

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

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

Số: **03** /2026/TT-BKHCN

Hà Nội, ngày **14** tháng **02** năm 2026

THÔNG TƯ

Quy định chi tiết thi hành một số điều Nghị định số 37/2026/NĐ-CP
ngày 23 tháng 01 năm 2026 của Chính phủ về Giải thưởng chất lượng quốc gia

Căn cứ Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa số 05/2007/QH12;

Căn cứ Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa số 78/2025/QH15;

Căn cứ Nghị định số 55/2025/NĐ-CP ngày 02 tháng 3 năm 2025 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Khoa học và Công nghệ;

Căn cứ Nghị định số 37/2026/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2026 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng dẫn thi hành Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa;

Theo đề nghị của Chủ tịch Ủy ban Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng Quốc gia;

Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành Thông tư quy định chi tiết thi hành một số điều Nghị định số 37/2026/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2026 của Chính phủ về Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Chương I

QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Thông tư này quy định chi tiết thi hành Điều 57, Điều 59, Điều 61, Điều 62 về Giải thưởng chất lượng quốc gia của Nghị định số 37/2026/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2026 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng dẫn thi hành Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa.

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Thông tư này áp dụng đối với:

- Tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia.
- Cơ quan quản lý nhà nước và các tổ chức, cá nhân có liên quan.

Điều 3. Giải thích từ ngữ

1. Sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia là sản phẩm, hàng hóa được quy định tại khoản 1, khoản 2, Điều 3 Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa được sửa đổi, bổ sung bởi khoản 1 Điều 1 Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa số 78/2025/QH15.

2. Ngành, lĩnh vực sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia là ngành, lĩnh vực được xác định theo ngành cấp 2 trong Danh mục ngành kinh tế Việt Nam tại Phụ lục I của Quyết định số 36/2025/QĐ-TTg ngày 29 tháng 9 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ.

Sản phẩm, hàng hóa đăng ký tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia là sản phẩm, hàng hóa được xác định theo ngành cấp 4 hoặc ngành cấp 5 trong Danh mục ngành kinh tế Việt Nam tại Phụ lục I của Quyết định số 36/2025/QĐ-TTg ngày 29 tháng 9 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ.

3. Chuyên gia đánh giá Giải thưởng chất lượng quốc gia bao gồm:

a) Chuyên gia kỹ thuật là người am hiểu về ngành, lĩnh vực sản phẩm, hàng hóa được đánh giá;

b) Chuyên gia hệ thống là người am hiểu về tiêu chí xét tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia và được đào tạo nghiệp vụ về Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Điều 4. Tiêu chí và điểm số xét tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia

1. Tiêu chí và điểm số:

a) Chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc độc đáo của sản phẩm, hàng hóa có tổng điểm tối đa là 250 điểm;

b) Hiệu lực, hiệu quả của mô hình quản trị của tổ chức, doanh nghiệp (theo các khía cạnh về Lãnh đạo, Chiến lược, Khách hàng, Đo lường, phân tích và quản lý tri thức, Lực lượng lao động, Vận hành, Kết quả) có tổng điểm tối đa là 750 điểm.

2. Chi tiết về tiêu chí, điểm số và cách thức đánh giá, cho điểm được quy định tại Phụ lục I.

Điều 5. Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia

1. Thành phần và cơ cấu Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia:

a) Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia do Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ quyết định thành lập, trên cơ sở đề nghị của Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia, gồm Chủ tịch, một Phó Chủ tịch và các Ủy viên;

b) Chủ tịch Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia là đại diện Lãnh đạo Bộ Khoa học và Công nghệ;

c) Phó Chủ tịch Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia là đại diện Lãnh đạo Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia;

d) Các Ủy viên của Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia

là đại diện của các Bộ, ngành, cơ quan và tổ chức có liên quan.

2. Chức năng và nhiệm vụ của Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia:

- a) Thông qua danh sách các sản phẩm, hàng hóa được đánh giá thực tế;
- b) Xem xét, thẩm định kết quả đánh giá xét tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia;
- c) Đề nghị danh sách các sản phẩm, hàng hóa đủ điều kiện tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Chương II

QUÁ TRÌNH XÉT TẶNG GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

Điều 6. Đăng ký tham dự

1. Tổ chức, doanh nghiệp đăng ký tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia đối với sản phẩm, hàng hóa do chính tổ chức, doanh nghiệp đó sản xuất và kinh doanh.

2. Tổ chức, doanh nghiệp đăng ký tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia với Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia.

3. Hồ sơ đăng ký bao gồm:

- a) Đăng ký tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia (theo mẫu tại Phụ lục II);
- b) Báo cáo tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia (theo mẫu tại Phụ lục III);
- c) Tài liệu chứng minh về việc áp dụng hệ thống quản lý;
- d) Tài liệu chứng minh về chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc tính độc đáo của sản phẩm, hàng hóa.

Tổ chức, doanh nghiệp đăng ký tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia chịu trách nhiệm trước pháp luật về tính chính xác của các thông tin trong hồ sơ đăng ký tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Điều 7. Xem xét và đánh giá hồ sơ

1. Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia tiếp nhận hồ sơ tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia của tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đăng ký tham dự, xem xét và phân công nhóm chuyên gia đánh giá hồ sơ (bao gồm chuyên gia kỹ thuật và chuyên gia hệ thống).

2. Nhóm chuyên gia đánh giá được phân công tiến hành đánh giá, lập báo cáo đánh giá hồ sơ tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia và gửi về Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia.

3. Căn cứ vào báo cáo đánh giá hồ sơ của nhóm chuyên gia đánh giá, Cơ quan thường trực tổng hợp danh sách hồ sơ có điểm số từ 600 điểm trở lên và báo cáo Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia.

4. Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia xem xét, thông qua danh sách sản phẩm, hàng hóa được đánh giá thực tế.

Điều 8. Đánh giá thực tế

1. Căn cứ vào kết quả xem xét của Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia, Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia tổ chức đánh giá thực tế. Thành phần tham gia đánh giá thực tế bao gồm:

- a) Đại diện cơ quan thường trực;
- b) Nhóm chuyên gia đánh giá bao gồm chuyên gia kỹ thuật và chuyên gia hệ thống;
- c) Đại diện cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan;
- d) Đại diện Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia.

2. Sau khi kết thúc đánh giá, nhóm chuyên gia đánh giá có trách nhiệm lập báo cáo đánh giá thực tế và gửi về Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Điều 9. Đề xuất tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia

1. Căn cứ vào báo cáo đánh giá hồ sơ và báo cáo đánh giá thực tế của nhóm chuyên gia đánh giá, Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia tổng hợp, báo cáo Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia xem xét.

2. Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia tiến hành:

a) Thẩm định kết quả đánh giá, đề xuất danh sách và loại giải cho các sản phẩm, hàng hóa;

b) Đề nghị Bộ Khoa học và Công nghệ (qua Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia) lấy ý kiến Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố có liên quan về việc xét tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia.

3. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trả lời bằng văn bản trong thời hạn 15 ngày kể từ ngày nhận được văn bản lấy ý kiến.

4. Căn cứ đề xuất của Hội đồng quốc gia về Giải thưởng chất lượng quốc gia, ý kiến của Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố, Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia tổng hợp, hoàn thiện hồ sơ trình Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ xem xét, quyết định tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Điều 10. Thông báo kết quả và Tổ chức Lễ trao Giải

1. Căn cứ Quyết định của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ về việc tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia, Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia thông báo kết quả xét tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia cho các tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt giải và các cơ quan, tổ chức liên quan.

2. Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia tổ chức họp báo công bố kết quả xét tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia; tổ chức lễ trao Giải

thưởng chất lượng quốc gia cho các tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt giải.

3. Tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt Giải thưởng chất lượng quốc gia được nhận Cúp và Giấy chứng nhận tương ứng.

4. Mẫu biểu trưng Giải thưởng chất lượng quốc gia, mẫu cúp Giải thưởng chất lượng quốc gia, nội dung giấy chứng nhận sản phẩm, hàng hóa đạt Giải thưởng chất lượng quốc gia được quy định tại Phụ lục IV.

Chương III

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 11. Hiệu lực thi hành

1. Thông tư này có hiệu lực thi hành sau 45 ngày kể từ ngày ký ban hành.
2. Thông tư số 27/2019/TT-BKHCN ngày 26 tháng 12 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ quy định chi tiết thi hành một số điều Nghị định số 132/2008/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2008 và Nghị định số 74/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 5 năm 2018 của Chính phủ về Giải thưởng chất lượng quốc gia hết hiệu lực kể từ ngày Thông tư này có hiệu lực thi hành.

Điều 12. Điều khoản chuyển tiếp

Các hoạt động liên quan đến việc đánh giá, thủ tục đề nghị tặng Giải thưởng chất lượng quốc gia đối với tổ chức, doanh nghiệp đã nộp hồ sơ đăng ký tham dự Giải thưởng, triển khai trước ngày Thông tư này có hiệu lực thi hành thực hiện theo quy định tại Thông tư số 27/2019/TT-BKHCN ngày 26 tháng 12 năm 2019 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ quy định chi tiết thi hành một số điều Nghị định số 132/2008/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2008 và Nghị định số 74/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 5 năm 2018 của Chính phủ về Giải thưởng chất lượng quốc gia.

Điều 13. Trách nhiệm thi hành

1. Cơ quan thường trực Giải thưởng chất lượng quốc gia thực hiện các nhiệm vụ, quyền hạn theo quy định tại khoản 2, Điều 61 Nghị định số 37/2026/NĐ-CP ngày 23 tháng 01 năm 2026 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp để tổ chức, hướng dẫn thi hành Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa và các nhiệm vụ sau:

a) Xây dựng và tổ chức triển khai kế hoạch hoạt động Giải thưởng chất lượng quốc gia hằng năm trình Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ phê duyệt;

b) Xây dựng, phát triển đội ngũ chuyên gia đánh giá về Giải thưởng chất lượng quốc gia thông qua:

b1) Tổ chức bồi dưỡng, tập huấn về chuyên môn, nghiệp vụ cho chuyên gia đánh giá hệ thống;

b2) Tổ chức tập huấn, nâng cao kỹ năng đánh giá Giải thưởng chất lượng quốc gia cho chuyên gia kỹ thuật;

b3) Xây dựng, duy trì, vận hành cơ sở dữ liệu về chuyên gia đánh giá.

2. Trong quá trình thực hiện, nếu có vướng mắc phát sinh, đề nghị các cơ quan, tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp kịp thời phản ánh bằng văn bản về Bộ Khoa học và Công nghệ để được hướng dẫn hoặc nghiên cứu sửa đổi, bổ sung cho phù hợp.

3. Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố và các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp liên quan có trách nhiệm thi hành Thông tư này./. 

Nơi nhận:

- Thủ tướng, các Phó Thủ tướng Chính phủ;
- Văn phòng Trung ương và các ban của Đảng;
- Văn phòng Tổng Bí thư;
- Văn phòng Chính phủ;
- Văn phòng Quốc hội;
- Văn phòng Chủ tịch nước;
- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan thuộc Chính phủ;
- Tòa án Nhân dân tối cao;
- Viện Kiểm sát nhân dân tối cao;
- Kiểm toán Nhà nước;
- Mặt trận Tổ quốc Việt Nam và cơ quan TW của các tổ chức chính trị - xã hội;
- UBND các tỉnh, thành phố;
- Sở Khoa học và Công nghệ các tỉnh, thành phố;
- Cục Kiểm tra văn bản và Tổ chức thi hành pháp luật (Bộ Tư pháp);
- Công báo, Cổng TTĐT Chính phủ;
- Bộ KHCN: Bộ trưởng và các Thứ trưởng; các cơ quan, đơn vị thuộc Bộ; Cổng TTĐT Bộ;
- Lưu: VT, TĐC (100b)

BỘ TRƯỞNG



Nguyễn Mạnh Hùng



Phụ lục I

TIÊU CHÍ VÀ NGUYÊN TẮC CHO ĐIỂM GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

(Kèm theo Thông tư số 03/2026/TT-BKHCN ngày 12 tháng 02 năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ)

Phần I

TIÊU CHÍ GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

I. Chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc độc đáo của sản phẩm, hàng hóa

1. Kết quả về sản phẩm, hàng hóa và quá trình

1.1. Kết quả về sản phẩm, hàng hóa

a) Các đặc tính của sản phẩm, hàng hóa thỏa mãn nhu cầu hoặc tạo ấn tượng với khách hàng;

b) Các đặc tính vượt trội của sản phẩm, hàng hóa so với ngành hoặc các tổ chức, doanh nghiệp khác có sản phẩm, hàng hóa tương tự;

c) Các đặc tính của sản phẩm, hàng hóa thể hiện sự khác biệt, đổi mới, sáng tạo, độc đáo (tính mới), đăng ký sở hữu trí tuệ, thiết kế và cải tiến sản phẩm, hàng hóa....

1.2. Kết quả về hiệu lực và hiệu quả quá trình

a) Hiệu lực và hiệu quả quá trình được đánh giá thông qua:

- Các chỉ số về mức độ ổn định của các quy trình chính để tạo sản phẩm, hàng hóa (tỷ lệ, mức độ lỗi, chi phí làm lại, ...);

- Các chỉ số chính về hiệu suất của quy trình chính để tạo sản phẩm, hàng hóa;

- Các chỉ số chính về cải tiến, đổi mới quy trình (tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả, giảm phát thải, tiết kiệm năng lượng, ...).

b) Bảo đảm an toàn và chuẩn bị sẵn sàng cho các trường hợp khẩn cấp được đánh giá thông qua:

- Các chỉ số thể hiện mức độ sẵn sàng của tổ chức, doanh nghiệp khi xảy ra thảm họa hoặc trong trường hợp khẩn cấp;

- Các chỉ số về hiệu quả của các phương pháp tiếp cận bảo mật và an ninh mạng.

1.3. Kết quả về quản lý mạng lưới cung ứng

- Các chỉ số về hiệu suất của nhà cung cấp sản phẩm, hàng hóa có liên quan (kết quả chất lượng đầu vào, thời gian giao hàng, số lần đánh giá nhà cung cấp, giảm chi phí kiểm tra đầu vào,...);

- Các chỉ số về mạng lưới phân phối sản phẩm, hàng hóa có liên quan (so sánh với ngành, đối thủ cạnh tranh).

2. Kết quả về khách hàng

2.1. Sự hài lòng của khách hàng

- Các chỉ số về lắng nghe khách hàng (số lần, số lượt khảo sát,...);
- Các chỉ số về mức độ hài lòng, không hài lòng của khách hàng.

2.2. Gắn kết của khách hàng

- Các chỉ số về khiếu nại và quản lý khiếu nại của khách hàng;
- Các chỉ số về tăng, giảm số lượng khách hàng;
- Các chỉ số về sự trung thành, mức độ gắn kết của khách hàng (giới thiệu khách hàng mới, tham gia khảo sát, nhận xét tích cực về sản phẩm, hàng hóa,...).

3. Kết quả về thị trường

- Các chỉ số về thị phần;
- Các chỉ số về thâm nhập thị trường mới.

II. Hiệu lực, hiệu quả mô hình quản trị của tổ chức, doanh nghiệp:

1. Lãnh đạo

1.1. Cách thức ban lãnh đạo dẫn dắt tổ chức

1.1.1. Sứ mệnh, tầm nhìn, và các giá trị cốt lõi

a) Thiết lập sứ mệnh, tầm nhìn, và các giá trị cốt lõi

- Ban lãnh đạo xác định các bên liên quan chính, các yêu cầu của bên liên quan chính và sử dụng các yêu cầu đó để thiết lập sứ mệnh, tầm nhìn và các giá trị cốt lõi của tổ chức;

- Ban lãnh đạo thường xuyên thể hiện, truyền đạt và củng cố sứ mệnh, tầm nhìn và các giá trị cốt lõi;

- Cá nhân lãnh đạo có các hành động cụ thể để thể hiện cam kết thực hiện sứ mệnh, tầm nhìn, và các giá trị cốt lõi của tổ chức doanh nghiệp.

b) Thúc đẩy việc tuân thủ pháp luật và hành vi đạo đức

- Ban lãnh đạo thực hiện các biện pháp nhằm tạo dựng môi trường đề củng cố, đáp ứng và tạo ra hành vi tuân thủ pháp luật và đạo đức;

- Ban lãnh đạo trực tiếp chỉ đạo và tham gia vào việc tạo ra một môi trường tuân thủ pháp luật và hành vi đạo đức.

1.1.2. Trao đổi thông tin

- Các hình thức mà ban lãnh đạo trao đổi thông tin với toàn bộ lực lượng lao động;

- Ban lãnh đạo thiết lập, vận hành, xác nhận rằng hiệu quả cơ chế trao đổi thông tin hai chiều trong toàn bộ tổ chức;

- Ban lãnh đạo ban hành và duy trì tầm nhìn/định hướng chuyên đổi số gắn với chiến lược, mô hình kinh doanh và năng lực cạnh tranh; có cơ chế quản trị

(Digital governance) và chủ sở hữu (owner) cho từng chương trình số;

- Ban lãnh đạo thiết lập hệ thống chỉ tiêu số (digital KPIs), xem xét định kỳ; ra quyết định dựa trên dữ liệu (data-driven management);
- Ban lãnh đạo thúc đẩy văn hóa số: minh bạch dữ liệu, làm việc dựa trên quy trình số, khuyến khích thử nghiệm có kiểm soát;
- Ban lãnh đạo truyền đạt rõ ràng định hướng của tổ chức và vai trò của từng nhóm trong việc hướng tới định hướng đó, đồng thời thu hút lực lượng lao động thông qua trao đổi thông tin hai chiều thẳng thắn;
- Các cách thức để ban lãnh đạo doanh nghiệp khuyến khích việc trao đổi thông tin hai chiều giữa ban lãnh đạo với người lao động và ngược lại trong toàn bộ tổ chức, doanh nghiệp.

1.1.3. Thúc đẩy sự tập trung vào hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp

a) Thiết lập môi trường cho sự thành công

- Ban lãnh đạo tham gia trực tiếp vào việc tạo ra môi trường cải thiện hiệu suất, hoàn thành các mục tiêu chiến lược, đổi mới và linh hoạt trong tổ chức, doanh nghiệp;
- Ban lãnh đạo tham gia trực tiếp vào việc tạo ra môi trường học tập cho tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân, cũng như phát triển các nhà lãnh đạo tương lai.

b) Thiết lập môi trường tập trung vào hành động

- Ban lãnh đạo đặt ra kỳ vọng về hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp, bao gồm việc tạo ra và cân bằng giá trị cho khách hàng và các bên liên quan;
- Ban lãnh đạo đảm bảo việc phân tích hiệu suất được tiến hành để tập trung vào hành động và chấp nhận rủi ro thông minh nhằm đạt được mục tiêu và cải thiện hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp;
- Ban lãnh đạo đóng vai trò tích cực trong việc khen thưởng và công nhận người lao động nhằm thúc đẩy và nâng cao hiệu suất.

1.2. Cách thức quản trị tổ chức, doanh nghiệp và đóng góp cho xã hội

1.2.1. Quản trị tổ chức, doanh nghiệp

a) Hệ thống quản trị

- Hệ thống quản trị của tổ chức, doanh nghiệp phân định rõ vai trò và trách nhiệm giải trình của từng bộ phận và vị trí công việc, đảm bảo tính minh bạch. Hệ thống quy trình làm việc có sự liên kết giữa các bộ phận và vị trí công việc;
- Tất cả nhân viên đều được đào tạo về các quy trình có liên quan đến mình và hiểu rõ trách nhiệm cá nhân cũng như những hành động hoặc hồ sơ được chấp nhận và không được chấp nhận;
- Hệ thống đánh giá sự tuân thủ trong nội bộ và bên ngoài đảm bảo tính độc lập, minh bạch và khách quan.

b) Đánh giá hiệu suất

Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập bộ chỉ số về đánh giá hiệu suất của lực lượng lao động. Bộ chỉ số này gắn với việc khen thưởng và công nhận người lao động.

c) Hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập bộ chỉ số về hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp và các chỉ số này được ban lãnh đạo sử dụng trong việc cải tiến hệ thống quản trị của tổ chức, doanh nghiệp;

- Ban lãnh đạo doanh nghiệp định kỳ xem xét việc đo lường hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp; kết quả của các xem xét này được doanh nghiệp sử dụng như là một căn cứ quan trọng cho mục tiêu phát triển bền vững và thành công của tổ chức, doanh nghiệp;

- Ban lãnh đạo luôn thiết lập, kiểm tra, giám sát, đổi mới, cải tiến các quy trình quản trị và sử dụng các kết quả của chỉ số hiệu suất cho việc điều hành và cải tiến hiệu lực và hiệu quả của toàn bộ hệ thống.

1.2.2. Tuân thủ pháp luật và hành vi đạo đức

a) Tuân thủ pháp luật và quy định

- Tổ chức, doanh nghiệp dự đoán những tác động của sản phẩm, hàng hóa và hoạt động của mình đối với xã hội;

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập các chỉ số và mục tiêu, theo dõi để xác định tác động của sản phẩm, dịch vụ và hoạt động đối với xã hội.

b) Hành vi đạo đức

- Tổ chức, doanh nghiệp có các tiêu chuẩn và hướng dẫn hành vi đạo đức rõ ràng;

- Các nguyên tắc về hành vi đạo đức được truyền đạt đến tất cả nhân viên và được thực hiện thống nhất bằng các chỉ số cụ thể trong toàn tổ chức, doanh nghiệp;

- Tổ chức, doanh nghiệp truyền đạt yêu cầu và giám sát hành vi đạo đức của các đối tác chính.

1.2.3. Đóng góp cho xã hội

a) Lợi ích xã hội

Tổ chức, doanh nghiệp tích hợp các hoạt động mang lại lợi ích cho xã hội, phát triển bền vững, thịnh vượng vào toàn bộ quá trình hoạt động của mình.

b) Hỗ trợ cộng đồng

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng các tiêu chí rõ ràng để xác định cộng đồng hoặc hoạt động nào nên được hỗ trợ;

- Tổ chức, doanh nghiệp có hướng dẫn rõ ràng về mức độ tham gia hỗ trợ cho các nhóm cộng đồng;

- Nhân viên có cơ hội đóng góp vào các hoạt động cộng đồng dựa trên sự

tự nguyện, năng lực, sở thích và niềm tin của họ.

2. Chiến lược

2.1. Xây dựng chiến lược

2.1.1 Quá trình xây dựng chiến lược

a) Quá trình hoạch định chiến lược

- Ban lãnh đạo sử dụng quy trình mang tính hệ thống để xây dựng chiến lược nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh bền vững;

- Chiến lược và các ưu tiên chiến lược của tổ chức, doanh nghiệp được cụ thể hóa thành các mục tiêu và giải pháp chiến lược cho phép đạt được thành công trong hiện tại và tương lai.

b) Nội dung chiến lược

- Tổ chức, doanh nghiệp thu thập, phân tích dữ liệu và thông tin đầy đủ, bao gồm các thách thức chiến lược, lợi thế chiến lược, đổi mới công nghệ, rủi ro pháp lý, các yếu tố bên ngoài, nguy cơ tiềm ẩn làm gián đoạn hoạt động bình thường và khả năng thực hiện kế hoạch (nhân lực, quy trình, công nghệ), định hướng phát triển bền vững của tổ chức, doanh nghiệp, của cộng đồng và xã hội để làm cơ sở xây dựng chiến lược;

- Chiến lược có cấu phần chiến lược số (digital strategy) gồm: mục tiêu, phạm vi, lộ trình, ngân sách, năng lực lõi, quản trị thay đổi;

- Có kiến trúc doanh nghiệp/kiến trúc dữ liệu – ứng dụng tối thiểu: phân lớp hệ thống, tích hợp, API, danh mục dữ liệu lõi (master data), lộ trình thay thế hệ thống rời rạc;

- Có cơ chế đối sánh số với ngành/đối thủ (digital benchmarking);

- Tổ chức, doanh nghiệp định kỳ xem xét tính khả thi của chiến lược.

c) Các cơ hội chiến lược và quản lý rủi ro

- Tổ chức, doanh nghiệp đảm bảo có thể nhận diện, đánh giá các cơ hội chiến lược mới, đồng thời khuyến khích sự đổi mới trong quá trình phát triển chiến lược;

- Việc ra quyết định dựa trên các cơ hội chiến lược và sự đổi mới dựa trên sự cân bằng giữa lợi ích tiềm năng và mức độ rủi ro có thể chấp nhận.

d) Thuê ngoài và năng lực cốt lõi

Tổ chức, doanh nghiệp xác định các quá trình do nội bộ thực hiện và các quá trình do nhà cung cấp, đối tác bên ngoài thực hiện. Việc xác định này dựa trên mục tiêu chiến lược và năng lực cốt lõi của tổ chức, doanh nghiệp và năng lực lợi thế của nhà cung cấp, đối tác.

2.1.2. Mục tiêu chiến lược

a) Mục tiêu chiến lược chính

- Tổ chức, doanh nghiệp có các mục tiêu chiến lược cụ thể cho các lĩnh vực chính như hiệu suất tài chính; phát triển nguồn nhân lực; cải tiến quy trình, trong đó nhấn mạnh vào mục tiêu về sản phẩm, hàng hóa;

- Các mục tiêu chiến lược và các kế hoạch của tổ chức, doanh nghiệp có thể định lượng và hướng tới tương lai. Mốc thời gian để đạt được các mục tiêu này được xác định rõ ràng.

b) Xem xét tương quan

- Các mục tiêu chiến lược của tổ chức, doanh nghiệp đạt được sự cân bằng giữa: nhu cầu ngắn hạn và dài hạn, yêu cầu của tất cả bên liên quan chính (khách hàng, lực lượng lao động, cổ đông, đối tác) và giữa việc giải quyết thách thức chiến lược với việc tận dụng năng lực cốt lõi, cơ hội chiến lược;

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng các so sánh và chuẩn đối sánh cho các mục tiêu chiến lược chính để có thể đi trước đối thủ cạnh tranh hoặc dẫn đầu ngành.

2.2. Thực hiện chiến lược

2.2.1. Xây dựng và triển khai kế hoạch hành động

a) Kế hoạch hành động

- Tổ chức, doanh nghiệp xây dựng kế hoạch hành động ngắn hạn và dài hạn chi tiết, phù hợp với các mục tiêu chiến lược và cân bằng với các nguồn lực hiện có;

- Các kế hoạch hành động được xây dựng dựa trên việc phân tích mục tiêu, kết quả trong quá khứ và được sử dụng làm lộ trình cho các quyết định hành động hàng ngày.

b) Thực hiện kế hoạch hành động

- Tổ chức, doanh nghiệp triển khai kế hoạch hành động xuống tất cả các cấp và cụ thể hóa các mục tiêu của tổ chức, doanh nghiệp thành mục tiêu của từng đơn vị, bộ phận và cá nhân để đảm bảo đạt được mục tiêu chiến lược;

- Kế hoạch hành động cũng có thể triển khai đến các nhà cung cấp, đối tác chính khi cần thiết.

c) Phân bổ nguồn lực

Tổ chức, doanh nghiệp phân bổ các nguồn lực tài chính và phi tài chính (công nghệ, cơ sở vật chất) một cách có hệ thống để hỗ trợ việc hoàn thành các kế hoạch hành động trong khi vẫn đáp ứng các công việc theo kế hoạch sản xuất kinh doanh hiện tại.

d) Các kế hoạch về lực lượng lao động

Các kế hoạch về lực lượng lao động nhằm đáp ứng cho việc thực hiện chiến lược được xây dựng dựa trên các mục tiêu chiến lược và kế hoạch hành động. Các kế hoạch này giải quyết được nhu cầu về khả năng và năng lực cần thiết của lực lượng lao động hiện tại và các tác động tiềm ẩn trong tương lai (ví dụ:

tuyển dụng, đào tạo, đào tạo lại, bổ nhiệm, luân chuyển, điều động ...).

d) Thuộc đo hiệu suất

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập các chỉ số rõ ràng và phù hợp để theo dõi kết quả và hiệu lực của các kế hoạch hành động. Các chỉ số này được liên kết và truyền đạt xuống tất cả các cấp;

- Mọi thành viên đều biết rõ vai trò của mình và có cách thức theo dõi tiến độ trong việc triển khai và đạt được các kế hoạch hành động.

e) Hiệu suất dự kiến

- Tổ chức, doanh nghiệp xác định hiệu suất dự kiến của mình và của đối thủ cạnh tranh;

- Tổ chức, doanh nghiệp cũng phải có kế hoạch hành động cụ thể để xác định rõ khoảng cách giữa hiệu suất dự kiến của tổ chức, doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh, cũng như cho thấy cách thức khắc phục việc này.

2.2.2. Điều chỉnh kế hoạch hành động

Các kế hoạch hành động của tổ chức, doanh nghiệp sẽ được điều chỉnh một cách có hệ thống, nếu hoàn cảnh đòi hỏi phải sửa đổi kế hoạch và thực hiện nhanh chóng các kế hoạch hành động mới.

3. Khách hàng

3.1. Lắng nghe và xác định sản phẩm, hàng hóa để đáp ứng nhu cầu của khách hàng

3.1.1. Lắng nghe khách hàng

a) Khách hàng hiện tại

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập quy trình mang tính hệ thống và sử dụng nhiều kênh phù hợp (ví dụ: thông tin thị trường, khảo sát thị trường, nhân viên chăm sóc khách hàng, ...) để chủ động tìm kiếm, theo dõi các thông tin phản hồi của khách hàng về chất lượng sản phẩm, hàng hóa, hoạt động hỗ trợ khách hàng và các giao dịch trong suốt vòng đời khách hàng/vòng đời sử dụng sản phẩm, hàng hóa...;

- Các thông tin phản hồi của khách hàng được thu thập, tổng hợp và phân tích để thúc đẩy những cải tiến cần thiết theo những kỳ vọng khác nhau trong suốt vòng đời khách hàng/vòng đời sử dụng sản phẩm, hàng hóa.

b) Khách hàng tiềm năng

Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống để lắng nghe khách hàng tiềm năng và khách hàng của đối thủ cạnh tranh để có được thông tin hữu ích về sản phẩm, hàng hóa, hoạt động hỗ trợ khách hàng và các giao dịch của mình.

3.1.2. Phân khúc khách hàng và đề xuất sản phẩm, hàng hóa

a) Phân khúc khách hàng

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng thông tin về khách hàng, thị trường và sản phẩm, hàng hóa ... để xác định và phân khúc các nhóm khách hàng, thị trường hiện tại và dự kiến trong tương lai;

- Tổ chức, doanh nghiệp xác định đối tượng, nhóm khách hàng, phân khúc thị trường cần hướng tới và theo đuổi để tăng trưởng kinh doanh.

b) Đề xuất sản phẩm, hàng hóa

- Tổ chức, doanh nghiệp xác định, tích hợp các yêu cầu và kỳ vọng của khách hàng vào quy trình phát triển sản phẩm, hàng hóa để đáp ứng các yêu cầu và vượt trên sự mong đợi của khách hàng;

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống nhằm xác định thời điểm cung cấp, điều chỉnh hoặc cải tiến, đổi mới sản phẩm, hàng hóa nhằm mở rộng hoặc thâm nhập thị trường mới.

3.2. Xây dựng mối quan hệ và nâng cao trải nghiệm của khách hàng

3.2.1. Trải nghiệm của khách hàng

a) Quản lý mối quan hệ

- Tổ chức, doanh nghiệp đặt khách hàng làm trung tâm trong mô hình kinh doanh và văn hóa của mình; hợp tác với khách hàng để cùng tạo ra và cải thiện trải nghiệm của chính khách hàng; đáp ứng yêu cầu và vượt trên sự mong đợi trong từng giai đoạn của vòng đời khách hàng/vòng đời sử dụng sản phẩm, hàng hóa;

- Tổ chức, doanh nghiệp có một quy trình mang tính hệ thống để xác định thời điểm cần cải thiện phương pháp tương tác với khách hàng nhằm luôn đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng;

- Tổ chức, doanh nghiệp có một quy trình mang tính hệ thống nhằm quản lý và nâng cao hình ảnh, thương hiệu của tổ chức, doanh nghiệp.

b) Tiếp cận và hỗ trợ khách hàng

- Tổ chức, doanh nghiệp đảm bảo sự tiếp cận và hỗ trợ khách hàng được thực hiện một cách dễ dàng, nhanh chóng và hiệu quả. Thông tin về sản phẩm, hàng hóa, hoạt động hỗ trợ, các giao dịch của tổ chức, doanh nghiệp tới khách hàng hiện tại và tiềm năng được cung cấp một cách minh bạch và dễ truy cập thông qua nhiều kênh và phương thức khác nhau;

- Tổ chức, doanh nghiệp có một quy trình mang tính hệ thống để đảm bảo rằng các yêu cầu và mong đợi của khách hàng luôn được tiếp nhận và xử lý kịp thời, phù hợp;

- Các nhân viên tiếp xúc với khách hàng được đào tạo và có khả năng trả lời các câu hỏi hoặc giải quyết vấn đề của khách hàng một cách hiệu quả nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

c) Quản lý khiếu nại của khách hàng

- Tổ chức, doanh nghiệp có một quy trình giải quyết khiếu nại của khách

hàng mang tính hệ thống, đảm bảo xử lý nhanh chóng và hiệu quả các khiếu nại của khách hàng;

- Các thông tin, dữ liệu về khiếu nại của khách hàng được tổng hợp và phân tích để xác định và loại bỏ nguyên nhân gốc rễ và sử dụng để thúc đẩy các kế hoạch cải tiến.

d) Đối xử công bằng

Tổ chức, doanh nghiệp đảm bảo việc phục vụ khách hàng được thực hiện một cách công bằng theo mức dịch vụ của từng nhóm khách hàng, phân khúc thị trường.

3.2.2. Xác định mức độ hài lòng, không hài lòng và sự gắn kết của khách hàng

- Tổ chức, doanh nghiệp xác định sự hài lòng, sự không hài lòng, sự gắn kết của khách hàng thông qua các phương pháp khác nhau (ví dụ: khảo sát khách hàng, ý kiến phản hồi, khiếu nại, khen ngợi, ...);

- Dữ liệu về sự hài lòng, sự không hài lòng, sự gắn kết của khách hàng được sử dụng để thực hiện các hành động cụ thể nhằm khắc phục nguyên nhân gốc rễ gây ra khiếu nại hoặc không hài lòng, từ đó tăng cường sự gắn kết của khách hàng;

- Tổ chức, doanh nghiệp so sánh mức độ hài lòng, sự không hài lòng của khách hàng với đối thủ cạnh tranh, hoặc các tổ chức, doanh nghiệp hàng đầu.

4. Đo lường phân tích và quản lý tri thức

4.1. Đo lường, phân tích, xem xét và cải thiện hiệu suất

4.1.1. Đo lường hiệu suất

a) Thuộc đo hiệu suất

- Tổ chức, doanh nghiệp xây dựng các tiêu chí lựa chọn dữ liệu và triển khai đến từng cấp độ trong tổ chức, doanh nghiệp để các đơn vị, bộ phận có thể thu thập dữ liệu cần thiết;

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống để thu thập và tích hợp dữ liệu và thông tin nhằm hỗ trợ hoạt động hàng ngày và quá trình ra quyết định ngắn hạn và dài hạn;

- Các dữ liệu và thông tin được thu thập, xem xét có liên quan đến kế hoạch hành động, mục tiêu chiến lược và định hướng chung của tổ chức, doanh nghiệp;

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình để lựa chọn, thu thập và sử dụng dữ liệu đối sánh hoặc so sánh như một cách đổi mới, cải tiến thường xuyên các quy trình và hiệu suất nội bộ của mình.

b) Dữ liệu so sánh

Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập các tiêu chí để lựa chọn nguồn và loại dữ liệu so sánh, phục vụ cho việc xem xét dữ liệu và thông tin của tổ chức, doanh nghiệp.

4.1.2. Phân tích, xem xét và cải thiện hiệu suất

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình lựa chọn, quản lý và sử dụng các công cụ và phương pháp phân tích (ví dụ: thống kê, mô hình hóa, phân tích dữ liệu lớn, ứng dụng AI ...) phù hợp với nhu cầu ra quyết định. Đồng thời, đảm bảo các công cụ và phân tích được sử dụng hiệu quả, phù hợp với nhu cầu, năng lực và trách nhiệm của từng đối tượng sử dụng;

- Mỗi cấp độ trong tổ chức, doanh nghiệp định kỳ xem xét hiệu suất của mình, so sánh với mục tiêu đặt ra và thực hiện các điều chỉnh phù hợp với cấp đơn vị, bộ phận của mình. Các kết quả phân tích được truyền đạt kịp thời đến cấp có thẩm quyền, làm cơ sở ra quyết định điều chỉnh;

- Ban lãnh đạo xem xét hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp ở mọi cấp độ một cách có hệ thống, sử dụng những xem xét này để đưa ra những quyết định hoặc điều chỉnh để có thể phản ứng nhanh chóng với những nhu cầu thay đổi của tổ chức, doanh nghiệp;

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng một bộ công cụ cải tiến mang tính hệ thống để cải thiện toàn bộ tổ chức, doanh nghiệp. Đảm bảo mọi nhân viên đã được đào tạo và thường xuyên sử dụng các công cụ cải tiến để cải thiện hiệu suất.

4.2. Quản lý thông tin và tài sản tri thức

4.2.1. Dữ liệu và thông tin

a) Chất lượng dữ liệu và thông tin

- Tổ chức, doanh nghiệp có các quy trình mang tính hệ thống để đảm bảo tính đầy đủ, chính xác, kịp thời và bảo mật của dữ liệu và thông tin;

- Có phương án hoặc ứng dụng thực tế chuyển đổi số trong hoạt động quản lý thông tin và điều hành hoạt động trong tổ chức, doanh nghiệp;

- Thiết lập khung quản trị dữ liệu: chủ dữ liệu, tiêu chuẩn chất lượng dữ liệu, vòng đời dữ liệu, nhật ký truy vết, phân loại dữ liệu (nhạy cảm/không nhạy cảm);

- Thực hiện đo lường chất lượng dữ liệu (đầy đủ, đúng, kịp thời, nhất quán) và có cơ chế xử lý sai lệch;

- Ứng dụng phân tích nâng cao/AI ở mức phù hợp để tối ưu vận hành, chất lượng, bảo trì dự báo....

b) Tính sẵn sàng của dữ liệu và thông tin

- Hệ thống phân quyền truy cập, cập nhật dữ liệu và thông tin cũng như quy định về cập nhật được xác định và kiểm soát;

- Dữ liệu và thông tin được định dạng thân thiện, đảm bảo khả năng tiếp cận một cách phù hợp cho mọi lực lượng lao động, nhà cung cấp, đối tác và khách hàng chính, tùy theo nhu cầu và mức độ cho phép.

c) An ninh mạng

- Tổ chức, doanh nghiệp đảm bảo rằng hệ thống công nghệ thông tin của mình đáng tin cậy và thân thiện với người dùng;
- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình nhận diện, ưu tiên bảo vệ hệ thống cốt lõi và kế hoạch phục hồi sau các sự cố mạng;
- Tổ chức, doanh nghiệp đào tạo và duy trì nhận thức của nhân viên về trách nhiệm bảo mật và an ninh mạng.

4.2.2. Tri thức của tổ chức, doanh nghiệp

a) Quản lý tri thức

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống để quản lý việc xác định, thu thập và chuyển giao nhanh chóng kiến thức, tri thức có liên quan tới lực lượng lao động và các bên liên quan khác để hỗ trợ ra quyết định;
- Tổ chức, doanh nghiệp có năng lực phân tích thông tin và dữ liệu đa nguồn để tổng hợp thành tri thức có giá trị;
- Tổ chức, doanh nghiệp cung cấp kiến thức và nguồn lực để lồng ghép việc học hỏi vào hoạt động hằng ngày.

b) Các phương pháp thực hành tốt

- Tổ chức, doanh nghiệp nhận diện và chia sẻ các phương pháp thực hành tốt nhất từ nội bộ và bên ngoài;
- Tổ chức, doanh nghiệp triển khai đồng bộ các phương pháp này trong toàn bộ tổ chức, doanh nghiệp và các bên liên quan.

4.2.3 Theo đuổi sự đổi mới

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống để xác định các cơ hội đổi mới có tiềm năng mang lại đột phá; có phương án chuẩn bị về tài chính và nhân sự để sẵn sàng theo đuổi và triển khai các ý tưởng đổi mới quan trọng;
- Ban lãnh đạo khuyến khích đặt ra các mục tiêu mang tính thách thức làm nền tảng cho thúc đẩy sự đổi mới và cam kết cung cấp nguồn lực thực hiện (ví dụ: dành kinh phí, thành lập quỹ cho đổi mới, nghiên cứu và phát triển, khen thưởng, ...) phục vụ cho hiện thực hóa các đổi mới này cũng như ứng dụng quản lý rủi ro vào quản lý tiến trình đổi mới.

5. Lực lượng lao động.

5.1. Xây dựng môi trường làm việc hiệu quả và mang tính hỗ trợ cho lực lượng lao động

5.1.1. Khả năng và năng lực của lực lượng lao động

a) Nhu cầu về khả năng và năng lực của lực lượng lao động

Tổ chức, doanh nghiệp có một quy trình mang tính hệ thống để xác định các khả năng (số lượng) và năng lực (kỹ năng) cần thiết cho lực lượng lao động trong hiện tại và trong tương lai.

b) Tuyển dụng, đào tạo lực lượng lao động

Tổ chức, doanh nghiệp có một quy trình mang tính hệ thống để tuyển dụng, đào tạo và giữ chân nhân viên mới.

c) Thay đổi lực lượng lao động

Tổ chức, doanh nghiệp có phương án chuẩn bị và giải quyết một cách có hệ thống các thay đổi về lực lượng lao động để đáp ứng các yêu cầu thay đổi về cơ cấu tổ chức, công nghệ và quy mô sản xuất kinh doanh; bao gồm cả việc lập kế hoạch để giảm thiểu tác động của việc cắt giảm nhân sự.

d) Thực hiện công việc

Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng một quy trình mang tính hệ thống để tổ chức và quản lý lực lượng lao động nhằm thúc đẩy lực lượng lao động vượt trên kỳ vọng về hiệu suất của họ; đạt được các mục tiêu đặt ra của kế hoạch hành động. Đồng thời, đảm bảo công việc của tổ chức, doanh nghiệp được hoàn thành; phù hợp với năng lực cốt lõi; củng cố định hướng lấy khách hàng làm trung tâm.

5.1.2 Môi trường làm việc

a) Môi trường nơi làm việc

Tổ chức, doanh nghiệp quan tâm đến sự an toàn, hạnh phúc và tinh thần của lực lượng lao động thông qua việc chủ động giải quyết các yếu tố môi trường nơi làm việc như an ninh, an toàn và sức khỏe, xây dựng văn hóa nơi làm việc dựa trên sự tin tưởng.

b) Thù lao và phúc lợi của lực lượng lao động

Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập hệ thống lương, thưởng, phúc lợi và các biện pháp công nhận rõ ràng, phù hợp với nhu cầu của người lao động trong từng nhóm công việc, nhằm thúc đẩy hiệu suất cao và sự gắn kết của lực lượng lao động.

5.2. Gắn kết lực lượng lao động để duy trì và đạt hiệu suất cao

5.2.1. Đánh giá sự gắn kết lực lượng lao động

a) Thúc đẩy sự gắn kết

Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống để xác định những yếu tố gắn kết và thúc đẩy từng nhóm hoặc phân khúc của lực lượng lao động.

b) Đánh giá sự gắn kết

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng quy trình có hệ thống để đánh giá mức độ hài lòng, sự trung thành và sự gắn kết của lực lượng lao động;

- Tổ chức, doanh nghiệp đánh giá các yếu tố chính ảnh hưởng đến động lực và sự gắn kết của lực lượng lao động theo từng phân khúc cụ thể. Dựa trên các chỉ số như thâm niên, nghỉ việc, thôi việc, bỏ việc, khiếu nại, khiếu kiện, phản ánh, mất an toàn và năng suất..., tổ chức, doanh nghiệp sẽ đưa ra các hành động phù hợp để nâng cao mức độ gắn kết của lực lượng lao động;

- Tổ chức, doanh nghiệp liên kết dữ liệu về mức độ gắn kết của lực lượng lao động với kết quả kinh doanh một cách có hệ thống, sử dụng những mối quan hệ này để xác định các cơ hội cải thiện mức độ gắn kết và kết quả kinh doanh.

5.2.2. Văn hóa của tổ chức, doanh nghiệp

- Các giá trị cốt lõi của tổ chức, doanh nghiệp được thể hiện thông qua các hành vi của lực lượng lao động tạo nên nét văn hóa đặc trưng của tổ chức, doanh nghiệp;

- Văn hóa của tổ chức, doanh nghiệp chấp nhận các thay đổi vì sự phát triển bền vững.

5.2.3. Quản lý và phát triển hiệu suất

a) Quản lý hiệu suất

- Hệ thống quản lý hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp có sự tương tác giữa cấp quản lý và nhân viên. Tổ chức, doanh nghiệp đảm bảo hệ thống quản lý hiệu suất hỗ trợ đắc lực cho việc thực hiện các mục tiêu chiến lược và các năng lực cốt lõi của tổ chức, doanh nghiệp;

- Nhân viên được khen thưởng và công nhận khi thể hiện các hành vi được kỳ vọng (ví dụ như tập trung vào kinh doanh, khách hàng) và đạt được mục tiêu của họ.

b) Phát triển hiệu suất

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập quy trình mang tính hệ thống để đào tạo, huấn luyện, đánh giá kết quả đáp ứng nhu cầu phát triển nghề nghiệp của cá nhân và yêu cầu của tổ chức, doanh nghiệp;

- Việc học hỏi và phát triển nghề nghiệp của lực lượng lao động được liên kết với năng lực cốt lõi của tổ chức, doanh nghiệp và việc đạt được các mục tiêu của kế hoạch hành động;

- Tổ chức, doanh nghiệp đảm bảo ban lãnh đạo và nhân viên có cơ hội đề xuất về nhu cầu đào tạo và phát triển năng lực của mình;

- Việc cập nhật kiến thức và kỹ năng mới được thực hiện một cách đồng bộ, mang tính hệ thống trong quá trình làm việc;

- Tổ chức, doanh nghiệp định kỳ đánh giá hiệu quả hệ thống đào tạo và phát triển năng lực của đội ngũ lãnh đạo cũng như lực lượng lao động.

c) Lập kế hoạch phát triển nghề nghiệp và kế nhiệm

Tổ chức, doanh nghiệp có lộ trình thăng tiến và kế hoạch kế nhiệm rõ ràng cho toàn bộ lực lượng lao động (bao gồm Ban lãnh đạo, các vị trí chủ chốt). Lực lượng lao động biết rõ công việc của mình, các kỳ vọng và những yêu cầu cần thiết để thăng tiến.

d) Công bằng và hòa nhập

Quá trình quản lý, phát triển hiệu suất và phát triển nghề nghiệp tại tổ chức, doanh nghiệp thể hiện được tính công bằng, hòa nhập, không thiên vị.

6. Vận hành

6.1. Thiết kế, quản lý và cải tiến các sản phẩm, hàng hóa và quy trình làm việc chính

6.1.1. Thiết kế sản phẩm, hàng hóa và quy trình

a) Các yêu cầu về sản phẩm, hàng hóa

Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng các yêu cầu và kỳ vọng của khách hàng, các bên liên quan làm cơ sở để phát triển và đổi mới, cải tiến sản phẩm.

b) Thiết kế sản phẩm, hàng hóa

Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng quy trình mang tính hệ thống để xác định các đặc tính của sản phẩm, hàng hóa đáp ứng hoặc vượt trên sự mong đợi của khách hàng và các yêu cầu của luật pháp. Quá trình thiết kế có sự xem xét và tích hợp công nghệ mới, sự đổi mới và đánh giá rủi ro (bao gồm cả tác động đến kinh tế, môi trường và xã hội).

c) Các yêu cầu của quy trình

Tổ chức, doanh nghiệp xác định rõ các quy trình hoạt động chính và quy trình hỗ trợ, đưa ra các yêu cầu đối với các quy trình này.

d) Thiết kế quy trình

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng một quy trình mang tính hệ thống để thiết kế quá trình tạo và cung ứng sản phẩm, hàng hóa đến khách hàng, đảm bảo thúc đẩy được năng lực cốt lõi của tổ chức, doanh nghiệp cũng như kết hợp với các năng lực lợi thế của nhà cung cấp, đối tác và các bên liên quan;

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập các chỉ số đo lường hiệu suất và các điểm kiểm soát để đảm bảo sự ổn định trong quá trình vận hành.

6.1.2. Quản lý và cải tiến quy trình

a) Thực hiện quy trình

Khi triển khai các quy trình làm việc, tổ chức, doanh nghiệp thực hiện các biện pháp kiểm soát và cải tiến liên tục để ngăn ngừa sai lỗi, giảm thiểu chi phí bảo hành hoặc tổn thất cho khách hàng.

b) Cải tiến quy trình

Các quy trình công việc chính được cải tiến liên tục để mang lại giá trị cho khách hàng, nâng cao hiệu suất, giảm lãng phí và tăng cường khả năng của các quá trình vận hành nhằm đạt được thành công và sự phát triển bền vững của tổ chức, doanh nghiệp.

6.2. Quản lý có hiệu quả các hoạt động

6.2.1. Hiệu lực và hiệu quả hoạt động

- Tổ chức, doanh nghiệp kết hợp các yếu tố về năng suất, vòng đời sản phẩm, hàng hóa và các yếu tố hiệu quả khác vào quá trình thiết kế và vận hành

của các quy trình công việc;

- Tổ chức, doanh nghiệp sử dụng các biện pháp kiểm soát hiệu quả các quy trình để giảm thiểu chi phí kiểm tra, thử nghiệm; giảm lãng phí, ngăn ngừa sai lỗi; giảm thiểu chi phí vận hành bảo hành, bảo dưỡng....

6.2.2. Quản lý mạng lưới cung ứng

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập tiêu chuẩn lựa chọn, đánh giá và quản lý hiệu suất của nhà cung cấp để đáp ứng nhu cầu hoạt động của mình và nâng cao sự hài lòng của khách hàng;

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập cơ chế trao đổi thông tin và phản hồi hai chiều với nhà cung cấp để thúc đẩy cải tiến chung;

- Tổ chức, doanh nghiệp cung cấp thông tin về các mong đợi của mình và các mong đợi liên quan đến những tác động đến xã hội và môi trường gửi các phản hồi (nếu có) tới các nhà cung cấp để giúp họ cải thiện năng lực; có cách thức xử lý các nhà cung cấp hoạt động kém hiệu quả;

- Số hóa quản lý nhà cung cấp: hồ sơ số, đánh giá số, cảnh báo chất lượng đầu vào theo thời gian gần thực;

- Truy xuất nguồn gốc theo lô/đơn vị phù hợp; minh bạch thông tin chất lượng với khách hàng/đối tác (khi cần).

6.2.3. Sự an toàn, tính liên tục và khả năng phục hồi trong kinh doanh, và quản lý rủi ro

a) An toàn:

- Tổ chức, doanh nghiệp có các chỉ số về an ninh, an toàn và sức khỏe tại nơi làm việc để đánh giá hiệu suất và mục tiêu cải tiến;

- Tổ chức, doanh nghiệp triển khai các quy định nhằm bảo đảm an ninh, an toàn, sức khỏe cho lực lượng lao động và các bên liên quan tại khu vực làm việc; thiết lập hệ thống giám sát và ngăn ngừa tai nạn chủ động; có cơ chế kiểm tra định kỳ và đột xuất đối với các điều kiện an toàn tại nơi làm việc;

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống nhằm phân tích nguyên nhân gốc rễ đối với các sự cố hoặc tai nạn, ban hành kế hoạch khắc phục.

b) Tính liên tục và khả năng phục hồi trong kinh doanh

- Tổ chức, doanh nghiệp có quy trình mang tính hệ thống để nhận diện, đánh giá các rủi ro tiềm ẩn (thảm họa, tình huống khẩn cấp, gián đoạn hoạt động, ...) để chủ động lập phương án chuẩn bị và phòng ngừa, đảm bảo các hoạt động và sản phẩm, hàng hóa cốt lõi không bị gián đoạn khi xảy ra sự cố. Các phương án này có tính đến nhu cầu của khách hàng cũng như lực lượng lao động, mạng lưới cung ứng;

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập các hệ thống dự phòng nhằm bảo vệ tài sản, cơ sở hạ tầng và an toàn thông tin. Đồng thời có phương án rõ ràng về phục hồi sau gián đoạn, bao gồm việc phân tích các cơ hội đổi mới hoặc chuyển đổi mô hình kinh doanh để thích ứng với bối cảnh mới.

c) Quản lý rủi ro

- Tổ chức, doanh nghiệp thiết lập bộ chỉ số theo dõi rủi ro tổng thể, theo dõi toàn diện các quá trình hoạt động (bao gồm các lĩnh vực: tuân thủ pháp luật và quy định; sản phẩm, hàng hóa; lực lượng lao động; tài chính; công nghệ; mạng lưới cung cấp...) làm cơ sở cho việc điều chỉnh kế hoạch sản xuất kinh doanh và kế hoạch hành động của tổ chức, doanh nghiệp;
- Có quản trị rủi ro an toàn thông tin theo tài sản số trọng yếu; kiểm soát truy cập theo vai trò; quản lý nhà cung cấp số;
- Có kế hoạch liên tục kinh doanh (BCP/DRP) cho hệ thống số cốt lõi; diễn tập định kỳ; đo chỉ số RTO/RPO;
- Có cơ chế phát hiện-ứng cứu-khắc phục sự cố; quản lý cấu hình, vá lỗi, sao lưu, giám sát.

7. Kết quả

7.1. Kết quả về lãnh đạo và quản trị

a) Lãnh đạo

- Các chỉ số về mức độ hoàn thành kế hoạch;
- Chỉ số về tiếp xúc, gặp gỡ với các bên liên quan (khách hàng, nhà cung cấp, lực lượng lao động, ...);
- Các chỉ số khác (nếu có).

b) Quản trị

- Các chỉ số về hiệu lực của hệ thống quản trị (Các cuộc đánh giá, kiểm toán nội bộ hoặc bên thứ ba và các phát hiện đánh giá, sự không phù hợp...);
- Bộ chỉ số kết quả chuyển đổi số tối thiểu gồm 4 nhóm: hiệu quả vận hành, chất lượng, khách hàng, an toàn thông tin/khả năng phục hồi.

c) Tuân thủ pháp luật và quy định

- Các chỉ số về mức độ tuân thủ pháp luật và quy định (Tuân thủ các yêu cầu pháp luật và quy định liên quan đến sản phẩm, hàng hóa và hoạt động sản xuất, kinh doanh);
- Thực hiện các báo cáo theo yêu cầu của cơ quan quản lý nhà nước, các cuộc kiểm tra và thanh tra, hoàn thành nghĩa vụ đối với nhà nước và địa phương...;
- Các chỉ số khác (nếu có).

d) Đạo đức

- Các chỉ số về đạo đức (kết quả thực hiện quy tắc ứng xử, vi phạm nội quy, kỷ luật, vi phạm pháp luật, hỗ trợ cộng đồng, từ thiện...);
- Các chỉ số khác (nếu có).

đ) Đóng góp cho xã hội

Các chỉ số về đóng góp cho xã hội và hỗ trợ cộng đồng.

7.2. Kết quả về tài chính và chiến lược

a) Kết quả tài chính

- Các chỉ số về hiệu suất tài chính;
- Hiệu quả tài chính đạt được trong những năm gần đây;
- Các chỉ số khác (nếu có).

b) Kết quả thực hiện chiến lược và đổi mới

- Các chỉ số về kết quả hoàn thành mục tiêu chiến lược;
- Các chỉ số về mức độ hoàn thành các kế hoạch hành động;
- Các sáng kiến đổi mới được áp dụng và kết quả mang lại;
- Các chỉ số khác (nếu có).

7.3. Kết quả về Lực lượng lao động

a) Kết quả về khả năng và năng lực của lực lượng lao động

- Các chỉ số về thực hiện kế hoạch nhân sự;
- Các chỉ số về thực hiện kế hoạch về năng lực (ví dụ: tỷ lệ nhân sự đáp ứng được yêu cầu năng lực...);
- Các chỉ số khác (nếu có).

b) Kết quả về môi trường làm việc

- Các chỉ số về môi trường nơi làm việc;
- Các chỉ số về thù lao và phúc lợi (chăm sóc sức khỏe, y tế, thù lao, phúc lợi, an toàn...);
- Các chỉ số khác (nếu có).

c) Gắn kết và giữ chân lực lượng lao động

- Các chỉ số về ổn định của lực lượng lao động (ví dụ: biến động nhân sự, thâm niên...);
- Các chỉ số về động lực của lực lượng lao động (ví dụ: tỷ lệ đóng góp sáng kiến, tham gia hoạt động chung, thiện nguyện, hoạt động xã hội, phong trào...);
- Các chỉ số khác (nếu có).

d) Phát triển lực lượng lao động

- Các chỉ số về đào tạo, huấn luyện, kèm cặp công việc cho lực lượng lao động;
- Các chỉ số về khen thưởng, bổ nhiệm người lao động hàng năm;
- Các chỉ số khác (nếu có).

Phần II
GIÁ TRỊ VÀ NGUYÊN TẮC CHẤM ĐIỂM

I. GIÁ TRỊ ĐIỂM SỐ:

Tiêu chí	Khía cạnh	Nội dung	Điểm số
Chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc độc đáo của sản phẩm, hàng hóa	1. Kết quả về sản phẩm, hàng hóa và quá trình	1.1. Kết quả về sản phẩm, hàng hóa	120
		1.2. Kết quả về hiệu lực và hiệu quả quá trình	
		1.3 Kết quả về quản lý mạng lưới cung ứng	
	2. Kết quả về khách hàng	2.1. Sự hài lòng của khách hàng	80
		2.2. Gắn kết của khách hàng	
	3. Kết quả về thị trường		50
Hiệu lực, hiệu quả mô hình quản trị của tổ chức, doanh nghiệp	1. Lãnh đạo	1.1. Cách thức ban lãnh đạo dẫn dắt tổ chức, doanh nghiệp	65
		1.2. Cách thức quản trị tổ chức, doanh nghiệp và đóng góp cho xã hội	50
	2. Chiến lược	2.1. Xây dựng chiến lược	45
		2.2. Thực hiện chiến lược	45
	3. Khách hàng	3.1. Lắng nghe và xác định sản phẩm, hàng hóa để đáp ứng nhu cầu của khách hàng	40
		3.2. Xây dựng mối quan hệ và nâng cao trải nghiệm của khách hàng	45
	4. Đo lường phân tích và quản lý tri thức	4.1. Đo lường, phân tích, xem xét và cải thiện hiệu suất	45
		4.2. Quản lý thông tin và tài sản tri thức	45
	5. Lực lượng lao động	5.1. Xây dựng môi trường làm việc hiệu quả và mang tính hỗ trợ cho lực lượng lao động	40
		5.2. Gắn kết lực lượng lao động để duy trì và đạt hiệu suất cao	45

	6. Vận hành	6.1. Thiết kế, quản lý và cải tiến các sản phẩm, hàng hóa và quy trình làm việc chính	40
		6.2. Quản lý có hiệu quả các hoạt động	45
	7. Kết quả	7.1. Kết quả về Lãnh đạo và quản trị	80
		7.2. Kết quả về tài chính và chiến lược	40
		7.3. Kết quả về lực lượng lao động	80

II. NGUYÊN TẮC CHẤM ĐIỂM

1. Nguyên tắc chấm điểm

Việc chấm điểm cho các tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia dựa trên hai khía cạnh:

- các khía cạnh về "**Quá trình**";
- các khía cạnh về "**Kết quả**".

Hệ thống cho điểm khía cạnh về quá trình liên quan đến việc đánh giá 4 yếu tố (tiếp cận, triển khai, cải tiến liên tục và thống nhất), xem xét các vấn đề quan trọng đối với tổ chức, doanh nghiệp được đánh giá và sử dụng thang điểm quy định (xem Bảng 1). Bốn yếu tố nêu trên là cơ bản cho hoạt động xem xét đánh giá và đưa ra ý kiến phản hồi. Các lĩnh vực quan trọng nhất cần được tổ chức, doanh nghiệp nêu trong Báo cáo tham dự của tổ chức, doanh nghiệp. Yêu cầu của khách hàng chính, môi trường cạnh tranh, các mục tiêu chiến lược và kế hoạch hành động là những vấn đề đặc biệt quan trọng đối với tổ chức, doanh nghiệp.

Hệ thống cho điểm khía cạnh về kết quả là nhằm đánh giá về các kết quả hoạt động chính của tổ chức, doanh nghiệp, tập trung chủ yếu vào việc đo lường việc thực hiện ở đầu ra. Các kết quả cần được cân bằng cho tất cả các bên liên quan của tổ chức, doanh nghiệp như khách hàng, nhân viên, cổ đông, người cung ứng, xã hội và cộng đồng. Việc cân bằng các biện pháp hoạt động giúp tạo hiệu quả trong việc đưa ra các ưu tiên ngắn và dài hạn để có thể giám sát hoạt động thực tế và tập trung vào việc cải tiến các kết quả. Xem xét và phản hồi của chuyên gia đánh giá phụ thuộc vào nội dung và sự đầy đủ trong việc đáp ứng các tiêu chí về kết quả của tổ chức, doanh nghiệp.

Điểm chấm cho từng khía cạnh tiêu chí = Tổng điểm của khía cạnh tiêu chí x điểm % của khía cạnh tiêu chí. Ví dụ: khía cạnh 1.1 Cách thức ban lãnh đạo dẫn dắt tổ chức có tổng điểm là 65 điểm, điểm % do nhóm chuyên gia đánh giá chấm là 80 %. Điểm của khía cạnh tiêu chí này sẽ là $65 \times 80 \% = 52$ điểm.

2. Các yếu tố đánh giá và chấm điểm

2.1. Các khía cạnh về "**Quá trình**"

“Quá trình” đề cập đến các cách thức mà tổ chức, doanh nghiệp sử dụng và

cải tiến nhằm hướng tới các yêu cầu của các tiêu chí, liên quan đến mô tả quá trình thực hiện. Bốn yếu tố được sử dụng để đánh giá tính quá trình là **tiếp cận** (Approach), **triển khai** (Deployment), **cải tiến liên tục** (Learning) và **thống nhất** (Integration).

a) “*Tiếp cận*” đề cập đến:

- Các cách thức được sử dụng để hoàn thành các quá trình;
- Sự phù hợp của các cách thức với những yêu cầu của từng khía cạnh tiêu chí;
- Hiệu quả của việc sử dụng các cách thức này của tổ chức, doanh nghiệp;
- Mức độ mà mỗi cách tiếp cận có thể lặp lại và căn cứ vào số liệu và thông tin đáng tin cậy (nghĩa là có tính hệ thống).

b) “*Triển khai*” đề cập đến:

- Cách tiếp cận được áp dụng để hướng tới những yêu cầu của khía cạnh tiêu chí liên quan và quan trọng đối với tổ chức, doanh nghiệp;
- Cách tiếp cận được áp dụng một cách thống nhất;
- Cách tiếp cận được sử dụng bởi tất cả các đơn vị, bộ phận thích hợp.

c) “*Cải tiến liên tục*” đề cập đến:

- Cải tiến hình thức thông qua các vòng đánh giá và cải tiến;
- Khuyến khích các thay đổi trong hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp;
- Chia sẻ những cải tiến và đổi mới với các đơn vị, bộ phận và quá trình có liên quan trong tổ chức, doanh nghiệp.

d) “*Thống nhất*” đề cập đến:

- Cách tiếp cận được liên kết với nhu cầu của tổ chức, doanh nghiệp đã được xác định trong báo cáo giới thiệu tổ chức, doanh nghiệp cũng như các khía cạnh quá trình khác;
- Hệ thống đo lường, thông tin và cải tiến được bổ sung xuyên suốt các quá trình và các đơn vị trong tổ chức, doanh nghiệp;
- Các kế hoạch, quá trình, kết quả, phân tích, nâng cao kiến thức và hành động được hài hoà xuyên suốt các quá trình và đơn vị, bộ phận trong tổ chức, doanh nghiệp nhằm hỗ trợ cho các mục tiêu trong toàn tổ chức, doanh nghiệp.

Bảng 1: Hướng dẫn đánh giá và chấm điểm các khía cạnh quá trình

Phạm vi điểm	Yếu tố đánh giá	Diễn giải
0 % hoặc 5 %	Tiếp cận (A– Approach)	Không có bằng chứng về cách tiếp cận hệ thống theo yêu cầu của tiêu chí.

Phạm vi điểm	Yếu tố đánh giá	Diễn giải
	Triển khai (D – <i>Deployment</i>)	Ít hoặc không có bằng chứng về việc triển khai các tiếp cận mang tính quá trình.
	Cải tiến liên tục (L – <i>Learning</i>)	Không có bằng chứng về việc định hướng cho hoạt động cải tiến; Cải tiến chỉ thu được qua việc đối phó với sự cố, vấn đề xảy ra.
	Thống nhất (I – <i>Integration</i>)	Không có bằng chứng về sự thống nhất trong triển khai các hoạt động; các lĩnh vực và đơn vị, bộ phận hoạt động một cách riêng rẽ.
10 %, 15 %, 20 %, hoặc 25 %	Tiếp cận (A – <i>Approach</i>)	Có bằng chứng về việc bắt đầu có phương pháp tiếp cận hệ thống theo các yêu cầu cơ bản của khía cạnh tiêu chí.
	Triển khai (D – <i>Deployment</i>)	Thể hiện phương pháp tiếp cận từ giai đoạn đầu triển khai trong phần lớn các lĩnh vực hoặc bộ phận công việc, còn hạn chế trong tiến trình đạt được các yêu cầu cơ bản của khía cạnh tiêu chí.
	Cải tiến liên tục (L – <i>Learning</i>)	Có bằng chứng đang trong việc chuyển từ đối phó với sự cố sang định hướng về hoạt động cải tiến.
	Thống nhất (I – <i>Integration</i>)	Sử dụng phương pháp tiếp cận tích hợp các lĩnh vực và bộ phận công việc qua cách cùng kết hợp giải quyết vấn đề.
30 %, 35 %, 40 % hoặc 45 %	Tiếp cận (A – <i>Approach</i>)	Có bằng chứng về cách tiếp cận hệ thống và có hiệu quả đối với các yêu cầu cơ bản của khía cạnh tiêu chí
	Triển khai (D – <i>Deployment</i>)	Sử dụng cách tiếp cận của việc triển khai mặc dù một số lĩnh vực và đơn vị, bộ phận vẫn mới chỉ ở giai đoạn đầu.
	Cải tiến liên tục (L – <i>Learning</i>)	Có bằng chứng về việc đánh giá và cải tiến các quá trình chính.
	Thống nhất (I – <i>Integration</i>)	Phương pháp này đang trong giai đoạn đầu phù hợp với các nhu cầu cơ bản của tổ chức, doanh nghiệp được xác định trong Báo cáo giới thiệu và các nội dung khía cạnh tiêu chí khác.
50 %, 55 %, 60 % hoặc 65 %	Tiếp cận (A – <i>Approach</i>)	Có bằng chứng về cách tiếp cận có hệ thống và có hiệu quả đối với toàn bộ các yêu cầu của khía cạnh tiêu chí
	Triển khai (D – <i>Deployment</i>)	Có phương pháp được triển khai tốt mặc dù việc triển khai có thể khác nhau trong một số lĩnh vực và đơn vị, bộ phận.
	Cải tiến liên tục (L – <i>Learning</i>)	Có quá trình đánh giá và cải tiến một cách hệ thống và được xây dựng dựa trên thực tế, một số

Phạm vi điểm	Yếu tố đánh giá	Diễn giải
70 %, 75 %, 80 % hoặc 85 %		tri thức của tổ chức, doanh nghiệp được sử dụng để cải tiến hiệu lực và hiệu quả của các quá trình chính.
	Thông nhất (I – <i>Integration</i>)	Phương pháp kết hợp với việc xác định các nhu cầu cơ bản của tổ chức, doanh nghiệp nhằm đáp ứng các khía cạnh tiêu chí quá trình và Báo cáo giới thiệu tổ chức, doanh nghiệp.
	Tiếp cận (A – <i>Approach</i>)	Có bằng chứng về cách tiếp cận hệ thống và có hiệu quả đối với mọi yêu cầu của khía cạnh tiêu chí
	Triển khai (D – <i>Deployment</i>)	Có phương pháp được triển khai tốt và không có những lỗ hổng nghiêm trọng.
90 %, 95 % hoặc 100 %	Cải tiến liên tục (L – <i>Learning</i>)	Việc học hỏi trong tổ chức, doanh nghiệp, hoạt động đánh giá và cải tiến một cách hệ thống và được xây dựng dựa trên thực tế là các công cụ quản lý chính của tổ chức. Có bằng chứng rõ ràng về việc đổi mới như là kết quả của hoạt động phân tích và chia sẻ trong các cấp của tổ chức, doanh nghiệp.
	Thông nhất (I – <i>Integration</i>)	Phương pháp tích hợp, hợp nhất với việc xác định các nhu cầu cơ bản của tổ chức, doanh nghiệp đáp ứng các khía cạnh tiêu chí quá trình và Báo cáo giới thiệu tổ chức, doanh nghiệp.
	Tiếp cận (A – <i>Approach</i>)	Có bằng chứng về cách tiếp cận hệ thống và có hiệu quả đáp ứng đầy đủ mọi yêu cầu của khía cạnh tiêu chí
	Triển khai (D – <i>Deployment</i>)	Có phương pháp được triển khai đầy đủ và không có những điểm yếu hoặc lỗ hổng nghiêm trọng trong bất kỳ lĩnh vực hoặc đơn vị, bộ phận nào.
	Cải tiến liên tục (L – <i>Learning</i>)	Việc học hỏi trong tổ chức, hoạt động đánh giá và cải tiến một cách có hệ thống và được xây dựng dựa trên thực tế là các công cụ chính trong toàn tổ chức, doanh nghiệp. Có bằng chứng rõ ràng về việc đổi mới như là kết quả của hoạt động phân tích và chia sẻ trong toàn bộ tổ chức, doanh nghiệp.
	Thông nhất (I – <i>Integration</i>)	Phương pháp tích hợp, hợp nhất được thực hiện tốt với việc xác định các nhu cầu cơ bản của tổ chức, doanh nghiệp đáp ứng các tiêu chí quá trình và Báo cáo giới thiệu tổ chức, doanh nghiệp.

2.2. Các tiêu chí về "Kết quả"

"Kết quả" đề cập đến *đầu ra* và *kết quả* của tổ chức, doanh nghiệp trong việc đạt được những yêu cầu của các Tiêu chí liên quan đến mô tả kết quả. Bốn yếu tố được sử dụng để đánh giá kết quả là **mức độ** (Le - Levels), **xu hướng** (T-Trends), **so sánh** (C-Comparisons) và **thống nhất** (I - Integration):

a) "Mức độ" đề cập đến:

Mức độ hiện tại của hoạt động tại tổ chức, doanh nghiệp.

b) "Xu hướng" đề cập đến:

- Tốc độ của việc cải tiến hiệu quả hoạt động hoặc sự bền vững của các hoạt động có hiệu quả (nghĩa là độ nghiêng của xu hướng số liệu) tại tổ chức, doanh nghiệp;

- Quy mô (nghĩa là quy mô triển khai) của các kết quả hoạt động tại tổ chức, doanh nghiệp.

c) "So sánh" đề cập đến:

- Tình hình hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp liên quan đến những so sánh với các đối thủ cạnh tranh hoặc các tổ chức, doanh nghiệp tương tự;

- Tình hình hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp liên quan các chuẩn so sánh hoặc các tổ chức, doanh nghiệp có vị trí đứng đầu ngành.

d) "Thống nhất" đề cập đến:

- Việc đo lường các kết quả (thường thông qua việc phân đoạn) đề cập đến các khách hàng, sản phẩm và dịch vụ quan trọng; các yêu cầu về hoạt động của thị trường, quá trình và kế hoạch hành động được xác định trong Báo cáo giới thiệu tổ chức, doanh nghiệp và trong các hạng mục quá trình của tổ chức, doanh nghiệp;

- Các kết quả của tổ chức, doanh nghiệp bao gồm các chỉ số về hoạt động trong tương lai;

- Các kết quả của tổ chức, doanh nghiệp thống nhất và xuyên suốt giữa các quá trình và các đơn vị trong tổ chức, doanh nghiệp nhằm hỗ trợ các mục tiêu trong toàn tổ chức, doanh nghiệp.

Bảng 2: Hướng dẫn đánh giá và chấm điểm các khía cạnh về kết quả

Phạm vi điểm	Yếu tố đánh giá	Diễn giải
0 % hoặc 5 % <i>Chú ý: 0 % là khi không có bất cứ thông tin nào.</i>	Thống nhất (I – Integration)	Không ghi nhận được kết quả trong bất kỳ lĩnh vực quan trọng nào thuộc nhiệm vụ hoặc lĩnh vực kinh doanh chính của tổ chức, doanh nghiệp.
	Mức độ (Le – Levels)	Ít hoặc không có kết quả trong thực hiện công việc của lĩnh vực được báo cáo của tổ chức, doanh nghiệp.

Phạm vi điểm	Yếu tố đánh giá	Diễn giải
	Xu hướng (T – Trends)	Không tìm thấy dữ liệu về xu hướng hoặc chủ yếu lại không phải là dữ liệu xu hướng.
	So sánh (C - Comparisons)	Không có báo cáo về thông tin so sánh.
10 %, 15 %, 20 %, hoặc 25 %	Thống nhất (I – Integration)	Kết quả được ghi nhận trong một vài lĩnh vực quan trọng thuộc nhiệm vụ hoặc lĩnh vực kinh doanh chính của tổ chức, doanh nghiệp.
	Mức độ (Le – Levels)	- Một vài kết quả hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp được ghi nhận. - Đã xuất hiện mức độ hoạt động tốt trong một vài lĩnh vực
	Xu hướng (T – Trends)	- Không có hoặc chỉ có một ít dữ liệu về xu hướng được ghi nhận - Có một vài hoạt động cải tiến trong một số lĩnh vực. - Một số xu hướng có tính hạn chế.
	So sánh (C - Comparisons)	Không có hoặc có một ít báo cáo về thông tin so sánh.
30 %, 35 %, 40 % hoặc 45 %	Thống nhất (I – Integration)	Kết quả được ghi nhận trong nhiều lĩnh vực quan trọng thuộc nhiệm vụ hoặc lĩnh vực kinh doanh chính của tổ chức, doanh nghiệp.
	Mức độ (Le – Levels)	Mức độ hoạt động tốt được ghi nhận trong nhiều lĩnh vực mà khía cạnh tiêu chí yêu cầu.
	Xu hướng (T – Trends)	- Ghi nhận được hoạt động cải tiến trong nhiều lĩnh vực mà khía cạnh tiêu chí yêu cầu. - Có bằng chứng của việc phát triển các xu hướng ở giai đoạn đầu.
	So sánh (C - Comparisons)	Có bằng chứng của việc thu được các thông tin so sánh ở mức ban đầu.
50 %, 55 %, 60 % hoặc 65 %	Thống nhất (I – Integration)	Kết quả hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp thể hiện tập trung vào yêu cầu của khách hàng chính, thị trường và quá trình.
	Mức độ (Le – Levels)	- Mức độ hoạt động tốt được ghi nhận trong phần lớn lĩnh vực mà khía cạnh tiêu chí yêu cầu. - Không có bằng chứng về hoạt động yếu kém trong các lĩnh vực quan trọng thuộc nhiệm vụ hoặc lĩnh vực kinh doanh chính của tổ chức, doanh nghiệp.
	Xu hướng (T – Trends)	- Ghi nhận được xu hướng hoạt động cải tiến trong phần lớn lĩnh vực mà khía cạnh tiêu chí yêu cầu. - Không có bằng chứng của việc thiếu hoặc không có xu hướng trong các lĩnh vực quan trọng thuộc nhiệm vụ hoặc lĩnh vực kinh doanh chính của tổ chức, doanh nghiệp.

Phạm vi điểm	Yếu tố đánh giá	Diễn giải
	So sánh (C - Comparisons)	Một số xu hướng và mức độ hoạt động hiện tại được đánh giá với các chuẩn đối sánh và các so sánh liên quan đã chỉ ra các lĩnh vực hoạt động từ tốt tới rất tốt.
70 %, 75 %, 80 % hoặc 85 %	Thống nhất (I - Integration)	Kết quả hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp thể hiện tập trung vào yêu cầu của khách hàng chính, thị trường, quá trình và các kế hoạch hành động.
	Mức độ (Le - Levels)	Mức độ hoạt động hiện tại từ tốt tới xuất sắc trong phần lớn lĩnh vực quan trọng mà khía cạnh tiêu chí yêu cầu.
	Xu hướng (T - Trends)	- Phần lớn xu hướng hoạt động cải tiến đã được duy trì lâu dài theo thời gian. - Phần lớn mức độ hoạt động hiện tại đã được duy trì lâu dài theo thời gian.
	So sánh (C - Comparisons)	Từ nhiều cho tới phần lớn xu hướng và/hoặc mức độ hoạt động hiện tại được đánh giá với các chuẩn đối sánh và/hoặc các so sánh liên quan đã cho thấy các lĩnh vực có sự lãnh đạo và hoạt động rất tốt.
90 %, 95 % hoặc 100 %	Thống nhất (I - Integration)	Kết quả hoạt động của tổ chức, doanh nghiệp thể hiện tập trung và đầy đủ vào yêu cầu của khách hàng chính, thị trường, quá trình và các kế hoạch hành động.
	Mức độ (Le - Levels)	Mức độ hoạt động hiện tại là xuất sắc trong phần lớn lĩnh vực quan trọng mà khía cạnh tiêu chí yêu cầu.
	Xu hướng (T - Trends)	- Xu hướng hoạt động cải tiến xuất sắc đã được ghi nhận trong phần lớn lĩnh vực. - Mức độ hoạt động xuất sắc thích hợp đã được ghi nhận trong phần lớn lĩnh vực.
	So sánh (C - Comparisons)	Có bằng chứng của việc chứng tỏ sự dẫn đầu trong ngành và chuẩn đối sánh trong nhiều lĩnh vực.



Phụ lục II

ĐĂNG KÝ THAM DỰ GIAI THƯỜNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

(Kèm theo Thông tư số ~~03~~ **03**/2026/TT-BKHCN ngày ~~12~~ **12** tháng ~~02~~ **02** năm 2026
của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ)

1. Tên đầy đủ của tổ chức, doanh nghiệp:

.....
.....

Địa chỉ:

.....

Điện thoại:

Website:.....

E-mail:.....

2. Nếu tổ chức, doanh nghiệp trực thuộc một tổ chức, doanh nghiệp khác, xin cung cấp các thông tin sau:

Tên tổ chức, doanh nghiệp mà đơn vị trực thuộc:

Địa chỉ:

Điện thoại:.....

Email:.....

Website:.....

3. Người liên hệ:

Họ và tên

Chức vụ:

Điện thoại:

Email:.....



4. Lĩnh vực hoạt động chính:

.....

.....

5. Các hệ thống quản lý, các công cụ năng suất, chất lượng đang áp dụng:

ISO 9001 ☐ ISO 14001 ☐ ISO 22000 ☐ ISO 45000 ☐ ISO 50001 ☐

ISO 27001 ☐ HACCP ☐ 5S ☐ Kaizen ☐ KPI ☐ Lean ☐ 6 Sigma ☐

Khác

.....

.....

6. Các năm đạt Giải thưởng chất lượng quốc gia, Giải thưởng chất lượng quốc tế Châu Á - Thái Bình Dương:

Tên và loại Giải thưởng đạt được	Năm đạt giải

7. Tổng doanh thu trong 3 năm gần nhất:

Năm 20	Năm 20	Năm 20
<i>Tỷ đồng</i>	<i>Tỷ đồng</i>	<i>Tỷ đồng</i>

8. Sản phẩm, hàng hóa đăng ký tham dự :**8.1. Sản phẩm, hàng hóa (thứ nhất):**

Tên sản phẩm, hàng hóa:.....

- Tiêu chuẩn, quy chuẩn đang áp dụng cho sản phẩm, hàng hóa:

.....



- Mô tả ngắn gọn về chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc độc đáo của sản phẩm, hàng hóa; sự xuất sắc của sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia):

.....

.....

.....

Sản lượng, số lượng	Thị phần	Doanh thu (tỷ đồng)	Địa điểm sản xuất/cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ chính

8.2. Sản phẩm, hàng hóa (thứ hai):

Tên sản phẩm, hàng hóa:.....

- Tiêu chuẩn, quy chuẩn đang áp dụng cho sản phẩm, hàng hóa:

.....

- Mô tả ngắn gọn về chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc độc đáo của sản phẩm, hàng hóa; sự xuất sắc của sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia):

.....

.....

Sản lượng, số lượng	Thị phần	Doanh thu (tỷ đồng)	Địa điểm sản xuất/cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ chính

8.3. Sản phẩm, hàng hóa (thứ n):

Tên sản phẩm, hàng hóa:.....

- Tiêu chuẩn, quy chuẩn đang áp dụng cho sản phẩm, hàng hóa:

.....

- - Mô tả ngắn gọn về chất lượng, mức độ tin cậy, sự vượt trội hoặc độc đáo của sản phẩm, hàng hóa; sự xuất sắc của sản phẩm, hàng hóa tham dự Giải thưởng chất lượng quốc gia):

.....

Sản lượng, số lượng	Thị phần	Doanh thu (tỷ đồng)	Địa điểm sản xuất/cung cấp sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ chính

Chúng tôi cam đoan những thông tin trên là hoàn toàn chính xác.

....., ngày..... tháng..... năm.....
LÃNH ĐẠO TỔ CHỨC/DOANH NGHIỆP
 (Ký tên, đóng dấu)





Phụ lục III

MAU BỐ CỤC BÁO CÁO THAM DỰ GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

(Kèm theo Thông tư số 03/2026/TT-BKHCN ngày 12 tháng 02 năm 2026
của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ)

Phần I

GIỚI THIỆU TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP

1. Mô tả tổ chức, doanh nghiệp

1.1. Môi trường tổ chức, doanh nghiệp

- a) Sản phẩm, hàng hóa cung cấp
- b) Sứ mệnh, tầm nhìn, giá trị cốt lõi và văn hóa
- c) Hồ sơ lực lượng lao động
- d) Tài sản
- đ) Môi trường pháp lý

2. Bối cảnh chiến lược của tổ chức, doanh nghiệp

2.1. Môi trường cạnh tranh

- a) Vị thế cạnh tranh
- b) Những thay đổi về tính cạnh tranh
- c) Dữ liệu so sánh

2.2. Bối cảnh chiến lược

2.3. Hệ thống cải tiến hiệu suất

Phần II

BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ

1. Lãnh đạo

1.1. Cách thức ban lãnh đạo dẫn dắt tổ chức, doanh nghiệp

1.1.1. Sứ mệnh, tầm nhìn và các giá trị cốt lõi

- a) Thiết lập sứ mệnh, tầm nhìn, và các giá trị cốt lõi
- b) Thúc đẩy việc tuân thủ pháp luật và hành vi đạo đức

1.1.2. Trao đổi thông tin

1.1.3. Thúc đẩy sự tập trung vào hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp

- a) Thiết lập môi trường cho sự thành công



b) Thiết lập môi trường tập trung vào hành động

1.2. Cách thức quản trị tổ chức, doanh nghiệp và đóng góp cho xã hội

1.2.1. Quản trị tổ chức, doanh nghiệp

- a) Hệ thống quản trị
- b) Đánh giá hiệu suất
- c) Hiệu suất của tổ chức, doanh nghiệp

1.2.2. Tuân thủ pháp luật và hành vi đạo đức

- a) Tuân thủ pháp luật và quy định
- b) Hành vi đạo đức

1.2.3. Đóng góp cho xã hội

- a) Lợi ích xã hội
- b) Hỗ trợ cộng đồng

2. Chiến lược

2.1. Xây dựng chiến lược

2.1.1. Quá trình xây dựng chiến lược

- a) Quá trình hoạch định chiến lược
- b) Nội dung chiến lược
- c) Các cơ hội chiến lược và quản lý rủi ro
- d) Thuê ngoài và năng lực cốt lõi

2.1.2. Mục tiêu chiến lược

- a) Mục tiêu chiến lược chính
- b) Xem xét tương quan

2.2. Thực hiện chiến lược

2.2.1. Xây dựng và triển khai kế hoạch hành động

- a) Kế hoạch hành động
- b) Thực hiện kế hoạch hành động
- c) Phân bổ nguồn lực
- d) Các kế hoạch về lực lượng lao động
- đ) Thước đo hiệu suất
- e) Hiệu suất dự kiến

2.2.2. Điều chỉnh kế hoạch hành động

3. Khách hàng

3.1. Lắng nghe và xác định sản phẩm, hàng hóa để đáp ứng nhu cầu của khách hàng

3.1.1. Lắng nghe khách hàng

- a) Khách hàng hiện tại
- b) Khách hàng tiềm năng

3.1.2. Phân khúc khách hàng và đề xuất sản phẩm, hàng hóa

- a) Phân khúc khách hàng
- b) Đề xuất sản phẩm, hàng hóa

3.2. Xây dựng mối quan hệ và nâng cao trải nghiệm của khách hàng)

3.2.1. Trải nghiệm của khách hàng

- a) Quản lý mối quan hệ
- b) Tiếp cận và hỗ trợ khách hàng
- c) Quản lý khiếu nại của khách hàng
- d) Giải xử công bằng

3.2.2. Xác định mức độ hài lòng, không hài lòng và sự gắn kết của khách hàng

4. Đo lường, phân tích và quản lý tri thức

4.1. Đo lường, phân tích, xem xét và cải thiện hiệu suất

4.1.1. Đo lường hiệu suất

- a) Thước đo hiệu suất
- b) Dữ liệu so sánh

4.1.2. Phân tích, xem xét và cải thiện hiệu suất

4.2. Quản lý thông tin và tài sản tri thức

4.2.1. Dữ liệu và thông tin

- a) Chất lượng dữ liệu và thông tin
- b) Tính sẵn sàng của dữ liệu và thông tin
- c) An ninh mạng

4.2.2. Tri thức của tổ chức, doanh nghiệp

- a) Quản lý tri thức
- b) Các phương pháp thực hành tốt

4.2.3 Theo đuổi sự đổi mới

5. Lực lượng lao động.

5.1. Xây dựng môi trường làm việc hiệu quả và mang tính hỗ trợ cho lực lượng lao động

5.1.1. Khả năng và năng lực của lực lượng lao động

- a) Nhu cầu về khả năng và năng lực của lực lượng lao động
- b) Tuyển dụng, đào tạo lực lượng lao động
- c) Thay đổi lực lượng lao động
- d) Thực hiện công việc

5.1.2 Môi trường làm việc

- a) Môi trường nơi làm việc
- b) Thù lao và phúc lợi của lực lượng lao động

5.2. Gắn kết lực lượng lao động để duy trì và đạt hiệu suất cao

5.2.1. Đánh giá sự gắn kết lực lượng lao động

- a) Thúc đẩy sự gắn kết
- b) Đánh giá sự gắn kết

5.2.2. Văn hóa của tổ chức, doanh nghiệp

5.2.3. Quản lý và phát triển hiệu suất

- a) Quản lý hiệu suất
- b) Phát triển hiệu suất
- c) Lập kế hoạch phát triển nghề nghiệp và kế nhiệm
- d) Công bằng và hòa nhập

6. Vận hành

6.1. Thiết kế, quản lý và cải tiến các sản phẩm, hàng hóa và quy trình làm việc chính

6.1.1. Thiết kế sản phẩm, hàng hóa và quy trình

- a) Các yêu cầu về sản phẩm, hàng hóa
- b) Thiết kế sản phẩm, hàng hóa
- c) Các yêu cầu của quy trình
- d) Thiết kế quy trình

6.1.2. Quản lý và cải tiến quy trình

- a) Thực hiện quy trình
- b) Cải tiến quy trình

6.2. Quản lý có hiệu quả hoạt động

6.2.1. Hiệu lực và hiệu quả hoạt động

6.2.2. Quản lý mạng lưới cung ứng

6.2.3. Sự an toàn, tính liên tục và khả năng phục hồi trong kinh doanh, và quản lý rủi ro

- a) Sự an toàn
- b) Tính liên tục và khả năng phục hồi trong kinh doanh
- c) Quản lý rủi ro

7. Kết quả

7.1. Kết quả về sản phẩm, hàng hóa và quá trình

- a) Kết quả về sản phẩm, hàng hóa
- b) Kết quả về hiệu lực và hiệu quả quá trình
- c) Kết quả về quản lý mạng lưới cung ứng

7.2. Kết quả về khách hàng

- a) Sự hài lòng của khách hàng
- b) Gắn kết của khách hàng

7.3. Lực lượng lao động

- a) Kết quả về khả năng và năng lực của lực lượng lao động
- b) Môi trường làm việc
- d) Phát triển lực lượng lao động

7.4. Kết quả về lãnh đạo và quản trị

- a) Lãnh đạo
- b) Quản trị
- c) Tuân thủ pháp luật và quy định
- d) Đạo đức

7.5. Kết quả về tài chính và chiến lược

- a) Kết quả tài chính
- b) Kết quả về thị trường
- c) Kết quả thực hiện chiến lược và đổi mới





Phụ lục IV

MẪU BIỂU TRUNG GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA,
MẪU CÚP GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA,
NỘI DUNG GIẤY CHỨNG NHẬN SẢN PHẨM, HÀNG HÓA ĐẠT
GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

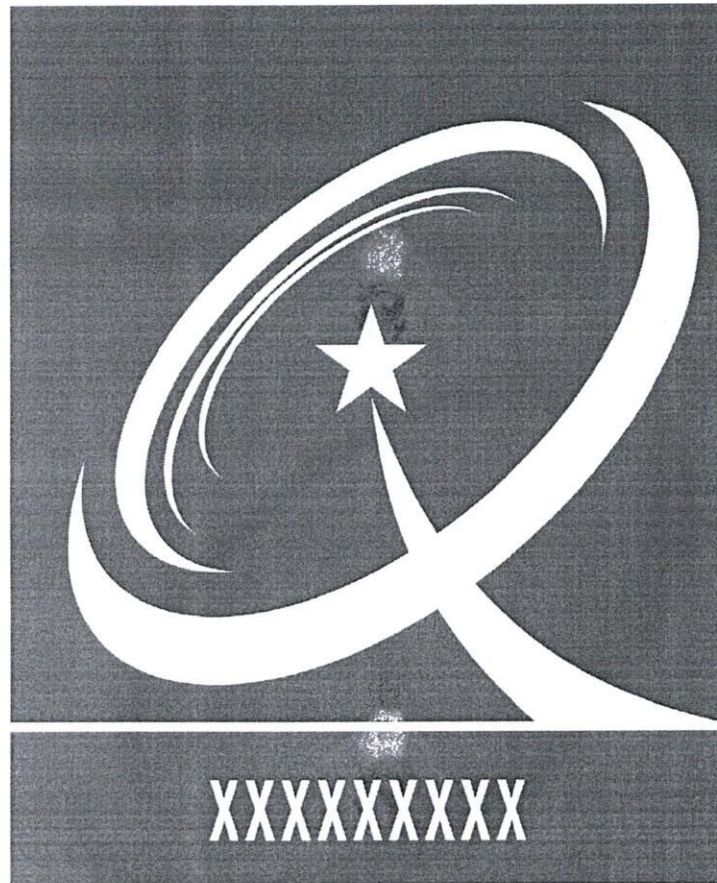
(Kèm theo Thông tư số 03../2026/TT-BKHCN ngày 12..tháng 02 năm 2026
của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ)

1	Mẫu và cách thể hiện biểu trưng Giải thưởng chất lượng quốc gia
2	Mẫu cúp Giải thưởng chất lượng quốc gia
3	Nội dung Giấy chứng nhận sản phẩm, hàng hóa đạt Giải Vàng chất lượng quốc gia và Giấy chứng nhận sản phẩm, hàng hóa đạt Giải Bạc chất lượng quốc gia



1. Mẫu và cách thể hiện biểu trưng Giải thưởng chất lượng quốc gia

1.1. Mẫu biểu trưng Giải thưởng chất lượng quốc gia



Hình 1: Hình dạng biểu trưng Giải thưởng Chất lượng Quốc gia

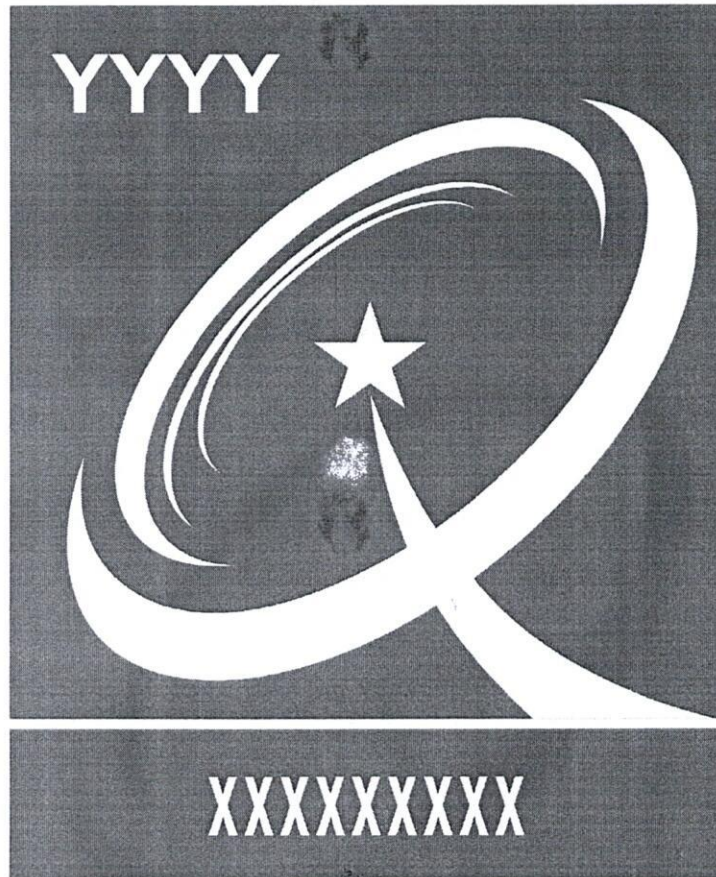
Ghi chú:

Phần chữ phía dưới “XXXXXXXXXX” thể hiện tên Giải thưởng chất lượng quốc gia bằng Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh, chữ không chân.

Cụ thể như sau:

Tên tiếng Việt	Tiếng Anh
GIẢI THƯỞNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA	VIETNAM QUALITY AWARD

1.2. Cách thể hiện biểu trưng Giải thưởng chất lượng quốc gia trên sản phẩm, hàng hóa, ấn phẩm của tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt giải



Hình 2: Cách thể hiện biểu trưng Giải thưởng chất lượng quốc gia trên sản phẩm, hàng hóa, ấn phẩm của tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt giải

Ghi chú:

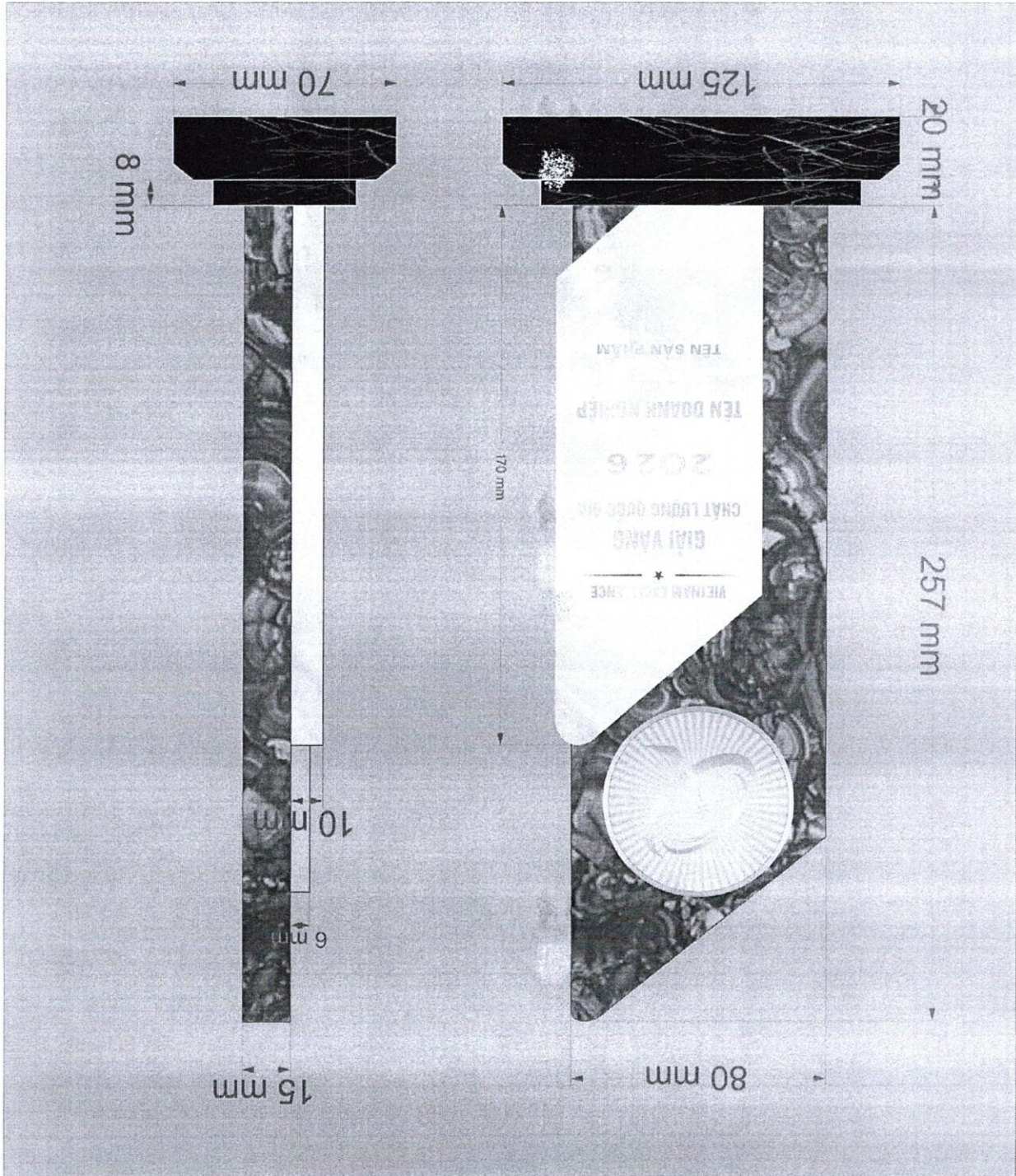
- 1) Phần chữ YYYY tại vị trí góc trên bên trái của biểu trưng thể hiện năm đạt giải của sản phẩm, hàng hóa. Tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt giải khi sử dụng biểu trưng này phải ghi rõ năm đạt giải tại vị trí góc trên bên trái của biểu trưng
- 2) Phần chữ phía dưới "XXXXXXXXXX" thể hiện "loại Giải thưởng" tặng cho sản phẩm, hàng hóa của tổ chức, doanh nghiệp. Nội dung chữ được thể hiện bằng Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh, chữ không chân

Cụ thể như sau:

Tên tiếng Việt	Tiếng Anh
GIẢI VÀNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA	VIETNAM EXCELLENCE
GIẢI BẠC CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA	VIETNAM BEST QUALITY

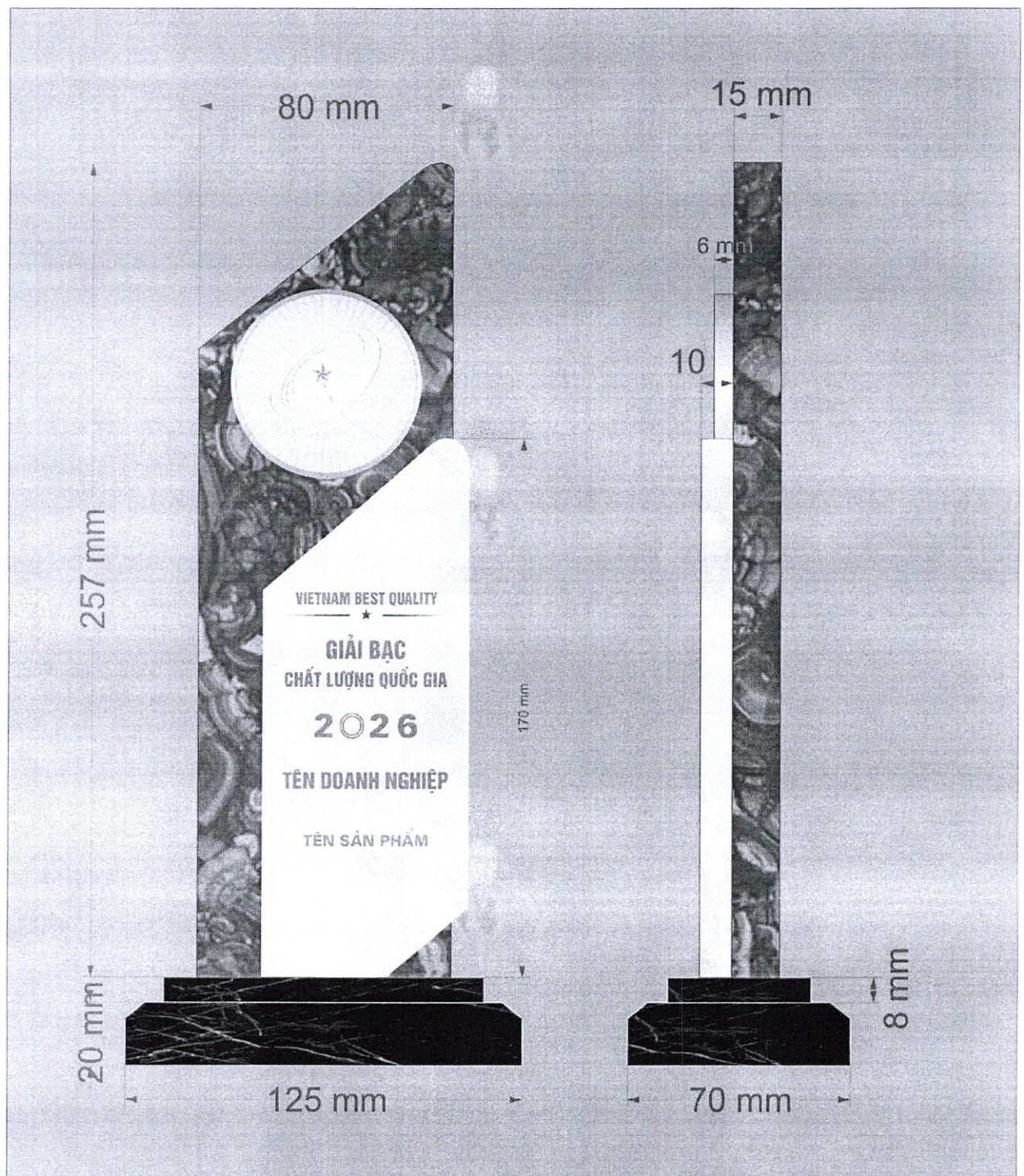
2. Mẫu cúp Giải thưởng chất lượng quốc gia

2.1. Hình dáng và kích thước cúp Giải Vàng chất lượng quốc gia



Hình 2.1. Hình dáng và kích thước mặt trước và mặt bên Cúp Giải Vàng chất lượng quốc gia

2.2. Hình dạng và kích thước cúp Giải Bạc chất lượng quốc gia



Hình 2.2. Hình dạng và kích thước mặt trước và mặt bên
Cúp Giải Bạc chất lượng quốc gia

3. Nội dung Giấy chứng nhận sản phẩm hàng hóa đạt Giải thưởng chất lượng quốc gia

3.1. Nội dung Giấy chứng nhận sản phẩm hàng hóa đạt Giải Vàng chất lượng quốc gia

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

CHỨNG NHẬN

SẢN PHẨM *(Tên sản phẩm, hàng hóa đạt giải)*

TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP *(Tên tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm, hàng hóa đạt giải)*

được tặng

GIẢI VÀNG CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA

NĂM

**Tại Quyết định số/QĐ-BKHCN ngày tháng năm
của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ**

Hà Nội, ngày tháng năm

BỘ TRƯỞNG

(ký tên và đóng dấu)

3.2. Nội dung Giấy chứng nhận sản phẩm hàng hóa đạt Giải Bạc chất lượng quốc gia

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

CHỨNG NHẬN

SẢN PHẨM (Tên sản phẩm, hàng hóa đạt giải)

TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP (Tên tổ chức, doanh nghiệp có sản phẩm,
hàng hóa đạt giải)

được tặng

GIẢI BẠC CHẤT LƯỢNG QUỐC GIA
NĂM

Tại Quyết định số /QĐ-BKHCN ngày tháng năm
của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ

Hà Nội, ngày tháng năm

BỘ TRƯỞNG

(ký tên và đóng dấu)

