

PHIẾU TỰ CHẤM ĐIỂM
Bộ sản phẩm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc
 (Sản phẩm: Thực phẩm. Nhóm thực phẩm chế biến)

Tên sản phẩm: Hủ tiêu Sa Đéc Kim Hồng

Mã số sản phẩm.

T: mã tỉnh – H: mã huyện – STT: số thứ tự sản phẩm do huyện lập thống kê - Năm đánh giá. Mã đơn vị hành chính theo Quyết định số 124/2004/QĐ-TTg ngày 08 tháng 7 năm 2004

- Tên chủ thể sản xuất: **HỘ KINH DOANH TRƯỞNG VĨNH TÁ**

- Họ tên người đại diện pháp lý:

- Số điện thoại: 0977.399.995

- Địa chỉ: Số 255/A tổ 12, ấp 2, xã Mỹ Ngãi, thành phố Cao Lãnh, Đồng Tháp

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

Các Tiêu chí	Thang điểm (Điểm)	Tự chấm
Phần A SẢN PHẨM VÀ SỨC MẠNH CỦA CỘNG ĐỒNG (40 Điểm)	40	30
1. TỔ CHỨC SẢN XUẤT	18	17
a) Nguồn nguyên liệu	5	5
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh dưới 50%***	1	
<input type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 50% đến dưới 75%	3	
<input checked="" type="checkbox"/> Sử dụng nguyên liệu có nguồn gốc trong tỉnh từ 75% đến 100%	5	5
<i>Ghi chú: Bị loại nếu sử dụng toàn bộ nguyên liệu nhập khẩu hoặc không rõ nguồn gốc</i>		
b) Gia tăng giá trị	3	3
<input type="checkbox"/> Chế biến đơn giản	1	
<input type="checkbox"/> Chế biến	2	2
<input checked="" 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	3
c) Năng lực sản xuất để đáp ứng yêu cầu phân phối	3	3

(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)		
<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 ***		
<input checked="" type="checkbox"/> Có năng lực, quy mô sản xuất lớn, có thể đáp ứng thị trường xuất khẩu *****	3	3
d) Liên kết chuỗi trong sản xuất	3	3
<input type="checkbox"/> Không có liên kết hoặc có nhưng không rõ ràng	0	
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất từ 50% đến dưới 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến	1	
<input type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến ***	2	
<input checked="" type="checkbox"/> Có hợp đồng liên kết sản xuất trên 75% sản lượng nguyên liệu đầu vào cho chế biến và tổ chức thực hiện hợp đồng ổn định từ 12 tháng trở lên *****	3	3
đ) Bảo vệ môi trường trong sản xuất	3	2
<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 checked="" 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	2
<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 và hồ sơ minh chứng về công trình thu gom và xử lý chất thải theo quy định và hồ sơ minh chứng về sử dụng bao gói thân thiện với môi trường	3	
e) Sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	1	1
<input type="checkbox"/> Không sử dụng công nghệ theo hướng bền vững trong sản xuất	0	
<input checked="" type="checkbox"/> Có sử 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	1
2. PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	10	7
a) Nguồn gốc ý tưởng sản phẩm	4	3
<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 checked="" 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	3
<input type="checkbox"/> Sản phẩm là đặc sản, truyền thống, chỉ sản xuất trên địa bàn của huyện, có chất lượng đặc sắc, thương mại gắn với chỉ dẫn nguồn gốc địa lý/ sản phẩm mới được chế biến từ nguyên liệu đặc trưng của địa phương, được thương mại ổn định ít nhất 36 tháng ****	4	
<i>Ghi chú: Bị loại nếu phát hiện giống hệt sản phẩm của nhà sản xuất khác, chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất.</i>		
b) Đóng gói, bao bì sản phẩm	3	2
<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 checked="" type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, bao bì đẹp	2	2
<input type="checkbox"/> Đóng gói sáng tạo, tiện lợi, bao bì đẹp, sang trọng *****	3	
c) Phong cách ghi nhãn hàng hóa	3	3
(Gồm: hình ảnh, màu sắc ghi trên nhãn sản phẩm,...)		
<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 theo đúng quy định, thể hiện được thông điệp/ câu chuyện sản phẩm	2	
<input checked="" type="checkbox"/> Ghi nhãn hàng hóa đầy đủ theo đúng quy định, đẹp, thể hiện được thông điệp/ câu chuyện sản phẩm, có truy xuất nguồn gốc điện tử ****	3	3
3. SỨC MẠNH CỘNG ĐỒNG	12	6
a) Loại hình tổ chức sản xuất – kinh doanh	3	1
<input checked="" type="checkbox"/> Hộ gia đình có đăng ký kinh doanh, trang trại, tổ hợp tác (có giấy đăng ký kinh doanh của tổ trưởng), Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) 1 thành viên, doanh nghiệp tư nhân (DNTN)	1	1
<input type="checkbox"/> Công ty TNHH 2 thành viên trở lên, Công ty cổ phần có góp vốn của cộng đồng địa phương < 51%	2	
<input type="checkbox"/> HTX tổ chức, hoạt động theo Luật HTX 2012 hoặc Công ty cổ phần có vốn góp của cộng đồng địa phương >51%	3	
b) Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1	
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể không phải là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	0	
<input type="checkbox"/> Đại diện pháp luật của chủ thể là nữ/đồng bào dân tộc thiểu số	1	1

c) Sử dụng lao động địa phương	3	3
<input type="checkbox"/> Có sử dụng từ 50% đến 75% lao động là người trên địa bàn cấp huyện	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có sử dụng $\geq 75\%$ lao động là người trên địa bàn cấp huyện	3	3
d) Tăng trưởng sản xuất kinh doanh	2	
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại trung bình, các loại hình khác có lợi nhuận tăng trưởng dương so với năm trước liền kề	1	
<input type="checkbox"/> Hợp tác xã xếp loại khá, các loại hình khác có 02 năm liên tiếp tăng trưởng dương về lợi nhuận *****	2	
đ) Kế toán	1	1
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kế toán heo quy định	0	
<input checked="" type="checkbox"/> Có tổ chức công tác kế toán theo quy định	1	1
e) Sở hữu trí tuệ *****	2	1
<input checked="" type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký	1	1
<input type="checkbox"/> Nhãn hiệu sử dụng trên sản phẩm của chủ thể được cấp giấy chứng nhận đăng ký; và sản phẩm có sử dụng dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lý gắn với cộng đồng địa phương (<i>đối với những sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể thì bắt buộc phải sử dụng</i>)	2	
Phần B KHẢ NĂNG TIẾP THỊ (25 Điểm)	25	13
4. TIẾP THỊ	13	6
a) Khu vực phân phối chính	5	3
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện	1	
<input type="checkbox"/> Thị trường trong huyện, có dưới 5 đại diện/đại lý phân phối	2	
<input checked="" type="checkbox"/> Thị trường trong huyện, có ≥ 5 đại diện/đại lý phân phối	3	3
<input type="checkbox"/> Thị trường quốc tế (có hợp đồng); hoặc phân phối tại các kênh thương mại hiện đại: siêu thị, thương mại điện tử,... (có hợp đồng và vận hành ổn định ít nhất 6 tháng)	5	
b) Tổ chức phân phối (Gồm: tổ chức kinh doanh, phân phối sản phẩm)	4	1
<input type="checkbox"/> Không có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	0	
<input checked="" type="checkbox"/> Có người chịu trách nhiệm quản lý phân phối	1	1
<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối	3	

<input type="checkbox"/> Có bộ phận/phòng quản lý phân phối, có ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý	4	
c) Quảng bá sản phẩm	4	2
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động quảng bá	0	
<input type="checkbox"/> Có một số hoạt động quảng bá	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại trong tỉnh	2	2
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh	3	
<input type="checkbox"/> Có nhiều hoạt động quảng bá, có website của cơ sở/quảng bá trên mạng xã hội thường xuyên, có tham gia hoạt động xúc tiến thương mại ngoài tỉnh và quốc tế	4	
5. CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM	12	7
a) Câu chuyện về sản phẩm	5	3
<input type="checkbox"/> Không có câu chuyện, hoặc có nhưng không được tư liệu hóa	0	
<input type="checkbox"/> Có tài liệu giới thiệu về sản phẩm	1	
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa (có cốt chuyện, nội dung cụ thể)	2	
<input checked="" type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn, tờ rời	3	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn, tờ rời và website	4	
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện được tư liệu hóa, trình bày trên nhãn, tờ rời và website dưới dạng hình ảnh, clip,....	5	
b) Trí tuệ/bản sắc địa phương	5	3
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện, đánh giá nội dung câu chuyện</i>		
<input type="checkbox"/> Giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác	0	
<input type="checkbox"/> Tương đối giống với câu chuyện sản phẩm ở nơi khác, có thay đổi một số yếu tố	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có câu chuyện riêng, gắn với nguồn gốc xuất xứ ***	3	3
<input type="checkbox"/> Có câu chuyện sản phẩm đặc sắc, mang sắc thái truyền thống, văn hóa và trí tuệ/bản sắc địa phương ****	5	
c) Cấu trúc câu chuyện	2	1
<i>Chỉ áp dụng khi có câu chuyện</i>		
<input type="checkbox"/> Đơn giản	0	
<input checked="" type="checkbox"/> Có đầy đủ yếu tố của câu chuyện sản phẩm	1	1

<input type="checkbox"/> Ngắn gọn, xúc tích và có các thông điệp đặc sắc về sản phẩm/văn hóa/trí tuệ/bản sắc địa phương *****	2	
Phần C CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (35 Điểm)	35	25
6. CHỈ TIÊU CẢM QUAN	16	13
a) Tạp chất	2	2
<input type="checkbox"/> Có tạp chất	0	
<input type="checkbox"/> Có rất ít tạp chất, chấp nhận được	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Sạch, không phát hiện tạp chất *****	2	2
<i>Ghi chú: Nếu có tạp chất không chấp nhận được (các tạp chất có nguy cơ không đạt ATTP) như: đất, côn trùng, long, len, mốc, nguy hại,... sẽ không đánh giá các bước tiếp theo.</i>		
b) Ngoại hình	3	3
<input type="checkbox"/> Không đồng đều	0	
<input type="checkbox"/> Không đồng đều, chấp nhận được	1	
<input type="checkbox"/> Tương đối đồng đều	2	
<input checked="" type="checkbox"/> Đồng đều	3	3
c) Màu sắc	3	3
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	0	
<input type="checkbox"/> Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm	1	
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc tính sản phẩm	2	
<input checked="" type="checkbox"/> Rất phù hợp với đặc tính sản phẩm	3	3
d) Mùi	3	2
<input type="checkbox"/> Có mùi lạ (như khét)	0	
<input type="checkbox"/> Có mùi chấp nhận được	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm***	2	2
Mùi phù hợp đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn *****	3	
e) Vị	5	3
<input type="checkbox"/> Vị khác thường	0	
<input type="checkbox"/> Chấp nhận được	1	

<input checked="" type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm ***	3	3
<input type="checkbox"/> Phù hợp với đặc trưng của sản phẩm, hấp dẫn ****	5	
7. TÍNH ĐỘC ĐÁO (Chất lượng: có nét riêng, khác biệt, có dấu hiệu nhận biết rõ ràng so với sản phẩm khác, tiềm năng thành thương hiệu của địa phương)	5	3
<input type="checkbox"/> Trung bình	0	
<input type="checkbox"/> Tương đối độc đáo	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Độc đáo, mang tính đặc trưng ****	3	3
<input type="checkbox"/> Rất độc đáo và có tính đặc trưng *****	5	
8. CÔNG BỐ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, KIỂM TRA ĐỊNH KỲ	4	4
a) Công bố chất lượng sản phẩm theo quy định	2	2
(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)		
<input type="checkbox"/> Không có bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng	0	
<input type="checkbox"/> Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định ***	2	2
Ghi chú: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP		
b) Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (Phiếu kiểm nghiệm định kỳ ATTP)	2	2
<input type="checkbox"/> Có nhưng không đạt	0	
<input type="checkbox"/> Có đạt nhưng không đủ	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định	2	2
9. ĐẢM BẢO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM	5	2
<input type="checkbox"/> Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm	0	
<input type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định ***	2	2
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng tiên tiến (ISO/GMP/HACCP...) ****	3	
<input type="checkbox"/> Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện cho ATTP xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường	5	

đích *****		
<i>Ghi chú: Không đánh giá các bước tiếp theo nếu Giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP (hoặc tương đương) không phù hợp theo quy định</i>		
10. HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG ĐỂ ĐẢM BẢO SẢN PHẨM CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT NHẤT CHO NGƯỜI TIÊU DÙNG	2	2
<input type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản	1	
<input checked="" type="checkbox"/> Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm *****	2	2
11. CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG TOÀN CẦU	3	1
<input checked="" type="checkbox"/> Có thể xuất khẩu đến thị trường Đông Nam Á	1	1
Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài Đông Nam Á	2	
Có thể xuất khẩu các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU,..)	3	
TỔNG CỘNG: Phần (A + B + C): (30+ 13 + 25) = 68 điểm	100	
Xếp hạng: 3 sao		


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

Ý kiến người đánh giá:

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

Tp. Cao Lãnh, ngày 24 tháng 7 năm 2023

Người đánh giá



Trương Vĩnh Tá