng bị bắt chước không?

*b) Nguyên liệu*

Nguyên liệu cần xác định trên hai yếu tố: 1) Nguyên liệu mang những yếu tố đặc trưng, là sản phẩm có lợi thế của địa phương; 2) khả năng để đáp ứng yêu cầu sử dụng nguyên liệu địa phương theo Quyết định 781/QĐ-TTg. Trên cơ sở những yếu tố trên, cần xem xét theo: Chủ thể sản xuất có chủ động được nguồn nguyên liệu không? Nguyên liệu có sẵn trong cộng đồng hay phải mua ở nơi khác? Có đảm bảo được chất lượng và số lượng nguyên liệu không? Nguồn gốc của nguyên liệu có rõ ràng không? Nguyên liệu có sự khác biệt gì so với nguyên liệu cùng loại ở nơi khác?

Lưu ý rằng với những sản phẩm mà dùng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc nguyên liệu không rõ nguồn gốc thì sản phẩm sẽ bị loại khi tham gia Chương trình OCOP. Chương trình OCOP ưu tiên những sản phẩm có nguồn gốc xuất sứ ở tại cộng đồng địa phương.

*c) Công nghệ sản xuất*

Công nghệ áp dụng vào sản xuất là yếu tố cần được quan tâm đánh giá, công nghệ có 2 nhóm: 1) quy trình kỹ thuật áp dụng (hữu cơ, gap…); 2) công nghệ về máy móc, thiết bị… Đặc biệt cần lưu ý là các kỹ thuật, công nghệ truyền thống cần được lưu giữ và bảo tồn. Vì vậy, chủ thể cần quan tâm đến các câu hỏi: Sử dụng công nghệ sản xuất hiện đại hay truyền thống? Công nghệ có thân thiện với môi trường không?

Xu hướng sản xuất hiện nay cần phải áp dụng các công nghệ hiện đại và thân thiện với môi trường. Tuy nhiên, với một số sản phẩm (sản phẩm thêu tay, đồ handmade...) thì công nghệ truyền thống kết hợp với văn hóa bản địa cần được quan tâm để duy trì trong hoạt động sản xuất.

*d) Thị trường*

Đánh giá tiềm năng về thị trường, đặc biệt là nhu cầu của người tiêu dùng gắn với đặc tính của sản phẩm (sản phẩm tiêu dùng thường xuyên hay sản phẩm không thường xuyên, mang tính thời điểm (lễ tết, quà biếu…). Cùng với đó là đánh giá về tính cạnh tranh của sản phẩm: Sản phẩm cùng loại có nhiều trên thị trường không (sản phẩm cạnh tranh, sản phẩm thay thế)? Loại sản phẩm đó có được dùng thường xuyên không? Có so sánh được giá bán của sản phẩm tương tự trên thị trường không? ...

Mục đích cuối cùng là đánh giá được: thị trường của sản phẩm, đối tượng khách sử dụng sản phẩm… để có định hướng hoàn thiện sản phẩm, tổ chức sản xuất và xúc tiến thương mại.

*đ) Tiềm năng sáng tạo*

Cần xác định rõ và định hướng cụ thể về tiềm năng sáng tạo đối với sản phẩm, dựa trên nhiều yếu tố, cụ thể:

- Phát triển sản phẩm dựa vào nguồn nguyên liệu địa phương, khai thác lợi thế về chất lượng của nguyên liệu;

- Nâng cao chất lượng sử dụng trên các yếu tố về: công nghệ, an toàn thực phẩm, quy trình kỹ thuật;…

- Tiếp cận khách hàng: dựa trên yếu tố về giá trị sản phẩm: quà tặng, quà biếu, đẳng cấp…

- Tổ chức thị trường: gắn với các khía cạnh như: du lịch, kênh hàng (cao cấp, đại trà…);…

*e) Một số yếu tố khác*

Một số nội dung khác cần quan tâm đến đó là: 1) Khả năng tổ chức sản xuất gắn với cộng đồng (lao động tại địa phương, tổ chức sản xuất ở cộng đồng…; nhu cầu hỗ trợ về đào tạo nghề, đào tạo lao động…); 2) Tổ chức sản xuất như thế nào (HTX, tổ hợp tác, doanh nghiệp…; liên kết sản xuất…), đặc biệt là quan tâm và khuyến khích các HTX; 3) Những khó khăn, nhu cầu cần sự hỗ trợ của nhà nước trong phát triển sản phẩm…

Các nội dung trên là những gợi ý giúp chủ thể xác định được tiềm năng về sản phẩm của mình.

### 2. Xây dựng và phát triển ý tưởng sản phẩm

Ý tưởng phát triển sản phẩm có ý nghĩa quan trọng, quyết định đến sự thành công của doanh nghiệp, HTX, Tổ hợp tác, hộ gia đình sản xuất (gọi là chủ thể OCOP). Bên cạnh đó, đổi mới sản phẩm giúp cho các chủ thể tạo dựng sự khác biệt với đối thủ và phát huy lợi thế cạnh tranh của mình. Các chủ thể OCOP đăng ký ý tưởng sản phẩm theo mẫu đính kèm (biểu số 01, 02) tại QĐ số 1048 của Thủ tướng Chính phủ. Nếu chủ thể đăng ký sản phẩm mới thì điền vào biểu số 01, nếu chủ thể đăng ký sản phẩm đã có thì điền vào mẫu biểu số 02. Sau khi hoàn thành phiếu đăng ký ý tưởng phát triển sản phẩm, chủ thể sẽ gửi phiếu đề xuất đăng ký ý tưởng sản phẩm mới hoặc sản phẩm đã có tới cơ quan thường trực OCOP ở địa phương (UBND xã).

Cách xây dựng và phát triển ý tưởng sản phẩm, đánh giá tính khả thi theo gợi ý sau đây:

Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm: Ý tưởng sản phẩm của chính chủ thể OCOP và góp phần gia tăng giá trị gắn với bảo tồn truyền thống/văn hóa.

***Bước 1***: Hình thành ý tưởng

Thông qua đời sống thực tế, qua tiếp xúc với khách hàng, quan sát đối thủ cạnh tranh, các nhà cung cấp nguyên liệu, vật tư.... Ví dụ:

***Bước 2:*** Sàng lọc ý tưởng

Các ý tưởng được sàng lọc cần trả lời các câu hỏi có thể thực hiện được hay không? Có phù hợp với nhu cầu khách hàng, thị trường hay không? Liệu sản phẩm có bán chạy được hay không?

Việc sang lọc ý tưởng có thể được thực hiện thông qua việc đánh giá thang điểm.

***Bước 3:*** Phát triển thử nghiệm mô hình sản phẩm

Sau khi đã qua công đoạn sàng lọc ý tưởng, các ý tưởng hay, phù hợp sẽ được phát triển thành mô hình sản phẩm và đem đi thử nghiệm. Mô hình sản phẩm là ý tưởng phát triển sản phẩm mới được cụ thể hóa như là sản phẩm thật: hình dáng, màu sắc, cấu tạo, công dụng, đặc điểm, giá cả..., tuy nhiên, vẫn chỉ dừng ở mức là ý tưởng.

## III. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM VÀ PHƯƠNG ÁN KINH DOANH

### 1. Hướng dẫn viết câu chuyện sản phẩm

***a) Bản chất câu chuyện sản phẩm***

Người ta thường nói “bán sản phẩm là bán câu chuyện, mỗi sản phẩm đều mang một giá trị nào đó mà thông qua sử dụng nó đem lại cho khách hàng sự “thỏa mãn” nhất định. Câu chuyện sản phẩm là thông điệp mà chủ thể truyền tải phần “GIÁ TRỊ CỐT LÕI” của sản phẩm đến với khách hàng.

Nhiều người hiểu chưa đúng, nên viết theo hơi hướng câu chuyện “**cổ tích**” về sản phẩm.

***b) Các yếu tố cần có của câu chuyện sản phẩm***

- Xác định được khách hàng mục tiêu của sản phẩm là ai? Khách sẽ thấy họ và vấn đề của họ trong câu chuyện sản phẩm. Ví dụ đối tượng mà sản phẩm hướng tới là người già, người trẻ, giới tính, thu nhập của họ,… để có câu chuyện phù hợp với họ.

- Chỉ ra được đâu là vấn đề họ đang gặp phải khi sử dụng các mặt hàng tương tự;

- Chỉ ra được các giải pháp mà sản phẩm của doanh nghiệp sẽ giúp họ giải quyết các vấn đề đó;

- Vẽ ra các “viễn cảnh” mà khách hàng sẽ đạt được, thoả mãn thông qua việc sử dụng các giải pháp của doanh nghiệp;

- Hãy tìm ra yếu tố “độc nhất” trong giải pháp của doanh nghiệp (hãy phân tích đối thủ cạnh tranh).

Câu chuyện sản phẩm cần được xây dựng trên nền tảng 3 nội dung: i) sự đặc sắc, yếu tố truyền thống của địa phương gắn với điều kiện sản xuất, kỹ năng, kỹ xảo của con người; ii) giá trị cốt lõi, thông điệp của chủ thể gắn với việc phát huy giá trị của cộng đồng, hướng đến người tiêu dùng; iii) sự đặc sắc, sáng tạo và chất lượng của sản phẩm nhằm bảo tồn, phát huy và hướng đến phát huy giá trị của sản phẩm.

### 2. Xây dựng phương án/dự án sản xuất kinh doanh

Phương án sản xuất, kinh doanh của chủ thể OCOP là tài liệu quan trọng, quyết định đến sự thành công, hiệu quả trong hoạt động của các chủ thể, đồng thời ảnh hưởng đến mức độ đạt được mục tiêu của chủ thể gắn với Chương trình OCOP. Do đó, xây dựng phương án kinh doanh cần phải dựa trên các yêu cầu sau:

- Liên hệ và phối hợp chặt chẽ với cấp xã, nhằm tạo sự ủng hộ về ý tưởng, kế hoạch và đề nghị sự hỗ trợ về chính sách, điều kiện,… trong xây dựng phương án sản xuất kinh doanh;

- Phù hợp với khả năng của chủ thể và điều kiện kinh tế - xã hội của địa phương: phương án sản xuất kinh doanh phải được xây dựng dựa trên năng lực của chủ thể về: tài chính, công nghệ, quản trị, marketing… và điều kiện của địa phương về cơ sở hạ tầng (giao thông,…),… Đặc biệt là khả năng và sự quyết tâm đầu tư của chủ thể để tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh;

- Phương án sản xuất kinh doanh phải thể hiện được lộ trình về thời gian, nội dung để nâng chất sản phẩm đặt mục tiêu được công nhận OCOP (theo mức sao), đồng thời có nội dung, giải pháp cụ thể để tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, giới thiệu, quảng bá và phát triển thị trường sản phẩm sau khi được công nhận OCOP;

- Tính khả thi để áp dụng vào thực tiễn: phương án xây dựng cần có tính khả thi, có khả năng áp dụng với các giải pháp cụ thể, không nên xây dựng phương án có mục tiêu quá cao, vượt khả năng đáp ứng và triển khai, dẫn đến rủi ro;

- Phù hợp với Chương trình: phương án cần nghiên cứu, khai thác các chính sách hỗ trợ của Chương trình, đặc biệt là các nguồn lực hỗ trợ trực tiếp. Ngoài ra, cần quan tâm ưu tiên để hỗ trợ và xây dựng các điều kiện bắt buộc gắn với Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP nhằm đạt được các mục tiêu theo lộ trình kế hoạch;

- Phương án tài chính cần thực tế và đúng quy định, cụ thể là:

+ Trong phương án tài chính cần nêu ra được những giả định quan trọng: Đưa ra những điều kiện quan trọng mà thiếu chúng phần kế hoạch tài chính có thể bị thất bại.

+ Đưa ra cụ thể các chỉ số tài chính cơ bản.

+ Phân tích điểm hoà vốn: Điểm hoà vốn là mức sản xuất mà ở đó đơn vị không thu được lợi nhuận hoặc cũng không bị lỗ. Sản xuất trên mức này sẽ có lãi và sản xuất dưới mức này sẽ làm đơn vị bị lỗ. Điểm này có thể được tính toán bằng giá trị sản lượng sản xuất, tỉ lệ % hoặc doanh thu.

+ Tính cụ thể lỗ lãi dự kiến trong một thời gian nhất định. Nó có thể được tính bằng cách lấy doanh thu trừ đi các chi phí hoạt động trong cùng thời gian.

+ Dự kiến lưu chuyển tiền mặt: Đối với các doanh nghiệp/HTX càn làm rõ tình trạng lưu chuyển tiền mặt trong đơn vị. Bằng cách lập kế hoạch về lưu chuyển tiền mặt của đơn vị, chúng ta sẽ dự tính được khi nào cần một khoản tiền mặt bổ sung và khi nào có thể có thêm một khoản tiền dư. Nếu chúng ta vay từ ngân hàng thì họ sẽ phải biết kế hoạch lưu chuyển tiền mặt của đơn vị.

+ Bảng dự tính cân đối kế toán: Bảng cân đối kế toán là báo cáo tài sản (tích sản) và nghĩa vụ tài chính, đưa ra một bức tranh về tài chính của đơn vị tại một thời điểm nhất định.

+ Trong phần cuối của phương án sản xuất kinh doanh, cần thiết phải kiểm tra tính khả thi của dự án về mặt tài chính. Liệu lợi nhuận của năm đầu tiên có đủ để trả nợ và hoàn trả lãi suất không? Điều gì sảy ra với khả năng sinh lời dự kiến nếu chi phí nguyên liệu thô tăng 10%? Cái gì nếu dự toán doanh thu chỉ có 80% là hiện thực? Đơn vị có thể phải có nghĩa vụ trả lãi bằng tiền mặt hàng tháng? Các tỉ lệ tài chính khác nhau được sử dụng để trả lời tất cả các vấn đề như vậy.

## III. CHUẨN HÓA SẢN PHẨM THEO TIÊU CHUẨN OCOP

### 1. Chuẩn hóa sản phẩm

Chuẩn hóa sản phẩm được tiến hành cho các sản phẩm hiện có của các chủ thể đăng ký tham gia Chương trình OCOP. Nội dung chuẩn hóa dựa trên cơ sở các tiêu chuẩn đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg, ngày 21/8/2019 và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ. Trong đó, cần tập trung vào 3 nhóm nội dung chính:

(1) Chất lượng sản phẩm;

(2) Chứng nhận và công bố chất lượng;

(3) Bao bì, nhãn mác sản phẩm.

*a) Chất lượng sản phẩm*

Sản phẩm OCOP được phát triển theo định hướng các sản phẩm đặc trưng, độc đáo của địa phương, do đó nó mang các đặc điểm về: các đặc tính sản phẩm; nguồn nguyên liệu sử dụng trong quá trình chế biến; đặc điểm lịch sử, văn hóa truyền thống của cư dân địa phương, các khía cạnh tập thể (có nhiều tác nhân liên quan) và việc chia sẻ kinh nghiệm và hiểu biết ở cấp độ sản xuất và tiêu thụ. Do đó, việc phát triển chất lượng sản phẩm (chất lượng sử dụng) cần quan tâm hoàn thiện các yếu tố sau:

- *Hoàn thiện, chuẩn hóa quy trình gắn với điều kiện sản xuất:* điều kiện đất đai, khí hậu, thủy văn… là một trong những yếu tố hình thành đặc trưng của sản phẩm, gắn với vị trí địa lý, đặc biệt là đối với sản phẩm nông nghiệp. Nhóm yếu tố này là cơ sở để hình thành các giá trị về chất lượng mang tính lãnh thổ, tạo dựng sự khác biệt của sản phẩm so với các khu vực khác.

* *Bảo tồn và khai thác các yếu tố về văn hóa, kỹ năng và truyền thống:* Việc khai thác, sản xuất sản phẩm đặc sản dù theo hình thức nào thì vẫn là sản phẩm của hoạt động cộng đồng. Do đó, sản phẩm sản xuất chịu nhiều ảnh hưởng bởi môi trường kinh tế, xã hội của cộng đồng sản xuất ra sản phẩm đó. Các yếu tố kỹ thuật sản xuất, chế biến gắn chặt với văn hóa là điểm cơ bản để hình thành nên đặc trưng sản phẩm.
* *Hoàn thiện chất lượng gắn với nhu cầu của thị trường:*Một trong các nhóm yếu tố ảnh hưởng nhiều đến vấn đề phát triển sản phẩm OCOP của mỗi địa phương, mỗi cộng đồng là vấn đề thị trường và cơ chế mới trong thời kỳ hội nhập. Nếu trước đây, việc sản xuất sản phẩm nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp nói chung hay sản phẩm đặc sản nói riêng chỉ để thỏa mãn nhu cầu trong gia đình và cộng đồng tại địa phương thì ngày nay trong thời kỳ hội nhập, giao lưu buôn bán với bên ngoài thì việc sản xuất sản phẩm đặc sản có điều kiện vượt xa khỏi điều kiện sản xuất tự cấp, tự túc. Do đó, vấn đề thị trường, cạnh tranh của các sản phẩm khác có ảnh hưởng tới việc bảo tồn và phát triển các sản phẩm đặc sản của khu vực nông thôn (hình thức của sản phẩm (khối lượng, hình dáng…), sự tiện dụng trong sử dụng,…).
* *Áp dụng phù hợp các giải pháp hỗ trợ:* Các chính sách phát triển của địa phương, vốn, áp dụng khoa học công nghệ đối với sản phẩm OCOP cũng mang những đặc trưng riêng. Ví dụ như đối với khoa học công nghệ*,* có thể áp dụng nhiều thành tựu khoa học công nghệ, tiến bộ kỹ thuật, máy móc, thiết bị để nâng cao hiệu quả sản xuất. Nhưng vấn đề là làm thế nào và lựa chọn công nghệ nào phù hợp để vừa nâng cao hiệu quả sản xuất vừa không đánh mất những đặc tính ưu việt của sản phẩm, đặc biệt là ‘bí kíp gia truyền’ - không thể thay thế bằng công nghệ.

*b) Công bố tiêu chuẩn chất lượng*

Công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm là yêu cầu mang tính bắt buộc trong sản xuất, kinh doanh hàng hóa, do đó yêu cầu đối sản phẩm OCOP là phù hợp với các quy định hiện hành của nhà nước. Để thực hiện việc công bố tiêu chuẩn chất lượng, chủ thể cần phải hiểu rõ và thực hiện những nhiệm vụ sau:

- Công bố tiêu chuẩn cơ sở: Trách nhiệm phải công bố tiêu chuẩn áp dụng (Điều 24, Văn bản hợp nhất số 04/VBHN-BKHCN năm 2018 hợp nhất nghị định hướng dẫn Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật do Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành). Chủ thể có thể áp dụng Tiêu chuẩn Quốc gia (TCVN), Tiêu chuẩn Quốc tế (TCQT), Tiêu chuẩn khu vực (TCKV), Tiêu chuẩn nước ngoài (TCNN) tương ứng;

- Công bố hợp chuẩn là việc tổ chức, cá nhân tự công bố sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, quá trình, môi trường phù hợp với tiêu chuẩn tương ứng. Công bố hợp chuẩn là hoạt động tự nguyện. Việc công bố phù hợp tiêu chuẩn tương ứng dựa trên: 1) Kết quả chứng nhận hợp chuẩn do tổ chức chứng nhận đã đăng ký thực hiện hoặc; 2) Kết quả tự đánh giá sự phù hợp của tổ chức, cá nhân công bố hợp chuẩn *(Thông tư 28/2012/TT-BKHCN);*

- Công bố hợp quy là việc tổ chức, cá nhân tự công bố sản phẩm, hàng hóa phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật tương ứng. Công bố hợp quy hoạt động bắt buộc đối với một số hoạt động sản xuất kinh doanh *(khoản 2,3 Điều 1 Thông tư 02/2017/TT-BKHCN)*. Hoạt động công bố hợp quy tại các sở chuyên nghành tương ứng.

- Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm: Để có thể sản xuất, kinh doanh sản phẩm thực phẩm, công bố chất lượng sản phẩm thực phẩm thì đầu tiên Cơ sở sản xuất, kinh doanh phải được cấp Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm. Danh mục các sản phẩm do các bộ quản lý về an toàn thực phẩm, có thể tham khảo tại phụ lục II; III; IV của Nghị định số 15/2018/NĐ-CP ngày 02 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ.

*c) Ghi nhãn hàng hóa*

- Nhãn hàng hóa là: bản viết, bản in, bản vẽ, bản chụp của chữ, hình vẽ, hình ảnh được dán, in, đính, đúc, chạm, khắc trực tiếp trên hàng hoá, bao bì thương phẩm của hàng hoá hoặc trên các chất liệu khác được gắn trên hàng hóa, bao bì thương phẩm của hàng hoá.

- Các tổ chức, cá nhân phải thực hiện nghi nhãn hàng hóa theo quy định tại Nghị định 43/2017/NĐ-CP của Chính phủ, theo đó:

+ Tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm ghi nhãn hàng hóa kể cả nhãn phụ phải bảo đảm ghi nhãn trung thực, rõ ràng, chính xác, phản ánh đúng bản chất của hàng hóa.

+ Hàng hóa sản xuất để lưu thông trong nước thì tổ chức, cá nhân sản xuất phải chịu trách nhiệm thực hiện ghi nhãn hàng hóa. Trong trường hợp tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm ghi nhãn hàng hóa yêu cầu tổ chức, cá nhân khác thực hiện việc ghi nhãn thì tổ chức, cá nhân đó vẫn phải chịu trách nhiệm về nhãn hàng hóa của mình.

+ Trong trường hợp hàng hóa xuất khẩu không xuất khẩu được hoặc bị trả lại, đưa ra lưu thông trên thị trường thì tổ chức, cá nhân đưa hàng hóa ra lưu thông phải ghi nhãn theo quy định của Việt Nam.

- Nội dung bắt buộc phải thể hiện trên nhãn hàng hóa:

+ Tên hàng hóa;

+ Tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa;

+ Xuất xứ hàng hóa;

+ Các nội dung khác theo tính chất của mỗi loại hàng hóa *(được quy định tại Phụ lục I của Nghị định 43 và văn bản quy phạm pháp luật liên quan).*

- Các chủ thể cần lưu ý về vị trí ghi nhãn, kích thước, ngôn ngữ, cách thức thể hiện … khi thiết kế nhãn hàng hóa.

### 2. Các đầu mối liên hệ về quản lý chất lượng sản phẩm

Dựa trên nội dung của Nghị định 15/2018/NĐ-CP của Chính phủ, các địa phương sẽ cụ thể hóa việc phân công trách nhiệm quản lý Nhà nước về Chất lượng sản phẩm, hàng hóa như sau:

(a) Sở Y tế: Y dược cổ truyền; sức khoẻ của cộng đồng; vệ sinh an toàn thực phẩm, thực phẩm chức năng, thực phẩm tăng cường vi chất dinh dưỡng, thực phẩm bổ sung, phụ gia thực phẩm, nước uống, nước sinh hoạt, nước khoáng thiên nhiên; thuốc lá điếu; hoá chất, chế phẩm diệt côn trùng, diệt khuẩn dùng trong lĩnh vực gia dụng và y tế;

(b) Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn:

- Giống cây trồng, giống vật nuôi; nông sản, lâm sản, thủy sản, muối; gia súc, gia cầm, vật nuôi;

- Vật tư nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản; phân bón; thức ăn, nguyên liệu sản xuất thức ăn chăn nuôi;

- Sản phẩm, dịch vụ trong nuôi trồng, thu hoạch, chế biến, bảo quản, vận chuyển nông sản, lâm sản, thủy sản, muối;

- Phụ gia, hóa chất sử dụng trong nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản; Thuốc bảo vệ thực vật, động vật;

(c) Sở Công Thương:

Sản phẩm công nghiệp tiêu dùng, công nghiệp thực phẩm và công nghiệp chế biến khác theo quy định của pháp luật;

(d) Sở Tài nguyên và Môi trường: Môi trường;

(g) Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch:

- Sản phảm, loại hình du lịch theo quy định của Luật Du lịch;

- Dịch vụ trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch, giải trí.

## IV. HƯỚNG DẪN XÂY DỰNG HỒ SƠ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP

### 1. Xây dựng bộ hồ sơ cho sản phẩm dự thi lần đầu

***a) Đối với hồ sơ dự thi cấp huyện***

Hồ sơ đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP (Hồ sơ sản phẩm): do các chủ thể OCOP (doanh nghiệp, HTX, tổ hợp tác, chủ hộ sản xuất kinh doanh...) chuẩn bị. Ủy ban nhân dân cấp huyện hướng dẫn, kiểm tra. Bao gồm:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TT** | **Nội dung** | **Yêu cầu** |
| **1** | **Yêu cầu bắt buộc** |  |
| - | Phiếu đăng ký ý tưởng sản phẩm, đăng ký sản phẩm | Có theo mẫu đính kèm (biểu số 01, 02) |
| - | Phương án, kế hoạch kinh doanh sản phẩm | Có theo mẫu đính kèm (biểu số 03) |
| - | Giới thiệu bộ máy tổ chức | Có theo mẫu đính kèm (biểu số 04) |
| - | Giấy đăng ký kinh doanh | Bản sao có công chứng, chứng minh hoạt động kinh doanh hợp pháp (đối với các đơn vị/cá nhân có đăng ký kinh doanh) |
| - | Sản phẩm mẫu | 05 đơn vị sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ) |
| **2** | **Yêu cầu tài liệu minh chứng bổ sung** |  |
| - | Giấy đủ điều kiện sản xuất | Bản sao có công chứng (đối với sản phẩm cần phải có giấy chứng nhận theo quy định hiện hành) |
| - | Công bố chất lượng sản phẩm | Bản sao tài liệu, chứng minh chất lượng sản phẩm được công bố |
| - | Tiêu chuẩn sản phẩm | Bản sao tài liệu, chứng minh tiêu chuẩn sản phẩm được công bố |
| - | Phiếu kết quả kiểm tra chỉ tiêu an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn công bố | Bản sao tài liệu, chứng minh đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm |
| - | Mã số mã vạch, tem truy xuất nguồn gốc, chứng nhận sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu sản phẩm... | Bản sao tài liệu, chứng minh mã, tem, sở hữu thương hiệu... |
| - | Nguồn gốc nguyên liệu, liên kết chuỗi | Bản sao tài liệu: Giấy xác nhận, hợp đồng, hóa đơn... chứng minh việc mua bán nguyên vật liệu, hợp đồng, thỏa thuận liên kết |
| - | Bảo vệ môi trường | Bản sao tài liệu: Giấy xác nhận Kế hoạch bảo vệ môi trường, chứng minh cam kết, đánh giá tác động môi trường |
| - | Hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, kiểm soát chất lượng | Bản sao tài liệu: chứng nhận Hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, chứng minh hệ thống quản lý đạt tiêu chuẩn |
| - | Kế toán | Bản sao tài liệu, minh chứng hoạt động kế toán của cơ sở |
| - | Phát triển thị trường, hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại | Bản sao tài liệu: Hợp đồng, cam kết, xác nhận về phân phối sản phẩm, xuất khẩu sản phẩm, hoạt động xúc tiến thương mại... |
| - | Câu chuyện về sản phẩm | Bản sao tờ rơi, hình ảnh, phim, ghi âm... minh chứng về câu chuyện của sản phẩm |
| - | Kế hoạch kiểm soát chất lượng, ghi hồ sơ lô sản xuất... | Bản sao tài liệu, minh chứng về hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm theo từng lô sản xuất |
| - | Giải thưởng của sản phẩm, bình chọn của các tổ chức uy tín trong nước và quốc tế... | Bản sao tài liệu, minh chứng về các thành tích, giải thưởng, bình chọn... |

*Nguồn: Quyết định số 1048/QĐ-TTg, ngày 21 tháng 8 Năm 2019*

***b) Đối với hồ sơ dự thi cấp tỉnh***

Tư vấn cho các chủ thể có sản phẩm đánh giá được số điểm đạt từ 50 điểm đến 100 điểm cấp huyện đánh giá chuẩn bị hồ sơ đề nghị UBND cấp tỉnh đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP. Hồ sơ bao gồm

(1). Công văn gửi Ủy ban nhân dân cấp tỉnh đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

(2). Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp huyện.

(3). Hồ sơ sản phẩm.

Trong đó: Số (1) và số (2) sẽ do hội đồng chấm cấp huyện chuẩn bị; Số (3) do chủ thể chuẩn bị dựa trên hồ sơ đã chuẩn bị chấm cấp huyện đã hoàn thiện và bổ sung ( nếu cần) theo ý kiến của hội đồng

***c) Đối với hồ sơ dự thi cấp Quốc gia***

Tư vấn cho các chủ thể có sản phẩm tiềm năng được hội đồng chấm cấp tỉnh chấm đạt năm (05) sao (từ 90 đến 100 điểm) được UBND tỉnh chuẩn bị hồ sơ đề nghị cấp Trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP quốc gia. Hồ sơ bao gồm:

(1). Công văn gửi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

(2). Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh.

(3). Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá, phân hạng và cấp Giấy chứng nhận đạt sao cho sản phẩm.

(4). Hồ sơ sản phẩm.

(5). Các văn bản xác nhận kiểm tra, kiểm nghiệm bổ sung của cấp tỉnh (nếu có).

Lưu ý: Số (1), (2) và (3) sẽ do hội đồng chấm cấp tỉnh chuẩn bị; Số (4) và (5) do chủ thể chuẩn bị dựa trên hồ sơ đã chuẩn bị chấm cấp tỉnh đã hoàn thiện và bổ sung (nếu cần) theo ý kiến của hội đồng

### 2. Xây dựng bộ hồ sơ cho sản phẩm dự thi cấp lại sao

Các chủ thể có thể dựa vào hồ sơ sản phầm dự thi lần đầu để hoàn thiện hồ sơ cấp lại sao cho sản phẩm. Bổ sung thêm các giấy tờ, minh chứng cho sản phẩm trong thời gian sản phẩm đã được cấp sao

Hồ sơ bao gồm:

(1) Quyết định công nhận đạt sao của sản phẩm từ đợt thi trước;

(2) 01 bản báo cáo về từng nội dung của quá trình nâng cấp, hoàn thiện sản phẩm;

(3) Phiếu kết quả kiểm nghiệm sản phẩm còn hiệu lực (Đối với các sản phẩm theo quy định);

(4) Giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định;

(5) Tài liệu minh chứng chất lượng sản phẩm công bố (đối với sản phẩm thuộc diện bắt buộc phái công bố);

(6) Phiếu kết quả kiểm nghiệm sản phẩm còn hiệu lực theo quy định;

(7) Văn bản minh chứng về công tác đảm bảo vệ sinh môi trường;

(8) Các giấy tờ khác cho các chỉ tiêu liên quan khác của sản phẩm theo bộ chỉ tiêu đánh giá và xếp hạng sản phẩm (Ví dụ: Giấy chứng nhận, văn bằng bảo hộ quyền sở hữu nhãn hiệu, tiêu chuẩn cơ sở của sản phẩm, công bố chất lượng bao bì của sản phẩm, hóa đơn mua bán nguyên vật liệu, hóa đơn bán hàng,....).

### 3. Xây dựng bộ hồ sơ cho sản phẩm dự thi nâng hạng sao

Tư vấn cho các chủ thể có thể dựa vào hồ sơ sản phầm dự thi đã được cấp sao để hoàn thiện hồ sơ cấp nâng hạng sao cho sản phẩm. Bổ sung thêm các giấy tờ, minh chứng cho sản phẩm.

Hồ sơ bao gồm:

1. Quyết định công nhận đạt sao của sản phẩm từ đợt thi trước;

(2) 01 bản báo cáo về từng nội dung của quá trình nâng cấp, hoàn thiện sản phẩm;

(3) Phiếu kết quả kiểm nghiệm sản phẩm còn hiệu lực (Đối với các sản phẩm theo quy định);

(4) Giấy đăng ký kinh doanh;

(5) Các giấy tờ khác cho các chỉ tiêu liên quan khác của sản phẩm theo bộ chỉ tiêu đánh giá và xếp hạng sản phẩm (Ví dụ: Giấy chứng nhận, văn bằng bảo hộ quyền sở hữu nhãn hiệu, tiêu chuẩn cơ sở của sản phẩm, công bố chất lượng bao bì của sản phẩm, hóa đơn mua bán nguyên vật liệu, hóa đơn bán hàng,....).

Lưu ý: Các chủ thể có thể dựa vào hồ sơ sản phẩm dự thi lần đầu đã được cấp sao để hoàn thiện hồ sơ đề nghị đánh giá, phân hạng lần 2 (nâng cao) cho sản phẩm.

# PHẦN IV

# HƯỚNG DẪN CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP

## I. XÂY DỰNG TRIỂN KHAI CHƯƠNG TRÌNH OCOP

### 1. Căn cứ xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp

- Luật Ngân sách Nhà nước và các văn bản hướng dẫn thực hiện có liên quan;

- Luật Đầu tư công và các văn bản hướng dẫn thực hiện có liên quan;

- Quyết định số 41/2016/QĐ-TTg ngày 10/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành Quy chế quản lý, điều hành thực hiện các Chương trình MTQG;

- Đề án/KH OCOP của tỉnh,huyện, xã được cấp có thẩm quyền phê duyệt;

- Hướng dẫn lập kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới 5 năm và hằng năm của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;

- Điều kiện, nhu cầu thực tế của địa phương ở các cấp về phát triển các sản phẩm OCOP.

### 2. Nguyên tắc lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP các cấp

- Kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP các cấp phải nằm trong tổng thể kế hoạch của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới 5 năm và hằng năm và gắn với kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của các ấp.

- Quá trình lập kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP ở cấp xã phát có sự tham gia của chính quyền, các tổ chức đoàn thể, các chủ thể tham gia thực hiện Chươn trình OCOP, cộng đồng dân cư có liên quan;

- Kế hoạch OCOP trên địa bàn cấp xã phải làm rõ khả năng huy động nguồn vốn thực hiện bao gồm: nguồn vốn hỗ trợ từ ngân sách Trung ương, nguồn vốn ngân sách địa phương (tỉnh, huyện, xã) được cấp có thẩm quyền thông báo dự kiến, nguồn vốn đối ứng của các chủ thể tham gia thực hiện Chương trình OCOP, vốn tín dụng và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác từ người dân và cộng đồng để thực hiện.

### 3. Nội dung kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP

a) Đánh giá tình hình thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn của năm trước năm kế hoạch (Công tác quản lý, chỉ đạo triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn; nâng cao năng lực cho cán bộ triển khai, các chủ thể tham gia Chương trình OCOP; số lượng sản phẩm OCOP được phát triển trong năm theo nhóm sản phẩm so với mục tiêu đề ra; công tác xúc tiến thương mại, quảng bá và hỗ trợ phát triển các sản phẩm OCOP trên địa bàn; huy động nguồn lực thực hiện...) trong đó cần nêu rõ những thuận lợi, khó khăn, vướng mắc cần khắc phục...

b) Dự kiến mục tiêu, nhiệm vụ năm kế hoạch:

Căn cứ Đề án/Kế hoạch Chương trình OCOP cấp tỉnh, huyện được cấp có thẩm quyền phê duyệt và tình hình thực tế, các địa phương (tỉnh, huyện, xã) chủ động rà soát, phối hợp với các chủ thể tham gia, cơ quan chức năng có liên quan và đơn vị tư vấn (nếu có) dự kiến mục tiêu, nhiệm vụ phát triển sản phẩm OCOP trên địa bàn.

c) Dự kiến nguồn lực thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia bao gồm:

Trên cơ sở dự kiến mục tiêu, nhiệm vụ thực hiện, các địa phương làm rõ khả năng huy động nguồn vốn thực hiện bao gồm: nguồn vốn hỗ trợ từ ngân sách Trung ương, nguồn vốn ngân sách địa phương (tỉnh, huyện, xã) được cấp có thẩm quyền thông báo dự kiến, nguồn vốn đối ứng của các chủ thể tham gia thực hiện Chương trình OCOP, vốn tín dụng và các nguồn vốn huy động hợp pháp khác từ người dân và cộng đồng để thực hiện.

d) Giải pháp và nội dung trọng tâm tập trung thực hiện (Tuyên truyền, nâng cao năng lực, các nội dung, nhiệm vụ trọng tâm cần thực hiện, xúc tiến thương mại, quảng bá, thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm, phát triển các chuỗi liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm OCOP, hỗ trợ các chủ thể OCOP; kiểm tra, giám sát...).

Đặc biệt, kế hoạch cần xây dựng và ưu tiên giải pháp để hỗ trợ sản phẩm OCOP sau khi được đánh giá, phân hạng nhằm mục đích nâng hạng và phát triển thị trường. Trong đó, chú trọng các giải pháp về quản lý chất lượng, sở hữu trí tuệ, xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường sản phẩm OCOP.

đ) Đề xuất, kiến nghị (nếu có).

### 4. Các bước lập kế hoạch triển khai Chương trình OCOP

a) Cấp xã:

Cấp xã đóng vai trò rất quan trọng trong việc xác định và đề xuất sản phẩm dựa trên các lợi thế của địa phương về: vùng nguyên liệu, lao động, kỹ thuật truyền thống, ngành nghề nông thôn... Do vậy, để xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP, cấp xã cần quan tâm, chỉ đạo và tổ chức triển khai các nội dung, gồm:

- Tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao năng lực của người dân, cán bộ, các tổ chức đoàn thể chính trị - xã hội về Chương trình OCOP;

- Thông báo cho các chủ thể và người dân đăng ký, đề xuất tham gia phát triển các sản phẩm OCOP trên địa bàn.

*-* Ban quản lý cấp xã tổ chức họp với các chủ thể và người dân có liên quan để thống nhất lựa chọn các sản phẩm và hoạt động ưu tiên hỗ trợ trong kế hoạch triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn xã đảm bảo phù hợp với mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án các cấp (tỉnh, huyện) đã được phê duyệt và nguồn lực bố trí thực hiện.

- Ủy ban nhân dân xã tổng hợp kế hoạch triển khai Chương trình OCOP vào Kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới của xã gửi UBND huyện.

b) Cấp huyện:

- Rá soát, dự kiến kế hoạch triển khai các hoạt động phát triển Chương trình OCOP của cấp huyện *(quản lý chỉ đạo, đào tạo, nâng cao năng lực, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm; hỗ trợ các mô hình phát triển sản phẩm OCOP quy mô liên xã; kết nối, xây dựng và phát triển các chuỗi liên kết sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện từ sản xuất, chế biến, bảo quản và tiêu thụ giữa các chủ thể OCOP với các doanh nghiệp, HTX...);* dự kiến nguồn vốn ngân sách Trung ương và khả năng huy động nguồn lực triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn.

- Tổng hợp chung kế hoạch triển khai OCOP cấp huyện và kế hoạch của các xã trên địa bàn trong Kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới của huyện gửi Văn phòng Điều phối nông thôn mới của tỉnh. Đồng thời, gửi Kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP của huyện cho cơ quan được giao chủ trì triển khai Chương trình OCOP của tỉnh để tổng hợp.

c) Cấp tỉnh :

- Cơ quan được giao chủ trì triển khai Chương trình OCOP cấp tỉnh: Tổng hợp chung kế hoạch triển khai Chương trình OCOP của các huyện trên địa bàn; dự kiến kế hoạch triển khai các hoạt động thực hiện Chương trình OCOP cấp tỉnh theo quy định gửi Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp tỉnh để tổng hợp chung trong Kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.

- Ủy ban nhân dân tỉnh xem xét, ký ban hành Dự kiến kế hoạch thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới gửi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để tổng hợp; giao Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài chính tổng hợp kế hoạch và nhu cầu kinh phí ngân sách Nhà nước (Trung ương, địa phương) để cân đối bố trí thực hiện Chương trình OCOP trong Kế hoạch kinh phí thực hiện Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới.

**\* Những yếu tố quyết định chất lượng lập kế hoạch:**

Tổ chức đánh giá tiềm năng sản phẩm phải nghiêm túc:

Người dân được tuyên truyền thông tin đầy đủ về Chương trình OCOP;

Cán bộ hỗ trợ Chương trình OCOP các cấp thực hiện tốt nhiệm vụ, theo đúng nguyên tắc, theo đúng chu trình.

Rà soát thông tin, xác định tính khả thi tốt:

Lãnh đạo các cấp thực hiện việc rà soát ý tưởng sản phẩm, đặc biệt là cấp xã.

Tổ chức tốt thẩm định tính khả thi kế hoạch OCOP cấp xã, huyện

5. Đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm (cấp xã, huyện)

Dựa vào phiếu đăng kí đề xuất ý tưởng của các chủ thể, cấp xã thẩm định, đánh giá tiềm năng và tính khả thi của các đề xuất ý tưởng và bản lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể. Sau khi đánh giá, UBND xã sẽ gửi danh mục đề xuất các sản phẩm OCOP tiềm năng lên cấp huyện (Phòng NN&PTNT).

**Thành phần:** Lãnh đạo UBND xã; cán bộ phụ trách Chương trình OCOP cấp xã; Cán bộ Kế toán/tài chính xã (Tổ thực hiện Chương trình OCOP cấp xã), đơn vị/chuyên gia tư vấn OCOP (nếu có).

**Thời gian:** Tháng 7 hàng năm, sau khi hoàn thành tổng hợp và nhập kết quả từ các biểu.

**Nội dung chuẩn bị:**

- Toàn bộ các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm, kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể;

- Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo Quyết định 1048/QĐ-TTg và Quyết định 718/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ;;

- Thông tin về các chương trình dự án, tổng hợp theo nguồn vốn đối với các hoạt động đã thực hiện trong năm trước.

**Các bước tiến hành:**

In/photo các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm và lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thế để tiện rà soát;

**- Nội dung đánh giá:** Thảo luận, đánh giá tiềm năng và tính khả thi của các đề xuất ý tưởng theo điều kiện thực tế của chủ thể so với yêu cầu, nội dung của Chương trình OCOP, đặc biệt tập trung vào các khía cạnh sau:

+ Chất lượng sản phẩm: đánh giá về tính đặc trưng, độc đáo về chất lượng sản phẩm đề xuất, đặc biệt là đánh giá về các yếu tố liên quan đến lợi thế (đất đai, thời tiết, kỹ năng – kỹ xảo…); tính cộng đồng đối với sản phẩm (hình thành gắn với cộng đồng và do cộng đồng tổ chức sản xuất;… để đảm bảo yêu cầu về sự độc đáo, mang bản sắc địa phương;

+ Nguyên liệu: đặc điểm và tiềm năng sử dụng nguyên liệu địa phương, lợi thế để thúc đẩy sự tham gia và hưởng lợi của cộng đồng vào phát triển sản phẩm;

+ Đặc điểm của chủ thể đăng ký: là HTX, tổ hợp tác, doanh nghiệp hay hộ sản xuất, khả năng phát triển và nâng cao năng lực của chủ thể để đáp ứng yêu cầu. Chú ý đến yếu tố đóng góp cho cộng đồng, khả năng mở rộng và phát triển sản phẩm trong cộng đồng.

+ Thị trường: đặc điểm của thị trường và đối tượng tiêu dùng, định hướng về thị trường mà sản phẩm tiếp cận đến;

+ Mục tiêu hướng đến: đánh giá điều kiện, tiềm năng để so sánh với yêu cầu của Chương trình, trên cơ sở đó xác định được mục tiêu (hạng sao có thể đạt).

**- Lập danh sách sản phẩm tiềm năng cấp xã:** lập danh sách các sản phẩm tiềm năng cấp xã, theo thứ tự ưu tiên, trong đó ưu tiên sản phẩm thể hiện được các giá trị truyền thống, đặc sắc của địa phương, mang lại lợi ích về kinh tế gắn với cộng đồng. Cần ghi rõ/ **cập nhập** lý do tại sao hoạt động **không thể thực hiện** (Không hợp lệ) được hoặc **cần xác minh** gì thêm vào cột Ghi chú.

### 6. Hướng dẫn cấp huyện đánh giá tiềm năng và tính khả thi của sản phẩm

Cấp huyện tiến hành rà soát, xác định các sản phẩm tiềm năng của địa phương, đảm bảo các yêu cầu về: đặc trưng, truyền thống và có lợi thế trên địa bàn huyện để phát triển thành sản phẩm OCOP để nâng cao giá trị cho các sản phẩm, góp phần thúc đẩy kinh tế vùng nông thôn phát triển.

* **Thành phần:** Lãnh đạo UBND huyện; cán bộ phụ trách chương trình OCOP cấp huyện; Cán bộ Kế toán/tài chính huyện… (Tổ thực hiện chương trình OCOP cấp huyện); đơn vị/chuyên gia tư vấn (nếu có);
* **Thời gian:** Tháng 8 hàng năm, sau khi nhận danh mục tổng hợp và nhập kết quả từ UBND xã.
* **Nội dung chuẩn bị:**

- Danh sách sản phẩm tiềm năng của huyện theo đề xuất của cấp xã;

- Toàn bộ các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm, kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thể;

- Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo Quyết định 1048/QĐ-TTg và Quyết định 718/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ;

- Thông tin về các chương trình, tổng hợp theo nguồn vốn đối với các hoạt động đã thực hiện trong năm trước.

* **Các bước tiến hành:**

- In/photo các phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm và lập kế hoạch sản xuất kinh doanh của các chủ thế để tiện rà soát;

- **Đánh giá ý tưởng đề xuất:** Thảo luận, đánh giá tiềm năng và tính khả thi của từng sản phẩm được đề xuất từ cấp xã. Tham khảo kết quả đánh giá của cấp xã và phiếu đề xuất ý tưởng sản phẩm (nếu cần thiết).

- Phân loại, xếp hạng các ý tưởng theo thứ tự ưu tiên để tham gia vào Chương trình. Các nội dung để căn cứ xếp loại có thể gồm: 1) chất lượng đặc trưng, lợi thế; 2) Mức độ hoàn thiện của sản phẩm; 3) Năng lực sản xuất của chủ thể và khả năng ảnh hưởng đến cộng đồng; 4) Tiềm năng về thị trường... Có thể tổ chức đánh giá thứ tự ưu tiên bằng phiếu (nếu cần thiết).

- Lập danh sách sản phẩm tiềm năng cấp huyện theo thứ tự ưu tiên.

**- Dự kiến nguồn vốn:** Căn cứ các chương trình/ dự án, nguồn vốn dự kiến có thể có trên địa bàn, tiêu chí đầu tư của từng nguồn, chỉ thảo luận và xác định nguồn vốn cho những hoạt động có trạng thái **Hợp lệ**, ghi tên nguồn/ chương trình dự án vào cột **Nguồn vốn**.

### 7. Tiếp nhận và đánh giá ý tưởng sản phẩm

*a) Cấp xã*

- Bước 1: Chủ thể cần hoàn thiện phiếu ý tưởng sản phẩm OCOP theo quy định.

- Bước 2: Chủ thể OCOP gửi phiếu ý tưởng hoàn thiện tới UBND cấp xã (qua bộ phận một cửa của UBND cấp xã hoặc qua cán bộ phụ trách nông nghiệp - địa chính được phân công).

- Bước 3: Cán bộ thường trực tại bộ phận một cửa của UBND cấp xã (hoặc cán bộ nông nghiệp - địa chính được phân công) có trách nhiệm tiếp nhận, kiểm tra ban đầu. Nếu phiếu ý tưởng không theo quy định thì hướng dẫn chủ thể bổ sung, hoàn thiện lại; nếu phiếu ý tưởng đầy đủ theo quy định thì viết giấy biên nhận.

*b) Cấp huyện*

- Bước 1: Cán bộ phụ trách nông thôn mới của Phòng Nông nghiệp & Phát triển nông (đối với huyện), Phòng Kinh tế (đối với thành phố, thị xã) có trách nhiệm tiếp nhận, kiểm tra phiếu ý tưởng sản phẩm theo quy định;

- Bước 2: Phòng Nông nghiệp & Phát triển nông thôn (Phòng Kinh tế) trình Chủ tịch UBND (Phó chủ tịch UBND) cấp huyện quyết định phê duyệt ý tưởng sản phẩm.

*c) Hướng dẫn đánh giá ý tưởng sản phẩm*

Đánh giá ý tưởng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP cần căn cứ vào một số tiêu chí như sau: Sử dụng nguyên liệu và tài nguyên sẵn có ở địa phương; Có gia tăng giá trị; Có tiềm năng thị trường; Mô hình tổ chức sản xuất; Sử dụng lao động địa phương; Câu chuyện sản phẩm; Tính khả thi công nghệ; Nguy cơ gây hại môi trường; Có tiềm năng thành thương hiệu của huyện/thành phố.

*(1) Sử dụng nguyên liệu và tài nguyên sẵn có ở địa phương*

Chương trình OCOP hướng tới những sản phẩm truyền thống, sản phẩm có thế mạnh của địa phương và giá trị sản phẩm OCOP phải ở lại chính cộng đồng, vì vậy chương trình khuyến khích phát triển những sản phẩm sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh. Nếu sản phẩm sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc sẽ không được tham gia Chương trình OCOP.

*3.3.2.2. Có gia tăng giá trị*

Chương trình OCOP khuyến khích những sản phẩm có gia tăng giá trị thay vì những sản phẩm thô sơ, chưa qua chế biến. Gia tăng giá trị của sản phẩm bằng nhiều biện pháp: chủ động nguồn nguyên liệu; mở rộng, phát triển thị trường; đầu tư đổi mới công nghệ, thiết bị; thực hiện chế biến sâu, tinh chế; áp dụng hệ thống quản lý tiên tiến, hợp lý hóa tổ chức, điều hành; thực hành tiết kiệm, giảm chi phí, hạ giá thành; liên doanh, liên kết; xây dựng thương hiệu.

*3.3.2.3. Có tiềm năng thị trường*

Thị trường đầu ra là yếu tố sống còn đối với mỗi sản phẩm, vì vậy nếu sản phẩm OCOP có tiềm năng thị trường thì sẽ là lợi thế lớn. Để đánh giá tiềm năng thị trường của một sản phẩm cần căn cứ trên các khía cạnh như: mức độ quan tâm của khách hàng mục tiêu, phù hợp với thu nhập của khách hàng mục tiêu, khách hàng mục tiêu có khả năng tiếp cận tới một sản phẩm.

*3.3.2.4. Mô hình tổ chức sản xuất*

Chương trình OCOP khuyến khích những sản phẩm mà chủ thể của sản phẩm đó có sự hợp tác, cộng tác giữa các thành viên. Theo Quyết định số 490/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, chủ thể sản phẩm OCOP phải thuộc một trong bốn loại hình: HTX, doanh nghiệp, tổ hợp tác, các hộ gia đình có đăng ký kinh doanh.

*3.3.2.5. Sử dụng lao động địa phương*

Chương trình OCOP hướng tới những sản phẩm của cộng đồng với mong muốn tạo nhiều công ăn việc làm cho người dân địa phương. Do đó, Chương trình OCOP yêu cầu sản phẩm muốn tham gia Chương trình OCOP phải sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.

Các quy định tối thiểu được ghi rõ trong Quyết định 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ.

### 8. Tiếp nhận và đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh

***a) Tiếp nhận phương án/dự án sản xuất kinh doanh***

Phương án/dự án sản xuất kinh doanh là yêu cầu bắt buộc của hồ sơ đăng ký sản phẩm OCOP, vì vậy, phương án/dự án sản xuất kinh doanh được nộp cùng với hồ sơ đăng ký sản phẩm OCOP theo các bước được hướng dẫn tại mục 2.6 *(Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm và tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh).*

***b) Đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh***

Đánh giá phương án/dự án sản xuất kinh doanh cần căn cứ vào các tiêu chí như sau:

*Phương án/dự án sản xuất kinh doanh đúng theo mẫu quy định hay không*

Phương án/dự án sản xuất kinh doanh tham gia Chương trình OCOP cần thực hiện theo đúng mẫu quy định của chương trình *(biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ).*

*Đánh giá các nội dung chính của phương án/dự án sản xuất kinh doanh*

* Mục tiêu phương án/dự án sản xuất kinh doanh;
* Quy mô phương án/dự án sản xuất kinh doanh;
* Cách thức tiến hành phương án/dự án sản xuất kinh doanh: Dự kiến các chỉ tiêu sản xuất, kinh doanh của phương án; Xác định các hoạt động sản xuất, kinh doanh;
* Phân tích tính khả thi: Đánh giá tính khả thi của phương án/dự án sản xuất kinh doanh thông qua một số chỉ tiêu như: Đánh giá khả năng cung cấp các yếu tố đầu vào; Đánh giá khả năng tiêu thụ sản phẩm; Đánh giá hiệu quả của phương án sản xuất kinh doanh; Phân tích điểm mạnh, yếu, cơ hội phát triển và thách thức của phương án/dự án sản xuất kinh doanh.

*Đánh giá vấn đề tài chính của phương án/dự án sản xuất kinh doanh*

* Phương án huy động và sử dụng vốn;
* Phương án về doanh thu, chi phí, lợi nhuận;
* Phương án tài chính khác.

## II. HƯỚNG DẪN CHỦ THỂ XÂY DỰNG HỒ SƠ SẢN PHẨM

### 1. Yêu cầu về hồ sơ

* Theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/08/2019 của Thủ tướng Chính phủ, Hồ sơ đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP, gọi tắt là hồ sơ sản phẩm do các chủ thể OCOP (doanh nghiệp, HTX, tổ hợp tác, chủ hộ sản xuất…) chuẩn bị. Ủy ban nhân dân cấp huyện hướng dẫn, kiểm tra. Bao gồm:

**Bảng 3.1. Yêu cầu về hồ sơ sản phẩm OCOP**

| **TT** | **Nội dung** | **Yêu cầu** |
| --- | --- | --- |
| **1** | **Yêu cầu bắt buộc** |  |
| - | Phiếu đăng ký ý tưởng sản phẩm, đăng ký sản phẩm | Có theo mẫu đính kèm (biểu số 01, 02 *biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg*) |
| - | Phương án, kế hoạch kinh doanh sản phẩm | Có theo mẫu đính kèm (biểu số 03 *biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg*) |
| - | Giới thiệu bộ máy tổ chức | Có theo mẫu đính kèm (biểu số 04 *biểu phụ lục 03 tại Quyết định 1048/QĐ-TTg*) |
| - | Giấy đăng ký kinh doanh | Bản sao có công chứng, chứng minh hoạt động kinh doanh hợp pháp (đối với các đơn vị/cá nhân có đăng ký kinh doanh) |
| - | Sản phẩm mẫu | 05 đơn vị sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ) |
| **2** | **Yêu cầu tài liệu minh chứng bổ sung** |  |
| - | Giấy đủ điều kiện sản xuất | Bản sao có công chứng (đối với sản phẩm cần phải có giấy chứng nhận theo quy định hiện hành) |
| - | Công bố chất lượng sản phẩm | Bản sao tài liệu, chứng minh chất lượng sản phẩm được công bố |
| - | Tiêu chuẩn sản phẩm | Bản sao tài liệu, chứng minh tiêu chuẩn sản phẩm được công bố |
| - | Phiếu kết quả kiểm tra chỉ tiêu an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn công bố | Bản sao tài liệu, chứng minh đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm |
| - | Mã số mã vạch, tem truy xuất nguồn gốc, chứng nhận sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu sản phẩm… | Bản sao tài liệu, chứng minh mã, tem, sở hữu thương hiệu… |
| - | Nguồn gốc nguyên liệu, liên kết chuỗi | Bản sao tài liệu: Giấy xác nhận, hợp đồng, hóa đơn… chứng minh việc mua bán nguyên vật liệu, hợp đồng, thỏa thuận liên kết |
| - | Bảo vệ môi trường | Bản sao tài liệu: Giấy xác nhận Kế hoạch bảo vệ môi trường, chứng minh cam kết, đánh giá tác động môi trường |
| - | Hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, kiểm soát chất lượng | Bản sao tài liệu: chứng nhận Hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến, chứng minh hệ thống quản lý đạt tiêu chuẩn |
| - | Kế toán | Bản sao tài liệu, minh chứng hoạt động kế toán của cơ sở |
| - | Phát triển thị trường, hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại | Bản sao tài liệu: Hợp đồng, cam kết, xác nhận về phân phối sản phẩm, xuất khẩu sản phẩm, hoạt động xúc tiến thương mại… |
| - | Câu chuyện về sản phẩm | Bản sao tờ rơi, hình ảnh, phim, ghi âm… minh chứng về câu chuyện của sản phẩm |
| - | Kế hoạch kiểm soát chất lượng, ghi hồ sơ lô sản xuất… | Bản sao tài liệu, minh chứng về hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm theo từng lô sản xuất |
| - | Giải thưởng của sản phẩm, bình chọn của các tổ chức uy tín trong nước và quốc tế… | Bản sao tài liệu, minh chứng về các thành tích, giải thưởng, bình chọn… |

### 2. Một số kinh nghiệm trong hướng dẫn chủ thể xây dựng bộ hồ sơ dự thi

* Chuẩn bị ngay từ sớm, từ đầu, không để đến khi chuẩn bị đánh giá mới hoàn thiện;
* Hoàn thiện minh chứng theo tiêu chí đánh giá, càng đầy đủ minh chứng và minh chứng càng có giá trị pháp lý cao càng tốt. Xác định sản phẩm của mình theo tiêu chí đánh giá nào thì hoàn thiện minh chứng theo bộ tiêu chí đó ở hệ số điểm cao nhất có thể;
* Minh chứng nào dễ thì hoàn thiện trước, khó làm sau; lưu ý và quân tâm đến các minh chứng để chứng minh các điều kiện tối thiểu phải đạt theo Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020;
* Những minh chứng cần nhiều thời gian để hoàn thiện phải làm sớm như đăng ký sở hữu trí tuệ; phân tích kiểm nghiệm chất lượng...;
* Sắp xếp minh chứng theo một trật tự lôgic; Có danh mục các minh chứng theo từng tiêu chí;
* Tuyệt đối không làm giả, làm gian lận minh chứng hồ sơ;
* Nên tham khảo ý kiến chuyên gia, cán bộ tư vấn;
* Hồ sơ cho một sản phẩm cụ thể, không phải tên sản phẩm chung chung.

### 3. Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm và tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP

### *a) Xác nhận của cấp xã về nguyên liệu và lao động*

* Để hoàn thiện hồ sơ đánh giá sản phẩm, phải có văn bản xác nhận về tỷ lệ nguyên liệu và tỷ lệ lao động địa phương của các chủ thể (theo quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg);
* Nội dung xác nhận của UBND cấp xã gồm: 1) Tỷ lệ nguyên liệu tại địa phương của chủ thể; 2) Tỷ lệ lao động là người địa phương trong tổng số lao động làm việc chính thức của chủ thể;
* Phương pháp để xác nhận: cán bộ phụ trách OCOP hoặc nông thôn mới (cán bộ được giao nhiệm vụ) xác minh về thông tin qua 2 cách: 1) Yêu cầu chủ thể cung cấp bằng chứng như: hợp đồng mua nguyên liệu; bảng lương chi trả cho lao động…; 2) Kiểm tra thực tế (nếu cần thiết) đối với chủ thể hoặc tổ chức, cá nhân cung cấp đầu vào;…

### *b) Tiếp nhận hồ sơ, sản phẩm, tổ chức đánh giá, xếp hạng cấp huyện, tỉnh*

* Căn cứ vào số lượng hồ sơ đăng ký, đặc điểm về thời vụ của sản phẩm các địa phương có thể tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng thường xuyên. Hoạt động đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP phải căn cứ vào yêu cầu đối với các chỉ tiêu tối thiểu phải đạt theo phân hạng sao được quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;
* Để tạo điều kiện thuận lợi, giảm tối thiểu chi phí trong chuẩn bị hồ sơ sản phẩm OCOP, các địa phương cần hướng dẫn chủ thể: Hồ sơ cung cấp cho thành viên Hội đồng OCOP các cấp gồm các tài liệu theo quy định tại Mục 3, phụ lục II, Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ; các hồ sơ khác (tài liệu minh chứng bổ sung...) chuẩn bị một bộ đầy đủ để các thành viên hội đồng kiểm chứng tại các buổi họp (trong trường hợp cần thiết và nếu có yêu cầu).
* Hiện nay, nhiều địa phương đang xây dựng và áp dụng phần mềm chấm điểm nhằm thuận lợi hóa quá trình đánh giá, phân hạng sản phẩm, giảm tối thiểu chi phí trong chuẩn bị hồ sơ. Do đó, các địa phương tùy vào điều kiện có thể áp dụng phần mềm chấm điểm.
* Việc đánh giá, phân hạng sản phẩm được thực hiện theo quy trình đánh giá (đã trình bày ở phần 1). Chi tiết các hoạt động cần thực hiện để tiếp nhận hồ sơ, tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp huyện và tỉnh được thực hiện theo khung kế hoạch sau:

**Bảng 3.2. Khung Kế hoạch tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***I*** | ***Công tác chuẩn bị*** |  |  |
| 1.1 | Xây dựng kế hoạch tổ chức đánh giá/phân hạng sản phẩm OCOP | Trường trực OCOP |  |
| 1.2 | Tuyên truyền về Hội thi đánh giá sản phẩm OCOP | Trường trực OCOP |  |
| 1.3 | Thông báo chuẩn bị hồ sơ đăng ký tham gia đánh giá/xếp hạng sản phẩm OCOP đến các tổ chức kinh tế | Trường trực OCOP (tỉnh/huyện) | Trước thời điểm đánh giá 5 ngày |
| 1.4 | Chuẩn bị hồ sơ theo (Tùy trường hợp, cán bộ phụ trách OCOP sẽ hướng dẫn, tập huấn, hỗ trợ cộng đồng) | Tổ chức kinh tế |  |
| 1.5 | Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm từ các cá nhân/tổ chức đăng ký sản phẩm tham dự đánh giá/phân hạng sản phẩm OCOP | Trường trực OCOP | Nộp lần 1 trước 2 ngày trước thời điểm đánh giá |
| 1.6 | Kiểm tra thể thức, thông báo hoàn thiện hoàn thiện hồ sơ | Trường trực OCOP | Hoàn thiện (hồ sơ đầy đủ) nộp trước 2 ngày trước thời điểm đánh giá |
| 1.7 | Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP | Trường trực OCOP | Trước thời điểm đánh giá sản phẩm 1 ngày |
| 1.8 | Chuẩn bị hồ sơ sản phẩm: 1 bộ/sản phẩm/thành viên Hội đồng | Thư ký Hội đồng | Trước buổi đánh giá ít nhất 1 ngày |
| 1.9 | Chuẩn bị Hội trường | Thư ký Hội đồng | Trước buổi đánh giá |
| 1.10 | Công tác văn thư: Hồ sơ, tài liệu, copy, in … | Thư ký Hội đồng | Trước buổi đánh giá ít nhất 1 ngày |
| 1.11 | Gửi hồ sơ sản phẩm (trừ sản phẩm mẫu), giấy mời, quyết định thành lập Hội đồng,... đến cho các thành viên Hội đồng | Thư ký Hội đồng | Trước buổi đánh giá ít nhất 1 ngày |
| 1.12 | Công tác hậu cần khác | Thư ký Hội đồng | Trước buổi đánh giá |
| **II** | ***Họp đánh giá/phân hạng sản phẩm*** |  |  |
| 2.1 | Đọc quyết định thành lập Hội đồng đánh giá, danh mục sản phẩm đánh giá | Thư ký Hội đồng | Trong buổi đánh giá |
| 2.2 | Thông qua chương trình làm việc | Chủ tịch Hội đồng | Trong buổi đánh giá |
| 2.3 | Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá tương ứng thông qua hồ sơ sản phẩm, sản phẩm mẫu | Các thành viên Hội đồng | Trong buổi đánh giá |
| 2.4 | Hội đồng thảo luận và thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể (nếu có) | Các thành viên Hội đồng | Trong buổi đánh giá |
| 2.5 | Thư ký tổng hợp kết quả đánh giá, điểm các tiêu chí được tính trung bình từ điểm đánh giá của các thành viên đánh giá | Thư ký Hội đồng đánh giá | Trong và cuối buổi đánh giá |
| 2.6 | Hội đồng thống nhất và thông qua kết quả đánh giá | Các thành viên Hội đồng | Cuối buổi đánh giá |
| 2.7 | Kết luận | Chủ tịch Hội đồng |  |
| 3 | Thông báo kết quả đánh giá đến các đơn vị có sản phẩm tham gia đánh giá | Thường trực OCOP | Sau buổi đánh giá không quá 5 ngày |
| 4 | Chuyển hồ sơ dự thi sản phẩm đến cấp thi cao hơn/quyết định công nhận kết quả/cấp chứng nhận | Thường trực OCOP |  |

### *c) Một số lưu ý*

* Tiếp nhận và sắp xếp hồ sơ theo thứ tự được đánh giá;
* Tiếp nhận, sắp xếp và bố trí sản phẩm: Các sản phẩm tham gia dự thi cần được bố trí theo đơn vị và theo nhóm sản phẩm. Chuẩn bị thành khu trưng bày cẩn thận. Cần có thông tin cụ thể về từng sản phẩm dự thi;
* Tổng hợp danh mục hồ sơ và sản phẩm dự thi: Các thông tin về kết quả đánh giá của cấp huyện, các biên bản kèm theo, các ý kiến của tổ giúp việc và tư vấn... cần được tổng hợp để cung cấp thông tin đầy đủ cho hội đồng đánh giá;
* Quản lý hồ sơ và sản phẩm dự thi: Cần lưu ý đối với những sản phẩm có giá trị kinh tế cao;
* Bố trí hội trường: Hội trường họp hội đồng nên chia thành các khu vực dành cho thành viên hội đồng; Khu vực dành cho chủ thể; Khu vực dành cho tổ giúp việc, tư vấn và chuyên gia; khu vực dành cho báo chí; và khu vực dành cho những người quan tâm. Mỗi khu vực nên có biển tên. Các điều kiện về hậu cần như máy chiếu, âm thanh, ánh sáng, nước uống... cần được chuẩn bị kỹ;

## IV. QUẢN LÝ SẢN PHẨM VÀ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP

Cùng với các quy định chung của Nhà nước về quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm, ta cần xác định được rằng việc quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP (sau khi được công nhận) còn liên quan đến thành bại của chương trình. Việc quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP chặt chẽ sẽ giúp người tiêu dùng có niềm tin khi sử dụng sản phẩm mang tên OCOP. Các chủ thể sản xuất cũng đưa ra sản phẩm tốt nhất đến người tiêu dùng.

### 1. Nội dung quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Sản phẩm OCOP phải được xác định là sản phẩm có điều kiện, được đánh giá và công nhận với rất nhiều tiêu chí khác nhau, do đó cần được quản lý trên nhiều nội dung. Tuy nhiên, để đảm bảo sản phẩm duy trì chất lượng, các yếu tố theo yêu cầu thì cần lưu ý những nội dung sau:

- Danh mục sản phẩm được công nhận OCOP, gắn với chủ thể sản xuất;

- Chất lượng sản phẩm: bao gồm chất lượng đặc thù (mang yếu tố đặc trưng) và chất lượng phân tích (kiểm nghiệm) theo tiêu chuẩn công bố;

- Nguồn gốc sản phẩm (yếu tố nguyên liệu và nơi sản xuất);

- Quy trình và chứng nhận quản lý chất lượng áp dụng;

- Bao bì, nhãn mác;

- Sử dụng dấu hiệu OCOP: sử dụng logo, dấu hiệu OCOP trên nhãn hàng hóa, các phương tiện giới thiệu, quảng bá sản phẩm...

- Sản lượng cung: số lượng sản phẩm cung ứng ra thị trường gắn với chứng nhận OCOP mà chủ thể có khả năng, đăng ký sản xuất.

### 2. Công cụ quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Để quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP cần phải có hệ thống các công cụ, làm cơ sở để các cơ quan, tổ chức, cộng đồng kiểm tra và giám sát. Căn cứ vào điều kiện thực tiễn của các địa phương để có thể xây dựng các công cụ quản lý như sau:

1) Danh sách sản phẩm OCOP được chứng nhận

Danh sách sản phẩm OCOP của các địa phương cần được cập nhật thường xuyên và đầy đủ thông tin, trong đó cần có các thông tin tối thiểu sau:

- Tên sản phẩm OCOP;

- Chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP;

- Số chứng nhận OCOP;

- Thời gian công nhận, thời gian hết hạn chứng nhận sản phẩm OCOP.

2) Bản công bố sản phẩm OCOP

Mỗi sản phẩm được công nhận là sản phẩm OCOP cần được xây dựng 1 bản mô tả ngắn gọn về sản phẩm, trong đó cần tập trung về:

- Tên sản phẩm OCOP;

- Chủ thể sản xuất sản phẩm;

- Địa chỉ, điện thoại liên lạc;

- Quy cách sản phẩm: trọng lượng, yếu tố chất lượng đặc trưng dùng để phân biệt sản phẩm nếu có (ví dụ như: độ đạm của nước mắm; độ rượu...); hình thức đóng gói nếu có;

- Thương hiệu, nhãn hiệu sử dụng (nếu có);

- Các chứng nhận về an toàn thực phẩm, quản lý chất lượng tiên tiến;

- Các công bố về tiêu chuẩn chất lượng;

- Mùa vụ sản xuất (nếu có);

- Số chứng nhận OCOP; thời gian chứng nhận.

3) Tem truy xuất nguồn gốc sản phẩm OCOP

Tem truy xuất nguồn gốc sản phẩm OCOP là tem điện tử, do cơ quan quản lý OCOP xây dựng và quản lý. Mục tiêu là cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin về sản phẩm mà họ có thể lựa chọn. Giúp người tiêu dùng trực tiếp đánh giá, so sánh giữa thông tin về hồ sơ OCOP, sản phẩm OCOP được chứng nhận với sản phẩm đang bán trên thị trường. Hệ thống thông tin sẽ được cơ quan quản lý OCOP xây dựng từ hồ sơ dự thi và thông tin cập nhật theo đề nghị của chủ thể (nếu có và phù hợp).

4) Công cụ khác

Ngoài những công cụ được nêu trên, các địa phương có thể xây dựng cơ sở dữ liệu riêng về sản phẩm OCOP để đưa lên hệ thống website sản phẩm OCOP nhằm cung cấp thông tin cho người tiêu dùng. Hoặc tham khảo các kinh nghiệm của các địa phương như: hệ thống camera giám sát chủ thể sản xuất (Hà Tĩnh)...

### 3. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Để quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP cần dựa vào nhiều hình thức tổ chức khác nhau, trong đó các địa phương có thể xem xét, lựa chọn hình thức phù hợp với điều kiện, nguồn lực và khả năng áp dụng:

1. Tự quản lý, kiểm soát của các chủ thể

Các chủ thể phải là người đầu tiên tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP, chịu trách nhiệm trước người tiêu dùng và cơ quan quản lý về sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP đưa ra thị trường so với hồ sơ công bố và được chứng nhận.

Thông thường, các chủ thể áp dụng các quy trình quản lý chất lượng tiên tiến (GAP, ISO, HACCP...) thì đều gắn với yêu cầu sử dụng các hệ thống theo dõi, giám sát của từng chứng nhận. Đồng thời, các tổ chức chứng nhận sẽ thực hiện các hoạt động đánh giá, kiểm tra định kỳ theo quy định.

Đối với các chủ thể chưa áp dụng thì cần có sổ nhật ký sản xuất, kinh doanh (sổ nhật ký có thể do các cơ quan quản lý OCOP xây dựng). Đồng thời, chủ thể phải có trách nhiệm ghi đầy đủ thông tin vào sổ nhật ký, đây là cơ sở để các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện các hoạt động kiểm tra, giám sát.

1. Kiểm soát từ cộng đồng
2. Giám sát từ cộng đồng sản xuất:

Giám sát cộng đồng là hoạt động dễ triển khai và dễ thực hiện nhất, hoạt động sản xuất, kinh doanh của chủ thể sẽ được các tổ chức, cá nhân khác trong cộng đồng giám sát, theo dõi. Tuy nhiên, để thực hiện được thì cần phải:

- Công khai, minh bạch về thông tin: bản công bố về sản phẩm OCOP của các chủ thể phải được các cơ quan quản lý thông tin kịp thời, công khai, minh bạch đến cộng đồng;

- Xây dựng các phương tiện để cộng đồng phản ánh thông tin.

(b) Giám sát, phản ánh từ người tiêu dùng:

Có thể xây dựng các hình thức đánh giá, phản ánh của người tiêu dùng về sản phẩm, bằng các hình thức được công khai trên bao bì, hoặc tại nơi bán hàng để tiếp nhận những phản ánh của người tiêu dùng đối với sản phẩm OCOP.

1. Kiểm soát bởi các cơ quan quản lý OCOP

Các cơ quan quản lý Chương trình OCOP có thể xây dựng và tổ chức hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm và chất lượng sản phẩm theo các hình thức:

- Xây dựng và quản lý tem truy xuất nguồn gốc OCOP;

- Tổ chức kiểm tra, giám sát định kỳ đối với các chủ thể;

- Tổ chức kiểm tra, giám sát đột xuất (trong trường hợp nhận được các phản ánh về sản phẩm và chất lượng sản phẩm).

Tuy nhiên, để thực hiện các chính sách về thanh, kiểm tra, tránh gây phiền hà cho doanh nghiệp, tổ chức sản xuất, kinh doanh thì hoạt động kiểm tra, giám sát trực tiếp cần được hạn chế. Quan trọng và xây dựng các hệ thống quản lý gián tiếp (phòng ngừa) để nâng cao ý thức trách nhiệm của chủ thể và khả năng tiếp nhận thông tin từ cộng đồng và người tiêu dùng.

1. Thanh tra, kiểm tra chuyên ngành

Cơ quan quản lý OCOP cần thông tin, cập nhật danh sách, bản mô tả sản phẩm đến các cơ quan quản lý chuyên ngành để đề nghị giám sát sản phẩm OCOP. Theo đó:

- Sở Khoa học và Công nghệ: về kiểm tra, giám sát thực hiện công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng hàng hóa.

- Sở Y tế: về quản lý an toàn thực phẩm;

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: về an toàn thực phẩm và chứng nhận quản lý chất lượng.

Việc tổ chức phân tích, kiểm nghiệm chất lượng sản phẩm nên hạn chế, trừ trường hợp cần thiết theo ý kiến của các đoàn kiểm tra chuyên ngành. Trường hợp, cơ quan quản lý OCOP phát hiện các vấn đề sai phạm về chất lượng (tiêu chuẩn, an toàn thực phẩm) thì nên mời các cơ quan quản lý chuyên ngành để thực hiện thanh tra, kiểm tra.

### 4. Tổ chức xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm

Các sản phẩm OCOP đã được đánh giá, phân hạng OCOP: các địa phương cần tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP. Cụ thể là:

### *a) Quảng bá, tiếp thị sản phẩm:*

- Cán bộ quản lý cần xây dựng kế hoạch và triển khai các hoạt động xúc tiến, quảng bá sản phẩm OCOP trên các phương tiện truyền thông đại chúng: (1) Xây dựng video clip, tin bài quảng bá cho các sản phẩm có thứ hạng sao cao (từ 3-5 sao); (2) Phát sóng trên truyền hình hoặc đăng trên các trang báo, tạp chí của tỉnh, trung ương; (3) Xây dựng, xuất bản ấn phẩm, tạp chí chuyên đề OCOP quảng bá trên hệ thống vận chuyển hành khách lớn, du lịch. Thời lượng và tần số phát tin bài, video clip căn cứ theo thứ hạng sao của sản phẩm. Các chủ thể OCOP sẽ được nhận video clip, tin bài về sản phẩm của mình để chủ động thực hiện các chương trình tiếp thị riêng của mình.

- Tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại mang sản phẩm OCOP tiêu biểu (tùy thị trường) đến giới thiệu tại các thị trường trong nước và quốc tế. Tham gia các Hội chợ quốc tế, kết nối các tổ chức sản xuất sản phẩm OCOP với các đối tác phân phối

### *b) Tổ chức các điểm trưng bày và bán các sản phẩm OCOP:*

Cán bộ quản lý OCOP xây dựng kế hoạch và tổ chức các điểm trưng bày và bán các sản phẩm OCOP theo Quyết định số 920/QĐ-BCT ngày 16/4/2019. Hướng dẫn và hỗ trợ các chủ thể tham gia.

### *c) Hỗ trợ và hướng dẫn chủ thể tham gia hội chợ, triển lãm:*

Cung cấp thông tin và hỗ trợ chủ thể tham gia các hội chợ OCOP được tổ chức thường niên tại trong và ngoài tỉnh. Các hội chợ, triển lãm khác: Lồng ghép các gian hàng giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trong các hội chợ, triển lãm.

### *d) Khảo sát, thu thập, phân tích, dự báo thị trường:*

- Thông tin thị trường được thu thập từ: Hệ thống cán bộ quản lý OCOP các cấp (quốc gia, tỉnh, huyện, xã), hệ thống cơ sở dữ liệu OCOP (được toàn hệ thống cập nhật thường xuyên), từ các cơ quan/tổ chức liên quan,…

- Thông tin thu thập được tổng hợp, phân tích dựa trên cả 3 yếu tố cung - cầu - cạnh tranh làm cơ sở dự báo nhu cầu tiêu dùng, xu hướng thị trường, kết nối thị trường mới,… góp phần định hướng sản xuất kinh doanh cho các sản phẩm OCOP.

- Hoạt động khảo sát, thu thập, phân tích, dự báo thị trường được thực hiện thường xuyên.

### *e) Thương mại điện tử:*

- Đào tạo, tập huấn về kỹ năng bán hàng trực tuyến (online).

- Hỗ trợ chủ thể tham gia hệ thống sàn bán hàng điện tử OCOP.

### 5. Phát triển vùng nguyên liệu

Sản phẩm OCOP hướng đến các sản phẩm mang giá trị, lợi thế của địa phương, nâng cao giá trị gắn với chuỗi giá trị. Do đó, các địa phương cần tập trung vào các giải pháp nhằm phát triển vùng nguyên liệu gắn với chuỗi giá trị sản phẩm OCOP, trong đó ưu tiên tập trung vào các giải pháp:

- Hỗ trợ tổ chức liên kết sản xuất theo hợp đồng, hình thành vùng nguyên liệu tập trung gắn với các chủ thể OCOP; đặc biệt ưu tiên phát triển các Hợp tác xã nhằm nâng cao vai trò, sức ảnh hưởng của OCOP đến cộng đồng;

- Nghiên cứu, áp dụng, đẩy mạnh ứng dụng các quy trình kỹ thuật đồng bộ, cải tiến quy trình kỹ thuật phù hợp với kỹ thuật truyền thống của địa phương; áp dụng các quy trình kỹ thuật, quản lý chất lượng tiên tiến cho vùng nguyên liệu;

- Thúc đẩy tổ chức vùng nguyên liệu theo hướng cảnh quan, gắn với du lịch, đặc biệt là vùng sản xuất đặc sản;

- Rà soát, đánh giá điều kiện để xây dựng vùng nguyên liệu phục vụ cho các làng nghề truyền thống gắn với sản phẩm OCOP, góp phần thúc đẩy kinh tế của địa phương.

## V. CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP

### 1. Một số chính sách chung của Trung ương

Để triển khai Chương trình OCOP, Chính phủ đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách để hỗ trợ phát triển sản phẩm OCOP, trong đó tập trung vào 2 nhóm:

- Nhóm chính sách trực tiếp, gồm có: Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07/5/2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình OCOP giai đoạn 2018 - 2020; Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP; và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 về sửa đổi bổ sung Quyết định số 1048/QĐ-TTg;

- Nhóm chính sách hỗ trợ: ngoài những chính sách trên, chủ thể tham gia Chương trình OCOP được tiếp cận các chính sách của Nhà nước về phát triển ngành nghề, phát triển nông nghiệp, nông thôn, chính sách hỗ trợ lãi suất tín dụng, khoa học, công nghệ, đào tạo nhân lực... Trong đó, ngoài các chính sách hỗ trợ trực tiếp từ Chương trình, các chủ thể cần quan tâm đến các chính sách: Nghị định số 52/2018/NĐ-CP ngày 12/7/2018 về phát triển ngành nghề nông thôn; Nghị định số 57/2018/NĐ-CP ngày 17/4/2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; Nghị định số 55/2015/NĐ-TTg ngày 09/6/2015 và Nghị định số 116/2018/NĐ-CP ngày 07/9/2018 về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn; Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày của Chính phủ Về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; Nghị định số 83/2018/NĐ-CP ngày 24/5/2018 của Chính phủ về khuyến nông...Trong đó, khái quát theo nhóm chính sách như sau:

### *a) Chính sách vốn, tín dụng nông nghiệp, nông thôn*

Để tạo điều kiện cho người dân khắc phục các khó khăn về vốn cho sản xuất trong nông nghiệp và phát triển nông thôn, Nhà nước đã thực hiện nhiều chính sách thể hiện bằng việc tổ chức và vận hành các Ngân hàng, các tổ chức tín dụng, quỹ tín dụng nhân dân. Cụ thể là các văn bản sau:

- Nghị định 55/2015/NĐ-CP ngày 09/06/2015 về Chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp nông thôn;

- Nghị định 116/2018/NĐ-CP ngày 07/09/2018 về sửa đổi, bổ sung nghị định 55/2015/NĐ-CP;

- Văn bản số 18/2018/VBHN-NHNN ngày 25/09/2018 về Chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn (Thông tư 10/2015/TT-NHNN hướng dẫn thực hiện Nghị định 55/2015/NĐ-CP và Thông tư 25/2018/TT-NHNN ngày 24/10/2018 sửa đổi Thông tư 10/2025/TT-NHNN).

### *b) Chính sách phát triển nguồn nhân lực nông nghiệp, nông thôn*

Việc đào tạo nguồn nhân lực cho nông nghiệp và nông thôn có ý nghĩa quyết định đến phát triển nông nghiệp và nông thôn. Cùng với các hệ thống giáo dục và đào tạo theo hệ thống giáo dục Việt Nam, Chính phủ và các Bộ ngành đã thực hiện chính sách hỗ trợ đào tạo cho lao động nông thôn, cụ thể:

- Quyết định 1956/QĐ-TTg ngày 27/11/2009 của Thủ tướng Chính phủ về việc Phê duyệt Đề án “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020”. Sửa đổi bằng Quyết định số 971/QĐ-TTg ngày 1/7/2015;

- Thông tư 152/2016/TT-BTC ngày 17/10/2016 về Quy định quản lý và sử dụng kinh phí hỗ trợ đào tạo trình độ sơ cấp và đào tạo dưới 3 tháng;

- Thông tư 40/2019/TT-BTC ngày 28/6/2019 về sửa đổi TT 152/2016/TT-BTC.

### *c) Chính sách phát triển HTX*

Luật HTX 2012 đã đánh dấu một bước đột phá cho phát triển HTX ở Việt Nam nói chung và phát triển HTX nông nghiệp nói riêng. Chính phủ đã ban hành một số văn bản để hướng dẫn, hỗ trợ HTX phát triển:

- Nghị định 193/2013/NĐ-CP ngày 21/11/2013 về Quy định chi tiết một số điều của Luật HTX;

- Quyết định số 2261/2014/QĐ-TTg, ngày 15/12/2014 về việc phê duyệt chương trình hỗ trợ phát triển HTX giai đoạn 2015-2020;

- Thông tư 340/2016/TT-BTC ngày 29/12/2016 về hướng dẫn về mức hỗ trợ và cơ chế tài chính hỗ trợ bồi dưỡng nguồn nhân lực của HTX, tổ chức lại hoạt động của HTX theo chương trình hỗ trợ phát triển HTX giai đoạn 2015-2020;

- Quyết định 461/QĐ-TTg ngày 28/4/2018 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án phát triển 15.000 HTX, liên hiệp HTX nông nghiệp hoạt động có hiệu quả đến năm 2020.

### *d) Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp*

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa luôn là đối tượng yếu thế trong cạnh tranh, trong khi đó các doanh nghiệp nhỏ và vừa có một vị trí quan trọng trong nền kinh tế. Việc hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa được thể hiện:

- Nghị định 39/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018 về Quy định chi tiết một số điều của Luật hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa;

- Thông tư 49/2019/TT-BTC ngày 8/8/2019 về hướng dẫn quản lý và sử dụng kinh phí ngân sách Nhà nước hỗ trợ Phát triển nhân lực cho doanh nghiệp nhỏ và vừa;

### *đ) Chính sách khoa học công nghệ*

Nhằm tăng cường thu hút đầu tư khoa học công nghệ vào sản xuất nông nghiệp, Chính phủ và các địa phương đã có các chính sách khuyến khích và thu hút các doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực này.

- Nghị định 57/2018/NĐ-CP ngày 17/4/2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn;

- Thông tư 04/2018/TT-BKHĐT ngày 6/12/2018 về hướng dẫn thực hiện nghị định số 57/2018/NĐ-CP ngày 14/4/2018 về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn;

- Quyết định số 2457/QĐ-TTg ngày 31/12/2010 về việc phê duyệt chương trình Quốc gia Phát triển Công nghệ cao;

- Thông tư 02/2012/TT-BKHCN ngày 18/01/2012 về hướng dẫn quản lý chương trình Quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2020;

### *e) Chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất*

Có nhiều chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất, liên kết tiêu thụ sản phẩm, có thể trực tiếp hoặc gián tiếp, cụ thể như sau:

- Nghị định 83/2018/NĐ-CP ngày 24/5/2018 của Chỉnh phủ về công tác Khuyến nông;

- Thông tư 05/2017/TT-BNNPTNT ngày 1/3/2017 về hướng dẫn một số nội dung thực hiện chương trình Mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020. Thông tư 04/2019/TT-BNNPTNT ngày 1/4/2019 sửa đổi Thông tư 05/2017/TT-BNNPTNT;

- Quyết định 4781/QĐ-BNN-VPĐP năm 2017 về Sổ tay hướng dẫn phát triển sản xuất;

- Nghị định 98/2018/NĐ-CP ngày 21/8/2018 về Chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

Việc liên kết phát triển sản xuất và tiêu thụ theo chuỗi giá trị đã tạo ra một động lực mới cho phát triển sản xuất nông nghiệp bền vững, đáp ứng nhu cầu về sản phẩm nông nghiệp cho tiêu dung trong nước và cho xuất khẩu.

### *f) Chính sách phát triển ngành nghề*

- Nghị định 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018 về Phát triển ngành nghề nông thôn;

- Quyết định số 1511/QĐ-BNN-KTHT ngày 04/05/2019 về việc Ban hành kế hoạch triển khai thực hiện nghị định 52/2018/NĐ-CP.

### *g) Chính sách hỗ trợ bảo hiểm nông nghiệp*

- Nghị định 58/2018/NĐ-CP ngày 18/4/2018 về Bảo hiểm nông nghiệp;

- Quyết định 22/2019/QĐ-TTg ngày 26/6/2019 về thưc hiện chính sách hỗ trợ bảo hiểm nông nghiệp.

### 2. Chính sách hỗ trợ Chương trình OCOP của thành phố Đà Nẵng

Nghị quyết số 329/2020/NQ-HĐND ngày 09 tháng 12 năm 2020 của Hội đồng nhân dân thành phố Đà Nẵng quy định chính sách hỗ trợ phát triển nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, trong đó có chính sách hỗ trợ Chương trình OCOP trên địa bàn thành phố Đà Nẵng như sau:

a) Hỗ trợ chủ thể tham gia chương trình Mỗi xã một sản phẩm

Hỗ trợ kinh phí thuê tư vấn đánh giá và cấp chứng nhận sản phẩm được sản xuất theo quy trình VietGAP và tương đương (GLOBALGAP, GMB, GACP-WTO, ISO, HACCP,…): Hỗ trợ 100% kinh phí theo dự toán được duyệt nhưng tối đa không quá 70 triệu đồng/cơ sở/sản phẩm.

Hỗ trợ xây dựng hồ sơ, công bố chất lượng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm đối với sản phẩm OCOP: Hỗ trợ 100% kinh phí thiết kế, xây dựng, in ấn (mẫu) bộ nhận diện thương hiệu, xây dựng hồ sơ công bố chất lượng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm (mã vạch, mã QR Code), tem điện tử,…, mức hỗ trợ tối đa không quá 50 triệu đồng/sản phẩm.

Hỗ trợ kinh phí để chủ thể xây dựng câu chuyện sản phẩm, hoàn thiện hồ sơ tham gia đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP: Hỗ trợ kinh phí để các chủ thể xây dựng câu chuyện sản phẩm, hoàn thiện hồ sơ đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP, mức hỗ trợ tối đa không quá 20 triệu đồng/sản phẩm.

Hỗ trợ trang thiết bị, máy móc nâng cao chất lượng sản phẩm, bao bì, nhãn mác, nhãn hiệu (cả thiết kế) và xây dựng trang thông tin điện tử giới thiệu sản phẩm, bán hàng trực tuyến: Hỗ trợ 100% kinh phí theo dự toán được cấp có thẩm quyền phê duyệt nhưng tối đa không quá 100 triệu đồng/cơ sở/sản phẩm.

Chi hỗ trợ thưởng cho chủ thể sản xuất có sản phẩm được UBND thành phố công nhận, xếp hạng sản phẩm OCOP: Sản phẩm xếp hạng 05 sao: 20 triệu đồng/sản phẩm; sản phẩm xếp hạng 04 sao: 15 triệu đồng/sản phẩm; Sản phẩm xếp hạng 03 sao: 10 triệu đồng/sản phẩm. Thời gian hỗ trợ được bắt đầu từ kết quả đánh giá, xếp hạng sản phẩm năm 2020.

b) Hỗ trợ xây dựng Trung tâm OCOP, xây dựng/nâng cấp điểm bán hàng sản phẩm nông nghiệp chủ lực, đặc trưng, sản phẩm OCOP

Hỗ trợ xây dựng/nâng cấp điểm bán hàng sản phẩm nông nghiệp chủ lực, đặc trưng, sản phẩm OCOP: Hỗ trợ 50% kinh phí theo phê duyệt của cấp có thẩm quyền, tối đa không quá 100 triệu đồng/điểm bán hàng để xây dựng, nâng cấp, đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ điểm bán hàng.

Hỗ trợ đầu tư xây dựng Trung tâm OCOP: Hỗ trợ 50% kinh phí theo phê duyệt của cấp có thẩm quyền, tối đa không quá 500 triệu đồng/trung tâm OCOP cấp quận, huyện và 01 tỷ đồng/Trung tâm OCOP cấp thành phố.

c) Ngoài ra, các chủ thể chương trình OCOP còn được hỗ trợ từ các chính sách sau trên địa bàn thành phố

Nghị quyết số 18/2016/NQ-HĐND ngày 11/8/2016 của Hội đồng nhân dân thành phố quy định một số chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ trên địa bàn thành phố Đà Nẵng và Nghị quyết số 194/2018/NQ-HĐND ngày 19/12/2018 của Hội đồng nhân dân thành phố Đà Nẵng về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị quyết số 18/2016/NQ-HĐND ngày 11/8/2016 của Hội đồng nhân dân thành phố quy định một số chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới công nghệ trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Nghị quyết số 328/2020/NQ-HĐND ngày 09 tháng 12 năm 2020 về quy định quản lý tài chính thực hiện Đề án hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025 trên địa bàn thành phố Đà Nẵng

Nghị quyết số 324/2020/NQ-HĐND ngày 09 tháng 12 năm 2020 về quy định Chính sách khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Quyết định số 13/2016/QĐ-UBND ngày 20 tháng 4 năm 2016 của UBND thành phố Đà Nẵng Ban hành Quy định về xây dựng, quản lý và chính sách hỗ trợ thực hiện Chương trình Xúc tiến thương mại của thành phố Đà Nẵng.

Ngoài ra còn các chính sách hỗ trợ liên quan đến đầu tư công nghệ, lãi suất vay vốn đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh theo các ưu đãi, hỗ trợ của Nhà nước.

**PHẦN PHỤ LỤC**

# Phụ lục 1. Hướng dẫn một số nội dung triển khai Chu trình OCOP

## I. NHIỆM VỤ TRIỂN KHAI CHU TRÌNH OCOP

### 1. Tuyên truyền, hướng dẫn về Chương trình OCOP

1.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai:

*a) Ủy ban nhân dân (UBND) cấp xã:*

- Tổ chức tuyên truyền nâng cao nhận thức cho cộng đồng, người dân và các chủ thể OCOP trên địa bàn xã về Chương trình OCOP;

- Rà soát các sản phẩm tiềm năng trên địa bàn xã và hướng dẫn các chủ thể đăng ký tham gia Chương trình OCOP.

*b) UBND cấp huyện:*

- Tổ chức triển khai tuyên truyền nâng cao nhận thức về Chương trình OCOP trên phạm vi huyện;

- Phối hợp, hỗ trợ, hướng dẫn UBND cấp xã rà soát các sản phẩm tiềm năng.

*c) UBND cấp tỉnh:* Tổ chức triển khai tuyên tuyền về Chương trình OCOP trên phạm vi toàn tỉnh.

1.2. Yêu cầu: Ngoài những nội dung theo các văn bản pháp lý về Chương trình OCOP, các địa phương cần chú ý thêm một số vấn đề sau:

- Quan điểm của Chương trình: Chương trình OCOP là chương trình phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa...) và gia tăng giá trị, nâng cao thu nhập của cư dân nông thôn, góp phần xây dựng nông thôn mới; Phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế ở mỗi địa phương theo chuỗi giá trị; Chủ thể thực hiện là thành phần kinh tế tư nhân (doanh nghiệp, hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh) và kinh tế tập thể (tổ hợp tác, HTX); Nhà nước đóng vai trò kiến tạo, ban hành khung pháp lý và chính sách, kiểm tra, giám sát và hỗ trợ các chủ thể phát triển sản phẩm...

- Yêu cầu của Chương trình: Phát huy các tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa; Phát huy sự sáng tạo và sức mạnh cộng đồng để tổ chức sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng; Phát triển liên kết theo chuỗi giá trị để nâng cao năng lực sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.

### 2. Nhận ý tưởng sản phẩm

2.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai:

*a) Chủ thể tham gia OCOP:*

- Khảo sát, đánh giá hiện trạng sản phẩm về: nhu cầu, thị hiếu của thị trường đối với sản phẩm; vùng nguyên liệu; lực lượng lao động có tay nghề; khả năng đầu tư phát triển sản phẩm OCOP theo yêu cầu của Chương trình;

- Xây dựng phiếu đăng ký ý tưởng/sản phẩm OCOP.

*b) UBND cấp xã:*

- Chủ trì tổ chức, phối hợp với cơ quan quản lý OCOP cấp huyện, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để hỗ trợ các chủ thể hoàn thiện ý tưởng/sản phẩm đăng ký;

- Xây dựng kế hoạch về ý tưởng/sản phẩm của cấp xã.

*c) UBND cấp huyện:*

- Tổng hợp kế hoạch, đề xuất về ý tưởng/sản phẩm đăng ký của cấp xã;

- Chủ trì, phối hợp với cơ quan quản lý OCOP cấp tỉnh, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để tổ chức đánh giá và lựa chọn ý tưởng/sản phẩm tham gia Chương trình OCOP;

- Xây dựng kế hoạch tổng hợp ý tưởng/sản phẩm của cấp huyện và gửi kết quả về cơ quan quản lý OCOP cấp tỉnh.

*d) UBND cấp tỉnh*

- Nhận kế hoạch của các huyện, khảo sát, xây dựng và phê duyệt danh sách ý tưởng/sản phẩm tham gia Chương trình OCOP của tỉnh;

- Xây dựng kế hoạch và tổ chức tập huấn về xây dựng phương án kinh doanh trên phạm vi toàn tỉnh và kế hoạch đào tạo nghề OCOP.

2.2. Yêu cầu: Ý tưởng/sản phẩm đăng ký cần được đánh giá trên các nội dung, bao gồm:

- Sự phù hợp của sản phẩm so với mục tiêu, quan điểm của chương trình: Sản phẩm tham gia Chương trình OCOP ưu tiên các sản phẩm đặc trưng, truyền thống, lợi thế của địa phương, gắn với đời sống và có tiềm năng mang lại lợi ích kinh tế cho cộng đồng. Sản phẩm đã hình thành nhưng chưa hoàn thiện, sản phẩm tiềm năng đều được đưa vào kế hoạch của địa phương;

- Sự phù hợp của các tổ chức, cá nhân đăng ký: Các tổ chức, cá nhân đăng ký tham gia Chương trình gồm: HTX, tổ hợp tác, doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh.

### 3. Nhận phương án sản xuất kinh doanh (phương án kinh doanh)

3.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai

*a) Chủ thể tham gia OCOP:*

- Xây dựng phương án kinh doanh sản phẩm của chủ thể theo biểu mẫu số 3, Phụ lục 2, Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ, do UBND cấp xã cung cấp;

- Gửi phương án kinh doanh.

*b) UBND cấp xã:* Phối hợp với cơ quan quản lý OCOP cấp huyện, tổ chức/ chuyên gia tư vấn OCOP để hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể xây dựng phương án kinh doanh;

*c) UBND cấp huyện:*

- Chủ trì, phối hợp với tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để tổ chức đánh giá, lựa chọn các phương án kinh doanh;

- Thông báo kết quả đánh giá, lựa chọn phương án kinh doanh cho UBND cấp xã và các chủ thể.

*d) UBND cấp tỉnh:*

- Tổng hợp danh sách kết quả lựa chọn phương án kinh doanh từ các huyện;

- Tổ chức tập huấn về phương pháp triển khai phương án kinh doanh.

3.2. Yêu cầu: Phương án kinh doanh được xây dựng và lựa chọn ngoài các yêu cầu chung, cần phải xác định rõ các định hướng, giải pháp để thực hiện các yêu cầu tương ứng với mục tiêu phân hạng sản phẩm theo Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm.

### 4. Triển khai phương án kinh doanh

4.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai:

*a) Chủ thể tham gia OCOP:* Chủ động, phối hợp với các cơ quan quản lý OCOP các cấp, tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để tiếp cận các chính sách hỗ trợ về tín dụng, khoa học công nghệ, liên kết chuỗi giá trị, đào tạo nghề,… Tổ chức triển khai các nội dung, giải pháp theo phương án kinh doanh nhằm phát triển sản xuất, kinh doanh và sản phẩm OCOP.

*b) UBND cấp xã:* Tổ chức theo dõi tiến độ, nắm bắt thông tin về quá trình triển khai phương án kinh doanh để phối hợp với cơ quan quản lý nhà nước cấp huyện, tổ chức/chuyên gia tư vấn hỗ trợ các chủ thể OCOP.

*c) UBND cấp huyện*

- Hướng dẫn các chủ thể tiếp cận các chính sách hỗ trợ của nhà nước, đặc biệt là về các chính sách: tín dụng, khoa học công nghệ, liên kết chuỗi giá trị, đào tạo nghề,…

- Chủ trì, phối hợp với các tổ chức/chuyên gia tư vấn để hướng dẫn, tư vấn, hỗ trợ trực tiếp tại thực địa, thường xuyên và liên tục đối với các chủ thể để triển khai phương án kinh doanh;

- Hỗ trợ đào tạo nghề Chương trình OCOP cho các chủ thể;

- Tổ chức theo dõi tiến độ triển khai, xác định các khó khăn/vấn đề và nhu cầu hỗ trợ của các chủ thể.

*d) UBND cấp tỉnh*

- Văn phòng Điều phối nông thôn mới/cơ quan quản lý Chương trình OCOP cấp tỉnh chủ trì, phối hợp với tổ chức/chuyên gia tư vấn OCOP để hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể tiếp cận các chính sách hỗ trợ của nhà nước;

- Các Sở, ngành tổ chức các hoạt động hỗ trợ gắn với chức năng, nhiệm vụ được phân công.

4.2. Yêu cầu: Tùy vào từng trường hợp, nội dung hỗ trợ cần tập trung để giúp các chủ thể nâng cao năng lực, đáp ứng các yêu cầu của Bộ tiêu chí, như: nguồn nguyên liệu; sử dụng lao động địa phương; đào tạo/tập huấn về tay nghề; mở rộng quy mô sản xuất; tiêu chuẩn chất lượng; bao bì, nhãn mác sản phẩm; phát triển liên kết và mở rộng kênh phân phối…

### 5. Đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP

5.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai

*a) Chủ thể tham gia OCOP*

- Xây dựng hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP theo quy định tại Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 và Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

- Gửi hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tới UBND cấp huyện.

*b) UBND cấp xã:*

- Căn cứ vào phương án kinh doanh, thực tế của các chủ thể để xác nhận về tỷ lệ lao động, nguyên liệu địa phương theo quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

- Tiếp nhận thông báo về kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện; trao đổi với các chủ thể về kết quả và xây dựng kế hoạch hỗ trợ tiếp theo (nếu cần thiết).

*c) UBND cấp huyện*

- Tiếp nhận hồ sơ, tổ chức Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp huyện;

- Thông báo kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm của Hội đồng cấp huyện cho UBND cấp xã và các chủ thể;

- Hoàn thiện và chuyển hồ sơ, sản phẩm mẫu đối với những sản phẩm đạt từ 50 100 điểm để đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng.

*d) UBND cấp tỉnh*

- Tiếp nhận hồ sơ và tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp tỉnh;

- Ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao, 4 sao; tổ chức công bố kết quả;

- Thông báo kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm cho UBND cấp huyện;

- Chuyển hồ sơ sản phẩm đạt từ 90 đến 100 điểm tới Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp Trung ương;

- Tổ chức rà soát, xem xét và đánh giá lại (nếu cần) đối với sản phẩm chưa đạt 5 sao theo Quyết định của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp quốc gia; ban hành Quyết định công nhận và cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao hoặc 4 sao theo kết quả rà soát, đánh giá lại của Hội đồng cấp tỉnh.

5.2. Yêu cầu: Quá trình xây dựng hồ sơ, tổ chức đánh giá phải đảm bảo công khai, minh bạch và theo đúng quy định.

### 6. Xúc tiến thương mại

6.1. Trách nhiệm tổ chức triển khai

*a) UBND cấp huyện:*

- Xây dựng kế hoạch, tổ chức hoạt xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP trên địa bàn huyện;

- Hỗ trợ các chủ thể OCOP tham gia xúc tiến thương mại cấp tỉnh, trung ương.

*b) UBND cấp tỉnh*

- Lập kế hoạch xúc tiến thương mại hằng năm của tỉnh;

- Tổ chức các hoạt động quảng bá, giới thiệu, kết nối và phát triển kênh phân phối các sản phẩm OCOP ở phạm vi trong tỉnh, quốc gia và quốc tế. Huy động nguồn lực hỗ trợ từ trung ương, địa phương, các tổ chức liên quan để tổ chức: hệ thống trung tâm OCOP/cửa hàng giới thiệu sản phẩm OCOP; kết nối cung - cầu; giới thiệu sản phẩm theo chuỗi; mạng lưới liên kết OCOP giữa các địa phương cấp tỉnh; tổ chức các hội chợ OCOP định kỳ…

6.2 Yêu cầu: Hoạt động xúc tiến thương mại phải là trọng tâm của Chương trình, được cấp huyện, tỉnh tổ chức thường xuyên và liên tục.

## II. MỘT SỐ NỘI DUNG CẦN QUAN TÂM TRONG TRIỂN KHAI CHU TRÌNH OCOP

### 1. Chu trình OCOP thường niên

Bao gồm 6 bước, căn cứ vào điều kiện thực tế, đặc biệt là sản phẩm tham gia Chương trình, các địa phương làm rõ nội dung, triển khai phù hợp và hiệu quả gắn với trách nhiệm của các cấp trong hỗ trợ các chủ thể.

### 2. Xác định rõ những nội dung tập trung ưu tiên đối với hai nhóm sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm:

### a) Các sản phẩm tiềm năng:

Ưu tiên các ý tưởng sản phẩm mới, đặc biệt là sản phẩm chế biến, chế biến sâu, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế, tiềm năng của địa phương; tập trung hỗ trợ hình thành các phương án kinh doanh để phát triển sản phẩm hàng hóa theo chuỗi giá trị; phải có sự tham gia của cấp xã, cấp huyện để hỗ trợ từ khi hình thành ý tưởng, xây dựng và triển khai phương án kinh doanh, hỗ trợ chủ thể tiếp cận tín dụng, ứng dụng khoa học công nghệ, đào tạo nghề… để các chủ thể nâng cao năng lực, phát triển sản phẩm OCOP;

### b) Các sản phẩm OCOP đã hình thành và sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng OCOP:

Tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP.

### 3. Tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện, tỉnh:

a) Căn cứ vào số lượng hồ sơ đăng ký, đặc điểm về thời vụ của sản phẩm các địa phương có thể tổ chức Hội đồng đánh giá, phân hạng thường xuyên. Hoạt động đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP phải căn cứ vào yêu cầu đối với các chỉ tiêu tối thiểu phải đạt theo phân hạng sao được quy định tại Quyết định số 781/QĐ-TTg ngày 08/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ;

b) Để tạo điều kiện thuận lợi, giảm tối thiểu chi phí trong chuẩn bị hồ sơ đánh giá sản phẩm OCOP, đề nghị các địa phương hướng dẫn các chủ thể: hồ sơ cung cấp cho thành viên Hội đồng OCOP các cấp gồm các tài liệu theo quy định tại Mục 3, Phụ lục II, Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ; các hồ sơ khác (tài liệu minh chứng bổ sung,…) chuẩn bị 1 bộ đầy đủ để các thành viên Hội đồng kiểm chứng tại các buổi họp (trong trường hợp cần thiết và nếu có yêu cầu).

# Phụ lục 2. Phân loại các sản phẩm trong Chương trình OCOP

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **Phân loại sản phẩm** | **Bộ chủ trì quản lý** |
| **I** | **NGÀNH THỰC PHẨM** |  |
| 1 | Nhóm: Thực phẩm tươi sống |  |
| *1.1* | *Phân nhóm: Rau, củ, quả, hạt tươi* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *1.2* | *Phân nhóm: Thịt, trứng, sữa tươi* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| 2 | Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế |  |
| *2.1* | *Phân nhóm: Gạo, ngũ cốc* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *2.2* | *Phân nhóm: Mật ong, các sản phẩm từ mật ong, mật khác* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| 3 | Nhóm: Thực phẩm chế biến |  |
| *3.1* | *Phân nhóm: Đồ ăn nhanh* | Công Thương |
| *3.2* | *Phân nhóm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *3.3* | *Phân nhóm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *3.4* | *Phân nhóm: Chế biến từ thịt, trứng, sữa* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương |
| *3.5* | *Phân nhóm: Chế biến từ thủy, hải sản* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| 4 | Nhóm: Gia vị |  |
| *4.1* | *Phân nhóm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *4.2* | *Phân nhóm : Gia vị khác* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| 5 | Nhóm: Chè | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *5.1* | *Phân nhóm: Chè tươi, chế biến* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| *5.2* | *Phân nhóm: Các sản phẩm khác từ chè, trà* | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| 6 | Nhóm: Cà phê, Ca cao | Nông nghiệp và Phát triển nông thôn |
| **II** | **NGÀNH ĐỒ UỐNG** |  |
| 1 | Nhóm: Đồ uống có cồn |  |
| *1.1* | *Phân nhóm: Rượu trắng* | Công Thương |
| *1.2* | *Phân nhóm: Đồ uống có cồn khác* | Công Thương |
| 2 | Nhóm: Đồ uống không cồn |  |
| *2.1* | *Phân nhóm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết* | Y tế |
| *2.2* | *Phân nhóm: Đồ uống không cồn* | Công Thương |
| **III** | **NGÀNH THẢO DƯỢC** |  |
| 1 | Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, thuốc Y học cổ truyền | Y tế |
| 2 | Nhóm: Mỹ phẩm | Y tế |
| 3 | Nhóm: Trang thiết bị, dụng cụ y tế | Y tế |
| 4 | Nhóm: Thảo dược khác | Y tế |
| **IV** | **NGÀNH THỦ CÔNG MỸ NGHỆ, TRANG TRÍ** |  |
| 1 | Nhóm: Thủ công mỹ nghệ, trang trí | Khoa học và Công nghệ |
| 2 | Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng | Khoa học và Công nghệ |
| **V** | **NGÀNH VẢI, MAY MẶC** | Công Thương |
| **IV** | **NGÀNH DỊCH VỤ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ ĐIỂM DU LỊCH** | Văn hóa, Thể thao và Du lịch |

# Phụ lục 3. Yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và điểu kiện sản xuất kinh doanh của các sản phẩm OCOP

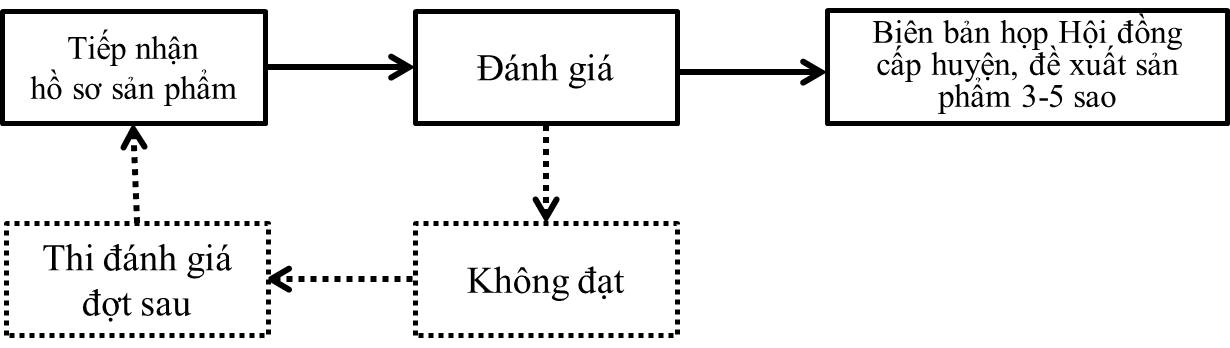
| **TT** | **Nhóm sản phẩm** | **Tiêu chuẩn/quy chuẩn sản phẩm** | **Công bố** | **Điều kiện cơ sở**  **sản xuất** | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Bắt buộc** | **Khuyến khích** |
| **1** | **Thực phẩm** |  |  |  |  |
| 1.1 | Tươi sống |  |  |  |  |
|  | Rau quả | Quy định dư lượng thuốc trừ sâu và chất ô nhiễm | Công bố |  | VietGAP, Organic |
|  | Mật ong | Tiêu chuẩn mật ong, Các yêu cầu về tính chất hóa học | Công bố |  | VietGAP, Organic |
| 1.2 | Chế biến, nguyên liệu thô |  |  |  |  |
|  | Gạo | Tiêu chuẩn gạo | Công bố |  | VietGAP, Organic |
|  | Thịt tươi và thủy sản tươi | Quy định về vi sinh vật và hóa chất | Công bố | VSATTP |  |
| 2 | Thực phẩm tiện lợi (SX công nghiệp) |  |  |  |  |
|  | Đồ ăn nhanh (bánh, kẹo,…) | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Công bố | VSATTP |  |
|  | Tương ớt, nước mắm | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Công bố | VSATTP |  |
|  | Sản phẩm chế biến từ rau, quả | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Công bố | VSATTP |  |
|  | Sản phẩm chế biến từ thịt, trứng, sữa | Quy định về vi sinh vật và hóa chất | Công bố | VSATTP |  |
|  | Sản phẩm chế biến từ thủy sản | Quy định về vi sinh vật và hóa chất | Công bố | VSATTP |  |
|  | Sản phẩm chế biến từ ngũ cốc | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Công bố | VSATTP |  |
| **3** | **Đồ uống** |  |  |  |  |
|  | Đồ uống có cồn | Tiêu chuẩn đồ uống có cồn | Công bố | VSATTP |  |
|  | Đồ uống không cồn | Tiêu chuẩn đồ uống không cồn, Tiêu chuẩn nước uống giải khát | Công bố | VSATTP |  |
| **4** | **Thủ công mỹ nghệ** | (Không yêu cầu) |  |  |  |
| **5** | **Thảo dược** |  |  |  |  |
|  | Dược liệu | Quy định về vi sinh vật và hóa chất |  |  |  |
|  | Thuốc YHCT | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Số ĐK | GMP Đông dược |  |
|  | Thuốc từ dược liệu | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Số ĐK | GMP Đông dược |  |
|  | Thực phẩm chức năng | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Số ĐK | VSAT thực phẩm |  |
|  | Mỹ phẩm | Kiểm tra các yêu cầu TC chất lượng | Số ĐK | GMP Mỹ phẩm |  |
|  | Sản phẩm khác |  | Hợp chuẩn/ tự công bố |  |  |
| **6** | **Dịch vụ du lịch** |  |  |  |  |
|  | Bộ tiêu chuẩn cơ sở du lịch |  |  | Điều kiện đăng ký |  |

# Phụ lục 4. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

- Công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP được chia làm 03 cấp: cấp huyện, cấp tỉnh và cấp Trung ương;

- Giấy chứng nhận cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao có giá trị trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành.

## I. Quy trình đánh giá, phân hạng cấp huyện

Các huyện, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh tổ chức đánh giá, xếp hạng sơ bộ sản phẩm theo quy trình ở hình 1.

**Hình 1. Sơ đồ quy trình đánh giá sản phẩm OCOP tại cấp huyện**

Các bước đánh giá và xếp hạng bao gồm:

(1) Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ:

- Ủy ban nhân dân cấp huyện tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ từ các cá nhân/tổ chức đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình OCOP;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện kiểm tra thể thức, nội dung, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp huyện.

(2) Đánh giá:

- Đối tượng đánh giá: Mẫu sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ) và hồ sơ sản phẩm.

Đối với các sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, điểm du lịch: Các thành viên cần kiểm tra thực tế và có đánh giá trước tại thực địa

- Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 hồ sơ gốc và bản sao (đảm bảo mỗi thành viên Hội đồng có 01 bản sao). Hồ sơ sản phẩm và mẫu sản phẩm cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 01 ngày làm việc;

- Tiến hành đánh giá:

+ Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng;

+ Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần);

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên, thống nhất, thông qua kết quả đánh giá, đề xuất các sản phẩm được tham gia đánh cấp tỉnh, báo cáo kết quả gửi Ủy ban nhân dân huyện và UBND cấp xã để tiếp tục hướng dẫn chủ thể phát triển sản phẩm.

(3) Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng:

- Căn cứ kết quả điểm số đánh giá của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng theo khung từ 01 đến 05 sao;

- Ủy ban nhân dân cấp huyện thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần);

- Ủy ban nhân dân cấp huyện chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm đạt từ 50 đến 100 điểm đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng.

## II. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp tỉnh

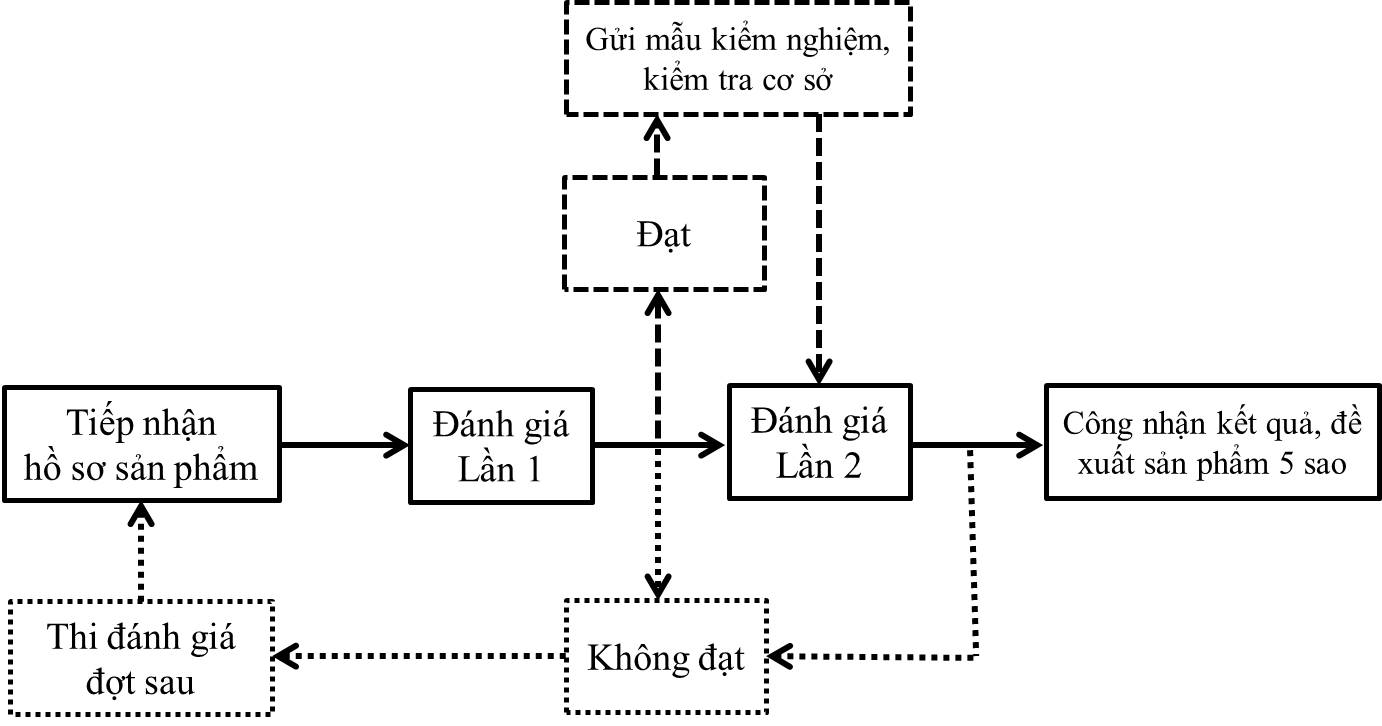
Các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tổ chức đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh theo quy trình ở hình 2.

Các bước đánh giá và xếp hạng bao gồm:

(1) Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm:

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp huyện;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần);

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp tỉnh và kế hoạch đánh giá.

**Hình 2. Sơ đồ quy trình đánh giá sản phẩm OCOP tại cấp tỉnh**

(2) Tổ chức đánh giá lần thứ nhất (Lần 1):

- Đối tượng: Mẫu sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ) và hồ sơ sản phẩm.

Đối với các sản phẩm dịch vụ du lịch nông thôn và bán hàng: cần có đánh giá trước tại thực địa (tại cơ sở, địa điểm cung cấp dịch vụ, bán hàng). Các thành viên tiến hành kiểm tra thực tế chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch theo các tiêu chí.

- Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 hồ sơ gốc và bản sao (đảm bảo mỗi thành viên Hội đồng có 01 bản sao). Hồ sơ sản phẩm và mẫu sản phẩm cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 02 ngày làm việc.

- Tiến hành đánh giá:

+ Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng;

+ Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần);

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên. Điểm của các thành viên không được chênh lệch quá 10 điểm. Trong trường hợp chêch lệch lớn hơn 10 điểm, Hội đồng đánh giá sẽ thảo luận để thống nhất chấm điểm lại;

+ Hội đồng thống nhất, thông qua kết quả đánh giá lần thứ nhất, đề xuất các sản phẩm được tham gia đánh giá lần thứ hai (có tiềm năng đạt 03 sao trở lên, cần bổ sung các kết quả kiểm nghiệm, kiểm tra chất lượng…).

(3) Tổ chức đánh giá lần thứ hai (Lần 2):

- Đối tượng: Các sản phẩm tiềm năng đạt 03 sao trở lên theo kết quả đánh giá lần 1. Hội đồng gửi mẫu kiểm tra các thông tin, chỉ tiêu cần kiểm định tại các cơ quan, đơn vị có thẩm quyển, tổ chức kiểm tra thực tế tại cơ sở sản xuất, điểm cung ứng dịch vụ du lịch, bán hàng;

- Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 hồ sơ gốc và bản sao (đảm bảo mỗi thành viên Hội đồng có 01 bản sao). Hồ sơ sản phẩm, các tài liệu xác minh kiểm nghiệm, kiểm tra và mẫu sản phẩm cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 02 ngày làm việc;

- Tiến hành đánh giá:

+ Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng;

+ Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần);

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên. Điểm của các thành viên không được chênh lệch quá 10 điểm. Trong trường hợp chêch lệch lớn hơn 10 điểm, Hội đồng đánh giá sẽ thảo luận để thống nhất chấm điểm lại;

+ Hội đồng thống nhất, thông qua kết quả đánh giá lần thứ hai, đề xuất các sản phẩm có thể tham gia đánh giá cấp Trung ương (đạt từ 90 điểm trở lên), báo cáo kết quả tới Ủy ban nhân dân tỉnh và đề xuất về phân hạng sản phẩm.

(4) Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp quốc gia:

- Căn cứ kết quả điểm số đánh giá lần thứ hai của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng theo khung từ 01 đến 05 sao;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần) và UBND cấp huyện để tiếp tục hướng dẫn chủ thể phát triển sản phẩm;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá, cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt ba (03) và bốn (04) sao; tổ chức công bố kết quả;

- Ủy ban nhân dân cấp tỉnh chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm có tiềm năng đạt năm (05) sao (từ 90 đến 100 điểm) đề nghị cấp Trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP quốc gia;

- Trường hợp Hội đồng cấp trung ương đánh giá có kết quả không đạt yêu cầu (đạt 5 sao), Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tổ chức đánh giá lại và hoàn thiện hồ sơ theo thẩm quyền được phân cấp.

## III. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Trung ương

Hồi đồng đánh giá cấp Trung ương hoạt động theo quyết định số 1653/QĐ-BNN-VPĐP ngày 11/5/2020 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc ban hành quy chế hoạt động của hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia. Quy trình đánh giá được thực hiện theo quyết định số 1048/QĐ-TTg, theo đó thì Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn là cơ quan thường trực Chương trình OCOP tổ chức đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia theo quy trình ở hình 1.4.

Các bước tổ chức đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP cụ thể như sau:

(1) Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm, dịch vụ du lịch:

- Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp tỉnh theo quy định.

- Văn phòng Điều phối nông thôn mới Trung ương kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần).

- Thời gian tiếp nhận hồ sơ sản phẩm OCOP đề nghị đánh giá cấp quốc gia thực hiện từ ngày 01 đến ngày 30 tháng 6 hàng năm.

(2) Tổ chức Hội đồng đánh giá chuyên ngành:

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp, báo cáo Hội đồng số lượng sản phẩm, công tác đánh giá của địa phương và Tổ tư vấn;

- Tổ tư vấn báo cáo kết quả thẩm định hồ sơ, kết quả kiểm tra thực tế cơ sở (nếu có) đối với từng hồ sơ sản phẩm OCOP;

- Cơ quan thường trực Chương trình OCOP cấp tỉnh, chủ thể OCOP bổ sung nội dung báo cáo (nếu cần);

- Thành viên Hội đồng thực hiện đánh giá sản phẩm OCOP theo quy định tại Quyết định số [1048/QĐ-TTg](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/quyet-dinh-1048-qd-ttg-2019-tieu-chi-danh-gia-san-pham-chuong-trinh-moi-xa-mot-san-pham-422157.aspx) , thảo luận về các vấn đề liên quan mức độ đạt tiêu chí của sản phẩm, thực hiện chấm điểm;

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá;

- Chủ trì phiên họp kết luận cuộc họp, kết quả đánh giá, phân hạng tại phiên họp, đề xuất Chủ tịch Hội đồng OCOP cấp Quốc gia tổ chức đánh giá lần 2 nếu đạt yêu cầu;

- Cơ quan thường trực Hội đồng hoàn thiện hồ sơ đánh giá, gồm: Báo cáo kết quả đánh giá, Biên bản họp Hội đồng (do Lãnh đạo Bộ chuyên ngành chủ trì phiên họp ký), Hồ sơ sản phẩm;

- Trường hợp không đạt yêu cầu, Cơ quan thường trực Hội đồng tham mưu văn bản thông báo kết quả cho địa phương theo quy định.

- Hội đồng đánh giá sản phẩm theo chuyên ngành được tổ chức trong khoảng thời gian từ ngày 01 tháng 7 đến ngày 15 tháng 8 hàng năm.

(3) Tổ chức họp Hội đồng OCOP cấp quốc gia:

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp, báo cáo Hội đồng số lượng sản phẩm, công tác đánh giá của địa phương, Tổ tư vấn và kết quả đánh giá theo chuyên ngành;

- Tổ tư vấn báo cáo kết quả thẩm định hồ sơ, kết quả kiểm tra thực tế cơ sở, kết quả kiểm nghiệm, lấy ý kiến cộng đồng (nếu có) đối với từng hồ sơ sản phẩm OCOP;

- Thành viên Hội đồng thực hiện đánh giá sản phẩm OCOP theo quy định tại Quyết định số [1048/QĐ-TTg](https://thuvienphapluat.vn/van-ban/thuong-mai/quyet-dinh-1048-qd-ttg-2019-tieu-chi-danh-gia-san-pham-chuong-trinh-moi-xa-mot-san-pham-422157.aspx) , thảo luận về các vấn đề liên quan mức độ đạt tiêu chí của sản phẩm, thực hiện chấm điểm;

- Cơ quan thường trực Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá;

- Chủ trì phiên họp kết luận cuộc họp và công bố kết quả đánh giá, phân hạng sản phẩm tại phiên họp;

- Cơ quan thường trực hoàn thiện hồ sơ đánh giá của Hội đồng, gồm: Báo cáo kết quả đánh giá, Biên bản họp Hội đồng (do Chủ tịch Hội đồng ký), Hồ sơ sản phẩm;

- Cơ quan thường trực Hội đồng tham mưu văn bản thông báo kết quả cho địa phương theo quy định.

- Hội đồng OCOP cấp Quốc gia tổ chức đánh giá sản phẩm trong tháng 9 hàng năm.

(4) Xếp hạng và công bố kết quả đánh giá:

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt năm (05) sao (là sản phẩm OCOP cấp quốc gia), tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp trung ương không đạt 05 sao, Hội đồng cấp trung ương gửi trả hồ sơ về Ủy ban nhân dân cấp tỉnh để đánh giá lại và hoàn thiện hồ sơ theo thẩm quyền được phân cấp.

# Phụ lục 5. Hướng dẫn biểu mẫu đăng ký tham gia Chương trình

**BIỂU SỐ 01: PHIẾU ĐĂNG KÝ SẢN PHẨM MỚI**

TÊN SẢN PHẨM (Đăng ký 01 sản phẩm/phiếu):……………..……………...

TÊN CHỦ THỂ (Doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất):……….

Địa chỉ: …………………………………………………………………..…….

Điện thoại: ………..……Email :…………..Website :……………………….

**PHẦN A**

**DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP HUYỆN**

Phiếu số: …...-.…./PĐK-(Mã tỉnh)-(Mã huyện) - (Năm)**1**

Ngày nhận:…………………………………………………………………....

Người tiếp nhận:……………….. Chữ ký: ………………..……………….

**DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP TỈNH**

Phiếu số: …..-....../PĐK-(Mã tỉnh) -(Mã huyện) - (Năm)**1**

Ngày nhận:…………………………………………………………………....

Người tiếp nhận:……………………….. Chữ ký: ………………………….

**PHẦN B**

**THÔNG TIN Ý TƯỞNG SẢN PHẨM MỚI**

**1. Tên sản phẩm, ý tưởng sản phẩm:***……………………………………………*

**2. Mô tả sản phẩm**

a) Giá trị mục tiêu của sản phẩm/phần cốt lõi   
(lý do khiến khách hàng muốn mua sản phẩm): ..........................................................

b) Quy cách đóng gói cho một đơn vị sản phẩm/dịch vụ   
(mô tả cụ thể, ví dụ: Đóng túi,... chai, lọ,...): *...........................................................*

c) Tên nhãn hiệu sản phẩm/dịch vụ dự kiến là: *..............................................*

d)Mục tiêu chất lượng của sản phẩm (đánh dấu ✓ vào các vị trí thích hợp):

- Cho thị trường quốc tế □

- Cho thị trường Việt Nam □

- Cho thị trường trong tỉnh □

- Cho thị trường trong huyện □

đ) Mục tiêu thị trường tiêu thụ (đánh dấu ✓ vào các vị trí thích hợp):

- Phạm vi tiêu thụ: Trong tỉnh □,Ngoài tỉnh □

- Đối tượng khách hàng ở: Thành thị □, Nông thôn □

- Đối tượngkhách hàngcó thu nhập: Khá giả □, Bình dân □

e) Đối thủ cạnh tranh (điền vào chỗ trống dưới đây):

- Liệt kê tên (các) sản phẩm tương tự đã có trên thị trường: *................................*

- Điểm mới, điểm khác biệt của sản phẩm của mình:

*.....................................................................................................................................................................................................................................................................................................................................*

g) Quy mô thị trường dự kiến:

- Lượng sản phẩm hoặc khách hàng dự kiến là…………….….. (số đơn vị sản phẩm, số khách hàng trong 1 năm)

h) Giá bán dự kiến đến tay người tiêu dùng: ……………… đồng/sản phẩm.

i) Câu chuyện về sản phẩm (tóm tắt lịch sử hoặc câu chuyện về sản phẩm ở các phần thích hợp dưới đây, kể cả câu chuyện mới):

- Nguồn gốc/lịch sử: *....................................................................................................*

- Yếu tố văn hóa: *.........................................................................................................*

- Yếu tố địa danh: *........................................................................................................*

- Yếu tố khác (nếu có): *...............................................................................................*

**3. Tính mới của sản phẩm** (đánh dấu ✓ vào 1 vị trí thích hợp):

Là sản phẩm mới hoàn toàn □,

Cải tiến từ sản phẩm đã có □,

Dựa trên sản phẩm truyền thống đã có ở gia đình, làng xã □

**4. Tình trạng phát triển sản phẩm** (đánh dấu ✓ vào 1 vị trí thích hợp):

Mới là ý tưởng □, Đang được nghiên cứu, hoàn thiện □, Đã có sản phẩm mẫu □

- Tư liệu sản xuất hiện có để phục vụ sản xuất, cung cấp dịch vụ:

+ Nhà xưởng: …………………………………………………………………..

+ Vật tư, trang thiết bị: …………………………………………………………

+ Khác: ……………………………………………….………………………

- Vùng nguyên liệu (hiện có/dự kiến, quy mô,…): ……………………………

**5. Các nguyên liệu và nguồn gốc nguyên liệu**:

| **TT** | **Tên nguyên liệu chính** | **Nguồn gốc**  (Cụ thể ở đâu, tỷ lệ trong mỗi đơn vị sản phẩm) |
| --- | --- | --- |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| … |  |  |

**6. Mô hình tổ chức (hoặc dự kiến)** (đánh dấu ✓ vào vị trí thích hợp)

- Doanh nghiệp: Tư nhân □, TNHH □, Cổ phần □Hợp danh □

- Hợp tác xã □ - Loại hình khác (ghi rõ):

**7. Quy trình sản xuất, quy mô sản xuất** (điền vào chỗ trống)

- Quy mô sản xuất: ………………………………………………….. sản phẩm/năm

- Sơ đồ tóm tắt quy trình sản xuất (vẽ sơ đồ vào phần để trống dưới đây; có thể trình bày riêng dạng phụ lục đính kèm phiếu này):

Một số yếu tố có thể ảnh hưởng đến môi trường trong quá trình sản xuất kinh doanh:

- Hóa chất sử dụng trong quá trình sản xuất: ……………..…………………..

- Chất thải trong quá trình sản xuất (mô tả cụ thể):

+ Dạng rắn (bã thải, túi nylon, bụi…):………………………………………….

+ Dạng lỏng: …………………………...……………………………………….

+ Dạng khí (khói, khí thải): ……………………………...……………………..

- Giải pháp bảo vệ môi trường (xử lý chất thải như thế nào?):

………………………………………………………………………..………………

**8. Nhân lực tham gia**: Tổng nhân lực (hoặc dự kiến): ………… người, trong đó (điền vào chỗ trống thích hợp):

- Lao động phổ thông: ………. người. Trong đó, có………..người trong huyện

- Lao động qua trung cấp: ……. người. Trong đó, có……..người trong huyện

- Lao động qua đại học: ……. người. Trong đó, có………..người trong huyện

**9. Dự kiến thời gian và kinh phí cần để phát triển sản phẩm mới** (ghi mục này nếu chưa có mẫu sản phẩm)

- Thời gian cần thiết để có mẫu sản phẩm mới hoàn thiện: ………..…… tháng

- Kinh phí cần thiết để có mẫu sản phẩm mới hoàn thiện: ………………. đồng

**10. Dự kiến vốn tổ chức sản xuất và lợi nhuận** (điền vào chỗ trống dưới đây)

- Dự kiến tổng vốn cần có để tổ chức sản xuất: ……….……..……….…. đồng

- Dự kiến lợi nhuận khi triển khai: ………………………………đồng/năm

**11. Dự kiến nhu cầu hỗ trợ**

Trình bày ngắn gọn trong bảng dưới đây về lĩnh vực và yêu cầu các cơ quan thực hiện:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Lĩnh vực đề xuất hỗ trợ** | **Nội dung hỗ trợ** | **Cơ quan/tổ chức đáp ứng nhu cầu hỗ trợ (nếu biết)** |
| 1 | Kỹ thuật | Đào tạo về quản trị kinh doanh, công nghệ chế biến, đóng gói, kiểm soát chất lượng,… (nêu cụ thể): |  |
| 2 | Tiếp thị | Triển lãm, xây dựng thương hiệu, phát triển sản phẩm,… (nêu cụ thể): |  |
| 3 | Cở sở vật chất, trang thiết bị | Nhà xưởng, máy móc, thiết bị (nêu rõ hạng mục, chủng loại, số lượng, dự kiến kinh phí) |  |
| 4 | Hạng mục khác |  |  |

**PHẦN C**

**Dành cho tổ chức/cá nhân đề xuất:**

Tên tổ chức/cá nhân: ……………………………………………………….....

Xin gửi Phiếu đăng ký này đến OCOP huyện /thành phố: ………………..........

Địa chỉ:…………………………………………………………………….......

Điện thoại:………………………………………….….………………………

|  |  |
| --- | --- |
|  | **ĐẠI DIỆN**  (*Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên*) |

**Dành cho cơ quan quản lý:**

Ý kiến của OCOP cấp huyện: ……………………………….……………..…

……………………………………………………………………………….…………..……………………………………………………………………………………

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **ĐẠI DIỆN**  (*Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên*) |

**BIỂU SỐ 02:PHIẾU ĐĂNG KÝ SẢN PHẨM ĐÃ CÓ**

TÊN SẢN PHẨM (Đăng ký 01 sản phẩm/phiếu): …………………………....

TÊN CHỦ THỂ (Doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất kinh doanh):

………………………………………………………………………………………

Địa chỉ: ………………………………………………………………………..

Điện thoại: ………….……. Email: ……………..….Website :…………….

**PHẦN A**

**DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP HUYỆN**

Phiếu số: …...-…./PĐK- (Mã tỉnh)-(Mã huyện) - (Năm)**1**

Ngày nhận:…………………………………………………………………....

Người tiếp nhận:………………………..Chữ ký: …..……………………….

**DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP TỈNH**

Phiếu số: …...-…./PĐK-(Mã tỉnh) - (Mã huyện) - (Năm)**1**

Ngày nhận:…………………………………………………….……………....

Người tiếp nhận:………………………..Chữ ký: ……..…………………….

**PHẦN B**

**THÔNG TIN VỀ CHỦ THỂ**

1. Tên chủ thể (Doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ): ……….….……..

2. Ngày thành lập/đăng ký kinh doanh:………. Số đăng ký (nếu có): …….......

3. Loại hình tổ chức (cá nhân, hộ gia đình, tổ hợp tác, hợp tác xã, doanh nghiệp):……………………………………………………………………………..

4. Tên người điều hành chủ thể sản xuất: …………..……………………….....

5. Địa chỉ thường trú của người điều hành: …….…..………………..................

6. Điện thoại: ……………………. Email: ………………………………….....

7. Tên sản phẩm/dịch vụ,mô tả về quy cách sản phẩm, tiêu chuẩn:

………………………………………………………………………………...................………………………………………………………………………………...........

Đánh dấu (✓) vào mục tương ứng:

- Đã có công bố chất lượng (tự công bố/xác nhận công bố): □

- Đã có sở hữu trí tuệ: □

Loại hình đăng ký sở hữu trí tuệ (bảo hộ nhãn hiệu; logo; sáng chế; kiểu dáng công nghiệp;…): ………………………………….....................................................

- Đã có giấy đủ điều kiện sản xuất, chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩmcho sản xuất sản phẩm tương ứng: □

8. Lịch sử hình thành của chủ thể(nêu các giai đoạn hình thành và phát triển):

*..............................................................................................................................................................................................................................................................................*

9. Lý do thành lập và quá trình thành lập chủ thể:

*..............................................................................................................................................................................................................................................................................*

10. Chủ thể đã làm tăng thêm giá trị vào các tài nguyên sẵn có ở địa phương như thế nào:*..................................................................................................................*

**PHẦN C**

**MÔI TRƯỜNG KINH DOANH**

(Đánh dấu (✓) và viết vào các ô trống)

(1) Đất và văn phòng: Thuê □, Sở hữu □

(2) Đất sản xuất: Thuê □, Sở hữu □

(3) Nguồn điện từ điện quốc gia: Đã mắc □, Đang có kế hoạch □, Không có □

(4) Nguồn nước: Nước sạch □, Nước giếng khoan □, Không có □,

Nguồn khác (lấy từ tự nhiên, sông, suối, hồ, ao,...):……………………….....

(5) Phương tiện vận tải: Có xe ô tô □, Xe máy □, Xe trâu/bò kéo □, Không có □, Thuê □, Phương tiện công cộng □

(6) Phương tiện truyền thông: Điện thoại để bàn □, Điện thoại di động □, Fax (...), Bưu điện □, E-mail □, Website □, Mạng xã hội □, Khác □, Không có □

**HOẠT ĐỘNG KINH DOANH**

11. Kết quả bán hàng năm liền trước

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sản phẩm** | **Số lượng** | **Đơn giá** (vnđ) | **Thành tiền** (vnđ) |
|  |  |  |  |

12. Chi phí năm liền trước

| **Hạng mục** | **Số lượng** | **Đơn giá** (vnđ) | **Thành tiền** (vnđ) |
| --- | --- | --- | --- |
| Mua nguyên vật liệu |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Nguyên phụ liệu |  |  |  |
| Điện |  |  |  |
| Nước |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Bao bì |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Nhân công/năm |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Quản lý |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Vận chuyển |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Chi phí khác |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Tổng chi phí (2)** |  |  |  |

13. Lãi/lỗ (năm liền trước gần nhất, ví dụ: lãi/lỗ năm 2017 - 2018)

|  |  |
| --- | --- |
| **Lãi/năm** | **Số tiền** |
| Tổng (1) “năm 2017” |  |
| Tổng (2) “năm 2018” |  |
| Chênh lệch (1) – (2) (VNĐ) |  |

14. Nhân lực (năm liền trước, ví dụ: năm 2018)

|  |  |
| --- | --- |
| **Giới tính** | **Số người** |
| Nam |  |
| Nữ |  |
| **Tổng** |  |

15. Nguồn cung cấp nguyên vật liệu đầu vào

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Loại nguyên liệu đầu vào** | **Nguồn cung cấp**  **(ghi cụ thể địa chỉ nhập)** | **Số lượng/năm** | **Giá (VNĐ)** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**PHẦN D**

**THÔNG TIN VỀ KINH DOANH**

16. Mức độ thường xuyên của hoạt động sản xuất sản phẩm.

Thường xuyên hàng ngày: □, Theo tuần: □, Theo tháng: □

17. Thị trường đích (nêu cụ thể địa điểm/khu vực đang phân phối tại địa phương (tỉnh, huyện xã, thôn); ngoài tỉnh)

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

18. Mức độ thường xuyên của bán sản phẩm ?

Thường xuyên hàng ngày: □, Theo tuần: □, Theo tháng: □

19. Khách hàng hướng tới:

Khá giả: □, Bình dân: □; Nông thôn: □, Thành thị: □

20. Doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ đã tích lũy vốn cho kinh doanh như thế nào, số vốn góp của người địa phương (ghi rõ vốn cá nhân tự có, vốn tập thể (vốn thành viên góp)?; loại hình góp vốn (bằng tiền, mặt bằng, đất, công lao động,...).

*..............................................................................................................................................................................................................................................................................*

21. Nơi sản xuất, hoàn thiện sản phẩm (ghi rõ địa chỉ nơi sản xuất, hoàn thiện sản phẩm)......................................................................................................................

**PHẦN E**

**THÔNG TIN CHUNG**

22. Mô tả vắn tắt phương án kinh doanh và hoạt động kinh doanh:

- Mục tiêu sản xuất kinh doanh (ngắn hạn: dưới 1 năm, trung hạn: 1-5 năm: sản xuất số lượng đạt ?, thị trường,..; doanh số,... ví dụ: trong năm 2018 đạt ..., năm 2019 đến 2024 đạt...)

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

- Quy mô sản xuất (nêu cụ thể: Số lao động thường xuyên, diện tích nhà xưởng, sản xuất tự động, bán tự động, thủ công,...)

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

- Huy động nguồn lực (nêu rõ nguồn lực đầu tư hoạt động sản xuất: tự có, vốn góp, vốn đầu tư, hỗ trợ từ bên ngoài,...)

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

- Kế hoạch tiếp thị sản phẩm (ghi rõ hoạt động chào bán, chào hàng, quảng cáo, cách thức thực hiện như nào, ở đâu)

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

- Phương án tài chính (sử dụng tiền ở đâu, như thế nào cho hoạt động sản xuất, kinh doanh)

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

- Sơ đồ tóm tắt quy trình sản xuất tạo sản phẩm (vẽ sơ đồ vào phần để trống dưới đây):

|  |
| --- |
|  |

- Hiệu quả (ghi rõ kinh tế: thu nhập trung bình người lao động; xã hội: đóng góp cho cộng đồng,...)

...........................................................................................................................................

23. Có nhận được hỗ trợ về đào tạo nào không?: Có: □, không: □. Nếu có, trình bày ngắn gọn loại hình đào tạo và tổ chức thực hiện đào tạo:

...........................................................................................................................................

24. Có nhận được hỗ trợ nào khác không? Có: □, không: □. Nếu có, trình bày vắn tắt:

...........................................................................................................................................

25. Chủ thể có tổ chức gặp mặt/họp thường xuyên không (ghi số lần họp/tháng,quý,năm nếu có): .......................................................................................

26. Cách chia số tiền, lợi nhuận thu được

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

27. Liệt kê các thách thức chính của doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ gặp phải:

..............................................................................................................................................................................................................................................................................

**PHẦN G**

**NHU CẦU HỖ TRỢ**

Trình bày ngắn gọn trong bảng dưới đây về lĩnh vực và yêu cầu các cơ quan thực hiện:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Lĩnh vực đề xuất hỗ trợ** | **Loại/hỗ trợ cụ thể** | **Cơ quan/tổ chức có thể đáp ứng nhu cầu hỗ trợ (nếu biết)** |
| 1 | Kỹ thuật | Đào tạo về quản trị kinh doanh, công nghệ chế biến, đóng gói, kiểm soát chất lượng,… (nêu cụ thể) |  |
| 2 | Tiếp thị | Triển lãm, xây dựng thương hiệu, quảng bá, phát triển sản phẩm,… (nêu cụ thể) |  |
| 3 | Cơ sở vật chất, trang thiết bị | Nhà xưởng, máy móc, thiết bị (nêu rõ hạng mục, chủng loại, số lượng, dự kiến kinh phí) |  |
| 4 | Tài chính | Kết nối với các tổ chức tài chính để mua thiết bị và máy móc (nêu cụ thể) |  |
| 5 | Khác |  |  |

**PHẦN H**

**Dành cho tổ chức/cá nhân đề xuất:**

Tên tổ chức/cá nhân: ……………………………………………………….....

Xin gửi Phiếu đăng ký này đến OCOP huyện/thành phố: …………………......

Địa chỉ:…………………………………………………………………….......

Điện thoại:………………………………………………………………………

|  |  |
| --- | --- |
|  | **ĐẠI DIỆN**  (*Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên*) |

**Dành cho cơ quan quản lý:**

Ý kiến của OCOP huyện/thành phố: ……………………………….…………

………………………………………………………………………………….……………………………………………………………………………………………

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **ĐẠI DIỆN**  (*Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên*) |

**BIỂU SỐ 03: PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT KINH DOANH**

(Áp dụng cho 01 sản phẩm cụ thể)

**PHẦN I. GIỚI THIỆU**

**I. GIỚI THIỆU TỔNG THỂ**

1. Tên chủ thể (Doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ): ……………………

2. Địa chỉ trụ sở chính: …………………………………………………….......

3. Vốn điều lệ: ……………………………………………………………........

4. Số lượng thành viên: ……………………………………………………......

5. Ngành, nghề sản xuất, kinh doanh:

*………………………………………………………………………………………………*

**II. TỔ CHỨC NHÂN SỰ**

1. Sơ đồ tổ chức bộ máy(đối với doanh nghiệp, hợp tác xã)

*………………………………………………………………………………………………*

*………………………………………………………………………………………………*

2. Chức năng nhiệm vụ các bộ trong sơ đồ tổ chức

*………………………………………………………………………………………………*

*………………………………………………………………………………………………*

**PHẦN II. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG VÀ KHẢ NĂNG THAM GIA CỦA DOANH NGHIỆP/HỢP TÁC XÃ/TỔ HỢP TÁC/HỘ KINH DOANH**

**I. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG**

(Tổng quan nhu cầu và xu thế của thị trường về sản phẩm/nhóm sản phẩm)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**II. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG THAM GIA THỊ TRƯỜNG**

(Đánh giá sơ bộ khả năng tiêu thụ sản phẩm, thế mạnh khi tham gia)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**III. CĂN CỨ PHÁP LÝ THÀNH LẬP VÀ HOẠT ĐỘNG**

Các giấy phép, chứng nhận… hiện hành (về thành lập, điều kiện sản xuất, kinh doanh,...)………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**PHẦN III. PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT, KINH DOANH** (3 năm)

**I. PHÂN TÍCH ĐIỂM MẠNH, YẾU, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC**

1. Điểm mạnh (yếu tố bên trong)

*…………………………………………………………………………………………………*

*…………………………………………………………………………………………………*

2. Điểm yếu (yếu tố bên trong)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

3. Cơ hội (yếu tố bên ngoài)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

4. Thách thức (yếu tố bên ngoài)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**II. PHÂN TÍCH CẠNH TRANH**

(Các đối thủ cạnh tranh với các nội dung: sản phẩm, thị trường, phương thức, mức độ,…)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**III. MỤC TIÊU VÀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN**

(Cần nêu rõ mục tiêu: trung hạn, dài hạn; chiến lược: nhà cung ứng, trồng trọt, sản xuất, kinh doanh, nhân lực,…)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**IV. HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT, KINH DOANH**

**1. Hoạt động sản xuất**

a) Nguyên liệu(Trồng, chăn nuôi, chế biến, khác,...)

- Tiêu chuẩn áp dụng:..........................................................................................

- Phương thức: Khu trung tâm ............, hợp đồng liên kết ..............(đơn vị m2,tấn...)

- Quy mô:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên nguyên liệu** | **Quy mô** | **Thời gian thực hiện** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

b) Thu hái tự nhiên (nếu có)

- Tiêu chuẩn áp dụng: ..........................................................................................

- Phương thức: Khu trung tâm ..........., hợp đồng liên kết ...........(đơn vị m2,tấn...)

- Quy mô:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên nguyên liệu** | **Quy mô** | **Thời gian thực hiện** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

c) Sơ chế (nếu có)

- Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng: .......................................................................

- Quy mô:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên sản phẩm** | **Quy mô** | **Thời gian thực hiện** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

d) Chế biến

- Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng:........................................................................

- Quy mô:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên sản phẩm** | **Quy mô** | **Thời gian thực hiện** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**2. Phân phối/bán hàng**

a) Bán hàng tại chỗ

- Gian hàng giới thiệu sản phẩm tại doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ: diện tích …..m2

- Sản phẩm giới thiệu và bán:

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

- Nhân lực thực hiện: ………………………………………………………....

b) Liên kết các đại lý phân phối(ghi rõ tên tỉnh và số lượng đã có hoặc dự kiến)

- Các đại lý trong tỉnh:

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

- Các đại lý ngoài tỉnh:

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

c) Bán hàng qua mạng

- Xây dựng Website: ………………………………………………………….

- Quản lý Website: ……………………………………………………………

- Nhân lực: ……………………………………………………………………

d) Chính sách giá (giá bán tính trên đơn vị sản phẩm, dịch vụ)

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**V. KẾ HOẠCH MARKETING - XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI**

**1. Kế hoạch xúc tiến thương mại**

- Kế hoạch tiếp thị được thực hiện tại các thị trường:

*…………………………………………………………………………………………………*

*…………………………………………………………………………………………………*

- Kế hoạch triển khai:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Nội dung** | **Địa điểm** | **Người thực hiện** | **Thời gian** |
| 1 | Hội thảo |  |  |  |
| 2 | Hội chợ, triển lãm |  |  |  |
| 3 | Tờ rơi |  |  |  |
| 4 | Khuyến mại |  |  |  |
| 5 | Đăng báo |  |  |  |
| 6 | Truyền thanh |  |  |  |
| 7 | Truyền hình |  |  |  |
|  | … |  |  |  |

**2. Kế hoạch Marketing**

- Tiếp tục nghiên cứu thị trường: Được thực hiện lồng ghép với hoạt động kinh doanh, phân phối nhắm xác định nhu cầu thị trường

*…………………………………………………………………………………………………*

*…………………………………………………………………………………………………*

- Phân khúc thị trường: Xác định phân khúc khách hàng doanh nghiệp/hợp tác xã có thể tiếp cận hoặc có thế mạnh.

*………………………………………………………………………………………………….*

*………………………………………………………………………………………………….*

- Định vị thị trường: Xác định thị trường chủ lực, chiến lược thị trường

*………………………………………………………………………………………………….*

*………………………………………………………………………………………………….*

- Kế hoạch thực hiện:

*………………………………………………………………………………………………….*

*………………………………………………………………………………………………….*

- Kiểm soát quá trình thực hiện:

*………………………………………………………………………………………………….*

**VI. PHƯƠNG ÁN ĐẦU TƯ CƠ SỞ VẬT CHẤT, BỐ TRÍ NHÂN LỰC VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN KHÁC**

**1. Cơ sở hạ tầng (điều chỉnh cho phù hợp điều kiện thực tế)**

| **TT** | **Tên công trình** | **Đơn vị tính** | **Khối lượng (m2)** | **Đơn giá** | **Tổng mức xây dựng** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|
| 1 | Văn phòng làm việc |  |  |  |  |
|  | Ban giám đốc |  |  |  |  |
|  | Phòng kế toán, hành chính |  |  |  |  |
| 2 | Nhà xưởng |  |  |  |  |
| 2.1 | Xưởng sơ chế |  |  |  |  |
| 2.2 | Làm khô |  |  |  |  |
|  | Phòng sấy |  |  |  |  |
|  | Sân phơi |  |  |  |  |
| 2.3 | Xưởng chế biến |  |  |  |  |
| 2.4 | Khác |  |  |  |  |
|  | Hệ thống điện |  |  |  |  |
|  | Hệ thống cấp nước |  |  |  |  |
|  | Hệ thống xử lý chất thải |  |  |  |  |

**2. Máy móc, trang thiết bị**

| **TT** | **Tên máy móc, thiết bị** | **Đơn vị tính** | **Số lượng** | **Đơn giá** | **Thành tiền** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**3. Nhân lực (điều chỉnh cho phù hợp điều kiện thực tế)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Chức danh** | **Mô tả công việc** | **Số lượng** |
| A | Gián tiếp |  |  |
| 1 | Ban giám đốc |  |  |
|  | Giám đốc |  |  |
|  | Phó giám đốc |  |  |
| 2 | Bộ phận văn phòng |  |  |
|  | Kế toán trưởng |  |  |
|  | Hành chính - nhân sự |  |  |
| B | Trực tiếp |  |  |
| 3 | Bộ phận kinh doanh |  |  |
|  | Nhân viên kinh doanh |  |  |
|  | Nhân viên dịch vụ |  |  |
| 4 | Sản xuất |  |  |
|  | Phụ trách vùng trồng |  |  |
|  | Giám sát vùng |  |  |
|  | Thủ kho |  |  |
|  | Công nhân |  |  |
|  | **Tổng cộng** |  |  |

**4. Các điều kiện khác**

a) Đất đai

- Mặt bằng khu trung tâm (nhà xưởng, kho bãi): …………………………......

- Khu đồng ruộng; …………………………………………………………......

- Khu thu hái tự nhiên: …………………………………………………….......

b) Khoa học công nghệ

- Hợp tác với đối tác chuyển giao quy trình công nghệ (đã hợp tác hoặc dự kiến):

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

- Hợp tác với đối tác tư vấn phát triển doanh nghiệp (đã hợp tác hoặc dự kiến):

………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

c) Liên kết(đối tác cung cấp nguyên liệu hoặc hợp tác sản xuất, kinh doanh)

…………………………………………………………………………………………

**PHẦN IV. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH**

**I. PHƯƠNG ÁN HUY ĐỘNG VÀ SỬ DỤNG VỐN**

**1. Tổng nhu cầu vốn**

Tổng nhu cầu vốn của doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ: ………. đồng

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Nội dung** | **Đơn vị** | **Số lượng** | **Đơn giá** | **Thành tiền** |
| A | Tài sản cố định |  |  |  |  |
| 1 | Xây dựng hạ tầng |  |  |  |  |
| 2 | Máy móc, trang thiết bị |  |  |  |  |
| 3 | Khác |  |  |  |  |
|  | Thủ tục pháp lý: Đủ điều kiện sản xuất, công bố chất lượng sản phẩm |  |  |  |  |
|  | Quy trình công nhệ |  |  |  |  |
| B | Vốn lưu động cho 1 chu kỳ sản xuất, kinh doanh |  |  |  |  |

**2. Phương án huy động**

a) Góp vốn từ các thành viên doanh nghiệp/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ

Tổng góp vốn từ các thành viên: ………………….. đồng

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Họ và tên** | **Địa chỉ** | **Số tiền (triệu đồng)** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| .... |  |  |  |

b) Vay vốn

Tổng vay vốn: ………………….. đồng

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Đối tượng vay** | **Phương thức vay** | **Số tiền (triệu đồng)** |
|  | Ngân hàng |  |  |
|  | Vay cá nhân |  |  |
|  | Vay khác |  |  |

c) Nguồn ngân sách nhà nước

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Họ và tên** | **Phương thức** | **Số tiền (triệu đồng)** |
| 1 | Dự án ứng dụng khoa học công nghệ |  |  |
| 2 | Khuyến công, khuyến nông… |  |  |
| 3 | Dự án hỗ trợ trong nông nghiệp khác |  |  |

**II. PHƯƠNG ÁN VỀ DOANH THU, CHI PHÍ, LỢI NHUẬN TRONG 03 NĂM ĐẦU**

**1. Tổng doanh thu**

Tổng doanh thu trong 3 năm đầu: ……………....đồng, tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Sản phẩm, dịch vụ** | **Đơn vị** | **Số lượng** | **Giá (đồng/đvt)** | **Thành tiền (đồng)** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| …. |  |  |  |  |  |

**2. Tổng chi phí**

Tổng chi phí trong 3 năm đầu:…....đồng, tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Nội dung** | **Đơn vị** | **Số lượng** | **Giá (đồng/đvt)** | **Thành tiền (đồng)** |
| **A** | **Tài sản cố định** |  |  |  |  |
| **B** | **Chi phí sản xuất kinh doanh (3 năm)** |  |  |  |  |
| **1** | **Chi phí sản xuất** |  |  |  |  |
|  | Nguyên liệu |  |  |  |  |
|  | Phụ liệu |  |  |  |  |
|  | Bao bì nhãn |  |  |  |  |
|  | Năng lượng |  |  |  |  |
|  | Nhân công |  |  |  |  |
|  | Quản lý |  |  |  |  |
| **2** | **Chi phí bán hàng** |  |  |  |  |
|  | Vận chuyển |  |  |  |  |
|  | Chiết khấu |  |  |  |  |
|  | Bao bì phụ |  |  |  |  |
|  | Nhân công |  |  |  |  |
|  | Quản lý |  |  |  |  |

**3. Lợi nhuận**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **TT** | **Nội dung** | **Thành tiền (đông)** |
| 1 | Tổng doanh thu |  |
| 2 | Tổng chi phí |  |
| 3 | Lợi nhuận trước thuế |  |
| 4 | Lợi nhuận sau thuế |  |

**III. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH KHÁC**

**1. Các quỹ tín dụng** (Hội nông dân, phụ nữ, liên minh hợp tác xã,... ghi rõ tên tổ chức và số tiền dự kiến)

*…………………………………………………………………………………………………*

*…………………………………………………………………………………………………*

- Vay vốn từ các quỹ đầu tư (ví dụ: quỹ đầu tư phát triển tỉnh,...., ghi rõ tên tổ chức và số tiền dự kiến)

*…………………………………………………………………………………………………*

*…………………………………………………………………………………………………*

**2. Thuê tài chính**

- Thuê nhà xưởng: ………………………………………………………….....

- Liên kết sản xuất: ………………………………………………………........

|  |  |
| --- | --- |
| Các giấy tờ gửi kèm: - ……………………. - ……………………. | **ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA  DOANH NGHIỆP/HỢP TÁC XÃ** *(Ký, đóng dấu và ghi họ tên)* |

**BIỂU SỐ 04: MẪU GIỚI THIỆU VỀ TỔ CHỨC**

**THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH OCOP**

(TÊN TỔ CHỨC)

1. Địa chỉ, điện thoại, fax, email, Website (nếu có)

2. Cơ cấu tổ chức, loại hình doanh nghiệp

(Cần thể hiện rõ sơ đồ tổ chức, mô tả chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận)

3. Sự tham gia của cộng đồng

(Tổng số lao động, số lao động địa phương, mức độ tham gia của cộng đồng trong cơ cấu ban lãnh đạo, cơ cấu vốn góp của cộng đồng)

4. Hoạt động kế toán của cơ sở

(Số lượng, trình độ, tính liên tục …)

5. Tình hình tiếp thị sản phẩm

(Khách hàng chính (thị trường địa phương, trong nước, quốc tế - hợp đồng/hóa đơn bán hàng); tổ chức phân phối: Bán tại nơi sản xuất (mô tả khu vực bán hàng, hình ảnh minh họa…), đại lý (tên, địa chỉ), hệ thống phân phối (sơ đồ, địa chỉ các bộ phận – khu vực); quảng bá sản phẩm: Kế hoạch (quảng bá theo tháng, năm), các hoạt động (hồ sơ, tài liệu minh chứng đã thực hiện)…)

6. Phương án bảo vệ môi trường

(Cam kết bảo vệ môi trường/đánh giá tác động bảo vệ môi trường hoặc kế hoạch thu gom rác thải, hệ thống xử lý chất thải)

|  |  |
| --- | --- |
|  | **ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CƠ SỞ**  *(Ký, họ tên, đóng dấu)* |

# Phụ lục 6.

# Bộ Tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP

**A. NGÀNH HÀNG: THỰC PHẨM**

**1. Nhóm: Thực phẩm tươi sống**

**a) Phân nhóm: Rau, củ, quả, hạt tươi**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại | 0 Điểm |
| ❑Sơ chế (rửa, làm sạch,…) | 1 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong trồng**,** sơ chế. | 2 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong trồng, sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản…) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑Cósử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Kích thước, hình dạng bề ngoài**  **2 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không đồng đều | 0 Điểm |
| ❑Không đồng đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Đồng đều | 2Điểm |

**6.2. Màu sắc, độ chín 8 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp | 3 Điểm |
| ❑Phù hợp | 5 Điểm |
| ❑ Rất phù hợp | 8 Điểm |

**6.3. Mùi/vị** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Kém | 0 Điểm |
| ❑Trung bình | 1 Điểm |
| ❑Tương đối tốt | 2 Điểm |
| ❑Tốt | 3 Điểm |

**6.4. Tính đầy đủ, sạch** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Tương đối chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tốt | 2 Điểm |
| ❑ Rất tốt | 3 Điểm |

**6.5. Kết cấu/cách sắp đặt** **2 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Trung bình | 1 Điểm |
| ❑Tốt | 2 Điểm |

**7. DINH DƯỠNG 2 Điểm**

*Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu dinh dưỡng như: Protit, Lipid, Vitamin,... (theo phiếu kiểm nghiệm do cơ quan có thẩm quyền cấp)*

❑ Không có 0 Điểm

❑ Có 1 -2 chỉ tiêu 1 Điểm

❑Có trên 2 chỉ tiêu 2 Điểm

**8. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM**

**9.1. Hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm của cơ sở sản xuất** **2 điểm**

*(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố Tiêu chuẩn sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng | 0 Điểm |
| ❑Có Tiêu chuẩn sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có Tiêu chuẩn sản phẩm, có Bản công bố tiêu chuẩn/chất lượng | 2 Điểm |

*Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**9.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 3 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 1 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 2 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định. | 3 Điểm |

**10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑Có Chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (VietGAP/GlobalGAP/hữu cơ/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Thịt, trứng, sữa tươi**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại | 0 Điểm |
| ❑Sơ chế (kiểm tra, phân loại; làm sạch; đóng gói;…) | 1 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất (chăn nuôi, giết mổ/sơ chế,…) | 2 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong chăn nuôi, giết mổ/sơ chế, bảo quản (nhằm tạo ra sản phẩm có chất lượng cao) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất*

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

*(Gồm: Nội dung, hình ảnh, kiểu dáng, màu sắc...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương dưới 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn 1 trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất** **5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 3 Điểm |
| ❑Không phát hiện tạp chất | 5 Điểm |
| *Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất ATTP) như: Lông, côn trùng, mẩu gỗ, cát, nhựa …sẽ không đánh giá các bước tiếp theo* | |

**6.2. Kích thước, hình dạng bề ngoài**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều | 0 Điểm |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều | 2 Điểm |
| ❑Đồng đều | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 7 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 5 Điểm |
| ❑ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 7 Điểm |

**6.4. Mùi 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có mùi lạ, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Mùi không rõ, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |

**6.5. Kết cấu/cách sắp đặt** **2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Trung bình | 1 Điểm |
| ❑ Tốt | 2 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) | |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 2 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **2 Điểm**

*(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng | 0 Điểm |
| ❑Có Tiêu chuẩn sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có Tiêu chuẩn sản phẩm, có Bản công bố tiêu chuẩn/chất lượng | 2 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 3 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 1 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 2 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 3 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (VietGAP/hữucơ/ISO/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**2. Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế**

**a) Phân nhóm: Gạo, ngũ cốc**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sơ chế (xay xát,…) | 0 Điểm |
| ❑Tinh chế (làm sạch, làm trắng,…) | 1 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong trồng trọt, sơ chế (tạo ra sản phẩm có chất lượng cao) | 2 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong trồng trọt, sơ chế, tinh chế, bảo quản (tạo ra sản phẩm có chất lượng cao) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương dưới 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Có ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 2 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 3 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu phát hiện tạp chất không chấp nhận được như: Bọ, lông, len, cát sỏi,…*

**6.2. Quy cách đóng gói 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑Phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Phù hợp với đặc tính sản phẩm, tiện dùng | 2 Điểm |
| ❑ Phù hợp với đặc tính sản phẩm, rất tiện dùng | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối phù hợp với tính chất sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với tính chất sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Rất phù hợp với tính chất sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi, vị 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi/vị lạ | 0 Điểm |
| ❑Có mùi vị/lạ, nhưng chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có mùi/vị phù hợp với đặc tính sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑Có mùi/vị rất phù hợp với đặc tính sản phẩm | 4 Điểm |

**6.5. Kết cấu/cách sắp đặt** **2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Trung bình | 1 Điểm |
| ❑ Tốt | 2 Điểm |

**7. DINH DƯỠNG 5 Điểm**

*(Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu như: Amylose, cacbohydrat, năng lượng, lipid,... theo phiếu kiểm nghiệm)*

❑ Không có 0 Điểm

❑ Có 1 chỉ tiêu dinh dưỡng 1 Điểm

❑ Có 2-3 chỉ tiêu dinh dưỡng 2 Điểm

❑ Có 4-5 chỉ tiêu dinh dưỡng 3 Điểm

❑ Có trên 5 chỉ tiêu dinh dưỡng 5 Điểm

**8. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**9. 1. Công bố sản phẩm chất lượng 2 điểm**

*(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố Tiêu chuẩn sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng | 0 Điểm |
| ❑Có Tiêu chuẩn sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có Tiêu chuẩn sản phẩm, có Bản công bố tiêu chuẩn/chất lượng | 2 Điểm |

*Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**9.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 3 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 1 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 2 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 3 Điểm |

**10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (VietGAP/hữu cơ/ISO/...) | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Mật ong, các sản phẩm từ mật ong, mật khác**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sơ chế đơn giản (lọc, loại tạp cơ học) | 0 Điểm |
| ❑ Sơ chế (lọc thô, lọc tinh, hạ thủy phần) | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có ít tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Sạch, không phát hiện tạp chất | 2 Điểm |

*Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất ATTP)*

*sẽ không đánh giá các bước tiếp theo*

**6.2. Quy cách đóng gói 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑Phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp, tiện dùng | 2 Điểm |
| ❑Phù hợp, rất tiện dùng | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc, thể chất 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Phù hợp với tính chất sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Rất phù hợp với tính chất sản phẩm | 4 Điểm |

**6.4. Mùi 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không phải là mùi của thành phần tạo nên (mùi của hương liệu) | 0 Điểm |
| ❑ Có mùi nhẹ, tự nhiên, phù hợp | 1 Điểm |
| ❑ Mùi tự nhiên, rõ, phù hợp | 2 Điểm |
| ❑Mùi tự nhiên, rất rõ, phù hợp | 3 Điểm |
| ❑Mùi tự nhiên, rất rõ, phù hợp, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.5. Vị 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Vị tương đối phù hợp | 1 Điểm |
| ❑ Phù hợp, hấp dẫn | 2 Điểm |
| ❑ Phù hợp, rất hấp dẫn | 4 Điểm |

**7. DINH DƯỠNG 2 điểm**

*(Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu dinh dưỡng như: Vitamin B2, B3,*

*B5, B6, B9; đường khử tự do;... theo phiếu kiểm nghiệm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có 1 - 2 chỉ tiêu | 1 Điểm |
| ❑Có trên 2 chỉ tiêu | 2 Điểm |

**8. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**9.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng | 0 Điểm |
| ❑Có Tiêu chuẩn sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có Tiêu chuẩn sản phẩm, có Bản công bố tiêu chuẩn/chất lượng | 2 Điểm |

**9.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 3 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 1 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 2 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 3 Điểm |

*Tham khảo:*

*- Hóa lý: Đường Sacaroza,...*

*- Hàm lượng hóa chất không mong muốn: Dư lượng kháng sinh, thuốc BVTV,*

*Aflatoxin B1; Aflatoxin B1, B2, G1, G2,...*

**10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (VietGAP/ISO/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**3. Nhóm: Thực phẩm chế biến**

**a) Phân nhóm: Đồ ăn nhanh**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có các tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 2 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 3 Điểm |

*Ghi chú: Nếu có tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ*

*không đạtATTP) như: đất, côn trùng, lông, len , mốc nguy hại,... sẽ không*

*đánh giá các bước tiếp theo.*

**6.2. Hình dạng 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối phù hợp với phong cách của sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với phong cách của sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Rất phù hợp với phong cách của sản phẩm | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Màu không đều | 0 Điểm |
| ❑Màu không đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Màu tương đối đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Màu đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ (như khét,...) | 0 Điểm |
| ❑Có mùi chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn | 4 Điểm |

**6.5. Vị 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Phù hợp với sản phẩm, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.6. Kết cấu/cách sắp đặt 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Tốt | 2 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương dưới 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN 20 Điểm**

**6.1. Tạp chấtlạ** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có tạp chất, không nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Không phát hiện tạp chất | 3 Điểm |
| *Ghi chú: Không xem xét các chỉ tiêu khác nếu sản phẩm có các tạp chất có nguy cơ cao ảnh hưởng đến vệ sinh ATTP như ruồi bọ, lông, len, cát sỏi ….* | |

**6.2. Ngoại hình**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều | 0 Điểm |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều | 2 Điểm |
| ❑Đồng đều | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có mùi lạ, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Mùi không rõ, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |

**6.5. Vị 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Phù hợp, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.6. Kết cấu/cách sắp đặt** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhân được | 1 Điểm |
| ❑ Tốt | 2 Điểm |
| ❑ Rất tốt | 3 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 2 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**c) Phân nhóm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

*nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có các tạp chất không chấp nhận được như ruồi bọ, lông, len, cát sỏi,… | 0 Điểm |
| ❑ Có các tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 2 Điểm |
| ❑Sạch, không phát hiện tạp chất | 3 Điểm |

*Ghi chú: Nếu bị 0 Điểm, sẽ không đánh giá các bước tiếp theo*

**6.2. Hình dạng, thể chất**  **2 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Kích thước/hình dạng không đồng đều | 0 Điểm |
| ❑Kích thước/hình dạng khá đồng đều (> 60%) | 1 Điểm |
| ❑Kích thước/hình dạng đồng đều (> 90%) | 2 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đều (hoặc đồng đều nhưng không phù hợp với đặc tính sản phẩm) | 0 Điểm |
| ❑Không đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi**  **5 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không mong muốn | 0 Điểm |
| ❑Không phải là mùi của thành phần tạo nên (mùi của hương liệu) | 1 Điểm |
| ❑ Tự nhiên của thành phần | 3 Điểm |
| ❑ Tự nhiên của thành phần , phù hợp, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.5. Vị**  **5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Vị chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Phù hợp, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.6. Kết cấu/cách sắp đặt** **2 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Trung bình | 1 Điểm |
| ❑Tốt | 2 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**d) Phân nhóm: Chế biến từ thịt, trứng, sữa**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chấtlạ** 3 **Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 2 Điểm |
| ❑Không phát hiện tạp chất | 3 Điểm |
| *Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẩu gỗ, cát, nhựa …sẽ không đánh giá các bước tiếp theo* |  |

**6.2. Hình dạng, thể chất**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều | 0 Điểm |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều, phù hợp | 2 Điểm |
| ❑Đồng đều, phù hợp | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 2Điểm |
| ❑ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có mùi lạ, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Mùi không rõ, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.5. Vị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Phù hợp, hấp dẫn | 3 Điểm |

**6.6. Kết cấu/cách sắp đặt** 3 **Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhân được | 1 Điểm |
| ❑ Tốt | 2 Điểm |
| ❑ Rất tốt | 3 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**đ) Phân nhóm: Chế biến từ thủy, hải sản**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN 20 Điểm**

**6.1. Tạp chấtlạ** **2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có tạp chất, không nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Không phát hiện tạp chất | 2 Điểm |
| *Ghi chú: Không xem xét các chỉ tiêu khác nếu sản phẩm có các tạp chất có nguy cơ cao ảnh hưởng đến vệ sinh ATTP như ruồi bọ, lông, len, cát sỏi ….* | |

**6.2. Hình dạng, kích thước**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều | 0 Điểm |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều, phù hợp | 2 Điểm |
| ❑Đồng đều, phù hợp | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có mùi lạ, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Mùi thơm nhưng không rõ, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm | 5 Điểm |

**6.5. Vị 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Phù hợp, hấp dẫn | 4 Điểm |

**6.6. Kết cấu/cách sắp đặt** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Nghèo nàn | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhân được | 1 Điểm |
| ❑ Tốt | 2 Điểm |
| ❑ Rất tốt | 3 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) | |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 2 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**4. Nhóm: Gia vị**

**a) Phân nhóm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác...**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương 3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 2 Điểm |

*Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ*

*không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẩu gỗ, cát, nhựa …sẽ không đánh*

*giá các bước tiếp theo*

**6.2. Thể chất**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với tính chất của sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm | 3 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ | 0 Điểm |
| ❑Chập nhận được | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Mùi tự nhiên đặc trưng của sản phẩm | 3 Điểm |

**6.5. Vị**  **6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chập nhận được | 2 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Hấp dẫn, phù hợp với sản phẩm | 6 Điểm |

**6.6. Quy cách đóng gói 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑Phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp, tiện dùng | 2 Điểm |
| ❑Phù hợp, rất tiện dùng | 3 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Gia vị khác (hành, tỏi, tiêu,...)**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương 3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 2 Điểm |

*Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ*

*không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẩu gỗ, cát, nhựa …sẽ không đánh*

*giá các bước tiếp theo*

**6.2. Hình dạng, kích thước** **2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều/không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều | 1 Điểm |
| ❑Đồng đều | 2 Điểm |

**6.3. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Đồng đều,tốt, phù hợp với tính chất sản phẩm | 3 Điểm |

**6.4. Mùi**  **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ | 0 Điểm |
| ❑Chập nhận được | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Mùi tự nhiên đặc trưng của sản phẩm, mùi nổi bật | 3 Điểm |

**6.5. Vị**  **6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chập nhận được | 2 Điểm |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑ Phù hợp với đặc trưng sản phẩm, vị nổi bật | 6 Điểm |

**6.6. Quy cách đóng gói/dạng sử dụng 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑Phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp, tiện dùng | 2 Điểm |
| ❑Phù hợp, rất tiện dùng | 4 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**5. Nhóm: Chè**

**a) Phân nhóm: Chè tươi, chè chế biến**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại, sơ chế | 0 Điểm |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4.Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.34.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Ngoại hình 6 Điểm**

***6.1.1.Tạp chất lạ 2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 2 Điểm |
| *Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất ATTP như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.* |  |

***6.1.2. Hình dạng cánh chè*** ***2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối đồng đều, phù hợp (cánh chè dài, xoan đều,.../có tuyết) | 1 Điểm |
| ❑Đồng đều, phù hợp (cánh chè dài, xoan đều,.../có tuyết) | 2 Điểm |

***6.1.3. Màu sắc cánh chè 2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Màu không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑Màu tự nhiên, tương đối phù hợp với tính chất sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Màu tự nhiên, phù hợp với tính chất sản phẩm | 2 Điểm |

**6.2. Nước pha 14 Điểm**

***6.2.1 Màu nước 3 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑ Trong sáng, rất phù hợp | 2 Điểm |
| ❑ Trong sáng, rất phù hợp, bền màu | 3 Điểm |

***6.2.2. Mùi nước 6 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi | 0 Điểm |
| ❑ Thơm tự nhiên, nhẹ | 1 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên, mạnh | 2 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên, mạnh, khá bền mùi | 4 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi | 6 Điểm |

***6.2.3. Vị nước 5 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑Vị đậm, dịu, phù hợp | 3 Điểm |
| ❑Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt | 5 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Các sản phẩm từ chè khác**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại, sơ chế | 0 Điểm |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1.Tạp chất lạ 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 2 Điểm |
| *Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất ATTP như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không xem xét thêm các tiêu chuẩn khác.* | |

**6.2. Hình dạng**  **2 Điểm**

*(Của ngoại hình trà, trà thảo mộc,...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Tương đối đồng đều, phù hợp | 1 Điểm |
| ❑Đồng đều, phù hợp | 2 Điểm |

**6.3. Màu nước 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑ Trong sáng, rất phù hợp | 2 Điểm |
| ❑ Trong sáng, rất phù hợp, bền màu | 3 Điểm |

**6.4. Mùi nước 6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi | 0 Điểm |
| ❑ Thơm tự nhiên, nhẹ | 1 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên, mạnh | 2 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên, mạnh, khá bền mùi | 4 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi | 6 Điểm |

**6.5. Vị nước 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị | 0 Điểm |
| ❑ Vị tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑Vị đậm, dịu phù hợp | 3 Điểm |
| ❑Vị đậm, dịu phù hợp, hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.6. Quy cách đóng gói, dạng sử dụng 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không tiện dùng | 0 Điểm |
| ❑ Tiện dùng | 1 Điểm |
| ❑Rất tiện dùng | 2 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**6. Nhóm: Cà phê, Ca cao**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại, sơ chế | 0 Điểm |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất để phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Ngoại hình 11 Điểm**

***6.1. 1.Tạp chất lạ 2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 2 Điểm |
| *Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất ATTP như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.* | |

***6.1.2. Trạng thái/hình dạng*** ***2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đồng đều, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối đồng đều, phù hợp | 1 Điểm |
| ❑Đồng đều, phù hợp | 2 Điểm |

***6.1.2. Màu sắc 2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không đồng đều hoặc bị cháy | 0 Điểm |
| ❑ Đồng đều, tự nhiên, tương đối phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑Đồng đều, tự nhiên, phù hợp | 2 Điểm |

***6.1.3. Mùi 2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi | 0 Điểm |
| ❑ Thơm tự nhiên đặc trưng, nhẹ | 1 Điểm |
| ❑Thơm tự nhiên đặc trưng, mạnh | 2 Điểm |

***6.1.4. Vị 3 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị | 0 Điểm |
| ❑ Vị tương đối đậm đà phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑Vị đậm đà | 2 Điểm |
| ❑Vị đậm đà, hấp dẫn | 3 Điểm |

**6.2. Nước pha 7 Điểm**

***6.2.1 Màu nước 2 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑ Đậm, sánh, phù hợp (với tính chất sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑ Đậm, sánh, rất phù hợp | 2 Điểm |

***6.2.2. Mùi, vị 5 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị | 0 Điểm |
| ❑ Chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Tương đối hấp dẫn | 3 Điểm |
| ❑Hấp dẫn | 5 Điểm |

**6.3. Quy cách đóng gói, dạng sử dụng 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không tiện dùng | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối tiện dùng | 1 Điểm |
| ❑ Tiện dùng | 2 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**B. NGÀNH HÀNG: ĐỒ UỐNG**

**1. Nhóm: Đồ uống có cồn**

**a) Phân nhóm: Rượu trắng**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chấtlạ** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có tạp chất | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn | 3 Điểm |
| *Ghi chú:Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.* | |

**6.2. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không trong suốt, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Tương đối trong suốt | 1 Điểm |
| ❑Trong suốt, không màu | 3 Điểm |

**6.3. Mùi 6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Khác thường hoặc không rõ mùi | 0 Điểm |
| ❑Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp | 2 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn | 4 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn | 6 Điểm |

**6.5. Vị 8 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Vị khác thường hoặc không rõ vị | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối rõ, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm) | 3 Điểm |
| ❑ Vị đậm, dịu, phù hợp | 5 Điểm |
| ❑ Vị đậm, dịu, phù hợp, hấp dẫn | 8 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 2 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Đồ uống có cồn khác**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chấtlạ** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có tạp chất, không nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn | 3 Điểm |
| *Ghi chú:Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ gây mất an toàn thực phẩm như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.* |  |

**6.2. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Màu tổng hợp | 0 Điểm |
| ❑Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Phù hợp với đặc tinh sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑ Rất phù hợp với đặc tinh sản phẩm | 3 Điểm |

**6.3. Mùi 6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Khác thường hoặc không rõ mùi | 0 Điểm |
| ❑Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm) | 1 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp | 2 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn | 4 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn | 6 Điểm |

**6.5. Vị 8 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Vị khác thường hoặc không rõ vị | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối rõ, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm) | 3 Điểm |
| ❑ Vị đậm, dịu, phù hợp | 5 Điểm |
| ❑ Vị đậm, dịu, phù hợp, hấp dẫn | 8 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 2 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ 5 điểm**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**2. Nhóm: Đồ uống không cồn**

**a) Phân nhóm: Nước khoáng thiên nhiên, nước tinh khiết**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Tinh chế | 1 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế | 2 Điểm |
| ❑Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế, đóng gói | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có tạp chất | 0 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 3 Điểm |

**6.2. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có màu | 0 Điểm |
| ❑Trong suốt, không màu | 3 Điểm |

**6.3. Mùi 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi | 0 Điểm |
| ❑ Có mùi nhẹ, tự nhiên, chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Không có mùi | 3 Điểm |

**6.4. Vị 6 Điểm**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ❑Có vị lạ | 0 Điểm | |
| ❑ Tương đối phù hợp với sản phẩm | 1 Điểm | |
| ❑Phù hợp với sản phẩm | 3 Điểm | |
| ❑ Phù hợp với sản phẩm, “ấn tượng”, sảng khoái sau uống | 6 Điểm | |
| *Ghi chú: Nếu được 0 điểm tại một trong các chỉ tiêu trên, sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.* | |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 10 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 2 Điểm |
| ❑Độc đáo | 5 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 10 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**b) Phân nhóm: Đồ uống không cồn khác**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương 3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN**

**6.1. Tạp chất lạ 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có các tạp chất, chấp nhận được | 0 Điểm |
| ❑Có rất ít tạp chất, chấp nhận được | 3 Điểm |
| ❑Sạch, không có tạp chất | 5 Điểm |
| *Ghi chú: Nếu có tạp chất lạ có nguy cơ không đạt quy định ATTP như đất, côn trùng, lông, len ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.* |  |

**6.2. Màu sắc 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Màu không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑Màu chấp nhận được | 1 Điểm |
| ❑Màu phù hợp với tính chất sản phẩm | 3 Điểm |

**6.3. Mùi 6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có mùi lạ hoặc không có mùi | 0 Điểm |
| ❑Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng của sản phẩm) | 2 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp | 4 Điểm |
| ❑ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn | 6 Điểm |

**6.4. Vị 6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Vị khác thường | 0 Điểm |
| ❑Chấp nhận được | 2 Điểm |
| ❑ Phù hợp với sản phẩm | 4 Điểm |
| ❑ Phù hợp, hấp dẫn | 6 Điểm |

**7. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ 5 điểm**

**8.1. Hồ sơ công bố chất lượng sản phẩm** **3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng) | 0 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có bản tiêu chuẩn sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có bản tự công bố (hoặc tương đương), có tiêu chuẩn sản phẩm | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP*

**8.2. Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP 2 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 2 Điểm |

**9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định*

**10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**C. NGÀNH HÀNG: THẢO DƯỢC**

**1. Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc từ dược liệu, thuốc y học cổ truyền**

**-------------------------------------------**

**Tên sản phẩm:**………………………….......…………..

**Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....[[2]](#footnote-2)**

**Tên chủ thể sản xuất:** ………………………….......………………….......................

**Địa chỉ:** ..........................................................................................................................

*Bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không có giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất hoặc không có số đăng ký thuốc/giấy tiếp nhận đăng ký bản công bố sản phẩm, không đáp ứng quy định hồ sơ dự thi (theo quy định cụ thể tại mỗi cuộc thi)*

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

*Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có số đăng ký thuốc/giấy tiếp nhận đăng ký bản công bố sản phẩm (hoặc tương đương)*

**6. CHẤT LƯỢNG NGUYÊN LIỆU 5 Điểm**

(*Mức độ sử dụng nguyên liệu có tiêu chuẩn GACP-WHO hoặc tương đương*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng đến dưới 5% | 0 Điểm |
| ❑ Từ 5% đến dưới 10% | 1 Điểm |
| ❑Từ 10% đến dưới 50% | 2 Điểm |
| ❑ Từ 50% đến dưới 75% | 3 Điểm |
| ❑Sử dụng trên 75% | 5 Điểm |

**7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN 4 Điểm**

*(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đạt | 0 Điểm |
| ❑Tương đối đạt | 2 Điểm |
| ❑Đạt | 4 Điểm |

**8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không tiện lợi | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối tiện lợi | 1 Điểm |
| ❑ Tiện lợi | 3 Điểm |
| ❑ Rất tiện lợi | 5 Điểm |

**9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG**  **6 Điểm**

*(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thấp, không rõ | 1 Điểm |
| ❑ Có hiệu quả tương đối rõ | 2 Điểm |
| ❑ Hiệu quả tốt | 4 Điểm |
| ❑Hiệu quả rất tốt | 6 Điểm |

**10. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ 5 điểm**

(*Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 0 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 1 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ | 3 Điểm |

**11. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng, hiệu quả: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/HACCP...) | 4 Điểm |
| ❑ Có giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất theo quy định*

**13. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**2. Nhóm: Mỹ phẩm**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG 5 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu/tiêu chuẩn bao bì sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; tiêu chuẩn bao bì; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm theo quy định*

**7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN 3 Điểm**

*(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đạt | 0 Điểm |
| ❑Tương đối đạt | 1 Điểm |
| ❑Đạt | 3 Điểm |

**8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không tiện lợi | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối tiện lợi | 1 Điểm |
| ❑ Tiện lợi | 3 Điểm |
| ❑ Rất tiện lợi | 5 Điểm |

**9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG**  **9 Điểm**

***9.1. Hiệu quả sử dụng chính 6 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thấp, không rõ | 1 Điểm |
| ❑ Có hiệu quả tương đối rõ | 2 Điểm |
| ❑ Hiệu quả tốt | 4 Điểm |
| ❑Hiệu quả rất tốt | 6 Điểm |

***9.2. Tác dụng không mong muốn******3 Điểm***

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có một số | 0 Điểm |
| ❑ Rất ít | 1 Điểm |
| ❑ Hầu như không có | 2 Điểm |
| ❑ Không có | 3 Điểm |

*Ghi chú: Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng,…)*

**10. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**11. KIỂM TRA CHẤT LƯỢNG ĐỊNH KỲ 3 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu an toàn*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có, nhưng một số chỉ tiêu không đạt | 1 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 2 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 3 Điểm |

**12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có đủ các thủ tục pháp lý để xuất khẩu vào thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất không phù hợp theo quy định*

**13. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**3. Nhóm: Trang thiết bị, dụng cụ y tế**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG 5 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu/tiêu chuẩn bao bì sản phẩm | 3 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; tiêu chuẩn bao bì; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu tiếp nhận hồ sơ công bố tiêu chuẩn áp dụng theo quy định*

**7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN 4 Điểm**

*(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đạt | 0 Điểm |
| ❑Tương đối đạt | 2 Điểm |
| ❑Đạt | 4 Điểm |

**8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không tiện lợi | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối tiện lợi | 1 Điểm |
| ❑ Tiện lợi | 3 Điểm |
| ❑ Rất tiện lợi | 5 Điểm |

**9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG**  **6 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thấp, không rõ | 1 Điểm |
| ❑ Có hiệu quả tương đối rõ | 2 Điểm |
| ❑ Hiệu quả tốt | 4 Điểm |
| ❑Hiệu quả rất tốt | 6 Điểm |

*Ghi chú: Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng,…)*

**10. TÍNH AN TOÀN 5 Điểm**

(*Theo hồ sơ nghiên cứu, thử nghiệm,...*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tương đối an toàn | 1 Điểm |
| ❑ An toàn | 3 Điểm |
| ❑ Rất an toàn | 5 Điểm |

**11. TÍNH ĐỘC ĐÁO 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) | |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 5 Điểm |

**12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có đủ các thủ tục pháp lý để xuất khẩu vào thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất theo quy định*

**13. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**4. Nhóm: Thảo dược khác**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại, sơ chế | 0 Điểm |
| ❑ Chế biến đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Chế biến | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao hơn) | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG 3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu/tiêu chuẩn bao bì sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; tiêu chuẩn bao bì sản phẩm | 2 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; tiêu chuẩn bao bì; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập | 3 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm theo quy định*

**7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN 3 Điểm**

*(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không đạt | 0 Điểm |
| ❑Tương đối đạt | 1 Điểm |
| ❑Đạt | 3 Điểm |

**8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không tiện lợi | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối tiện lợi | 1 Điểm |
| ❑ Tiện lợi | 3 Điểm |
| ❑ Rất tiện lợi | 5 Điểm |

**9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG**  **8 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thấp, không rõ | 1 Điểm |
| ❑ Có hiệu quả tương đối rõ | 2 Điểm |
| ❑ Hiệu quả tốt | 4 Điểm |
| ❑Hiệu quả rất tốt | 8 Điểm |

*Ghi chú: Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng,…)*

**10. TÍNH AN TOÀN 3 Điểm**

(*Theo hồ sơ nghiên cứu, thử nghiệm,...*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tương đối an toàn | 1 Điểm |
| ❑ An toàn | 2 Điểm |
| ❑ Rất an toàn | 3 Điểm |

**11. TÍNH ĐỘC ĐÁO 8 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| (*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương*) |  |
| ❑Trung bình | 0 Điểm |
| ❑Tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑Độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Rất độc đáo | 8 Điểm |

**12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Có ghi hồ sơ lô sản xuất | 2 Điểm |
| ❑ Có kế hoạch kiểm soát chất lượng sản phẩm, có ghi hồ sơ lô sản xuất | 3 Điểm |
| ❑ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/HACCP/GMP/...) | 4 Điểm |
| ❑ Có đủ các thủ tục pháp lý để xuất khẩu vào thị trường đích | 5 Điểm |

*Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất theo quy định*

**13. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**D. NGÀNH HÀNG: THỦ CÔNG MỸ NGHỆ, TRANG TRÍ**

**1. Nhóm:Thủ công mỹ nghệ, trang trí**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại | 1 Điểm |
| ❑Sơ chế/chế tác/tạo dựng | 2 Điểm |
| ❑ Ưng dụng công nghệ, tạo ra sản phẩm tinh xảo chất lượng cao hơn | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương 3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C: Chất lượng sản phẩm (40 Điểm)**

**6. CÁC CHỈ TIÊU**

**6.1. Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm**  **5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được | 0 Điểm |
| ❑ Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được | 1 Điểm |
| ❑ Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật | 3 Điểm |
| ❑ Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu | 5 Điểm |

**6.2. Thiết kế độc đáo 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Phong cách thiết kế phổ biến | 1 Điểm |
| ❑ Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường | 3 Điểm |
| ❑ Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ Việt | 5 Điểm |

*Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ*

**6.3. Cái nhìn tổng thể/thiết kế/khả năng tương thích của các yếu tố 10 Điểm**

*(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt;kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Các thuộc tính và các yếu tố có vẻ không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt | 5 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt, thể hiện tính truyền thống, có “hồn” | 10 Điểm |

**6.4. Các tính năng của sản phẩm 5 Điểm**

*(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Sản phẩm không có các tính năng cơ bản | 0 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương | 1 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước | 3 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu | 5 Điểm |

**6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần 4 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Nguyên liệu/thành phần kém chất lượng, làm cho sản phẩm độc hại hoặc hủy hoại nguồn tài nguyên, bán có giới hạn hoặc không thể bán được trên thị trường | 0 Điểm |
| ❑ Vật liệu/thành phần có chất lượng trung bình, có thể bán được trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Vật liệu chất lượng cao/thành phần, làm cho sản phẩm đẹp mắt, bán được trên thị trường và xuất khẩu | 4 Điểm |

**6.6. Tính thực tiễn 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Người tiêu dùng không biết làm thế nào để sử dụng nó / khó sử dụng | 0 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có thể sử dụng, nhưng cần sử dụng thông tin / khó duy trì | 1 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có thể sử dụng, dễ duy trì/bảo trì | 2 Điểm |
| ❑ Sản phẩm rất hữu ích, dễ duy trì/bảo trì | 3 Điểm |

**7. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 3 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hồ sơ công bố | 0 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố sản phẩm đầy đủ theo quy định | 3 Điểm |

**8. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**2. Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại | 1 Điểm |
| ❑Sơ chế/chế tác/tạo dựng | 2 Điểm |
| ❑ Ưng dụng công nghệ, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C: Chất lượng sản phẩm (40 Điểm)**

**6. CÁC CHỈ TIÊU**

**6.1. Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm**  **5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được | 0 Điểm |
| ❑ Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được | 1 Điểm |
| ❑ Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật | 3 Điểm |
| ❑ Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu | 5 Điểm |

**6.2. Thiết kế độc đáo 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Phong cách thiết kế phổ biến | 1 Điểm |
| ❑ Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường | 3 Điểm |
| ❑ Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ Việt | 5 Điểm |

*Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ*

**6.3. Cái nhìn tổng thể/thiết kế/khả năng tương thích của các yếu tố 6 Điểm**

*(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt;kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Các thuộc tính và các yếu tố có vẻ không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt | 4 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt, thể hiện tính truyền thống, có “hồn” | 6 Điểm |

**6.4. Các tính năng của sản phẩm 5 Điểm**

*(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Sản phẩm không có các tính năng cơ bản | 0 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương | 1 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước | 3 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu | 5 Điểm |

**6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Nguyên liệu/thành phần kém chất lượng, làm cho sản phẩm độc hại hoặc hủy hoại nguồn tài nguyên, bán có giới hạn hoặc không thể bán được trên thị trường | 0 Điểm |
| ❑ Vật liệu/thành phần có chất lượng trung bình, có thể bán được trên thị trường | 1 Điểm |
| ❑ Vật liệu chất lượng cao/thành phần, làm cho sản phẩm đẹp mắt, bán được trên thị trường và xuất khẩu | 3 Điểm |

**6.6. Tính thực tiễn 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Người tiêu dùng không biết làm thế nào để sử dụng nó / khó sử dụng | 0 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có thể sử dụng, nhưng cần sử dụng thông tin / khó duy trì | 1 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có thể sử dụng, dễ duy trì/bảo trì | 2 Điểm |
| ❑ Sản phẩm rất hữu ích, dễ duy trì/bảo trì | 3 Điểm |

**7. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM 5 điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hồ sơ công bố | 0 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố nhưng thiếu | 1 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố sản phẩm đầy đủ theo quy định | 3 Điểm |
| ❑Có hồ sơ công bố sản phẩm đầy đủ theo quy định, có phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập | 5 Điểm |

**8. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ CÁC CHỈ TIÊU ATTP 3 Điểm**

(*Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có | 0 Điểm |
| ❑ Có, nhưng không đạt | 1 Điểm |
| ❑ Có, đạt nhưng không đủ | 2 Điểm |
| ❑Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định | 3 Điểm |

**9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**Đ. NGÀNH HÀNG: VẢI VÀ MAY MẶC**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG(35 Điểm)**

**1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT**

**1.1. Nguồn nguyên liệu 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm |
| ❑ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm |

*Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc*

**1.2. Gia tăng giá trị 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phân loại, sơ chế | 1 Điểm |
| ❑Chế biến đơn giản | 2 Điểm |
| ❑Chế biến sâu, tạo ra sản phẩm tinh xảo chất lượng cao hơn | 3 Điểm |

**1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối 4 Điểm**

*(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm |
| ❑ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm |

**1.4. Liên kết sản xuất 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm |
| ❑ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm |
| ❑ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm |

**1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất 5Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm |
| ❑ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm |

**1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,…)/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm |

**2.PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM**

**2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm |
| ❑Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm |
| ❑ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm |
| ❑ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm |

**2.2. Tính hoàn thiện của bao bì 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm |
| ❑ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm |
| ❑ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm |

**2.3. Phong cách, hình thức của bao bì 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm |
| ❑ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm |
| ❑ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm |

**3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG**

**3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh 3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| ❑ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm |
| ❑ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm |

**3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |
| ❑ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| ❑ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm |
| ❑ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm |

**3.3. Sử dụng lao động địa phương 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm |
| ❑ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá.. | 1 Điểm |

**3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh 1 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm |
| ❑ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |

**3.5. Kế toán 2 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm |
| ❑ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm |
| ❑Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm |

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

**4. TIẾP THỊ**

**4.1. Khu vực phân phối chính 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thị trường trong huyện | 1 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm |
| ❑ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Thị trường quốc tế | 5 Điểm |

**4.2. Tổ chức phân phối 5 Điểm**

*(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm |
| ❑ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm |
| ❑ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm |

**4.3. Quảng bá sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm |
| ❑ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| ❑ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm |

**5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM**

**5.1. Câu chuyện về sản phẩm 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm |
| ❑Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm |
| ❑Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) | 5 Điểm |

**5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương**   **3 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng | 2Điểm |
| ❑ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3Điểm |

**5.3. Cấu trúc câu chuyện 2 Điểm**

*Chỉ áp dụng khi có câu chuyện*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Đơn giản | 1 Điểm |
| ❑Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

**6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM**

**6.1. Tính thẩm mỹ, kỹ thuật**   **5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Không khéo léo/nhã nhặn, có các lỗi vệ sinh/kỹ thuật sản phẩm | 0 Điểm |
| ❑ Khá khéo léo/nhã nhặn, có rất ít lỗi vệ sinh/kỹ thuật sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Khéo léo/nhã nhặn, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật | 3 Điểm |
| ❑ Có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật cao | 5 Điểm |

**6.2. Thiết kế độc đáo 5 Điểm**

(*Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác,…*)

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Phong cách thiết kế phổ biến | 0 Điểm |
| ❑ Phong cách thiết kế tương đối độc đáo | 1 Điểm |
| ❑ Phong cách thiết kế độc đáo | 3 Điểm |
| ❑ Phong cách thiết kế rất độc đáo, thể hiện trí tuệ địa phương | 5 Điểm |

*Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ*

**6.3. Cái nhìn tổng thể/thiết kế/khả năng tương thích của các yếu tố 5 Điểm**

*(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt;kết cấu cân đối;*

*kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Các thuộc tính và các yếu tố có vẻ không phù hợp | 0 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức trung bình | 1 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt | 3 Điểm |
| ❑ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt, thể hiện tính truyền thống, có “hồn” | 5 Điểm |

**6.4. Các tính năng của sản phẩm** *(Giá trị sử dụng: Áo mặc; khăn quàng...)* **5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Sản phẩm không có các tính năng cơ bản | 0 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương | 1 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước | 3 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu | 5 Điểm |

**6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑Nguyên liệu/thành phần kém chất lượng, làm cho sản phẩm độc hại hoặc hủy hoại nguồn tài nguyên, bán có giới hạn hoặc không bán được trên thị trường | 0 Điểm |
| ❑ Vật liệu/thành phần có chất lượng trung bình, có thể bán được trên thị trường | 1 Điểm |
| ❑ Vật liệu chất lượng cao, làm cho sản phẩm đẹp mắt, bán được trên thị trường và xuất khẩu | 3 Điểm |
| ❑ Vật liệu chất lượng cao, làm cho sản phẩm đẹp mắt, bán được trên thị trường và xuất khẩu; có tiêu chuẩn nguyên liệu và minh chứng chất lượng, sử dụng | 5 Điểm |

**6.6. Tính thực tiễn 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Người tiêu dùng không biết làm thế nào để sử dụng / khó sử dụng | 0 Điểm |
| ❑ Sản phẩm có thể sử dụng, nhưng cần sử dụng thông tin / khó duy trì | 1 Điểm |
| ❑ Sản phẩm dễ sử dụng, duy trì/bảo trì | 3 Điểm |
| ❑ Sản phẩm dễ sử dụng, duy trì/bảo trì; dễ vận chuyển và hữu ích | 5 Điểm |

**6.7. Độ tin cậy** *(Khả năng thực hiện đúng tính năng, tác dụng)* **3 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Trung bình | 0 Điểm |
| ❑ Tương đối tin cậy | 1 Điểm |
| ❑ Tin cậy cao | 2 Điểm |
| ❑ Rất tin cậy | 3 Điểm |

**6.8. Tuổi thọ 2 Điểm**

*(Khả năng giữ được tính năng, tác dụng trong điều kiện hoạt động bình thường)*

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Thấp | 0 Điểm |
| ❑ Trung bình, phù hợp với đặc điểm sản phẩm | 1 Điểm |
| ❑ Cao | 2 Điểm |

**7. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU 5 Điểm**

|  |  |
| --- | --- |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm |
| ❑ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm |

**E. NGÀNH HÀNG: DU LỊCH NÔNG THÔN VÀ BÁN HÀNG**

**1. Nhóm: Dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch**

**Phần A:**

**SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG(35Điểm)**

|  |  |
| --- | --- |
| **1. TỔ CHỨC DỊCH VỤ CỘNG ĐỒNG** | **15 Điểm** |
| **1.1. Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ** | **3 Điểm** |
| □ Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ | 1 điểm |
| □ Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ, có kế hoạch và tổ chức triển khai kế hoạch quản lý, điều hành | 3 điểm |
| **1.2. Cơ chế quản lý/quy định** | **6 Điểm** |
| □ Có cơ chế/quy định quản lý hoạt động dịch vụ | 2 Điểm |
| □ Có cơ chế/quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng | 4 Điểm |
| □ Có cơ chế/quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng trên cơ sở người dân địa phương tham gia quản lý và vận hành và hưởng lợi (trực tiếp/gián tiếp) | 6 Điểm |
| **1.3. Bảo vệ môi trường trong cộng đồng làm du lịch/điểm du lịch** | 4 Điểm |
| □ Có giải pháp cụ thể về bảo vệ môi trường (thu gom rác thải, nước thải sinh hoạt...) | 1 Điểm |
| □ Có giải pháp cụ thể và trang bị hạ tầng kỹ thuật chung về bảo vệ môi trường | 2 Điểm |
| □ Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường | 3 Điểm |
| □ Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường, đạt chuẩn tiêu chí về môi trường trong xây dựng nông thôn mới hoặc có đánh giá tác động môi trường theo quy định | 4 Điểm |
| 1.4. Sử dụng năng lượng tiết kiệm | **2 Điểm** |
| □ Có giải pháp tiết kiệm năng lượng (bằng hoạt động cụ thể) | 1 Điểm |
| □ Có giải pháp tiết kiệm, thu hồi năng lượng, tái sử dụng năng lượng, nguyên liệu tại địa phương và sử dụng công nghệ thân thiện với môi trường | 2 Điểm |
| **2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM** | **7 Điểm** |
| 2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm dịch vụ du lịch | **5 Điểm** |
| □ Phát triển dựa trên sản phẩm của nơi khác, có dựa trên lợi thế và đặc trưng của địa phương | 1 Điểm |
| □ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, không trùng lắp với các sản phẩm du lịch khác | 3 Điểm |
| □ Có tính độc đáo, khác biệt và có gắn kết các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương vào sản phẩm du lịch | 5 Điểm |
| 2.2. Tổ chức dịch vụ theo thị trường mục tiêu | **2 Điểm** |
| □ Có kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu | 1 Điểm |
| □ Có kế hoạch và có các sản phẩm dịch vụ du lịch phù hợp với thị trường mục tiêu. | 2 Điểm |
| **3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG** | **13 Điểm** |
| 3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh | **3 Điểm** |
| □ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác, Công ty TNHH một thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm |
| □ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51% | 2 Điểm |
| □ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥51% | 3 Điểm |
| 3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành  *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:*  a. Trường hợp 1: Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác: | **2 Điểm** |
| □ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm |
| □ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH một thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình: |  |
| □ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 1 Điểm |
| □ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh hoặc đã từng làm việc thường xuyên trong tỉnh từ 06 tháng trở lên | 2 Điểm |
| **3.3. Sử dụng lao động địa phương** | **3 Điểm** |
| □ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 1 Điểm |
| □ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương | 3 Điểm |
| **3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh** | **3 Điểm** |
| □ Có tăng trưởng về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm |
| □ Có tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 3 Điểm |
| **3.5. Kế toán** | **2 Điểm** |
| □ Có kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 1 Điểm |
| □ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 2 Điểm |

**Tổng Điểm phần A:** .............................................. **Điểm**

**Phần B:**

**KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)**

|  |  |
| --- | --- |
| **4. TIẾP THỊ** | **17 Điểm** |
| **4.1. Liên kết chuỗi giá trị trong quảng bá sản phẩm** | **5 Điểm** |
| □ Có đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm | 1 Điểm |
| □ Có ≥ 3 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh | 3 Điểm |
| □ Có ≥ 5 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh | 5 Điểm |
| **4.2. Liên kết vùng và chuỗi giá trị trong sản phẩm** | **3 Điểm** |
| □ Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong tỉnh để hình thành chặng tuyến sản phẩm du lịch | 1 Điểm |
| □ Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong và ngoài tỉnh để hình thành chặng tuyến sản phẩm du lịch | 2 Điểm |
| □ Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong, ngoài tỉnh và quốc tế để hình thành chặng tuyến sản phẩm du lịch | 3 Điểm |
| **4.3. Tổ chức quảng bá, bán hàng**  *(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)* | **2 Điểm** |
| □ Có người chịu trách nhiệm quản lý quảng bá, bán hàng | 1 Điểm |
| □ Có bộ phận/phòng quản lý quảng bá, bán hàng, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý/bán hàng | 2 Điểm |
| **4.4. Quảng bá sản phẩm** | **4 Điểm** |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch | 1 Điểm |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online) | 2 Điểm |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, Trip Advisor, Traveloka, iVivu...) | 3 Điểm |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá quốc tế, có trang thông tin điện tử (website) bằng tiếng nước ngoài giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng đặt hàng trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) có hoạt động quảng bá quốc tế | 4 điểm |
| 4.5. Bộ nhận diện quảng bá sản phẩm | **3 Điểm** |
| □ Có tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch | 1 Điểm |
| □ Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch | 2 Điểm |
| □ Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch được thể hiện bằng tiếng cả tiếng Việt và ít nhất 01 tiếng nước ngoài phù hợp, có đăng ký nhãn hiệu dịch vụ du lịch của cộng đồng | 3 điểm |
| **5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM** | **8 điểm** |
| 5.1. Câu chuyện về sản phẩm | **4 Điểm** |
| □ Có cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch | 1 Điểm |
| □ Có cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương | 2 Điểm |
| □ Có cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương và được thể hiện bằng tiếng nước ngoài phù hợp | 4 điểm |
| 5.2. Trình bày câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm |
| □ Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm cung cấp dịch vụ du lịch | 1 Điểm |
| □ Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm du lịch trong và ngoài tỉnh. | 2 Điểm |
| 5.3. Sản phẩm dịch vụ du lịch trên địa bàn đạt chuẩn nông thôn mới | 2 Điểm |
| □ Cộng đồng du lịch/Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp chưa được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới hoặc không thuộc khu vực nông thôn. | 1 Điểm |
| □ Cộng đồng du lịch/Điểm du lịch trên địa bàn xà hoặc thôn, bản, ấp đã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới | 2 Điểm |

**Tổng Điểm phần B:** .............................................. **Điểm**

**Phần C:**

**CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)**

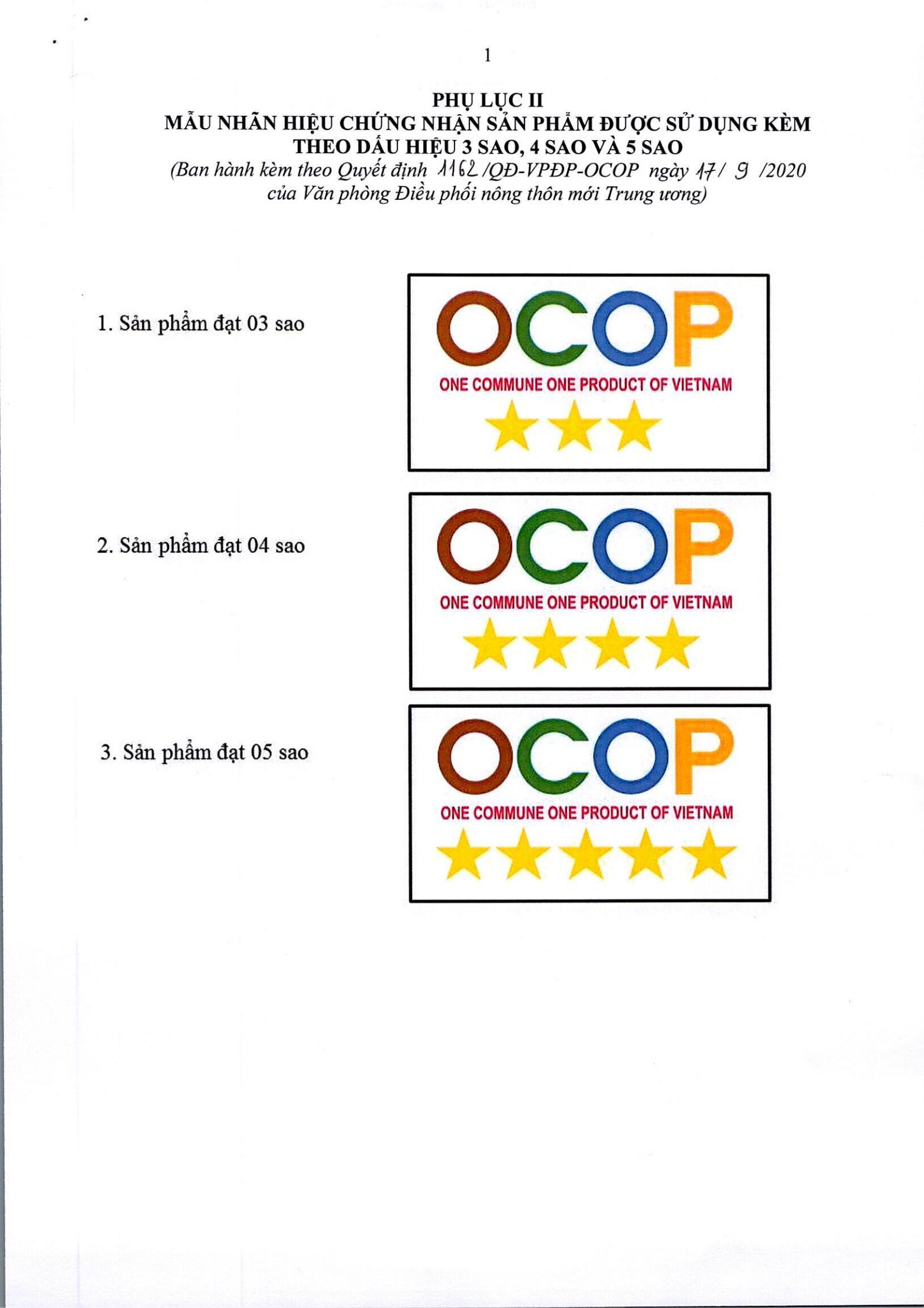
|  |  |
| --- | --- |
| 6. Vị trí | 3 Điểm |
| □ Thuận lợi, dễ tiếp cận | 1 Điểm |
| □ Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề khu vực có lợi thế phát triển du lịch | 2 Điểm |
| □ Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề và có tính liên kết với khu vực/địa điểm có lợi thế phát triển du lịch khác. | 3 Điểm |
| **7. Kiến trúc và cảnh quan môi trường** | 3 Điểm |
| □ Cảnh quan môi trường sạch đẹp | 1 Điểm |
| □ Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc | 2 Điểm |
| □ Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc; xã/thôn đạt tiêu chí sáng - xanh - sạch đẹp trong xây dựng nông thôn mới | 3 Điểm |
| 8. Bảo vệ, bảo tồn các di sản văn hóa, thiên nhiên, đa dạng sinh học liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch | 4 Điểm |
| □ Có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học | 1 Điểm |
| □ Có chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học | 2 Điểm |
| □ Có chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, cả cộng đồng đều có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học | 4 Điểm |
| 9. Chất lượng về điều kiện kinh doanh dịch vụ  a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch | 3 Điểm |
| □ Dưới 50% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...) | 1 Điểm |
| □ Có từ 50% đến dưới 75% cơ sở dịch vụ được chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...) | 2 Điểm |
| □ Có từ 75% trở lên cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...) | 3 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch |  |
| □ Có đăng ký kinh doanh dịch vụ du lịch | 1 Điểm |
| □ Có chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh dịch vụ du lịch | 2 Điểm |
| □ Có chứng nhận đủ điều kiện, đạt chuẩn về kinh doanh dịch vụ du lịch | 3 Điểm |
| 10. Chất lượng an toàn và an ninh trật tự  a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch | 2 Điểm |
| □ An ninh trật tự tốt và có ít nhất 75% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định | 1 Điểm |
| □ An ninh trật tự tốt và có 100% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định | 2 Điểm |
| b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch |  |
| □ An ninh trật tự tốt và đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định | 1 Điểm |
| □ An ninh trật tự tốt, đảm bảo yêu cầu về phòng chống cháy nổ theo quy định và có bảo vệ, nhân viên phòng chống cháy nổ được tập huấn định kỳ | 2 Điểm |
| 11. Tính hoàn thiện của quá trình dịch vụ | 3 Điểm |
| □ Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống địa phương | 1 Điểm |
| □ Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ | 2 Điểm |
| □ Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ, địa điểm bán có hạ tầng (bãi đỗ, nhà vệ sinh, khu giới thiệu về dịch vụ) được bố trí hài hòa. | 3 Điểm |
| 12. Hoạt động trải nghiệm | 2 Điểm |
| □ Có hoạt động trải nghiệm | 1 Điểm |
| □ Có mô hình hoạt động trải nghiệm | 2 Điểm |
| 13. Quản lý và nhân viên | 4 Điểm |
| □ Có dưới 50% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ | 1 Điểm |
| □ Có từ 50% đến 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ | 2 Điểm |
| □ Trên 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ; có nhân viên tiếp đón thành thạo ít nhất 01 ngoại ngữ | 4 Điểm |
| 14. Chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch | 4 Điểm |
| □ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn | 1 Điểm |
| □ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao | 2 Điểm |
| □ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá hoặc bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) | 3 Điểm |
| □ Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao, mang đặc sắc vùng miền và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá hoặc bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) | 4 điểm |
| 15. Chất lượng phục vụ | 4 Điểm |
| □ Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo | 1 Điểm |
| □ Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao | 2 Điểm |
| □ Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá hoặc bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) | 4 điểm |
| 16. Tiện nghi  a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch | 3 điểm |
| □ Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ | 1 điểm |
| □ Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, xã/thôn có các tiêu chí (giao thông, điện, nước, vệ sinh môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm) đạt chuẩn nông thôn mới | 3 điểm |
| b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch |  |
| □ Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ | 1 điểm |
| □ Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, đảm bảo chất lượng và được khách đánh giá cao | 3 điểm |
| **17. Hoạt động thu hút khách du lịch** | 3 Điểm |
| □ Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ, hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch | 1 Điểm |
| □ Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng ít nhất 02 lần/năm | 2 Điểm |
| □ Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng, đặc sắc văn hóa dân tộc, vùng miền ít nhất 02 lần/năm | 3 Điểm |
| **18. Hàng hóa dịch vụ (ăn uống, đồ lưu niệm...)** | 2 Điểm |
| □ Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương | 1 điểm |
| □ Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương, và bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, có sản phẩm OCOP được bày, bán | 2 Điểm |

**Tổng Điểm phần C:** .............................................. **Điểm**

**Kết quả**

**Tổng Điểm (Phần A + B + C): ……………………… Điểm**

**Xếp hạng: ………. Sao**

****

1. Nhóm sản phẩm tươi sống, thô, sơ chế yêu cầu tối thiểu 75%; nhóm đồ ăn nhanh, gia vị, chè, cà phê, ca cao yêu cầu tối thiểu 50%; các nhóm còn lại yêu cầu có sử dụng nguyên liệu địa phương. [↑](#footnote-ref-1)
2. T: Mã tỉnh-H: Mã huyện- STT: Số Thứ tự sản phẩm do huyện lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 124/2004/QĐ-TTg ngày 8/7/2004. [↑](#footnote-ref-2)