

TIÊU CHÍ & THANG ĐIỂM ĐÁNH GIÁ

(Áp dụng cho vòng chng kết cuộc thi FID lần 2 dành cho SV Khoa CNTP, 2020-2021)

PHẦN 1. CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM (40 điểm)

(Lựa chọn 1 trong các đáp án)

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm
1	Sự hình thành và tính độc đáo của ý tưởng/sản phẩm	10
	Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác (chỉ thay đổi tên sản phẩm, nhà sản xuất), chưa có ý tưởng chưa sáng tạo	1
	Phát triển dựa trên sản phẩm của nhà sản xuất khác, có thay đổi một số yếu tố, ý tưởng tương đối sáng tạo	4
	Tự phát triển dựa trên ý tưởng của mình (sản phẩm chưa có trên thị trường), ý tưởng sáng tạo, độc đáo	8
	Tự phát triển dựa trên sản phẩm truyền thống/đặc sản/thế mạnh của địa phương hoặc ý tưởng của mình gắn với nhu cầu thị trường, ý tưởng rất sáng tạo, độc đáo	10
2	Tính ổn định của nguồn nguyên liệu	7
	Nguyên liệu có giá bán, chất lượng không ổn định; có tính mùa vụ & khó sơ chế, bảo quản	0
	Nguyên liệu có giá bán, chất lượng không ổn định; có tính mùa vụ nhưng có thể sơ chế, bảo quản	3
	Nguyên liệu dồi dào cả năm, chất lượng ổn định nhưng giá bán không ổn định	5
	Nguyên liệu dồi dào quanh năm, giá bán & chất lượng ổn định	7
3	Tính khả thi về phương diện công nghệ sản xuất	8
	Quy trình sản xuất không hợp lý, tỷ lệ hao hụt cao, không thể cơ giới hóa	1
	Quy trình sản xuất thủ công, khó cơ giới hóa để sản xuất ở quy mô công nghiệp	3
	Quy trình sản xuất hợp lý nhưng phức tạp, giá trị đầu tư thiết bị cao; tỷ lệ hao hụt thấp	5
	Quy trình sản xuất hợp lý, thiết bị sản xuất có sẵn trên thị trường với giá trị đầu tư hợp lý, chi phí sản xuất thấp, dễ dàng cơ giới hóa và/hoặc tự động hóa	8
4	Tính khả thi về phương diện thị trường	15
	Lợi ích của sản phẩm không khác biệt với sản phẩm trên thị trường; không xác định được phân khúc thị trường & phân khúc người tiêu dùng	1
	Lợi ích của sản phẩm có khác biệt nhỏ với sản phẩm trên thị trường; không xác định được phân khúc thị trường & phân khúc người tiêu dùng	5
	Sản phẩm có sự khác biệt & lợi ích rõ ràng nhưng chưa xác định được phân khúc thị trường, phân khúc người tiêu dùng cụ thể	8
	Sản phẩm có sự khác biệt & lợi ích cụ thể đối với phân khúc thị trường, phân khúc người tiêu dùng đã xác định cụ thể nhưng có khung giá bán chưa hợp lý	10
	Sản phẩm có sự khác biệt & lợi ích cụ thể đối với phân khúc thị trường, phân khúc người tiêu dùng đã xác định cụ thể, có khung giá bán hợp lý	15

PHẦN 2. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM (40 điểm)*(Lựa chọn 1 trong các đáp án)*

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm
1	Cảm quan (mùi, vị, màu sắc, trạng thái)	15
	Không đặc trưng, chất lượng kém (mùi vị lạ, khó chịu; màu sắc, trạng thái hoàn toàn không đặc trưng)	0
	Mùi vị không đặc trưng; màu sắc, trạng thái chấp nhận được	4
	Mùi vị đặc trưng, hấp dẫn nhưng trạng thái, màu sắc không đặc trưng	7
	Mùi vị, màu sắc đặc trưng, hấp dẫn nhưng trạng thái không đặc trưng	10
	Mùi vị, màu sắc, trạng thái đặc trưng, hấp dẫn; chất lượng sản phẩm tốt	15
2	Tính dinh dưỡng	7
	Chứa các loại nguyên liệu, phụ gia thực phẩm không có lợi cho sức khỏe	0
	Chứa các loại nguyên liệu có tính dinh dưỡng chung chung, không nổi bật; sử dụng phụ gia thực phẩm không nhạy cảm với sức khỏe	3
	Chứa nhiều hợp chất sinh học có lợi cho sức khỏe nhưng chưa phù hợp xu hướng tiêu dùng có lợi cho sức khỏe; không có phụ gia thực phẩm nhạy cảm với sức khỏe	5
	Chứa nhiều hợp chất sinh học có lợi cho sức khỏe, đáp ứng xu hướng tiêu dùng có lợi cho sức khỏe; không có phụ gia thực phẩm nhạy cảm với sức khỏe	7
3	Bao bì	8
	Chất liệu không phù hợp với quy trình sản xuất & chức năng bảo quản	0
	Chất liệu phù hợp với quy trình sản xuất & chức năng bảo quản nhưng giá khá cao so với giá trị sản phẩm	3
	Chất liệu phù hợp với quy trình sản xuất & chức năng bảo quản; dễ thiết kế & trang trí; giá hợp lý với giá trị sản phẩm nhưng sử dụng không tiện lợi	5
	Chất liệu phù hợp với quy trình sản xuất & chức năng bảo quản; dễ thiết kế & trang trí; giá hợp lý với giá trị sản phẩm; sử dụng tiện lợi	8
4	Tính tiện lợi	5
	Phải chế biến phức tạp trước khi sử dụng, không thể bảo quản trong quá trình sử dụng sản phẩm; hạn sử dụng ngắn (1-2 tuần)	0
	Ăn trực tiếp, khó bảo quản trong quá trình sử dụng; hạn sử dụng ngắn (<01 tháng)	1
	Ăn trực tiếp, dễ dàng bảo quản trước & trong quá trình sử dụng; hạn sử dụng ngắn (< 01 tháng)	3
	Ăn trực tiếp, dễ dàng bảo quản sản phẩm trước & trong quá trình sử dụng; hạn sử dụng dài (lên đến vài tháng)	5
5	Tính khác biệt/Lợi ích cảm xúc (có nét riêng, khác biệt với sản phẩm khác hoặc có lợi ích cảm xúc)	5
	Bình thường/không có lợi ích cảm xúc	0
	Tương đối khác biệt/lợi ích cảm xúc không rõ ràng	2
	Khác biệt/lợi ích cảm xúc rõ rệt	3
	Rất khác biệt, độc đáo/lợi ích cảm xúc nổi bật	5

PHẦN 3. THUYẾT TRÌNH (20 điểm)

STT	Tiêu chí đánh giá	Điểm
1	Nội dung trình bày (cho điểm theo từng chỉ tiêu cụ thể trong các hạng mục)	10
	Thông tin về sản phẩm, công nghệ & QTSX	3
	Ưu điểm của sản phẩm	2
	Tính khả thi của sản phẩm (nguồn nguyên liệu; xu hướng thị trường; nhu cầu, mong muốn của người tiêu dùng; mục tiêu tài chính; thị trường & kênh phân phối)	5
	Nội dung trình bày (cho điểm theo từng chỉ tiêu cụ thể trong các hạng mục)	10
2	Phong cách thuyết trình (cho điểm theo từng chỉ tiêu cụ thể trong các hạng mục)	3
	Phong thái tự tin, có sử dụng ngôn ngữ cơ thể (chỉ tay, giao lưu bằng ánh mắt đối với người nghe...)	1
	Thuyết trình trôi chảy, mạch lạc	1
	Tốc độ nói vừa phải, nhấn mạnh ở những điểm quan trọng	1
3	Hình thức thuyết trình (cho điểm theo từng chỉ tiêu cụ thể trong các hạng mục)	2
	Sử dụng công cụ hỗ trợ phù hợp nội dung thuyết trình (hình ảnh phù hợp nội dung, các sơ đồ bảng biểu thiết kế hợp lý...)	1
	Có sự sáng tạo, ấn tượng trong việc sử dụng các công cụ, thiết bị hỗ trợ	1
4	Vấn đáp (lựa chọn 1 trong các đáp án)	5
	Trả lời câu hỏi thiếu tự tin, mạch lạc	1
	Trả lời được các câu hỏi một cách rõ ràng, dễ hiểu nhưng thiếu sự phản biện	3
	Trả lời trôi chảy, tự tin, thuyết phục; có kỹ năng phản biện tốt	5