

Số: 148 /QĐ-TTg

Hà Nội, ngày 24 tháng 02 năm 2023

QUYẾT ĐỊNH

**Về việc ban hành Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá,
phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm**

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 19 tháng 6 năm 2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức Chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22 tháng 11 năm 2019;

Căn cứ Nghị định số 27/2022/NĐ-CP ngày 19 tháng 4 năm 2022 của Chính phủ về việc quy định cơ chế quản lý, tổ chức thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia;

Căn cứ Quyết định số 263/QĐ-TTg ngày 22 tháng 02 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025;

Căn cứ Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01 tháng 8 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021 - 2025;

Theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm (tên tiếng Anh là One Commune One Product - OCOP, gọi tắt là Chương trình OCOP), như sau:

1. Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm (sau đây gọi tắt là Bộ tiêu chí OCOP) là căn cứ để đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

a) Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm 06 nhóm sản phẩm: Thực phẩm; đồ uống; dược liệu và sản phẩm từ dược liệu; hàng thủ công mỹ nghệ; sinh vật cảnh; và dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch (Danh mục phân loại sản phẩm tại Phụ lục I).

b) Bộ tiêu chí của sản phẩm gồm 03 phần:

- Phần A: Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (40 điểm), gồm: Tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; sức mạnh cộng đồng.

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

- Phần C: Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (35 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.

(Tiêu chí từng nhóm, phân nhóm sản phẩm tại Phụ lục III).

2. Phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP căn cứ vào kết quả đánh giá sản phẩm theo Bộ tiêu chí OCOP. Tổng điểm đánh giá cho mỗi sản phẩm tối đa là 100 điểm và được phân thành 05 hạng:

a) Hạng 5 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 90 đến 100 điểm, là sản phẩm đặc trưng, tiêu chuẩn chất lượng cao và hội tụ điều kiện để xuất khẩu.

b) Hạng 4 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 70 đến dưới 90 điểm, là sản phẩm đặc trưng, đáp ứng yêu cầu về chất lượng và tiếp cận thị trường tốt, có tiềm năng nâng cấp lên hạng 5 sao.

c) Hạng 3 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 50 đến dưới 70 điểm, là sản phẩm có đặc thù, được quản lý và thương mại ổn định, có thể nâng cấp lên hạng 4 sao.

d) Hạng 2 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 30 đến dưới 50 điểm, sản phẩm được sản xuất, bước đầu hình thành chất lượng cụ thể, có thể tiếp tục nâng cấp để nâng lên hạng 3 sao.



đ) Hạng 1 sao: Tổng điểm trung bình đạt dưới 30 điểm, là sản phẩm sơ khai, chưa được hình thành trong thương mại, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao.

3. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP:

a) Công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP được chia làm 03 cấp: cấp huyện, cấp tỉnh và cấp trung ương.

b) 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.

(Chi tiết Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm tại Phụ lục II).

Điều 2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với các Bộ: Công Thương, Khoa học và Công nghệ, Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Y tế, Tài nguyên và Môi trường, các bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hướng dẫn và triển khai thực hiện Quyết định này.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký, thay thế Quyết định số 1048/QĐ-TTg 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 781/QĐ-TTg ngày 08 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ.

Căn cứ vào điều kiện thực tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị Thủ tướng Chính phủ xem xét, sửa đổi, bổ sung khi cần thiết.

Đối với các sản phẩm đã được đánh giá, công nhận theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 trước ngày Quyết định này có hiệu lực, được bảo lưu trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày được công nhận.

Đối với các sản phẩm được Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đánh giá đạt tiềm năng 5 sao, có văn bản đề nghị Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 5 sao trước ngày 31 tháng 12 năm 2022, tiếp tục áp dụng Bộ tiêu chí theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg.



Điều 4. Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư Trung ương Đảng;
- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- HĐND, UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương;
- Văn phòng Trung ương và các Ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Hội đồng Dân tộc và các Ủy ban của Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Tòa án nhân dân tối cao;
- Viện kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán nhà nước;
- Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia;
- Ngân hàng Chính sách xã hội;
- Ngân hàng Phát triển Việt Nam;
- Ủy ban trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- Cơ quan trung ương của các đoàn thể;
- Liên minh Hợp tác xã Việt Nam;
- VPCP: BTCN, các PCN, Trụ lý TTg, TGD Công TTĐT, các Vụ, Cục, đơn vị trực thuộc, Công báo;
- Lưu: VT, NN (2).

**KT.THỦ TƯỚNG
PHÓ THỦ TƯỚNG**



Trần Lưu Quang



Phụ lục I
DANH MỤC PHÂN LOẠI SẢN PHẨM
THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM - OCOP
(Kèm theo Quyết định số 148 /QĐ-TTg
ngày 24 tháng 02 năm 2023 của Thủ tướng Chính phủ)

STT	Phân loại sản phẩm	Bộ chủ trì quản lý ¹
I	SẢN PHẨM THỰC PHẨM	
1	Nhóm: Thực phẩm tươi sống	
a	Phân nhóm: Rau, củ, quả, hạt tươi	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2	Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế	
a	Phân nhóm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3	Nhóm: Thực phẩm chế biến	
a	Phân nhóm: Đồ ăn nhanh	Công Thương
b	Phân nhóm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương
c	Phân nhóm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
d	Phân nhóm: Chế biến từ thịt, trứng, sữa, thủy sản, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương
4	Nhóm: Gia vị	
a	Phân nhóm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Gia vị khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
5	Nhóm: Chè	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
a	Phân nhóm: Chè tươi, chế biến	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

¹ Theo Nghị định số 15/2018/NĐ-CP ngày 02 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ về quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm.

STT	Phân loại sản phẩm	Bộ chủ trì quản lý ¹
b	Phân nhóm: Sản phẩm trà từ thực vật khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
6	Nhóm: Cà phê, Ca cao	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
II	SẢN PHẨM ĐỒ UỐNG	
1	Nhóm: Đồ uống có cồn	
a	Phân nhóm: Rượu trắng	Công Thương
b	Phân nhóm: Đồ uống có cồn khác	Công Thương
2	Nhóm: Đồ uống không cồn	
a	Phân nhóm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết	Y tế
b	Phân nhóm: Đồ uống không cồn	Công Thương
III	SẢN PHẨM DƯỢC LIỆU VÀ SẢN PHẨM TỪ DƯỢC LIỆU	
1	Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc Y học cổ truyền	Y tế
2	Nhóm: Mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược	Y tế
3	Nhóm: Tinh dầu và thảo dược khác	Y tế
IV	SẢN PHẨM THỦ CÔNG MỸ NGHỆ	
1	Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí	Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2	Nhóm: Vải, may mặc	Công Thương
V	SẢN PHẨM SINH VẬT CẢNH	
1	Nhóm: Hoa	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2	Nhóm: Cây cảnh	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3	Nhóm: Động vật cảnh	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
VI	SẢN PHẨM DỊCH VỤ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG, DU LỊCH SINH THÁI VÀ ĐIỂM DU LỊCH	
1	Nhóm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch	Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn



Phụ lục II
QUY TRÌNH ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG SẢN PHẨM OCOP
(Kèm theo Quyết định số 148 /QĐ-TTg
ngày 24 tháng 02 năm 2023 của Thủ tướng Chính phủ)

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

a) Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn (UBND cấp xã) tổ chức đánh giá một số nội dung của Hồ sơ sản phẩm đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP, bao gồm các tiêu chí sau: nguồn gốc sản phẩm/nguyên liệu địa phương; sử dụng lao động địa phương; nguồn gốc ý tưởng sản phẩm; bản sắc/trí tuệ địa phương. Căn cứ vào điều kiện và đặc điểm thực tế của địa phương, Chủ tịch UBND cấp xã tổ chức họp với các bộ phận liên quan để lấy ý kiến về các nội dung đánh giá, sau đó ban hành Báo cáo đánh giá của UBND cấp xã về các tiêu chí trên.

b) Công tác đánh giá tại huyện, quận, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

- Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện, quận, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (UBND cấp huyện) thành lập Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (Hội đồng cấp huyện), Tổ tư vấn (hoặc Tổ giúp việc) và 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.

- UBND cấp huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 3 sao, tổ chức công bố kết quả.

- UBND cấp huyện chuyển hồ sơ các sản phẩm có số điểm đạt từ 70 điểm đến 100 điểm (từ 4 sao trở lên) lên Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (UBND cấp tỉnh) để đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP.

c) Công tác đánh giá tại cấp tỉnh

- Chủ tịch UBND cấp tỉnh thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh (Hội đồng cấp tỉnh) và 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.

- UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 4 sao, tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh không đạt 4 sao, Hội đồng cấp tỉnh gửi trả kết quả (bằng văn bản) và hồ sơ về UBND cấp huyện:

+ Đối với những sản phẩm được Hội đồng cấp tỉnh đánh giá không đạt 70 điểm trở lên (nhưng đạt trên 50 điểm), UBND cấp huyện xem xét, lấy làm căn cứ để ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận đạt 3 sao, hoặc tổ chức đánh giá và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp.

+ Đối với sản phẩm được Hội đồng cấp tỉnh đánh giá là hồ sơ không hợp lệ theo quy định, UBND cấp huyện hoàn thiện hồ sơ, đánh giá và phân hạng sản phẩm theo thẩm quyền được phân cấp.

- UBND cấp tỉnh chuyển hồ sơ các sản phẩm đạt từ 90 điểm đến 100 điểm lên Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

d) Công tác đánh giá ở cấp trung ương

- Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp trung ương (Hội đồng cấp trung ương) và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng.

- Hội đồng cấp trung ương tổ chức đánh giá, phân hạng các sản phẩm do UBND 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 5 sao (là sản phẩm OCOP cấp quốc gia), tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá không đạt 5 sao, Hội đồng cấp trung ương gửi trả kết quả (bằng văn bản) và hồ sơ về UBND cấp tỉnh:

+ Đối với sản phẩm đánh giá không đạt 90 điểm, nhưng trên 70 điểm, UBND cấp tỉnh có thể căn cứ vào kết quả đánh giá của Hội đồng cấp trung ương để ban hành quyết định công nhận đạt 4 sao, cấp Giấy chứng nhận đạt 4 sao hoặc tổ chức đánh giá và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp.

+ Đối với sản phẩm được Hội đồng Trung ương đánh giá hồ sơ không hợp lệ theo quy định, UBND cấp tỉnh hoàn thiện hồ sơ, đánh giá và 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 trung ương: Có từ 07 đến 09 thành viên, bao gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện lãnh đạo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

- Đại diện các Bộ: Công Thương; Y tế; Khoa học và Công nghệ; Văn hoá, Thể thao và Du lịch; Tài nguyên và Môi trường; đại diện cơ quan tham mưu triển khai Chương trình OCOP cấp trung ương.

- Đại diện khác (nếu có): Chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP; Chuyên gia thuộc tổ chức, đơn vị kiểm định chất lượng; đại diện các hiệp hội, hội có liên quan.

b) Thành phần Hội đồng cấp tỉnh: Có từ 09 đến 11 thành viên, bao gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện lãnh đạo UBND cấp tỉnh.

- Đại diện các sở, ngành: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Công Thương; Y tế; Khoa học và Công nghệ; Văn hoá, Thể thao và Du lịch; Tài nguyên và Môi trường; đại diện cơ quan tham mưu triển khai Chương trình nông thôn mới, Chương trình OCOP cấp tỉnh.

- Chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP; đại diện các hiệp hội, hội có liên quan (nếu có).

c) Thành phần Hội đồng cấp huyện: Có từ 09 đến 11 thành viên, gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện lãnh đạo UBND cấp huyện.

- Đại diện các Sở: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Y tế; Công Thương; Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Khoa học và Công nghệ; Tài nguyên và Môi trường. Trong đó, thành phần bắt buộc là đại diện các Sở: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Khoa học và Công nghệ, Tài nguyên và Môi trường và Sở quản lý sản phẩm theo quy định tại Phụ lục I.

- Đại diện các phòng, ban chuyên môn, tổ chức có liên quan; chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP.

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

a) Hồ sơ sản phẩm đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP (Hồ sơ sản phẩm): Do các chủ thể OCOP (doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, chủ hộ sản xuất...) chuẩn bị, bao gồm:

- Phiếu đăng ký đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (mẫu biểu số 1).

- Báo cáo của chủ thể đánh giá về sản phẩm theo Bộ tiêu chí (mẫu biểu số 2).

b) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp huyện: Do các chủ thể OCOP chuẩn bị, bao gồm:

- Báo cáo đánh giá của UBND cấp xã về một số tiêu chí (theo quy định tại khoản a, mục 1 và biểu mẫu số 3).

- Hồ sơ sản phẩm.

c) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp tỉnh: Do UBND cấp huyện chuẩn bị, bao gồm:

- Công văn gửi UBND cấp tỉnh đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Tài liệu họp Hội đồng cấp huyện: Báo cáo thẩm định của Tổ tư vấn; Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp huyện; Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm.

- Hồ sơ sản phẩm.

d) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp quốc gia: Do UBND 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.

- Tài liệu họp Hội đồng cấp tỉnh, bao gồm: Báo cáo thẩm định của Tổ tư vấn; Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh; Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm.

- Hồ sơ sản phẩm.

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

4. Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

a) Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp huyện

- Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ

+ UBND 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.

+ UBND cấp huyện kiểm tra thể thức, nội dung, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ.

+ UBND cấp huyện Quyết định thành lập Hội đồng cấp huyện, Tổ tư vấn (hoặc Tổ giúp việc).

- Đánh giá

+ Đối tượng đánh giá: Mẫu sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ du lịch) và hồ sơ sản phẩm. Đối với các sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch: Các thành viên kiểm tra thực tế và đánh giá trước tại thực địa.

+ Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 bộ hồ sơ gốc và 01 bộ hồ sơ điện tử (hồ sơ scan). Hồ sơ sản phẩm (bản điện tử) cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 01 ngày làm việc.

+ Tiến hành đánh giá

(i) 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.

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

(iii) 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 nhau quá 10 điểm). Thống nhất thông qua kết quả đánh giá, đề xuất các sản phẩm được tham gia đánh cấp tỉnh, báo cáo kết quả tới UBND cấp huyện và đề xuất về phân hạng sản phẩm.

- 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 1 đến 5 sao.

+ UBND cấp huyện thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần).

+ UBND cấp huyện ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá, cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao; tổ chức công bố kết quả.

+ UBND cấp huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm, chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm đạt từ 70 đến 100 điểm đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng.

+ UBND cấp huyện thông báo kết quả cho UBND cấp xã để tiếp tục hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể phát triển sản phẩm.

b) Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp tỉnh

- Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm

+ UBND cấp tỉnh tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp huyện.

+ UBND cấp tỉnh kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần).

+ UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp tỉnh, Tổ tư vấn Hội đồng cấp tỉnh và kế hoạch đánh giá.

- Tổ tư vấn Hội đồng tiến hành thẩm định, đánh giá hồ sơ

+ Các thành viên Tổ tư vấn thẩm định hồ sơ, đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá, đề xuất bổ sung hồ sơ, gửi mẫu phiếu kiểm nghiệm chất lượng (nếu cần thiết).

+ Tổ tư vấn Hội đồng tiến hành kiểm tra thực tế tại cơ sở về quy trình sản xuất, vệ sinh môi trường, điều kiện an toàn thực phẩm,... (nếu cần thiết).

+ Tổ tư vấn thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần).

+ Tổ tư vấn tổng hợp kết quả đánh giá của các thành viên, xây dựng Báo cáo trình Hội đồng cấp tỉnh để tổ chức Hội đồng cấp tỉnh đánh giá, phân hạng, đề xuất gửi mẫu kiểm nghiệm chất lượng độc lập (nếu cần thiết).

- Tổ chức họp Hội đồng đánh giá, phân hạng

Các bước tổ chức đánh giá của Hội đồng:

+ Chủ thể sản phẩm OCOP trình bày, diễn giải trước Hội đồng (nếu cần thiết).

+ Đại diện Tổ tư vấn Hội đồng trình bày báo cáo kết quả thẩm tra, đánh giá hồ sơ sản phẩm của Tổ tư vấn.

+ Các thành viên Hội đồng thảo luận, trao đổi những vấn đề chưa rõ; thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần); tham khảo kết quả khảo sát, đánh giá phản hồi của người tiêu dùng về sản phẩm (nếu có).

+ Các thành viên Hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá.

+ 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 nhau quá 10 điểm). Trong trường hợp chênh 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, đề xuất các sản phẩm có thể tham gia đánh giá cấp trung ương (từ 90 điểm trở lên), báo cáo kết quả tới UBND cấp tỉnh và đề xuất về phân hạng sản phẩm.

- Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp trung ương

+ Căn cứ kết quả điểm số đánh giá của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng theo khung từ 1 đến 5 sao.

+ UBND cấp tỉnh thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần).

+ UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá, cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 4 sao; tổ chức công bố kết quả.

+ UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm, chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm có tiềm năng đạt 5 sao (từ 90 đến 100 điểm) đề nghị cấp trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP quốc gia.

+ Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh đạt dưới 70 điểm (không đạt 4 sao) hoặc hồ sơ không hợp lệ, Hội đồng cấp tỉnh gửi trả hồ sơ về UBND cấp huyện để xem xét, công nhận hoặc hoàn thiện hồ sơ đánh giá lại và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp theo quy định.

c) Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp trung ương

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia theo các bước:

- Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm, dịch vụ du lịch:

+ Tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp tỉnh.

+ Kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần).

+ Ban hành Quyết định thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn và Quy chế hoạt động của Hội đồng cấp trung ương và kế hoạch đánh giá.

- Tổ tư vấn Hội đồng tiến hành thẩm định, đánh giá hồ sơ:

+ Các thành viên Tổ tư vấn thẩm định hồ sơ, đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá, tổ chức khảo sát thực tế tại cơ sở sản xuất (nếu cần thiết).

+ Tổ tư vấn thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần).

+ Tổ tư vấn tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên, xây dựng Báo cáo trình Chủ tịch Hội đồng đánh giá, phân hạng cấp trung ương để tổ chức Hội đồng cấp trung ương đánh giá, phân hạng.

- Tổ chức Hội đồng cấp trung ương

Hội đồng cấp trung ương tổ chức đánh giá các sản phẩm theo quy trình sau:

+ Cơ quan thường trực Hội đồng báo cáo chung kết quả đánh giá về sản phẩm của Tổ tư vấn.

+ Tổ tư vấn báo cáo bổ sung về kết quả thẩm định hồ sơ, kết quả kiểm tra thực tế cơ sở, kết quả kiểm nghiệm (nếu có) đối với từng hồ sơ sản phẩm OCOP.

+ Các thành viên Hội đồng thảo luận, trao đổi những vấn đề chưa rõ; thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chi tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần); tham khảo kết quả khảo sát, đánh giá phản hồi của người tiêu dùng về sản phẩm (nếu có).

+ Các thành viên Hội đồng đánh giá sản phẩm, tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên (điểm của các thành viên không được chênh lệch nhau quá 10 điểm). Trong trường hợp chênh 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, đề xuất các sản phẩm đủ điều kiện đạt 5 sao (đạt từ 90 điểm trở lên), báo cáo và đề nghị Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xem xét, công nhận sản phẩm OCOP 5 sao (cấp quốc gia).

- Xếp hạng và công bố kết quả đánh giá

+ Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thông báo kết quả cho UBND cấp tỉnh và các chủ thể OCOP.

+ 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 5 sao (sản phẩm OCOP cấp quốc gia); tổ chức công bố kết quả.

+ Trường hợp kết quả đánh giá đạt dưới 90 điểm (không đạt 5 sao) hoặc hồ sơ không hợp lệ, Hội đồng cấp trung ương gửi trả hồ sơ về UBND cấp tỉnh để xem xét, công nhận hoặc hoàn thiện hồ sơ đánh giá lại và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp theo quy định.

5. Thời hạn hiệu lực phân hạng sản phẩm OCOP

a) 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).

b) 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. Cơ quan quản lý Chương trình OCOP các cấp thông báo, hướng dẫn các chủ thể đăng ký đánh giá, phân hạng lại sản phẩm theo kế hoạch và chu trình OCOP.

6. Quy định về đánh giá, nâng hạng sản phẩm OCOP

a) Căn cứ kết quả phát triển sản phẩm, chủ thể OCOP bổ sung, hoàn thiện hồ sơ theo quy định tại mục 3.

b) Trình tự, thủ tục đánh giá, nâng hạng thực hiện theo quy định về đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.



7. Quy định về đánh giá, phân hạng lại sản phẩm sau khi hết thời hạn

a) Chậm nhất 30 ngày trước ngày hết thời hạn 36 tháng, cơ quan ban hành Quyết định công nhận kết quả và cấp Giấy chứng nhận đạt sao có văn bản thông báo cho các chủ thể OCOP về thời hạn của Giấy chứng nhận.

b) Chủ thể OCOP (nếu có nhu cầu), chuẩn bị hồ sơ đề nghị công nhận lại sản phẩm, bao gồm:

- Phiếu đăng ký đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (mẫu phiếu tại biểu số 1).

- Báo cáo của chủ thể đánh giá về sản phẩm theo Bộ tiêu chí theo mẫu biểu số 2 (rà soát, cập nhật những nội dung mới, đánh giá về kết quả sau 3 năm được công nhận OCOP: về nguyên liệu, thị trường, công bố chất lượng...).

c) Cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình các cấp chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức kiểm tra thực tế tại cơ sở về việc duy trì, phát triển sản phẩm OCOP; phát triển nguyên liệu, liên kết, chất lượng và chấp hành các quy định hiện hành của Chương trình (nếu cần thiết).

d) Tổ chức thực hiện các bước đánh giá, phân hạng lại sản phẩm OCOP theo quy định

- Cấp huyện: Trên cơ sở hồ sơ đăng ký đánh giá, phân hạng lại sản phẩm OCOP và báo cáo của cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình (nếu có), Hội đồng cấp huyện tổ chức họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản về phiếu đánh giá sản phẩm. Căn cứ kết quả đánh giá của Hội đồng, Hội đồng cấp huyện trình UBND huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá; cấp Giấy chứng nhận đạt 3 sao và tổ chức công bố kết quả; có văn bản đề nghị Hội đồng cấp tỉnh đánh giá, phân hạng lại sản phẩm đủ điều kiện 4 sao.

- Cấp tỉnh: Căn cứ hồ sơ chủ thể, biên bản của Hội đồng cấp huyện, văn bản đề nghị của UBND cấp huyện và báo cáo của cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình (nếu có), Hội đồng cấp tỉnh tổ chức họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản về phiếu đánh giá sản phẩm. Căn cứ kết quả đánh giá, Hội đồng cấp tỉnh trình UBND tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá; cấp Giấy chứng nhận đạt 4 sao và tổ chức công bố kết quả; có văn bản đề nghị Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đánh giá, phân hạng lại sản phẩm đủ điều kiện 5 sao.

- Cấp trung ương: Trên cơ sở hồ sơ chủ thể, biên bản của Hội đồng cấp tỉnh, văn bản đề nghị của UBND cấp tỉnh và báo cáo của cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình (nếu có), Hội đồng cấp trung ương tổ chức họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản về phiếu đánh giá sản phẩm. Căn cứ kết quả đánh giá, Hội đồng cấp trung ương trình Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá; cấp Giấy chứng nhận đạt 5 sao và tổ chức công bố kết quả.



**BIỂU SỐ 1: PHIẾU ĐĂNG KÝ ĐÁNH GIÁ, PHÂN HẠNG
SẢN PHẨM OCOP**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

PHIẾU ĐĂNG KÝ

**Tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP
của tỉnh..... năm**

1. Thông tin về đơn vị đăng ký:

- Tên đơn vị:.....
- Họ tên người đại diện pháp lý:
- Chức vụ:.....
- Địa chỉ liên hệ:.....
- Điện thoại:..... Email:.....

2. Tên sản phẩm:

3. Nhóm sản phẩm đăng ký (Ngành, Nhóm, Phân nhóm¹):

4. Lần đăng ký đánh giá: Lần đầu Nâng hạng: Đánh giá lại:

5. Tài liệu kèm theo:

- Báo cáo đánh giá về sản phẩm theo Bộ tiêu chí (bản gốc, bản điện tử).
- Sản phẩm mẫu (số lượng):.....

Cam đoan những thông tin trong Phiếu đăng ký là đúng sự thật, chúng tôi xin cam kết tuân thủ các quy định của Chương trình OCOP về đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP, chịu trách nhiệm trước Hội đồng và pháp luật về Hồ sơ đăng ký đánh giá, phân hạng sản phẩm.

... ngày ... tháng ... năm ...

ĐẠI DIỆN

(Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

¹ Theo Phụ lục I về Danh mục phân loại sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

PHẦN DÀNH CHO CƠ QUAN QUẢN LÝ

DÀNH CHO CƠ QUAN QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP HUYỆN

Phiếu số:-...../PĐK- (Mã tỉnh) - (Mã huyện) - (Năm)

Ngày nhận:.....

Người tiếp nhận:..... Chữ ký:

Cơ quan tiếp nhận

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

DÀNH CHO CƠ QUAN QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP TỈNH

Phiếu số:-...../PĐK- (Mã tỉnh) - (Mã huyện) - (Năm)

Ngày nhận:.....

Người tiếp nhận:..... Chữ ký:

Cơ quan tiếp nhận

(Ký, đóng dấu và ghi rõ họ tên)

BIỂU SỐ 2: BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ VỀ SẢN PHẨM
(Dành cho chủ thể có sản phẩm đăng ký)

Phần I
THÔNG TIN CHUNG

1. Tên chủ thể:
2. Loại hình tổ chức:
3. Địa chỉ:
4. Điện thoại: Email:
5. Tên người đại diện pháp luật:
 - Họ tên:.....
 - Giới tính:.....(Nam/nữ); Dân tộc:.....
 - Địa chỉ thường trú:.....
6. Ngày thành lập/đăng ký kinh doanh:..... Số giấy đăng ký (nếu có):

7. Tên sản phẩm/dịch vụ, mô tả về quy cách sản phẩm, tiêu chuẩn:

.....

.....

.....

Đánh dấu (✓) vào mục tương ứng:

- a) Giấy đăng ký kinh doanh:
- b) Đã công bố chất lượng cơ sở:
- c) Đã có các điều kiện sản xuất theo quy định:
 - Giấy đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật cho sản xuất sản phẩm:
 - Giấy chứng nhận đủ điều kiện sản xuất bắt buộc theo quy định cho sản phẩm (đối với các sản phẩm bắt buộc theo quy định):
- d) Đã có đăng ký sở hữu trí tuệ:
 - Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu:
 - Giấy chứng nhận quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận:
 - Giấy chứng nhận đăng ký kiểu dáng công nghiệp:
 - Khác (ghi rõ):
8. Lịch sử hình thành của chủ thể (nêu các giai đoạn hình thành và phát triển):

9. Cơ cấu tổ chức của chủ thể:

.....

.....

Phần II

KẾT QUẢ THỰC HIỆN PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT KINH DOANH

Nội dung yêu cầu: Đánh giá kết quả triển khai phương án sản xuất, kinh doanh của chủ thể theo Phương án sản xuất, kinh doanh khi đăng ký tham gia Chương trình OCOP.

Lưu ý: trình bày rõ một số nội dung sau:

- Tổ chức vùng nguyên liệu, công nghệ sản xuất, sơ chế, chế biến, đóng gói sản phẩm của chủ thể.
- Sự thay đổi về chất lượng sản phẩm: chất lượng, tiêu chuẩn chất lượng, bao bì, nhãn mác, hình thức đóng gói,...
- Thị trường phân phối sản phẩm.
- Kết quả sản xuất, kinh doanh: doanh thu, lợi nhuận.

Phần III

ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN THEO BỘ TIÊU CHÍ SẢN PHẨM OCOP

- Căn cứ vào Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tương ứng với sản phẩm đăng ký, chủ thể tự đánh giá về kết quả (điểm số) có thể đạt theo thứ tự từng tiêu chí.
- Mô tả, chứng minh về kết quả tương ứng (mô tả, tài liệu minh chứng cho nội dung mô tả).
- Tài liệu minh chứng kèm theo vào phụ lục của Báo cáo, tham khảo hướng dẫn theo bảng dưới đây:

TT	Nội dung	Yêu cầu
-	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)
-	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)
-	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
-	Công bố chất lượng sản phẩm	Bản sao tài liệu, chứng minh chất lượng 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

TT	Nội dung	Yêu cầu
-	Mã số mã vạch, tem truy xuất nguồn gốc	Bản sao tài liệu, chứng minh mã, tem, sở hữu thương hiệu...
-	Sở hữu trí tuệ	Giấy chứng nhận đăng ký về sở hữu trí tuệ: nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, kiểu dáng,...
-	Bảo vệ môi trường	Bản sao hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định; hình ảnh minh chứng về thực hiện giải pháp bảo vệ 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 nội bộ	Bản sao kế hoạch kiểm soát nội bộ/Hồ sơ minh chứng về kế hoạch kiểm soát nội bộ
-	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...

Phần IV KẾ HOẠCH SẢN XUẤT, KINH DOANH

Trình bày những định hướng, kế hoạch của chủ sở hữu trong thời gian tới về phát triển sản phẩm, tổ chức sản xuất, thị trường.

...ngày ... tháng năm...

ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CƠ SỞ
(Ký, họ tên, đóng dấu)

BIỂU SỐ 3. MẪU BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ CỦA ỦY BAN NHÂN DÂN CẤP XÃ**ỦY BAN NHÂN DÂN
XÃ....****CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc****BÁO CÁO****Về việc đánh giá một số nội dung của Hồ sơ sản phẩm đăng ký
tham gia đánh giá sản phẩm OCOP****I. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỒ SƠ ĐĂNG KÝ**

1. Tên chủ thể:
2. Loại hình tổ chức:
3. Địa chỉ:
4. Điện thoại:Email:
5. Tên người đại diện pháp luật:
 - Họ tên:.....
 - Giới tính:.....(Nam/nữ); Dân tộc:
 - Địa chỉ thường trú:.....
6. Sản phẩm đăng ký đánh giá:

II. ĐÁNH GIÁ MỘT SỐ NỘI DUNG CỦA HỒ SƠ ĐĂNG KÝ

1. Về sử dụng nguyên liệu địa phương: (Nội dung thể hiện rõ mô tả của chủ thể và đánh giá về tình hình sử dụng nguyên liệu thực tế của chủ thể trên địa bàn xã).
 2. Về sử dụng lao động địa phương: (Nội dung thể hiện rõ mô tả của chủ thể và đánh giá về tình hình sử dụng thực tế về lao động địa phương của chủ thể trên địa bàn xã).
 3. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm: (Nhận xét về nguồn gốc sản phẩm (truyền thống, sản phẩm mới) của chủ thể dựa trên thực tế của địa phương).
 4. Bản sắc/trí tuệ địa phương: (Đánh giá về đặc điểm và mức độ thể hiện các giá trị về văn hóa, truyền thống (hình ảnh, câu chuyện,...) trên sản phẩm và hồ sơ của sản phẩm).
- Ủy ban nhân dân xã.... đề nghị Ủy ban nhân dân huyện.... đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cho sản phẩm.... của

TM. UBND XÃ....
(Ký tên và đóng dấu)



Phụ lục III
BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
(KIỂM PHIẾU ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
CỦA THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ)
(Kèm theo Quyết định số 148/QĐ-TTg
ngày 14 tháng 02 năm 2023 của Thủ tướng Chính phủ)

STT	Nội dung	Trang
1	Bộ sản phẩm: Rau, củ, quả, hạt tươi	02
2	Bộ sản phẩm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi	07
3	Bộ sản phẩm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác	12
4	Bộ sản phẩm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	17
5	Bộ sản phẩm: Đồ ăn nhanh	22
6	Bộ sản phẩm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc	27
7	Bộ sản phẩm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt	32
8	Bộ sản phẩm: Chế biến từ thịt, thủy sản, trứng, sữa, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	37
9	Bộ sản phẩm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác	42
10	Bộ sản phẩm: Gia vị khác (muối, hành, tỏi, tiêu)	47
11	Bộ sản phẩm: Chè tươi, chè chế biến	52
12	Bộ sản phẩm: Sản phẩm trà từ thực vật khác	57
13	Bộ sản phẩm: Cà phê, cacao	62
14	Bộ sản phẩm: Rượu trắng	67
15	Bộ sản phẩm: Đồ uống có cồn khác	72
16	Bộ sản phẩm: Nước khoáng thiên nhiên, nước tinh khiết	77
17	Bộ sản phẩm: Đồ uống không cồn khác	82
18	Bộ sản phẩm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền	87
19	Bộ sản phẩm: Mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược	92
20	Bộ sản phẩm: Tinh dầu và thảo dược khác	97
21	Bộ sản phẩm: Thủ công mỹ nghệ	102
22	Bộ sản phẩm: Vải, may mặc	107
23	Bộ sản phẩm: Hoa	112
24	Bộ sản phẩm: Cây cảnh	117
25	Bộ sản phẩm: Động vật cảnh	121
26	Bộ sản phẩm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch	125



1. Bộ sản phẩm: Rau, củ, quả, hạt tươi
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm tươi sống)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)**	3
c) Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình**	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu**	3
d) Liên kết sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ**	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên**	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường**	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>Ghi chú: Không đánh giá những sản phẩm có tính phổ biến của nhóm sản phẩm chủ lực cấp quốc gia, cấp tỉnh mà không có sự nổi trội và đặc sắc.</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2

d) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng) *****	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
a) Kích thước, hình dạng bề ngoài	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	2
<i>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</i>	
b) Màu sắc, độ chín	5
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Phù hợp****	3
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp	5
c) Mùi/vị	3
<input type="checkbox"/> Kém	0
<input type="checkbox"/> Trung bình	1
<input type="checkbox"/> Tương đối tốt	2
<input type="checkbox"/> Tốt	3
d) Tính đầy đủ về sản phẩm, sạch	3
<input type="checkbox"/> Tương đối chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tốt	2
<input type="checkbox"/> Rất tốt	3
7. DINH DƯỠNG	
<i>(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)</i>	2
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có trên 2 chỉ tiêu	2
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng	5

9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
a) Công bố tiêu chuẩn sản phẩm của cơ sở sản xuất (Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố Tiêu chuẩn sản phẩm)	2
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)	3
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	2
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định.	3
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có Chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến của Việt Nam (VietGAP/hữu cơ/..)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG (Điểm)	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

2. Bộ sản phẩm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm tươi sống)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt trên địa bàn cấp tỉnh (không tính phạm vi ngư trường đánh bắt)</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi, đánh bắt trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, giết mổ, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, giết mổ, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)**	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình**	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ**	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường**	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi trồng, đánh bắt ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>Ghi chú: Không đánh giá những sản phẩm có tính phổ biến của nhóm sản phẩm chủ lực cấp quốc gia, cấp tỉnh mà không có sự nổi trội và đặc sắc.</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Nội dung, hình ảnh, kiểu dáng, màu sắc...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
d) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối	4
<i>(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0

<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	35
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	15
a) Tạp chất	4
<input type="checkbox"/> Có tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	2
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất*****	4
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây mất ATTP) như: Lòng, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
b) Kích thước, hình dạng bề ngoài	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	3
c) Màu sắc	5
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	5
d) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Mùi không rõ, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm*****	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
a) Công bố chất lượng sản phẩm	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	

b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	3
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	2
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	3
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có Chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến của Việt Nam (VietGAP/hữu cơ/..)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

3. Bộ sản phẩm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác (Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (rửa, làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)*	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình**	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu***	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>Ghi chú: Không đánh giá những sản phẩm có tính phổ biến của nhóm sản phẩm chủ lực cấp quốc gia, cấp tỉnh mà không có sự nổi trội và đặc sắc.</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối	4
(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	

<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương*****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
a) Tạp chất	3
<input type="checkbox"/> Có tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	2
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	3
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu phát hiện tạp chất không chấp nhận được như: Bọ, lông, len, cát sỏi, ...</i>	
b) Kích thước, độ đồng đều	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	3
c) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi, vị	4
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị lạ	0
<input type="checkbox"/> Có mùi vị/lạ, nhưng chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	4
7. DINH DƯỠNG	
<i>(Chỉ ra hàm lượng của các chỉ tiêu như: Amylose, cacbohydrat, năng lượng, lipid, ... theo phiếu kiểm nghiệm)</i>	2
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có trên 2 chỉ tiêu	2
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1

<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	5
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	3
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	2
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	3
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có Chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến của Việt Nam (VietGAP/hữu cơ/..)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (*** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

4. Bộ sản phẩm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi/trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Sơ chế (lọc, loại tạp chất, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong sơ chế, đóng gói sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ tiên tiến trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/kéo dài thời gian bảo quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)*	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình**	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu***	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện đất đai, thời tiết, kỹ thuật bản địa	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>Ghi chú: Không đánh giá những sản phẩm có tính phổ biến của nhóm sản phẩm chủ lực cấp quốc gia, cấp tỉnh mà không có sự nổi trội và đặc sắc.</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2

đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhân hiệu chứng nhận, nhân hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5

c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>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</i>	
b) Độ đồng đều của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	2
c) Màu sắc, thể chất	4
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	4
d) Mùi, vị	5
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị lạ	0
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị/lạ, nhưng chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tự nhiên, phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Có mùi/vị tự nhiên, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	5
7. DINH DƯỠNG	
<i>(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)</i>	2
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có 1 - 2 chỉ tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có trên 2 chỉ tiêu	2
8. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
9. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	5
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	

b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định <i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	3
<input type="checkbox"/> Không có	0
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	2
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	3
10. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có Chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến của Việt Nam (VietGAP/hữu cơ/..)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
11. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
12. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

5. Bộ sản phẩm: Đồ ăn nhanh

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhân hiệu chứng nhận, nhân hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	25
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5

<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
b) Hình dạng	3
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với phong cách của sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với phong cách của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với phong cách của sản phẩm	3
c) Màu sắc, thể chất	3
<input type="checkbox"/> Màu không đều	0
<input type="checkbox"/> Màu không đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Màu tương đối đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Màu đồng đều, phù hợp với tính chất sản phẩm	3
d) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2

<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định <i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	2
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...
Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

6. Bộ sản phẩm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Thực phẩm chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	35
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
b) Ngoại hình, đồng đều	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều	3
c) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	3
d) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5

8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

.....

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

7. Bộ sản phẩm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Nông sản chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng \geq 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	25
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có \geq 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
b) Hình dạng, thể chất	2
<input type="checkbox"/> Kích thước/hình dạng, thể chất không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Kích thước/hình dạng, thể chất khá đồng đều (> 60%)	1
<input type="checkbox"/> Kích thước/hình dạng, thể chất đồng đều (> 90%)	2
c) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	4
<input type="checkbox"/> Không có mùi đặc trưng, là mùi của thành phần tạo nên (mùi của hương liệu)	1
<input type="checkbox"/> Tự nhiên của thành phần nguyên liệu****	2
<input type="checkbox"/> Tự nhiên của thành phần nguyên liệu, phù hợp, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0

<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

8. Bộ sản phẩm: Chế biến từ thịt, thủy sản, trứng, sữa, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Nông sản chế biến)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng \geq 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhận hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhận hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có \geq 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, lông, len, mốc nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
b) Hình dạng, thể chất	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều	3
c) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1

<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)*	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (*** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

9. Bộ sản phẩm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác
(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Gia vị)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mao hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhân hiệu chứng nhận, nhân hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
b) Thể chất	3
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	3
c) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5

8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

10. Bộ sản phẩm: Gia vị khác (muối, hành, tỏi, tiêu,...)

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Gia vị)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến*****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	2
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
b) Thể chất	3
<input type="checkbox"/> Không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	3
c) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét,...)	0
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5

8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

.....

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

11. Bộ sản phẩm: Chè tươi, chè chế biến

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Chè)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến*****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường*****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1

c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	25
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CAM QUAN	13
a) Ngoại hình	4
- Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
- Hình dạng, màu sắc cánh chè	2
<input type="checkbox"/> Hình dạng/màu không phù hợp	0
<input type="checkbox"/> Đồng đều, màu tự nhiên, tương đối phù hợp với tính chất sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, màu tự nhiên, phù hợp với tính chất sản phẩm****	2
b) Nước pha	9
- Màu nước	3
<input type="checkbox"/> Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
- Mùi nước	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, nhẹ	1
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh	2
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
- Vị nước	3
<input type="checkbox"/> Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt	3

7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	2
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)	2
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

12. Sản phẩm trà từ thực vật khác (Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Chè)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1

<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	13
a) Tạp chất	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất*****	2
<i>Chú ý: Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: Lông, côn trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa ... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo</i>	
b) Hình dạng <i>(Của ngoại hình trà, trà thảo mộc,...)</i>	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, phù hợp	2
c) Màu nước	3
<input type="checkbox"/> Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp****	2
<input type="checkbox"/> Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
d) Mùi nước	3
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, nhẹ	1
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh****	2
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
đ) Vị nước	3
<input type="checkbox"/> Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp****	2
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, có hậu vị ngọt	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5

<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	2
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)	2
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

13. Sản phẩm cà phê, ca cao

(Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm: Cà phê, Ca cao)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phân A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	25
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương	
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	14
a) Ngoại hình	10
- Tạp chất lạ	2
<input type="checkbox"/> Có các tạp chất, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không có tạp chất	2
<i>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.</i>	
- Trạng thái/hình dạng	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, phù hợp	2
- Màu sắc	2
<input type="checkbox"/> Không đồng đều hoặc bị cháy	0
<input type="checkbox"/> Đồng đều, tự nhiên, tương đối phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Đồng đều, tự nhiên, phù hợp	2
- Mùi	2
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên đặc trưng, nhẹ	1
<input type="checkbox"/> Thơm tự nhiên đặc trưng, mạnh	2
- Vị	2
<input type="checkbox"/> Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Vị đậm đà phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm đà, hấp dẫn	2
b) Nước pha	4
- Màu nước	2
<input type="checkbox"/> Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Đậm, sánh, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Đậm, sánh, rất phù hợp	2
- Mùi, vị	2
<input type="checkbox"/> Khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Mùi, vị phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Mùi vị hấp dẫn, đặc sắc	2

7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (<i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>)	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (<i>Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm</i>)	2
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (<i>Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP</i>)	2
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 2 sao; *** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

14. Bộ sản phẩm: Rượu trắng
(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống có cồn)

Tên sản phẩm:
Mã số sản phẩm.(T).-(H).-(STT).-20.....
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 08 tháng 7 năm 2004.
Tên chủ thể sản xuất:
Số điện thoại:
Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến thông thường	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
<i>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</i>	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
d) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhân hiệu chứng nhận, nhân hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0

<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chi áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	35
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) Tạp chất lạ	3
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
b) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Không trong suốt, chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Tương đối trong suốt	1
<input type="checkbox"/> Trong suốt, không màu	3
c) Mùi	5
<input type="checkbox"/> Khác thường hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn	3
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
d) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối rõ, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp	3
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, hấp dẫn	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	

<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)**	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 2 sao; *** - 3 sao; ** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

15. Bộ sản phẩm: Đồ uống có cồn khác
(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống có cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến thông thường	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2

đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B	25
KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chi áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16
a) TẠP CHẤT LẠ	3
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
<i>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.</i>	
b) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Màu sắc không phù hợp với đặc tính sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Màu sắc phù hợp với đặc tính sản phẩm****	1
<input type="checkbox"/> Màu sắc đẹp, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	3
c) Mùi	5
<input type="checkbox"/> Khác thường hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn****	3
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
d) Vị	5
<input type="checkbox"/> Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
<input type="checkbox"/> Tương đối rõ, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, không sốc****	3
<input type="checkbox"/> Vị đậm, dịu, phù hợp, không sốc, hấp dẫn	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	2
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0

<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

16. Bộ sản phẩm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết đóng chai
(Sản phẩm: Đồ uống, Nhóm: Đồ uống không cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Tinh chế	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế, đóng gói	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, thân thiện với môi trường*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chi áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5

c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	14
a) Tạp chất lạ	3
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
b) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Có màu	0
<input type="checkbox"/> Trong suốt, không màu	3
c) Mùi	3
<input type="checkbox"/> Có mùi	0
<input type="checkbox"/> Có mùi nhẹ, tự nhiên, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Không có mùi	3
d) Vị	5
<input type="checkbox"/> Có vị lạ	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với sản phẩm, "ấn tượng", sáng khoái sau uống	5
<i>Ghi chú: Nếu được 0 điểm tại một trong các chỉ tiêu trên, sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>	
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	6
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	3
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có Bản tự công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo thực phẩm (nếu có) theo đúng quy định***.	1
<input type="checkbox"/> Có Bản tự công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo thực phẩm (nếu có) và có đủ hồ sơ lưu trữ theo đúng quy định.	3
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	3
<input type="checkbox"/> Có kết quả kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn sản phẩm trong hồ sơ tự công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	1
<input type="checkbox"/> Có kết quả kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn sản phẩm trong hồ sơ tự công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và kết quả tự kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu an toàn đối với sản phẩm.	3

9. ĐIỀU KIỆN ĐẢM BẢO AN TOÀN CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực)	1
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực) và được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy	3
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực); được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy và có tài liệu chứng minh áp dụng dây chuyền sản xuất tiên tiến, hiện đại.*****	5
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 2 sao; *** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

17. Bộ sản phẩm: Đồ uống không cồn khác
(Sản phẩm: Đồ uống. Nhóm: Đồ uống không cồn)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(H).-(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương); hoặc Hồ sơ tự công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Chế biến thông thường	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Áp dụng công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	4
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, thân thiện với môi trường*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chi áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5

c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	14
a) Tạp chất lạ	3
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
<i>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</i>	
b) Màu sắc	3
<input type="checkbox"/> Màu sắc không phù hợp với đặc tính sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Màu sắc phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Màu sắc đẹp, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	
c) Mùi	5
<input type="checkbox"/> Khác thường hoặc không rõ mùi	0
<input type="checkbox"/> Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp	2
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn*****	3
<input type="checkbox"/> Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
d) Vị	3
<input type="checkbox"/> Có vị lạ	0
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Phù hợp với sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Phù hợp với sản phẩm, "ấn tượng", hấp dẫn	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	5
<i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	6
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	3
<i>(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	3
<i>Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP</i>	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	3
<i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)</i>	
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1

<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	3
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (*** - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

18. Bộ sản phẩm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền
(Sản phẩm: Thảo dược. 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.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không tuân thủ đầy đủ các quy định về giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ hoặc tương đương); Hồ sơ đăng ký bản công bố sản phẩm, ghi nhãn sản phẩm, quảng cáo sản phẩm đúng quy định hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định.

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử*****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng</i>)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (<i>Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm</i>)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	2
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG AN TOÀN THỰC PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ sức khỏe hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực).	1
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ sức khỏe hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực) và được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy.	3
<input type="checkbox"/> Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn sản xuất sản phẩm (GMP đối với thực phẩm bảo vệ sức khỏe hoặc tương đương) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực); được kiểm tra, đánh giá của cơ quan có thẩm quyền sau cấp giấy và có tài liệu chứng minh áp dụng dây chuyền sản xuất tiên tiến, hiện đại.	5
7. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	4
<input type="checkbox"/> Có Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo sản phẩm (nếu có) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực).	2
<input type="checkbox"/> Có Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo thực phẩm (nếu có) theo đúng quy định (do cơ quan có thẩm quyền cấp, còn hiệu lực) và có đủ hồ sơ lưu trữ theo đúng quy định.	4
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
<input type="checkbox"/> Không tiện lợi	0
<input type="checkbox"/> Tương đối tiện lợi	1
<input type="checkbox"/> Tiện lợi	3
<input type="checkbox"/> Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	3
<input type="checkbox"/> Thấp, không rõ	0
<input type="checkbox"/> Có hiệu quả tương đối rõ	1
<input type="checkbox"/> Hiệu quả tốt	2
<input type="checkbox"/> Hiệu quả rất tốt	3

10. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ (Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn)	3
<input type="checkbox"/> Có kết quả kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn sản phẩm trong hồ sơ Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm theo quy định.	1
<input type="checkbox"/> Có kết quả kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn sản phẩm trong hồ sơ Bản đăng ký công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và kết quả kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu an toàn sản phẩm đối với sản phẩm theo quy định.	3
11. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

19. Bộ sản phẩm: Mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược
(Sản phẩm: Thảo dược. Nhóm: Mỹ phẩm)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không có đủ điều kiện bắt buộc để sản xuất sản phẩm theo quy định quản lý chuyên ngành của Bộ Y tế; hoặc không có Bản công bố sản phẩm (hoặc tương đương).

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3
<i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG	5
<input type="checkbox"/> Không có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu/tiêu chuẩn bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> 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
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm theo quy định</i>	
7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN <i>(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)</i>	3
<input type="checkbox"/> Không đạt	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đạt	1
<input type="checkbox"/> Đạt	3
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
<input type="checkbox"/> Không tiện lợi	0
<input type="checkbox"/> Tương đối tiện lợi	1
<input type="checkbox"/> Tiện lợi	3
<input type="checkbox"/> Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	4
<input type="checkbox"/> Thấp, không rõ	0
<input type="checkbox"/> Có hiệu quả tương đối rõ	1
<input type="checkbox"/> Hiệu quả tốt	2
<input type="checkbox"/> Hiệu quả rất tốt	4
10. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5

11. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ <i>(Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	1
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ	3
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tránh tác dụng phụ (nếu có)*****	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

20. Bộ sản phẩm: Tinh dầu và thảo dược khác
(Sản phẩm: Thảo dược. Nhóm: Thảo dược khác)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mao hồ sơ hoặc không có đủ điều kiện bắt buộc để sản xuất sản phẩm theo quy định quản lý chuyên ngành của Bộ Y tế; hoặc không có Bản công bố sản phẩm (hoặc tương đương)

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường*****	1

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<i>(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)</i>	
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm; có truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử, ... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5

b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG	5
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu	3
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập	5
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm theo quy định</i>	
7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN <i>(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)</i>	3
<input type="checkbox"/> Không đạt	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đạt	1
<input type="checkbox"/> Đạt	3
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
<input type="checkbox"/> Không tiện lợi	0
<input type="checkbox"/> Tương đối tiện lợi	1
<input type="checkbox"/> Tiện lợi	3
<input type="checkbox"/> Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	4
<input type="checkbox"/> Thấp, không rõ	0
<input type="checkbox"/> Có hiệu quả tương đối rõ	1
<input type="checkbox"/> Hiệu quả tốt	2
<input type="checkbox"/> Hiệu quả rất tốt	4
<i>Ghi chú: Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng,...)</i>	
10. TÍNH AN TOÀN <i>(Theo hồ sơ nghiên cứu, thử nghiệm,...)</i>	3
<input type="checkbox"/> Tương đối an toàn	0
<input type="checkbox"/> An toàn	1
<input type="checkbox"/> Rất an toàn	3

11. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng (mùi thơm, màu sắc, chất lượng sử dụng...): Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)*	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
<i>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</i>	
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tránh tác dụng phụ (nếu có)*	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

21. Bộ sản phẩm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí

(Sản phẩm: Hàng thủ công mỹ nghệ, Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc ghi nhận sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, chế tác giản đơn	1
<input type="checkbox"/> Chế tác/tạo dựng gắn với kỹ năng nghề truyền thống	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ phù hợp gắn với kỹ năng nghề truyền thống, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	4
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2

<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	4
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
b) Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
<input type="checkbox"/> Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	

<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C	
CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÁC CHỈ TIÊU	21
a) Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không khéo léo/nhã nhận, không thể bán được	0
<input type="checkbox"/> Khá khéo léo/nhã nhận, có thể bán được	1
<input type="checkbox"/> Khéo léo/nhã nhận, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
<input type="checkbox"/> Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu*****	5
b) Thiết kế độc đáo	5
<input type="checkbox"/> Phong cách thiết kế phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường	3
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ địa phương*****	5
<i>Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ</i>	
c) Các yếu tố tích hợp lên giá trị của sản phẩm <i>(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;...)</i>	3
<input type="checkbox"/> Không thể hiện rõ nét về giá trị sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc	2
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc truyền thống, hình thành sản phẩm đặc trưng	3
d) Các tính năng của sản phẩm <i>(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)</i>	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm không có các tính năng cơ bản	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu	3
đ) Chất lượng của nguyên liệu/thành phần	5
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc	3
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc, có chứng chỉ quản lý vùng nguyên liệu bền vững	5
7. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ CÁC CHỈ TIÊU ATTP VÀ AN TOÀN SẢN PHẨM THEO QUY ĐỊNH <i>(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP, an toàn sản phẩm, trường hợp không bắt buộc, thì đánh giá điểm tối đa)</i>	4
<input type="checkbox"/> Có, nhưng không đạt	0
<input type="checkbox"/> Có, đạt nhưng không đủ	2
<input type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	4
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0

<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ đủ điều kiện xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích*****	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

*Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)*

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

22. Bộ sản phẩm: Vải, may mặc

(Sản phẩm: Hàng thủ công mỹ nghệ. Nhóm: Vải, may mặc)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-(H).-(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc ghi nhận sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
a) Nguồn nguyên liệu	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, chế tác giản đơn	1
<input type="checkbox"/> Chế tác/tạo dựng gắn với kỹ năng nghề truyền thống	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ phù hợp gắn với kỹ năng nghề truyền thống, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối (Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên*****	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
b) Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
<input type="checkbox"/> Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	5
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1

<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
Chỉ áp dụng khi có câu chuyện	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0

<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÁC CHỈ TIÊU	25
a) Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được	0
<input type="checkbox"/> Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được	1
<input type="checkbox"/> Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
<input type="checkbox"/> Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu*****	5
b) Thiết kế độc đáo <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác, ...)</i>	5
<input type="checkbox"/> Phong cách thiết kế phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường	3
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ địa phương***** <i>Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ</i>	5
c) Các yếu tố tích hợp lên giá trị của sản phẩm <i>(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;...)</i>	5
<input type="checkbox"/> Không thể hiện rõ nét về giá trị sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc	3
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc truyền thống, hình thành sản phẩm đặc trưng	5
d) Các tính năng của sản phẩm <i>(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)</i>	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm không có các tính năng cơ bản	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu	5
đ) Chất lượng của nguyên liệu/thành phần	5
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc	3
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc, có chứng chỉ quản lý vùng nguyên liệu bền vững	5
7. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	5
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để sử dụng đúng tính năng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để sử dụng đúng tính năng của sản phẩm, phát huy các giá trị văn hóa, chất lượng sản phẩm *****	5
8. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1

<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (** - 3 sao; *** - 4 sao; **** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

23. Bộ sản phẩm: Hoa
(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	4
<input type="checkbox"/> Sơ chế (làm sạch, phân loại, đóng gói...) thủ công	1
<input type="checkbox"/> Ứng dụng máy móc trong đóng gói, bảo quản sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ cao trong sơ chế, bảo quản (nâng cao chất lượng sản phẩm/ kéo dài thời gian bán quản và giữ chất lượng ổn định trong quá trình bảo quản...)	4
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường*****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
b) Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ	0
<input type="checkbox"/> Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
<input type="checkbox"/> Bao bì, nhãn hàng hóa đẹp, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1

<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhân hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh bán hàng online (có vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
Chỉ áp dụng khi có câu chuyện	

<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	13
a) Kích thước, hình dạng bề ngoài	5
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	3
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	5
b) Màu sắc	4
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm****	2
<input type="checkbox"/> Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm*****	4
c) Thiết kế sản phẩm (bao gói, chậu trồng, ...)	4
<input type="checkbox"/> Thiết kế sản phẩm đơn giản, phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Thiết kế đẹp, phù hợp với sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Thiết kế ấn tượng, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng (màu sắc, mùi thơm, ...): Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	8
<input type="checkbox"/> Trung bình	2
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	4
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	6
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	8
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu *****	5
9. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	4
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để kéo dài thời gian, duy trì chất lượng sản phẩm ****	4
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....
.....
.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

24. Bộ sản phẩm: Cây cảnh
(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được trồng trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	4
<input type="checkbox"/> Trồng, chăm sóc đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Trồng, chăm sóc, cắt tỉa	2
<input type="checkbox"/> Trồng, chăm sóc, cắt tỉa, tạo dáng kỹ thuật tay nghề cao	4
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0

<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
b) Phong cách, ghi nhãn sản phẩm (tem, nhãn gắn trên sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh về sản phẩm chưa đầy đủ	0
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh về sản phẩm chưa đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, ấn tượng, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2

Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
a) Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng)	5
b) Tổ chức phân phối <i>(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)</i>	4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4
c) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	12
a) Câu chuyện về sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip...)	5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****	5
c) Cấu trúc câu chuyện	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	16
a) Hình dáng so với loại sản phẩm	4

<input type="checkbox"/> Trung bình	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, ấn tượng	2
<input type="checkbox"/> Rất đẹp và ấn tượng*****	4
b) Màu sắc	4
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm	4
c) Kiểu dáng, tạo hình, mỹ thuật	5
<input type="checkbox"/> Tạo hình, kiểu dáng trung bình	1
<input type="checkbox"/> Tạo hình, kiểu dáng khéo léo/đẹp mắt	2
<input type="checkbox"/> Tạo hình, kiểu dáng khéo léo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
<input type="checkbox"/> Tạo hình tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, thể hiện thông điệp truyền tải*****	5
d) Thiết kế sản phẩm (chậu trồng, phụ kiện kèm theo...)	3
<input type="checkbox"/> Thiết kế sản phẩm đơn giản, phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Thiết kế đẹp, phù hợp với sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Thiết kế ấn tượng, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	9
<input type="checkbox"/> Trung bình	2
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	4
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	6
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	9
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu *****	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; **** - 4 sao; ***** - 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

25. Bộ sản phẩm: Động vật cảnh

(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phân A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
a) Nguồn gốc sản phẩm	5
<i>Yêu cầu: 100% sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp tỉnh</i>	
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp xã dưới 50%	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp xã từ 50% đến dưới 75%	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được nuôi trên địa bàn cấp xã từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	4
<input type="checkbox"/> Nuôi, chăm sóc đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Nuôi, chăm sóc, lựa chọn	2
<input type="checkbox"/> Nuôi, chăm sóc, lựa chọn với kỹ thuật tay nghề cao	4
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên	3
đ) Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3

e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
b) Phong cách, ghi nhãn sản phẩm (tem, nhãn gắn trên sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh về sản phẩm chưa đầy đủ	0
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh về sản phẩm chưa đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, thể hiện được câu chuyện sản phẩm ****	3
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, ấn tượng, thể hiện được câu chuyện sản phẩm, có gắn truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2

Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)		25
4. TIẾP THỊ		13
a) Khu vực phân phối chính		5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện		1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài huyện		2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài tỉnh		3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng)		5
b) Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)		4
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối		0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối		1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối		3
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý		4
c) Quảng bá sản phẩm		4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá		0
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá		1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh		2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh		3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế		4
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM		12
a) Câu chuyện về sản phẩm		5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa		0
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm		1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)		2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi		3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website		4
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)		5
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:</i>		5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác		0
<input type="checkbox"/> Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố		1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***		3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương****		5
c) Cấu trúc câu chuyện		2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>		
<input type="checkbox"/> Đơn giản		0
<input type="checkbox"/> Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm		1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****		2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)		35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM		15
a) Hình dáng so với loại sản phẩm		5

<input type="checkbox"/> Trung bình	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, ấn tượng	3
<input type="checkbox"/> Rất đẹp và ấn tượng*****	5
b) Màu sắc	5
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm	5
c) Kích thước, hình dạng bề ngoài	5
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	3
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	
<i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	10
<input type="checkbox"/> Trung bình	2
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	5
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	7
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	10
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn Việt Nam	3
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu *****	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

Ghi chú: Dấu sao là yêu cầu tối thiểu phải đạt theo các cấp độ sao (***) - 3 sao; (****) - 4 sao; (*****)- 5 sao)

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

26. Bộ sản phẩm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch
(Sản phẩm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch)

Tên sản phẩm:

Mã số sản phẩm.(T).-.(H).-.(STT).-20.....

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 08 tháng 7 năm 2004.

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc ghi nhãn sản phẩm không đúng theo quy định; hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ dự thi theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần A	
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC DỊCH VỤ CỘNG ĐỒNG	15
a) Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	3
<input type="checkbox"/> Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	1
<input type="checkbox"/> 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
b) Cơ chế quản lý/quy định	6
<input type="checkbox"/> Có cơ chế/quy định quản lý hoạt động dịch vụ	2
<input type="checkbox"/> Có cơ chế quản lý/quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng	4
<input type="checkbox"/> Có cơ chế quản lý/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
c) Bảo vệ môi trường trong cộng đồng làm du lịch/điểm du lịch	4
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể về bảo vệ môi trường (thu gom rác thải, nước thải sinh hoạt...)	1
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và trang bị hạ tầng kỹ thuật chung về bảo vệ môi trường	2
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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 hiện hành	4
d) Sử dụng năng lượng tiết kiệm	2
<input type="checkbox"/> Có giải pháp tiết kiệm năng lượng (bảng hoạt động cụ thể)	1
<input type="checkbox"/> 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
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	12
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm dịch vụ du lịch	5
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên sản phẩm của nơi khác, có dựa trên lợi thế và đặc trưng của địa phương	1
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, không trùng lặp với các sản phẩm du lịch khác	3
<input type="checkbox"/> 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

b) Tổ chức dịch vụ theo thị trường mục tiêu	2
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch và có các sản phẩm dịch vụ du lịch phù hợp với thị trường mục tiêu	2
c) Bảo vệ, bảo tồn các di sản văn hóa, thiên nhiên, đa dạng sinh học liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	5
<input type="checkbox"/> Có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	1
<input type="checkbox"/> 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	3
<input type="checkbox"/> 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	5
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	13
a) Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ gia đình, trang trại có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương $\geq 51\%$, Trung tâm điều hành	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	3
đ) Kế toán	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
<input type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	2
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
<input type="checkbox"/> Nhân hiệu sử dụng của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhân hiệu chứng nhận, nhân hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng)	2
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	17
a) Liên kết chuỗi giá trị trong quảng bá sản phẩm du lịch	5
<input type="checkbox"/> Có đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có ≥ 3 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có ≥ 5 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	5
b) Liên kết vùng và chuỗi giá trị trong sản phẩm dịch vụ du lịch	3
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong tỉnh để hình thành tours sản phẩm du lịch	1

<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong và ngoài tỉnh để hình thành tours sản phẩm du lịch	2
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong, ngoài tỉnh và quốc tế để hình thành tours sản phẩm du lịch	3
c) Tổ chức quảng bá, bán hàng	2
<i>(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý quảng bá, bán hàng	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý quảng bá, bán hàng, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý/bán hàng	2
d) Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch	1
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...)	3
<input type="checkbox"/> 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
đ) Bộ nhận diện quảng bá sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Có tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	2
<input type="checkbox"/> Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch được thể hiện bằng tiếng Việt và ít nhất 01 tiếng nước ngoài phù hợp.	3
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	8
a) Câu chuyện về sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang hoặc 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
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang hoặc 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
b) Trình bày câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm cung cấp dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm du lịch trong và ngoài tỉnh	2
c) Sản phẩm dịch vụ du lịch trên địa bàn đạt chuẩn nông thôn mới	2
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Cộng đồng du lịch/Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp đã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. VỊ TRÍ	3
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận	1
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề khu vực có lợi thế phát triển du lịch	2
<input type="checkbox"/> 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

7. KIẾN TRÚC VÀ CẢNH QUAN MÔI TRƯỜNG	3
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp	1
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc	2
<input type="checkbox"/> 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
8. CHẤT LƯỢNG VỀ ĐIỀU KIỆN KINH DOANH DỊCH VỤ	3
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> Có từ 50% đến dưới 75% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	2
<input type="checkbox"/> Có trên 75% cơ sở dịch vụ được cấp chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh theo quy định (dịch vụ lưu trú, vận chuyển, ...)	3
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> Có đăng ký kinh doanh dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có đăng ký kinh doanh và đáp ứng đủ điều kiện kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Có đăng ký kinh doanh, đáp ứng đủ điều kiện kinh doanh và được công nhận cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch	3
9. CHẤT LƯỢNG AN TOÀN VÀ AN NINH TRẬT TỰ	2
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> Có ít nhất 75% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	1
<input type="checkbox"/> Có 100% số cơ sở kinh doanh dịch vụ đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	2
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	1
<input type="checkbox"/> Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật và có thực hiện hướng dẫn, tập huấn thường xuyên/định kỳ cho nhân viên	2
10. TÍNH HOÀN THIỆN CỦA QUÁ TRÌNH DỊCH VỤ	3
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống địa phương	1
<input type="checkbox"/> 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
<input type="checkbox"/> 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
11. HOẠT ĐỘNG TRẢI NGHIỆM	2
<input type="checkbox"/> Có hoạt động trải nghiệm	1
<input type="checkbox"/> Có mô hình hoạt động trải nghiệm	2
12. QUẢN LÝ VÀ NHÂN VIÊN	3
<input type="checkbox"/> Có dưới 50% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	1
<input type="checkbox"/> Có từ 50 - 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	2

<input type="checkbox"/> Trên 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ; có nhân viên tiếp đón thành thạo ít nhất 1 ngoại ngữ	3
13. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ DU LỊCH	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao	2
<input type="checkbox"/> 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, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	3
<input type="checkbox"/> 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, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4
14. CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ	4
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo	1
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao	2
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4
15. TIỆN NGHI	3
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Cộng đồng dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> 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 ATTP) đạt chuẩn nông thôn mới.	3
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, đảm bảo chất lượng và khách đánh giá cao.	3
16. HOẠT ĐỘNG THU HÚT KHÁCH DU LỊCH	3
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> 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 2 lần/năm	2
<input type="checkbox"/> 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 2 lần/năm	3
17. HÀNG HÓA DỊCH VỤ (ĂN UỐNG, ĐỒ LƯU NIỆM...)	2
<input type="checkbox"/> Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương	1
<input type="checkbox"/> 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
TỔNG CỘNG	100

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)