

**ỦY BAN NHÂN DÂN
THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

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

Số: **5782** /QĐ-UBND

Hà Nội, ngày **07** tháng **11** năm 2014

QUYẾT ĐỊNH

Về việc ban hành “Bộ tiêu chí xếp hạng sản phẩm OVOP Hà Nội” thuộc Chương trình xúc tiến thương mại “Mỗi làng một sản phẩm” để phục vụ xuất khẩu và tiêu thụ nội địa giai đoạn 2012-2015.

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Căn cứ Luật Tổ chức HĐND và UBND ngày 26/11/2003;

Căn cứ Luật Thương mại ngày 14/6/2005;

Căn cứ Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn;

Căn cứ Thông tư số 88/2011/TT-BTC hướng dẫn cơ chế tài chính hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia.

Căn cứ Quyết định số 51/2005/QĐ-UB ngày 20/4/2005 của UBND Thành phố về việc thành lập Quỹ Xúc tiến thương mại Thành phố Hà Nội và ban hành Quy chế hoạt động và điều hành Quỹ Xúc tiến thương mại Thành phố Hà Nội.

Căn cứ Quyết định số 554/QĐ-UBND ngày 27/1/2011 của UBND Thành phố Hà Nội về việc phê duyệt Đề án Bảo tồn và phát triển nghề, làng nghề Hà Nội giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2020;

Căn cứ Nghị định số 45/2012/NĐ-CP ngày 21/5/2012 của Chính phủ về khuyến công;

Căn cứ Quyết định số 14/QĐ-UBND ngày 02/1/2013 của UBND thành phố Hà Nội về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển nghề, làng nghề thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn 2030;

Theo đề nghị của Giám đốc Sở Công Thương tại Tờ trình số 3777/TTr-SCT ngày 29/8/2014,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Ban hành kèm theo Quyết định này Bộ tiêu chí xếp hạng sản phẩm OVOP Hà Nội thuộc Chương trình xúc tiến thương mại “Mỗi làng một sản phẩm” của Thành phố để phục vụ xuất khẩu và tiêu thụ nội địa giai đoạn 2012-2015.

Điều 2. Phạm vi, đối tượng và điều kiện áp dụng:

1. Phạm vi áp dụng:

Bộ tiêu chí ban hành kèm theo Quyết định này là cơ sở để lựa chọn, xếp hạng sản phẩm thủ công mỹ nghệ nhằm thúc đẩy phát triển các làng nghề và các sản phẩm thủ công mỹ nghệ làng nghề thuộc bảy nhóm nghề trên địa bàn Thành phố Hà Nội, bao gồm: (1) Mây tre, (2) Cói và lục bình, (3) Gốm sứ, (4) Gỗ, (5) Sơn mài, (6) Dệt, (7) Kim khí mỹ nghệ.

2. Đối tượng áp dụng:

Các tổ chức, cá nhân trực tiếp đầu tư sản xuất sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại các làng nghề trên địa bàn Thành phố, bao gồm: các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ kinh doanh cá thể thành lập, đăng ký kinh doanh và hoạt động theo quy định pháp luật.

3. Điều kiện áp dụng:

Sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng theo quy định của pháp luật, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, có tiềm năng xuất khẩu.

Điều 3. Tổ chức thực hiện:

1. Căn cứ Quyết định này, Sở Công Thương chủ trì đề xuất trình UBND Thành phố thành lập “Hội đồng xét chọn sản phẩm OVOP” do Giám đốc Sở Công Thương làm Chủ tịch, thành viên là lãnh đạo các Sở: Nông nghiệp và PTNT, Văn hóa Thể thao và du lịch, Tài nguyên và Môi trường, Khoa học và công nghệ và các chuyên gia tư vấn trong và ngoài nước. Hội đồng có nhiệm vụ xét chọn các sản phẩm của các đơn vị tham gia tuyển chọn, tổng hợp kết quả báo cáo UBND Thành phố xem xét, phê duyệt.

2. Quy trình tổ chức xét chọn:

- Bước 1: Hướng dẫn, tập huấn về điều kiện, quy trình và nguyên tắc tuyển chọn.
- Bước 2: Tuyên truyền, quảng bá về việc tuyển chọn sản phẩm.
- Bước 3: Tiếp nhận sản phẩm đăng ký tham gia tuyển chọn.
- Bước 4: Tiến hành đánh giá sản phẩm
- Bước 5: Tổng hợp và báo cáo UBND Thành phố kết quả xét chọn và ban hành quyết định công nhận sản phẩm đạt tiêu chí OVOP.

3. Sở Công Thương có trách nhiệm công bố Bộ tiêu chí xếp hạng sản phẩm OVOP và chủ trì xây dựng văn bản hướng dẫn cụ thể, phối hợp với các Sở ngành liên quan và UBND các quận, huyện, thị xã triển khai công tác tổ chức xét chọn theo quy định.

4. Căn cứ tình hình triển khai và kết quả xét chọn, Sở Công Thương chủ trì phối hợp với các Sở ngành liên quan đề xuất cơ chế, chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại phù hợp đối với các sản phẩm được xếp hạng OVOP trình UBND Thành phố xem xét, phê duyệt.

Điều 4. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

Chánh Văn phòng UBND Thành phố, Giám đốc các Sở: Công thương, Nông nghiệp và PTNT, Tài chính, Văn hóa Thể thao và du lịch, Tài nguyên và Môi trường, Khoa học và công nghệ, Chủ tịch UBND các quận, huyện, thị xã và Thủ trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. *nh*

Nơi nhận:

- Như điều 4;
- Chủ tịch UBNDTP ;
- Các PCT UBND Thành phố:
Trần Xuân Việt, Nguyễn Ngọc Tuấn;
- CVP, PCVP Lý Văn Giao, KT, CTh, TH;
- Lưu: VT.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN



Nguyễn Ngọc Tuấn

www.LuatVietnam.vn

BỘ TIÊU CHÍ XẾP HẠNG SẢN PHẨM OVOP HÀ NỘI

(Nhóm hàng Thủ công mỹ nghệ)

(Ban hành kèm theo Quyết định số **5782**/QĐ-UBND ngày **07** tháng **11** năm 2014 của UBND Thành phố Hà Nội).

Tiêu chí tuyển chọn mỗi làng một sản phẩm được chia thành 4 nhóm tiêu chí, bao gồm 29 tiêu chí, tối đa là 100 điểm.

a. Nhóm tiêu chí: Các yếu tố đầu vào và quá trình sản xuất	23 điểm
Tiêu chí 1. Nguồn gốc nguyên liệu: <i>Sử dụng nguyên liệu trong nước dưới 50%</i> <i>Sử dụng nguyên liệu trong nước từ 50% đến 70%</i> <i>Sử dụng nguyên liệu trong nước trên 70%</i>	3 điểm 1 2 3
Tiêu chí 2. Chất lượng nguyên liệu: <i>Nguyên liệu có chất lượng kém</i> <i>Nguyên liệu có chất lượng trung bình</i> <i>Nguyên liệu có chất lượng tốt, không độc hại, thân thiện với môi trường và người sử dụng</i>	3 điểm 0 2 3
Tiêu chí 3. Sử dụng lao động: <i>Dưới 30 lao động</i> <i>Từ 30 đến dưới 50 lao động</i> <i>Trên 50 lao động</i>	3 điểm 1 2 3
Tiêu chí 4. Việc mở rộng sản xuất: <i>Không mở rộng sản xuất trong 3 năm qua</i> <i>Mở rộng sản xuất dưới 30% trong 3 năm qua</i> <i>Mở rộng sản xuất trên 30% trong 3 năm qua</i>	3 điểm 1 2 3
Tiêu chí 5. Việc cải tiến công nghệ, quy trình sản xuất <i>Không có sự cải tiến</i> <i>Có cải tiến nhưng không đáng kể</i> <i>Có cải tiến đáng kể công nghệ, quy trình sản xuất</i>	3 điểm 1 2 3
Tiêu chí 6. Bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất <i>Việc sản xuất có ảnh hưởng tới môi trường nhưng không khắc phục</i> <i>Việc sản xuất có ảnh hưởng tới môi trường nhưng đã có biện pháp giảm thiểu</i> <i>Việc sản xuất không ảnh hưởng tới môi trường</i>	3 điểm 1 2 3
Tiêu chí 7. Tổ chức hệ thống kế toán <i>Tổ chức kế toán đơn giản</i> <i>Tổ chức kế toán theo hệ thống</i>	2 điểm 1 2
Tiêu chí 8. Quản lý chất lượng sản phẩm <i>Không áp dụng hệ thống kiểm soát chất lượng</i> <i>Áp dụng quy trình kiểm soát chất lượng nội bộ</i> <i>Áp dụng các quy định kiểm soát chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế (SA 8000, BSCI, ISO...)</i>	3 điểm 1 2 3



b. Nhóm tiêu chí: Chất lượng sản phẩm và bao bì	37 điểm
Tiêu chí 9. Có đặc trưng riêng của sản phẩm, phản ánh trí tuệ Việt <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 10. Kiểu dáng, hoa văn hài hoà, cân đối <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 11. Màu sắc đều, đẹp mắt, không bị phai <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 12. Kết cấu cân đối, chắc chắn, bền vững <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 13. Kích thước, tỷ lệ phù hợp <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 14. Trang trí tinh xảo, đẹp mắt <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 15. Đặc trưng trong thiết kế (kiểu mẫu của cơ sở sản xuất) <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 16. Không có mùi hoá học, mùi khó chịu <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 17. Không mắc lỗi (bung tróc, nứt nẻ, mốc, rách, có vết, hoen ố, phai, xoắn lệch, mục nát, ròn, sứt mẻ, ẩm ướt, cong vênh, mối mọt) <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	5 điểm <i>1</i> <i>3</i> <i>5</i>
Tiêu chí 18. Tiện lợi, an toàn cho người sử dụng <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>
Tiêu chí 19. Chất liệu, mẫu mã bao bì: <i>Không có bao bì hoặc bao bì ở dạng thô</i> <i>Bao bì đơn giản, không có chỉ dẫn chi tiết trên bao bì</i> <i>Bao bì theo tiêu chuẩn thương mại quốc tế, sử dụng chất liệu thân thiện với môi trường</i>	3 điểm <i>1</i> <i>2</i> <i>3</i>



Tiêu chí 20. Nhãn mác/thương hiệu in trên sản phẩm đẹp, độc đáo, thể hiện rõ nguồn gốc sản phẩm <i>Thấp</i> <i>Trung bình</i> <i>Cao</i>	2 điểm 0 1 2
c. Nhóm tiêu chí: Thị trường	20 điểm
Tiêu chí 21. Thị trường tiêu thụ của sản phẩm trong hiện tại: <i>Xuất khẩu <30%</i> <i>Xuất khẩu 30-70%</i> <i>Xuất khẩu >70%</i>	5 điểm 1 3 5
Tiêu chí 22. Thị trường tiêu thụ tiềm năng: <i>Chỉ có tiềm năng phát triển thị trường trong nước</i> <i>Có tiềm năng xuất khẩu</i>	5 điểm 3 5
Tiêu chí 23. Doanh thu từ sản phẩm so với năm trước của cơ sở sản xuất: <i>Tăng dưới 15%</i> <i>Tăng 15-30%</i> <i>Tăng trên 30%</i>	5 điểm 1 3 5
Tiêu chí 24. Phát triển khách hàng: <i>Chỉ có khách hàng mới</i> <i>Có khách hàng cũ và mới, đặt hàng không đều đặn</i> <i>Có cả khách hàng cũ và mới, đặt hàng đều đặn</i>	5 điểm 1 3 5
d. Nhóm tiêu chí: Phát triển bền vững của sản phẩm và cơ sở sản xuất	20 điểm
Tiêu chí 25. Thời gian thành lập cơ sở sản xuất: <i>Dưới 3 năm</i> <i>3-5 năm</i> <i>Trên 5 năm</i>	3 điểm 1 2 3
Tiêu chí 26. Cơ sở sản xuất phối hợp với người dân địa phương theo những nội dung sau (Mỗi cơ sở sản xuất có thể có từ 0 – 5 nội dung phối hợp): <i>Sử dụng lao động tại địa phương</i> <i>Huy động vốn từ địa phương</i> <i>Phối hợp với quá trình sản xuất của người dân địa phương</i> <i>Tham gia phát triển cộng đồng tại địa phương</i> <i>Tham khảo ý kiến người dân địa phương về những vấn đề có tác động đến họ</i>	5 điểm 1 1 1 1 1
Tiêu chí 27. Việc phát triển mẫu sản phẩm trong 1 năm qua: <i>Không có sự phát triển mẫu sản phẩm</i> <i>Phát triển từ nhà sản xuất/ cơ sở sản xuất khác</i> <i>Phát triển từ ý tưởng của cơ sở sản xuất</i> <i>Phát triển từ ý tưởng của cơ sở sản xuất và nhu cầu của khách hàng</i>	4 điểm 1 2 3 4
Tiêu chí 28. Nguồn gốc sản phẩm: <i>Nguồn gốc từ địa phương khác, không được phát triển thêm</i> <i>Nguồn gốc từ địa phương khác, có được phát triển thêm</i> <i>Nguồn gốc tại địa phương, được duy trì, phát triển</i>	4 điểm 1 3 4
Tiêu chí 29. Câu chuyện, giai thoại về sản phẩm: <i>Không có câu chuyện về sản phẩm</i> <i>Sản phẩm gắn liền với 1 câu chuyện truyền miệng, không được ghi chép lại</i> <i>Sản phẩm gắn liền với 1 câu chuyện, được ghi chép lại</i> <i>Sản phẩm gắn liền với 1 câu chuyện, có giải thích về sản phẩm, được in ấn lại</i>	4 điểm 1 2 3 4