

TÀI LIỆU TẬP HUẤN

Phát triển sản phẩm
OCOP theo chuỗi liên
kết giá trị gắn với
vùng nguyên liệu
địa phương tại
Quảng Ngãi



CO
DANH SÁCH
PHẨM PHẨM OCOP QUẢNG



OCOP
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

Quét mã QR
để tải tài liệu



Quảng Ngãi, tháng 3 năm 2025

Nội dung Chương trình

01

Tổng quan chung về Chương trình OCOP tại Quảng Ngãi

Đại diện Sở Nông nghiệp và
PTNT tỉnh Quảng Ngãi

02

Phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị gắn với vùng nguyên liệu địa phương

Ts. Đặng Thị Mộng Quyên
Trường Cao đẳng
Lương Thực - Thực phẩm

03

An toàn vệ sinh thực phẩm trong quá trình sản xuất các sản phẩm OCOP

Ths. Nguyễn Thị Ngọc Hương
Trường Cao đẳng
Lương Thực - Thực phẩm

04

Kỹ năng quảng bá và bán sản phẩm OCOP trên nền tảng thương mại điện tử (Tik Tok).

Đoàn Thị Quỳnh Trang
Công ty Cổ phần giải pháp KYC-
Hà Nội

05

Giới thiệu một số công nghệ mới trong sản xuất, bảo quản nông sản thực phẩm

Ts. Phạm Châu Huỳnh
Giám đốc Trung tâm CNSH
Thành phố Đà Nẵng



Lớp Tập huấn OCOP địa phương

Mục lục

A. Tổng quan chung về chương trình OCOP tại Quảng Ngãi	2
BÁO CÁO	3
TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI VÀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP NĂM 2024	3
I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO, ĐIỀU HÀNH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN	3
1. Công tác xây dựng Kế hoạch triển khai Chương trình OCOP	3
2. Công tác tổ chức bộ máy thực hiện Chương trình OCOP	3
II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN	4
1. Công tác đào tạo, tập huấn và nâng cao năng lực cho cán bộ quản lý, hướng dẫn triển khai Chương trình OCOP	4
2. Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về Chương trình OCOP	4
3. Về công tác quảng bá, xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP * Cấp tỉnh:	6
4. Kết quả thực hiện các mục tiêu chính của Kế hoạch Chương trình OCOP năm 2024 ..	7
III. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM TRIỂN KHAI TRONG THỜI GIAN TỚI	7
1. Kết quả đạt được	7
2. Thuận lợi, khó khăn vướng mắc và tồn tại	8
3. Bài học kinh nghiệm	9
PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP NĂM 2025	10
I. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU	10
1. Quan điểm	10
2. Mục tiêu	10
II. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN	10
1. Công tác chỉ đạo điều hành	10
2. Công tác tuyên truyền, đào tạo, tập huấn	11
3. Triển khai Chu trình OCOP	11
4. Phát triển sản phẩm	11
5. Phát triển tổ chức kinh tế	11
6. Nâng cao chất lượng đánh giá, phân hạng OCOP cấp huyện	11
7. Hoạt động xúc tiến thương mại	12
III. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ	12
TỔNG HỢP SẢN PHẨM OCOP TỈNH QUẢNG NGÃI ĐẾN CUỐI NĂM 2024	13
1. Phân bố sản phẩm OCOP theo nhóm sản phẩm	13
2. Phân bố sản phẩm OCOP theo địa phương	13

3. Phân bố sản phẩm OCOP theo hạng sao.....	14
4. Phân bố sản phẩm OCOP theo loại hình kinh doanh	14
B. Phát triển chuỗi giá trị sản phẩm OCOP gắn với vùng nguyên liệu địa phương.....	16
I. Giới thiệu về chuỗi giá trị.....	17
II. Mục đích xây dựng liên kết chuỗi giá trị.....	18
III. Các hình thức liên kết chuỗi giá trị.....	18
IV. Một số mô hình liên kết chuỗi giá trị.....	19
1. Mô hình 1: Doanh nghiệp + HTX/tổ nhóm/nông dân.....	19
2. Mô hình 2: Doanh nghiệp + Đại lý/thương lái + Hộ sản xuất/tổ nhóm.....	20
3. Mô hình 3: HTX/Tổ nhóm tự tổ chức sản xuất hoặc tiêu thụ	20
4. Mô hình 4: Cơ sở thương mại + HTX/Tổ nhóm/hộ gia đình.....	20
V. Hướng dẫn quy trình triển khai hoạt động phát triển liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị	21
1. Lập và phê duyệt danh mục các dự án liên kết	21
2. Hồ sơ và trình tự thủ tục hỗ trợ liên kết	21
VI. Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo chuỗi giá trị trong nông nghiệp.....	23
1. Điều kiện được hỗ trợ	23
2. Đối tượng được hỗ trợ.....	23
3. Nội dung hỗ trợ	23
C. An toàn vệ sinh thực phẩm trong sản xuất sản phẩm OCOP	25
I. Nhóm các sản phẩm OCOP ngành thực phẩm và đồ uống	26
1. Ngành thực phẩm	26
2. Ngành đồ uống	26
II. Các chỉ tiêu chất lượng chính trong sản phẩm OCOP	26
III. Thực hiện các tiêu chí chất lượng, ATTP trong sản phẩm OCOP	26
1. Chỉ tiêu cảm quan:	26
2. Tính độc đáo:.....	27
3. Công bố chất lượng sản phẩm.....	27
4. Đảm bảo chất lượng sản phẩm:.....	27
IV. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP.....	27
1. Tự quản lý, kiểm soát của các chủ thể	27
2. Kiểm soát từ cộng đồng	28
V. Hướng dẫn công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn và thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm.....	29
1. Một số khái niệm:	29
2. Công bố Tiêu chuẩn cơ sở (TCCS).....	30
3. Công bố hợp chuẩn	30

4. Công bố hợp quy	31
5. Thủ tục cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm	31
VI. Đảm bảo an toàn thực phẩm tại các cơ sở sản xuất, chế biến thực phẩm	33
1. Điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm.....	33
2. Phương pháp bảo đảm an toàn thực phẩm	34
3. Thực hành tốt vệ sinh an toàn thực phẩm	34
D. Quảng bá sản phẩm OCOP trên nền tảng mạng xã hội (Tik Tok).....	36
I. Phát triển thương mại điện tử hàng nông sản tại Việt Nam	37
1. Giới thiệu	37
2. Khung chính sách phát triển thương mại điện tử	37
3. Thực trạng phát triển thương mại điện tử hàng nông sản	37
4. Nhu cầu của người tiêu dùng và doanh nghiệp.....	38
5. Giải pháp phát triển thương mại điện tử hàng nông sản	38
II. Kỹ Năng Bán Hàng Trên TikTok Shop.....	39
1. Khái quát về thương mại điện tử và tiktok shop	39
2. Xây dựng kênh tiktok shop	41
3. Sáng tạo nội dung và quảng bá sản phẩm	43
4. Livestream bán hàng trên tiktok shop	44
5. Quản lý sản phẩm và đơn hàng	45
6. Các khoản phí và khuyến mãi	47
7. Các lỗi thường gặp và cách khắc phục.....	48
E. Giới thiệu một số công nghệ mới trong sản xuất, bảo quản nông sản thực phẩm.	51
I. Sơ lược một số công nghệ bảo quản tiên tiến phù hợp với sản phẩm OCOP	52
1. Công nghệ CAS (Cells Alive System).....	52
2. Công nghệ CA (Controlled Atmosphere)	52
3. Công nghệ MAP (Modified Atmosphere Packaging).....	53
4. Công nghệ JEVA	54
5. Công nghệ sấy nông sản bằng năng lượng mặt trời (Solar Drying).....	54
6. Kết luận & Khuyến nghị	55
II. Chuyên đề công nghệ mới ứng dụng trong sản xuất và bảo quản nông sản thực phẩm	56
G. Tài liệu trình chiếu.....	57

A. Tổng quan chung về chương trình OCOP tại Quảng Ngãi



BÁO CÁO

Kết quả thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024, phương hướng nhiệm vụ năm 2025 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi

Trên cơ sở báo cáo của các cơ quan, đơn vị về triển khai Kế hoạch số 69/KH-UBND ngày 20/3/2024 của UBND tỉnh thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã tổng hợp và báo cáo kết quả thực hiện Chương trình OCOP năm 2024, phương hướng, nhiệm vụ năm 2025 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi, cụ thể như sau:

Phần thứ nhất

TÌNH HÌNH TRIỂN KHAI VÀ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP NĂM 2024

I. CÔNG TÁC CHỈ ĐẠO, ĐIỀU HÀNH TRIỂN KHAI THỰC HIỆN

1. Công tác xây dựng Kế hoạch triển khai Chương trình OCOP

- Để triển khai thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã kịp thời tham mưu UBND tỉnh ban hành một số văn bản chỉ đạo triển khai thực hiện như: Ban hành các văn bản chỉ đạo thực hiện Chương trình, văn bản hướng dẫn triển khai thực hiện Chương trình,...¹.

- Hướng dẫn UBND các huyện, thị xã, thành phố xây dựng kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn huyện, thị xã, thành phố theo định hướng chung của tỉnh; Kiện toàn Hội đồng đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP cấp huyện,...

2. Công tác tổ chức bộ máy thực hiện Chương trình OCOP

- *Ở tỉnh*: Ban Chỉ đạo thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn chỉ đạo, điều hành thực hiện Chương trình OCOP; Cơ quan thường trực Chương trình OCOP tỉnh là Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh;

¹ Kế hoạch số 69/KH-UBND ngày 20/3/2024 của UBND tỉnh triển khai thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; Quyết định số 1378/QĐ-UBND ngày 07/11/2024 về sửa đổi một số nội dung tại Quyết định số 1719/QĐ-UBND ngày 17/11/2023 của Chủ tịch UBND tỉnh Quảng Ngãi về việc thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tỉnh Quảng Ngãi; Công văn số 1169/SNNPTNT-NTM ngày 25/3/2024 về việc hướng dẫn một số nội dung triển khai Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; Công văn số 2664/SNNPTNT-NTM ngày 19/6/2024 về việc đơn đốc triển khai Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; Công văn số 4383/SNNPTNT-NTM ngày 26/9/2024 về việc khẩn trương triển khai Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; Công văn số 5375/SNNPTNT-NTM ngày 18/11/2024 về việc khẩn trương tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP và đề xuất cấp tỉnh đánh giá, phân hạng đối với các sản phẩm có tiềm năng đạt OCOP 4 -5 sao năm 2024 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi,...

Cơ quan tham mưu giúp việc Chương trình OCOP giao Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh (Văn phòng nông thôn mới tỉnh) tổ chức triển khai thực hiện.

- *Ở cấp huyện*: Ban Chỉ đạo thực hiện các Chương trình mục tiêu quốc gia thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn chỉ đạo, điều hành thực hiện các nội dung của Chương trình OCOP thuộc nhiệm vụ của địa phương; Cơ quan tham mưu giúp việc Chương trình OCOP giao Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hoặc Phòng Kinh tế.
- *Ở cấp xã (xã, phường, thị trấn)*: UBND cấp xã tổ chức triển khai thực hiện Chương trình OCOP và phân công 01 cán bộ phụ trách Chương trình NTM kiêm nhiệm Chương trình OCOP.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN

1. Công tác đào tạo, tập huấn và nâng cao năng lực cho cán bộ quản lý, hướng dẫn triển khai Chương trình OCOP

- Lồng ghép chuyên đề OCOP trong các lớp tập huấn cấp tỉnh, huyện nhằm cung cấp kiến thức liên quan trực tiếp đến chương trình OCOP, các bước triển khai trong chu trình OCOP thường niên và nhiệm vụ trọng tâm trong triển khai chương trình; kỹ năng, kinh nghiệm tổ chức thực hiện để hỗ trợ cho các địa phương, chủ thể trong việc tạo ra các sản phẩm có giá trị gia tăng, đảm bảo các tiêu chí theo Bộ tiêu chí đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP; những điểm cần lưu ý trong triển khai chương trình OCOP và kinh nghiệm triển khai chương trình OCOP của một số tỉnh. Qua đó nâng cao trình độ nguồn nhân lực các cấp quản lý, hướng dẫn triển khai thực hiện Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh.
- Ngoài ra còn cử cán bộ quản lý và chủ thể tham gia lớp tập huấn chuyên sâu về khai thác và phát triển thương hiệu, sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm OCOP tại thành phố Huế từ ngày 26-28/8/2024.

2. Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về Chương trình OCOP

a) Về xây dựng tài liệu hướng dẫn thực hiện Chương trình OCOP

- Văn phòng nông thôn mới tỉnh in 3.590 cuốn “Sổ tay Hỏi đáp Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi”. Nội dung cuốn sổ tay gồm 103 câu hỏi và trả lời nhằm giải quyết những vấn đề xung quanh Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) và những cơ chế, chính sách ưu đãi của Nhà nước mà chủ thể OCOP cần nắm được về: vốn, tín dụng, chính sách hỗ trợ phát triển sản xuất, ngành nghề, đào tạo nhân lực,... trên cơ sở cập nhật những văn bản, Quyết định, Nghị định, Thông tư mới nhất của Chính phủ, các Bộ, ban, ngành liên quan, đặc biệt là những văn bản, tài liệu về Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã ban hành cấp cho 173 xã, phường, thị trấn và 13 huyện, thị xã, thành phố giúp cho cán bộ, công chức triển khai chương trình OCOP cấp huyện, cấp xã và chủ thể nắm rõ về các nội dung, tiêu chí, quy trình đánh giá, phân hạng OCOP.
- Sở Công Thương đã xây dựng Cẩm nang giới thiệu các mặt hàng có thể mạnh, uy tín của tỉnh Quảng Ngãi để giới thiệu, cung cấp cho doanh nghiệp nhập khẩu; trong đó có

các sản phẩm OCOP: Mạch nha của Công ty Cổ phần đường Quảng Ngãi; sản phẩm của HTX sản xuất và kinh doanh nấm Đức Nhuận; sản phẩm mọ cau của Công ty TNHH một thành viên sản xuất thương mại và dịch vụ Phúc Thịnh; táo xoắn HTX nông nghiệp công nghệ cao Vạn Tường; sản phẩm bò khô của công ty TNHH sản xuất và thương mại Thu Ba; các sản phẩm từ tỏi Lý Sơn của Công ty TNHH thương mại và dịch vụ Phú Sinh; các sản phẩm tinh dầu quế, hàng thủ công mỹ nghệ từ quế của Công ty TNHH Hương quế Trà Bồng; mật mía HKD Miền Trung Xanh; sản phẩm của công ty TNHH nông lâm nghiệp TBT; nước mắm Mười Quý của Công ty TNHH MTV sản xuất thương mại và dịch vụ Mười Quý. Triển khai thực hiện Đề án đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản thông qua hình thức tuyên truyền trên Báo Quảng Ngãi, Đài Phát thanh - Truyền hình tỉnh.

*b) Về công tác tuyên truyền * Cấp tỉnh:*

- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Văn phòng nông thôn mới tỉnh): Tổ chức 01 lớp tập huấn chuyên đề “*Phát triển sản phẩm OCOP và các sản phẩm chủ lực của địa phương*” thuộc Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) năm 2024 trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi từ ngày 24/9 - 26/9/2024 kết hợp với tập huấn tại hội trường và đi học tập thực tế tại Công ty TNHH MTV Muối SAHU (có các sản phẩm đạt OCOP 4 sao) và HTX Muối biển truyền thống và du lịch cộng đồng Sa Huỳnh, thị xã Đức Phổ, tỉnh Quảng Ngãi với sự tham gia hơn 60 học viên là các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi; Tiếp tục tuyên truyền, quảng bá giới thiệu sản phẩm OCOP đến với người tiêu dùng trên Trang thông tin điện tử về Chương trình OCOP trên địa tỉnh với tên miền là <https://ocop.quangngai.gov.vn>; tổ chức trưng bày, giới thiệu các sản phẩm đạt OCOP tỉnh Quảng Ngãi đến với người dân, tổ chức, cá nhân đến làm việc tại Phòng tiếp công dân của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn;

Ngoài ra, Văn phòng Điều phối NTM tỉnh đã thành lập các nhóm Zalo, Facebook OCOP Quảng Ngãi để thông tin, chia sẻ về Chương trình OCOP đến cán bộ quản lý các cấp và các chủ thể OCOP trên địa bàn tỉnh.

- Sở Công Thương tiếp tục duy trì Sàn giao dịch thương mại điện tử tỉnh Quảng Ngãi (tại trang web <https://quangngaitrade.gov.vn>). Tính đến nay, Sàn đã hỗ trợ, giới thiệu được 870 sản phẩm/dịch vụ của hơn 370 doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trên địa bàn tỉnh; trong đó bao gồm **173 sản phẩm OCOP**, 79 sản phẩm công nghiệp nông thôn, sản phẩm đặc sản, đặc trưng vùng miền của tỉnh.

** Cấp huyện:*

Các địa phương đã mở các lớp tập huấn về Chương trình OCOP/lồng ghép với các Chương trình khác tập huấn cho các chủ thể, cán bộ, công chức, viên chức tại cấp huyện, cấp xã; phối hợp với Báo Quảng Ngãi, Đài Phát thanh - Truyền hình Quảng Ngãi, Trung tâm TT-VH-TT các huyện, thị xã, thành phố sản xuất và lồng ghép phát sóng tin, bài, phóng sự tuyên truyền, phổ biến, giới thiệu rộng rãi Chương trình OCOP và các sản phẩm OCOP tại địa phương đến người tiêu dùng qua các phương tiện truyền thông, các hội chợ triển lãm, các hội nghị, các ngày lễ của huyện, tỉnh; một số địa phương đã triển

khai công tác tuyên truyền, khuyến khích sử dụng sản phẩm OCOP, sản phẩm đặc trưng của địa phương, của tỉnh Quảng Ngãi làm quà tặng cho đoàn viên công đoàn, người có công và người lao động,... dưới Combo sản phẩm OCOP; tham gia Liên hoan “*Mỗi sản phẩm OCOP là một câu chuyện kể*” và không gian du lịch cộng đồng nông nghiệp, nông thôn năm 2024 tại huyện Nghĩa Hành,...

3. Về công tác quảng bá, xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP * Cấp tỉnh:

- Sở Công Thương: là đơn vị đầu mối của tỉnh triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP của tỉnh; hỗ trợ xây dựng các điểm giới thiệu, bán sản phẩm OCOP do Sở Công Thương thực hiện ²
- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì thực hiện các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại sản phẩm nông nghiệp ³.

* *Cấp huyện:*

- Các địa phương đã chủ động chỉ đạo các Phòng ban có liên quan và các chủ thể sản phẩm tham gia điểm trưng bày sản phẩm OCOP của địa phương tại các buổi Hội thảo, Hội nghị, chương trình xúc tiến thương mại của tỉnh, các điểm trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm OCOP của tỉnh; Tổ chức các chương trình hội chợ, quảng bá giới thiệu sản phẩm địa phương tại các ngày lễ và các sự kiện lớn của địa phương

² Tổ chức Hội nghị kết nối cung cầu, tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá giữa tỉnh Quảng Ngãi, tỉnh Nghệ An và các tỉnh khu vực Bắc Trung Bộ năm 2024 tại tỉnh Nghệ An, diễn ra từ ngày 23/10/2024 – 24/10/2024 đã kết nối thành công với 47 cặp doanh nghiệp đã ký biên bản hợp tác trao đổi, giao thương, kết nối sản phẩm giữa 03 tỉnh

Nghệ An, Hà Tĩnh và Quảng Ngãi. Đến nay, đã có sản phẩm của 06 đơn vị tỉnh Quảng Ngãi, 05 đơn vị tỉnh Hà Tĩnh đã kết nối vào 10 hệ thống phân phối của tỉnh Nghệ An; 08 hội chợ triển lãm (trong đó: 02 Hội chợ triển lãm cấp tỉnh, 06 Hội chợ triển lãm cấp huyện) với 1.225 gian hàng tiêu chuẩn, với khoảng 685 lượt doanh nghiệp tham gia, thu hút 282.000 lượt khách đến tham quan mua sắm, tổng doanh thu bán hàng ước đạt 36,45 tỷ đồng; vận động doanh nghiệp tham gia “Phiên chợ Tết Công đoàn năm 2024” do Liên Đoàn Lao động tỉnh tổ chức diễn ra từ ngày 23-24/01/2024 tại Nhà Văn hóa lao động tỉnh Quảng Ngãi, với quy mô 27 gian hàng, thu hút được 18 đơn vị tham gia bán hàng giảm giá từ 10-50%; tổ chức 02 đợt đưa hàng Việt về nông thôn tại Bình Sơn, thị xã Đức Phổ đã thu hút 74 lượt doanh nghiệp tham gia, 64 gian hàng tiêu chuẩn, thu hút khoảng 20.000 lượt khách đến tham quan mua sắm, với tổng doanh thu bán hàng tại phiên chợ ước đạt khoảng 1,23 tỷ đồng.

Sở Công Thương vận động, khuyến khích các doanh nghiệp triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại kết hợp chương trình bình ổn thị trường giá cả, tham gia các hoạt động kết nối cung cầu và Chương trình đưa hàng Việt về nông thôn, vùng sâu, vùng xa, hải đảo, khu kinh tế, khu công nghiệp trong dịp Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 nhằm hưởng ứng Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; tổ chức 21 đợt xúc tiến thương mại, tìm kiếm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài tỉnh. Hỗ trợ hơn 210 lượt doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trên địa bàn tỉnh tham gia trưng bày, quảng bá, kết nối tiêu thụ, giới thiệu, thông tin đến các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, hộ kinh doanh tham gia các đợt hội chợ, hội nghị kết nối cung cầu tại các tỉnh, thành: thành phố Hồ Chí Minh, Khánh Hòa, Đà Nẵng, Điện Biên, Phú Yên, Thái Nguyên, Quảng Ngãi, Kiên Giang, Kon Tum, Bình Định, Nghệ An;

³ Đăng ký 13 đơn vị (chủ thể) tham gia “*Chương trình chợ phiên OCOP năm 2024*” trên nền tảng TikTok; 05 đơn vị (chủ thể) OCOP tiêu biểu của địa phương tham gia Chương trình “*Hạt giống OCOP*” giai đoạn 2024-2025; 05 “*Mô hình du lịch nông nghiệp của địa phương*” đề Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp phối hợp với TikTok Việt Nam hỗ trợ chủ thể xây dựng các video quảng bá trên mạng xã hội góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá truyền thống tại các địa phương, kết nối với các đơn vị lữ hành trong và ngoài nước; hỗ trợ hỗ trợ 04 doanh nghiệp thuộc các địa phương: Huyện Lý Sơn, Trà Bồng, Mộ Đức và thành phố Quảng Ngãi tham gia trưng bày, giới thiệu tại tuần lễ OCOP tại Công viên Văn hoá Lê Thị Riêng, số 875 đường Cách mạng tháng 8, Phường 15, quận 10, thành phố Hồ Chí Minh từ ngày 06 - 10/11/2024 với 36 sản phẩm gồm 23 sản phẩm OCOP (5 sản phẩm 4 sao và 18 sản phẩm 3 sao) và 13 sản phẩm đặc trưng. Tổng doanh thu kinh doanh tại Tuần lễ: 55,5 triệu đồng; tỷ lệ (%) sản phẩm bán ra so với số lượng sản phẩm mang vào tham gia sự kiện: Đạt bình quân 40,25 %; Chủ trì, phối hợp với các chủ thể OCOP Quảng Ngãi tham gia 02 gian hàng với 29 sản phẩm OCOP 3-4 sao và 09 sản phẩm đặc trưng tại Hội chợ trưng bày, giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm làng nghề tỉnh Quảng Nam năm 2024 diễn ra trong 04 ngày (28/8-31/8) tại Quảng Trường 24/3 thành phố Tam Kỳ, tỉnh Quảng Nam. Qua đợt hội chợ tổng doanh thu các chủ thể đạt khoảng 30 triệu đồng.

- Bên cạnh đó, việc kết nối tiêu thụ sản phẩm vào các siêu thị, hệ thống phân phối bán lẻ được các chủ thể quan tâm, nhất là việc đưa sản phẩm tham gia

“Gian hàng trực tuyến” trên các sàn thương mại điện tử uy tín, như Lazada.vn, Shopee.vn,... Bên cạnh việc đưa những sản phẩm OCOP lên các sàn giao dịch điện tử, thời gian qua nhiều chủ thể cũng nỗ lực triển khai việc bán hàng trên các trang mạng như zalo, facebook, tiktok,... để có thêm cơ hội tiếp cận người tiêu dùng.

4. Kết quả thực hiện các mục tiêu chính của Kế hoạch Chương trình OCOP năm 2024

- Có thêm **99 sản phẩm** đạt OCOP 3-4 sao gồm: 03 sản phẩm đạt OCOP 4 sao, 96 sản phẩm OCOP 3 sao và nổi bật nhất trong năm 2024 có 02 sản phẩm có tiềm năng đạt OCOP 5 sao đề nghị cấp Trung ương đánh giá, phân hạng (**kế hoạch giao 70 sản phẩm, đạt 141,42% kế hoạch**);
- Có 56 chủ thể có sản phẩm đạt OCOP trong đó có: 06 Công ty (16 sản phẩm); 18 hợp tác xã (35 sản phẩm); 32 hộ kinh doanh/cơ sở sản xuất kinh doanh (48 sản phẩm).
- Có 12/13 huyện, thị xã, thành phố có sản phẩm OCOP, **riêng huyện Sơn Tịnh không có sản phẩm đạt OCOP năm 2024¹⁴**.
- Có **03 sản phẩm của làng nghề/ngành nghề truyền thống đạt OCOP** gồm: Túi xách thổ cẩm của Làng Tơ huyện Ba Tơ đạt OCOP 4 sao; Nước mắm cốt thượng hạng Mười Quý huyện Bình Sơn đạt OCOP 3 sao; Nước mắm cốt đặc biệt Mười Quý huyện Bình Sơn đạt OCOP 4 sao.
- Các chủ thể tham gia Chương trình OCOP được đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực phát triển, sản xuất, chế biến, kinh doanh sản phẩm OCOP.
- Các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP, kết nối cung cầu đã được các cơ quan giao nhiệm vụ thực hiện thường xuyên và mang lại hiệu quả cao.
- Bên cạnh đó, phần lớn các sản phẩm OCOP tỉnh đã có mặt tại các cửa hàng tiện lợi, hệ thống siêu thị như: Go, Coop mart, ... và một số sản phẩm OCOP đã bán trên sàn thương mại điện tử (shopee, Voso, post mart,...).

III. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM TRIỂN KHAI TRONG THỜI GIAN TỚI

1. Kết quả đạt được

- Sau gần 6 (sáu) năm triển khai Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) trên địa bàn tỉnh đã đạt được những kết quả tích cực, tạo ra những chuyển biến mới, đồng bộ trong sản xuất, góp phần phát triển kinh tế khu vực nông thôn và thực hiện chương trình xây dựng nông thôn mới. Thông qua chương trình OCOP, các sản phẩm đã có nhiều

¹⁴ Báo cáo số 28/BC-UBND ngày 23/01/2025 của UBND huyện Sơn Tịnh về kết quả thực hiện Chương trình OCOP năm 2024 và đăng ký sản phẩm Chương trình OCOP năm 2025.

thay đổi về chất lượng, bao bì nhãn mác, bộ nhận diện thương hiệu, quy mô sản xuất, thị trường bán sản phẩm trước đây chủ yếu là trong huyện, xã và bán cho các thương lái nhưng nay đã được mở rộng, đưa vào đại lý ở nhiều tỉnh, thành phố khắp cả nước. Sản phẩm OCOP tỉnh Quảng Ngãi không chỉ dừng lại ở chất lượng sản phẩm mà nó còn gắn liền với đời sống, bản sắc, văn hoá con người nơi đây, định hướng mỗi sản phẩm là một câu chuyện kể để tạo được niềm tin của khách hàng về sản phẩm OCOP.

- Lũy kế: Tính đến hết năm 2024, toàn tỉnh Quảng Ngãi có **260 sản phẩm** OCOP gồm²⁵: 02 sản phẩm tiềm năng 5 sao; 16 sản phẩm 4 sao và 242 sản phẩm 3 sao; có 150 chủ thể có sản phẩm đạt OCOP gồm: 23 doanh nghiệp, 42 hợp tác xã và 85 cơ sở/hộ sản xuất kinh doanh; có 13/13 huyện, thị xã, thành phố đều có sản phẩm OCOP; có 96/145 xã có sản phẩm OCOP; có 173/260 sản phẩm được bán trên sàn thương mại điện tử (shopee, Voso, post mart,...); xây dựng được 20 điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP (Nhà nước hỗ trợ 06 điểm; xã hội hóa 100% 14 điểm).

2. Thuận lợi, khó khăn vướng mắc và tồn tại

a) Thuận lợi

- Chương trình OCOP đã nhận được sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo của Tỉnh ủy, Hội đồng nhân dân và sự điều hành quyết liệt của UBND tỉnh cùng với sự hướng dẫn triển khai của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, các sở, ban, ngành, địa phương nên Chương trình mỗi xã một sản phẩm trên địa bàn tỉnh được triển khai thuận lợi.

- Các sản phẩm OCOP được công nhận là sản phẩm OCOP đã có bước tiến về chất lượng, đa dạng về mẫu mã, bao bì, đảm bảo điều kiện, quy định về tem, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

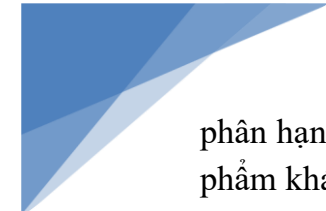
- Các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và cơ sở sản xuất kinh doanh đã thấy được lợi ích của Chương trình OCOP nên rất hăng hái tham gia nên các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP có chiều hướng tăng lên.

b) Khó khăn vướng mắc và tồn tại

- Các cấp, các ngành có nhiều chính sách hỗ trợ trong công tác xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP (Hỗ trợ 100% hoặc 50% chi phí gian hàng tham gia các Hội chợ, triển lãm,...). Tuy nhiên, chủ thể không tham gia vì vậy sản phẩm sau khi công nhận OCOP chưa được thị trường tiêu thụ biết đến.

- Mặc dù thời gian qua đã có nhiều tổ chức, cá nhân đăng ký tham gia Chương trình OCOP. Tuy nhiên, quy mô, năng lực quản trị các tổ chức kinh tế tham gia Chương trình còn nhỏ và yếu, thiếu kiến thức về kinh tế thị trường và phát triển sản phẩm theo chuỗi giá trị, việc ứng dụng khoa học, công nghệ vào sản xuất, chế biến sản phẩm còn hạn chế. Bên cạnh đó một số sản phẩm hết hạn giấy chứng nhận OCOP không tham gia đánh giá,

²⁵ Nhóm thực phẩm: 217 sản phẩm; Nhóm đồ uống: 11 sản phẩm; Nhóm dược liệu và sản phẩm từ dược liệu: 19 sản phẩm; Nhóm hàng thủ công mỹ nghệ: 11 sản phẩm; Nhóm sinh vật cảnh: 02 sản phẩm; Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch: 0 sản phẩm



phân hạng lại do sự cạnh tranh khốc liệt về giá cả, chất lượng sản phẩm so với các sản phẩm khác cùng chủng loại trên thị trường⁶³.

- Còn nhiều chủ thể chưa đầu tư, mạnh dạn bán sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử, mạng xã hội (zalo, facebook,...) và trên các nền tảng ứng dụng khác.

3. Bài học kinh nghiệm

Một là, các địa phương Ban hành Kế hoạch triển khai Chương trình OCOP phù hợp với lợi thế của địa phương về các sản phẩm đặc sản, làng nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn gắn với mục tiêu hướng tới đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP đảm bảo đúng bản chất, giá trị văn hóa.

Hai là, tiếp tục đa dạng hóa công tác thông tin, tuyên truyền về giá trị, lợi ích việc phát triển sản phẩm OCOP, trong đó chú trọng tuyên truyền sâu rộng về mục đích, ý nghĩa và yêu cầu của Chương trình OCOP; tổ chức hoạt động quảng bá, nâng cao hình ảnh, thương hiệu sản phẩm OCOP, đồng thời khuyến khích sử dụng sản phẩm OCOP làm quà tặng trong các sự kiện du lịch đặc sắc của địa phương,...

Ba là, tổ chức triển khai Chu trình OCOP linh hoạt, phù hợp với điều kiện của từng địa phương: Ưu tiên các ý tưởng sản phẩm mới, đặc biệt là sản phẩm chế biến, chế biến sâu, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế, tiềm năng của địa phương còn đối với các sản phẩm đã được công nhận OCOP tập trung vào hoạt động xúc tiến thương mại, hỗ trợ các chủ thể phát triển thị trường, kênh phân phối sản phẩm OCOP.

³⁶ Có 23 sản phẩm hết hạn không tham gia đánh giá, phân hạng lại.



Phần thứ hai

PHƯƠNG HƯỚNG, NHIỆM VỤ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH OCOP NĂM 2025

I. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU

1. Quan điểm

Đưa Chương trình OCOP trở thành một chương trình phát triển kinh tế trọng tâm ở khu vực nông thôn (kể cả đô thị) của tỉnh Quảng Ngãi trong tiến trình thực hiện xây dựng thành công Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và phát triển kinh tế tỉnh Quảng Ngãi.

2. Mục tiêu

a) Mục tiêu tổng quát

Phát triển kinh tế khu vực nông thôn, nâng cao thu nhập, đời sống cho nhân dân, thực hiện có hiệu quả nhóm tiêu chí “*Kinh tế và hình thức tổ chức sản xuất*” trong Bộ tiêu chí Quốc gia về xây dựng nông thôn mới.

Thông qua việc phát triển sản xuất tại địa bàn khu vực nông thôn, góp phần thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn; hạn chế nông dân di cư ra thành phố, bảo vệ môi trường và gìn giữ, phát triển xã hội khu vực nông thôn tỉnh Quảng Ngãi bền vững.

b) Mục tiêu cụ thể

Củng cố, phát triển sản phẩm đã có (nâng cấp, nâng hạng), phát triển mới (tập trung vào đa dạng hóa, chế biến sâu các sản phẩm theo chuỗi sản phẩm chủ lực cấp huyện, tỉnh, quốc gia và các sản phẩm thế mạnh khác). Phấn đấu có thêm 80-90 sản phẩm đạt OCOP từ 3-5 sao (trong đó 4-6 sản phẩm được UBND tỉnh cấp giấy Chứng nhận đạt OCOP 4 sao, có 01- 02 sản phẩm có tiềm năng đạt OCOP 5 sao cấp Trung ương).

Duy trì Chu trình OCOP thường niên; tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm OCOP tỉnh Quảng Ngãi; hỗ trợ các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cho đội ngũ cán bộ nhà nước trong hệ thống OCOP (tỉnh, huyện, xã) và lãnh đạo các tổ chức kinh tế tham gia chương trình OCOP; đào tạo nghề và giải quyết việc làm trong nông thôn thông qua chương trình OCOP.

II. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Công tác chỉ đạo điều hành

Các Sở, ban, ngành và Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tiếp tục hướng dẫn triển khai thực hiện có hiệu quả một số chính sách về hỗ trợ phát triển sản phẩm khu vực nông thôn đã được UBND tỉnh ban hành như: hỗ trợ phát triển làng nghề, ngành



nghe nông thôn; hỗ trợ liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp; kế hoạch phát triển hợp tác xã ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất và tiêu thụ nông sản,...

2. Công tác tuyên truyền, đào tạo, tập huấn

Thực hiện các lớp tuyên truyền, nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của Chương trình OCOP, xem Chương trình là chìa khóa giúp khơi dậy tiềm năng sản xuất, nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp nông thôn. Thường xuyên cập nhật đưa tin, bài, hình ảnh về các hoạt động Chương trình OCOP của Trung ương và địa phương trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Phối hợp tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn về các nội dung của chương trình OCOP cho cán bộ các cấp, chủ các doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác và cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn; chú trọng hướng dẫn triển khai lập phương án sản xuất kinh doanh, tập huấn bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP; công tác quản lý chất lượng, xây dựng chuỗi giá trị,...

3. Triển khai Chu trình OCOP

Hướng dẫn các địa phương tập trung xây dựng kế hoạch và triển khai Chu trình OCOP đến các xã (phường, thị trấn), cơ sở sản xuất để đăng ký ý tưởng sản phẩm tham gia.

Xây dựng kế hoạch hỗ trợ các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP.

4. Phát triển sản phẩm

Rà soát, đánh giá và xây dựng kế hoạch hỗ trợ phát triển các sản phẩm đã tham gia đánh giá, xếp hạng nhưng chưa đạt tiêu chuẩn OCOP (từ 1 sao đến 2 sao) để phát triển, nâng cấp sản phẩm tham gia đánh giá các lần tiếp theo.

Hỗ trợ phát triển các sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP (từ 3 sao trở lên), trong đó tập trung đánh giá chuỗi giá trị của các sản phẩm để có các biện pháp hỗ trợ theo chuỗi, khâu sản xuất.

Ưu tiên phát triển các sản phẩm truyền thống, có lợi thế của từng địa phương, bên cạnh đó tiếp tục nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới có tiềm năng.

Kêu gọi các tổ chức, doanh nghiệp tham gia nghiên cứu phát triển các sản phẩm văn hóa du lịch gắn với làng nghề truyền thống nông thôn, du lịch sinh thái đối với các địa phương có tiềm năng du lịch.

5. Phát triển tổ chức kinh tế

Khuyến khích, tạo điều kiện thành lập mới các tổ chức kinh tế sản xuất, kinh doanh sản phẩm OCOP.

Xác định các tổ chức kinh tế trọng tâm, tích cực hỗ trợ hiệu quả cho phát triển sản xuất: cơ sở hạ tầng ngoài cánh đồng, trang trại (thủy lợi, giao thông, điện,...), tín dụng thương mại, tiêu chuẩn hóa sản phẩm, đăng ký sở hữu trí tuệ,...

6. Nâng cao chất lượng đánh giá, phân hạng OCOP cấp huyện

Kiến toàn Hội đồng đánh giá, phân hạng OCOP cấp huyện đảm bảo thành phần theo đúng quy định tại Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 của Thủ tướng Chính phủ.

Tiếp tục nâng cao chất lượng công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tại địa phương đảm bảo thực chất, không chạy theo thành tích, số lượng sản phẩm đạt chuẩn OCOP gây ảnh hưởng đến thương hiệu sản phẩm OCOP.

7. Hoạt động xúc tiến thương mại

Hỗ trợ, tạo điều kiện cho các cơ sở sản xuất tham gia hội chợ xúc tiến thương mại trong và ngoài tỉnh. Kết nối tiêu thụ sản phẩm OCOP với các siêu thị, trung tâm thương mại, tạo chuỗi liên kết bền vững, nâng cao giá trị cho người sản xuất; đưa sản phẩm lên các sàn thương mại điện tử,...

Xây dựng kế hoạch phát triển các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP.

III. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

1. Các sở, ban ngành, đơn vị liên quan: Trên cơ sở chức năng, nhiệm vụ của ngành, các cơ quan, đơn vị thực hiện lồng ghép các hoạt động hỗ trợ tổ chức thực hiện Chương trình OCOP góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất sản phẩm truyền thống, đặc sản của địa phương, giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân trên địa bàn.
2. UBND các huyện, thị xã, thành phố:

Tiếp tục củng cố, kiện toàn Bộ máy chỉ đạo, điều hành và giao nhiệm vụ tham mưu, giúp việc Chương trình OCOP tại cấp huyện; Ban hành Kế hoạch cụ thể triển khai thực hiện Chương trình OCOP năm 2025 ở cấp huyện; tiếp tục đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, truyền thông; tăng cường công tác đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực, hướng dẫn chủ thể thực hiện; hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ, thủ tục, hoàn thiện sản phẩm; chú trọng nâng cấp sản phẩm hiện có, không chạy theo số lượng, sản xuất phải lấy thị trường làm mục tiêu phát triển; Tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp huyện theo quy định tại Quyết định số 148/QĐ-TTg ngày 24/02/2023 của Thủ tướng Chính phủ.

Đề nghị UBND huyện Sơn Tịnh khẩn trương chỉ đạo cơ quan tham mưu, giúp việc Chương trình OCOP khẩn trương thực hiện các nội dung chưa triển khai trong năm 2024 và sớm có giải pháp thực hiện có hiệu quả Chương trình OCOP năm 2025 (trường hợp kết quả thực hiện Chương trình OCOP năm 2024 làm ảnh hưởng đến các chỉ tiêu phấn đấu của huyện thì cần làm rõ trách nhiệm đối với tổ chức, cá nhân tham mưu thực hiện Chương trình OCOP).

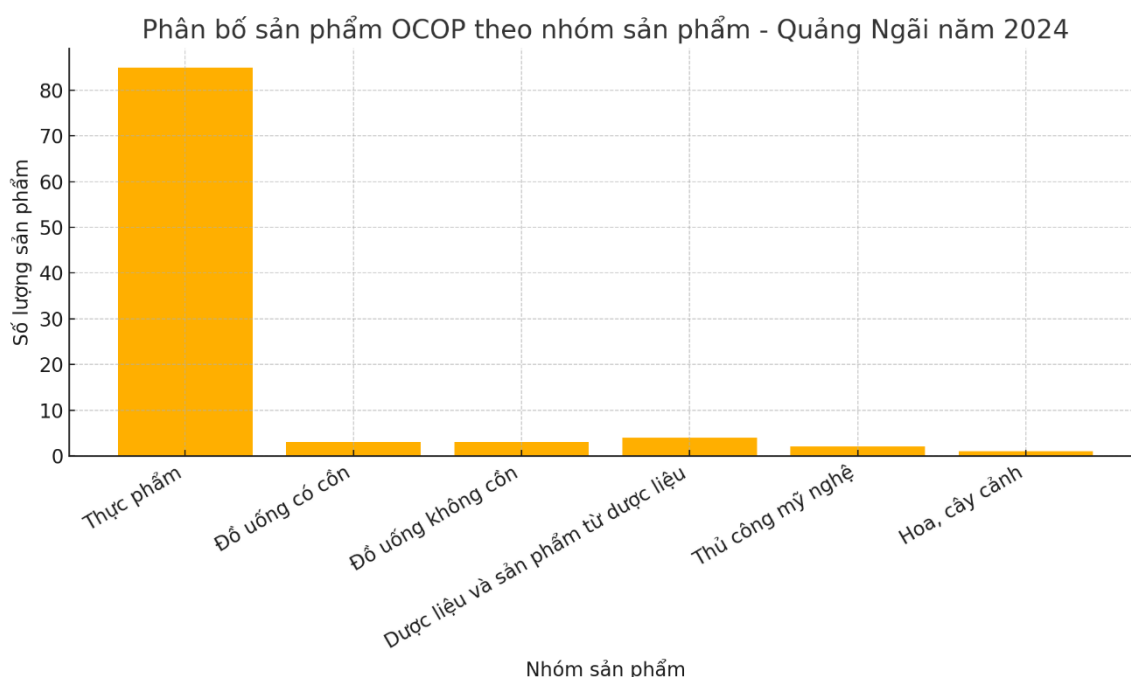
Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Quảng Ngãi kính báo cáo./.

GIÁM ĐỐC
Hồ Trọng Phương
(Đã ký)

TỔNG HỢP SẢN PHẨM OCOP TỈNH QUẢNG NGÃI ĐẾN CUỐI NĂM 2024

1. Phân bố sản phẩm OCOP theo nhóm sản phẩm

Biểu đồ dưới đây phản ánh số lượng sản phẩm OCOP Quảng Ngãi năm 2024 được phân theo 6 nhóm chính.



✅ Nhóm Thực phẩm chiếm áp đảo với 85 sản phẩm, cho thấy trọng tâm của OCOP tỉnh đang nghiêng về lĩnh vực này.

✅ Các nhóm khác như Đồ uống, Dược liệu, và Thủ công mỹ nghệ có sự hiện diện nhưng còn khiêm tốn.

Nhóm sản phẩm	Số lượng sản phẩm
Thực phẩm	85
Đồ uống có cồn	3
Đồ uống không cồn	3
Dược liệu và sản phẩm từ dược liệu	4
Thủ công mỹ nghệ	2
Hoa, cây cảnh	1

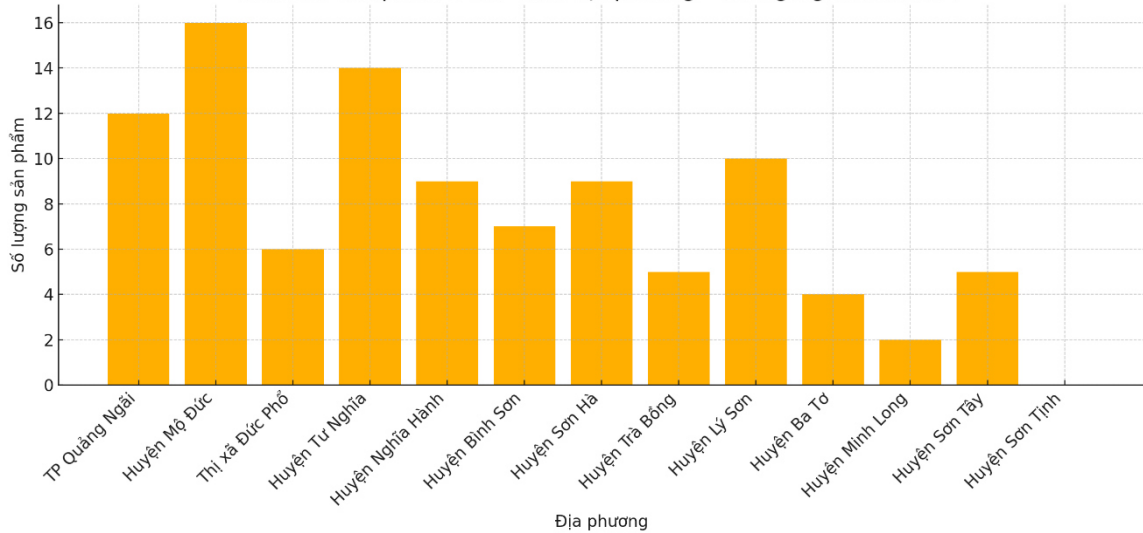
2. Phân bố sản phẩm OCOP theo địa phương

✅ Huyện Mộ Đức (16 SP) và Tư Nghĩa (14 SP) là 2 địa phương dẫn đầu về số lượng sản phẩm.

✅ Một số địa phương vùng cao như Sơn Tây, Minh Long cũng có sản phẩm OCOP, thể hiện nỗ lực đa dạng hóa vùng miền.

❌ Huyện Sơn Tịnh không có sản phẩm nào đạt OCOP năm 2024.

Phân bố sản phẩm OCOP theo địa phương - Quảng Ngãi năm 2024



Địa phương	Số lượng sản phẩm
TP Quảng Ngãi	12
Huyện Mộ Đức	16
TX Đức Phổ	6
Huyện Tư Nghĩa	14
Huyện Nghĩa Hành	9
Huyện Bình Sơn	7
Huyện Sơn Hà	9
Huyện Trà Bồng	5
Huyện Lý Sơn	10
Huyện Ba Tơ	4
Huyện Minh Long	2
Huyện Sơn Tây	5
Huyện Sơn Tịnh	0

3. Phân bố sản phẩm OCOP theo hạng sao

✓ 95/99 sản phẩm đạt 3 sao (96%), đây là mức phổ biến của sản phẩm OCOP hiện nay.

★ 4 sản phẩm đạt 4 sao, không có sản phẩm nào đạt 5 sao.

👉 Điều này gợi ý dư địa nâng hạng sản phẩm còn rất lớn.

Hạng sao	Số lượng sản phẩm
3 sao	95
4 sao	4

4. Phân bố sản phẩm OCOP theo loại hình kinh doanh

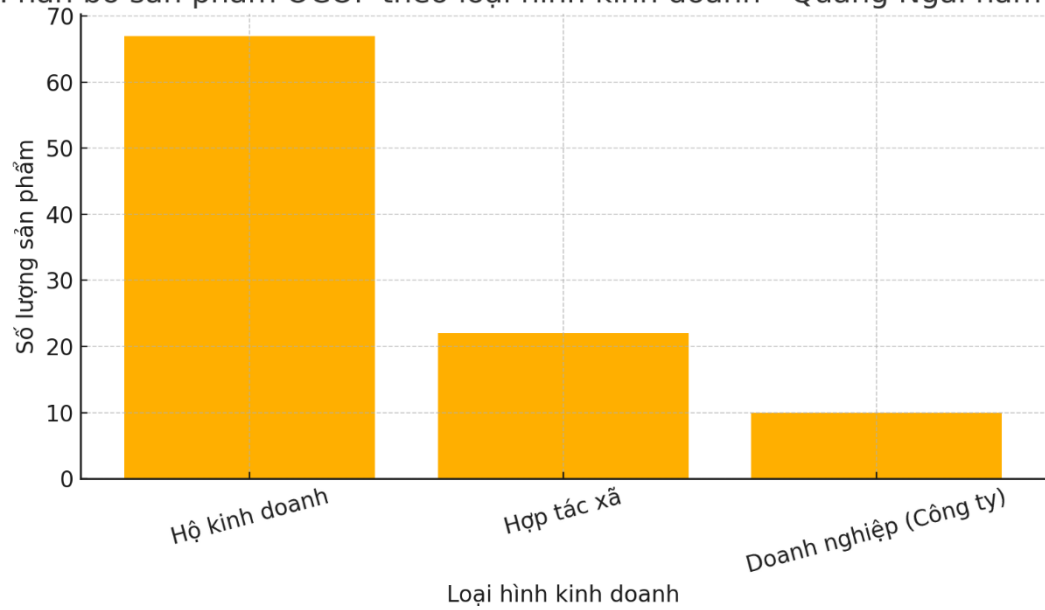
✓ Hộ kinh doanh chiếm đa số (67 sản phẩm), phản ánh sự tham gia mạnh mẽ của quy mô nhỏ lẻ.

✓ Hợp tác xã (22 SP) và doanh nghiệp (10 SP) chiếm tỷ trọng thấp hơn, cho thấy tiềm năng mở rộng vai trò doanh nghiệp, HTX trong thời gian tới.

Loại hình kinh doanh	Số lượng sản phẩm
Hộ kinh doanh	67

Hợp tác xã	22
Doanh nghiệp (Công ty)	10

Phân bố sản phẩm OCOP theo loại hình kinh doanh - Quảng Ngãi năm 2024



B. Phát triển chuỗi giá trị sản phẩm OCOP gắn với vùng nguyên liệu địa phương

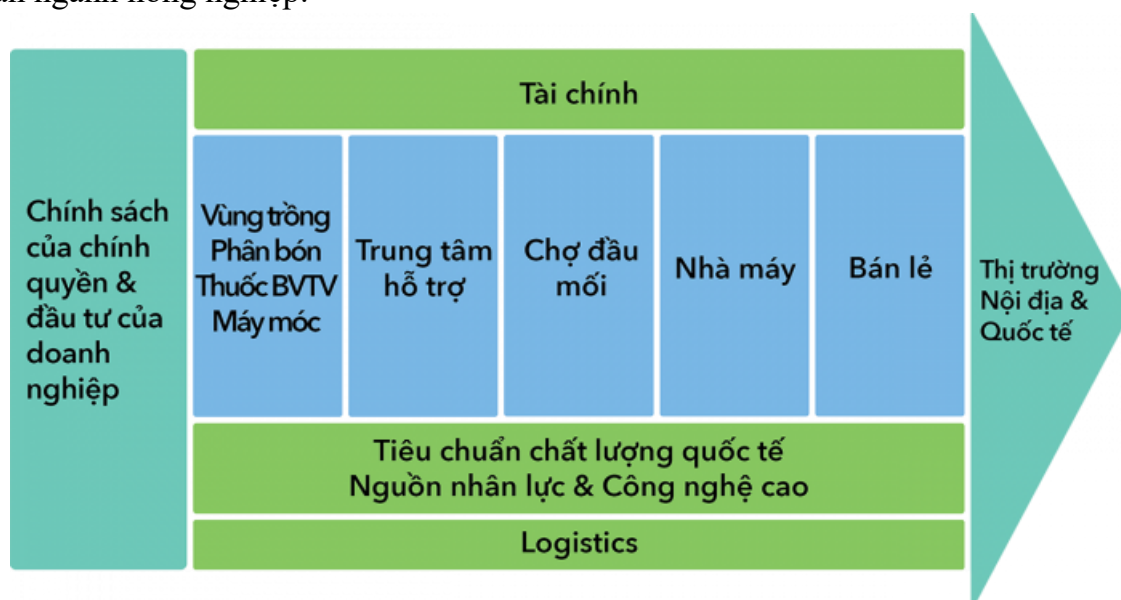


I. Giới thiệu về chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị đại diện cho một nhóm các hoạt động liên kết với nhau nhằm chuyển hóa nguyên liệu thô sơ thành sản phẩm hàng hóa, đồng thời giúp tạo nên giá trị cho sản phẩm. Chuỗi giá trị thường bao gồm các nhân tố con người, các hoạt động giúp cải tiến sản phẩm thông qua kết nối nhà sản xuất, nhà chế biến và thị trường.

Chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động sản xuất kinh doanh có quan hệ với nhau, từ việc phát triển và phân phối các giống cây trồng và vật nuôi, cung cấp đầu vào, sản xuất, thu gom, chế biến, đóng gói, bảo quản, vận tải, khảo sát thị trường, bán sản phẩm, tài chính, cơ sở hạ tầng.

Lợi ích của chuỗi giá trị trong nông nghiệp là giúp các mắt xích phát triển rời rạc liên kết với nhau để tăng sức cạnh tranh và giá trị cho nông sản, góp phần nâng cao thu nhập cho nhà nông, hợp tác xã. Xây dựng chuỗi giá trị cho các sản phẩm nông sản là một trong những giải pháp quan trọng để hướng tới mục tiêu phát triển bền vững của toàn ngành nông nghiệp.





Hình 1. Sơ đồ mô tả chuỗi giá trị nông sản

II. Mục đích xây dựng liên kết chuỗi giá trị

Trong bối cảnh sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, việc liên kết theo chuỗi giá trị là rất cần thiết, giúp người dân, tổ chức sản xuất và doanh nghiệp chế biến, thương mại, kết nối với nhau để đạt được những lợi ích, cụ thể:

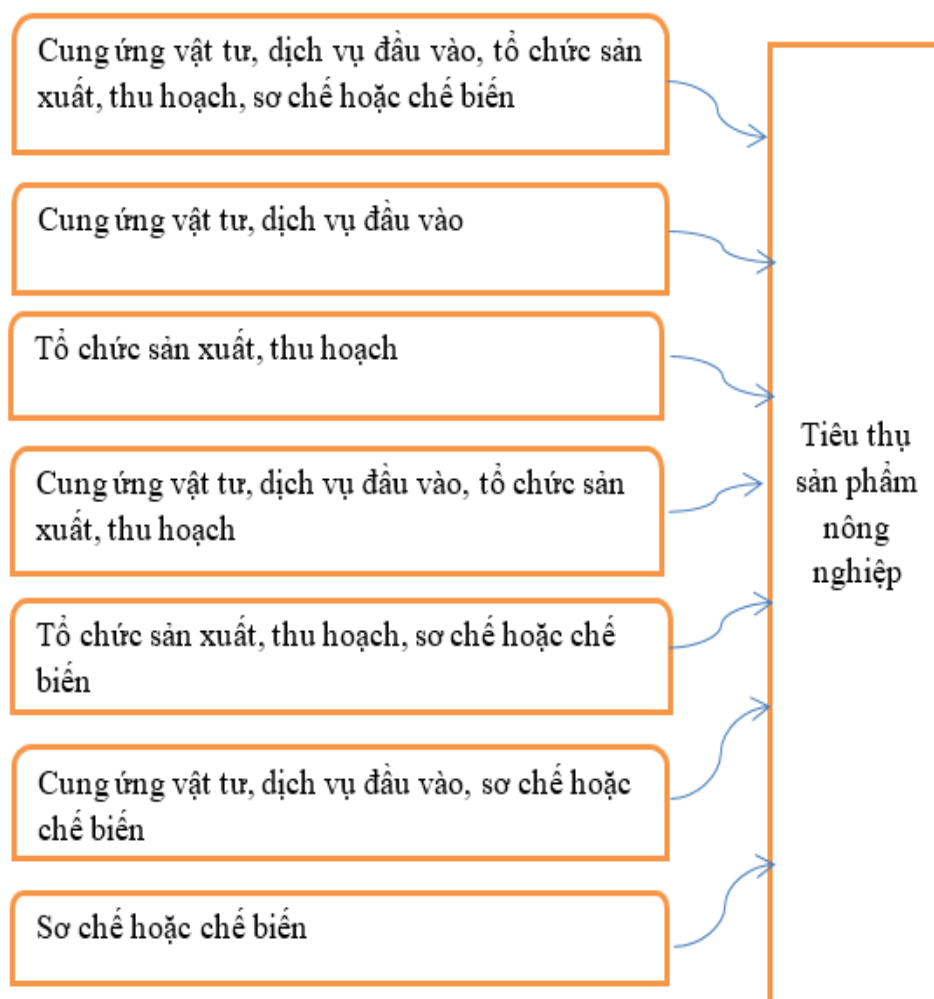
- Cải thiện chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường: Là cơ hội sản xuất ra sản phẩm có chất lượng (vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng theo tiêu chuẩn cụ thể như VietGap, GlobalGap...) khi các nhà sản xuất, chế biến và phân phối cùng nhau xây dựng các cơ chế để theo dõi sản phẩm thông qua chuỗi liên kết.

- Tăng hiệu quả sản xuất: Giúp giảm chi phí, tăng hiệu quả trên thị trường của các tổ chức, cá nhân sản xuất, chế biến và phân phối thông qua hoạt động cùng nhau trên cơ sở kế hoạch cụ thể và rõ ràng.

- Định vị được sản phẩm trên thị trường: Cho phép người sản xuất, chế biến và thương mại tiếp cận một sản phẩm cụ thể, chia sẻ thông tin và giải quyết các vấn đề trong suốt quá trình sản xuất, chế biến và thương mại. Người tiêu dùng truy được nguồn gốc, chất lượng của sản phẩm.

- Tạo sự ổn định trong sản xuất, chế biến và thương mại sản phẩm: Mang lại cơ hội cho các tác nhân chia sẻ rủi ro và chi phí sản xuất, phát triển thị trường. Cùng nhau tổ chức sản xuất, chia sẻ và giải quyết các vướng mắc, tổ chức sản xuất các sản phẩm có chất lượng tốt hơn, hiệu quả và có tính cạnh tranh hơn.

III. Các hình thức liên kết chuỗi giá trị



Hình 2. Một số hình thức liên kết chuỗi giá trị

IV. Một số mô hình liên kết chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị được xây dựng trên cơ sở có 3 nhóm yếu tố tham gia, đó là nội dung liên kết trong chuỗi giá trị, tác nhân tham gia chuỗi và mối liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi. Căn cứ vào tác nhân tham gia và mối liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi, có 4 mô hình liên kết chuỗi được xây dựng như sau.

1. Mô hình 1: Doanh nghiệp + HTX/tổ nhóm/nông dân

Mô hình liên kết này được hình thành thông qua hợp đồng liên kết giữa doanh nghiệp (DN) và các hợp tác xã, nông dân để thực hiện các hoạt động sản xuất.

Bảng 1. Nhiệm vụ của các đơn vị tham gia liên kết ở mô hình 1

Nhiệm vụ	Doanh nghiệp	Hợp tác xã/tổ nhóm/nông dân
1	Cam kết mua sản phẩm của các HTX/ tổ nhóm/ nông dân	Tổ chức sản xuất, thu gom sản phẩm của các thành viên để bán cho DN

2	Cung cấp giống, vật tư (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật...)	Có thể đảm nhận cung ứng vật tư nếu DN không thực hiện dịch vụ cung ứng
3	Hướng dẫn kỹ thuật sản xuất	Được DN/HTX ứng trước vật tư, hướng dẫn kỹ thuật và bán sản phẩm trực tiếp cho DN hoặc thông qua HTX

2. Mô hình 2: Doanh nghiệp + Đại lý/thương lái + Hộ sản xuất/tổ nhóm

Mô hình liên kết này được xây dựng trên cơ sở doanh nghiệp kết nối với sản xuất thông qua một đơn vị trung gian là đại lý hoặc thương lái. Đây là một mô hình ít sự ràng buộc ngoài việc thu mua sản phẩm.

Bảng 2. Nhiệm vụ của các đơn vị tham gia liên kết ở mô hình 2

Nhiệm vụ	Doanh nghiệp	Đại lý/thương lái	Hộ sản xuất/tổ nhóm
1	Mua sản phẩm từ các đại lý/thương lái	Thu gom sản phẩm từ nông dân bán lại cho doanh nghiệp	Bán sản phẩm cho đại lý/thương lái
2	Có thể thực hiện các hình thức cam kết khác như: cung cấp tín dụng cho đại lý/thương lái để thu mua sản phẩm		Được doanh nghiệp hỗ trợ hướng dẫn và giám sát về kỹ thuật đến từng hộ gia đình đối với một số sản phẩm đặc thù về chất lượng, tiêu chuẩn như: giống, sản phẩm hữu cơ...

3. Mô hình 3: HTX/Tổ nhóm tự tổ chức sản xuất hoặc tiêu thụ

Mô hình này được thực hiện với vai trò điều phối, tổ chức sản xuất, tiêu thụ sản phẩm của hợp tác xã hoặc tổ nhóm.

Bảng 3. Nhiệm vụ của các đơn vị tham gia liên kết ở mô hình 3

Nhiệm vụ	HTX/Tổ Nhóm
1	Tự tổ chức cho các thành viên sản xuất thông qua điều lệ
2	Thu mua sản phẩm của thành viên, hộ gia đình bên ngoài để tự tổ chức tiêu thụ, bán trực tiếp cho hệ thống phân phối (siêu thị, cửa hàng phân phối...)

4. Mô hình 4: Cơ sở thương mại + HTX/Tổ nhóm/hộ gia đình

Hình thức liên kết này khá phổ biến hiện nay, được thực hiện ở rất nhiều các lĩnh vực sản xuất: trồng trọt, chăn nuôi... Tuy nhiên, điểm yếu của hình thức này là chỉ ràng buộc về mua bán sản phẩm và hợp đồng miệng, do đó hợp đồng rất dễ bị phá vỡ bởi

người nông dân và các cơ sở khi có sự biến động về thị trường hoặc các xung đột về nội dung cam kết không được giải quyết tốt (giá bán, thời điểm, cách xác định chất lượng...).

Bảng 4. Nhiệm vụ của các đơn vị tham gia liên kết ở mô hình 4

Nhiệm vụ	Cơ sở thương mại	HTX/TN/hộ gia đình
1	Là tổ chức thường không có tư cách pháp nhân, đóng vai trò là một tác nhân tiêu thụ sản phẩm trên thị trường, người kết nối giữa sản xuất và thị trường	Tổ chức sản xuất, tổ chức cho các thành viên chia sẻ về kỹ thuật, thu gom sản phẩm để cung ứng cho đại lý.
2	Liên kết với HTX/Tổ nhóm/hộ gia đình để sản xuất và bao tiêu sản phẩm	
3	Cam kết thực hiện cung ứng về giống, vật tư, hướng dẫn kỹ thuật	

V. Hướng dẫn quy trình triển khai hoạt động phát triển liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị

Căn cứ vào kế hoạch, UBND tỉnh/thành phố trực thuộc Trung ương tiến hành xây dựng và phê duyệt danh mục dự án phát triển sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị gắn với tiêu thụ sản phẩm cho từng giai đoạn, thường là giai đoạn 5 năm. Hiệu được trình tự của quy trình triển khai hoạt động của các cấp, từ Trung ương đến địa phương, sẽ thuận lợi cho hợp tác xã có thông tin cần thiết khi tham gia vào liên kết chuỗi giá trị.

1. Lập và phê duyệt danh mục các dự án liên kết

a) Quy trình xây dựng danh mục các dự án liên kết chuỗi giá trị

Việc xây dựng danh mục các dự án từ cấp xã đến cấp huyện, tỉnh được thực hiện theo 4 bước như hình 3.3.

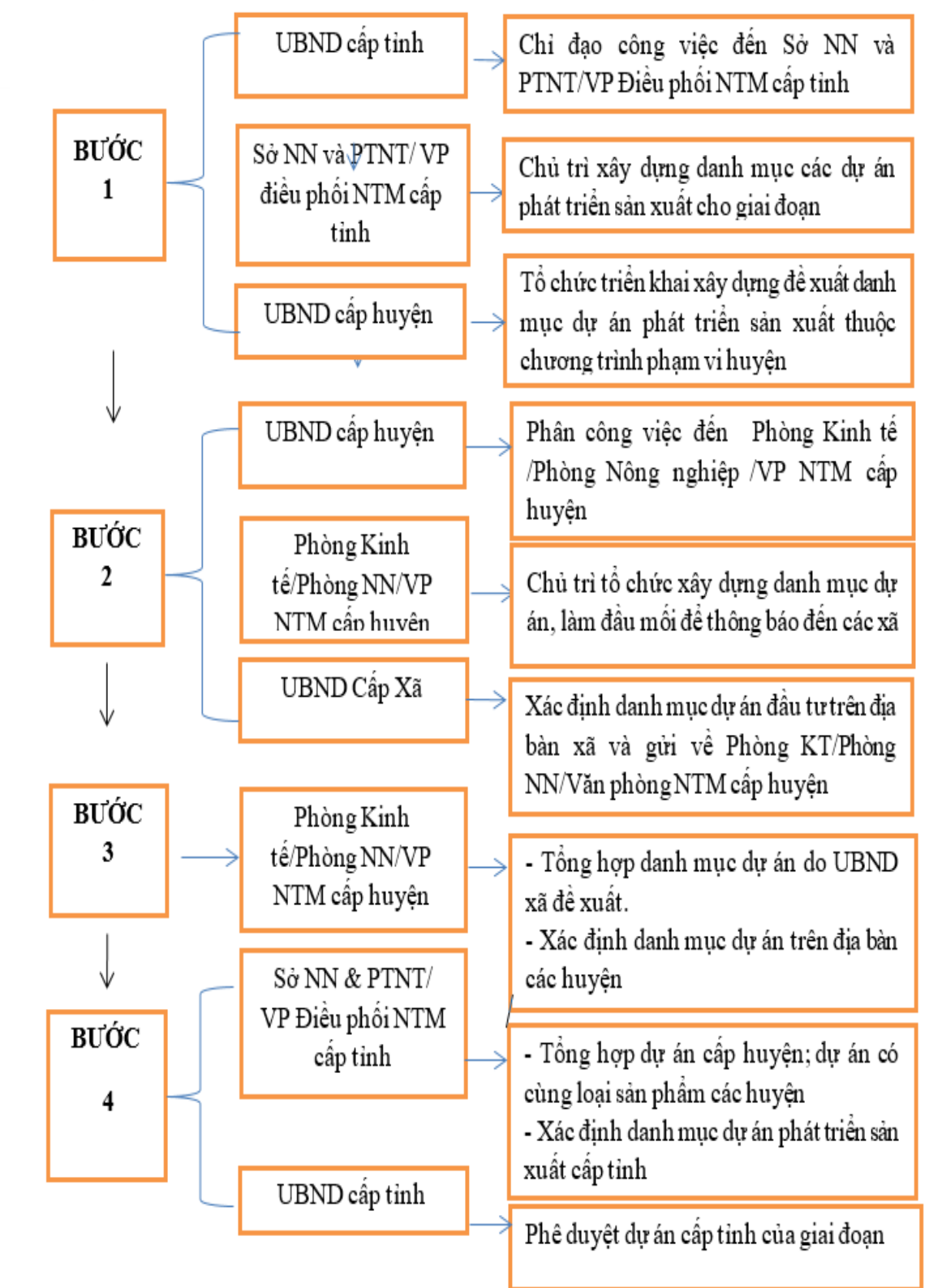
b) Quy định về bổ sung danh mục dự án

Hàng năm, trên cơ sở nhu cầu, định hướng và sự phát triển hoạt động sản xuất tại địa phương, danh mục các dự án có thể sửa đổi, bổ sung. Quy trình lập danh sách dự án được bổ sung cũng được thực hiện theo quy trình lập và phê duyệt danh mục dự án

2. Hồ sơ và trình tự thủ tục hỗ trợ liên kết

a) Hồ sơ đề nghị hỗ trợ liên kết

- Đơn đề nghị của chủ trì liên kết;
- Dự án liên kết hoặc kế hoạch đề nghị hỗ trợ liên kết;
- Bản thỏa thuận cử đơn vị chủ trì liên kết đối với trường hợp các doanh nghiệp, hợp tác xã ký hợp đồng liên kết với nhau;
- Bản sao chụp các chứng nhận hoặc bản cam kết về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh và bảo vệ môi trường; hoặc cam kết bảo đảm các quy định của pháp luật về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh và bảo vệ môi trường.



Hình 3. Quy trình xây dựng danh mục các dự án

b) Trình tự thủ tục

Bảng 5. Trình tự phê duyệt hỗ trợ dự án liên kết

Bước	Đơn vị phê duyệt hỗ trợ dự án liên kết	
	Ủy ban nhân dân cấp tỉnh	Ủy ban nhân dân cấp huyện
1	Chủ trì liên kết gửi 1 bộ hồ sơ tới	Chủ trì liên kết gửi 1 bộ hồ sơ tới

	Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để thẩm định hồ sơ	Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Phòng Kinh tế
2	Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn sẽ trình Ủy ban nhân dân cấp tỉnh xem xét phê duyệt nếu hồ sơ được Hội đồng thẩm định của Sở thông qua	Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Phòng Kinh tế có tờ trình trình Ủy ban nhân dân cấp huyện xem xét phê duyệt nếu hồ sơ được Hội đồng thẩm định của Ủy ban thông qua
3	Trong thời hạn 10 ngày làm việc sau khi nhận được tờ trình của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh ra quyết định phê duyệt hỗ trợ dự án liên kết	Trong thời hạn 10 ngày làm việc sau khi nhận được tờ trình của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Phòng Kinh tế, Ủy ban nhân dân cấp huyện ra quyết định phê duyệt hỗ trợ dự án liên kết

VI. Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo chuỗi giá trị trong nông nghiệp

1. Điều kiện được hỗ trợ

- Phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế xã hội của địa phương
- Giấy chứng nhận/cam kết bảo đảm các quy định của pháp luật về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh và bảo vệ môi trường
- Liên kết đảm bảo ổn định
 - + Đối với sản phẩm nông nghiệp có chu kỳ nuôi, trồng, khai thác từ 1 năm trở lên, thời gian liên kết tối thiểu là 05 năm
 - + Đối với sản phẩm nông nghiệp có chu kỳ nuôi, trồng, khai thác dưới 1 năm, thời gian liên kết tối thiểu là 03 năm
- Dự án liên kết/kế hoạch đề nghị hỗ trợ liên kết được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt

2. Đối tượng được hỗ trợ

- Nông dân, chủ trang trại, người được ủy quyền đối với hộ nông dân, tổ hợp tác.
- Cá nhân, người được ủy quyền đối với nhóm cá nhân, hộ gia đình đăng ký hộ kinh doanh.
- Hợp tác xã, Liên hiệp hợp tác xã.
- Doanh nghiệp.
- Các tổ chức, cá nhân khác có liên quan trong việc thực hiện Nghị định số 98/NĐ-CP của Chính phủ.

3. Nội dung hỗ trợ

- Hỗ trợ chi phí tư vấn xây dựng liên kết
 - + Chủ trì liên kết được ngân sách Nhà nước hỗ trợ 100% chi phí tư vấn xây dựng liên kết, tối đa không quá 300,0 triệu đồng bao gồm tư vấn, nghiên cứu để xây dựng hợp đồng liên kết, dự án liên kết, phương án, kế hoạch sản xuất kinh doanh, phát triển thị trường
- Hỗ trợ hạ tầng phục vụ liên kết



+ Dự án liên kết được ngân sách nhà nước hỗ trợ 30% vốn đầu tư máy móc trang thiết bị; xây dựng các công trình hạ tầng phục vụ liên kết bao gồm: Nhà xưởng, bến bãi, kho tàng phục vụ sản xuất, sơ chế, bảo quản, chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Tổng mức hỗ trợ không quá 10,0 tỷ đồng.

- Hỗ trợ khuyến nông, đào tạo, tập huấn và giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm.

+ Ngoài phần hỗ trợ vốn đầu tư xây dựng các công trình hạ tầng phục vụ liên kết quy định như trên, các bên tham gia liên kết được ngân sách nhà nước hỗ trợ để thực hiện các nội dung sau:

- Xây dựng mô hình khuyến nông

- Đào tạo nghề, tập huấn kỹ thuật, nâng cao nghiệp vụ quản lý, kỹ thuật sản xuất, năng lực quản lý hợp đồng, quản lý chuỗi và phát triển thị trường

- Hỗ trợ giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm tối đa không quá 03 vụ/03 chu kỳ sản xuất, khai thác sản phẩm thông qua các dịch vụ tập trung của hợp tác xã;

- Ngân sách hỗ trợ tối đa 40% chi phí chuyển giao, ứng dụng khoa học kỹ thuật mới, áp dụng quy trình kỹ thuật và quản lý chất lượng đồng bộ theo chuỗi.

C. An toàn vệ sinh thực phẩm trong sản xuất sản phẩm OCOP



I. Nhóm các sản phẩm OCOP ngành thực phẩm và đồ uống

1. Ngành thực phẩm

Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP gồm 06 ngành hàng: Thực phẩm; đồ uống; thảo dược; vải và may mặc; lưu niệm - nội thất - trang trí; và dịch vụ du lịch nông thôn, bán hàng.

Thực phẩm tươi sống: Rau, củ, quả, hạt tươi: Thịt, trứng, sữa tươi

Thực phẩm thô, sơ chế: Gạo, ngũ cốc; Mật ong, các sản phẩm từ mật ong, mật khác

Thực phẩm chế biến: Đồ ăn nhanh; Chế biến từ gạo, ngũ cốc; Chế biến từ rau, củ, quả, hạt ; Chế biến từ thịt, trứng, sữa; Chế biến từ thủy, hải sản;

Gia vị: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác; Gia vị khác

Chè: Chè tươi, chế biến; Các sản phẩm khác từ chè, trà

Cà phê, Ca cao

2. Ngành đồ uống

Đồ uống có cồn: Rượu trắng; Đồ uống có cồn khác;

Đồ uống không cồn: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết; Đồ uống không cồn

II. Các chỉ tiêu chất lượng chính trong sản phẩm OCOP

Các tiêu chí đánh giá về chất lượng sản phẩm (35 điểm), gồm: Chỉ tiêu cảm quan, dinh dưỡng, tính độc đáo của sản phẩm; tiêu chuẩn sản phẩm; khả năng xuất khẩu, phân phối tại thị trường quốc tế.

- **Chỉ tiêu cảm quan:** Tạp chất, Kích thước, hình dạng bề ngoài, Màu sắc, Mùi,

- **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

- **Công bố chất lượng sản phẩm** (Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)

+ Công bố chất lượng sản phẩm: Bản tiêu chuẩn sản phẩm cần có phiếu kiểm nghiệm các chỉ tiêu ATTP

+ Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)

- **Đảm bảo chất lượng sản phẩm**

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

- **Hướng dẫn sử dụng để đảm bảo sản phẩm có chất lượng tốt nhất cho người tiêu dùng**

- **Cơ hội thị trường toàn cầu**

III. Thực hiện các tiêu chí chất lượng, ATTP trong sản phẩm OCOP

1. Chỉ tiêu cảm quan:

Tạp chất: Có tạp chất, chấp nhận được; Có rất ít tạp chất, chấp nhận được; Sạch, không phát hiện tạp chất. Nếu có các tạp chất không chấp nhận được (có nguy cơ gây

mất ATTP) như: Lông, cân trùng, mẫu gỗ, cát, nhựa...sẽ không đánh giá các bước tiếp theo

Kích thước, hình dạng bề ngoài: Không đồng đều; Không đồng đều, chấp nhận được; Đồng đều

Màu sắc: Chấp nhận được; Tương đối phù hợp với đặc tính sản phẩm; Tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm; Rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm

Mùi: Mùi không rõ, chấp nhận được; Có mùi rõ, phù hợp với sản phẩm; Có mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm

2. Tính độc đáo:

Tương đối độc đáo; Độc đáo, mang tính đặc trưng; Rất độc đáo và có tính đặc trưng

3. Công bố chất lượng sản phẩm

(Khuyến khích cơ sở xây dựng, công bố tiêu chuẩn sản phẩm)

+ Công bố chất lượng sản phẩm: Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng; Có tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm; Có công bố tiêu chuẩn/chất lượng sản phẩm theo quy định

+ Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP theo quy định (Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP): Không có; Có, nhưng không đạt; Có, đạt nhưng không đủ; Có, đạt đầy đủ (vi sinh, kim loại nặng, dư lượng thuốc BVTV, phụ gia, hóa chất không mong muốn,...) theo quy định;

4. Đảm bảo chất lượng sản phẩm:

Không có hoạt động kiểm soát chất lượng sản phẩm; Có kế hoạch kiểm soát nội bộ chất lượng sản phẩm; Có kế hoạch kiểm soát nội bộ gắn với truy xuất nguồn gốc theo quy định; Có Chứng nhận quản lý Chất lượng tiên tiến của Việt Nam (VietGAP/hữu cơ/..); Có chứng nhận quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, đủ điều kiện ATTP cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích.

- *Hướng dẫn sử dụng để đảm bảo sản phẩm có chất lượng tốt nhất cho người tiêu dùng:* Có hướng dẫn sử dụng sản phẩm đơn giản; Có hướng dẫn sử dụng chi tiết, cụ thể để đảm bảo chất lượng sản phẩm.

- *Cơ hội thị trường toàn cầu:* Có thể xuất khẩu đến thị trường khu vực Đông Nam Á; Có thể xuất khẩu các thị trường ngoài khu vực Đông Nam Á; Có thể xuất khẩu đến các thị trường có tiêu chuẩn cao (Mỹ, Nhật, EU...)

IV. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

Để quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP cần dựa vào nhiều hình thức tổ chức khác nhau, trong đó các địa phương có thể xem xét, lựa chọn hình thức phù hợp với điều kiện, nguồn lực và khả năng áp dụng:

1. Tự quản lý, kiểm soát của các chủ thể

Các chủ thể phải là người đầu tiên tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP, chịu trách nhiệm trước người tiêu dùng và cơ quan quản lý về sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP đưa ra thị trường so với hồ sơ công bố và

được chứng nhận.

Thông thường, các chủ thể áp dụng các quy trình quản lý chất lượng tiên tiến (GAP, ISO, HACCP...) thì đều gắn với yêu cầu sử dụng các hệ thống theo dõi, giám sát của từng chứng nhận. Đồng thời, các tổ chức chứng nhận sẽ thực hiện các hoạt động đánh giá, kiểm tra định kỳ theo quy định.

Đối với các chủ thể chưa áp dụng thì cần có sổ nhật ký sản xuất, kinh doanh (sổ nhật ký có thể do các cơ quan quản lý OCOP xây dựng). Đồng thời, chủ thể phải có trách nhiệm ghi đầy đủ thông tin vào sổ nhật ký, đây là cơ sở để các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện các hoạt động kiểm tra, giám sát.

2. Kiểm soát từ cộng đồng

a. Giám sát từ cộng đồng sản xuất:

- Giám sát cộng đồng là hoạt động dễ triển khai và dễ thực hiện nhất, hoạt động sản xuất, kinh doanh của chủ thể sẽ được các tổ chức, cá nhân khác trong cộng đồng giám sát, theo dõi. Tuy nhiên, để thực hiện được thì cần phải:
- Công khai, minh bạch về thông tin: bản công bố về sản phẩm OCOP của các chủ thể phải được các cơ quan quản lý thông tin kịp thời, công khai, minh bạch đến cộng đồng;
- Xây dựng các phương tiện để cộng đồng phản ánh thông tin.

b. Giám sát, phản ánh từ người tiêu dùng:

Có thể xây dựng các hình thức đánh giá, phản ánh của người tiêu dùng về sản phẩm, bằng các hình thức được công khai trên bao bì, hoặc tại nơi bán hàng để tiếp nhận những phản ánh của người tiêu dùng đối với sản phẩm OCOP.

c. Kiểm soát bởi các cơ quan quản lý OCOP

Các cơ quan quản lý Chương trình OCOP có thể xây dựng và tổ chức hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm và chất lượng sản phẩm theo các hình thức:

- Xây dựng và quản lý tem truy xuất nguồn gốc OCOP;
- Tổ chức kiểm tra, giám sát định kỳ đối với các chủ thể;
- Tổ chức kiểm tra, giám sát đột xuất (trong trường hợp nhận được các phản ánh về sản phẩm và chất lượng sản phẩm).

Tuy nhiên, để thực hiện các chính sách về thanh, kiểm tra, tránh gây phiền hà cho doanh nghiệp, tổ chức sản xuất, kinh doanh thì hoạt động kiểm tra, giám sát trực tiếp cần được hạn chế. Quan trọng và xây dựng các hệ thống quản lý gián tiếp (phòng ngừa) để nâng cao ý thức trách nhiệm của chủ thể và khả năng tiếp nhận thông tin từ cộng đồng và người tiêu dùng

d. Thanh tra, kiểm tra chuyên ngành

Cơ quan quản lý OCOP cần thông tin, cập nhật danh sách, bản mô tả sản phẩm đến các cơ quan quản lý chuyên ngành để đề nghị giám sát sản phẩm OCOP. Theo đó:

- Sở Khoa học và Công nghệ: về kiểm tra, giám sát thực hiện công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng hàng hóa.
- Sở Y tế: về quản lý an toàn thực phẩm;
- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: về an toàn thực phẩm và chứng nhận quản lý chất lượng.

Việc tổ chức phân tích, kiểm nghiệm chất lượng sản phẩm nên hạn chế, trừ trường

hợp cần thiết theo ý kiến của các đoàn kiểm tra chuyên ngành. Trường hợp, cơ quan quản lý OCOP phát hiện các vấn đề sai phạm về chất lượng (tiêu chuẩn, an toàn thực phẩm) thì nên mời các cơ quan quản lý chuyên ngành để thực hiện thanh tra, kiểm tra.

V. Hướng dẫn công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn và thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm

1. Một số khái niệm:

a. Chất lượng sản phẩm, hàng hóa là mức độ của các đặc tính của SPHH đáp ứng yêu cầu trong tiêu chuẩn công bố áp dụng (TCCBAD), quy chuẩn kỹ thuật tương ứng (QCKT).

b. Sản phẩm là kết quả của quá trình sản xuất hoặc cung ứng dịch vụ nhằm mục đích kinh doanh hoặc tiêu dùng.

c. Công bố tiêu chuẩn áp dụng là việc tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh thông báo về tiêu chuẩn áp dụng hoặc các đặc tính cơ bản của sản phẩm, hàng hoá của mình.

Việc thông báo về tiêu chuẩn áp dụng được thực hiện qua hình thức: ghi số hiệu tiêu chuẩn được áp dụng hoặc các đặc tính cơ bản trên nhãn hoặc bao gói sản phẩm, hàng hoá hoặc trong các tài liệu giao dịch, giới thiệu sản phẩm, hàng hoá, và các hình thức thích hợp khác. (Điều 24, Nghị định 127/2007/NĐ-CP).

d. Tiêu chuẩn là quy định về đặc tính kỹ thuật và yêu cầu quản lý dùng làm chuẩn để phân loại, đánh giá sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ, quá trình, môi trường và các đối tượng khác trong hoạt động kinh tế - xã hội nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả của các đối tượng này.

Tiêu chuẩn do một tổ chức công bố dưới dạng văn bản đề tự nguyện áp dụng
Phân loại tiêu chuẩn:

- Tiêu chuẩn quốc gia, ký hiệu là TCVN; do Bộ Khoa học và Công nghệ thẩm định và công bố, Ví dụ TCVN 2355:2012.

- Tiêu chuẩn cơ sở, ký hiệu là TCCS; Do tổ chức, công ty ban hành áp dụng trong nội bộ, ví dụ: TCCS 27:2006/XXX (số hiệu là 27, do công ty có tên giao dịch viết tắt là XXX xây dựng và công bố năm 2006).

e. Quy chuẩn kỹ thuật là quy định về mức giới hạn của đặc tính kỹ thuật và yêu cầu quản lý mà sản phẩm, hàng hoá,.. phải tuân thủ để bảo đảm an toàn, vệ sinh, sức khoẻ con người; bảo vệ động vật, thực vật, môi trường,...

Quy chuẩn kỹ thuật do cơ quan nhà nước có thẩm quyền ban hành dưới dạng văn bản để bắt buộc áp dụng.

➤ Hệ thống quy chuẩn của Việt Nam bao gồm:

+ Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia, ký hiệu là QCVN; Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ tổ chức xây dựng và ban hành, ví dụ: QCVN1:2009/BKHCN;

+ Quy chuẩn kỹ thuật địa phương, ký hiệu là QCĐP. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương xây dựng và ban hành để áp dụng trong phạm vi quản lý của địa phương.

2. Công bố Tiêu chuẩn cơ sở (TCCS)

Trách nhiệm phải công bố tiêu chuẩn áp dụng (Điều 24 Văn bản hợp nhất số 04/VBHN-BKHCN năm 2018 hợp nhất nghị định hướng dẫn Luật Tiêu chuẩn và Quy chuẩn kỹ thuật do Bộ Khoa học công nghệ ban hành).

a. Xây dựng TCCS:

Sơ đồ:

Đề nghị ☐ Thu thập thông tin và phân tích ☐ Lấy ý kiến ☐ Hoàn chỉnh dự thảo ☐ xét duyệt và công bố ☐ Phân phối và soát xét (khi cần).

Phương án xây dựng:

- + Chấp nhận Tiêu chuẩn Quốc gia (TCVN), Tiêu chuẩn Quốc tế (TCQT), Tiêu chuẩn khu vực (TCKV), Tiêu chuẩn nước ngoài (TCNN) tương ứng;
- + Xây dựng mới trên cơ sở sử dụng các kết quả khoa học công nghệ, thử nghiệm, đánh giá, phân tích và thực nghiệm;
- + Sửa đổi, bổ sung TCCS hiện hành.

b. Áp dụng/công bố TCCS:

Người đứng đầu cơ sở xem xét và quyết định bằng văn bản về việc công bố TCCS. TCCS được áp dụng trong phạm vi quản lý của tổ chức công bố.

3. Công bố hợp chuẩn

Công bố hợp chuẩn là việc tổ chức, cá nhân tự công bố sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, quá trình, môi trường phù hợp với tiêu chuẩn tương ứng.

Công bố hợp chuẩn là hoạt động tự nguyện. Việc công bố phù hợp tiêu chuẩn tương ứng dựa trên:

+ Kết quả chứng nhận hợp chuẩn do tổ chức chứng nhận đã đăng ký thực hiện hoặc;

+ Kết quả tự đánh giá sự phù hợp của tổ chức, cá nhân công bố hợp chuẩn.
(Thông tư 28/2012/TT-BKHCN)

Trường hợp công bố hợp chuẩn dựa trên kết quả chứng nhận hợp chuẩn của tổ chức chứng nhận đã đăng ký (bên thứ ba), hồ sơ công bố hợp chuẩn gồm:

- a) Bản công bố hợp chuẩn;
- b) Bản sao y Giấy đăng ký doanh nghiệp /Giấy đăng ký kinh doanh/Giấy chứng nhận đăng ký hộ kinh doanh;
- c) Bản sao tiêu chuẩn sử dụng làm căn cứ để công bố;
- d) Bản sao y bản chính Giấy chứng nhận hợp chuẩn do tổ chức chứng nhận đã đăng ký cấp kèm theo mẫu dấu hợp chuẩn.

Trường hợp công bố hợp chuẩn dựa trên kết quả tự đánh giá của tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh (bên thứ nhất), hồ sơ công bố hợp chuẩn gồm:

- a) Bản công bố hợp chuẩn;
- b) Bản sao Giấy đăng ký doanh nghiệp/Giấy đăng ký kinh doanh hoặc Giấy chứng nhận đăng ký hộ kinh doanh/Giấy chứng nhận đầu tư;
- c) Bản sao tiêu chuẩn sử dụng làm căn cứ để công bố;
- d) Trường hợp tổ chức, cá nhân công bố hợp chuẩn chưa được tổ chức chứng nhận đã đăng ký cấp giấy chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn về hệ thống quản lý (ISO

9001, ISO 22000, HACCP...), thì hồ sơ công bố hợp của tổ chức, cá nhân phải có quy trình sản xuất kèm theo kế hoạch kiểm soát chất lượng được xây dựng, áp dụng (theo Mẫu 1. KHKSCS quy định tại Phụ lục III Thông tư 28) và kế hoạch giám sát hệ thống quản lý;

e) Trường hợp tổ chức, cá nhân công bố hợp chuẩn được tổ chức chứng nhận đã đăng ký cấp giấy chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn về hệ thống quản lý (ISO 9001, ISO 22000, HACCP...), thì hồ sơ công bố hợp của tổ chức, cá nhân phải có bản sao y bản chính Giấy chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn về hệ thống quản lý còn hiệu lực;

f) Báo cáo đánh giá hợp chuẩn (theo Mẫu 5. BCĐG) kèm theo bản sao y bản chính Phiếu kết quả thử nghiệm mẫu trong vòng 12 tháng tính đến thời điểm nộp hồ sơ công bố hợp chuẩn của tổ chức thử nghiệm đã đăng ký.

4. Công bố hợp quy

(khoản 2,3 Điều 1 Thông tư 02/2017/TT-BKHCN)

Công bố hợp quy là việc tổ chức, cá nhân tự công bố sản phẩm, hàng hóa phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật tương ứng.

Công bố hợp quy hoạt động bắt buộc. Hoạt động công bố hợp quy tại các sở chuyên ngành tương ứng.

a) Thủ tục đăng ký công bố hợp quy dựa trên kết quả chứng nhận của tổ chức chứng nhận đã đăng ký hoặc tổ chức chứng nhận được chỉ định (bên thứ ba).

Hồ sơ gồm:

- + Bản công bố hợp quy theo biểu mẫu đính kèm;
- + Bản sao y bản chính Giấy chứng nhận phù hợp quy chuẩn kỹ thuật tương ứng kèm theo mẫu dấu hợp quy do tổ chức chứng nhận đã đăng ký hoặc tổ chức chứng nhận được chỉ định cấp cho tổ chức, cá nhân”.

b) Thủ tục đăng ký công bố hợp quy dựa trên kết quả tự đánh giá của tổ chức, cá nhân (bên thứ nhất). Hồ sơ gồm:

- Bản công bố hợp quy;
- Báo cáo tự đánh giá kèm theo bản sao y bản chính Phiếu kết quả thử nghiệm mẫu trong vòng 12 tháng tính đến thời điểm nộp hồ sơ công bố của tổ chức thử nghiệm đã đăng ký. Báo cáo tự đánh giá gồm các thông tin sau:

- + Tên tổ chức, cá nhân; địa chỉ; điện thoại, fax;
- + Tên sản phẩm, hàng hóa;
- + Số hiệu quy chuẩn kỹ thuật;
- + Kết luận sản phẩm, hàng hóa phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật;
- + Cam kết chất lượng sản phẩm, hàng hóa phù hợp với quy chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn công bố áp dụng và hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật về chất lượng sản phẩm, hàng hóa và kết quả tự đánh giá.

5. Thủ tục cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm

Để có thể sản xuất, kinh doanh sản phẩm thực phẩm, công bố chất lượng sản phẩm thực phẩm thì đầu tiên Cơ sở sản xuất, kinh doanh phải được cấp Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm.

5.1. Cơ sở pháp lý:

- + Luật An toàn thực phẩm ngày 17 tháng 6 năm 2010;
- + Nghị định 15/2018/NĐ-CP hướng dẫn Luật an toàn thực phẩm có hiệu lực từ ngày 02/02/2018;
- + Nghị định 155/2018/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2018;
- + Thông tư 43/2018/TT-BCT ngày 15 tháng 11 năm 2018;
- + Thông tư 38/2018/TT-BNN&PTNT ngày 25 tháng 12 năm 2018.

5.2. Hướng dẫn một số quy định cụ thể:

a) Phân cấp trong quản lý ATTP:

Đối với cơ sở sản xuất nhiều loại sản phẩm thực phẩm thuộc thẩm quyền quản lý của từ 2 cơ quan quản lý chuyên ngành trở lên thì cơ quan quản lý sản phẩm có sản lượng lớn nhất trong các sản phẩm của cơ sở sản xuất là cơ quan quản lý;

Đối với cơ sở không thực hiện công đoạn sản xuất nhưng kinh doanh nhiều loại sản phẩm thực phẩm thuộc thẩm quyền quản lý của từ 2 cơ quan quản lý chuyên ngành trở lên do ngành Công thương quản lý;

Đối với cơ sở vừa sản xuất vừa kinh doanh nhiều loại sản phẩm thực phẩm thuộc thẩm quyền quản lý của từ 2 cơ quan quản lý chuyên ngành trở lên thì tổ chức, cá nhân có quyền lựa chọn cơ quan quản lý chuyên ngành về an toàn thực phẩm để thực hiện các thủ tục hành chính.

b) Cam kết sản xuất an toàn:

- Sản xuất ban đầu nhỏ lẻ;
- Thu hái, đánh bắt, khai thác nông lâm thủy sản;
- Sản xuất, kinh doanh thực phẩm không có địa điểm cố định;
- Sơ chế nhỏ lẻ;
- Kinh doanh thực phẩm nông lâm thủy sản nhỏ lẻ, kinh doanh thực phẩm bao gói sẵn.

c) Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP:

➤ Cấp giấy xác nhận kiến thức ATTP:

· Hồ sơ đề nghị gồm:

- ▢ Đơn đề nghị xác nhận kiến thức ATTP;
- ▢ Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh;
- ▢ Giấy tờ chứng minh nộp phí và lệ phí.

· Kiểm tra để được xác nhận kiến thức ATTP;

Trả lời đúng 80% bài kiểm tra thì được cấp giấy xác nhận kiến thức ATTP.

➤ Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện ATTP:

· Hồ sơ đề nghị gồm:

- ▢ Đơn đề nghị cấp giấy chứng nhận ATTP;
- ▢ Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh;

· Ngoài ra cơ sở cần (Lưu tại cơ sở);

- ▢ Giấy xác nhận kiến thức ATTP cho chủ doanh nghiệp và người trực tiếp sản xuất, kinh doanh;
- ▢ Giấy khám sức khỏe;

▣ Kết quả xét nghiệm mẫu nước sử dụng (QCVN 01:2009/BYT).

d) Công bố phù hợp ATTP:

▣ Bản công bố phù hợp quy định ATTP;

▣ Kết quả xét nghiệm mẫu đạt yêu cầu về ATTP;

▣ Mẫu nhãn hoặc nhãn dự thảo của sản phẩm.

Chú ý: Danh mục các sản phẩm do các bộ quản lý, đề nghị chủ thể tham khảo tại phụ lục II; III; IV của Nghị định số 15/2018/NĐ-CP ngày 02 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ

VI. Đảm bảo an toàn thực phẩm tại các cơ sở sản xuất, chế biến thực phẩm

1. Điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm

1.1 Điều kiện về cơ sở sản xuất, chế biến

- **Vị trí và môi trường:** Cơ sở sản xuất thực phẩm cần đặt tại khu vực không bị ô nhiễm, tránh xa nguồn nước thải, chất thải công nghiệp, khu vực chăn nuôi và bãi rác.
- **Thiết kế nhà xưởng:** Nhà xưởng phải có thiết kế phù hợp với quy trình sản xuất, đảm bảo luồng di chuyển một chiều từ nguyên liệu đầu vào đến sản phẩm cuối cùng.
- **Hệ thống thoát nước và xử lý chất thải:** Cơ sở phải có hệ thống thoát nước và xử lý chất thải phù hợp, đảm bảo vệ sinh và không gây ô nhiễm môi trường.
- **Hệ thống chiếu sáng và thông gió:** Bảo đảm chiếu sáng đầy đủ, không làm ảnh hưởng đến chất lượng thực phẩm. Hệ thống thông gió giúp kiểm soát nhiệt độ, độ ẩm và loại bỏ hơi nước có thể gây nấm mốc.

1.2 Điều kiện về thiết bị, dụng cụ

- **Chất liệu thiết bị:** Các thiết bị, dụng cụ tiếp xúc với thực phẩm phải được làm từ vật liệu không gây nhiễm bẩn thực phẩm như inox, nhựa an toàn.
- **Vệ sinh và bảo trì thiết bị:** Thiết bị cần được vệ sinh định kỳ, bảo trì thường xuyên để tránh nhiễm khuẩn chéo.
- **Dụng cụ chế biến riêng biệt:** Cần có dụng cụ riêng biệt cho thực phẩm sống và thực phẩm chín để tránh ô nhiễm chéo.

1.3 Điều kiện về nguyên liệu và bao bì

- **Nguyên liệu thực phẩm:** Phải có nguồn gốc rõ ràng, không chứa chất cấm, có chứng nhận an toàn thực phẩm.
- **Bảo quản nguyên liệu:** Nguyên liệu phải được bảo quản ở điều kiện thích hợp để giữ nguyên chất lượng.
- **Bao bì thực phẩm:** Bao bì phải đảm bảo an toàn, không thôi nhiễm chất độc hại vào thực phẩm.

1.4 Điều kiện về con người

- **Tập huấn kiến thức:** Người tham gia sản xuất, chế biến thực phẩm phải được tập huấn định kỳ về an toàn thực phẩm.
- **Khám sức khỏe định kỳ:** Người lao động cần kiểm tra sức khỏe định kỳ để đảm

bảo không mắc các bệnh truyền nhiễm.

- **Thực hành vệ sinh cá nhân:** Người chế biến thực phẩm phải rửa tay đúng cách, mặc trang phục bảo hộ, không hút thuốc, khạc nhổ trong khu vực sản xuất.

2. Phương pháp bảo đảm an toàn thực phẩm

2.1 Kiểm soát nguyên liệu đầu vào

- **Chọn nhà cung cấp uy tín:** Hợp tác với các nhà cung cấp có giấy chứng nhận an toàn thực phẩm.
- **Kiểm tra chất lượng nguyên liệu:** Kiểm tra cảm quan, thử nghiệm nhanh để phát hiện nguy cơ nhiễm khuẩn, hóa chất.
- **Ghi chép và theo dõi:** Lưu giữ hồ sơ về nguồn gốc nguyên liệu để truy xuất khi cần thiết.

2.2 Quy trình chế biến an toàn

- **Tuân thủ nguyên tắc một chiều:** Nguyên liệu sống, thực phẩm sơ chế và thực phẩm chín cần được phân tách rõ ràng.
- **Kiểm soát nhiệt độ chế biến:** Đảm bảo thực phẩm được nấu chín ở nhiệt độ thích hợp (thịt gia cầm: 74°C, thịt bò, lợn: 63°C).
- **Sử dụng phụ gia hợp pháp:** Chỉ sử dụng phụ gia thực phẩm theo danh mục cho phép của Bộ Y tế.

2.3 Bảo quản thực phẩm hiệu quả

- **Bảo quản ở nhiệt độ thích hợp:** Thực phẩm tươi sống phải bảo quản ở 0-4°C, thực phẩm đông lạnh ở -18°C.
- **Phân loại thực phẩm trong kho:** Không để thực phẩm sống chung với thực phẩm chín.
- **Ghi nhãn ngày sản xuất và hạn sử dụng:** Để dễ dàng kiểm soát vòng đời sản phẩm.

2.4 Kiểm soát vệ sinh môi trường và thiết bị

- **Vệ sinh định kỳ:** Nhà xưởng, dụng cụ, thiết bị phải được vệ sinh hàng ngày và khử trùng định kỳ.
- **Kiểm soát côn trùng, động vật gây hại:** Sử dụng biện pháp vật lý như lưới chống côn trùng, đèn diệt côn trùng.

2.5 Đảm bảo an toàn thực phẩm trong vận chuyển

- **Phương tiện vận chuyển chuyên dụng:** Thực phẩm cần được vận chuyển bằng phương tiện đảm bảo vệ sinh, có kiểm soát nhiệt độ.
- **Thời gian vận chuyển ngắn nhất có thể:** Để giảm nguy cơ nhiễm khuẩn thực phẩm.

3. Thực hành tốt vệ sinh an toàn thực phẩm

3.1 Vệ sinh cá nhân

- **Rửa tay đúng quy trình:** Rửa tay trước khi tiếp xúc với thực phẩm, sau khi đi vệ sinh, ho, hắt hơi, tiếp xúc với đồ vật bẩn.
- **Sử dụng đồ bảo hộ:** Đội mũ, mặc tạp dề, đeo khẩu trang, găng tay khi chế biến

thực phẩm.

- **Không làm việc khi có bệnh:** Người mắc bệnh truyền nhiễm, bệnh ngoài da không được tham gia chế biến thực phẩm.

3.2 Kiểm soát nhiễm chéo

- **Phân loại dụng cụ chế biến:** Dụng cụ thớt, dao riêng biệt cho thực phẩm sống và thực phẩm chín.
- **Bảo quản thực phẩm đúng cách:** Không để thực phẩm sống tiếp xúc với thực phẩm chín.
- **Vệ sinh thiết bị chế biến:** Làm sạch và khử trùng dụng cụ, bề mặt tiếp xúc với thực phẩm sau mỗi lần sử dụng.

3.3 Sử dụng và bảo quản thực phẩm đúng cách

- **Không sử dụng thực phẩm hết hạn:** Kiểm tra kỹ hạn sử dụng trước khi chế biến.
- **Bảo quản thực phẩm ở nhiệt độ phù hợp:** Đảm bảo thực phẩm đông lạnh được bảo quản ở -18°C , thực phẩm tươi sống ở $0-4^{\circ}\text{C}$.
- **Không sử dụng hóa chất bảo quản không được cấp phép:** Chỉ sử dụng chất

Bảo đảm an toàn thực phẩm là trách nhiệm của mỗi cơ sở sản xuất, chế biến thực phẩm nhằm bảo vệ sức khỏe cộng đồng và nâng cao uy tín doanh nghiệp. Việc tuân thủ các quy định pháp luật và thực hành tốt an toàn thực phẩm sẽ giúp giảm nguy cơ ô nhiễm, ngộ độc thực phẩm và góp phần phát triển ngành công nghiệp thực phẩm một cách

bảo quản trong danh mục cho phép của Bộ Y tế.



D. Quảng bá sản phẩm OCOP trên nền tảng mạng xã hội (Tik Tok).

I. Phát triển thương mại điện tử hàng nông sản tại Việt Nam

1. Giới thiệu

Thương mại điện tử (TMĐT) đã trở thành một xu hướng tất yếu trong nền kinh tế số, đặc biệt là sau đại dịch COVID-19. Sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng mua sắm trực tuyến. Trong bối cảnh đó, Chính phủ Việt Nam đã đưa TMĐT vào nhóm các trụ cột quan trọng để phát triển kinh tế số, thông qua nhiều chính sách và quy định hỗ trợ.

Tuy nhiên, mặc dù TMĐT đã có những bước tiến lớn trong nhiều lĩnh vực, giao dịch nông sản trực tuyến vẫn còn nhiều hạn chế. Các vấn đề liên quan đến bảo quản, vận chuyển và tính minh bạch của sản phẩm là những rào cản chính khiến tỷ lệ giao dịch nông sản qua TMĐT còn thấp so với tiềm năng.

Bài viết này phân tích thực trạng TMĐT hàng nông sản tại Việt Nam, đánh giá nhu cầu của người tiêu dùng và doanh nghiệp, đồng thời đề xuất các giải pháp phát triển bền vững trong tương lai.

2. Khung chính sách phát triển thương mại điện tử

2.1. Các chính sách hỗ trợ phát triển TMĐT

Nhằm thúc đẩy TMĐT, Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách quan trọng như:

- Quyết định 749/QĐ-TTg (2020) về Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia
- Nghị định số 85/2021/NĐ-CP sửa đổi Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT
- Luật Giao dịch điện tử
- Luật Bảo vệ người tiêu dùng

Ngoài ra, các chiến lược phát triển kinh tế số, hạ tầng công nghệ và nguồn nhân lực cũng được chú trọng để tạo điều kiện thuận lợi cho TMĐT phát triển bền vững.

2.2. Thách thức về khung pháp lý và thực thi

Mặc dù có nhiều quy định pháp lý nhưng việc thực thi còn hạn chế:

- Luật Bảo vệ người tiêu dùng chưa theo kịp sự phát triển của TMĐT, dẫn đến nhiều hành vi gian lận, bán hàng không đúng mô tả.
- Việc thu thuế TMĐT chưa hiệu quả, gây thất thoát ngân sách nhà nước.
- Thiếu các quy định chặt chẽ về kiểm soát chất lượng hàng hóa trên TMĐT.

3. Thực trạng phát triển thương mại điện tử hàng nông sản

3.1. Xu hướng phát triển TMĐT tại Việt Nam

Thị trường TMĐT Việt Nam tăng trưởng mạnh, đạt giá trị 20,5 tỷ USD vào năm 2023, chiếm 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng. Các mô hình kinh doanh TMĐT ngày càng đa dạng, từ sàn giao dịch, mạng xã hội, đến ứng dụng di động.

3.2. Đặc điểm TMĐT hàng nông sản

Các nền tảng chính bán nông sản trực tuyến bao gồm:

- Shopee, Lazada, Tiki, TikTok Shop: Phân phối nông sản chế biến đóng gói.
- Facebook, Zalo: Chủ yếu bán nông sản tươi sống qua hình thức livestream.
- Các sàn chuyên biệt như Foodmap, Chợ Nông Sản Online: Kết nối trực tiếp nhà sản xuất với người tiêu dùng.

Tuy nhiên, việc bán nông sản trên TMĐT gặp nhiều thách thức như:

- Hạn chế về logistics và chuỗi cung ứng lạnh.
- Khó khăn trong đảm bảo chất lượng sản phẩm, đặc biệt là nông sản tươi sống.
- Tỷ lệ người tiêu dùng tin tưởng vào giao dịch nông sản trực tuyến còn thấp.

4. Nhu cầu của người tiêu dùng và doanh nghiệp

4.1. Nhu cầu của người tiêu dùng

Khảo sát cho thấy hơn 40% khách hàng mua sắm nông sản qua TMĐT ở mức "thường xuyên" và "rất thường xuyên". Các sản phẩm như trái cây, rau củ, gạo, thủy sản và OCOP có lượng tiêu thụ cao.

Tuy nhiên, người tiêu dùng vẫn lo ngại về:

- Chất lượng sản phẩm không đảm bảo do thiếu kiểm định.
- Tình trạng giao hàng chậm trễ hoặc không đúng cam kết.
- Gian lận thương mại và lừa đảo trực tuyến.

4.2. Nhu cầu của doanh nghiệp

Các doanh nghiệp TMĐT mong muốn:

- Giảm chi phí vận hành và quảng cáo, vốn đang chiếm 20-30% doanh thu.
- Cải thiện dịch vụ logistics để tối ưu hóa vận chuyển hàng nông sản.
- Hỗ trợ từ Chính phủ trong kiểm soát chất lượng sản phẩm và quảng bá thương hiệu.

5. Giải pháp phát triển thương mại điện tử hàng nông sản

5.1. Hoàn thiện khung pháp lý

- Ban hành quy định chặt chẽ về kiểm định chất lượng và bảo vệ người tiêu dùng.
- Tăng cường kiểm soát gian lận thương mại trên các sàn TMĐT.
- Khuyến khích TMĐT xanh, giảm rác thải nhựa từ bao bì sản phẩm.

5.2. Phát triển hạ tầng công nghệ và logistics

- Cải thiện hệ thống thanh toán trực tuyến, mở rộng thanh toán không tiền mặt.
- Xây dựng hệ thống logistics chuyên biệt cho nông sản tươi sống.
- Phát triển mạng lưới kho lạnh và vận tải lạnh nhằm bảo quản sản phẩm tốt hơn.

5.3. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

- Đưa TMĐT vào chương trình đào tạo tại các trường đại học, cao đẳng.
- Tổ chức các khóa tập huấn cho doanh nghiệp và nông dân về kinh doanh trực tuyến.

5.4. Hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh nông sản trên TMĐT

- Hỗ trợ xây dựng thương hiệu nông sản mạnh thông qua truy xuất nguồn gốc và chứng nhận an toàn thực phẩm.
- Hướng dẫn doanh nghiệp mở gian hàng trên sàn TMĐT và tối ưu hóa hoạt động quảng bá.
- Hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp nhỏ trong hoạt động xúc tiến thương mại.

5.5. Phát triển hệ sinh thái TMĐT bền vững

- Phát triển công cụ phân tích dữ liệu và quản lý đơn hàng tự động.
- Hợp tác với các tổ chức kiểm định để hỗ trợ doanh nghiệp đạt chứng nhận chất lượng.
- Tăng cường chính sách ưu đãi cho doanh nghiệp sử dụng công nghệ xanh trong TMĐT.

TMĐT hàng nông sản tại Việt Nam có tiềm năng lớn nhưng còn nhiều thách thức. Để khai thác tối đa cơ hội, cần có sự phối hợp giữa Chính phủ, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Nếu thực hiện đồng bộ các giải pháp về khung pháp lý, hạ tầng logistics, đào tạo nhân lực và hỗ trợ doanh nghiệp, TMĐT nông sản sẽ phát triển bền vững, đóng góp tích cực vào nền kinh tế số của Việt Nam

II. Kỹ Năng Bán Hàng Trên TikTok Shop

Trong thời đại số hóa, TikTok không chỉ là nền tảng giải trí mà còn là một kênh bán hàng hiệu quả, đặc biệt là với sự kết hợp giữa giải trí và mua sắm (Shoppertainment). Tài liệu này sẽ hướng dẫn từng bước để xây dựng kênh bán hàng thành công trên TikTok Shop, từ việc tạo tài khoản, quản lý sản phẩm, đến việc livestream và tối ưu hóa doanh số.

1. Khái quát về thương mại điện tử và tiktok shop

1.1. Khái quát về thương mại điện tử tại việt nam

1.1.1. Khái niệm về thương mại điện tử

- Thương mại điện tử (TMĐT) là hình thức mua bán hàng hóa, dịch vụ thông qua internet.

- Người tiêu dùng có thể tìm kiếm, lựa chọn, thanh toán và nhận hàng mà không cần đến cửa hàng truyền thống.
- Các nền tảng phổ biến: Shopee, Lazada, Tiki, TikTok Shop, Facebook Marketplace...

1.1.2. Tình hình phát triển TMĐT tại Việt Nam

- Tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ: Doanh số TMĐT Việt Nam năm 2024 ước tính đạt 318,9 nghìn tỷ VNĐ, tăng 37,36% so với năm 2023.
- Tỷ trọng trong nền kinh tế số: TMĐT chiếm 2/3 tổng giá trị nền kinh tế số tại Việt Nam.
- Xu hướng mua sắm trực tuyến:
 - 74,8% dân số Việt Nam đã mua hàng qua các kênh TMĐT.
 - Trung bình mỗi người mua hàng trực tuyến 4 lần/tháng.
 - Hình thức mua sắm ngày càng đa dạng, bao gồm cả livestream bán hàng và video ngắn trên TikTok.

1.2. Tiktok shop là gì?

1.2.1. Khái niệm về TikTok Shop

- TikTok Shop là nền tảng thương mại điện tử tích hợp ngay trong ứng dụng TikTok.
- Người dùng có thể vừa xem video giải trí vừa mua sắm trực tiếp mà không cần rời khỏi ứng dụng.
- TikTok Shop thuộc mô hình Shoppertainment – kết hợp giữa mua sắm (Shopping) và giải trí (Entertainment).

1.2.2. Lợi ích của TikTok Shop

- Tiếp cận lượng khách hàng khổng lồ: TikTok có hơn 50 triệu người dùng tại Việt Nam và hàng tỷ người dùng trên toàn cầu.
- Tăng khả năng chốt đơn qua nội dung video và livestream: Video ngắn và livestream giúp sản phẩm dễ tiếp cận khách hàng hơn.
- Chi phí vận hành thấp: Phù hợp với cá nhân kinh doanh nhỏ lẻ, doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Công cụ quảng bá mạnh mẽ: Sử dụng thuật toán đề xuất thông minh của TikTok, giúp sản phẩm dễ dàng tiếp cận người mua tiềm năng.
- Hỗ trợ đa dạng hình thức thanh toán và vận chuyển, giúp quá trình mua bán diễn ra thuận lợi.

1.2.3. So sánh TikTok Shop với các nền tảng TMĐT khác

Tiêu chí	TikTok Shop	Shopee	Lazada
Hình thức bán hàng	Video & Livestream	Gian hàng	Gian hàng

Cách tiếp cận khách hàng	Đề xuất theo thuật toán	Tìm kiếm từ khóa	Tìm kiếm từ khóa
Tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng	Cao (nhờ nội dung hấp dẫn)	Trung bình	Trung bình
Phí nền tảng	5%	8-10%	6-8%
Chi phí quảng cáo	Thấp (dựa vào nội dung tự nhiên)	Cao	Cao

Thương mại điện tử tại Việt Nam đang phát triển nhanh chóng, với sự gia tăng của các nền tảng như Shopee, Lazada, và đặc biệt là TikTok Shop. TikTok Shop mang đến một cơ hội kinh doanh đột phá nhờ mô hình Shoppertainment, giúp người bán dễ dàng tiếp cận khách hàng thông qua video ngắn và livestream. Người bán cần tận dụng nền tảng này để tăng trưởng doanh số và xây dựng thương hiệu cá nhân/doanh nghiệp một cách hiệu quả.

2. Xây dựng kênh tiktok shop

2.1. Tạo tài khoản tiktok shop

2.1.1. Chuẩn bị tài liệu cần thiết

Trước khi đăng ký tài khoản TikTok Shop, người bán cần chuẩn bị các giấy tờ cần thiết:

- **Đối với cá nhân:**
 - Chứng minh nhân dân (CMND)/Căn cước công dân (CCCD)
 - Tài khoản ngân hàng chính chủ
 - Mã số thuế cá nhân (nếu có)
- **Đối với doanh nghiệp:**
 - Giấy phép đăng ký kinh doanh (ĐKKD)
 - Tài khoản ngân hàng doanh nghiệp
 - Mã số thuế doanh nghiệp

2.1.2. Các bước đăng ký TikTok Shop

1. Truy cập trang web đăng ký

- Vào **<https://seller.tiktokglobalshop.com>** và chọn "Đăng ký ngay".
- Hoặc tải ứng dụng **TikTok Seller** trên điện thoại.

2. Chọn loại tài khoản

- Chọn "Cá nhân" hoặc "Doanh nghiệp" phù hợp với mô hình kinh doanh của bạn.

3. Điền thông tin cơ bản

- Nhập thông tin cá nhân/doanh nghiệp theo yêu cầu.
- Tải lên các giấy tờ cần thiết để xác minh.

4. Liên kết tài khoản TikTok

- Kết nối tài khoản TikTok cá nhân với TikTok Shop để quản lý và quảng bá sản phẩm.

5. Hoàn tất thiết lập cửa hàng

- Nhập địa chỉ kho hàng, phương thức vận chuyển và thông tin tài khoản ngân hàng.
- Chờ xét duyệt từ TikTok (thường từ 1-3 ngày làm việc).

2.2. Chuẩn hóa giao diện kênh

2.2.1. Xây dựng thương hiệu cá nhân

- **Tên tài khoản:** Nên ngắn gọn, dễ nhớ và liên quan đến sản phẩm.
- **Hình ảnh đại diện:** Dùng logo thương hiệu hoặc hình ảnh chuyên nghiệp.
- **Mô tả kênh:** Giới thiệu ngắn gọn về sản phẩm/dịch vụ kinh doanh.
- **Liên kết kênh:** Kết nối với các nền tảng khác như Facebook, Instagram, Shopee để tăng độ tin cậy.

2.2.2. Cài đặt cửa hàng trên TikTok Shop

1. Thêm sản phẩm vào cửa hàng

- Truy cập TikTok Shop > "Sản phẩm" > "Thêm sản phẩm mới".
- Nhập thông tin chi tiết: tên sản phẩm, mô tả, hình ảnh/video, giá bán, số lượng tồn kho.
- Đảm bảo hình ảnh/video rõ nét, hấp dẫn và phù hợp với tiêu chuẩn TikTok.

2. Cài đặt phương thức thanh toán và vận chuyển

- Chọn đối tác vận chuyển phù hợp (Giao Hàng Nhanh, J&T, Viettel Post,...).
- Cài đặt các phương thức thanh toán: chuyển khoản ngân hàng, COD, ví điện tử.

2.3. Tối ưu kênh để tăng hiệu quả bán hàng

2.3.1. Tối ưu hồ sơ TikTok

- Sử dụng **video giới thiệu kênh** để thu hút người theo dõi.
- Đăng tải các **nội dung liên quan đến sản phẩm** thay vì chỉ đăng quảng cáo.
- Tận dụng **hashtags thịnh hành** và xu hướng trên TikTok để tiếp cận khách hàng tiềm năng.

2.3.2. Tăng tương tác và độ tin cậy

- **Tích cực phản hồi bình luận và tin nhắn** để xây dựng lòng tin.
- **Sử dụng review và feedback của khách hàng** để tăng độ uy tín.
- **Livestream thường xuyên** để tăng tỷ lệ chuyển đổi đơn hàng.

Việc xây dựng kênh TikTok Shop chuyên nghiệp đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng từ tài khoản, giao diện kênh đến chiến lược nội dung. Khi thực hiện đầy đủ các bước trên, người bán có thể tận dụng tối đa nền tảng TikTok để phát triển kinh doanh hiệu quả.

3. Sáng tạo nội dung và quảng bá sản phẩm

3.1. Định hướng nội dung

3.1.1. Xác định phong cách nội dung phù hợp

TikTok Shop không chỉ là nơi bán hàng mà còn là nơi kết nối và giải trí. Để thu hút khách hàng, nội dung cần có sự sáng tạo và phù hợp với xu hướng. Một số phong cách nội dung phổ biến:

- **Du lịch – Trải nghiệm:** Sử dụng các video thực tế về sản phẩm khi đi du lịch hoặc trong các hoạt động ngoài trời.
- **Cuộc sống hàng ngày:** Chia sẻ cách sử dụng sản phẩm trong các tình huống thực tế để khách hàng dễ dàng liên hệ.
- **Nấu ăn – Review:** Nếu sản phẩm thuộc lĩnh vực thực phẩm, video nấu ăn hoặc đánh giá sản phẩm sẽ giúp tăng sự tin tưởng.

3.1.2. Xây dựng nội dung hấp dẫn

- **Video hướng dẫn:** Giới thiệu cách sử dụng sản phẩm một cách trực quan.
- **Trước & Sau khi sử dụng:** So sánh để chứng minh hiệu quả sản phẩm.
- **Khách hàng thực tế:** Đưa ra phản hồi của khách hàng để tăng uy tín.
- **Bắt trend TikTok:** Sử dụng âm nhạc, thử thách, hiệu ứng hot để tăng khả năng tiếp cận.

3.2. Quy trình sáng tạo nội dung

3.2.1. Viết kịch bản video

Mỗi video TikTok chỉ có vài giây để thu hút sự chú ý, vì vậy cần có kịch bản chặt chẽ. Một kịch bản chuẩn thường gồm:

1. **Câu hook (3 giây đầu tiên):** Câu nói hoặc hình ảnh gây ấn tượng mạnh.
2. **Nêu vấn đề (10 giây tiếp theo):** Xác định nhu cầu hoặc vấn đề mà khách hàng đang gặp phải.
3. **Giải pháp (10 giây tiếp theo):** Giới thiệu sản phẩm như một giải pháp lý tưởng.
4. **Giới thiệu sản phẩm (10 giây tiếp theo):** Đưa ra tính năng, ưu điểm, giá trị nổi bật.
5. **Kêu gọi hành động (7 giây cuối):** Nhắc nhở người xem theo dõi, đặt hàng, hoặc truy cập TikTok Shop.

3.2.2. Quay dựng video chuyên nghiệp

- **Sử dụng công cụ chỉnh sửa video:** CapCut, InShot, hoặc Adobe Premiere Rush.
- **Hình ảnh sắc nét, âm thanh rõ ràng:** Tránh rung lắc, âm thanh nhiễu.
- **Chèn hiệu ứng bắt mắt:** Sử dụng hiệu ứng TikTok để video hấp dẫn hơn.

- **Chú ý ánh sáng và góc quay:** Sản phẩm cần được hiển thị rõ ràng.

3.3. Quy tắc xây dựng nội dung

3.3.1. Tính chân thực

- Nội dung cần tự nhiên, không gượng ép.
- Sử dụng hình ảnh thực tế của sản phẩm, tránh phóng đại quá mức.

3.3.2. Tính giải trí

- Nội dung cần có yếu tố hài hước hoặc gây tò mò để giữ chân người xem.
- Lồng ghép câu chuyện hấp dẫn thay vì chỉ tập trung vào quảng cáo.

3.3.3. Tính thử nghiệm

- Luôn thử nghiệm các phong cách khác nhau để tìm ra công thức phù hợp nhất.
- Theo dõi hiệu suất video và điều chỉnh nội dung theo xu hướng.

Sáng tạo nội dung trên TikTok Shop không chỉ là việc đăng video bán hàng mà còn là quá trình xây dựng thương hiệu và kết nối với khách hàng. Việc đầu tư vào nội dung chất lượng sẽ giúp tăng khả năng tiếp cận, tạo niềm tin và thúc đẩy doanh số bán hàng hiệu quả.

4. Livestream bán hàng trên tiktok shop

4.1. Điều kiện để livestream

4.1.1. Điều kiện tài khoản để livestream

- **Tài khoản cá nhân:** Cần có ít nhất **1000 người theo dõi** mới có thể livestream.
- **Tài khoản TikTok Shop:** Không yêu cầu số lượng người theo dõi, nhưng phải **đăng ký TikTok Shop thành công**.

4.1.2. Các yêu cầu chung của TikTok khi livestream

- Không vi phạm chính sách nội dung của TikTok.
- Không livestream các sản phẩm bị cấm (rượu, thuốc lá, hàng giả, v.v.).
- Không phát tán thông tin sai lệch hoặc nội dung gây hiểu lầm.

4.2. Các bước chuẩn bị livestream

4.2.1. Chuẩn bị thiết bị và không gian livestream

- **Thiết bị:**
 - Điện thoại hoặc máy quay có chất lượng hình ảnh tốt.
 - Micro thu âm rõ ràng để đảm bảo âm thanh chất lượng.
 - Đèn chiếu sáng giúp hình ảnh sắc nét, chuyên nghiệp.
- **Không gian:**
 - Bối cảnh gọn gàng, liên quan đến sản phẩm.
 - Tránh tiếng ồn hoặc môi trường gây mất tập trung.

4.2.2. Kịch bản livestream hiệu quả

1. Mở đầu hấp dẫn (3-5 phút đầu tiên)

- Giới thiệu bản thân và kênh TikTok Shop.
- Thu hút sự chú ý bằng câu chào vui vẻ, hỏi thăm khán giả.

2. Giới thiệu sản phẩm (5-10 phút tiếp theo)

- Mô tả sản phẩm: Tính năng, công dụng, lợi ích nổi bật.
- Trình diễn trực tiếp: Hướng dẫn sử dụng hoặc test sản phẩm.

3. Tạo ưu đãi khuyến mãi (10-15 phút giữa buổi livestream)

- Công bố chương trình giảm giá, quà tặng.
- Kêu gọi khán giả đặt hàng ngay để nhận ưu đãi.

4. Tương tác với người xem (Xuyên suốt buổi livestream)

- Đọc bình luận, trả lời câu hỏi của khách hàng.
- Dùng minigame hoặc bốc thăm trúng thưởng để tăng tương tác.

5. Kết thúc livestream chuyên nghiệp

- Tóm tắt lại sản phẩm và ưu đãi.
- Kêu gọi hành động: Đặt hàng ngay, theo dõi kênh.
- Cảm ơn khán giả và nhắc lịch livestream tiếp theo.

4.3. Lưu ý khi livestream

4.3.1. Những điều nên làm

- ✓ Quay video giới thiệu trước và sau livestream để thu hút người xem.
- ✓ Livestream theo lịch trình cố định để tạo thói quen cho khán giả.
- ✓ Kêu gọi hành động mạnh mẽ (CTA) để tăng tỷ lệ chốt đơn.
- ✓ Duy trì năng lượng, thái độ tích cực trong suốt buổi livestream.

4.3.2. Những điều không nên làm

- ✗ Không vi phạm chính sách TikTok về nội dung và sản phẩm.
- ✗ Không để thời gian livestream quá dài gây nhàm chán.
- ✗ Không nói quá về sản phẩm, tránh phản ứng tiêu cực từ khách hàng.
- ✗ Không livestream trong môi trường thiếu ánh sáng, âm thanh kém chất lượng.

Livestream bán hàng trên TikTok Shop là công cụ mạnh mẽ giúp tăng doanh số và tạo kết nối với khách hàng. Việc chuẩn bị kỹ lưỡng từ kịch bản, thiết bị, không gian đến chiến lược tương tác sẽ giúp buổi livestream hiệu quả hơn. Hãy duy trì livestream đều đặn để xây dựng thương hiệu và thu hút khách hàng trung thành.

5. Quản lý sản phẩm và đơn hàng

5.1. Quản lý sản phẩm

5.1.1. Thêm sản phẩm mới vào TikTok Shop

1. Truy cập TikTok Shop Seller Center

- Đăng nhập vào tài khoản tại TikTok Shop Seller Center.
- Chọn **Sản phẩm > Thêm sản phẩm mới**.

2. Nhập thông tin sản phẩm

- **Tên sản phẩm:** Ngắn gọn, dễ nhớ, có chứa từ khóa.
- **Mô tả sản phẩm:** Chi tiết, bao gồm công dụng, tính năng nổi bật.
- **Danh mục sản phẩm:** Chọn đúng danh mục để tăng khả năng hiển thị.
- **Hình ảnh và video:** Đảm bảo rõ nét, chuyên nghiệp, thu hút.
- **Giá bán:** Cạnh tranh, phù hợp với thị trường.
- **Số lượng hàng tồn kho:** Cập nhật chính xác để tránh tình trạng hết hàng.

3. Xuất bản sản phẩm

- Kiểm tra lại thông tin và nhấn **Lưu & Đăng**.
- TikTok sẽ xét duyệt sản phẩm trước khi hiển thị.

5.1.2. Cập nhật và tối ưu sản phẩm

- **Chỉnh sửa thông tin sản phẩm** khi cần thiết để phù hợp với xu hướng.
- **Tối ưu hình ảnh và video** thường xuyên để cải thiện hiệu quả bán hàng.
- **Đánh giá hiệu suất sản phẩm** thông qua báo cáo của TikTok Shop để điều chỉnh chiến lược kinh doanh.

5.2. Quản lý đơn hàng

5.2.1. Quy trình xử lý đơn hàng

1. Kiểm tra đơn hàng

- Truy cập TikTok Shop > **Quản lý đơn hàng**.
- Xác nhận thông tin đơn hàng: sản phẩm, số lượng, địa chỉ giao hàng.

2. Chuẩn bị và đóng gói hàng hóa

- Đảm bảo sản phẩm đúng và không bị lỗi.
- Đóng gói cẩn thận, có dán mã vận đơn.

3. Giao hàng cho đơn vị vận chuyển

- Chọn đơn vị vận chuyển phù hợp.
- Theo dõi trạng thái đơn hàng.

4. Xác nhận hoàn tất đơn hàng

- Kiểm tra xem khách hàng đã nhận hàng hay chưa.
- Xử lý các vấn đề liên quan đến đổi/trả hàng (nếu có).

5.2.2. Theo dõi trạng thái đơn hàng

- **Chưa thanh toán:** Khách hàng đã đặt nhưng chưa hoàn tất thanh toán.
- **Đang chờ vận chuyển:** Đơn hàng đã được xác nhận, chuẩn bị gửi đi.
- **Đang giao hàng:** Đơn vị vận chuyển đang tiến hành giao hàng.
- **Hoàn tất:** Khách hàng đã nhận hàng thành công.

- **Đơn hoàn/trả hàng:** Khách hàng yêu cầu đổi/trả sản phẩm.

5.2.3. Chính sách đổi/trả hàng

- **Thời gian đổi/trả hàng:** Theo chính sách của TikTok Shop, thường trong vòng 7 ngày kể từ khi nhận hàng.
- **Lý do đổi/trả hợp lệ:** Sản phẩm lỗi, sai mẫu mã, hư hỏng do vận chuyển.
- **Cách xử lý:**
 - Hỗ trợ khách hàng gửi trả hàng.
 - Xác nhận hàng hoàn về và tiến hành hoàn tiền hoặc đổi sản phẩm.

Quản lý sản phẩm và đơn hàng hiệu quả giúp tối ưu hoạt động kinh doanh trên TikTok Shop. Người bán cần thường xuyên cập nhật sản phẩm, theo dõi tình trạng đơn hàng và hỗ trợ khách hàng chu đáo để gia tăng uy tín và doanh số bán hàng.

6. Các khoản phí và khuyến mãi

6.1. Các khoản phí trên tiktok shop

Khi bán hàng trên TikTok Shop, người bán cần nắm rõ các khoản phí để tối ưu lợi nhuận. Các khoản phí bao gồm:

6.1.1. Phí nền tảng

- **Phí giao dịch:** TikTok Shop thu **5% giá trị đơn hàng** (chưa bao gồm VAT) khi người mua thanh toán thành công.
- **Phí vận hành:** Tùy thuộc vào chương trình khuyến mãi hoặc chính sách TikTok áp dụng.

6.1.2. Phí vận chuyển

- **Freeship hỗ trợ bởi TikTok:** TikTok có chương trình hỗ trợ phí vận chuyển (còn gọi là "Extra Freeship"), giúp giảm chi phí cho người mua và tăng tỷ lệ chốt đơn.
- **Người bán chịu phí vận chuyển:** Trong một số trường hợp, người bán có thể phải chịu một phần hoặc toàn bộ phí giao hàng để thu hút khách hàng.

6.1.3. Thuế và chi phí phát sinh

- **Thuế thu nhập cá nhân/doanh nghiệp:** Tùy thuộc vào quy định địa phương.
- **Phí rút tiền về tài khoản ngân hàng:** TikTok có thể thu phí khi rút tiền từ TikTok Shop về tài khoản ngân hàng.

6.2. Các chương trình khuyến mãi trên tiktok shop

6.2.1. Chương trình "Extra Freeship"

- **Điều kiện áp dụng:**
 - Đơn hàng có giá trị tối thiểu **45.000 VNĐ**.
 - TikTok hỗ trợ **một phần phí vận chuyển**, giúp giảm giá thành cho khách hàng.
- **Lợi ích:**

- Hướng dẫn người mua, tăng tỷ lệ chuyển đổi.
- Giảm bớt gánh nặng phí ship, giúp bán hàng hiệu quả hơn.

6.2.2. Chương trình giảm giá và voucher

- **Giảm giá trực tiếp:** Người bán có thể thiết lập mức giảm giá cho sản phẩm để kích thích mua sắm.
- **Voucher TikTok Shop:** TikTok hỗ trợ voucher giảm giá khi mua hàng trên nền tảng, giúp tăng doanh số bán hàng.
- **Mã giảm giá riêng của người bán:** Người bán có thể tạo mã giảm giá để thúc đẩy khách hàng mua nhiều hơn.

6.2.3. Các chương trình ưu đãi khác

- **Flash Sale:** Chương trình giảm giá theo khung giờ giúp thu hút lượng lớn khách hàng.
- **Mua nhiều giảm nhiều:** Khuyến khích khách hàng mua số lượng lớn để nhận ưu đãi.
- **Tích điểm đổi quà:** Một số chương trình khuyến mãi khuyến khích khách hàng trung thành bằng cách tích lũy điểm thưởng.

Nắm rõ các khoản phí và chính sách khuyến mãi trên TikTok Shop giúp người bán tối ưu lợi nhuận và tăng doanh số. Việc tận dụng các chương trình ưu đãi cũng là cách hiệu quả để thu hút khách hàng và cải thiện trải nghiệm mua sắm.

7. Các lỗi thường gặp và cách khắc phục

7.1. Lỗi chuyển hướng lưu lượng

7.1.1. Mô tả lỗi

- Một số người bán cố tình **đưa khách hàng ra khỏi TikTok** bằng cách chia sẻ **link, mã QR, số điện thoại, fanpage Facebook, Zalo, hoặc trang web cá nhân**.
- TikTok **cấm** các hành vi này để đảm bảo toàn bộ giao dịch diễn ra trên nền tảng TikTok Shop.
- Nếu vi phạm, TikTok có thể **cảnh báo, giảm hiển thị hoặc khóa tài khoản**.

7.1.2. Cách khắc phục

- Không chèn **bất kỳ liên kết nào** dẫn ra ngoài TikTok trong mô tả sản phẩm, video hay livestream.
- Sử dụng **các công cụ chính thức của TikTok** như giỏ hàng, tin nhắn trực tiếp để hỗ trợ khách hàng.
- Nếu cần hướng dẫn chi tiết về sản phẩm, có thể tạo video **hướng dẫn sử dụng** ngay trên TikTok thay vì chuyển khách sang nền tảng khác.

7.2. Lỗi vi phạm nội dung

7.2.1. Mô tả lỗi

- **Đăng tải thông tin cá nhân** như số điện thoại, địa chỉ email, địa chỉ nhà riêng trong video, mô tả sản phẩm hoặc livestream.

- **Sử dụng nội dung bị cấm** như thuốc lá, rượu, hàng giả, sản phẩm chưa có giấy phép kinh doanh.
- **Hình ảnh/video vi phạm bản quyền**, lấy từ nguồn khác mà không có sự cho phép.

7.2.2. Cách khắc phục

- **Kiểm tra danh sách sản phẩm bị cấm của TikTok Shop** trước khi đăng bán.
- Không để **thông tin liên hệ cá nhân** xuất hiện trong mô tả hoặc livestream.
- Sử dụng **hình ảnh và video tự quay**, tránh vi phạm bản quyền.

7.3. Lỗi liên quan đến livestream

7.3.1. Mô tả lỗi

- Livestream bị **cắt ngang hoặc chặn** do vi phạm chính sách nội dung của TikTok.
- Dùng **ngôn ngữ phản cảm, hành vi không phù hợp**.
- Đưa khách hàng sang nền tảng khác để chốt đơn.

7.3.2. Cách khắc phục

- **Đọc kỹ chính sách TikTok Shop** trước khi livestream.
- Sử dụng ngôn ngữ phù hợp, tránh các từ nhạy cảm.
- Chỉ hướng dẫn mua hàng thông qua **giỏ hàng TikTok Shop**.

7.4. Lỗi quản lý đơn hàng

7.4.1. Mô tả lỗi

- Không cập nhật trạng thái đơn hàng kịp thời, khiến khách hàng chờ lâu.
- Giao sai sản phẩm hoặc giao hàng chậm trễ.
- Không phản hồi khách hàng khi có thắc mắc về đơn hàng.

7.4.2. Cách khắc phục

- Theo dõi đơn hàng thường xuyên trên **TikTok Shop Seller Center**.
- Đóng gói cẩn thận, đảm bảo đúng sản phẩm.
- Trả lời khách hàng nhanh chóng khi họ có thắc mắc.

7.5. Lỗi tương tác kém với khách hàng

7.5.1. Mô tả lỗi

- Không trả lời bình luận, tin nhắn của khách hàng.
- Không có phản hồi khi khách hàng khiếu nại.

7.5.2. Cách khắc phục

- Chủ động **tương tác với khách hàng** qua bình luận và tin nhắn.
- Giải quyết khiếu nại một cách **chuyên nghiệp, nhanh chóng**.



Hiểu rõ các lỗi thường gặp trên TikTok Shop giúp người bán tránh được sai lầm, cải thiện hiệu suất kinh doanh. Người bán cần tuân thủ chính sách, tương tác tốt với khách hàng và quản lý đơn hàng chặt chẽ để duy trì hoạt động kinh doanh bền vững.

TikTok Shop là một kênh bán hàng tiềm năng với lượng người dùng khổng lồ và khả năng tiếp cận khách hàng nhanh chóng. Bạn cần nắm được các kỹ năng cần thiết để xây dựng và phát triển kênh bán hàng trên TikTok Shop một cách hiệu quả.

E. Giới thiệu một số công nghệ mới trong sản xuất, bảo quản nông sản thực phẩm.



I. Sơ lược một số công nghệ bảo quản tiên tiến phù hợp với sản phẩm OCOP

Việt Nam là một quốc gia có nền nông nghiệp nhiệt đới, với nguồn nông sản phong phú và đa dạng, được thu hoạch quanh năm. Tuy nhiên, việc bảo quản sau thu hoạch luôn là một thách thức lớn, đặc biệt là đối với các sản phẩm OCOP (Chương trình Mỗi xã một sản phẩm). Các sản phẩm OCOP của Việt Nam bao gồm nhiều loại hình như sản phẩm tươi sống, sấy khô, chế biến sâu... đòi hỏi các giải pháp bảo quản linh hoạt, đáp ứng yêu cầu cao về chất lượng, an toàn thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc.

Việc ứng dụng các công nghệ bảo quản tiên tiến không chỉ giúp kéo dài thời gian bảo quản mà còn duy trì được hương vị, màu sắc và giá trị dinh dưỡng của sản phẩm. Điều này đặc biệt quan trọng trong việc nâng cao giá trị kinh tế và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm OCOP trên thị trường trong nước và quốc tế.

1. Công nghệ CAS (Cells Alive System)

Nguyên lý hoạt động:

Công nghệ CAS kết hợp giữa dao động từ trường và đông lạnh nhanh ở nhiệt độ rất thấp (từ -30°C đến -60°C). Công nghệ này tạo ra các tinh thể băng nhỏ trong tế bào, giúp giữ nguyên cấu trúc mô và chất lượng sản phẩm. Quá trình đông lạnh diễn ra nhanh chóng, đưa sản phẩm đạt đến -18°C trong thời gian ngắn, từ đó giảm thiểu tổn thất cấu trúc và mất nước.

Hiệu quả và ưu điểm:

- Giữ nguyên hương vị, màu sắc, cấu trúc và giá trị dinh dưỡng của thực phẩm.
- Không sử dụng hóa chất, đảm bảo an toàn sức khỏe.
- Thời gian bảo quản dài (có thể lên đến nhiều năm) mà không giảm chất lượng.

Sản phẩm ứng dụng:

- Hải sản cao cấp: sashimi, cá ngừ, mực tươi.
- Nông sản tươi: vải thiều, nhãn lồng, xoài, thanh long.
- Y học: bảo quản tạng hiến tặng.
- Xuất khẩu: ứng dụng tại Mỹ, Canada, Mexico, Trung Quốc...

Lưu ý sử dụng:

- Đầu tư ban đầu cao cho thiết bị và công nghệ.
- Cần nghiên cứu tối ưu hóa cho từng loại sản phẩm.
- Phù hợp với các doanh nghiệp có định hướng thị trường cao cấp và xuất khẩu.

2. Công nghệ CA (Controlled Atmosphere)

Nguyên lý hoạt động:

Công nghệ CA là kỹ thuật kiểm soát khí quyển bằng cách điều chỉnh tỷ lệ các khí

nư CO₂, O₂ và N₂ trong không gian bảo quản. Mục tiêu là giảm tốc độ hô hấp và quá trình chín của nông sản, từ đó kéo dài thời gian bảo quản.

Hiệu quả và ưu điểm:

- Kéo dài thời gian bảo quản từ 2-4 lần so với bảo quản lạnh thông thường.
- Giữ nguyên hương vị và chất lượng nông sản trong thời gian dài.
- Không cần sử dụng hóa chất bảo quản, an toàn cho người tiêu dùng.
- Giảm thiểu sự phát triển của côn trùng gây hại một cách tự nhiên.
- Ổn định nhiệt độ và độ ẩm trong quá trình bảo quản.

Sản phẩm ứng dụng:

- Trái cây: táo, cherry, chanh, cà chua.
- Rau củ: rau cải, bông cải, cà rốt.
- Ngũ cốc: lúa, đậu, ngô.

Lưu ý sử dụng:

- Cần đầu tư hệ thống kho lạnh CA chuyên biệt.
- Cần giám sát tỷ lệ khí chính xác và liên tục.
- Có thể kết hợp với công nghệ MAP để tăng hiệu quả.

3. Công nghệ MAP (Modified Atmosphere Packaging)

Nguyên lý hoạt động:

Công nghệ MAP là phương pháp thay đổi thành phần khí quyển bên trong bao bì đóng gói bằng cách điều chỉnh tỷ lệ các khí như CO₂, N₂ và O₂ nhằm ức chế hoạt động của vi sinh vật, nấm mốc, và làm chậm quá trình hô hấp, từ đó kéo dài thời gian bảo quản. MAP thường được kết hợp với công nghệ bảo quản lạnh để tăng hiệu quả.

Hiệu quả và ưu điểm:

- Kéo dài thời gian bảo quản sản phẩm.
- Giữ nguyên hương vị, màu sắc và hàm lượng dinh dưỡng.
- Bảo vệ thực phẩm khỏi sự xâm nhập và phát triển của vi sinh vật.
- Ổn định nhiệt độ và hạn chế hoạt động enzyme.
- Giảm hao hụt, tiết kiệm chi phí do hư hỏng.

Sản phẩm ứng dụng:

- Rau củ quả: giảm tốc độ hô hấp, giữ độ tươi lâu hơn.
- Thịt và sản phẩm thịt: giữ màu sắc và hương vị tự nhiên.
- Hải sản: ngăn mùi hôi, hạn chế vi khuẩn.
- Thực phẩm khô: bảo vệ khỏi ẩm và vi sinh vật.
- Thức ăn sẵn: duy trì chất lượng và an toàn thực phẩm.

Lưu ý sử dụng:

- Cần xác định đúng tỷ lệ khí phù hợp cho từng loại sản phẩm.
- Phối hợp với bao bì có độ thấm thấu phù hợp.
- Cần kết hợp với bảo quản lạnh để đạt hiệu quả tối ưu.

4. Công nghệ JEVA

Lịch sử phát triển:

- Phát triển từ năm 2017 bởi nhóm nghiên cứu của PGS.TS Nguyễn Minh Tân.
- Hợp tác quốc tế với Đại học Johannes Kepler Linz (Áo).
- Đạt huy chương bạc tại Triển lãm và Diễn đàn quốc tế về sáng chế của phụ nữ (KIWIE 2019).
- Được nghiên cứu tại Đại học Bách khoa Hà Nội và triển khai thử nghiệm ở nhiều tỉnh thành.

Nguyên lý hoạt động:

Công nghệ JEVA là công nghệ cô đặc nước quả nhiệt đới bằng phương pháp miễn cảm nhiệt, tích hợp các quá trình màng như MF (lọc vi lọc), NF (lọc nano), RO (thẩm thấu ngược) và MD (chưng cất màng). Công nghệ hoạt động ở nhiệt độ và áp suất thường, giúp giữ được hương vị và dưỡng chất tự nhiên trong nước quả.

Hiệu quả và ưu điểm:

- Bảo toàn hương vị tự nhiên, màu sắc và chất khoáng của nước quả.
- Tiết kiệm năng lượng hơn so với công nghệ bốc hơi chân không.
- Linh hoạt, áp dụng cho nhiều loại trái cây mà không cần thay đổi thiết bị.
- Phù hợp với điều kiện sản xuất nhỏ lẻ ở Việt Nam.
- Cho sản phẩm có chất lượng cao, đáp ứng tiêu chuẩn xuất khẩu vào thị trường khó tính như Mỹ, Nhật, châu Âu.

Sản phẩm ứng dụng:

- Nước ép trái cây nhiệt đới: cam, chanh dây, dứa, măng cầu.
- Siro, mứt, thạch trái cây.
- Các loại thức uống từ nông sản Việt Nam.

Lưu ý sử dụng:

- Cần có thiết bị cô đặc đạt chuẩn.
- Thích hợp triển khai tại các cơ sở chế biến quy mô vừa và nhỏ, đặc biệt ở các tỉnh vùng nguyên liệu như Quảng Ngãi, Bắc Giang, Đắk Lắk.

5. Công nghệ sấy nông sản bằng năng lượng mặt trời (Solar Drying)

Nguyên lý hoạt động:

Sử dụng hiệu ứng nhà kính để tạo ra môi trường nhiệt độ cao (50-70°C) nhờ ánh sáng mặt trời. Không khí nóng được đối lưu tự nhiên hoặc cưỡng bức (có quạt) đi qua các khay chứa nông sản, giúp bay hơi ẩm, làm khô sản phẩm. Quá trình sấy có thể kéo

dài 1-3 ngày tùy theo độ ẩm đầu vào và độ dày sản phẩm.

Hiệu quả và ưu điểm:

- Tiết kiệm 30-70% chi phí vận hành so với sấy điện hoặc đốt.
- Rút ngắn 30-50% thời gian sấy.
- Giữ nguyên màu sắc và dinh dưỡng sản phẩm.
- Bảo vệ môi trường, giảm khí thải CO₂.
- Sử dụng năng lượng tái tạo, thân thiện môi trường.
- Chi phí đầu tư thấp, hoàn vốn nhanh.

Phân loại:

- Máy sấy đối lưu tự nhiên: dùng khí nóng tự nhiên.
- Máy sấy đối lưu cưỡng bức: kết hợp với quạt.
- Máy sấy đường hầm: dễ vận hành.
- Nhà sấy NLMT: kết hợp sấy trực tiếp và gián tiếp.
- Máy sấy mini: phù hợp sản xuất nhỏ lẻ.

Sản phẩm ứng dụng:

- Nông sản khô: ớt, lúa, đậu, sắn lát.
- Trái cây sấy: mít, xoài, chuối.
- Dược liệu, trà, các loại lá.
- Măng, tỏi, hành, chuối dẻo, nấm.

Lưu ý sử dụng:

- Phụ thuộc thời tiết, nên kết hợp pin lưu điện hoặc sấy hỗ trợ.
- Cần bố trí khu phơi đạt chuẩn vệ sinh.
- Có thể cần sơ chế như trần sơ, cắt lát, xếp lớp phù hợp.

6. Kết luận & Khuyến nghị

Chương trình OCOP của Việt Nam sở hữu nhiều sản phẩm đặc sắc, có tiềm năng xuất khẩu cao. Tuy nhiên, tổn thất sau thu hoạch vẫn còn lớn, đặc biệt là ở các vùng nông thôn và miền núi. Việc ứng dụng các công nghệ bảo quản tiên tiến không chỉ giúp kéo dài thời gian bảo quản mà còn duy trì được chất lượng, hương vị và giá trị dinh dưỡng của sản phẩm.

Để đạt được hiệu quả tối ưu, các chủ thể OCOP cần được đào tạo và tư vấn để lựa chọn công nghệ phù hợp với đặc điểm sản phẩm, quy mô sản xuất và thị trường mục tiêu. Các công nghệ nêu trên có thể kết hợp linh hoạt với các phương pháp truyền thống để tối ưu hóa chi phí và đảm bảo tính bản địa của sản phẩm.

Lưu ý:

Các công nghệ bảo quản tiên tiến cần được áp dụng một cách linh hoạt, tùy thuộc vào đặc điểm của từng loại sản phẩm và điều kiện sản xuất cụ thể. Việc đầu tư vào công



nghệ bảo quản không chỉ là giải pháp ngắn hạn mà còn là chiến lược dài hạn để nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của các sản phẩm OCOP trên thị trường quốc tế.

II. Chuyên đề công nghệ mới ứng dụng trong sản xuất và bảo quản nông sản thực phẩm

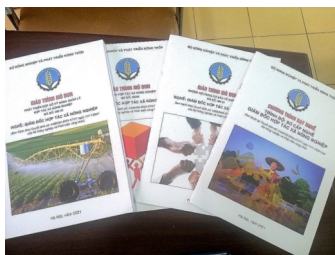
(Phụ lục file kèm theo)

G. Tài liệu trình chiếu



Tập huấn ToT Chương trình OCOP tại miền Trung năm 2025

Chuyên đề: PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM OCOP GẮN VỚI VÙNG NGUYÊN LIỆU ĐỊA PHƯƠNG



Chuyên đề: PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM OCOP GẮN VỚI VÙNG NGUYÊN LIỆU ĐỊA PHƯƠNG



Mục tiêu:

- Nêu được các khái niệm: chuỗi giá trị, liên kết chuỗi giá trị;
- Trình bày được các yếu tố gia tăng chuỗi giá trị sản phẩm OCOP;
- Nêu được đặc điểm, ý nghĩa của nguồn nguyên liệu địa phương trong sản xuất sp OCOP;
- Mô tả được chính sách hỗ trợ liên kết chuỗi giá trị trong nông nghiệp.

Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG

Chuỗi giá trị là gì?

Làm thế nào để tăng giá trị sản phẩm OCOP?

Vai trò của nguồn gốc nguyên liệu?

Liên kết chuỗi giá trị là gì? Có những loại lk nào?

Hợp đồng liên kết có quan trọng không?

Chính sách nào hỗ trợ liên kết chuỗi giá trị?

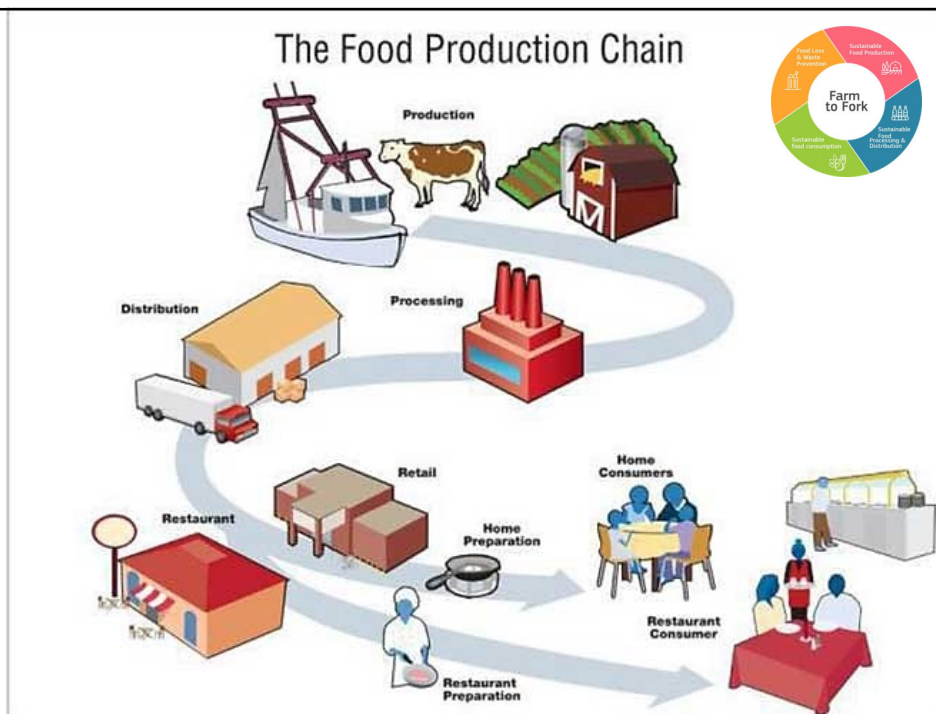
Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG



Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG

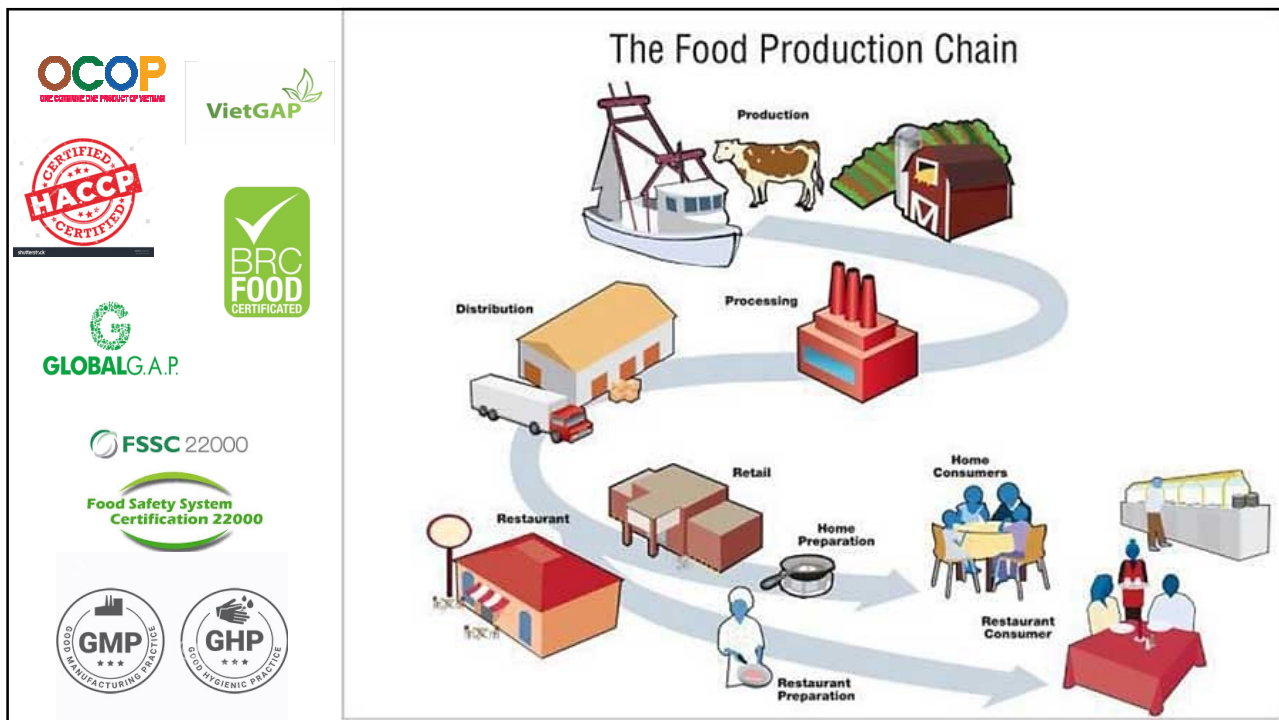


Chuỗi
sản
xuất
thực
phẩm



Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG

Sản phẩm muốn khẳng định giá trị thì trước hết phải được đánh giá đạt tiêu chuẩn chất lượng cụ thể theo quy định.



Khái niệm

☐ Chuỗi giá trị là một tập hợp những hoạt động do nhiều người khác nhau tham gia thực hiện (nhà cung cấp đầu vào, người thu gom, nhà chế biến, công ty, người bán sỉ, người bán lẻ...) để sản xuất ra một sản phẩm sau đó bán cho người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu (phương pháp tiếp cận toàn cầu)

Chuỗi giá trị nông sản

Là tổng thể các hoạt động liên quan đến một ngành hàng nông sản bao gồm các hoạt động có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp đầu vào, tổ chức sản xuất, thu gom, chế biến và cuối cùng là bán sản phẩm cho người tiêu dùng, với mục tiêu tạo ra hoặc làm tăng giá trị cho nông sản

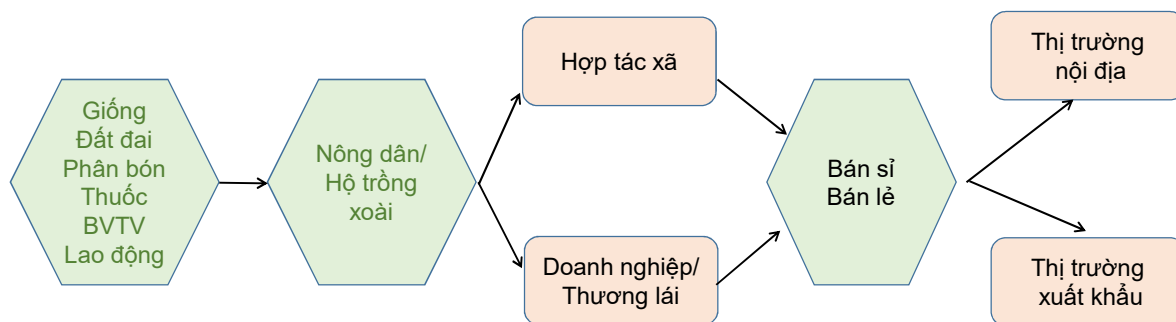
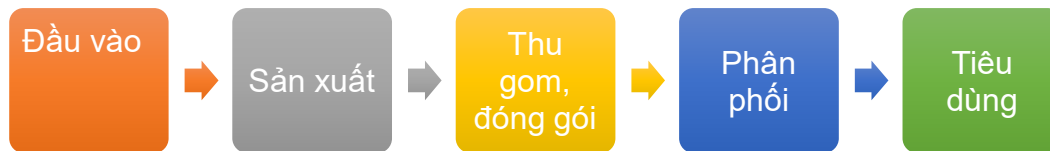
Cơ sở so sánh	Chuỗi cung ứng	Chuỗi giá trị
Ý nghĩa	Việc tích hợp tất cả các hoạt động liên quan đến mua sắm, chuyển đổi và hậu cần của sản phẩm	Là chuỗi các hoạt động làm gia tăng giá trị cho sản phẩm
Nguồn gốc	Quản lý vận hành	Quản lý kinh doanh
Mục tiêu	Sự hài lòng của khách hàng	Đạt được lợi thế cạnh tranh
Yêu cầu sản phẩm	Trình tự – Chuỗi cung ứng – Khách hàng	Yêu cầu khách hàng – Chuỗi giá trị – Sản phẩm

Chuyên đề 1: **PHÁT TRIỂN LIÊN KẾT CHUỖI GIÁ TRỊ**

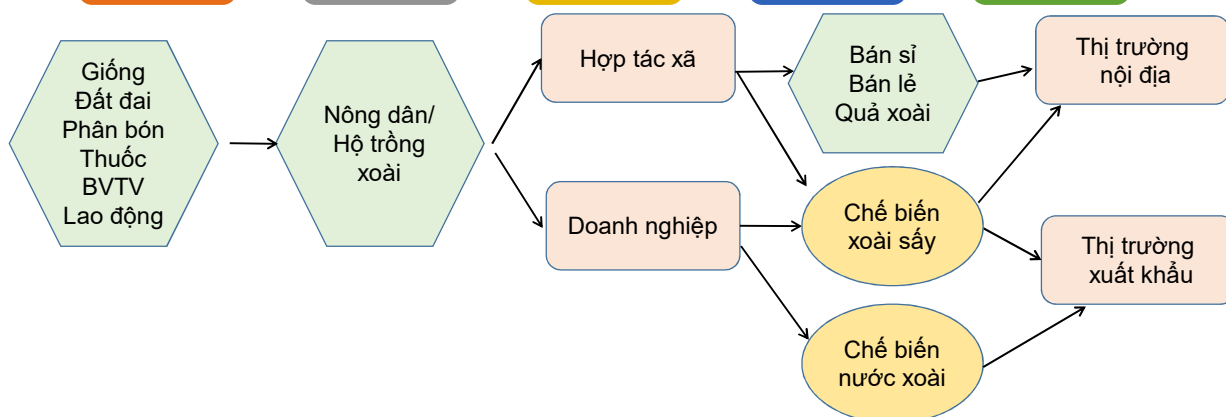
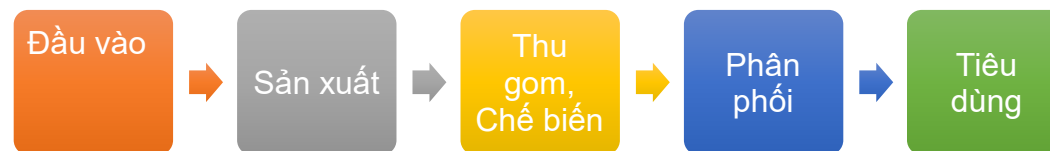
5 hoạt động cơ bản trong chuỗi giá trị



Chuỗi giá trị sản phẩm QUẢ XOÀI



Chuỗi giá trị SẢN PHẨM XOÀI

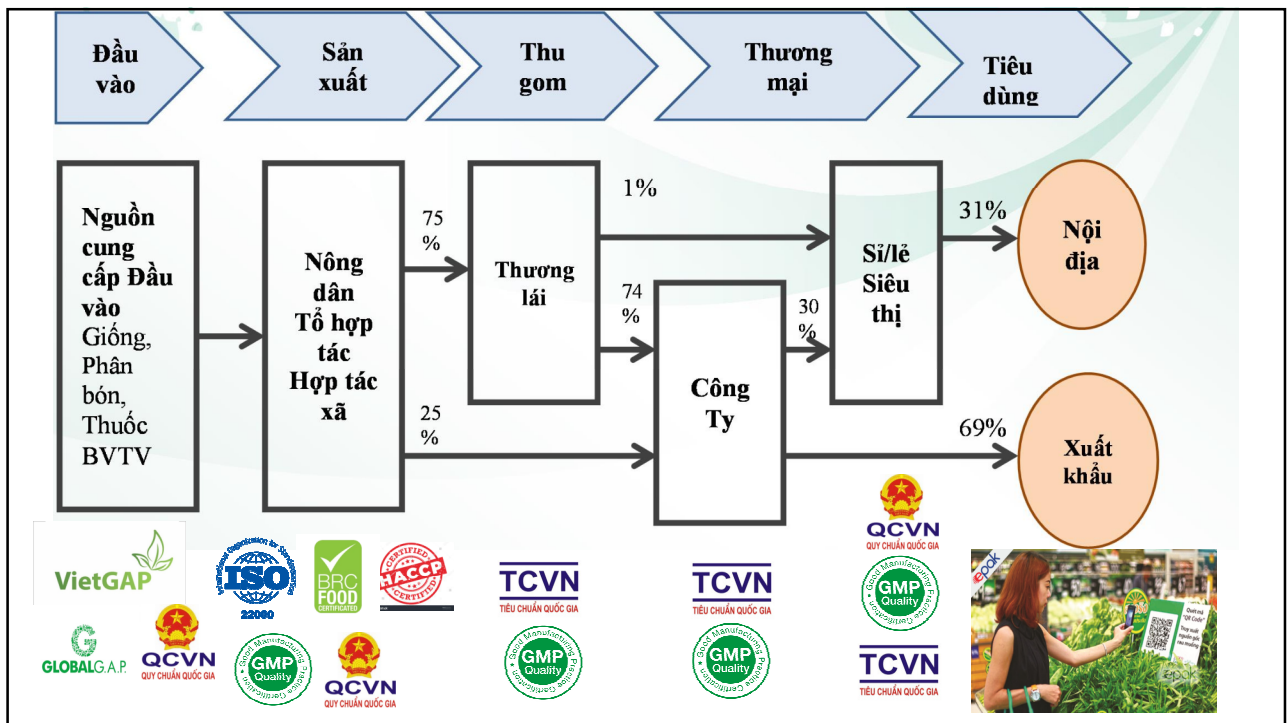
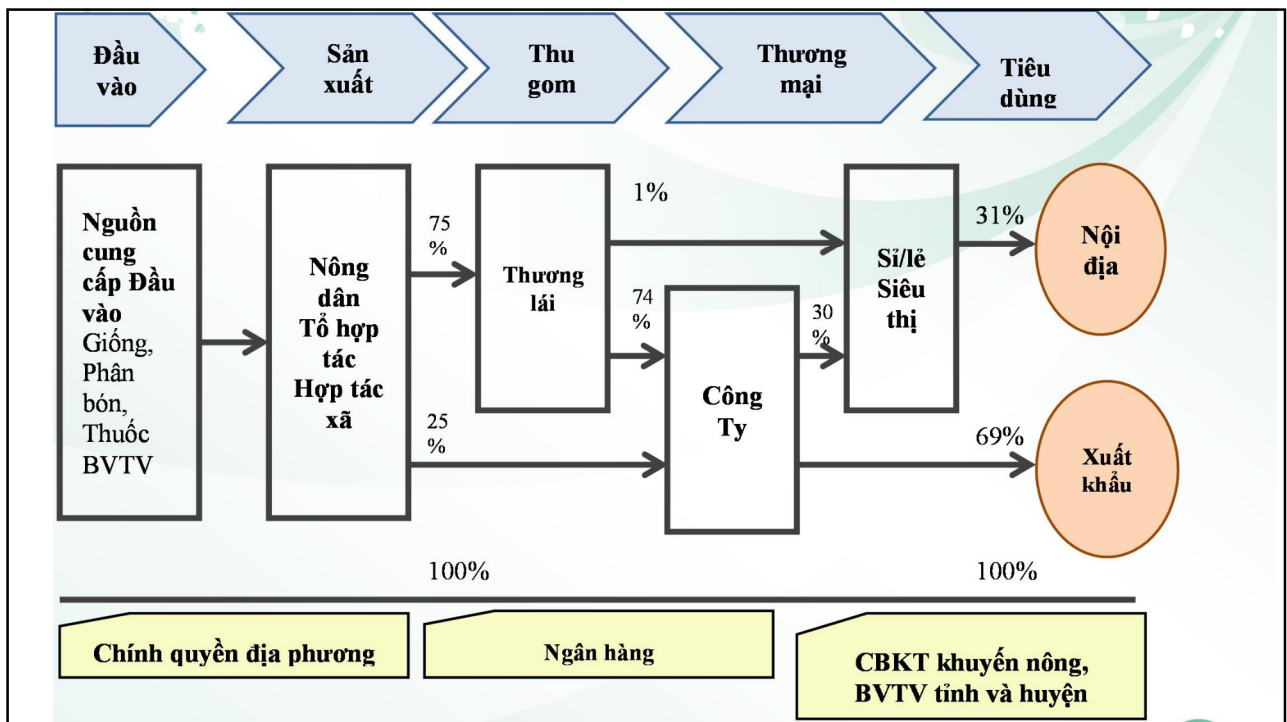


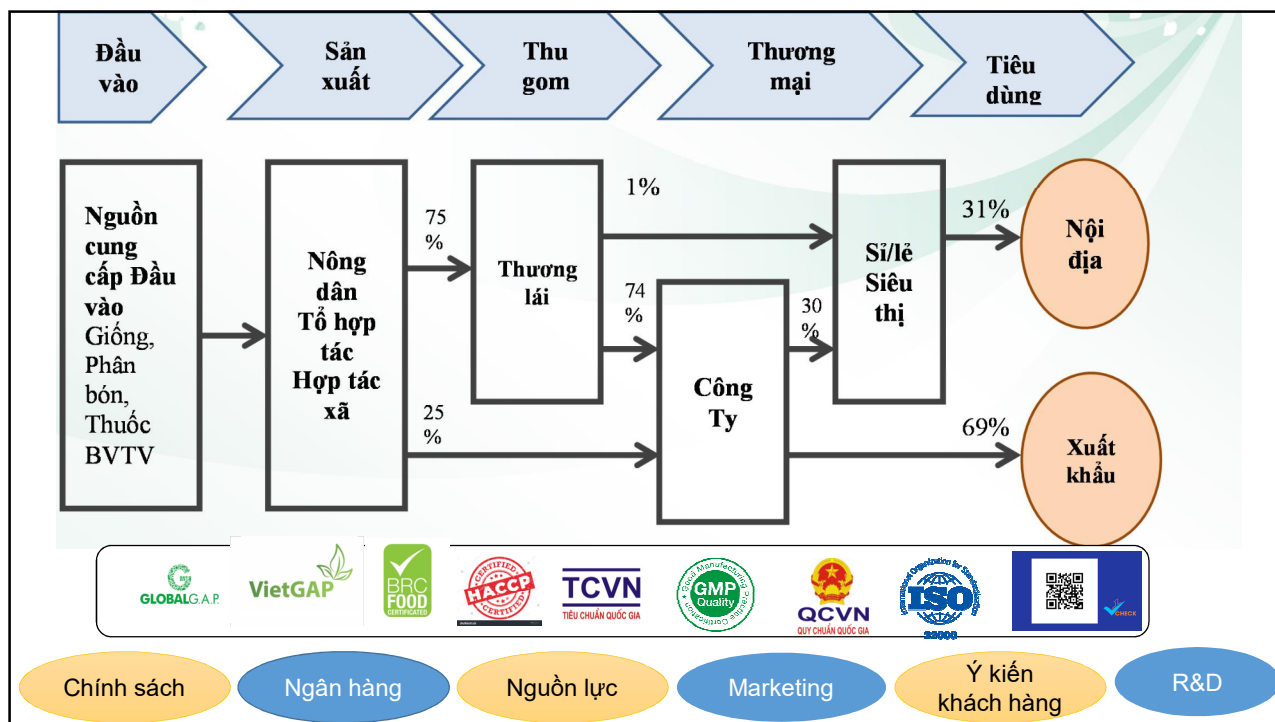
Một số sản phẩm từ quả xoài



Chuyên đề 1: PHÁT TRIỂN LIÊN KẾT CHUỖI GIÁ TRỊ

*Việc áp dụng các hệ thống quản lý
chất lượng nông sản thực phẩm theo
chuỗi giá trị thực hiện ntn?*





QUÉT MÃ QR - TRUY XUẤT NGUỒN GỐC SẢN PHẨM BÁN TẠI SIÊU THỊ



Hàng hóa	Nhiệt độ an toàn thấp nhất (°C)	Triệu chứng hư hỏng do lạnh
Cà tím	7	Vết bóng bề mặt, thối rữa Alternaria
Chuối (xanh/chín)	12 - 14	Màu vỏ chín lại, nâu xám
Đậu (xanh)	7	Rỗ, màu nâu đỏ
Dưa chuột	7	Rỗ, vết ngấm nước
Bưởi	10	Vết bóng nâu, rỗ, hư hỏng do ngấm nước
Chanh	13 - 15	Rỗ, vết đen, có chỗ sưng màu đỏ
Xoài	10 - 13	Vết bóng trên vỏ màu xám, chín không đều
Dưa hấu	5	Rỗ, vị đắng
Mướp tây	7	Mất màu, nhiều chỗ ngấm nước, rỗ
Cam	7	Rỗ, vết nâu, thối do ngấm nước
Đu đủ	7	Rỗ, không chín, mất mùi vị, thối rữa
Dứa	7 - 10	Màu xanh xám, mùi vị kém
Khoai tây	4	Mất màu bên trong, trở nên ngọt
Bí ngô	10	Thối rữa
Ớt ngọt	7	Rỗ, thối rữa Alternaria
Cà chua: chín xanh	13	Mềm đi do ngấm nước

CHỌN CHẾ ĐỘ BẢO QUẢN PHÙ HỢP ĐỂ DUY TRÌ CHẤT LƯỢNG



MÔ HÌNH GIỚI THIỆU QUẢNG BÁ SẢN PHẨM CHÈ XANH
(TẠI TRUNG TÂM XÚC TIỀN TM & GIỚI THIỆU SẢN PHẨM OCOP HÀ NỘI)

Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG

*Vai trò của vùng nguyên liệu địa phương
trong sản xuất sản phẩm OCOP ntn?*

Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG



Theo Bộ tiêu chí đánh giá sp OCOP

Nguyên liệu có nguồn
gốc địa phương

Có liên kết chuỗi trong
sản xuất
(Hợp đồng liên kết)

Có chỉ dẫn nguồn gốc
địa lý

Truy xuất nguồn gốc

Câu chuyện sản phẩm

Liên kết chuỗi giá trị

- Liên kết sản xuất là tất yếu, đúng với chủ trương của nhà nước và xu thế hội nhập
- Mô hình liên kết sản xuất - tiêu thụ theo CGT

Mô hình liên kết sản xuất - tiêu thụ theo CGT

Liên kết ngang

**Liên kết ngang là liên kết giữa:
Nông dân - Nông dân, HTX - HTX, DN -DN
để giảm chi phí, tăng giá bán sản phẩm, tăng số
lượng hàng bán...**

Nông dân tổ chức mua vật tư đầu vào theo tập thể có thể tạo ra một số lợi ích cho các TV bao gồm:

- (1) Mua vật tư với giá thấp (mua số lượng lớn, trực tiếp từ nhà cung cấp)
- (2) Giảm được chi phí vận chuyển nếu phải mua xa.
- (3) Tiêu thụ qua tập thể Tổ có khả năng hợp đồng bán với số lượng lớn, đảm bảo uy tín và đỡ rủi ro...

Mô hình liên kết sản xuất - tiêu thụ theo CGT

Liên kết dọc

Liên kết dọc là liên kết:

Không hợp đồng: Nhà SX - Chế biến - Tiêu thụ

Có hợp đồng: Nhà SX - Chế biến - Tiêu thụ

Chuỗi khép kín: Tự SX - Chế biến - Tiêu thụ

Các hình thức liên kết sản xuất – tiêu thụ theo Quyết định 62/2013/QĐ-TTg

+ Mẫu hợp đồng liên kết;

+ Chính sách trong liên kết CGT

Chuyên đề 1: PHÁT TRIỂN LIÊN KẾT CHUỖI GIÁ TRỊ

Mô hình liên kết sản xuất - tiêu thụ theo CGT (liên kết dọc)

**Doanh nghiệp +
HTX/tổ nhóm/
nông dân**

**Doanh nghiệp +
Đại lý/thương lái +
HTX/tổ nhóm/ND**

**HTX/Tổ nhóm
tự tổ chức sản
xuất/tiêu thụ**

**Cơ sở thương
mại (không pháp
nhân) + HTX/tổ
nhóm/ND**

Vai trò Chuỗi giá trị nông sản

HTX

- + Nâng cao khả năng quản lý điều hành và tổ chức sản xuất theo HĐ đã ký kết với DN;
- + Tăng khả năng hỗ trợ tiêu thụ NS cho thành viên;
- + Tăng lợi nhuận cho HTX

Nông dân/ TV HTX

- + Thay đổi những điểm yếu của ND: Tập quán SX nhỏ lẻ, quy trình canh tác tự do, khả năng hợp tác yếu, chậm thay đổi công nghệ, ít cập nhật thông tin thị trường;
- + Gia tăng lợi ích cho nông dân-người sản xuất;

Doanh nghiệp

- + Tổ chức được vùng nguyên liệu ổn định, quy mô sản lượng tăng, chất lượng sản phẩm đồng đều
- + Lợi nhuận tăng

Người tiêu dùng

- + Mua được sản phẩm chất lượng tốt
- + Phù hợp nhu cầu
- + Giá mua hợp lý

Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo CGT trong nông nghiệp

* Điều kiện được hỗ trợ

- Phù hợp với quy hoạch phát triển của địa phương
- Có giấy chứng nhận về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm, an toàn dịch bệnh và bảo vệ môi trường
- Liên kết đảm bảo ổn định
 - + Đối với sản phẩm nông nghiệp có chu kỳ nuôi, trồng, khai thác từ 1 năm trở lên, thời gian liên kết tối thiểu là 05 năm
 - + Đối với sản phẩm nông nghiệp có chu kỳ nuôi, trồng, khai thác dưới 1 năm, thời gian liên kết tối thiểu là 03 năm
- Dự án hỗ trợ liên kết được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt

Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo CGT trong nông nghiệp

(Nghị định 98/2018/NĐ-CP; Nghị định 27/2022/NĐ-CP)

**** Đối tượng được hỗ trợ***

1. Nông dân, chủ trang trại, người được ủy quyền đối với hộ nông dân, tổ hợp tác.
2. Cá nhân, người được ủy quyền đối với nhóm cá nhân, hộ gia đình đăng ký hộ kinh doanh.
3. Hợp tác xã, Liên hiệp hợp tác xã.
4. Doanh nghiệp.
5. Các tổ chức, cá nhân khác có liên quan trong việc thực hiện Nghị định số 98/NĐ-CP của Chính phủ.



Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo CGT trong nông nghiệp

**** Nội dung hỗ trợ***

- Hỗ trợ chi phí tư vấn xây dựng liên kết
100% chi phí tư vấn xây dựng liên kết, tối đa không quá 300,0 triệu đồng
- Hỗ trợ hạ tầng phục vụ liên kết
30% vốn đầu tư máy móc trang thiết bị; xây dựng các công trình hạ tầng phục vụ liên kết. Tổng mức hỗ trợ không quá 10,0 tỷ đồng.
- Hỗ trợ khuyến nông, đào tạo, tập huấn và giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm.
- Xây dựng mô hình khuyến nông
- Đào tạo nghề, tập huấn kỹ thuật, nâng cao nghiệp vụ quản lý, kỹ thuật sản xuất
- Hỗ trợ giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm tối đa không quá 03 vụ/03 chu kỳ sản xuất;
- Ngân sách hỗ trợ tối đa 40% chi phí chuyển giao, ứng dụng khoa học kỹ thuật mới, áp dụng quy trình kỹ thuật và quản lý chất lượng đồng bộ theo chuỗi.

Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo CGT trong nông nghiệp

(Nghị định 98/2018/NĐ-CP; Nghị định 27/2022/NĐ-CP)

**** Hồ sơ đề nghị hỗ trợ***

1. Đơn đề nghị
2. Dự án liên kết; Kế hoạch liên kết
3. Bản thỏa thuận (nếu có)
4. Bản sao các chứng nhận
5. Bản sao hợp đồng liên kết



Chuyên đề : PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SP OCOP GẮN VỚI VÙNG NL ĐỊA PHƯƠNG





BỘ NÔNG NGHIỆP PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
VĂN PHÒNG ĐIỀU PHỐI NÔNG THÔN MỚI TRUNG ƯƠNG
**TẬP HUẤN TỐT CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ, TƯ VẤN CHƯƠNG TRÌNH
MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM (OCOP) CÁC CẤP TẠI MIỀN TRUNG**



**CHẤT LƯỢNG VÀ AN TOÀN THỰC PHẨM
TRONG SẢN PHẨM OCOP**

*Nguyễn Thị Ngọc Hương
Trường Cao đẳng Lương Thực – Thực phẩm*

**Nội dung
chính**



01

Nhóm sản phẩm OCOP

02

Các chỉ tiêu chất lượng, an toàn thực phẩm với sản phẩm OCOP

03

Thực hiện các tiêu chí chất lượng ATTP trong sản phẩm OCOP

04

Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP

05

Hướng dẫn công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn và thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm

Nhóm sản phẩm OCOP



THỰC PHẨM

Sản phẩm ngành nông nghiệp

- Rau, củ, quả, hạt tươi
- Thịt, trứng, sữa tươi
- Gạo, ngũ cốc
- Mật ong, SP mật ong, mật khác

SP chế biến ngành nông nghiệp

- CB từ gạo, ngũ cốc
- CB từ rau, củ quả, hạt
- CB từ thịt, trứng, sữa
- CB từ thủy, hải sản
- Tương, nước mắm, gia vị lỏng
- Gia vị khác
- Chè tươi, chè chế biến
- Các sản phẩm từ chè khác
- Cà phê, ca cao

Sản phẩm các ngành khác

- Rượu, đồ uống có cồn; đồ ăn nhanh...
- Nước khoáng, đồ uống/TPCN, thuốc...

PHI THỰC PHẨM

Sản phẩm phi thực phẩm

- Vật tư thiết bị y tế...
- Thủ công mỹ nghệ...
- Dịch vụ du lịch...

Có 26 bộ sản phẩm. Trong đó có:

- 14 bộ sản phẩm thực phẩm ngành nông nghiệp
- 06 bộ sản phẩm ngành khác
- 06 bộ sản phẩm phi thực phẩm

Các chỉ tiêu chất lượng chính trong sản phẩm OCOP



Cảm quan

- Kích thước, hình dạng...
- Mùi, vị...
- Kết cấu, cách sắp đặt...
- Tạp chất lạ...
- Quy cách đóng gói...

Đảm bảo CLSP

- Có hoạt động, kế hoạch kiểm soát CLSP
- Hồ sơ?
- Chứng nhận HT QLCL...
- Chứng nhận đủ điều kiện ATP

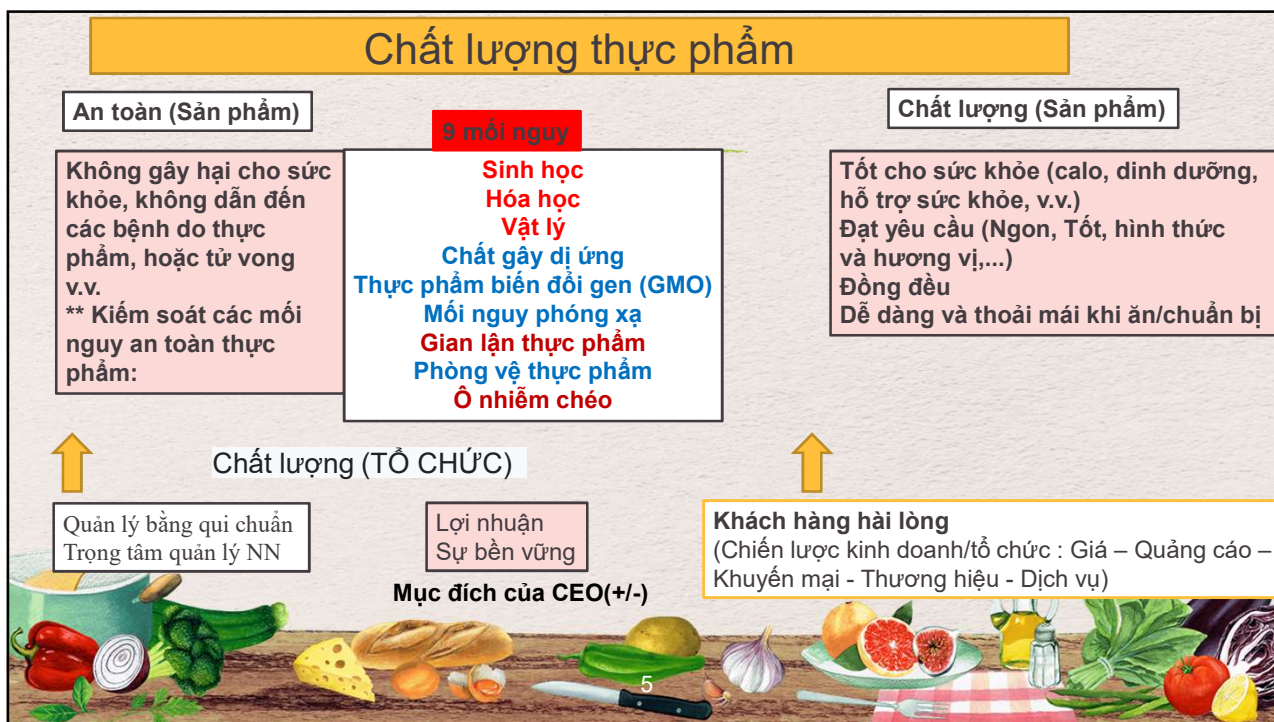


Độc đáo

- Có các chỉ tiêu dinh dưỡng hay không?
- Có tính độc đáo, khác biệt của sản phẩm hay không?

Công bố CLSP

- Hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm của cơ sở sản xuất?
- Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATP?



NGUỒN NHIỄM CÁC VI KHUẨN GÂY BỆNH

- **Các mối nguy liên quan đến thành phần** – tức là lây nhiễm từ các nguyên liệu thô và các thành phần khác
- **Các mối nguy liên quan đến quá trình** – ví dụ các tác nhân gây bệnh:
 - Vẫn còn tồn tại trong các quá trình và tăng số lượng do thiếu kiểm soát thời gian/ nhiệt độ hoặc do bản thân công thức của sản phẩm, hoặc
 - Phát triển có chọn lọc, và/ hoặc sản sinh ra độc tố, trong thực phẩm do sử dụng bao bì giảm oxy



NGUỒN NHIỄM CÁC VI KHUẨN GÂY BỆNH

- **Các mối nguy liên quan đến cơ sở** – các mầm bệnh phát sinh từ:
 - Thiết bị chế biến thực phẩm (thiết bị và dụng cụ không hợp vệ sinh)
 - Nhiễm chéo giữa các sản phẩm sống và chín
 - Không khí, hoặc
 - Nước bị ô nhiễm hoặc nước thải
- **Các mối nguy liên quan đến con người** – do người xử lý sản phẩm trong quá trình đóng gói hoặc chế biến (Những mối nguy liên quan đến con người như vậy đôi khi được kiểm soát bằng cách tuân thủ các Thực hành sản xuất tốt (vệ sinh công nhân và kiểm soát dịch bệnh)).



7

CÁC NGUỒN MÔI NGUY SINH HỌC PHỔ BIẾN

Nguồn chính	Vi khuẩn	Kí sinh trùng	Vi rút
Liên quan đến thành phần (ô nhiễm từ nguyên liệu thô và các thành phần khác)	• <i>Salmonella</i> spp. (gia cầm, sản phẩm, các loại hạt) • <i>E. coli</i> O157:H7 và STEC tương tự (động vật nhai lại, quả rung, mầm) • <i>Campylobacter</i> spp. (gia cầm và sữa tươi) • <i>B. cereus</i> (gạo và các loại ngũ cốc khác) • <i>C. botulinum</i> (bào tử có thể có trong đất và trên 1 số cây trồng thu hoạch cũ) • <i>C. perfringens</i> (gia vị, có thể có trong đất bám trên sản phẩm) • <i>L. monocytogenes</i> (hàng hóa nông sản thô, các sản phẩm bị ô nhiễm khác được sử dụng làm nguyên liệu)	• Nguồn nước được sử dụng bị nhiễm <i>Cryptosporidium parvum</i> • <i>Cyclospora cayetanensis</i> (các loại quả mọng) • <i>Toxoplasma gondii</i> (thịt)	• Norovirus (sản phẩm, động vật có vỏ) • Vi rút viêm gan A (sản phẩm, các loại trái cây)
Liên quan đến quá trình (kiểm soát quá trình kém hoặc không hiệu quả, bao gồm cả nguyên nhân từ nhà cung cấp)	• <i>Salmonella</i> spp. còn tồn tại sau khi xử lý nhiệt • <i>C. perfringens</i> (thực phẩm nấu chín được làm nguội không đúng cách) • <i>L. monocytogenes</i> (hàng hóa nông sản thô, các sản phẩm bị ô nhiễm)	<i>Cryptosporidium parvum</i> (nguồn nước bị ô nhiễm)	Không có danh mục cụ thể
Liên quan đến cơ sở (Có thể do vệ sinh kém (Làm sạch và vệ sinh không đạt tại các điểm bị khuất), thiết kế nhà máy và cơ sở không hợp lý, và quản lý dịch hại kém)	• <i>L. monocytogenes</i> (các nguồn bao gồm sàn nhà, khu vực ẩm ướt, thiết bị, cống rãnh, nước ngưng, bộ làm mát và đất) • <i>Salmonella</i> spp. (dịch hại)	Không có danh mục cụ thể	Norovirus (chỉ khi cơ sở xảy ra tình trạng nôn mửa và tiêu chảy)
Liên quan đến con người (các cá nhân mang mầm bệnh, nhưng không có dấu hiệu của bệnh, những người đang phát tán mầm bệnh, hoặc những người bị nhiễm và đang bị bệnh nặng)	• <i>S. aureus</i> • <i>Shigella</i> spp. • <i>Salmonella</i> spp.	<i>Cryptosporidium parvum</i>	• Vi rút viêm gan A • Norovirus • Rotavirus

CÁC MỐI NGUY SINH HỌC TIỀM ẨN

Danh mục mối nguy	Ví dụ
Vi khuẩn	• <i>Bacillus cereus</i> (<i>B. cereus</i>) • <i>Campylobacter jejuni</i> (<i>C. jejuni</i>) • <i>Clostridium botulinum</i> (<i>C. botulinum</i>) • <i>Clostridium perfringens</i> (<i>C. perfringens</i>) • <i>Shiga-toxin producing Escherichia coli</i> : O157:H7 (<i>E. coli</i> O157:H7) • <i>Listeria monocytogenes</i> (<i>L. monocytogenes</i>) • <i>Salmonella</i> spp. • <i>Shigella</i> spp. • <i>Staphylococcus aureus</i> (<i>S. aureus</i>)
Động vật nguyên sinh và kí sinh trùng	• <i>Cryptosporidium parvum</i> • <i>Cyclospora cayentanensis</i> • <i>Giardia lamblia</i> (<i>G. intestinalis</i>) • <i>Trichinella spiralis</i>
Vi rút	• Norovirus • Viêm gan A • Rotavirus



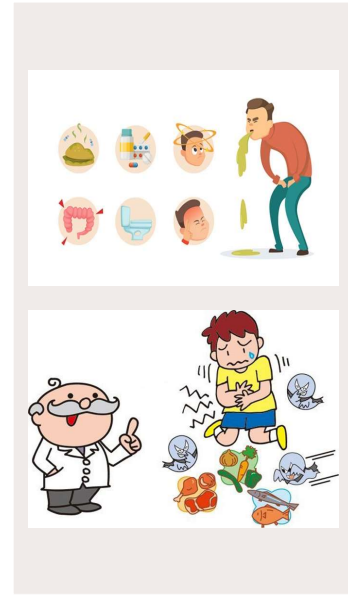
Nguy cơ nhiễm vi sinh vật ở các lĩnh vực khác nhau của ngành thực phẩm

- **Thực phẩm tươi sống:** Trong các loại thực phẩm tươi sống như rau, củ, trái cây, hải sản tươi, nguy cơ nhiễm vi sinh vật có thể đến từ các môi trường tự nhiên như đất, nước hoặc từ quá trình thu hoạch, vận chuyển và lưu trữ.
- **Thịt và sản phẩm động vật:** Nguy cơ nhiễm vi sinh vật trong thịt và sản phẩm động vật có thể xuất phát từ quá trình chăn nuôi, giết mổ, xử lý, bảo quản và chế biến. Các vi sinh vật như *Salmonella*, *E. coli* và *Listeria monocytogenes* là các nguyên nhân phổ biến gây bệnh truyền nhiễm qua thực phẩm từ thịt.
- **Sản phẩm sữa và các sản phẩm từ sữa:** Sản phẩm sữa và các sản phẩm từ sữa có thể bị nhiễm vi sinh vật trong quá trình thu gom, vận chuyển, xử lý và đóng gói. Vi khuẩn như *Lactobacillus*, *Streptococcus* và các vi khuẩn gây bệnh có thể tồn tại trong sữa và sản phẩm từ sữa.



Hậu quả của nhiễm khuẩn trong chuỗi thực phẩm

- **Bệnh tật và dịch bệnh:** Nhiễm khuẩn thực phẩm có thể dẫn đến các bệnh tật và dịch bệnh truyền nhiễm như tiêu chảy, nôn mửa, sốt, đau bụng, viêm ruột, và các bệnh nghiêm trọng hơn như viêm não, viêm gan và viêm phổi.
- **Cảm giác khó chịu và mất hứng thú ăn:** Khi tiêu thụ thực phẩm nhiễm khuẩn, người tiêu dùng có thể trải qua cảm giác khó chịu, buồn nôn, mệt mỏi, mất hứng thú ăn, gây mất cân đối dinh dưỡng và giảm hiệu suất công việc hàng ngày.
- **Chi phí chữa trị:** Nhiễm khuẩn thực phẩm đòi hỏi điều trị y tế và chi phí cao để chữa trị các bệnh tật liên quan. Điều này có thể ảnh hưởng đến người bệnh, gia đình và hệ thống y tế.



11

Hậu quả của nhiễm khuẩn trong chuỗi thực phẩm

- **Tác động đến doanh nghiệp thực phẩm:** Nếu các doanh nghiệp thực phẩm không kiểm soát được nhiễm khuẩn trong quá trình sản xuất, chế biến và lưu trữ, hậu quả có thể là việc mất lòng tin của khách hàng, giảm doanh số bán hàng và hậu quả kinh tế nghiêm trọng.
- **Tác động đến danh tiếng thương hiệu:** Nhiễm khuẩn thực phẩm có thể làm tổn hại danh tiếng thương hiệu của các doanh nghiệp thực phẩm. Người tiêu dùng dễ nhớ các vụ nhiễm khuẩn thực phẩm và có thể tránh tiêu dùng các sản phẩm của doanh nghiệp liên quan trong tương lai.
- **Vấn đề pháp lý:** Nếu không tuân thủ các quy định về vệ sinh và an toàn thực phẩm, doanh nghiệp thực phẩm có thể phải đối mặt với vấn đề pháp lý, bị kiện cáo và đền bù thiệt hại do nhiễm khuẩn gây ra.



12

Quản lý nhiễm khuẩn trong chế biến thực phẩm

Hệ thống vệ sinh và quy trình làm việc: Thiết lập và duy trì các quy trình vệ sinh và quy trình làm việc đảm bảo sự an toàn và vệ sinh trong quá trình chế biến thực phẩm. Các quy trình này bao gồm việc làm sạch và rửa sạch thiết bị, bề mặt và môi trường làm việc, đảm bảo vệ sinh cá nhân của nhân viên, và các quy định khác liên quan.

Đào tạo nhân viên: Đào tạo nhân viên về các quy trình vệ sinh và an toàn thực phẩm là rất quan trọng. Nhân viên cần phải hiểu rõ về nguy cơ nhiễm khuẩn, cách phòng ngừa nhiễm khuẩn và các biện pháp kiểm soát nhiễm khuẩn trong quá trình làm việc.

Kiểm soát môi trường: Đảm bảo rằng môi trường làm việc được kiểm soát và duy trì sạch sẽ. Các vùng nguy hiểm cần được xác định và kiểm soát chặt chẽ để giảm thiểu sự lây lan của vi khuẩn trong quá trình chế biến.



Quản lý nhiễm khuẩn trong chế biến thực phẩm

Kiểm soát nguyên liệu và sản phẩm: Kiểm tra nguyên liệu trước khi sử dụng để đảm bảo chất lượng và an toàn. Đảm bảo rằng các sản phẩm đã hoàn thành đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn và vệ sinh trước khi đưa ra thị trường.

Kiểm soát nhiệt: Kiểm soát nhiệt độ trong quá trình chế biến thực phẩm là rất quan trọng để tiêu diệt vi khuẩn và đảm bảo an toàn thực phẩm. Đảm bảo rằng các quy trình nấu nướng, nhiệt luyện và làm lạnh được thực hiện đúng cách.

Kiểm soát vận chuyển và lưu trữ: Đảm bảo rằng thực phẩm được vận chuyển và lưu trữ trong điều kiện an toàn và vệ sinh. Kiểm tra các điều kiện lưu trữ và đảm bảo rằng các sản phẩm được bảo quản đúng cách để ngăn ngừa sự phát triển của vi khuẩn.

Giám sát và kiểm tra: Thực hiện các hoạt động giám sát và kiểm tra thường xuyên để đảm bảo rằng các biện pháp quản lý nhiễm khuẩn đang hoạt động hiệu quả. Ghi chép và báo cáo kết quả kiểm tra để cải thiện quá trình quản lý nhiễm khuẩn.



Phương pháp kiểm soát nhiễm khuẩn

- **Vệ sinh cá nhân:** Đảm bảo nhân viên đeo đủ trang phục bảo hộ như khẩu trang, mũ bảo hộ, bao tay, áo khoác che phủ, và giày bảo hộ. Nhân viên cần phải tuân thủ quy định về vệ sinh cá nhân và thực hiện vệ sinh tay thường xuyên.
- **Vệ sinh bề mặt và thiết bị:** Thực hiện vệ sinh và làm sạch kỹ càng các bề mặt làm việc, thiết bị, dụng cụ, và bề mặt tiếp xúc với thực phẩm để loại bỏ vi khuẩn.
- **Quy trình vệ sinh:** Thiết lập quy trình vệ sinh rõ ràng và cụ thể, bao gồm quy trình vệ sinh hàng ngày và hàng tuần. Đảm bảo rằng các quy trình này được thực hiện đúng cách và đều đặn.
- **Kiểm soát nhiệt:** Kiểm soát nhiệt độ trong quá trình chế biến và lưu trữ thực phẩm là rất quan trọng để tiêu diệt vi khuẩn và ngăn chặn sự phát triển của chúng.



15

Phương pháp kiểm soát nhiễm khuẩn

- **Kiểm soát nguyên liệu:** Kiểm tra và kiểm soát chất lượng nguyên liệu trước khi sử dụng trong quá trình chế biến để đảm bảo rằng chúng không bị nhiễm khuẩn.
- **Kiểm soát môi trường:** Đảm bảo rằng môi trường làm việc và lưu trữ thực phẩm được kiểm soát, sạch sẽ và khô ráo để giảm thiểu rủi ro nhiễm khuẩn.
- **Đào tạo nhân viên:** Đào tạo nhân viên về vệ sinh, an toàn thực phẩm và các biện pháp kiểm soát nhiễm khuẩn là rất quan trọng để đảm bảo sự tuân thủ và hiệu quả của các biện pháp kiểm soát.
- **Kiểm soát vận chuyển:** Đảm bảo rằng thực phẩm được vận chuyển trong điều kiện an toàn và vệ sinh để ngăn ngừa nhiễm khuẩn trong quá trình vận chuyển.
- **Giám sát và đánh giá:** Thực hiện giám sát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo rằng các biện pháp kiểm soát nhiễm khuẩn đang hoạt động hiệu quả và tuân thủ các tiêu chuẩn ATTP.



16

Các chỉ tiêu chất lượng chính trong sản phẩm OCOP



Cảm quan

- Kích thước, hình dạng...
- Mùi, vị...
- Kết cấu, cách sắp đặt...
- Tạp chất lạ...
- Quy cách đóng gói...



Độc đáo

- Có các chỉ tiêu dinh dưỡng hay không?
- Có tính độc đáo, khác biệt của sản phẩm hay không?

Đảm bảo CLSP

- Có hoạt động, kế hoạch kiểm soát CLSP
- Hồ sơ?
- Chứng nhận HT QLCL...
- Chứng nhận đủ điều kiện ATP

Công bố CLSP

- Hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm của cơ sở sản xuất?
- Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATP?

Mức độ một số chỉ tiêu chất lượng

Quy cách đóng gói: Không phù hợp; phù hợp với đặc tính sản phẩm; tiện dụng; rất tiện dụng

Kết cấu/cách sắp đặt: Ngheo nàn; chấp nhận được; tốt; rất tốt

Hình dạng, kích thước: Không đồng đều; chấp nhận được; tương đối đồng đều, phù hợp;

Màu sắc: chấp nhận được; tương đối phù hợp, rất tốt, phù hợp với đặc tính sản phẩm

Mùi, vị: Có mùi lạ, vị khác thường; mùi, vị chấp nhận được; mùi rõ, rất phù hợp với sản phẩm, hấp dẫn

Tạp chất lạ: Có các tạp chất, chấp nhận được; có ít tạp chất, chấp nhận được; sạch không có tạp chất

Chỉ tiêu cảm quan

Chỉ tiêu cảm quan



Mức độ một số chỉ tiêu chất lượng



Mức độ một số chỉ tiêu chất lượng

Hồ sơ công bố tiêu chuẩn sản phẩm

Thực phẩm tươi, sơ chế

- Không có Bản công bố tiêu chuẩn sản phẩm/chất lượng
- Có Tiêu chuẩn sản phẩm
- Có Bản công bố tiêu chuẩn/chất lượng

Thực phẩm chế biến

- Không có
- Có, nhưng không đạt
- Có, đạt nhưng không đủ
- Có, đạt đầy đủ (VSV, KLN, thuộc BVTV, HC...) theo quy định

Kiểm tra định kỳ các chỉ tiêu ATTP

(Phiếu kiểm nghiệm định kỳ các chỉ tiêu ATTP)

Thực phẩm tươi, sơ chế

- Không có Bản tự công bố (hoặc có nhưng không đúng)
- Có Bản tự công bố, nhưng thiếu
- Có Tiêu chuẩn sản phẩm
- Có Bản tự công bố, có tiêu chuẩn sản phẩm

Thực phẩm chế biến

- Có, nhưng không đạt
- Có, đạt nhưng không đủ
- Có, đạt đầy đủ (VSV, KLN, phụ gia HC...) theo quy định



Căn cứ quy định để thực hiện công bố tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm?



- ✓ QCVN 8-2:2011/BYT quy chuẩn kỹ thuật quốc gia đối với giới hạn ô nhiễm kim loại nặng trong thực phẩm Bộ Y tế ban hành
- ✓ Thông tư 24/2013/TT-BYT ngày 14/08/2013 của Bộ Y tế quy định giới hạn tối đa dư lượng thuốc thú y trong thực phẩm
- ✓ Thông tư 50/2016/TT-BYT ngày 30/12/2016 của Bộ Y tế quy định giới hạn tối đa dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong thực phẩm
- ✓ Quyết định 46/2007/TT-BYT ngày 19/12/2007 của Bộ Y tế Về việc ban hành “Quy định giới hạn tối đa ô nhiễm sinh học và hóa học trong thực phẩm”

Mức độ một số chỉ tiêu chất lượng



Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP



Tự quản lý, kiểm soát của các chủ thể

Các chủ thể áp dụng các quy trình quản lý chất lượng tiên tiến (**GAP, ISO, HACCP...**) thì đều gắn với yêu cầu sử dụng các hệ thống **theo dõi, giám sát** của từng **chứng nhận**. Đồng thời, các tổ chức chứng nhận sẽ **thực hiện các hoạt động đánh giá, kiểm tra định kỳ** theo quy định.

Đối với các chủ thể chưa áp dụng thì cần có **sổ nhật ký sản xuất, kinh doanh** (sổ nhật ký có thể do các cơ quan quản lý OCOP xây dựng). Đồng thời, chủ thể phải có trách nhiệm ghi đầy đủ thông tin vào sổ nhật ký, đây là cơ sở để các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện các hoạt động kiểm tra, giám sát.

Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP



Kiểm soát từ cộng đồng

a. Giám sát từ cộng đồng sản xuất:

- Giám sát cộng đồng là hoạt động dễ triển khai và dễ thực hiện nhất, hoạt động sản xuất, kinh doanh của chủ thể sẽ được các tổ chức, cá nhân khác trong cộng đồng giám sát, theo dõi. Tuy nhiên, để thực hiện được thì cần phải:

- Công khai, minh bạch về thông tin: bản công bố về sản phẩm OCOP của các chủ thể phải được các cơ quan quản lý thông tin kịp thời, công khai, minh bạch đến cộng đồng;
- Xây dựng các phương tiện để cộng đồng phản ánh thông tin.

b. Giám sát, phản ánh từ người tiêu dùng:

Có thể xây dựng các hình thức đánh giá, phản ánh của người tiêu dùng về sản phẩm, bằng các hình thức được công khai trên bao bì, hoặc tại nơi bán hàng để tiếp nhận những phản ánh của người tiêu dùng đối với sản phẩm OCOP.

Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP



Kiểm soát từ cộng đồng

c. Kiểm soát bởi các cơ quan quản lý OCOP

Các cơ quan quản lý Chương trình OCOP có thể xây dựng và tổ chức hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm và chất lượng sản phẩm theo các hình thức:

- + Xây dựng và quản lý tem truy xuất nguồn gốc OCOP;
- + Tổ chức kiểm tra, giám sát định kỳ đối với các chủ thể;
- + Tổ chức kiểm tra, giám sát đột xuất (trong trường hợp nhận được các phản ánh về sản phẩm và chất lượng sản phẩm).

Tuy nhiên, để thực hiện các chính sách về thanh, kiểm tra, tránh gây phiền hà cho doanh nghiệp, tổ chức sản xuất, kinh doanh thì hoạt động kiểm tra, giám sát trực tiếp cần được hạn chế. Quan trọng và xây dựng các hệ thống quản lý gián tiếp (phòng ngừa) để nâng cao ý thức trách nhiệm của chủ thể và khả năng tiếp nhận thông tin từ cộng đồng và người tiêu dùng

Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP



Kiểm soát từ cộng đồng

d. Thanh tra, kiểm tra chuyên ngành

Cơ quan quản lý OCOP cần thông tin, cập nhật danh sách, bản mô tả sản phẩm đến các cơ quan quản lý chuyên ngành để đề nghị giám sát sản phẩm OCOP. Theo đó:

- Sở Khoa học và Công nghệ: về kiểm tra, giám sát thực hiện công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng hàng hóa.
- Sở Y tế: về quản lý an toàn thực phẩm;
- Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: về an toàn thực phẩm và chứng nhận quản lý chất lượng.

Việc tổ chức phân tích, kiểm nghiệm chất lượng sản phẩm nên hạn chế, trừ trường hợp cần thiết theo ý kiến của các đoàn kiểm tra chuyên ngành. Trường hợp, cơ quan quản lý OCOP phát hiện các vấn đề sai phạm về chất lượng (tiêu chuẩn, an toàn thực phẩm) thì nên mời các cơ quan quản lý chuyên ngành để thực hiện thanh tra, kiểm tra.

Hướng dẫn công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn và thủ tục
cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm



Công bố Tiêu chuẩn cơ sở (TCCS)

Công bố hợp chuẩn

Công bố hợp quy (khoản 2,3 Điều 1 Thông tư 02/2017/TT-BKHCN)

Thủ tục cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm

Thank you





TẬP HUẤN

KỸ NĂNG QUẢNG BÁ VÀ BÁN CÁC SẢN PHẨM OCOP TRÊN NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Quảng Ngãi, ngày 28 tháng 3 năm 2025

NỘI DUNG CHÍNH

01

TỔNG QUAN VỀ
THƯƠNG MẠI
ĐIỆN TỬ

ĐỊNH HƯỚNG SÁNG TẠO
NỘI DUNG – XÂY KÊNH
TIKTOK PROFILE

02

03

GIẢI PHÁP
TIKTOK SHOP

GIẢI PHÁP
TIKTOK
LIVESTREAM

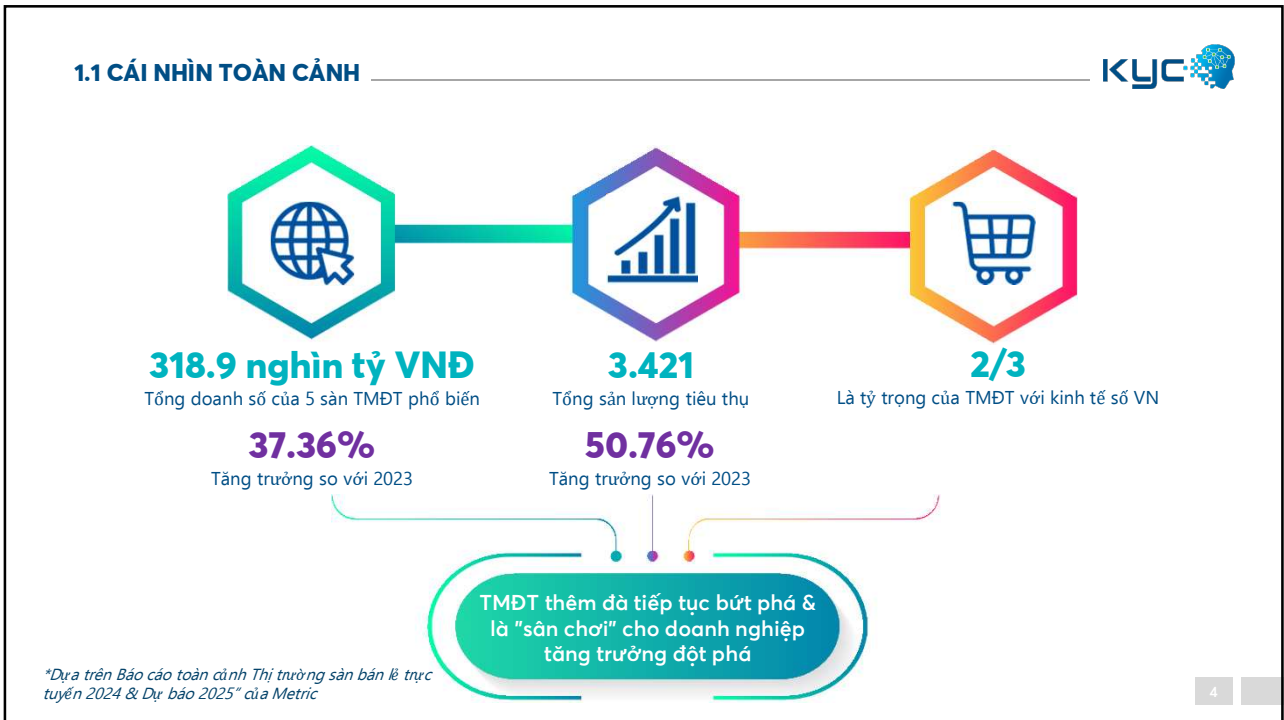
04





01

TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



1.1 XU HƯỚNG NGƯỜI DÙNG



74.8%

Dân số Việt Nam mua hàng qua TMDT

**Dựa trên Báo cáo toàn cảnh Thị trường bán lẻ trực tuyến 2024 & Dự báo 2025* của Metric*

5

1.2 XU HƯỚNG NGƯỜI DÙNG

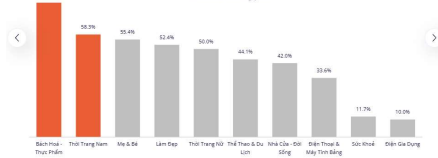


Ngành hàng nổi bật năm 2024

Metric

Xu hướng tiêu dùng thiết yếu và sự tăng trưởng của thời trang nam một phần thúc đẩy tăng trưởng của thị trường TMDT ngành Bán lẻ. Thực phẩm dẫn đầu tăng trưởng (74.30%) nhờ xu hướng tiêu dùng tập trung vào các sản phẩm thiết yếu, kết hợp với sự tăng lên của mua sắm trực tuyến. Ngành Thời Trang nam nổi bật với mức tăng trưởng 34.3%, một phần được hỗ trợ bởi Instagram bán hàng và quảng bá qua video ngắn. Hai ngành hàng này cho thấy sự mở rộng của TMDT trong việc đáp ứng nhu cầu từ sản phẩm thiết yếu đến các mặt hàng thời trang không thiết yếu.

Xếp hạng tăng trưởng % của các ngành hàng có doanh số cao nhất năm 2024 (theo danh sách TMDT bán lẻ cùng kỳ 2023)



Tăng trưởng so với 2023

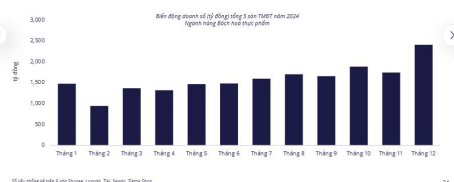
3.4
Tăng trưởng
50.7

Con số nổi bật năm 2024 ngành hàng Bách hoá thực phẩm

Metric

Doanh số
19.3 nghìn tỷ đồng
+76.3% so với năm 2023

Sản lượng
232.6 triệu sản phẩm
+65.8% so với năm 2023



TMDT thêm đa tiếp tục bứt phá & là "sân chơi" cho doanh nghiệp tăng trưởng đột phá

**Dựa trên Báo cáo toàn cảnh Thị trường bán lẻ trực tuyến 2024 & Dự báo 2025* của Metric*

6

1.3 ĐỊNH HƯỚNG CỦA CHÍNH PHỦ



Nghị quyết 57, quyết định 645, bác
Tô Lâm nói về kinh tế số, TMDT,
bác Chính nói về TMDT

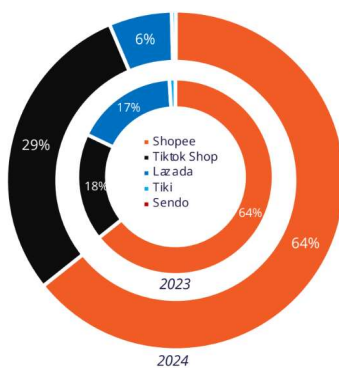
**Dựa trên Báo cáo toàn cảnh Thị trường sản bán lẻ trực
tuyến 2024 & Dự báo 2025" của Metric*

7

1.3 CÁC NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



Thị phần doanh số các sàn TMDT năm 2023 và năm 2024



Tăng trưởng (sản lượng, doanh số) của 3 sàn Shopee, Lazada, Tiktok Shop năm 2024 so với năm 2023



**Dựa trên Báo cáo toàn cảnh Thị trường sản bán lẻ trực
tuyến 2024 & Dự báo 2025" của Metric*

8

1.3 TẠI SAO LỰA CHỌN TIKTOK & TIKTOKSHOP



**Dựa trên Báo cáo toàn cảnh Thị trường sản bán lẻ trực tuyến 2024 & Dự báo 2025" của Metric*

9



GIỚI THIỆU CHUNG



Là nền tảng giải trí
bằng những video ngắn



01

NỀN TẢNG TIKTOK

<https://www.tiktok.com/>



Android



iOS

Mỗi người dùng đều có thể
trở thành nhà sáng tạo nội dung.



02

Công cụ để bán hàng mới,
hiệu quả dành cho nhà sáng tạo



03

Công cụ tìm kiếm thông tin
mới của giới trẻ



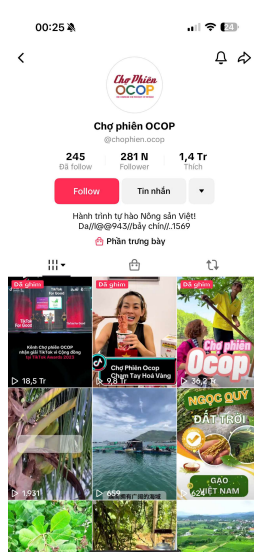
04

11

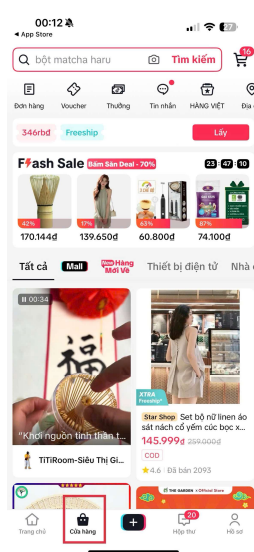
GIỚI THIỆU CHUNG



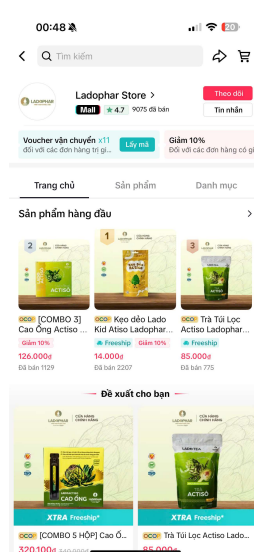
Giao diện chính



Giao diện kênh



Giao diện mua sắm



Giao diện cửa hàng

CHUẨN HOÁ GIAO DIỆN



Tên và hình ảnh đại diện



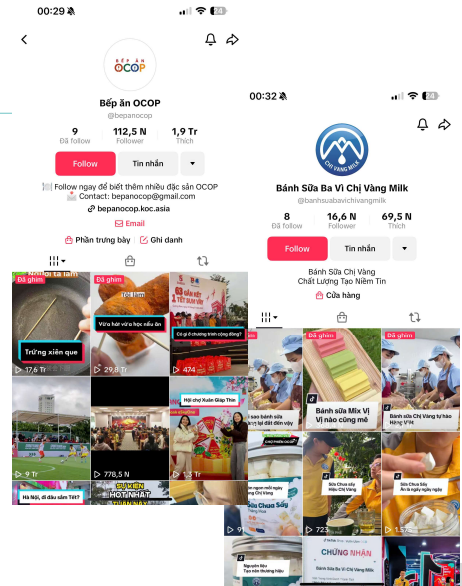
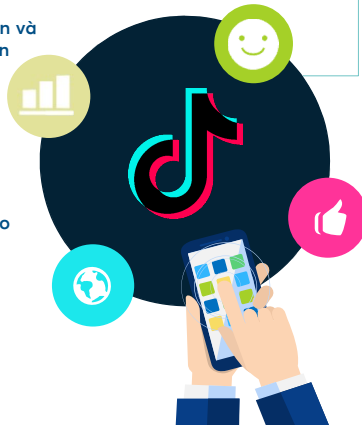
Mô tả bản thân, kênh cá nhân và sản phẩm một cách ngắn gọn



Các liên kết liên quan



Đồng bộ hóa định dạng video



ĐỊNH HƯỚNG XÂY KÊNH



1. Những yếu tố cần



CÔNG CỤ:

Điện thoại thông minh hoặc công cụ có chức năng quay dựng video.

NỘI DUNG:

Con người, sản phẩm, câu chuyện muốn truyền tải,...

BỐI CẢNH:

Phù hợp với con người, nội dung video, sản phẩm.

ĐẠO CỤ:

Sản phẩm, trang phục, dụng cụ hỗ trợ quay video

ĐỊNH HƯỚNG XÂY KÊNH



2. Định hướng xây kênh cho sản phẩm OCOP

- 1 DU LỊCH – TRẢI NGHIỆM:**
Mang đến cho người xem trải nghiệm về sự tò mò, háo hức...
- 2 CUỘC SỐNG HÀNG NGÀY:**
Mang đến cho người xem trải nghiệm về sự mới mẻ, thích thú...
- 3 NẤU ĂN - REVIEW:**
Mang đến cho người xem trải nghiệm về sự hấp dẫn, tin tưởng...

15

CÁC BƯỚC SÁNG TẠO NỘI DUNG



1. Quy trình viết kịch bản



16

Dựng khung kịch bản 40s

- **3s đầu tiên:** Câu hook kể về những con số/ hiện tượng/ kết quả/ tình huống hài hước để thu hút, gây tò mò cho người xem
- **10s đầu tiên:** nêu ra vấn đề
- **10s đầu tiên:** đưa ra giải pháp
- **10s đầu tiên:** nói về sản phẩm
- **7s đầu tiên:** đưa ra quan điểm cá nhân và kêu gọi hành động



TÍNH CHÂN THỰC

Tính thực tế là chìa khóa trên TikTok. Thương hiệu không nhất thiết phải hoàn hảo. Những mẫu chuyện hay sẽ phản ánh dòng chảy hội thoại một cách tự nhiên và cách mọi người tương tác với nó.



CÁCH KỂ CHUYỆN

Khám phá khía cạnh sáng tạo của thương hiệu bằng những câu chuyện có âm thanh hấp dẫn bằng cách sử dụng các công cụ gốc của TikTok để chào đón mọi người đến với thương hiệu của bạn, mang lại niềm vui và tạo ra xu hướng



TÍNH GIẢI TRÍ

Các video nổi tiếng trên TikTok thường mang tông màu vui nhộn và hài hước - và luôn mang tính giải trí.



TÍNH THỬ NGHIỆM

Đừng ngại thử nghiệm các phong cách chụp và chỉnh sửa mới hoặc các cốt truyện mới lạ. Cộng đồng TikTok khao khát sự độc đáo.

2. Công thức 3Đ



ĐÚNG



ĐỦ



ĐỀU



19

3. Những lưu ý về trải nghiệm



Tỉ lệ khung hình tối ưu 9:16
Tối đa hoá trải nghiệm



Đặc trưng của TikTok là
trải nghiệm âm thanh sống động
âm thanh là yếu tố vô cùng quan trọng



Giải trí tinh gọn - quy tắc nhanh,
ngắn gọn, ấn tượng và súc tích

20

GIẢI MÃ BÍ MẬT VIDEO TRIỆU VIEW



4. Tiêu chuẩn cộng đồng

1. **Nội dung** liên quan đến thuốc lá, bia rượu, ma túy hoặc các **hành hoá bị kiểm soát** khác.
2. **Từ ngữ** miệt thị hoặc các hành vi thù địch
3. **Ăn mặc** hở hang, không kín đáo
4. **Hình ảnh** chứa các hành động hoặc các vật dụng **nguy hiểm** như súng, dao, kéo (bao gồm súng đồ chơi, dao gọt hoa quả)... **Hình ảnh đáng sợ** như máu...
5. **Đăng lại** video của người khác.
6. **Quảng cáo** lộ liễu.
7. Ảnh **quá mờ** hoặc **rung**.
8. Hình ảnh liên quan đến **trẻ em** dưới 13 tuổi



21

QUAY VIDEO SẢN PHẨM



1. Cách cầm máy



Lưu ý khi quay video

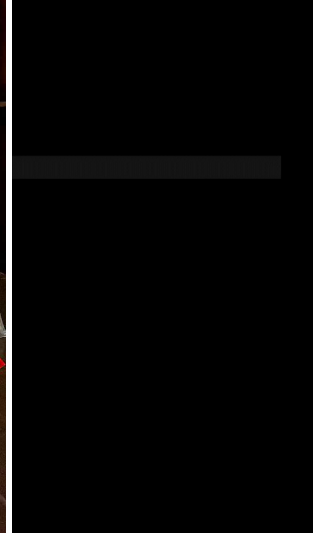
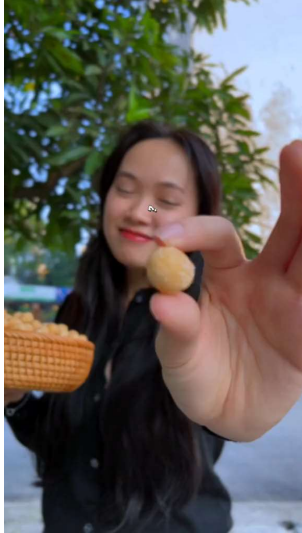
- Tránh rung tay, rung máy
- Tránh ngón tay che mất phần loa, ngón tay chạm vào ống kính máy điện thoại.
- Có thể sử dụng cụ hỗ trợ: tripod, gimbal

22

QUAY VIDEO SẢN PHẨM



2. Phối hợp với kịch bản và tiến hành quay dựng video

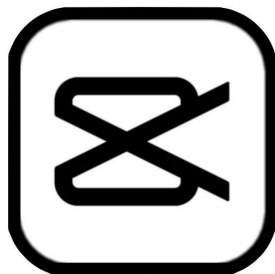


23

QUAY VIDEO SẢN PHẨM



3. Phối hợp với kịch bản và tiến hành quay dựng video

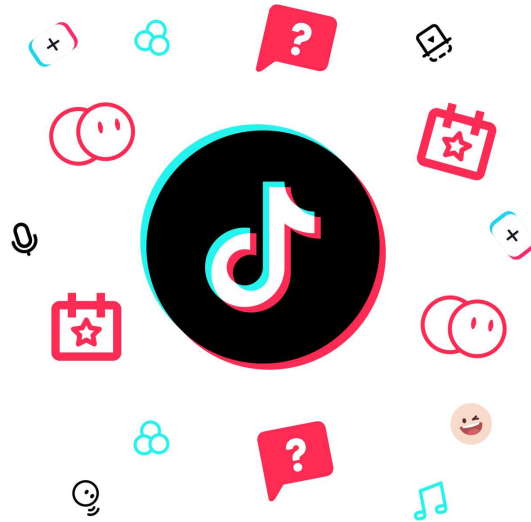


PHẦN MỀM CAPCUT

- Phần mềm hỗ trợ dựng video trên điện thoại phổ biến nhất hiện nay
- Tương thích cho cả điện thoại và máy tính
- Dễ dàng sử dụng, có hỗ trợ tiếng Việt

24

HỎI & ĐÁP



25

TẬP HUẤN

Kỹ năng livestream bán hàng trên TikTok Shop



01 | GIẢI PHÁP
TIKTOK SHOP



GIẢI PHÁP
TIKTOK
LIVESTREAM 02

VI PHẠM THƯỜNG
GẶP TRONG
LIVESTREAM 03

27

01
GIẢI PHÁP
TikTok Shop



01

TỔNG QUAN VỀ
TIKTOK SHOP

TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK
SHOP

02

03

QUẢN LÝ SẢN
PHẨM, ĐƠN HÀNG

CHƯƠNG TRÌNH
AFFILIATE

04

05

THAO TÁC ĐĂNG KÝ GÓI
EXTRA FREESHIP

29

Tính độc đáo của TikTok Shop



SHOPPERTAINMENT

Người dùng có thể vừa lướt
TikTok để **giải trí** vừa **mua**
hàng trên cùng 1 nền tảng

30

GIẢI PHÁP TIKTOK SHOP

Tính độc đáo của TikTok Shop



Trải nghiệm bán hàng trên TikTok Shop



Mở rộng phạm vi tiếp cận

Dựa vào phạm vi người dùng lớn và ngày càng tăng của TikTok



Giảm gián đoạn trong hành trình mua sắm

Bán hàng trực tiếp bằng nút mua được gắn trong các video ngắn/ phiên livestream



Xây dựng thương hiệu & Bán hàng cùng một lúc

Xây dựng thương hiệu qua video ngắn → thúc đẩy doanh số bán hàng trên TikTok Shop

31

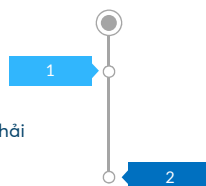
TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK SHOP



TÀI LIỆU CẦN CHUẨN BỊ

Nhà bán hàng (NBH) cá nhân

1. CMND/ CCCD
2. Tài khoản ngân hàng (tên chủ TK ngân hàng phải đồng nhất với tên trên CMND/CCCD dùng mở TikTok Shop)
3. NBH là công dân Việt Nam, trên 18 tuổi
4. Mã số thuế cá nhân



NBH doanh nghiệp/ Nhãn hàng

1. Giấy phép ĐKKD còn hiệu lực
2. TK Ngân hàng loại doanh nghiệp, tên TK đồng nhất với tên pháp nhân kinh doanh trên giấy ĐKKD hoặc tài liệu đăng ký công ty
3. Mã số thuế doanh nghiệp

Lưu ý: Giấy tờ scan bắt buộc scan màu; Không chấp nhận ảnh chụp màn hình, ảnh bị che mờ, cắt xén nội dung

32

TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK SHOP



1. Đăng ký bằng trình duyệt website

1. ĐĂNG KÝ BẰNG TRÌNH DUYỆT WEBSITE

Truy cập link đăng ký:

<https://seller-vn.tiktok.com/account/register?channel=ocop>

Giao diện website TikTok Shop

33

TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK SHOP



1. Đăng ký bằng trình duyệt website

01 TRƯỜNG HỢP ĐÃ CÓ TÀI KHOẢN TIKTOK PROFILE

Chọn **Đăng ký bằng tài khoản TikTok**

Chọn **Uỷ quyền** cho phép TikTok Shop truy cập tài khoản TikTok

34

TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK SHOP



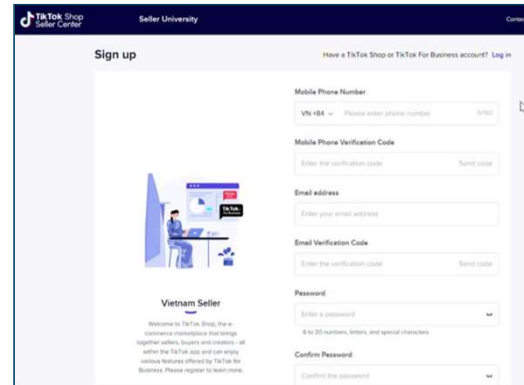
1. Đăng ký bằng trình duyệt website

02

TRƯỜNG HỢP CHƯA CÓ TÀI KHOẢN TIKTOK PROFILE



Tạo Tài khoản mới bằng email và số điện thoại



Đảm bảo SĐT và email được **điền chính xác** để nhận các thông báo, mã xác nhận từ TikTok

35

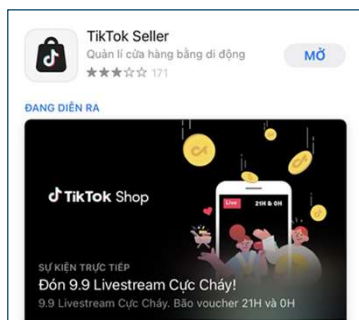
TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK SHOP



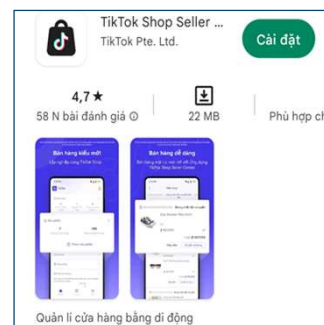
2. Đăng ký ứng dụng TikTok Seller trên điện thoại di động

2. ĐĂNG KÝ BẰNG ỨNG DỤNG TIKTOK SELLER

Bước 1: Tải TikTok Seller về từ Google Play hoặc App Store.



Hệ điều hành IOS



Hệ điều hành Android



36

TẠO TÀI KHOẢN TIKTOK SHOP



2. Đăng ký ứng dụng TikTok Seller trên điện thoại di động

2. ĐĂNG KÝ BẰNG ỨNG DỤNG TIKTOK SELLER

Bước 2, 3:

Trở thành người bán

Chào mừng bạn đến với Trung tâm người bán TikTok Shop

[Đăng ký bằng TikTok](#)

[Đăng ký bằng điện thoại](#)

02

Xem xu hướng, tin tức, khuyến mãi, đề xuất và thông tin cập nhật tài khoản từ TikTok Shop. Bằng cách tiếp tục, bạn đồng ý với Điều khoản dịch vụ thương mại dành cho TikTok Shop. Điều khoản dịch vụ thương mại TikTok và xác nhận rằng bạn đã đọc Chính sách quyền riêng tư của TikTok Shop và Chính sách quyền riêng tư của TikTok For Business để tìm hiểu cách chúng tôi thu thập, xử lý và chia sẻ dữ liệu của bạn.

Cho phép TikTokSeller truy cập tài khoản TikTok của bạn?

ocop.hanoi Chuyển đổi tài khoản TikTokSeller

TikTokSeller muốn:

- Đọc thông tin hồ sơ của bạn (hình đại diện, tên hiển thị)
- Đọc địa chỉ email của bạn
- Đọc số điện thoại của bạn
- Tên người dùng của bạn

Bạn có thể quản lý các dữ liệu bất kỳ lúc nào thông qua mục "Chính sách quyền truy cập". Để thu hồi quyền truy cập, hãy đi đến "Bảo mật và đăng nhập" > "Quản lý quyền trong ứng dụng".

[Chính sách quyền truy cập](#)

Khi nhấn vào "Uỷ quyền", bạn cho biết bạn đồng ý với TikTokSeller Chính sách Quyền Riêng tư và Điều khoản Dịch vụ.

[Uỷ quyền](#)

[Hủy](#)

02

- Đăng ký bằng TikTok nếu **đã có** tài khoản TikTok Profile
- Đăng ký bằng email nếu **chưa có** tài khoản TikTok profile

03

Các bước tiếp theo: Xác minh tài liệu, cập nhật thông tin cá nhân **tương tự** các bước khi đăng kí trên website

37

GIẢI PHÁP TIKTOK SHOP



Giao diện chung của TikTok Shop Seller

TikTok Shop Seller Center

[Tiếp thị Liên kết](#) [Quản lý phát trực tiếp](#) [Học viện](#)

Hành động cần làm

Đơn hàng đang chờ xử lý	Đánh giá tiêu cực chưa trả ...	SKU hết hàng
0	3	17
Xem	Trả lời ngay	Xem

[Chính sách](#) NHẮC NHỞ VỀ CHÍNH SÁCH: Chính sách Kiểm tra Lấy mẫu Sản phẩm trên TikTok Shop. [Tìm hiểu thêm](#)

[Chính sách](#) Giới hạn thời gian xử lý đơn của Nhà bán hàng trong Giai đoạn chiến dịch Sale Lương Vẽ. [Tìm hiểu thêm](#)

Phần thưởng dành riêng cho bạn

Truy cập mục Tăng trưởng để cập nhật nhiệm vụ mới và nhận thưởng

[THAM GIA](#)

Chiến dịch [Xem thêm](#)

Tình trạng của hàng **Nguy cơ thấp**

Tiếp tục phát huy!

Tỷ lệ hủy do lỗi của người bán	Tỷ lệ gửi hàng muộn	Tỷ lệ trả hàng/hoàn tiền cho các đơn hàng bị lỗi
0.00%	0.00%	0.00%

[Tìm hiểu thêm](#)

Thông báo

[Tin nhắn từ người mua](#)

Trang chủ

- Sản phẩm
- Đơn hàng
- Vận chuyển
- Khuyến mãi
- Thiết kế của hàng
- Tài chính
- Lần rút tiền
- Đơn đã quyết toán
- Trung tâm hóa đơn
- Trung tâm Trợ giúp

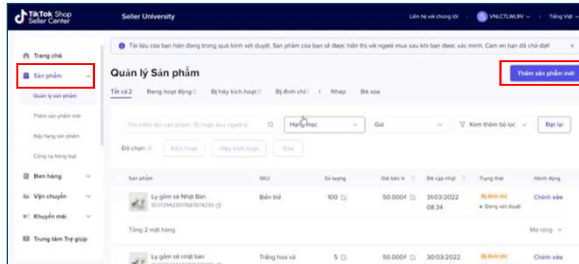
38

QUẢN LÝ SẢN PHẨM



1. Quản lý sản phẩm

Thêm sản phẩm mới



- Chọn mục **Sản phẩm** → **Quản lý sản phẩm** → **Thêm sản phẩm mới** để có thể thêm sản phẩm lên TikTok Shop

- Cung cấp các thông tin về chi tiết sản phẩm theo yêu cầu

- Hoàn tất nhập thông tin rồi nhấn "Xuất Bản"

Lưu ý: Sản phẩm thương hiệu cần bổ sung giấy tờ liên quan đến chứng thực thương hiệu/ủy quyền thương hiệu

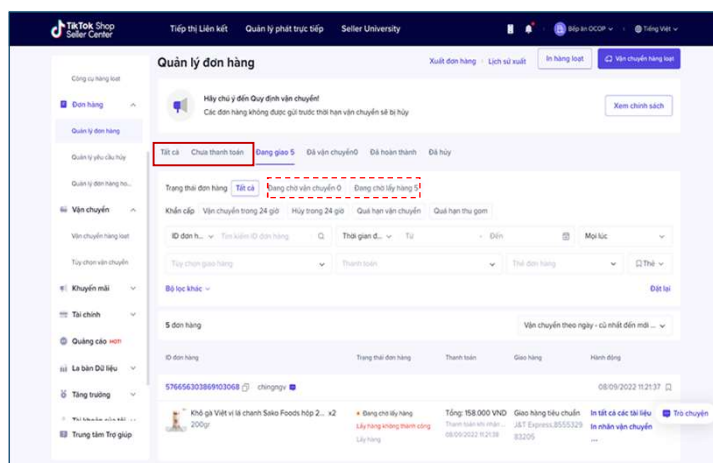
18

39

QUẢN LÝ SẢN PHẨM, ĐƠN HÀNG



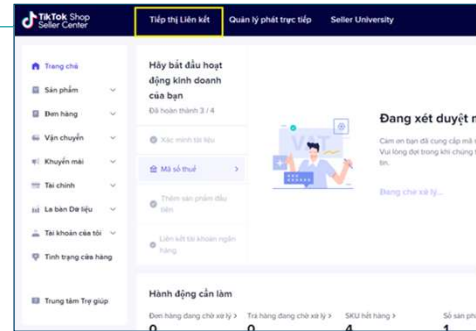
2. Quản lý Đơn hàng



➤ **Tất cả:** Hiện thị tất cả đơn hàng
Chưa thanh toán: Đơn đã đặt nhưng chưa thanh toán

➤ **Đang giao** có 2 trạng thái:
1. Đang chờ vận chuyển: Đơn hàng đã được thanh toán và chờ người bán chuẩn bị.
2. Đang chờ lấy hàng: Đơn hàng đã yêu cầu lấy hàng chờ đơn vị vận chuyển đến lấy

40

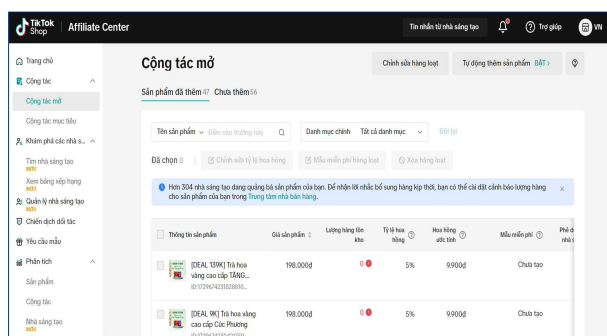


Click vào Tab **Tiếp thị liên kết** tại Seller Center

41

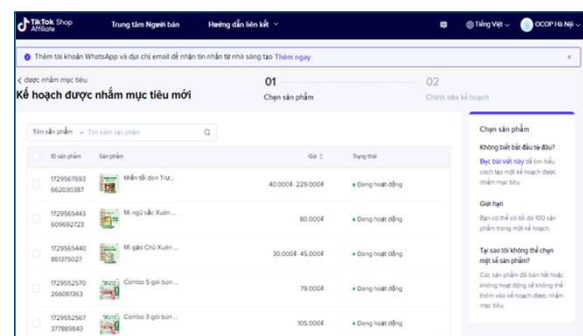
Tiếp Thị Liên Kết (Affiliate)

Kế hoạch mở



- Chọn sản phẩm và hoa hồng
- **Tất cả creator** đều có thể truy cập

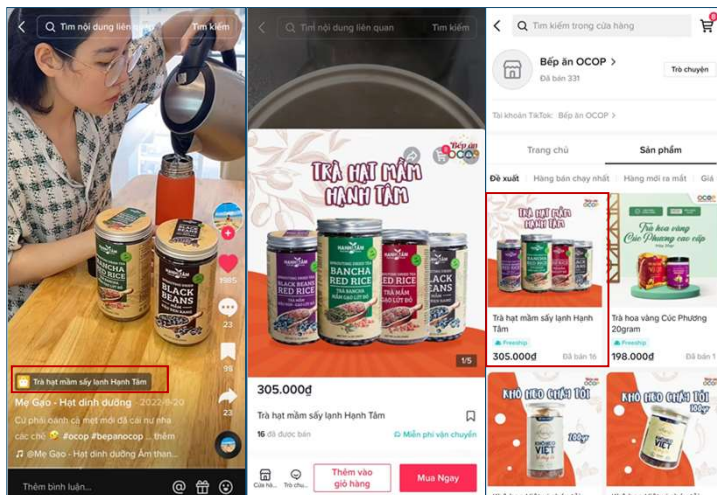
Kế hoạch mục tiêu



- Chọn sản phẩm và hoa hồng
- **Chọn creator** mong muốn

42

Tiếp Thị Liên Kết (Affiliate)



➤ Creator sẽ gắn link sản phẩm vào video quảng bá Click vào Biểu tượng giỏ hàng, để chọn sản phẩm muốn mua

➤ Hiện tại, có hơn **13,000 Creator** tham gia chương trình TikTok Shop Affiliate

- **Creator**
- Trên 18 tuổi
 - Không vi phạm Tiêu chuẩn Cộng đồng
 - Nội dung kênh phù hợp với nền tảng

43

ĐĂNG KÝ GÓI EXTRA FREESHIP

	Chương trình hiện tại		Chương trình mới	
	Giá trị đơn tối thiểu (VNĐ)	Giá trị voucher (VNĐ)	Giá trị đơn tối thiểu (VNĐ)	Giá trị voucher (VNĐ)
Voucher giảm giá vận chuyển cố định	45 000	25 000	45 000	25 000
	150 000	70 000	150 000	70 000
			75 000	35 000
			125 000	45 000
Ngày SFP	100000	55000	100 000	55 000

- Phí dịch vụ SFP bằng **6%** giá trị hàng hoá của mỗi đơn hàng được giao thành công, với mức tối đa là **30.000 VNĐ** mỗi đơn.

- Đơn hàng được giao thành công là đơn đã giao đến tay người nhận và bao gồm:
- Đơn đã giao đến người nhận và không có yêu cầu hỗ trợ hậu mãi.
 - Đơn đã giao đến người nhận sau đó có yêu cầu Trả hàng và Hoàn tiền.

- Với mức phí dịch vụ SFP mới, các Nhà bán hàng đã đăng ký sẽ được tham gia các mức khuyến mại mới, nhờ đó sẽ tăng cao tỉ lệ người mua chốt đơn hàng!

44

CÁC KHOẢN PHÍ TRÊN SÀN TIKTOK SHOP

- Phí sàn 5%
 - Freeship 6%
 - Thuế 1.5%
 - Hoa hồng 2% cho sàn
 - 10% - 15% hoa hồng cho Creators livestream gắn sản phẩm trên TikTok
- = **Tổng phí 24,5 – 29,5%**



GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



2.2. Điều kiện để Go Live

ĐỐI VỚI TÀI KHOẢN PROFILE CÁ NHÂN KHÔNG ĐĂNG KÝ TTS

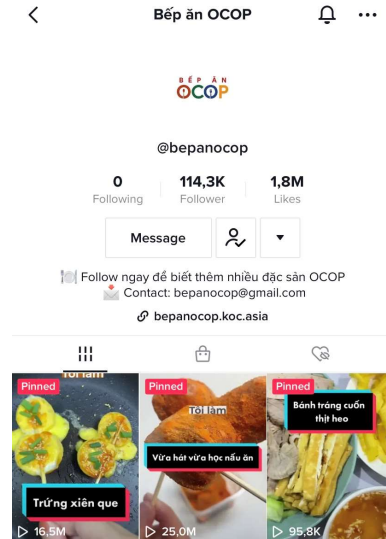
01

- Tài khoản TikTok cần đạt trên **1000 người theo dõi**
- Chủ kênh TikTok phải đủ **16 tuổi** trở lên
- Chủ tài khoản trên **18 tuổi** mới được nhận quà ảo từ người xem livestream

02

ĐỐI VỚI TÀI KHOẢN PROFILE CÁ NHÂN ĐÃ LIÊN KẾT TTS

- Tài khoản TikTok không cần lượt người theo dõi
- Chủ tài khoản trên **18 tuổi** mới được nhận quà ảo từ người xem livestream



47

GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



2.3. Các bước để Go Live



CHUẨN BỊ PHÒNG LIVE

- 1 Chọn bối cảnh phù hợp
- 2 Sản phẩm sử dụng để giới thiệu/trưng bày
- 3 Ánh sáng không lẫn tạp âm tốt, âm thanh rõ nét
- 4 Nếu dùng nhạc, cần dùng nhạc có bản quyền của TikTok
- 5 Thiết bị, mạng khỏe với đường truyền ổn định
- 6 Đội ngũ seeding

48

GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



2.3. Các bước để Go Live

Ví dụ set up bối cảnh livestream

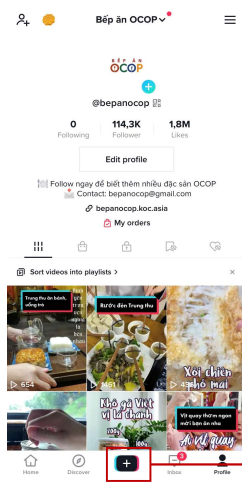


49

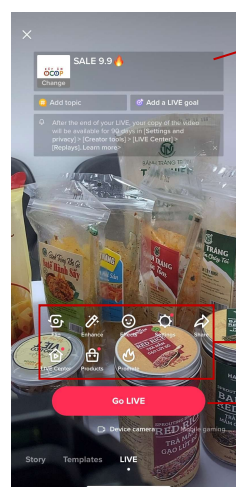
GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



2.3. Các bước để Go Live



Bấm & chọn
"LIVE"



Thêm mô tả cho
phiên livestream

Cài đặt hiển thị, tính
năng, sản phẩm, filter...

Chọn "Go LIVE" để
bắt đầu

50

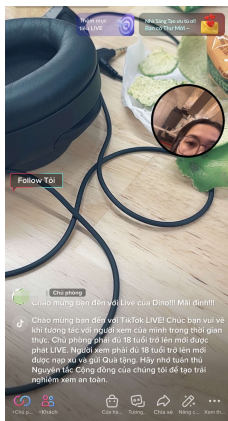
GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



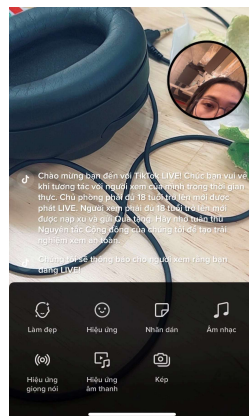
2.4. Một số tính năng phổ biến của TikTok LIVE

Chọn nhãn dán

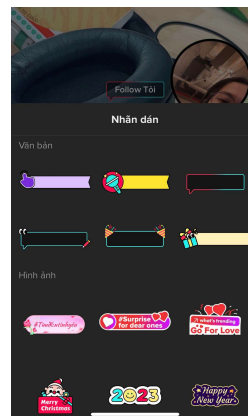
Phát LIVE Chọn NÂNG CAO



Chọn NHÃN DÁN



Chọn NHÃN DÁN mong muốn



51

GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



2.5. Kịch bản phiên livestream

NÓI GÌ VỀ SẢN PHẨM



➤ Công dụng, tính năng, cách sử dụng của sản phẩm

➤ Thời điểm sử dụng tốt nhất, cách thức, bí quyết bảo quản

➤ Tình huống thực tế

➤ Cách thức sản xuất, thu hoạch, chế biến sản phẩm

➤ Ưu điểm của sản phẩm, nhược điểm của sản phẩm

Nhà Bán Hàng xác định **MỤC TIÊU** của phiên LIVE:

Làm quen – Giới thiệu sản phẩm mới – Tăng doanh thu – Giải tỏa tồn kho...

52

NÊN

1. Phát hành video trước – trong – sau Live
2. Live stream ổn định: lịch trình – thời lượng
3. Chủ đề rõ ràng >> sản phẩm liên quan
4. Trải nghiệm sản phẩm tại chỗ
5. Hướng dẫn theo dõi – chốt đơn – dùng voucher...

KHÔNG NÊN

1. Vi phạm quy định nền tảng
2. Lộ thông tin liên lạc/điều hướng người dùng
3. Nhiều sản phẩm cùng chức năng
4. Xa rời chủ đề chính

53

TẠO CÁC ƯU ĐÃI KHI LIVESTREAM

The screenshot displays the TikTok Shop Seller Center interface. On the left is a navigation menu with options like 'Trang chủ', 'Sản phẩm', 'Đơn hàng', 'Vận chuyển', 'Khuyến mãi', 'Chẩn dịch', 'Công cụ quảng bá', 'Thiết kế của hàng', 'Tài chính', 'Dịch vụ', 'Quảng cáo', 'La bàn Dữ liệu', 'Tăng trưởng', 'Tài khoản của tôi', 'Tình trạng tài...', and 'Trung tâm Trợ giúp'. The main area is titled 'Công cụ quảng cáo' and contains six promotional tool cards:

- Chiết khấu sản phẩm**: Thiết lập giảm giá hàng ngày để tạo sức hút hơn với giá gốc. Includes buttons for 'Khuyến mãi của tôi' and 'Tạo'.
- Ưu đãi Chớp nhoáng**: Mang đến khuyến mãi nhanh chóng, đẩy mạnh chốt đơn. Includes buttons for 'Khuyến mãi của tôi' and 'Tạo'.
- Mua 1 giá 1**: Tạo khuyến mãi để tặng cho nhóm sản phẩm để tăng thêm giá trị đơn hàng. Includes buttons for 'Khuyến mãi của tôi' and 'Tạo'.
- Phiếu giảm giá**: Tạo mã khuyến mãi để thúc đẩy doanh thu, kiểm tra thêm người theo dõi và giữ vững người xem LIVE. Includes buttons for 'Khuyến mãi của tôi' and 'Tạo'.
- Ưu đãi theo gói**: Thuận tiện cho người tiêu dùng đặt hàng thông qua các gói cố định. Includes buttons for 'Khuyến mãi của tôi' and 'Tạo'.
- Chiết khấu phí vận chuyển**: Cung cấp hỗ trợ phí vận chuyển hấp dẫn cho người mua. Includes buttons for 'Khuyến mãi của tôi' and 'Tạo'.

Each card also shows 'Tăng doanh thu' and 'Tăng thêm giá trị đơn hàng' metrics.

54

GIẢI PHÁP TIKTOK LIVE



2.5. Bộ giải pháp để cải thiện kỹ năng livestream

NHÂN SỰ VẬN HÀNH LIVESTREAM



Streamer



Đạo diễn



Kỹ thuật máy móc, bố trí cảnh, âm thanh, ánh sáng



Kỹ thuật set deal



Seeding (xử lý comment + hỗ trợ thanh + set up sản phẩm)



55

03

VI PHẠM THƯỜNG GẶP TRONG LIVESTREAM

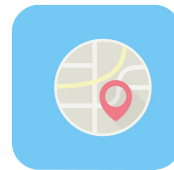


1. Chuyển hướng lưu lượng

Chuyển hướng lưu lượng truy cập xảy ra khi người bán hoặc nhà sáng tạo đưa ra các **liên kết, mã QR, thông tin tham khảo hoặc “lời kêu gọi hành động”** khuyến khích người dùng rời khỏi TikTok Shop (hoặc chuyển hướng họ đến các nền tảng khác).



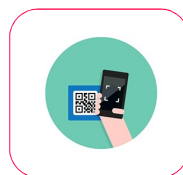
Số điện thoại



Địa chỉ
(vd: Địa chỉ cửa hàng, địa chỉ nhà)



Website



QR code



Bên thứ 3: nền tảng thứ 3 & thông tin chuyển hướng khác

57

2. Nội dung 'Xuất hiện Thông tin Nhận dạng Cá nhân/ Dữ liệu Cá nhân'

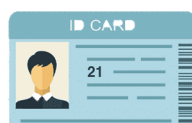


Thông tin liên hệ hoặc thông tin cá nhân không công khai, chẳng hạn như: số điện thoại, địa chỉ nhà

Thông tin đăng nhập, chẳng hạn như tên người dùng/ tên đăng nhập hoặc địa chỉ email, mật khẩu



Thông tin thanh toán nhạy cảm, chẳng hạn như số tài khoản ngân hàng, số thẻ tín dụng, CVV, thông tin/ số tài khoản ví điện tử



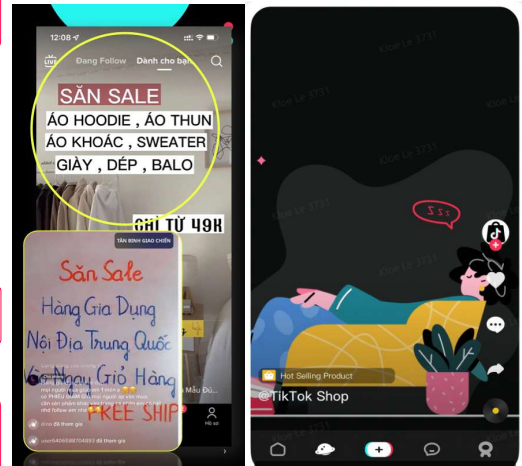
Giấy tờ tùy thân, chẳng hạn như số CMND/ CCCD, số bảo hiểm y tế, bằng lái xe, hộ chiếu, giấy khai sinh

58

3. Nội dung “Khung hình tĩnh”

- Tránh hình ảnh tĩnh hoặc cảnh tĩnh trên các Livestream
- Sử dụng hình tĩnh trên livestream
- Tránh chỉ sử dụng các trang trình chiếu hoặc video trong các Livestream
- Ghép các hình ảnh làm video
- Không được tiến hành Livestream mà không có hoạt động trên màn hình, sự tương tác tích cực hoặc giới thiệu sản phẩm
- Rời màn hình livestream quá lâu
- Luôn tương tác với người xem trên livestream

LIVE có khung hình tĩnh và nhân vật chính không tương tác với người xem



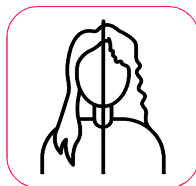
59

4. Thông tin về công dụng và tác dụng gây hiểu lầm



Mô tả về sản phẩm – KHÔNG NÊN

- Không nên tải lên nội dung cho thấy kết quả của tác dụng hoặc chức năng của sản phẩm trong một khoảng thời gian cụ thể.
- Không nên chứa giới hạn thời gian xác định nhằm chỉ ra thời gian mà sản phẩm sẽ có tác dụng.
- Ví dụ:
 - **1 tuần** sử dụng thảo dược này sẽ khiến da của bạn mịn màng hơn.
 - Trong **4 tuần sử dụng**, mỡ thừa sẽ giảm dần
- Không đưa ra những tuyên truyền hay sự so sánh “trước và sau” phóng đại về sản phẩm.
- Bao gồm nhưng không giới hạn ở các sản phẩm thảo dược, trà,...
- Ví dụ:
 - ‘Chúng đau dạ dày sẽ **hoàn toàn** biến mất sau khi sử dụng trà thảo dược này.’



60

CÔNG NGHỆ MỚI
DÙNG CHO SẢN XUẤT
SẢN PHẨM OCOP GIÁ
TRỊ CAO

TS. Phạm Châu Huỳnh
Trung tâm Công nghệ Sinh học Đà Nẵng
Số liên lạc: 0796655799
Email: pham.mse@gmail.com



I. SẢN PHẨM OCOP

- **Ý nghĩa:** Phát triển kinh tế nông thôn, nâng cao giá trị đặc sản địa phương, thúc đẩy thương hiệu Việt.
- **Thực trạng:** Nhiều sản phẩm đạt 3-4 sao, nhưng chất lượng chưa đồng đều, hạn chế xuất khẩu & TMĐT.
- **Triển vọng:** Đạt 5 sao, mở rộng thị trường quốc tế, tăng doanh thu qua công nghệ & liên kết chuỗi.
- **Thách thức:** Công nghệ lạc hậu, thiếu vốn đầu tư, cạnh tranh cao từ sản phẩm ngoại.



II. TRUNG TÂM CÔNG NGHỆ SINH HỌC ĐÀ NẴNG

Đồng hành cùng chủ thể OCOP,
SMEs, Start-up



DANANG BIOTECHNOLOGY CENTER

Address: Group 25, Hoa Tho Tay ward, Cam Le district, Da Nang city

Contact number: +84236 379 9767

E-Mail: Danabiotech@danang.gov.vn

Website: <https://dbc.danang.gov.vn/>



DANANG BIOTECHNOLOGY CENTER

+84236 379 9767 Danabiotech@danang.gov.vn <https://dbc.danang.gov.vn/>

DANANG BIOTECHNOLOGY CENTER

On the journey to become an R&D hub for South-Central Vietnam



ABOUT THE INSTITUTION

The Danang Biotechnology Center (DBC) is currently a state science and technology organization, established in 2010 by the People's Committee of Danang City. In 2020, our project "Upgrading the Danang center for Biotechnology into a Research and Development Institution for South - Central Vietnam region" was approved.



Core Values, Vision and Missions

Core Values

- Integrity
- Innovation
- Professionalism

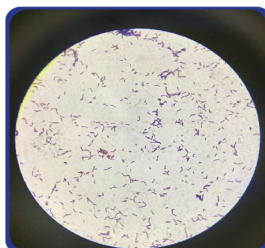


Missions

- Conduct cutting-edge scientific research and technological development (R&D) to address regional challenges.
- Translate scientific discoveries into practical applications that contribute to local economic growth and social well-being.
- Provide top-notch scientific and technological services to industry and government.
- Accelerate commercialization of new biotechnologies through technology transfer and spin-off creation.
- Incubate technology startups and foster entrepreneurship in the biotech sector.
- Train and develop the next generation of biotech talents.

Vision

- To become a national and regional center of excellence in biotechnology research, development, and innovation.



Active Fields & Facility

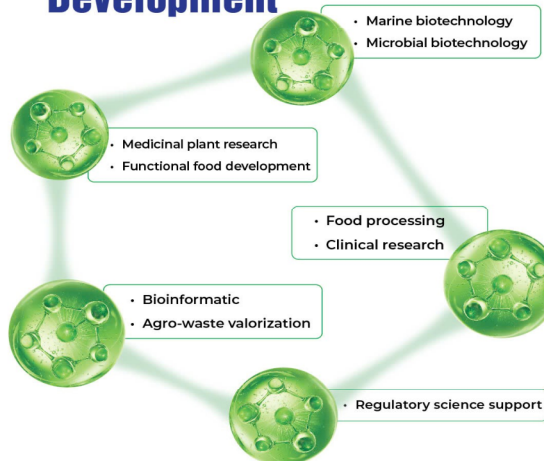
Focused Areas

- Medicinal & Medical Biotechnologies
- Advanced Sustainable Agriculture Biotechnology
- Aquatic & Marine Biotechnology
- Environmental Biotechnology

Laboratories & Pilot Factories in Service

- Plant Biotechnology Lab
- Microbiology Lab
- Applied Mycology Lab
- Food & Nutraceutical Biotech Lab
- Instrumental Analytics Lab
- Pilot factories (HACCP, ISO... standards)
- Greenhouse Systems and Mini-farms

R&D and Multidisciplinary Approaches for Regional Development



Through application-driven and multidisciplinary R&D, DBC aims to create high-value products from local bioresources, contributing to the socio-economic development of the region and boosting the domestic functional food and pharmaceutical industry.

Supporting Startup and Innovation Communities

- Technology Transfer
- Research Collaborations.
- Resource Access
- Incubation and Mentorship
- Networking and Partnerships
- Regulatory Guidance
- Market Validation
- Training and Workshops.
- Innovation Displays
- Ecosystem Cultivation



Technical Services and Commercialization

Services

- **Consultation and Expertise:** Providing specialized advisory services.
- **Analytical Services:** Offering testing, quality assessment, and characterization of biotechnological products.
- **Training and Workshops:** Conducting tailored sessions to upskill professionals.
- **Collaborative Research:** Partnering with academia, industry, and research institutions.
- **Regulatory Assistance:** Navigating regulatory landscapes for compliance.
- **Innovation Assessment:** Evaluating research outcomes for commercial potential.
- **IP Protection:** Developing strategies for safeguarding innovations.
- **Business Development:** Connecting startups with investors and markets.
- **Licensing and Partnerships:** Seeking partnerships and licensing agreements.

Commercial Production

- **Scale-Up Services:** Supporting lab-scale innovations to production-ready solutions.
- **Biomanufacturing:** Engaging in biomanufacturing of biopharmaceuticals, enzymes, and bio-based materials.
- **Prototyping and Pilot Runs:** Creating initial batches of products for validation.
- **Quality Control:** Ensuring biotechnological products meet industry standards.
- **Commercial Product Launch:** Assisting in launching products into the market.



DANANG BIOHUB INCUBATION PROGRAM

Introduction:

- A pioneering Initiative by the Danang Biotechnology Center (DBC) & Swiss Entrepreneurship Program (Swiss EP) Vietnam.
- Combining advanced R&D Infrastructure with international expertise to support startups in biotechnology, green economy, and digital technology.
- Goal: To build a leading biotech startup ecosystem in Southeast Asia.

Focus Areas:

- Advanced biotechnology & high-value products
- Smart & sustainable agriculture
- Marine biotechnology & blue economy
- Circular economy & environmental technology
- AI & digital technology applications



Modern Infrastructure:

- \$30 million investment in upgrading the 8-hectare R&D zone.
- Advanced laboratories, GMP-compliant pilot production facilities.
- 1500m² smart greenhouse, 40,000m² experimental area.
- AI research center for biotech applications.

Program Structure:

- Pre-Incubation (1 month): Orientation & opportunity assessment.
- Main Incubation (6-12 months): Product development, business model, fundraising support.
- Post-Incubation (12 months): Scaling up, investor connections.

Services & Support:

- Personalized mentoring with international experts.
- Training in technical skills, business, AI, and blockchain for biotech.
- Access to state-of-the-art labs & GMP-compliant pilot production.
- Market Access Booster: International market expansion support.
- Legal support & intellectual property protection.
- Connections to investment funds & international startup networks.

International Collaborations

Joint R&D Projects: Collaborating on pre-competitive and translational research projects of mutual interest.

Visiting Scientist Exchange: Hosting visiting researchers and sending staff for overseas training and research attachments.

Co-development Partnerships: Jointly developing new technologies and products for commercialization.

International Consortia: Participating in multi-national research networks and consortia.

Contract Research Outsourcing: Providing contract research services for international biotech and pharma companies.

Technology Out-licensing: Licensing DBC's technologies and IP to global partners for commercialization.



III. CÔNG NGHỆ MỚI CHO SẢN PHẨM OCOP

1. CÔNG NGHỆ SẤY LẠNH

- Nguyên lý: Không khí lạnh & khô loại bỏ nước, giữ hương vị, màu sắc, dinh dưỡng.
- Ứng dụng: Tỏi, chuối, nghệ (bột, snack)...
- Ưu điểm: Giữ giá trị dinh dưỡng, ít đổi màu/hương vị.
- Nhược điểm: Thời gian sấy dài, chi phí đầu tư cao.



2. CÔNG NGHỆ CHÂN KHÔNG

- Nguyên lý: Loại bỏ nước ở áp suất thấp (chân không), giảm nhiệt độ sôi, bảo vệ chất lượng nguyên liệu.
- Ứng dụng: Nước ép chuối Ngự, nước cốt dừa, mật mía, siro thảo mộc...
- Ưu điểm: Giữ hương vị tự nhiên, tăng độ đậm đặc, phù hợp OCAP 4-5 sao.
- Nhược điểm: Chi phí đầu tư máy móc cao, cần kỹ thuật vận hành.



3.SẤY CHÂN KHÔNG

- Nguyên lý: Sấy khô ở áp suất thấp (chân không), giảm nhiệt độ sôi của nước, bảo toàn chất lượng.
- Ứng dụng: Tỏi đen, chuối sấy dẻo, trà thảo mộc, yến sào...
- Ưu điểm: Giữ hương vị, dinh dưỡng & màu sắc, phù hợp sản phẩm OCOP cao cấp.
- Nhược điểm: Chi phí thiết bị cao, thời gian sấy dài hơn sấy nhiệt.



4. BAO GÓI MAP

- Nguyên lý: Kiểm soát khí trong bao bì, kéo dài hạn sử dụng.
- Ứng dụng: Tỏi tươi, chả cá, rau quả...
- Ưu điểm: Giảm chi phí làm lạnh, tăng khả năng vận chuyển.
- Nhược điểm: Chi phí bao bì & máy cao.



5. CHIẾU XẠ

- Nguyên lý: Dùng tia gamma diệt vi sinh vật & côn trùng.
- Ứng dụng: Tỏi tươi, nước mắm, bột nghệ xuất khẩu...
- Ưu điểm: Loại bỏ vi sinh vật, tăng thời gian bảo quản.
- Nhược điểm: Chi phí vận chuyển đến trung tâm chiếu xạ.



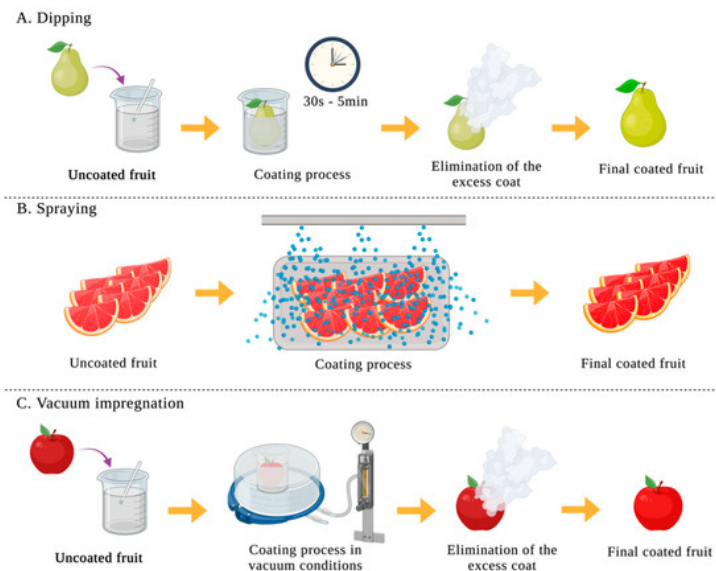
6. ĐÔNG KHÔ

- Nguyên lý: Đông lạnh & thăng hoa trong chân không.
- Ứng dụng: Yến sào ăn liền, snack gà, khô bò...
- Ưu điểm: Bảo quản nhiều năm, giữ tối ưu hương vị & dinh dưỡng.
- Nhược điểm: Chi phí đầu tư & vận hành cao.



7. MÀNG PHỦ SINH HỌC

- Nguyên lý: Tạo lớp bảo vệ từ chitosan, tinh bột, protein...
- Ứng dụng: Tỏi, bưởi, chuối sấy dẻo...
- Ưu điểm: Giảm hư hỏng do vi khuẩn, thân thiện môi trường.
- Nhược điểm: Hiệu quả phụ thuộc nguyên liệu ban đầu.



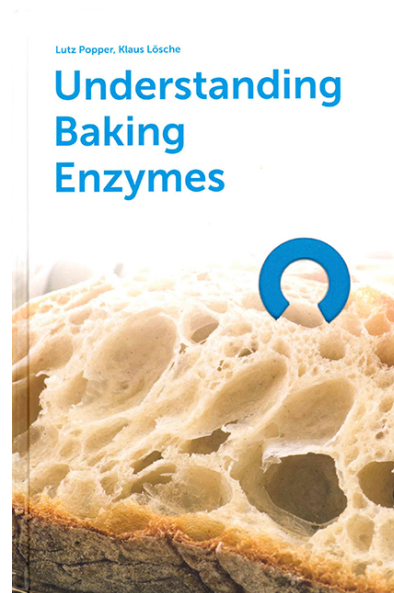
8. SẤY PHUN

- Nguyên lý: Phun sương nguyên liệu lỏng thành bột mịn.
- Ứng dụng: Bột nghệ, bột gừng, bột chuối dinh dưỡng...
- Ưu điểm: Tạo bột mịn, bảo quản lâu dài.
- Nhược điểm: Mất một phần hương vị do nhiệt cao.



9. CHẾ BIẾN SÂU BẰNG ENZYME

- Nguyên lý: Dùng enzyme rút ngắn thời gian chế biến hoặc tăng chất lượng sản phẩm.
- Ứng dụng: Nước quả, bánh mỳ, nước mắm...
- Ưu điểm: Giảm thời gian sản xuất, tăng giá trị sản phẩm.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát điều kiện sản xuất.

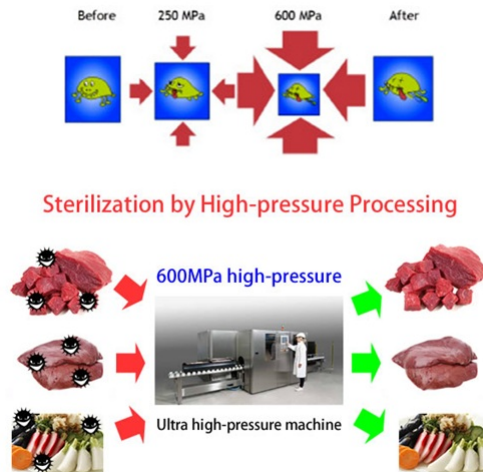


10. BAO BÌ THÔNG MINH

- Nguyên lý: Nhãn đổi màu, mã QR kiểm soát độ tươi & truy xuất...
- Ứng dụng: Chả cá, tỏi, khô gà...
- Ưu điểm: Giảm hàng hư hỏng, tăng giá trị sản phẩm.
- Nhược điểm: Chi phí nhãn cao hơn bao bì thường.



11. XỬ LÝ ÁP SUẤT CAO (HPP)



- Nguyên lý: Áp suất cao diệt vi sinh vật không cần nhiệt.
- Ứng dụng: Nước mắt, nước yến, nước ép chuối...
- Ưu điểm: Giữ hương vị & dinh dưỡng, đạt chuẩn xuất khẩu.
- Nhược điểm: Chi phí đầu tư hoặc thuê dịch vụ cao.

12. HỆ THỐNG IoT GIÁM SÁT CHUỖI LẠNH

- Nguyên lý: Cảm biến thông minh theo dõi nhiệt độ & độ ẩm thực tế.
- Ứng dụng: Yến sào, chả cá, cá nục xuất khẩu...
- Ưu điểm: Giảm rủi ro hư hỏng, tăng độ tin cậy.
- Nhược điểm: Cần kết nối Internet ổn định.



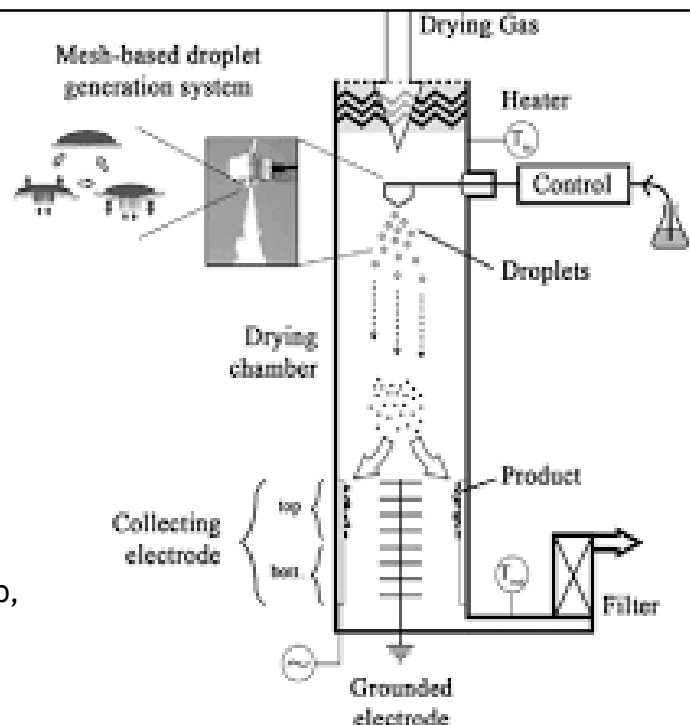
13. CÔNG NGHỆ LÊN MEN KIỂM SOÁT

- Nguyên lý: Vi sinh vật chọn lọc, điều kiện tối ưu tạo sản phẩm ổn định.
- Ứng dụng: Nước mắm, tương ớt, rượu men lá...
- Ưu điểm: Giảm sản phẩm lỗi, tăng giá trị bán.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát nhiệt độ & pH chặt chẽ.



14. NANO-ENCAPSULATION

- Nguyên lý: Vi nang hóa hợp chất hoạt tính bằng công nghệ nano.
- Ứng dụng: Tỏi đen, tinh dầu quế, đông trùng hạ thảo...
- Ưu điểm: Tăng hấp thụ dinh dưỡng, bảo vệ hương vị.
- Nhược điểm: Công nghệ phức tạp, chi phí cao.



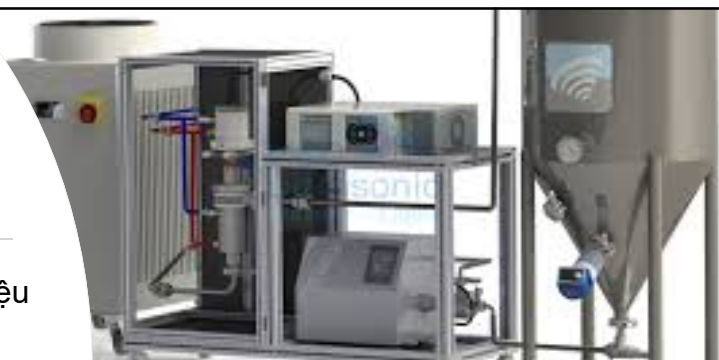
15. MÁY SẤY NĂNG LƯỢNG MẶT TRỜI KẾT HỢP BƠM NHIỆT

- Nguyên lý: Kết hợp năng lượng mặt trời & bơm nhiệt để sấy khô nông sản.
- Ứng dụng: Chuối, nghệ, gừng khô...
- Ưu điểm: Tiết kiệm điện, giữ màu sắc tự nhiên.
- Nhược điểm: Hiệu quả giảm khi mưa liên tục.



16. CHIẾT XUẤT SIÊU ÂM

- Nguyên lý: Sóng siêu âm tăng hiệu suất chiết xuất hợp chất từ dược liệu.
- Ứng dụng: Tinh dầu quế, trà thảo mộc, đông trùng hạ thảo...
- Ưu điểm: Tăng hiệu suất chiết xuất, rút ngắn thời gian.
- Nhược điểm: Chi phí thiết bị cao, cần kỹ thuật viên.



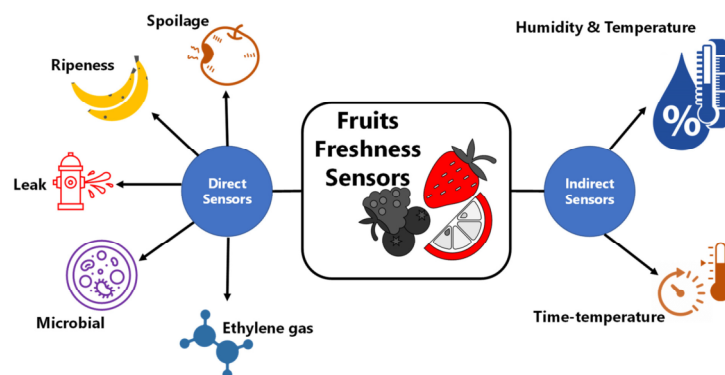
17. HỆ THỐNG TRUY XUẤT NGUỒN GỐC BLOCKCHAIN

- Nguyên lý: Lưu trữ thông tin sản phẩm trên nền tảng sổ minh bạch.
- Ứng dụng: Tỏi, nước mắm, yến sào...
- Ưu điểm: Tăng độ tin cậy, giảm hàng giả.
- Nhược điểm: Cần kết nối Internet & đào tạo sử dụng.



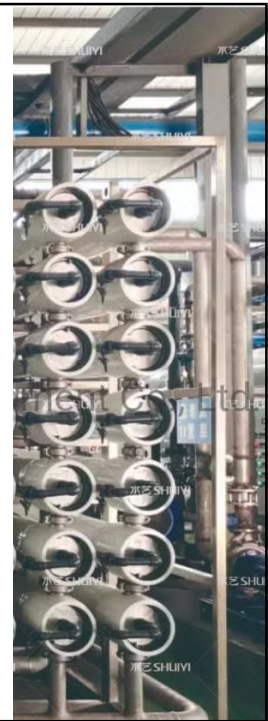
18. CẢM BIẾN THÔNG MINH

- Nguyên lý: Đo độ chín, hư hỏng & chất lượng nông sản.
- Ứng dụng: Bưởi da xanh, chả cá, chuối Ngự...
- Ưu điểm: Giảm hao hụt, tối ưu thời gian thu hoạch/bán.
- Nhược điểm: Chi phí cảm biến cao.



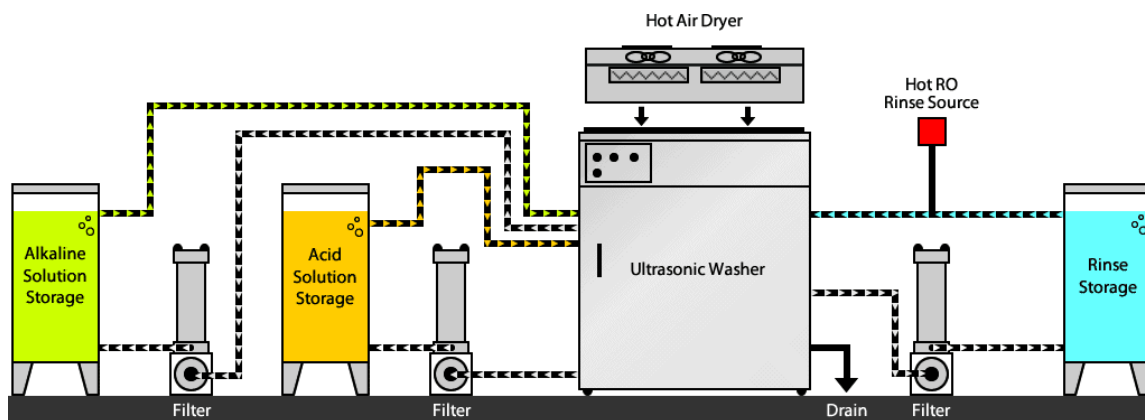
19. LỌC MÀNG NANO

- Nguyên lý: Cô đặc & tinh chế nước ép, nước cốt bằng màng có lỗ lọc siêu nhỏ.
- Ứng dụng: Nước ép chuối Ngự, nước cốt dừa, nước yến...
- Ưu điểm: Tăng chất lượng, giữ hương vị, loại bỏ vi khuẩn.
- Nhược điểm: Chi phí màng & máy cao.



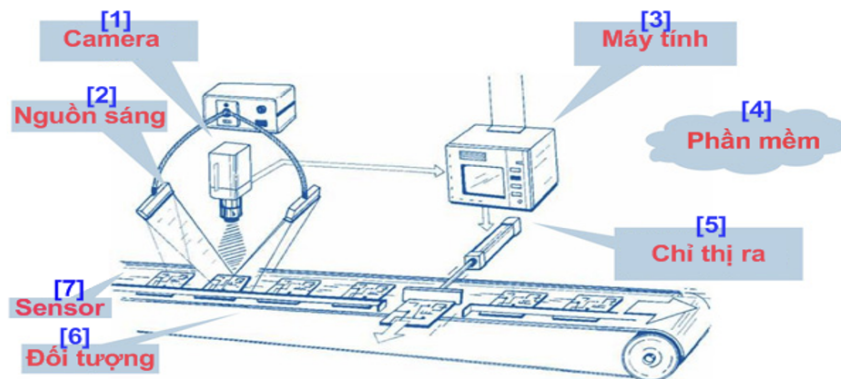
20. CÔNG NGHỆ SIÊU ÂM TRONG VỆ SINH THIẾT BỊ

- Nguyên lý: Sóng siêu âm làm sạch thiết bị chế biến.
- Ứng dụng: Nước mắm, tỏi đen, chả cá.
- Ưu điểm: Giảm hóa chất, loại bỏ vi khuẩn hiệu quả.
- Nhược điểm: Không hiệu quả với vết bẩn cứng đầu.



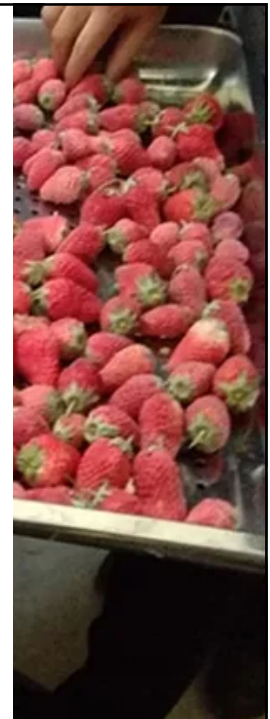
21. HỆ THỐNG PHÂN LOẠI QUANG HỌC TỰ ĐỘNG

- Nguyên lý: Camera & AI phân loại nông sản theo kích thước, màu sắc.
- Ứng dụng: Tỏi, bưởi da xanh, chuối Ngự...
- Ưu điểm: Tăng hiệu quả sản xuất, giảm nhân công.
- Nhược điểm: Chi phí đầu tư cao.



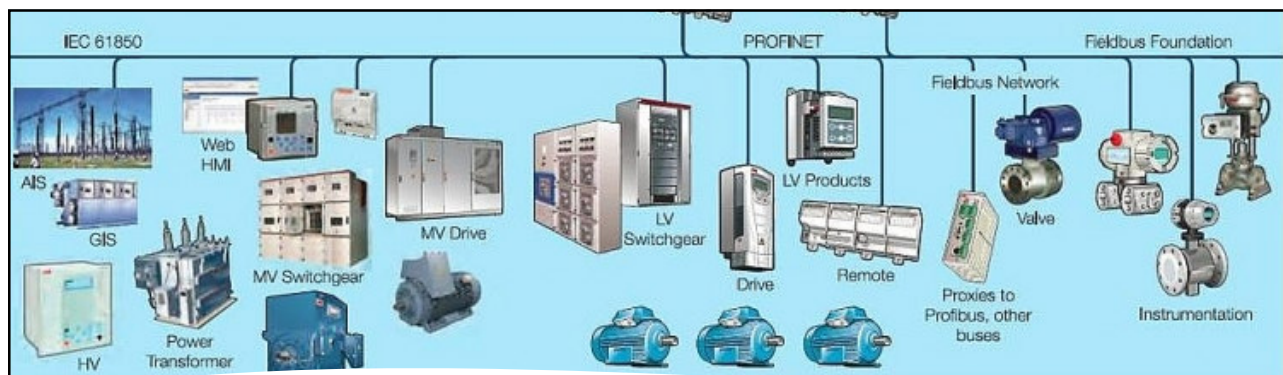
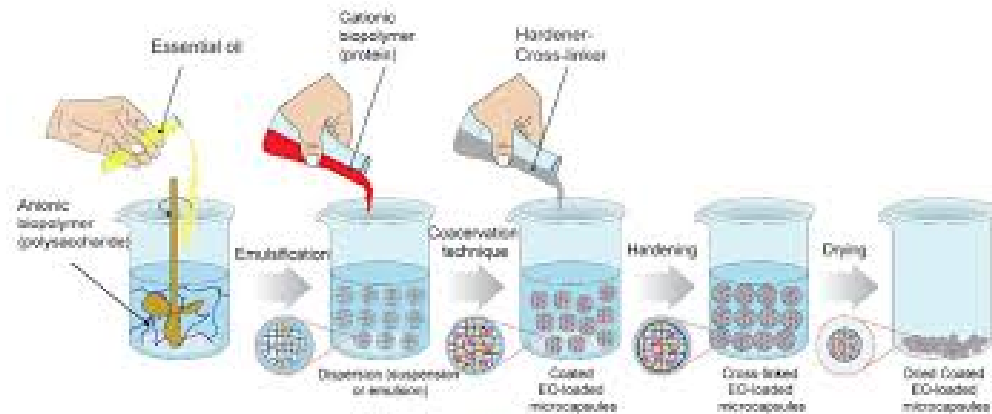
22. ĐÔNG LẠNH IQF

- Nguyên lý: Đông lạnh riêng từng miếng ở -40°C .
- Ứng dụng: Quả cây, yến sào, cá nục, gà kiến...
- Ưu điểm: Bảo tồn chất lượng, không mất nước.
- Nhược điểm: Chi phí máy & kho lạnh cao.



23. VI NANG HÓA HƯƠNG LIỆU

- Nguyên lý: Bảo vệ & kiểm soát giải phóng mùi hương.
- Ứng dụng: Tinh dầu quế, chiết xuất gừng...
- Ưu điểm: Tăng thời gian lưu hương.
- Nhược điểm: Chi phí vi nang cao.



24. HỆ THỐNG KIỂM SOÁT NĂNG LƯỢNG TÍCH HỢP

- Nguyên lý: Tối ưu hóa năng lượng trong sản xuất.
- Ứng dụng: Chuối Ngự, nước mắm, yến sào...
- Ưu điểm: Giảm chi phí năng lượng, tăng hiệu quả sản xuất.
- Nhược điểm: Chi phí lắp đặt ban đầu cao.

25. CÔNG NGHỆ TẠO HÌNH 3D THỰC PHẨM

- Nguyên lý: Máy in 3D tạo hình thực phẩm từ nguyên liệu.
- Ứng dụng: Bánh kẹo, thực phẩm chức năng, đồ trang trí...
- Ưu điểm: Sản phẩm độc đáo, tăng giá trị thẩm mỹ.
- Nhược điểm: Chi phí đầu tư cao, cần nguyên liệu đặc biệt.



26. CÔNG NGHỆ TÁCH CHIẾT BẰNG CO₂ SIÊU TỎI HẠN

- Nguyên lý: Dùng CO₂ siêu tới hạn chiết xuất hợp chất từ thực vật.
- Ứng dụng: Tinh dầu, hoạt chất từ trà, cà phê, thảo dược...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, giữ nguyên hương vị & chất lượng.
- Nhược điểm: Chi phí thiết bị cao, cần kỹ thuật viên.



Dầu gừng nguyên chất, tinh dầu gừng, chiết xuất bằng CO₂ siêu tới hạn,

27. CÔNG NGHỆ TẠO MÀNG SINH HỌC TỰ PHÂN HỦY

- Nguyên lý: Tạo màng bảo quản từ tinh bột, protein, chitosan.
- Ứng dụng: Bảo quản rau củ quả, thực phẩm tươi sống, bánh kẹo...
- Ưu điểm: Thân thiện môi trường, giảm bao bì nhựa.
- Nhược điểm: Hiệu quả phụ thuộc chất lượng nguyên liệu.



28. CÔNG NGHỆ TẠO HẠT NANO DINH DƯỠNG

- Nguyên lý: Bao bọc chất dinh dưỡng trong hạt nano để tăng hấp thụ.
- Ứng dụng: Thực phẩm chức năng, đồ uống dinh dưỡng.
- Ưu điểm: Tăng khả năng hấp thụ, bảo vệ chất dinh dưỡng.
- Nhược điểm: Công nghệ phức tạp, chi phí cao.

IN:FOOD  GlobalData. Facebook Twitter LinkedIn YouTube Instagram

Nutrition goes nano: the future of vitamin delivery

A new statement from the Institute of Food Science and Technology has revealed how nanotechnology could transform food with nano-encapsulated vitamins. Callum Tyndall finds out what the development of nanomaterials could mean for the future of nutrition.

↓



29. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ GIÒN TỰ NHIÊN



- Nguyên lý: Phương pháp tự nhiên tạo độ giòn cho sản phẩm.
- Ứng dụng: Snack, bánh giòn, đồ ăn vặt...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tạo cấu trúc giòn tan.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.

30. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ MỀM TỰ NHIÊN

- Nguyên lý: Phương pháp tự nhiên tạo độ mềm cho sản phẩm.
- Ứng dụng: Bột dẻo, bánh dẻo, thực phẩm cho người già...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tạo cấu trúc mềm dẻo.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.



31. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ BÓNG TỰ NHIÊN

- Nguyên lý: Phương pháp tự nhiên tạo độ bóng cho sản phẩm.
- Ứng dụng: Kẹo, bánh, đồ tráng miệng...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tăng thẩm mỹ.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.



32. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ MỊN TỰ NHIÊN

- Nguyên lý: Phương pháp tự nhiên tạo độ mịn cho sản phẩm.
- Ứng dụng: Kem, đồ uống, đồ tráng miệng.
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tạo cấu trúc mịn màng.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.



33. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ ĐẶC TỰ NHIÊN

- Nguyên lý: Dùng tinh bột, pectin tự nhiên... tạo độ đặc.
- Ứng dụng: Nước sốt, đồ uống, đồ tráng miệng...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tạo độ đặc tự nhiên.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.



34. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ TRONG TỰ NHIÊN

- Nguyên lý: Phương pháp tự nhiên làm trong sản phẩm.
- Ứng dụng: Nước ép, đồ uống, rượu...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tạo độ trong tự nhiên.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.



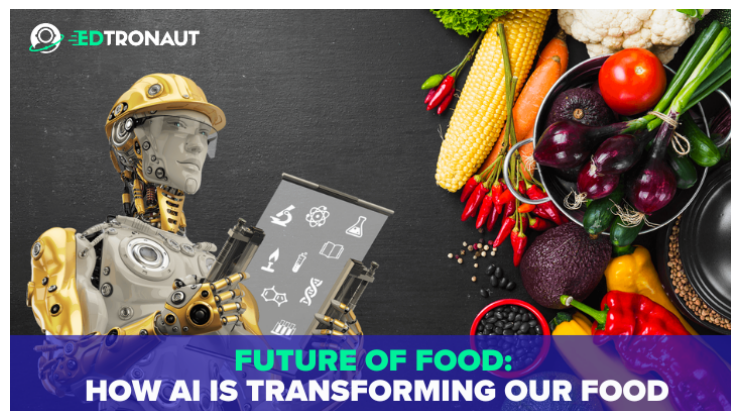
35. CÔNG NGHỆ TẠO ĐỘ ĐỤC TỰ NHIÊN

- Nguyên lý: Phương pháp tự nhiên tạo độ đục cho sản phẩm.
- Ứng dụng: Nước ép, đồ uống...
- Ưu điểm: Không dùng hóa chất, tạo độ đục tự nhiên.
- Nhược điểm: Cần kiểm soát quy trình chặt chẽ.



36. TRÍ TUỆ NHÂN TẠO (AI)

- Nguyên lý: Sử dụng thuật toán học máy & dữ liệu lớn để tự động hóa, phân tích và tối ưu hóa quy trình.
- Ứng dụng: Phân loại tỏi Lý Sơn, dự đoán nhu cầu thị trường, quản lý chuỗi cung ứng OCOP...
- Ưu điểm: Tăng hiệu quả sản xuất, giảm chi phí, nâng cao chất lượng & tiếp cận khách hàng.
- Nhược điểm: Chi phí đầu tư ban đầu cao, cần đào tạo nhân lực sử dụng.



CẢM ƠN QUÝ VỊ!

