

20. Bộ sản phẩm: Tinh dầu và dược liệu khác
(Sản phẩm: Dược liệu. Nhóm: Dược dược khác)

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

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; hoặc không có Bản công bố sản phẩm (hoặc tương đương); hoặc không đáp ứng về Hồ sơ đăng ký theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	17
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>	
1.2. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, sơ chế	0
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Chế biến	2
<input type="checkbox"/> Chế biến sâu từ vùng nguyên liệu địa phương (tạo ra sản phẩm chất lượng cao theo nhu cầu của thị trường)	3
1.3. Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối <i>(Khả năng sản xuất đáp ứng nhu cầu về số lượng/quy mô của thị trường, so sánh với quy mô trung bình ở cùng đối tượng sản xuất tại địa phương về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)</i>	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	3
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0

<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	11
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
2.2. Đóng gói, bao bì sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, không có bao bì	0
<input type="checkbox"/> Đóng gói theo hình thức thông thường, bao bì đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp***	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng	3
2.3. Phong cách, ghi nhãn hàng hóa	3
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	2
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	3
2.4. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1

<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử, ... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (<i>Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm</i>)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm và có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) hoạt động thường xuyên) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương	
<i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG	5
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu	3
<input type="checkbox"/> Có hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm; tiêu chuẩn nguyên liệu; phiếu kiểm nghiệm theo tiêu chuẩn tại cơ quan kiểm nghiệm độc lập	5
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu không có Phiếu công bố sản phẩm theo quy định</i>	
7. CHỈ TIÊU CẢM QUAN <i>(Kiểm tra theo tiêu chuẩn công bố)</i>	3
<input type="checkbox"/> Không đạt	0
<input type="checkbox"/> Tương đối đạt	1
<input type="checkbox"/> Đạt	3
8. SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG, BẢO QUẢN	5
<input type="checkbox"/> Không tiện lợi	0
<input type="checkbox"/> Tương đối tiện lợi	1
<input type="checkbox"/> Tiện lợi	3
<input type="checkbox"/> Rất tiện lợi	5
9. HIỆU QUẢ SỬ DỤNG <i>(Sử dụng trực tiếp sản phẩm hoặc thông qua tài liệu chính thống/kết quả nghiên cứu, minh chứng người sử dụng)</i>	4
<input type="checkbox"/> Thấp, không rõ	0
<input type="checkbox"/> Có hiệu quả tương đối rõ	1
<input type="checkbox"/> Hiệu quả tốt	2
<input type="checkbox"/> Hiệu quả rất tốt	4
10. TÍNH AN TOÀN <i>(Theo hồ sơ nghiên cứu, thử nghiệm,...)</i>	3
<input type="checkbox"/> Tương đối an toàn	0
<input type="checkbox"/> An toàn	1
<input type="checkbox"/> Rất an toàn	3

11. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng (mùi thơm, màu sắc, chất lượng sử dụng...): Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	0
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	5
12. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích (ISO, HACCP, Halal, FDA...)	5
13. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm, tránh tác dụng phụ (nếu có)	2
14. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	2
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	3
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

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

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

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ đăng ký theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phân A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	19
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
1.2. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, chế tác giản đơn	1
<input type="checkbox"/> Chế tác/tạo dựng gắn với kỹ năng nghề truyền thống	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ phù hợp gắn với kỹ năng nghề truyền thống, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn	3
1.3. 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 về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	4
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	4
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0

<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
2.2. Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	3
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	4
2.3. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1

<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (<i>Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm</i>)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm và có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0

<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÁC CHỈ TIÊU	21
6.1. Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được	0
<input type="checkbox"/> Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được	1
<input type="checkbox"/> Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
<input type="checkbox"/> Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu*****	5
6.2. Thiết kế độc đáo	5
<input type="checkbox"/> Phong cách thiết kế phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường	3
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ địa phương***** <i>Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ</i>	5
6.3. Các yếu tố tích hợp lên giá trị của sản phẩm <i>(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt; kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)</i>	3
<input type="checkbox"/> Không thể hiện rõ nét về giá trị sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc	2
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc truyền thống, hình thành sản phẩm đặc trưng	3
6.4. Các tính năng của sản phẩm <i>(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)</i>	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm không có các tính năng cơ bản	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu	3
6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần	5
<input type="checkbox"/> Nguyên liệu/thành phần không rõ nguồn gốc, không bảo đảm an toàn theo quy định pháp luật hoặc vi phạm quy định về bảo vệ môi trường, khai thác tài nguyên.	0
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho người dân	3
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho người dân, có chứng chỉ quản lý vùng nguyên liệu bền vững	5
7. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM <i>Áp dụng bắt buộc đối với các sản phẩm phải công bố chất lượng theo quy định; khuyến khích các sản phẩm còn lại để nâng cao chất lượng sản phẩm.</i>	4
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm***	1

<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (trường hợp sản phẩm có quy chuẩn kỹ thuật quốc gia thì bắt buộc áp dụng) và áp dụng các tiêu chuẩn quốc gia	2
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế	4
<i>Ghi chú: Bản Tiêu chuẩn sản phẩm phải có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu an toàn thực phẩm</i>	
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm theo quy định***	1
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc gia (ISO, HACCP,...)****	3
<input type="checkbox"/> Cơ sở chế biến, đóng gói có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích (ISO, HACCP, Halal, FDA...)	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

22. Bộ sản phẩm: Vải, may mặc

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

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ đăng ký theo quy định

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A: SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18
1.1. Nguồn nguyên liệu	4
<input type="checkbox"/> Có sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh, nhưng có tỷ lệ dưới 50%***	1
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	2
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	4
1.2. Gia tăng giá trị	3
<input type="checkbox"/> Phân loại, chế tác giản đơn	1
<input type="checkbox"/> Chế tác/tạo dựng gắn với kỹ năng nghề truyền thống	2
<input type="checkbox"/> Ứng dụng công nghệ phù hợp gắn với kỹ năng nghề truyền thống, tạo ra sản phẩm tinh xảo, chất lượng cao hơn	3
1.3. 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 về sản lượng hoặc giá trị sản xuất)	3
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất mức độ nhỏ	1
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất trung bình	2
<input type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn	3
1.4. Liên kết chuỗi trong sản xuất	4
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có liên kết nhưng không rõ ràng	0
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết từ 50% đến dưới 75% sản lượng tiêu thụ	1
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ****	2
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết trên 75% sản lượng tiêu thụ và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên tính đến thời điểm đăng ký đánh giá, phân hạng OCOP*****	4
1.5. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất	3
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật và các quy định khác về bảo vệ môi trường****	1
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định	2
<input type="checkbox"/> Có Hồ sơ, thủ tục về môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường; hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3
1.6. Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0
<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1

2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4
2.2. Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	3
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	5
2.3. Ghi nhãn hàng hóa có sử dụng song ngữ (Việt - Anh hoặc ngôn ngữ nước ngoài khác)	1
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng)****	2

<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm và có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử *****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2

5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CÁC CHỈ TIÊU	24
6.1. Mức độ tinh xảo/sắc nét của sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không khéo léo/nhã nhặn, không thể bán được	0
<input type="checkbox"/> Khá khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được	1
<input type="checkbox"/> Khéo léo/nhã nhặn, có thể bán được, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
<input type="checkbox"/> Tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, có thể bán được trong các cửa hàng lớn và xuất khẩu*****	5
6.2. Thiết kế độc đáo <i>(Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, không lẫn với sản phẩm khác,...)</i>	5
<input type="checkbox"/> Phong cách thiết kế phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, nhưng là dạng thông thường	3
<input type="checkbox"/> Phong cách độc đáo riêng, thể hiện trí tuệ địa phương***** <i>Ghi chú: Nếu sản phẩm vi phạm sở hữu trí tuệ, sẽ bị loại bỏ</i>	5
6.3. Các yếu tố tích hợp lên giá trị của sản phẩm <i>(Kiểu dáng, hoa văn hài hòa, cân đối; màu sắc đều, đẹp mắt; kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững; kích thước, tỷ lệ phù hợp;...)</i>	5
<input type="checkbox"/> Không thể hiện rõ nét về giá trị sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp	1
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc	3
<input type="checkbox"/> Giá trị sản phẩm được tích hợp hài hòa, phù hợp các yếu tố văn hóa, dân tộc truyền thống, hình thành sản phẩm đặc trưng	5
6.4. Các tính năng của sản phẩm <i>(Giá trị sử dụng của sản phẩm: Tranh ảnh trang trí; túi đựng mỹ phẩm; lắc tay;...)</i>	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm không có các tính năng cơ bản	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường địa phương	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để bán ở thị trường trong nước	2
<input type="checkbox"/> Sản phẩm có đủ các tính năng cơ bản để xuất khẩu	4
6.5. Chất lượng của nguyên liệu/thành phần	5
<input type="checkbox"/> Nguyên liệu/thành phần không rõ nguồn gốc, không bảo đảm an toàn theo quy định pháp luật hoặc vi phạm quy định về bảo vệ môi trường, khai thác tài nguyên	0
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc	3
<input type="checkbox"/> Vật liệu/nguyên liệu xanh, thân thiện môi trường, có giá trị bảo tồn đa dạng sinh học, cải thiện sinh kế cho đồng bào dân tộc, có chứng chỉ quản lý vùng nguyên liệu bền vững	5
7. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	3
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định (trường hợp sản phẩm có quy chuẩn kỹ thuật quốc gia thì bắt buộc áp dụng) và áp dụng các tiêu chuẩn quốc gia	2
<input type="checkbox"/> Có công bố chất lượng sản phẩm theo quy định và áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế	3

8. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	3
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để sử dụng đúng tính năng của sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để sử dụng đúng tính năng của sản phẩm, phát huy các giá trị văn hóa, chất lượng sản phẩm	3
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng..</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)

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

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giả mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ đăng ký theo quy định

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

<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Bao bì, ghi nhãn sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Có nhãn, ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, theo đúng quy định***	1
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	3
<input type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ, đúng quy định, đẹp và thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu) và có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng)****	2

<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối***	2
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp xã, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối****	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng) hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và tài liệu minh chứng thực hiện hợp đồng, đường dẫn gian hàng điện tử) *****	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm và có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chi áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương <i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5

<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	14
6.1. Kích thước, hình dạng bề ngoài	5
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	5
6.2. Màu sắc	5
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm****	3
<input type="checkbox"/> Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm*****	5
6.3. Thiết kế sản phẩm (bao gói, chậu trồng,...)	4
<input type="checkbox"/> Thiết kế sản phẩm đơn giản, phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Thiết kế đẹp, phù hợp với sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Thiết kế ấn tượng, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường	4
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng (màu sắc, mùi thơm,...): Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	8
<input type="checkbox"/> Trung bình	2
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	4
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	6
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	8
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	4
9. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	4
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để kéo dài thời gian, duy trì chất lượng sản phẩm	4
10. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

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

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

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

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ đăng ký theo quy định

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

2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý hoặc sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	5
2.2. Phong cách, ghi nhãn sản phẩm (tem, nhãn gắn trên sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh về sản phẩm đầy đủ***	1
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	3
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, ấn tượng, thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu), có mã truy xuất nguồn gốc điện tử*****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá*****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng)*****	2

<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài thị trường cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp tỉnh	4
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và minh chứng thực hiện hợp đồng)	5
4.2. Tổ chức phân phối (<i>Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm</i>)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm và có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương	5
<i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	17
6.1. Hình dáng so với loại sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, ấn tượng	3
<input type="checkbox"/> Rất đẹp và ấn tượng*****	5
6.2. Màu sắc	4
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm	4
6.3. Kiểu dáng, tạo hình, mỹ thuật	5
<input type="checkbox"/> Tạo hình, kiểu dáng trung bình	1
<input type="checkbox"/> Tạo hình, kiểu dáng khéo léo/đẹp mắt	2
<input type="checkbox"/> Tạo hình, kiểu dáng khéo léo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật	3
<input type="checkbox"/> Tạo hình tinh xảo, có giá trị mỹ thuật, kỹ thuật, thể hiện thông điệp truyền tải*****	5
6.4. Thiết kế sản phẩm (chậu trồng, phụ kiện kèm theo...)	3
<input type="checkbox"/> Thiết kế sản phẩm đơn giản, phổ biến	1
<input type="checkbox"/> Thiết kế đẹp, phù hợp với sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Thiết kế ấn tượng, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường	3
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO	9
<i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	
<input type="checkbox"/> Trung bình	2
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	4
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	6
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	9
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	4
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	4
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

.....
.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

25. Bộ sản phẩm: Động vật cảnh
(Sản phẩm: Sinh vật cảnh)

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Hồ sơ bị loại khi: Giá mạo hồ sơ hoặc không đáp ứng quy định Hồ sơ đăng ký theo quy định

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

<input type="checkbox"/> Có áp dụng công nghệ theo hướng bền vững môi trường (công nghệ tiết kiệm nguyên liệu, nhiên liệu; hoạt động xử lý/tái chế chất thải; tận thu tái sử dụng, tái chế phụ phẩm nông nghiệp,...)	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	9
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố	0
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất phổ biến ở nhiều tỉnh, thành phố nhưng có chất lượng nổi trội, khác biệt do điều kiện về nguyên liệu, kỹ thuật truyền thống	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm được sản xuất ở nhiều nơi trên địa bàn, là sản phẩm đặc trưng của tỉnh, có chất lượng nổi trội/sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của xã, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý ****	5
2.2. Phong cách, ghi nhãn sản phẩm (tem, nhãn gắn trên sản phẩm)	4
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh về sản phẩm đầy đủ***	1
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu)	3
<input type="checkbox"/> Thông tin/thuyết minh đầy đủ, ấn tượng, thể hiện được thông điệp câu chuyện sản phẩm (hình ảnh hoặc lời giới thiệu), có mã truy xuất nguồn gốc điện tử****	4
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	3
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	2
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng)****	2

<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng trên bao bì, nhãn của sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B: KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	13
4.1. Khu vực phân phối chính	5
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài thị trường cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Thị trường trong địa bàn cấp tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Thị trường ngoài địa bàn cấp tỉnh	4
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng và minh chứng thực hiện hợp đồng)	5
4.2. Tổ chức phân phối (Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	3
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	2
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	3
4.3. Quảng bá sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có 03 hoạt động quảng bá sản phẩm trở xuống	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm trong tỉnh	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm, có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hơn 03 hoạt động quảng bá sản phẩm và có website của cơ sở (hoặc quảng bá trên mạng xã hội hoạt động thường xuyên) và có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, hội chợ, triển lãm ngoài tỉnh và quốc tế	5
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12
5.1. Câu chuyện sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa và thể hiện trên tờ rơi	2
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi và website (dưới dạng hình ảnh, clip,...)	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm được tư liệu hóa, thể hiện trên tờ rơi, website (dưới dạng hình ảnh, clip,...) và đưa vào nội dung truy xuất nguồn gốc điện tử ****	5
5.2. Cấu trúc câu chuyện sản phẩm	2
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện sản phẩm</i>	
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích	1
<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có văn phong kể chuyện	2
5.3. Trí tuệ/bản sắc địa phương	
<i>Yêu cầu: Nội dung câu chuyện sản phẩm OCOP phải thể hiện rõ nguồn gốc, tài nguyên bản địa, văn hóa, bản sắc địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục.</i>	5
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm của chủ thể khác, hoặc sản phẩm khác của cùng chủ thể	0

<input type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ sản phẩm***	1
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương và giá trị đặc trưng của sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Nội dung câu chuyện mang sắc thái truyền thống, văn hóa địa phương, giá trị đặc trưng của sản phẩm, có tính truyền cảm và thuyết phục	5
Phần C: CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	15
6.1. Hình dáng so với loại sản phẩm	5
<input type="checkbox"/> Trung bình	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, ấn tượng	3
<input type="checkbox"/> Rất đẹp và ấn tượng*****	5
6.2. Màu sắc	5
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Đẹp, bắt mắt so với đặc tính sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Rất đẹp, bắt mắt và ấn tượng so với đặc tính sản phẩm	5
6.3. Kích thước, hình dạng bề ngoài	5
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	3
<input type="checkbox"/> Đồng đều****	5
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO <i>Chất lượng: Có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương</i>	10
<input type="checkbox"/> Trung bình	2
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	5
<input type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng****	7
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng*****	10
8. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định***	5
9. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	5
<i>Ghi chú: Đánh giá dựa trên các hợp đồng xuất khẩu đã thực hiện, hoặc các chứng nhận chất lượng đã được cấp, hoặc các thông tin về đánh giá thị trường, kết quả xúc tiến thương mại ở các thị trường tiềm năng.</i>	
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á	1
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á	3
<input type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)	5
TỔNG CỘNG	100

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

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
(Ký và ghi rõ họ tên)

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

Tên sản phẩm:

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

T: Mã tỉnh- X: Mã xã- STT: Số Thứ tự sản phẩm do xã lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 19/2025/QĐ-TTg ngày 30/6/2025

Tên chủ thể sản xuất:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

Các tiêu chí	Thang điểm
Phần A	40
SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG (35 Điểm)	
1. TỔ CHỨC DỊCH VỤ CỘNG ĐỒNG	14
1.1. Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	3
<input type="checkbox"/> Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ	1
<input type="checkbox"/> Có Bộ phận điều phối quản lý và điều hành dịch vụ, có kế hoạch và tổ chức triển khai kế hoạch quản lý, điều hành	3
1.2. Cơ chế quản lý/quy định	5
<input type="checkbox"/> Có cơ chế/quy định quản lý hoạt động dịch vụ	1
<input type="checkbox"/> Có cơ chế quản lý/quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng	3
<input type="checkbox"/> Có cơ chế quản lý/quy định quản lý hoạt động dịch vụ được phân nhiệm rõ ràng trên cơ sở người dân địa phương tham gia quản lý và vận hành và hưởng lợi (trực tiếp/gián tiếp)	5
1.3. Bảo vệ môi trường trong cộng đồng làm du lịch/điểm du lịch	4
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể về bảo vệ môi trường (thu gom rác thải, nước thải sinh hoạt...)	1
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và trang bị hạ tầng kỹ thuật chung về bảo vệ môi trường	2
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường	3
<input type="checkbox"/> Có giải pháp cụ thể và có trang bị hạ tầng kỹ thuật bảo vệ môi trường và triển khai mô hình cộng đồng tự quản về môi trường, đạt chuẩn tiêu chí về môi trường trong xây dựng NTM hoặc có đánh giá tác động môi trường theo quy định hiện hành	4
1.4. Sử dụng năng lượng tiết kiệm	2
<input type="checkbox"/> Có giải pháp tiết kiệm năng lượng (bảng hoạt động cụ thể)	1
<input type="checkbox"/> Có giải pháp tiết kiệm, thu hồi năng lượng, tái sử dụng năng lượng, nguyên liệu tại địa phương và sử dụng công nghệ thân thiện với môi trường	2
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	12
2.1. Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm dịch vụ du lịch	5
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên sản phẩm của nơi khác, có dựa trên lợi thế và đặc trưng của địa phương	1
<input type="checkbox"/> Phát triển dựa trên ý tưởng của mình, không trùng lặp với các sản phẩm du lịch khác	3
<input type="checkbox"/> Có tính độc đáo, khác biệt và có gắn kết các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương vào sản phẩm du lịch	5
2.2. Tổ chức dịch vụ theo thị trường mục tiêu	2
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch phát triển thị trường mục tiêu	1
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch và có các sản phẩm dịch vụ du lịch phù hợp với thị trường mục tiêu.	2
2.3. Bảo vệ, bảo tồn các di sản văn hóa, thiên nhiên, đa dạng sinh học liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	5
<input type="checkbox"/> Có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	1

<input type="checkbox"/> Có Chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	3
<input type="checkbox"/> Có Chương trình/kế hoạch chung của cộng đồng, cả cộng đồng đều có hoạt động bảo vệ và bảo tồn các di sản văn hóa/thiên nhiên, hệ sinh thái, đa dạng sinh học	5
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	14
3.1. Loại hình tổ chức sản xuất - kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hộ sản xuất/hộ gia đình có đăng ký kinh doanh; hoặc trang trại; hoặc tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh theo quy định)	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH; hoặc doanh nghiệp tư nhân; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương <51%	2
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo đúng quy định của pháp luật; hoặc công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng người địa phương $\geq 51\%$; hoặc các đối tượng còn lại	3
3.2. Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc người khuyết tật	1
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải nữ, không phải là đồng bào dân tộc thiểu số, không phải là người khuyết tật	0
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ; hoặc là đồng bào dân tộc thiểu số; hoặc là người khuyết tật	1
3.3. Sử dụng lao động địa phương	4
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 25% đến dưới 50% lao động là người trên địa bàn cấp xã	1
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp xã	2
<input type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp xã	4
3.4. Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	3
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình hoặc năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề; các loại hình khác: Năm trước liền kề năm đánh giá có lợi nhuận cao hơn so với năm trước liền kề.	1
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá trở lên hoặc có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá; các loại hình khác: Có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận tính từ năm trước liền kề năm đánh giá****	3
3.5. Sở hữu trí tuệ	3
<input type="checkbox"/> Đơn đăng ký nhãn hiệu đã được cơ quan có thẩm quyền chấp nhận hoặc công bố (đã qua vòng thẩm định hình thức)***	1
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng đối với dịch vụ du lịch được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>)****	2
<input type="checkbox"/> Các nhãn hiệu sử dụng đối với dịch vụ du lịch được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu và có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>trường hợp sản phẩm đã được nhà nước bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận thì phải có văn bản ghi nhận quyền sử dụng</i>) và có Bằng độc quyền kiểu dáng công nghiệp, hoặc Bằng sáng chế, hoặc Bằng độc quyền giải pháp hữu ích, hoặc Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả (trừ Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả đối với nhãn hiệu).	3
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25
4. TIẾP THỊ	17
4.1. Liên kết chuỗi giá trị trong quảng bá sản phẩm du lịch	5
<input type="checkbox"/> Có đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm	1
<input type="checkbox"/> Có ≥ 3 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	3
<input type="checkbox"/> Có ≥ 5 đại diện/đại lý quảng bá sản phẩm trong và ngoài tỉnh	5
4.2 Liên kết vùng và chuỗi giá trị trong sản phẩm dịch vụ du lịch	3
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong tỉnh để hình thành sản phẩm du lịch	1

<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong và ngoài tỉnh để hình thành sản phẩm du lịch	2
<input type="checkbox"/> Có liên kết với các điểm dịch vụ du lịch khác trong, ngoài tỉnh và quốc tế để hình thành sản phẩm du lịch	3
4.3. Tổ chức quảng bá, bán hàng	2
<i>(Gồm: Tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)</i>	
<input type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý quảng bá, phân phối sản phẩm du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý quảng bá, phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý/phân phối sản phẩm du lịch	2
4.4. Quảng bá sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng kênh đặt dịch vụ trực tuyến (online)	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có trang thông tin điện tử (website) giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng kênh đặt dịch vụ trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...)	3
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá quốc tế, có trang thông tin điện tử (website) bằng tiếng nước ngoài giới thiệu về điểm, cộng đồng du lịch, có sử dụng kênh đặt dịch vụ trực tuyến (online) trong nước và quốc tế uy tín (Booking, Agoda, NPB, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...) có hoạt động quảng bá quốc tế	4
4.5. Bộ nhận diện quảng bá sản phẩm	3
<input type="checkbox"/> Có tờ rơi quảng bá về dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), có thông tin quảng bá về dịch vụ du lịch trên các ấn phẩm	2
<input type="checkbox"/> Có phim ngắn (video clip), tranh ảnh áp-phích (poster), có thông tin quảng bá về dịch vụ du lịch trên các ấn phẩm được thể hiện bằng tiếng Việt và ít nhất 01 tiếng nước ngoài phù hợp.	3
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	8
5.1. Câu chuyện sản phẩm	4
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang/câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang hoặc câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương	2
<input type="checkbox"/> Có Cẩm nang hoặc câu chuyện liên quan đến sản phẩm dịch vụ du lịch có tính riêng, đặc sắc, thể hiện trí tuệ bản sắc địa phương và được thể hiện bằng tiếng nước ngoài phù hợp	4
5.2. Trình bày câu chuyện sản phẩm	2
<input type="checkbox"/> Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm cung cấp dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Cẩm nang/câu chuyện được tư liệu hóa và trình bày tại điểm du lịch trong và ngoài tỉnh.	2
5.3. Sản phẩm dịch vụ du lịch trên địa bàn đạt chuẩn nông thôn mới	2
<input type="checkbox"/> Dịch vụ du lịch do cộng đồng cung cấp/ Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp chưa được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới hoặc không thuộc khu vực nông thôn.	1
<input type="checkbox"/> Dịch vụ du lịch do cộng đồng cung cấp/ Điểm du lịch trên địa bàn xã hoặc thôn, bản, ấp đã được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới	2
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35
6. Vị trí	3
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận	1
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề khu vực có lợi thế phát triển du lịch	2
<input type="checkbox"/> Thuận lợi, dễ tiếp cận, liền kề và có kết nối với khu vực/địa điểm có lợi thế phát triển du lịch khác.	3
7. Kiến trúc và cảnh quan môi trường	3
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp	1

<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc;	2
<input type="checkbox"/> Cảnh quan môi trường sạch đẹp, kiến trúc mang đặc trưng vùng miền, có tính dân tộc; xã/thôn đạt tiêu chí sáng - xanh - sạch đẹp trong xây dựng nông thôn mới	3
8. Đáp ứng điều kiện kinh doanh dịch vụ	3
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Dịch vụ du lịch do cộng đồng cung cấp	
<input type="checkbox"/> Các cơ sở cung cấp dịch vụ đáp ứng đủ yêu cầu về đăng ký kinh doanh và điều kiện kinh doanh theo quy định của pháp luật	1
<input type="checkbox"/> Các cơ sở cung cấp dịch vụ đáp ứng đủ yêu cầu về đăng ký kinh doanh và điều kiện kinh doanh và có cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch theo Luật Du lịch	3
b. Trường hợp 2: Điểm dịch vụ du lịch	
<input type="checkbox"/> Đáp ứng đủ điều kiện về đăng ký kinh doanh và điều kiện kinh doanh theo quy định của pháp luật	1
<input type="checkbox"/> Đáp ứng đủ điều kiện về đăng ký kinh doanh và điều kiện kinh doanh theo quy định của pháp luật và được công nhận điểm du lịch hoặc có cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch đạt tiêu chuẩn phục vụ khách du lịch theo Luật Du lịch	3
9. Đảm bảo an toàn và an ninh trật tự	2
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Dịch vụ du lịch do cộng đồng cung cấp	
<input type="checkbox"/> Các cơ sở cung ứng dịch vụ đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	1
<input type="checkbox"/> Các cơ sở cung ứng dịch vụ đáp ứng yêu cầu (1) và có thực hiện hướng dẫn, tập huấn thường xuyên/định kỳ cho nhân viên	2
b. Trường hợp 2: Dịch vụ du lịch do tổ chức, cá nhân cung cấp	
<input type="checkbox"/> Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật	1
<input type="checkbox"/> Đáp ứng điều kiện về an ninh, trật tự, an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường, an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật và có thực hiện hướng dẫn, tập huấn thường xuyên/định kỳ cho nhân viên	2
10. Tính hoàn thiện của quá trình dịch vụ	3
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống địa phương	1
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ.	2
<input type="checkbox"/> Có điểm trưng bày, giới thiệu và bán sản phẩm truyền thống và sản phẩm OCOP của địa phương, có tài liệu giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ, địa điểm bán có hạ tầng (bãi đỗ, nhà vệ sinh, khu giới thiệu về dịch vụ) được bố trí hài hòa.	3
11. Hoạt động trải nghiệm	2
<input type="checkbox"/> Có hoạt động trải nghiệm	1
<input type="checkbox"/> Có mô hình hoạt động trải nghiệm	2
12. Quản lý và nhân viên	3
<input type="checkbox"/> Có dưới 50% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã được đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	1
<input type="checkbox"/> Có từ 50 - 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ	2
<input type="checkbox"/> Trên 75% lao động tham gia quản lý và nhân viên đã qua đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ; có nhân viên tiếp đón thành thạo ít nhất 1 ngoại ngữ	3
13. Chất lượng sản phẩm dịch vụ du lịch	4
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn	1
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao	2

<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm dịch vụ du lịch phong phú, hấp dẫn, an toàn, chất lượng cao, mang đặc sắc vùng miền và được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4
14. Chất lượng phục vụ	4
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo	1
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao	2
<input type="checkbox"/> Thái độ phục vụ thân thiện, nhanh nhẹn, chu đáo, được du khách đánh giá cao qua phiếu đánh giá, bình chọn của khách hàng trên các trang điện tử dịch vụ lữ hành, du lịch uy tín (Booking, Agoda, TripAdvisor, Traveloka, iVivu...).	4
15. Tiện nghi	3
<i>Lựa chọn một trong hai trường hợp sau:</i>	
a. Trường hợp 1: Dịch vụ du lịch do cộng đồng cung cấp	
<input type="checkbox"/> Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Hạ tầng giao thông nội bộ thuận tiện, điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, xã/thôn có các tiêu chí (giao thông, điện, nước, vệ sinh môi trường, an toàn thực phẩm) đạt chuẩn nông thôn mới.	3
b. Trường hợp 2: Dịch vụ du lịch do tổ chức, cá nhân cung cấp	
<input type="checkbox"/> Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ	1
<input type="checkbox"/> Có hệ thống điện, nước sạch, khu vệ sinh, dịch vụ internet đầy đủ, đảm bảo chất lượng và khách đánh giá cao.	3
16. Hoạt động thu hút khách du lịch	3
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch	1
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng ít nhất 2 lần/năm	2
<input type="checkbox"/> Có cung cấp, tổ chức hoạt động trình diễn lễ hội, văn hóa tại điểm dịch vụ du lịch và mang tính cộng đồng, đặc sắc văn hóa dân tộc, vùng miền ít nhất 2 lần/năm	3
17. Hàng hóa dịch vụ (ăn uống, đồ lưu niệm...)	2
<input type="checkbox"/> Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương	1
<input type="checkbox"/> Hàng hóa dịch vụ có nguồn gốc rõ ràng, có tiêu chuẩn chất lượng phù hợp mang tính đặc sản địa phương, và bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, có sản phẩm OCOP được bày, bán	2
TỔNG CỘNG	100

Ý kiến của người đánh giá:

.....

..., ngày ... tháng ... năm ...

Người đánh giá
 (Ký và ghi rõ họ tên)