VĂN BẢN PHÁP LUẬT KHÁC

THỦ TƯỚNG CHÍNH PHỦ

Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24 tháng 02 năm 2023 về việc ban hành Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm

(Tiếp theo Công báo số 579 + 580)

Phụ lục III
BỘ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
(KIÊM PHIẾU ĐÁNH GIÁ SẢN PHẨM OCOP
CỦA THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ)
(Kèm theo Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24 tháng 02 năm 2023 của Thủ tướng Chính phủ)

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 **SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)**	**40**
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	**18**
a) Nguồn nguyên liệu	**5**

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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
□ 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
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	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/ câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51%	3
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	**1**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
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.	
b) Hình dạng, thể chất	**2**
□ Kích thước/hình dạng, thể chất không đồng đều	0
□ Kích thước/hình dạng, thể chất khá đồng đều (> 60%)	1
□ Kích thước/hình dạng, thể chất đồng đều (> 90%)	2
c) Màu sắc	**3**
□ Chấp nhận được	0
□ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
□ Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
□ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	**4**
□ Không có mùi đặc trưng, là mùi của thành phần tạo nên (mùi của hương liệu)	1
□ Tự nhiên của thành phần nguyên liệu****	2
□ Tự nhiên của thành phần nguyên liệu, phù hợp, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	**5**
□ Vị khác thường	0
□ Chấp nhận được	1
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
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**

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	**3**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	**3**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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
□ 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
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
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.	
b) Hình dạng, thể chất	**3**
□ Không đồng đều	0
□ Không đồng đều, chấp nhận được	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Tương đối đồng đều	2
□ Đồng đều	3
c) Màu sắc	**3**
□ Chấp nhận được	0
□ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
□ Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
□ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	**3**
□ Có mùi lạ (như khét,...)	0
□ Có mùi chấp nhận được	1
□ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
□ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	**5**
□ Vị khác thường	0
□ Chấp nhận được	1
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	**3**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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
□ 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
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
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	
b) Thể chất	**3**
□ Không phù hợp	0
□ Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
□ Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	3
c) Màu sắc	**3**
□ Chấp nhận được	0
□ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
□ Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
□ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	**3**
□ Có mùi lạ (như khét,...)	0
□ Có mùi chấp nhận được	1
□ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
□ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	**5**
□ Vị khác thường	0
□ Chấp nhận được	1
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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
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	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ**	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Thể chất	**3**
□ Không phù hợp	0
□ Tương đối phù hợp với tính chất của sản phẩm	1
□ Phù hợp với tính chất của sản phẩm	2
□ Rất phù hợp với tính chất của sản phẩm	3
c) Màu sắc	**3**
□ Chấp nhận được	0
□ Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
□ Phù hợp với đặc tính sản phẩm****	2
□ Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm*****	3
d) Mùi	**3**
□ Có mùi lạ (như khét,...)	0
□ Có mùi chấp nhận được	1
□ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm****	2
□ Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	3
đ) Vị	**5**
□ Vị khác thường	0
□ Chấp nhận được	1
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm****	3
□ Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn*****	5
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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Phân loại, sơ chế	**0**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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
□ 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
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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) Ngoại hình	**4**
- Tạp chất	**2**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
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	
- Hình dạng, màu sắc cánh chè	**2**
□ Hình dạng/màu không phù hợp	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Đồng đều, màu tự nhiên, tương đối phù hợp với tính chất sản phẩm	1
□ Đồng đều, màu tự nhiên, phù hợp với tính chất sản phẩm****	2
b) Nước pha	**9**
- Màu nước	**3**
□ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
□ Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Trong sáng, rất phù hợp	2
□ Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
- Mùi nước	**3**
□ Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
□ Thơm tự nhiên, nhẹ	1
□ Thơm tự nhiên, mạnh	2
□ Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
- Vị nước	**3**
□ Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
□ Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Vị đậm, dịu, phù hợp	2
□ 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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Phân loại, sơ chế	**0**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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
□ 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
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất****	2
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	
b) Hình dạng *(Của ngoại hình trà, trà thảo mộc,...)*	**2**
□ Không đồng đều, chấp nhận được	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Tương đối đồng đều, phù hợp	1
□ Đồng đều, phù hợp	2
c) Màu nước	**3**
□ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
□ Trong sáng, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Trong sáng, rất phù hợp****	2
□ Trong sáng, rất phù hợp, bền màu	3
d) Mùi nước	**3**
□ Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
□ Thơm tự nhiên, nhẹ	1
□ Thơm tự nhiên, mạnh****	2
□ Thơm tự nhiên, mạnh, bền mùi	3
đ) Vị nước	**3**
□ Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
□ Tương đối đậm phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Vị đậm, dịu, phù hợp****	2
□ 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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%***	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Phân loại, sơ chế	**0**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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
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	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
c) Quảng bá sản phẩm	**4**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	**35**
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	**14**
a) Ngoại hình	**10**
- Tạp chất lạ	**2**
□ Có các tạp chất, chấp nhận được	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không có tạp chất	2
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.	
- Trạng thái/hình dạng	**2**
□ Không đồng đều, chấp nhận được	0
□ Tương đối đồng đều, phù hợp	1
□ Đồng đều, phù hợp	2
- Màu sắc	**2**
□ Không đồng đều hoặc bị cháy	0
□ Đồng đều, tự nhiên, tương đối phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Đồng đều, tự nhiên, phù hợp	2
- Mùi	**2**
□ Có mùi lạ (chấp nhận được) hoặc không rõ mùi	0
□ Thơm tự nhiên đặc trưng, nhẹ	1
□ Thơm tự nhiên đặc trưng, mạnh	2
- Vị	**2**
□ Vị khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0
□ Vị đậm đà phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Vị đậm đà, hấp dẫn	2
b) Nước pha	**4**
- Màu nước	**2**
□ Hơi đục, màu nhạt, chấp nhận được	0
□ Đậm, sánh, phù hợp (với tính chất sản phẩm)	1
□ Đậm, sánh, rất phù hợp	2
- Mùi, vị	**2**
□ Khác thường (chấp nhận được) hoặc không rõ vị	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Mùi, vị phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
□ Mùi vị hấp dẫn, đặc sắc	2
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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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)

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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến thông thường	1
□ Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
□ 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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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
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	
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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
□ 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**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
b) Màu sắc	**3**
□ Không trong suốt, chấp nhận được	0
□ Tương đối trong suốt	1
□ Trong suốt, không màu	3
c) Mùi	**5**
□ Khác thường hoặc không rõ mùi	0
□ Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
□ Mùi mạnh, phù hợp	2
□ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn	3
□ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
d) Vị	**5**
□ Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
□ Tương đối rõ, chấp nhận được	1
□ Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
□ Vị đậm, dịu, phù hợp	3
□ Vị đậm, dịu, phù hợp, hấp dẫn	5
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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	**5**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
□ 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)

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 **SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)**	**40**
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	**18**
a) Nguồn nguyên liệu	**5**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến thông thường	1
□ Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
□ 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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	**3**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
□ 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**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất/có cặn, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
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.	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Màu sắc	**3**
□ Màu sắc không phù hợp với đặc tính sản phẩm	0
□ Màu sắc phù hợp với đặc tính sản phẩm****	1
□ Màu sắc đẹp, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	3
c) Mùi	**5**
□ Khác thường hoặc không rõ mùi	0
□ Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
□ Mùi mạnh, phù hợp	2
□ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn****	3
□ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
d) Vị	**5**
□ Vị khác thường hoặc không rõ vị	0
□ Tương đối rõ, chấp nhận được	1
□ Vị đậm, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	2
□ Vị đậm, dịu, phù hợp, không sốc****	3
□ Vị đậm, dịu, phù hợp, không sốc, hấp dẫn	5
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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**2**
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	**5**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
□ 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: 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**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Tinh chế	1
□ Ứng dụng công nghệ cao trong tinh chế	2
□ 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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	**3**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, thân thiện với môi trường*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 2 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
đ) Kế toán	**1**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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
□ 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**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Màu sắc	**3**
□ Có màu	0
□ Trong suốt, không màu	3
c) Mùi	**3**
□ Có mùi	0
□ Có mùi nhẹ, tự nhiên, chấp nhận được	1
□ Không có mùi	3
d) Vị	**5**
□ Có vị lạ	0
□ Tương đối phù hợp với sản phẩm	1
□ Phù hợp với sản phẩm	3
□ Phù hợp với sản phẩm, "ấn tượng", sảng khoái sau uống	5
Ghi chú: Nếu được 0 điểm tại một trong các chỉ tiêu trên, sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.	
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO *(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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có Bản tự công bố chất lượng sản phẩm; ghi nhãn sản phẩm; quảng cáo thực phẩm (nếu có) theo đúng quy định***.	1
□ 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
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định	**3**
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
□ 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)

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 **SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)**	**40**
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	**18**
a) Nguồn nguyên liệu	**5**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Chế biến thông thường	1
□ Sử dụng kỹ thuật thủ công để nâng cao chất lượng sản phẩm	2
□ 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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	**3**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội	3
□ 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**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, thân thiện với môi trường*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Có tạp chất	0
□ Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1
□ Sạch, không phát hiện tạp chất/cặn	3
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	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Màu sắc	**3**
□ Màu sắc không phù hợp với đặc tính sản phẩm	0
□ Màu sắc phù hợp với đặc tính sản phẩm****	3
□ Màu sắc đẹp, rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	
c) Mùi	**5**
□ Khác thường hoặc không rõ mùi	0
□ Mùi nhẹ, phù hợp (với đặc trưng nguyên liệu sử dụng, loại sản phẩm)	1
□ Mùi mạnh, phù hợp	2
□ Mùi mạnh, phù hợp, hấp dẫn****	3
□ Mùi mạnh, phù hợp, rất hấp dẫn	5
d) Vị	**3**
□ Có vị lạ	0
□ Tương đối phù hợp với sản phẩm	1
□ Phù hợp với sản phẩm	2
□ Phù hợp với sản phẩm, "ấn tượng", hấp dẫn	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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ 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**
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)	
□ Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0
□ Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1
□ Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định***	3
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP	
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định *(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)*	**3**
□ Có, nhưng không đạt	0

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định	
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	**5**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
□ 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 **SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)**	**40**
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	**18**
a) Nguồn nguyên liệu	**5**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Phân loại, sơ chế	**0**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ 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**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ 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
□ 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**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương <51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
c) Quảng bá sản phẩm	**4**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương*****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	**35**
6. CHẤT LƯỢNG AN TOÀN THỰC PHẨM	**5**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ 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
□ 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**
□ Không tiện lợi	0
□ Tương đối tiện lợi	1
□ Tiện lợi	3
□ Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG *(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)*	**3**
□ Thấp, không rõ	0
□ Có hiệu quả tương đối rõ	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Hiệu quả tốt	2
□ Hiệu quả rất tốt	3
10. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ *(Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn)*	**3**
□ 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
□ 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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	**5**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
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	
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm*****	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	**3**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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 **SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)**	**40**
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	**18**
a) Nguồn nguyên liệu	**5**
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3
□ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5
Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc	
b) Gia tăng giá trị	**3**
□ Phân loại, sơ chế	**0**
□ Chế biến đơn giản	1
□ Chế biến	2
□ 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 *(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**
□ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
□ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình****	2
□ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu*****	3

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	**3**
□ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0
□ Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1
□ Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến****	2
□ 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**
□ 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
□ 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
□ 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**
□ Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
□ 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**
□ Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	**3**
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
□ Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
□ Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2
□ Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng*****	3
c) Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	**3**
(Gồm: Hình ảnh, màu sắc, ghi nhãn sản phẩm...)	
□ Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định	1
□ Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, thể hiện được thông điệp/câu chuyện sản phẩm	2
□ 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**
□ 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
□ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51%	2
□ 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**
□ Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0
□ Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1
c) Sử dụng lao động địa phương	**3**
□ Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1
□ Có sử dụng ≥ 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	**2**
□ Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1
□ 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**
□ Không có hoạt động kế toán theo quy định	0
□ Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
e) Sở hữu trí tuệ****	**2**
□ Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1
□ 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**
□ Thị trường trong huyện	1
□ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2
□ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
□ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
□ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3
□ 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**
□ Không có hoạt động quảng bá	0
□ Có một số hoạt động quảng bá	1
□ 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
□ 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
□ 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

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM	**12**
a) Câu chuyện về sản phẩm	**5**
□ Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0
□ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi	3
□ Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn/tờ rơi và website	4
□ 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**
□ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0
□ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1
□ Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ***	3
□ 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	
□ Đơn giản	0
□ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1
□ 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**
□ Không có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	0
□ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	1
□ Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu/tiêu chuẩn bao bì sản phẩm	3
□ 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
Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm mỹ phẩm theo quy định	

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN *(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)*	**3**
□ Không đạt	0
□ Tương đối đạt	1
□ Đạt	3
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	**5**
□ Không tiện lợi	0
□ Tương đối tiện lợi	1
□ Tiện lợi	3
□ Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG *(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)*	**4**
□ Thấp, không rõ	0
□ Có hiệu quả tương đối rõ	1
□ Hiệu quả tốt	2
□ Hiệu quả rất tốt	4
10. 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**
□ Trung bình	0
□ Tương đối độc đáo	1
□ Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
□ Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
11. KIỂM TRA ĐỊNH KỲ ***(Hồ sơ kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu an toàn)***	**3**
□ Có, nhưng không đạt	0
□ Có, đạt nhưng không đủ	1
□ Có, đạt đầy đủ	3
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	**5**
□ Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1
□ Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	2

Các tiêu chí	Thang điểm (Điểm)
□ Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP/...)****	3
□ 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
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	
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	**2**
□ Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
□ 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**
□ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
□ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
□ 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)

(Xem tiếp Công báo số 583 + 584)

VĂN PHÒNG CHÍNH PHỦ XUẤT BẢN

Địa chỉ:	Số 1, Hoàng Hoa Thám, Ba Đình, Hà Nội
Điện thoại liên hệ:	
- Nội dung:	080.44417; Fax: 080.44517
- Phát hành:	080.48543
Email:	congbao@chinhphu.vn
Website:	http://congbao.chinhphu.vn
In tại:	Xí nghiệp Bản đồ 1- Bộ Quốc phòng