|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| UBND TỈNH THANH HÓA  **HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ, XẾP HẠNG SẢN PHẨM OCOP** | | **CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |
| **PHIẾU CHẤM ĐIỂM SẢN PHẨM OCOP** | | |
| ***(Dành cho thành viên Hội đồng đánh giá, xếp hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh)*** | | |
| **BỘ SẢN PHẨM: VÃI, MAY MẶC** | | |
| **(Ngành:Vãi và may mặc. Nhóm: Vãi, may mặc)** | | |

**Tên sản phẩm:**

**Tên chủ thể sản xuất:**

**Địa chỉ:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Phần A:**  **SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (35 Điểm)** | | |
|  | **THEO BAREM** | **HĐ CHẤM** |
| **1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT** |
| **1.1. Nguồn nguyên liệu** | **3 Điểm** |  |
| □ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50% | 1 Điểm | ............... |
| □ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75% | 2 Điểm | ............... |
| □ Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100% | 3 Điểm | ............... |
| *Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc* | |  |
| **1.2. Gia tăng giá trị** | **3 Điểm** |  |
| □ Phân loại, sơ chế | 1 Điểm | ............... |
| □ Chế biến đơn giản | 2 Điểm | ............... |
| □ Chế biến sâu, tạo ra sản phẩm tinh xảo chất lượng cao hơn | 3 Điểm | ............... |
| **1.3. Năng lực sản xuất đáp ứng yêu cầu phân phối** | **4 Điểm** |  |
| *(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường)* |  |  |
| □ Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ | 1 Điểm | ............... |
| □ Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình | 2 Điểm | ............... |
| □ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn | 3 Điểm | ............... |
| □ Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu | 4 Điểm | ............... |
| **1.4. Liên kết sản xuất** | **2 Điểm** |  |
| □ Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng | 0 Điểm | ............... |
| □ Có liên kết, chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh) | 1 Điểm | ............... |
| □ Liên kết chuỗi chặt chẽ (phạm vi trong tỉnh), quy mô lớn hoặc có hộ nghèo (trong tỉnh) tham gia liên kết. | 2 Điểm | ............... |
| **1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất** | **5 Điểm** |  |
| □ Có quan tâm (bằng hoạt động cụ thể) đến các tác động môi trường trong quá trình sản xuất | 1 Điểm | ............... |
| □ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) nhưng chưa theo quy định hiện hành | 2 Điểm | ............... |
| □ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành | 3 Điểm | ............... |
| □ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng | 4 Điểm | ............... |
| □ Có đánh giá tác động môi trường/kế hoạch bảo vệ môi trường (hoặc tương đương) theo quy định hiện hành; có minh chứng triển khai/áp dụng; có sử dụng/tái chế phụ phẩm, chất thải trong quá trình sản xuất | 5 Điểm | ............... |
| **1.6. Sử dụng năng lượng, công nghệ thân thiện bền vững trong SX** | **1 Điểm** |  |
| □ Không sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,...)/công nghệ thân thiện môi trường | 0 Điểm | ............... |
| □ Có sử dụng năng lượng hiện đại, bền vững, đáng tin cậy (sạch, tái tạo,... )/công nghệ thân thiện môi trường | 1 Điểm | ............... |
| **2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM** |  |  |
| **2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm** | **3 Điểm** |  |
| □ Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi nhãn hiệu | 0 Điểm | ............... |
| □ Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có cải tiến về chất lượng, bao bì. | 1 Điểm | ............... |
| □ Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, sản phẩm chưa có trên thị trường | 2 Điểm | ............... |
| □ Phát triển ý tưởng của mình gắn với bảo tồn sản phẩm truyền thông/đặc sản/thế mạnh của địa phương | 3 Điểm | ............... |
| **2.2. Tính hoàn thiện của bao bì** | **3 Điểm** |  |
| □ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn chưa đầy đủ | 0 Điểm | ............... |
| □ Bao bì đơn giản, thông tin ghi nhãn đầy đủ | 1 Điểm | ............... |
| □ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc | 2 Điểm | ............... |
| □ Bao bì phù hợp, thông tin ghi nhãn đầy đủ, có truy xuất nguồn gốc, có chứng nhận bảo hộ nhãn hiệu/kiểu dáng công nghiệp | 3 Điểm | ............... |
| **2.3. Phong cách, hình thức của bao bì** | **2 Điểm** |  |
| □ Không thuận tiện, không đẹp | 0 Điểm | ............... |
| □ Thuận tiện hoặc đẹp | 1 Điểm | ............... |
| □ Thuận tiện, đẹp, sang trọng | 2 Điểm | ............... |
| **3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG** |  |  |
| **3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh** | **3 Điểm** |  |
| □ Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN) | 1 Điểm | ............... |
| □ Công ty TNHH hai thành viên trở lên, công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương < 51% | 2 Điểm | ............... |
| □ HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương ≥ 51% | 3 Điểm | ............... |
| **3.2. Sự tham gia của cộng đồng trong quản lý, điều hành** | **2 Điểm** |  |
| *Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:* |  |  |
| a. Trường hợp 1: Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, công ty cổ phần, HTX, Tổ hợp tác |  |  |
| □ Có < 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc tổ hợp tác có số thành viên là người trong tỉnh < 50% số thành viên tổ hợp tác | 1 Điểm | ............... |
| □ Có ≥ 50% số thành viên quản trị cao cấp (Ban giám đốc, HĐQT, HĐTV) tham gia quản lý là người trong tỉnh hoặc < 50% số thành viên quản trị cao cao cấp là người trong tỉnh nhưng có thành viên là phụ nữ địa phương | 2 Điểm | ............... |
| b. Trường hợp 2: Công ty TNHH 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân, hộ gia đình |  |  |
| □ Giám đốc/Chủ hộ không phải là người trong tỉnh | 0 Điểm | ............... |
| □ Giám đốc/Chủ hộ là người trong tỉnh | 1 Điểm | ............... |
| **3.3. Sử dụng lao động địa phương** | **1 Điểm** |  |
| □ Có sử dụng < 50% lao động là người địa phương | 0 Điểm | ............... |
| □ Có sử dụng ≥ 50% lao động là người địa phương hoặc có thu nhập bình quân/lao động ≥ mức thu nhập bình quân/người đạt chuẩn nông thôn mới của địa phương tại thời điểm đánh giá. | 1 Điểm | ............... |
| **3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh** | **1 Điểm** |  |
| □ Tăng trưởng < 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 0 Điểm | ............... |
| □ Tăng trưởng ≥ 10% về doanh thu so với năm trước liền kề | 1 Điểm | ............... |
| **3.5. Kế toán** | **2 Điểm** |  |
| □ Không có kế toán hoặc chỉ thuê kế toán khi có yêu cầu, thời vụ | 0 Điểm | ............... |
| □ Có kế toán, công tác kế toán được thực hiện thường xuyên | 1 Điểm | ............... |
| □ Có Tổ chức hệ thống kế toán | 2 Điểm | ............... |
| **Tổng Điểm phần A:…………………… Điểm** | |  |
|  |  |  |
| **Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)** | | |
| **4. TIẾP THỊ** |  |  |
| **4.1. Khu vực phân phối chính** | **5 Điểm** |  |
| □ Thị trường trong huyện | 1 Điểm | ............... |
| □ Thị trường ngoài huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối | 2 Điểm | ............... |
| □ Thị trường ngoài huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối | 3 Điểm | ............... |
| □ Thị trường quốc tế | 5 Điểm | ............... |
| **4.2. Tổ chức phân phối** | **5 Điểm** |  |
| *(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)* |  |  |
| □ Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 0 Điểm | ............... |
| □ Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối | 1 Điểm | ............... |
| □ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối | 3 Điểm | ............... |
| □ Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý | 5 Điểm | ............... |
| **4.3. Quảng bá sản phẩm** | **5 Điểm** |  |
| □ Không có hoạt động quảng bá | 0 Điểm | ............... |
| □ Có một số hoạt động quảng bá | 1 Điểm | ............... |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh | 2 Điểm | ............... |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh | 3 Điểm | ............... |
| □ Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế | 5 Điểm | ............... |
| **5. CÂU CHUYỆN VỀ SẢN PHẨM** |  |  |
| **5.1. Câu chuyện về sản phẩm** | **5 Điểm** |  |
| □ Không có câu chuyện (hoặc có nhưng không được tư liệu hóa) | 0 Điểm | ............... |
| □ Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm | 1 Điểm | ............... |
| □ Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể) | 2 Điểm | ............... |
| □ Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi | 3 Điểm | ............... |
| □ Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng trên nhãn/tờ rơi và website | 4 Điểm | ............... |
| □ Có câu chuyện được tư liệu hóa, được sử dụng cả trên nhãn/tờ rơi và sinh động trên website (dưới dạng hình ảnh, clip,…) | 5 Điểm | ............... |
| **5.2. Trí tuệ/bản sắc địa phương** | **3 Điểm** |  |
| *Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện:* |  |  |
| □ Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác | 0 Điểm | ............... |
| □ Tương đối giống câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố | 1 Điểm | ............... |
| □ Có câu chuyện riêng | 2 Điểm | ............... |
| □ Có câu chuyện riêng, thể hiện trí tuệ/bản sắc địa phương | 3 Điểm | ............... |
| **5.3. Cấu trúc câu chuyện** | **2 Điểm** |  |
| *Chỉ áp dụng khi có câu chuyện* |  |  |
| □ Đơn giản | 1 Điểm | ............... |
| □ Có đầy đủ các yếu tố của câu chuyện sản phẩm | 2 Điểm | ............... |
| **Tổng Điểm phần B: ……………………..Điểm** | |  |
|  |  |  |
| **Phần C:**  **CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 Điểm)** | | |
| **6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM** |  |  |
| **6.1. Tính thẩm mỹ, kỹ thuật** | **5 điểm** |  |
| □ Không khéo léo/nhã nhặn, có các lỗi vệ sinh/ kỹ thuật sản phẩm | 0 Điểm | ............... |
| □ Khá khéo léo/nhã nhặn, có rất ít lỗi vệ sinh/kỹ thuật sản phẩm | 1 Điểm | ............... |
| □ Khéo léo/nhã nhặn, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật | 3 Điểm | ............... |
| □ Có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật cao | 5 Điểm | ............... |
| **6.2. Thiết kế độc đáo** | **5 Điểm** |  |
| *(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác,…)* |  |  |
| □ Phong cách thiết kế phổ biến | 0 Điểm | ............... |
| □ Phong cách thiết kế tương đối độc đáo | 1 Điểm | ............... |
| □ Phong cách thiết kế độc đáo | 3 Điểm | ............... |
| □ Phong cách thiết kế rất độc đáo, thể hiện trí tuệ địa phương | 5 Điểm | ............... |
| *Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ* |  |  |
| **6.3. Cái nhìn tổng thể/thiết kế/khả năng tương thích của các yếu tố** | **5 Điểm** |  |
| *(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt; kết cấu cân đối; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)* | |  |
| □ Các thuộc tính và các yếu tố có vẻ không phù hợp | 0 Điểm | ............... |
| □ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức trung bình | 1 Điểm | ............... |
| □ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt | 3 Điểm | ............... |
| □ Các thuộc tính và các yếu tố đã tương thích ở mức tốt, thể hiện tính truyền thống, có “hồn” | 5 Điểm | ............... |
| **6.4. Các tính năng của sản phẩm** *(Giá trị sử dụng: Áo mặc; khăn quàng…)* | **5 Điểm** |  |
| □ Sản phẩm không có các tính năng cơ bản | 0 Điểm | ............... |
| □ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương | 1 Điểm | ............... |
| □ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước | 3 Điểm | ............... |
| □ Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu | 5 Điểm | ............... |
| **6.5. Chất lượng của nguyên Iiệu/thành phần** | **3 Điểm** |  |
| □ Nguyên liệu/thành phần kém chất lượng, làm cho sản phẩm độc hại hoặc hủy hoại nguồn tài nguyên, bán có giới hạn hoặc không thể bán được trên thị trường | 0 Điểm | ............... |
| □ Vật liệu/thành phần có chất lượng trung bình, có thể bán được trên thị trường | 1 Điểm | ............... |
| □ Vật liệu chất lượng cao, làm cho sản phẩm đẹp mắt, bán được trên thị trường và xuất khẩu | 3 Điểm | ............... |
| □ Vật liệu chất lượng cao, làm cho sản phẩm đẹp mắt, bán được trên thị trường và xuất khẩu; có tiêu chuẩn nguyên liệu và minh chứng chất lượng, sử dụng | 5 Điểm | ............... |
| **6.6. Tính thực tiễn** | **5 Điểm** |  |
| □ Người tiêu dùng không biết làm thế nào để sử dụng nó / khó sử dụng | 0 Điểm | ............... |
| □ Sản phẩm có thể sử dụng, nhưng cần sử dụng thông tin / khó duy trì | 1 Điểm | ............... |
| □ Sản phẩm dễ sử dụng, duy trì/bảo trì | 3 Điểm | ............... |
| □ Sản phẩm dễ sử dụng, duy trì/bảo trì; dễ vận chuyển và hữu ích | 5 Điểm | ............... |
| **6.7. Độ tin cậy *(Khả năng thực hiện đúng tính năng, tác dụng)*** | **3 Điểm** |  |
| □ Trung bình | 0 Điểm | ............... |
| □ Tương đối tin cậy | 1 Điểm | ............... |
| □ Tin cậy cao | 2 Điểm | ............... |
| □ Rất tin cậy | 3 Điểm | ............... |
| **6.8. Tuổi thọ** | **2 Điểm** | ............... |
| *(Khả năng giữ được tính năng, tác dụng trong điều kiện hoạt động bình thường)* |  |  |
| □ Thấp | 0 Điểm | ............... |
| □ Trung bình, phù hợp với đặc điểm sản phẩm | 1 Điểm | ............... |
| □ Cao | 2 Điểm | ............... |
| **7. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU** | **5 Điểm** |  |
| □ Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực | 1 Điểm | ............... |
| □ Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực | 3 Điểm | ............... |
| □ Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...) | 5 Điểm | ............... |
| **Tổng Điểm phần C:…………………Điểm** |  |  |
|  |  |  |
| **Kết quả**  **Tổng Điểm (Phần A + B + C):……………………..Điểm**  **Xếp hạng: …………Sao** | | |

**Ý kiến của người đánh giá:**

|  |  |
| --- | --- |
|  | …….., ngày ... tháng ... năm 2019 **Người đánh giá** *(Ký và ghi rõ họ tên)* |