

# TÀI LIỆU

## TẬP HUẤN



# ÁP DỤNG CÔNG NGHỆ NHẪM THÚC ĐẨY ĐỔI MỚI, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP



Quét mã QR  
tải tài liệu



OCOP  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM


Đà Nẵng, tháng 4 năm 2025

# Mục lục

<b>A. Tổng quan chung về Chương trình OCOP, những điểm sáng của sản phẩm OCOP năm 2024</b>	<b>1</b>
I. Nội dung chương trình OCOP	2
1. Quan điểm	2
2. Mục tiêu	2
3. Phạm vi, đối tượng và yêu cầu thực hiện	3
4. Nội dung và nhiệm vụ trọng tâm	4
5. Nguồn vốn và cơ cấu huy động vốn	7
6. Giải pháp thực hiện Chương trình	8
II. Tổ chức thực hiện	11
1. Trách nhiệm của các bộ, ngành trung ương	11
2. Trách nhiệm của các địa phương	14
3. Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội nghề nghiệp:	15
4. Các trường, viện, tổ chức nghiên cứu, tư vấn:	15
III. Hướng dẫn thực hiện chương trình mỗi xã một sản phẩm (Ocop) giai đoạn 2021-2025	16
1. Rà soát, ban hành kế hoạch triển khai Chương trình	16
2. Tiếp tục đa dạng hóa công tác thông tin, tuyên truyền về giá trị, lợi ích của việc phát triển sản phẩm OCOP, trong đó chú trọng một số nội dung sau:	16
3. Tổ chức triển khai Chu trình OCOP linh hoạt, phù hợp với điều kiện của từng địa phương	17
4. Nâng cao chất lượng sản phẩm và thương hiệu OCOP	18
5. Tổ chức hoạt động quảng bá, nâng cao hình ảnh, thương hiệu sản phẩm OCOP gắn với các hoạt động hiệu quả, thiết thực	18
6. Bố trí và huy động nguồn vốn triển khai Chương trình	19
IV. Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP	19
1. Nội dung quyết định số 148/QĐ-TTG	19
2. Phụ lục 1 - danh mục phân loại sản phẩm trình tham gia chương trình mỗi xã một sản phẩm – OCOP	21
3. Phụ lục 2 - quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Ocop	23
V. Những điểm sáng đáng chú ý của chương trình OCOP Việt Nam năm 2024	31
1. Sự phát triển về số lượng và chất lượng sản phẩm	31
2. Phát triển kênh tiêu thụ và xúc tiến thương mại	32
3. Đóng góp cho phát triển nông thôn	32
4. Đánh giá và chứng nhận cấp quốc gia	32

<b>B. Đổi mới sáng tạo công nghệ bảo quản chế biến nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP</b>	<b>34</b>
Mở đầu	35
I. Giới thiệu chương trình ocop và vai trò đổi mới sáng tạo	36
II. Đổi mới sáng tạo trong công nghệ bảo quản chế biến nâng cao chất lượng sản phẩm ocop	36
1. Công nghệ tự động hóa và IOT trong bảo quản sản phẩm OCOP	36
2. Công nghệ bảo quản lạnh và chuỗi cung ứng lạnh trong	38
3. Công nghệ đóng gói thông minh	40
4. Công nghệ hiện đại trong chế biến một số sản phẩm OCOP	43
5. Các công nghệ sấy tiên tiến trong bảo quản và chế biến sản phẩm OCOP	44
6. Các công nghệ hiện đại trong bảo quản sản phẩm OCOP	50
III. Giới thiệu một số mô hình ứng dụng công nghệ sơ chế bảo quản qua mã QR	56
Danh sách mô hình tiêu biểu:	56
<b>C. Một số kiến thức về an toàn thực phẩm trong phát triển các sản phẩm OCOP</b>	<b>58</b>
I. Nhóm các sản phẩm OCOP ngành thực phẩm và đồ uống	59
1. Ngành thực phẩm	59
2. Ngành đồ uống	59
II. Các chỉ tiêu chất lượng chính trong sản phẩm OCOP	59
III. Thực hiện các tiêu chí chất lượng, ATTP trong sản phẩm OCOP	59
1. Chỉ tiêu cảm quan:	60
2. Tính độc đáo:	60
3. Công bố chất lượng sản phẩm	60
4. Đảm bảo chất lượng sản phẩm:	60
IV. Tổ chức quản lý sản phẩm và chất lượng sản phẩm OCOP	60
1. Tự quản lý, kiểm soát của các chủ thể	61
2. Kiểm soát từ cộng đồng	61
V. Hướng dẫn công bố tiêu chuẩn, quy chuẩn và thủ tục cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện an toàn thực phẩm	62
1. Một số khái niệm:	62
2. Công bố Tiêu chuẩn cơ sở (TCCS)	63
3. Công bố hợp chuẩn	63
4. Công bố hợp quy	64
5. Thủ tục cấp giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện an toàn thực phẩm	65
VI. Đảm bảo an toàn thực phẩm tại các cơ sở sản xuất, chế biến thực phẩm	66
1. Điều kiện bảo đảm an toàn thực phẩm	66
2. Phương pháp bảo đảm an toàn thực phẩm	67

3. Thực hành tốt vệ sinh an toàn thực phẩm	68
<b>D. Kỹ năng quảng bá và bán sản phẩm OCOP trên nền tảng thương mại điện tử (TikTok)</b>	<b>70</b>
I. Phát triển thương mại điện tử hàng nông sản tại Việt Nam	71
1. Giới thiệu	71
2. Khung chính sách phát triển thương mại điện tử	71
3. Thực trạng phát triển thương mại điện tử hàng nông sản	71
4. Nhu cầu của người tiêu dùng và doanh nghiệp	72
5. Giải pháp phát triển thương mại điện tử hàng nông sản	72
II. Kỹ Năng Bán Hàng Trên TikTok Shop	73
1. Khái quát về thương mại điện tử và tiktok shop	73
2. Xây dựng kênh tiktok shop	75
3. Sáng tạo nội dung và quảng bá sản phẩm	77
4. Livestream bán hàng trên tiktok shop	78
5. Quản lý sản phẩm và đơn hàng	80
6. Các khoản phí và khuyến mãi	82
7. Các lỗi thường gặp và cách khắc phục	83
<b>E. Phát triển chuỗi giá trị sản phẩm OCOP gắn với vùng nguyên liệu địa phương</b>	<b>86</b>
I. Giới thiệu về chuỗi giá trị	87
II. Mục đích xây dựng liên kết chuỗi giá trị	88
III. Các hình thức liên kết chuỗi giá trị	88
IV. Một số mô hình liên kết chuỗi giá trị	89
1. Mô hình 1: Doanh nghiệp + HTX/tổ nhóm/nông dân	89
2. Mô hình 2: Doanh nghiệp + Đại lý/thương lái + Hộ sản xuất/tổ nhóm	90
3. Mô hình 3: HTX/Tổ nhóm tự tổ chức sản xuất hoặc tiêu thụ	90
4. Mô hình 4: Cơ sở thương mại + HTX/Tổ nhóm/hộ gia đình	90
V. Hướng dẫn quy trình triển khai hoạt động phát triển liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị	91
1. Lập và phê duyệt danh mục các dự án liên kết	91
2. Hồ sơ và trình tự thủ tục hỗ trợ liên kết	91
VI. Chính sách hỗ trợ phát triển liên kết theo chuỗi giá trị trong nông nghiệp	93
1. Điều kiện được hỗ trợ	93
2. Đối tượng được hỗ trợ	93
3. Nội dung hỗ trợ	94
<b>G. Tài liệu trình chiếu tại hội thảo</b>	<b>95</b>



**A. Tổng quan  
chung về  
Chương trình  
OCOP, những  
điểm sáng của  
sản phẩm  
OCOP năm  
2024**

# I. Nội dung chương trình OCOP

Ban hành tại Quyết định số: 919/QĐ-TTg ngày 01 tháng 8 năm 2022

## 1. Quan điểm

a) Chương trình OCOP là chương trình trọng tâm phát triển kinh tế khu vực nông thôn theo hướng phát huy nội lực và gia tăng giá trị; là giải pháp và nhiệm vụ quan trọng trong thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia (MTQG) xây dựng nông thôn mới (NTM) giai đoạn 2021 - 2025; xây dựng NTM đi vào chiều sâu, hiệu quả và bền vững.

b) Phát triển sản phẩm OCOP có thương hiệu, theo chuỗi giá trị dựa trên thế mạnh, lợi thế về nguyên liệu địa phương, văn hóa và tri thức bản địa, đặc biệt là các đặc sản, sản vật, sản phẩm làng nghề và dịch vụ du lịch của làng, xã, cộng đồng theo hướng kinh tế tuần hoàn, bảo đảm hệ sinh thái bền vững.

c) Phát huy tính chủ động, sáng tạo, tinh thần hợp tác của các chủ thể và cộng đồng để phát triển sản phẩm OCOP, đáp ứng yêu cầu của thị trường, gắn với mục tiêu tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân, bảo tồn cảnh quan, văn hóa truyền thống, đặc biệt ở vùng miền núi, đồng bào dân tộc khó khăn.

d) Phát triển các hình thức tổ chức sản xuất, ưu tiên củng cố, kiện toàn và phát triển các hợp tác xã nông nghiệp hoạt động hiệu quả, phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa gắn với phát triển dịch vụ và ngành nghề ở nông thôn.

đ) Phát huy vai trò của hệ thống chính trị, các ngành, các cấp, đặc biệt là cấp xã trong triển khai Chương trình OCOP, trong đó: Nhà nước giữ vai trò kiến tạo, ban hành cơ chế, chính sách thực hiện định hướng phát triển trực sản phẩm đặc sản địa phương, tạo các vùng nguyên liệu để sản xuất hàng hóa, phát triển dịch vụ; tăng cường quản lý và giám sát tiêu chuẩn, chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm; hỗ trợ: tín dụng, đào tạo, tập huấn, hướng dẫn kỹ thuật, ứng dụng khoa học công nghệ, xây dựng thương hiệu, bảo hộ sở hữu trí tuệ, xúc tiến thương mại và quảng bá sản phẩm OCOP.

## 2. Mục tiêu

a) Mục tiêu tổng quát: Phát triển sản phẩm OCOP nhằm khơi dậy tiềm năng, lợi thế khu vực nông thôn nhằm nâng cao thu nhập cho người dân; góp phần tiếp tục cơ cấu lại ngành nông nghiệp gắn với phát triển tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề, dịch vụ và du lịch nông thôn; thúc đẩy kinh tế nông thôn phát triển bền vững, trên cơ sở tăng cường ứng dụng chuyển đổi số và kinh tế tuần hoàn, bảo tồn các giá trị văn hóa, quản lý tài nguyên, bảo tồn đa dạng sinh học, cảnh quan và môi trường nông thôn, góp phần xây dựng NTM đi vào chiều sâu, hiệu quả và bền vững.

b) Mục tiêu cụ thể

- Đến năm 2025, phân đầu ít nhất 10.000 sản phẩm OCOP được công nhận đạt từ 3 sao trở lên, trong đó có khoảng 400 - 500 sản phẩm OCOP đạt 5 sao.

- Củng cố và nâng cấp ít nhất 50% sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân

hạng; ưu tiên phát triển sản phẩm OCOP gắn với thương hiệu sản phẩm, phát triển dịch vụ du lịch nông thôn.

- Ưu tiên phát triển các HTX, doanh nghiệp nhỏ và vừa, phần đầu ít nhất có 40% chủ thể OCOP là hợp tác xã, 30% chủ thể là doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Có ít nhất 30% các chủ thể OCOP xây dựng được chuỗi giá trị theo hướng kinh tế tuần hoàn, OCOP xanh gắn với vùng nguyên liệu ổn định; trong đó ưu tiên các sản phẩm OCOP đã được đánh giá và phân hạng.

- Có ít nhất 50% làng nghề truyền thống có sản phẩm OCOP, góp phần bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống.

- Tỷ lệ lao động được đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ phù hợp làm việc tại các chủ thể OCOP đạt tối thiểu 20%; phần đầu có ít nhất 40% chủ thể OCOP là nữ, ít nhất 20% chủ thể OCOP là người dân tộc thiểu số điều hành hoạt động sản xuất, kinh doanh.

- Có ít nhất 50% chủ thể OCOP tham gia vào các kênh bán hàng hiện đại (hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi, sàn giao dịch thương mại điện tử...); phần đầu mỗi tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương có 01 điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP.

- Diễn đàn hợp tác quốc tế mỗi làng/xã một sản phẩm được tổ chức ít nhất 1 lần/năm nhằm nâng cao và khẳng định thương hiệu OCOP Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế.

### **3. Phạm vi, đối tượng và yêu cầu thực hiện**

#### **a) Phạm vi thực hiện**

- Phạm vi về không gian: Chương trình OCOP được triển khai trên địa bàn nông thôn cả nước. Các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương căn cứ vào điều kiện thực tế chủ động tổ chức triển khai phù hợp ở khu vực đô thị.

- Phạm vi về thời gian: Chương trình OCOP được triển khai thực hiện đến hết năm 2025.

#### **b) Đối tượng thực hiện**

- Chủ thể thực hiện: Các hợp tác xã, tổ hợp tác, doanh nghiệp nhỏ và vừa, trang trại và hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh. Đối với nhóm sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch, chủ thể, bao gồm: Các đối tượng trên và các hội/hiệp hội, Trung tâm điều hành hoặc tổ chức tương đương.

- Sản phẩm: Gồm các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ du lịch có nguồn gốc địa phương, có đặc trưng về giá trị văn hóa, lợi thế của địa phương; đặc biệt là các sản phẩm đặc sản vùng miền, sản phẩm làng nghề, dịch vụ du lịch dựa trên các thế mạnh, lợi thế về điều kiện tự nhiên, nguồn nguyên liệu, tri thức và văn hóa bản địa.

Sản phẩm được phân theo 6 nhóm, gồm:

+ Nhóm thực phẩm, gồm: Nông, thủy sản tươi sống; nông, thủy sản sơ chế, chế biến và các thực phẩm khác.

- + Nhóm đồ uống, gồm: Đồ uống có cồn; đồ uống không cồn.
- + Nhóm dược liệu và sản phẩm từ dược liệu, gồm: Sản phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc y học cổ truyền, mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược, tinh dầu và dược liệu khác.
- + Nhóm hàng thủ công mỹ nghệ, gồm: Các sản phẩm từ gỗ, sợi tự nhiên, kim loại, gốm sứ, dệt may, thêu ren... làm đồ lưu niệm, đồ trang trí, đồ gia dụng.
- + Nhóm sinh vật cảnh, gồm: Hoa, cây cảnh, động vật cảnh.
- + Nhóm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điếm du lịch.

#### c) Yêu cầu thực hiện

- Phát huy tiềm năng, lợi thế và truyền thống của địa phương để phát triển các sản phẩm đặc sản có giá trị cao về kinh tế và văn hóa.
- Phát huy sáng tạo và sức mạnh cộng đồng trong sản xuất và hình thành các sản phẩm gắn với giá trị cộng đồng.
- Phát triển liên kết theo chuỗi giá trị nhằm nâng cao năng lực sản xuất và phát triển bền vững các sản phẩm hàng hóa.

### 4. Nội dung và nhiệm vụ trọng tâm

#### a) Tổ chức sản xuất gắn với phát triển vùng nguyên liệu đặc trưng:

- Ưu tiên đầu tư hợp lý cơ sở hạ tầng vùng nguyên liệu, dựa trên lợi thế về điều kiện tự nhiên, văn hóa, tập quán sản xuất của người dân khu vực nông thôn, đặc biệt là khu vực miền núi, đồng bào dân tộc, góp phần phát triển bền vững, thích ứng với biến đổi khí hậu.
- Phát triển sản phẩm OCOP gắn với xây dựng vùng nguyên liệu nông sản, dược liệu đặc trưng được cấp mã số vùng trồng, theo hướng sản xuất hữu cơ, nông nghiệp sinh thái, tiết kiệm tài nguyên, bảo tồn thiên nhiên, đa dạng sinh học, đảm bảo an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc, duy trì cảnh quan nông thôn và bảo vệ môi trường.
- Tăng cường liên kết bền vững, khả năng truy xuất nguồn gốc giữa chủ thể sản xuất sản phẩm OCOP với vùng nguyên liệu.

#### b) Chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế về điều kiện sản xuất và yêu cầu thị trường

- Đẩy mạnh chuẩn hóa sản phẩm gắn với lợi thế và điều kiện của từng địa phương, bao gồm:
  - + Các đặc sản, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, giá trị văn hóa địa phương, đặc biệt là sản phẩm các làng nghề, nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn.
  - + Các sản phẩm mới hình thành dựa trên ứng dụng khoa học công nghệ, nền tảng lợi thế của địa phương, có chất lượng nổi trội, đặc sắc, trong đó ưu tiên: (i) Sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, ngành nghề truyền thống được nghệ nhân, cộng đồng sáng tạo; (ii)

Sản phẩm được chế biến, chế biến sâu từ sản phẩm đặc sản, nguyên liệu địa phương và tri thức bản địa; (iii) Sản phẩm có đóng góp vào bảo tồn văn hóa truyền thống.

+ Xây dựng bộ công cụ hướng dẫn chuẩn hóa quy trình, tiêu chuẩn sản phẩm tham gia Chương trình theo Bộ tiêu chí OCOP.

- Phát triển sản phẩm OCOP theo 6 nhóm, ưu tiên các sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ đặc sắc, truyền thống và có lợi thế ở mỗi địa phương, theo hướng phát huy nội lực (trí tuệ sáng tạo, lao động, nguyên liệu, văn hóa địa phương...), gia tăng giá trị, gắn với phát triển cộng đồng:

+ Đầu tư ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới, hoàn thiện công nghệ, quy trình sản xuất, sơ chế, bảo quản, chế biến sản phẩm nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm OCOP.

+ Sản xuất theo quy trình quản lý chất lượng tiên tiến, hình thành các sản phẩm OCOP đặc trưng, chất lượng và an toàn thực phẩm, thân thiện với môi trường, đáp ứng yêu cầu của thị trường; xây dựng các mô hình phát triển vùng nguyên liệu gắn với sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị.

+ Xây dựng các mô hình dịch vụ du lịch trải nghiệm nông nghiệp, nông thôn gắn với vùng nguyên liệu, sản phẩm OCOP đặc trưng theo vùng, miền và dân tộc.

- Nâng cấp và hoàn thiện sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng (đạt 3 sao trở lên) gắn với nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu.

- Xây dựng tiêu chuẩn và thử nghiệm, phát triển sản phẩm OCOP xanh theo hướng kinh tế tuần hoàn gắn với thị trường xuất khẩu, dựa trên lợi thế đặc hữu về điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội của từng khu vực.

#### c) Nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động cho các chủ thể OCOP

- Tăng cường nâng cao năng lực cho chủ thể OCOP về năng lực cộng đồng và tinh thần hợp tác; đổi mới hình thức tổ chức sản xuất, kỹ năng quản trị; đổi mới, sáng tạo về sản phẩm; quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm; kỹ năng về thiết kế bao bì, ghi nhãn và mẫu mã sản phẩm; sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị, tăng cường sử dụng và khai thác thương hiệu cộng đồng các sản phẩm từ khu vực nông thôn.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa gắn với chuỗi liên kết giá trị sản phẩm OCOP.

#### d) Về quảng bá, xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung - cầu cho sản phẩm OCOP thông qua các hội chợ, triển lãm, sự kiện tôn vinh, quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP đặc sắc thường niên gắn với văn hóa cấp quốc gia, cấp vùng, địa phương và quốc tế; thúc đẩy tiêu dùng sản phẩm OCOP gắn với thị trường du lịch trọng điểm.

- Xây dựng và quản lý đồng bộ, hiệu quả thương hiệu OCOP Việt Nam (nhãn hiệu chứng nhận); tăng cường bảo hộ sở hữu trí tuệ, nâng cao hình ảnh, khả năng nhận diện và giá trị sản phẩm OCOP trên thị trường.

- Thử nghiệm và nhân rộng mô hình điểm bán hàng OCOP; các tuyến phố OCOP; hệ thống phân phối sản phẩm OCOP trên các phương tiện giao thông; các mô hình xúc tiến thương mại trên nền tảng công nghệ số (Làng thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP, hội chợ và triển lãm thực tế ảo OCOP); các Trung tâm giới thiệu OCOP đồng bộ, hiện đại, ứng dụng công nghệ thông tin, gắn với khai thác lợi thế về du lịch nông thôn.

- Xây dựng hệ thống phân phối phù hợp, từng bước thiết lập hệ thống giới thiệu và bán sản phẩm OCOP riêng và đặc trưng gắn với các sản phẩm quà tặng, quà biếu, sản phẩm đặc sản địa phương.

- Xây dựng hệ thống xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm OCOP ra thị trường quốc tế; nâng cao năng lực hệ thống logistic trong thương mại sản phẩm OCOP; xây dựng và triển khai chương trình xúc tiến thương mại, quảng bá và nhận diện thương hiệu đối với các sản phẩm OCOP quốc gia.

- Xây dựng Không gian triển lãm và phát triển sản phẩm OCOP quốc gia nhằm quảng bá, giới thiệu, đào tạo, kết nối cung - cầu và thị trường sản phẩm OCOP.

- Đẩy mạnh các hoạt động hợp tác quốc tế trong quảng bá, giới thiệu và xúc tiến thương mại nhằm phát triển sản phẩm OCOP ra thị trường nước ngoài.

đ) Xây dựng, hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát sản phẩm OCOP

- Tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP thường niên, tăng cường áp dụng công nghệ số trong tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Xây dựng và triển khai hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia quản lý và giám sát sản phẩm OCOP đồng bộ và thống nhất nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả trong quản lý, giám sát, thúc đẩy kết nối cung - cầu sản phẩm.

- Xây dựng quy chế và đẩy mạnh hoạt động kiểm tra, giám sát việc áp dụng chính sách, quy định về đánh giá, phân hạng sản phẩm ở các địa phương, duy trì điều kiện sản xuất của các chủ thể và chất lượng sản phẩm OCOP sau khi được đánh giá, công nhận.

- Nghiên cứu xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật về quy trình giám sát và đánh giá sản phẩm OCOP.

- Thử nghiệm và xây dựng lộ trình phù hợp áp dụng cơ chế xã hội hóa trong hoạt động giám sát, đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP.

e) Nâng cao năng lực hệ thống hỗ trợ triển khai Chương trình

- Tổ chức quản lý, điều hành hoạt động các Trung tâm thiết kế sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP vùng, cấp tỉnh với Chương trình khởi nghiệp, quảng bá, giới thiệu và thương mại sản phẩm OCOP của các vùng trên cả nước, nhằm thu hút sự tham gia của các chủ thể và kết nối du lịch.

- Xây dựng tiêu chí, nâng cao năng lực và tổ chức quản lý, giám sát mạng lưới tư vấn nhằm hình thành mạng lưới tư vấn Chương trình OCOP chuyên nghiệp, có kinh nghiệm, năng lực, đoàn kết và thống nhất trong hỗ trợ triển khai Chương trình trên cả

nước.

- Nâng cao năng lực hệ thống các cơ sở đào tạo nghề gắn với Chương trình OCOP; các trung tâm thiết kế, sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP; điều chỉnh, bổ sung các quy định về đào tạo nghề (khung chương trình, nội dung đào tạo nghề, độ tuổi học nghề...) gắn với sản phẩm OCOP; tăng cường năng lực cho cán bộ nông nghiệp ở các địa phương (khuyến nông, khuyến công).

- Thúc đẩy phong trào phụ nữ, thanh niên khởi nghiệp, hợp tác xã khởi nghiệp gắn với phát triển sản phẩm OCOP.

#### g) Tăng cường chuyển đổi số

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong truyền thông; xây dựng hồ sơ và quản lý dữ liệu sản phẩm OCOP, số hóa quá trình tiếp nhận hồ sơ, chấm điểm, phân hạng sản phẩm; số hóa sản phẩm và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị sản phẩm OCOP; hướng tới hình thành hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về Chương trình OCOP.

- Thúc đẩy phát triển thương mại điện tử cho sản phẩm OCOP thông qua các sàn thương mại điện tử, các kênh bán hàng trực tuyến (online), bán hàng tương tác trực tiếp (livestream), đặc biệt cho các sản phẩm có quy mô nhỏ, sản phẩm đặc sản vùng miền, địa phương.

- Triển khai sáng kiến “Mỗi nông dân là một thương nhân” nhằm tối ưu hóa ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, thương mại sản phẩm OCOP.

## 5. Nguồn vốn và cơ cấu huy động vốn

#### a) Nguồn vốn thực hiện Chương trình OCOP, bao gồm:

- Vốn ngân sách trung ương của Chương trình OCOP được bố trí trong kế hoạch vốn ngân sách trung ương của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phối hợp với Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính tổng hợp, rà soát, cân đối và bố trí nguồn vốn ngân sách trung ương để thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ của Chương trình OCOP trong tổng nguồn vốn của Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 đã được phê duyệt, bảo đảm theo đúng quy định của pháp luật về ngân sách nhà nước, quy định cơ chế quản lý, tổ chức thực hiện các chương trình mục tiêu quốc gia và các văn bản pháp luật khác có liên quan.

- Vốn ngân sách địa phương.

- Vốn tín dụng (bao gồm: vốn tín dụng ưu đãi từ Ngân hàng Chính sách xã hội, vốn vay từ các tổ chức tín dụng khác, các quỹ đầu tư, quỹ phát triển doanh nghiệp, quỹ hỗ trợ phát triển hợp tác xã,...).

- Vốn của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tự huy động.

- Vốn lồng ghép từ các chương trình, dự án khác.
- Vốn huy động hợp pháp khác.

b) Kinh phí quản lý, giám sát thực hiện Chương trình ở các cấp: Được trích từ nguồn vốn ngân sách nhà nước thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới của các cấp được giao hàng năm.

c) Cơ chế tài chính của Chương trình: Thực hiện theo cơ chế tài chính của Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 và các quy định của pháp luật liên quan.

## **6. Giải pháp thực hiện Chương trình**

a) Tuyên truyền, nâng cao nhận thức

- Tiếp tục đẩy mạnh công tác truyền thông, nâng cao nhận thức thường xuyên, liên tục thông qua các phương tiện thông tin đại chúng từ trung ương đến cấp xã, thôn; gắn kết và lồng ghép với hoạt động tuyên truyền trong xây dựng NTM.

- Tập trung nâng cao nhận thức, chuyển đổi tư duy cho các tổ chức kinh tế khu vực nông thôn, các cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị phân phối, người tiêu dùng thông qua các hội nghị triển khai Chương trình OCOP; đa dạng hóa các hình thức truyền thông, qua các cổng thông tin điện tử (website), truyền thông mạng xã hội, tạp chí, bản tin, chuyên đề, tài liệu (sổ tay, cẩm nang...).

- Khuyến khích, hỗ trợ xây dựng các gói combo quà tặng, quà lưu niệm sản phẩm OCOP, gắn với lịch sử văn hóa quốc gia, vùng miền, địa phương.

b) Xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ

- Rà soát, ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP giai đoạn 2021 - 2025.

- Rà soát, ban hành nội dung, mức hỗ trợ Chương trình OCOP theo từng hạng sao; ưu tiên hỗ trợ các chủ thể phát triển sản phẩm, hướng dẫn, xây dựng hồ sơ sản phẩm; phát triển vùng nguyên liệu địa phương; xây dựng chuỗi giá trị; hỗ trợ cơ sở hạ tầng sản xuất, máy móc, thiết bị chế biến quy mô nhỏ và vừa phù hợp với điều kiện của địa phương; xây dựng hệ thống quản lý chất lượng tiên tiến; đào tạo nghề cho lao động và nâng cao năng lực cộng đồng; sở hữu trí tuệ; bao bì, nhãn mác, truy xuất nguồn gốc; xây dựng câu chuyện sản phẩm; hoạt động quảng bá, giới thiệu và xúc tiến thương mại; thương mại điện tử, thực tế ảo; khen thưởng sản phẩm OCOP; hỗ trợ tiếp cận các nguồn tín dụng; tổ chức đánh giá, phân hạng và giám sát sản phẩm OCOP.

- Rà soát, hoàn thiện tiêu chí, tiêu chuẩn, cơ chế hỗ trợ các điểm, trung tâm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, ưu tiên xã hội hóa.

- Khuyến khích phát triển các Trung tâm thiết kế sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP cấp vùng, địa phương theo hình thức xã hội hóa, Nhà nước hỗ trợ về đất đai, hạ tầng theo quy định.

- Thử nghiệm, xây dựng cơ chế, chính sách quản lý, giám sát thực hiện Chương trình OCOP theo hình thức xã hội hóa (thử nghiệm, giám định, chứng nhận bởi các tổ chức đánh giá sự phù hợp theo quy định); xây dựng và tổ chức cơ chế quản lý hệ thống tư vấn Chương trình OCOP phù hợp và hiệu quả.

c) Tổ chức bộ máy và đào tạo nguồn nhân lực

- Tổ chức triển khai Chương trình OCOP theo tổ chức bộ máy của Chương trình MTQG xây dựng NTM giai đoạn 2021 - 2025.

- Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ triển khai Chương trình OCOP và chất lượng công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP từ trung ương đến địa phương.

- Đẩy mạnh công tác đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao năng lực về quản trị, marketing cho các bộ quản lý, điều hành của các doanh nghiệp, hợp tác xã, các cơ sở/hộ sản xuất; đào tạo kỹ năng làm nông nghiệp cho thanh niên, đào tạo lao động gắn với nhu cầu sản xuất sản phẩm OCOP.

d) Tổ chức triển khai Chương trình OCOP thường niên linh hoạt, phù hợp với điều kiện, đặc điểm của sản phẩm, phát huy các điều kiện về nguồn nguyên liệu, lao động địa phương, lợi thế về chất lượng sản phẩm; khuyến khích các chủ đề ưu tiên gắn với kế hoạch, nhiệm vụ hàng năm.

đ) Giải pháp về khoa học công nghệ

- Đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới, hoàn thiện công nghệ chế biến quy mô nhỏ và vừa, đặc biệt là các sản phẩm OCOP đã được công nhận đạt sao.

- Tăng cường chuyên gia ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong sản xuất, kết nối thị trường, truy xuất nguồn gốc, đặc biệt là ứng dụng công nghệ thông tin; khoa học xã hội và nhân văn trong phát triển sản phẩm OCOP gắn với du lịch nông thôn, bảo tồn giá trị văn hóa bản địa.

- rà soát, xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn cho sản phẩm OCOP đáp ứng các quy định của thị trường trong nước và xuất khẩu; xây dựng nhóm tiêu chuẩn kỹ thuật phục vụ sản xuất và hoạt động giám sát, đánh giá sản phẩm OCOP.

- Thúc đẩy áp dụng các giải pháp về bảo hộ và khai thác hiệu quả giá trị tài sản trí tuệ (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận) cho sản phẩm OCOP, đặc biệt là các sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

e) Huy động nguồn lực

- Ưu tiên huy động nguồn lực về vốn, đất đai, lao động, nguyên vật liệu, máy móc, công nghệ của chủ thể OCOP.

- Lồng ghép hiệu quả các chương trình/đề án, dự án phát triển kinh tế - xã hội và chương trình, dự án khoa học công nghệ và các cơ chế, chính sách khác có liên quan.

- Nhà nước hỗ trợ chủ thể OCOP tiếp cận với các nguồn vốn tín dụng thông qua các chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và chính sách hỗ trợ riêng của từng địa phương.

- Lòng ghép hiệu quả nguồn kinh phí từ các chương trình khuyến nông, khuyến công và các chương trình, dự án khác có liên quan.

g) Tăng cường vai trò của cộng đồng trong phát triển sản phẩm OCOP

- Nâng cao vai trò của các hội/hiệp hội trong triển khai Chương trình OCOP, khai thác và phát triển sản phẩm của địa phương gắn với bảo tồn sản phẩm, kỹ năng truyền thống, danh tiếng của cộng đồng.

- Đẩy mạnh giám sát của cộng đồng về sản phẩm, chất lượng sản phẩm, phát triển vùng nguyên liệu; duy trì sự đặc sắc, nét văn hóa của các sản phẩm địa phương; thúc đẩy sự tham gia và có cơ chế chia sẻ lợi ích phù hợp của cộng đồng vào sản xuất, chế biến sản phẩm OCOP; phát triển vùng sản xuất nguyên liệu, sử dụng lao động địa phương.

h) Tăng cường hợp tác quốc tế

- Đẩy mạnh kêu gọi các tổ chức quốc tế hỗ trợ về kỹ thuật, nguồn lực về chuyển đổi số, thúc đẩy cơ giới hóa trong phát triển sản phẩm OCOP, phát triển OCOP xanh theo hướng xuất khẩu, gắn với bảo tồn, phát triển bao trùm và bền vững (rừng, môi trường, cảnh quan...); nghiên cứu, chia sẻ kinh nghiệm, hỗ trợ phát triển và quảng bá sản phẩm OCOP trong và ngoài nước.

- Tổ chức các sự kiện giới thiệu sản phẩm OCOP tới các Đại sứ quán, Lãnh sự quán, cơ quan đại diện của các nước, vùng lãnh thổ và tổ chức quốc tế tại Việt Nam.

- Tham gia, tổ chức các sự kiện, diễn đàn khu vực, quốc tế về OCOP thường niên, góp phần quảng bá, giới thiệu văn hóa, du lịch Việt Nam.

i) Nghiên cứu xây dựng và triển khai các đề án, dự án ưu tiên

- Nghiên cứu xây dựng, vận hành dự án không gian triển lãm và phát triển sản phẩm OCOP quốc gia.

- Dự án xây dựng hệ thống giám sát và quản lý cơ sở dữ liệu quốc gia Chương trình OCOP.

- Dự án quảng bá và xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP Việt Nam. Ưu tiên hình thành các Trung tâm giới thiệu sản phẩm tại Thành phố Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, các trung tâm du lịch lớn và các sự kiện quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP thường niên cấp vùng, liên vùng.

- Dự án xây dựng các Trung tâm Thiết kế sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP cấp vùng và địa phương; thí điểm 4 Trung tâm tại tỉnh/thành phố (Hà Nội, Quảng Ninh, Thừa Thiên Huế và Kiên Giang) theo hình thức xã hội hóa.

- Đề án thí điểm các mô hình phát triển chuỗi giá trị sản phẩm OCOP gắn với vùng nguyên liệu địa phương theo hướng kinh tế tuần hoàn, nông nghiệp hữu cơ.

- Đề án thí điểm phát triển nhóm sản phẩm OCOP dịch vụ du lịch cộng đồng.

- Đề án thí điểm phát triển OCOP xanh gắn với tiêu chuẩn xuất khẩu, quản lý tài nguyên và bảo tồn đa dạng sinh học.

## II. Tổ chức thực hiện

### 1. Trách nhiệm của các bộ, ngành trung ương

#### a) Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

- Chủ trì xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch triển khai Chương trình OCOP theo từng giai đoạn và hàng năm. Chỉ đạo và hướng dẫn tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương xây dựng, triển khai Chương trình OCOP.

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan xây dựng hướng dẫn triển khai Chương trình OCOP; rà soát kỹ lưỡng nội dung, nhiệm vụ của Chương trình, bảo đảm không trùng lặp, chồng chéo với nội dung, nhiệm vụ của các Chương trình chuyên đề khác và các chương trình, dự án khác được cấp có thẩm quyền phê duyệt; xây dựng hệ thống quản lý, giám sát và thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát quá trình thực hiện Chương trình OCOP ở các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương.

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan tổ chức đánh giá, phân hạng và công bố sản phẩm OCOP cấp Quốc gia.

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành liên quan cân đối, bố trí vốn ngân sách trung ương để thực hiện các mục tiêu, nhiệm vụ của Chương trình trong tổng nguồn vốn của Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 5 năm (2021 - 2025) và hàng năm gửi Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính tổng hợp, trình Thủ tướng Chính phủ theo quy định.

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành có liên quan rà soát, xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; huy động nguồn lực tài chính từ các quỹ đầu tư, các tổ chức quốc tế, các nhà tài trợ hỗ trợ thực hiện Chương trình OCOP; phê duyệt danh sách và hướng dẫn xây dựng các mô hình thí điểm; xây dựng tài liệu đào tạo, tập huấn cho Chương trình OCOP; hệ thống quản lý và giám sát sản phẩm OCOP cấp Quốc gia; xây dựng quy chế và tổ chức quản lý hệ thống tư vấn Chương trình OCOP; tổ chức quản lý và quảng bá, thúc đẩy thương hiệu OCOP Việt Nam; đẩy mạnh mạng lưới Chương trình OCOP khu vực và quốc tế.

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành có liên quan xây dựng, triển khai Dự án đầu tư xây dựng Không gian triển lãm và phát triển sản phẩm OCOP quốc gia theo quy định của pháp luật về đầu tư. Quyết định theo thẩm quyền để bố trí không gian triển lãm và phát triển sản phẩm OCOP quốc gia phù hợp với cơ cấu tổ chức, bộ máy của Bộ được cấp có thẩm quyền phê duyệt.

- Phê duyệt, triển khai thực hiện các dự án, đề án ưu tiên theo quy định của pháp luật.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các bộ, ngành, địa phương xây dựng các Trung tâm Thiết kế sáng tạo và phát triển sản phẩm OCOP cấp vùng theo hình thức xã hội hóa; xây dựng thí điểm một số mô hình Làng thương mại điện tử sản phẩm OCOP; các sự kiện quảng bá và giới thiệu sản phẩm OCOP

thường niên cấp vùng, cấp Quốc gia.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông triển khai các giải pháp tăng cường chuyển đổi số Chương trình OCOP; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu, giám sát và quản lý sản phẩm OCOP.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Nội vụ đề xuất tiêu chí, hình thức khen thưởng đối với các chủ thể OCOP theo quy định.

- Phối hợp với Bộ Nội vụ đề xuất lập các hiệp hội, hội về phát triển sản phẩm OCOP cấp quốc gia, cấp vùng.

#### b) Bộ Kế hoạch và Đầu tư

- Trên cơ sở đề nghị của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tổng hợp nhu cầu, dự kiến phân bổ vốn ngân sách trung ương thực hiện Chương trình vào kế hoạch Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 và kế hoạch hằng năm, trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Tài chính tổng hợp, cân đối, bố trí nguồn vốn đầu tư từ ngân sách trung ương thực hiện Chương trình theo tiến độ và kế hoạch đầu tư trung hạn, hằng năm, trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

c) Bộ Tài chính: Trên cơ sở đề nghị của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, tổng hợp nhu cầu, dự kiến phân bổ kinh phí sự nghiệp thực hiện Chương trình trong kế hoạch kinh phí sự nghiệp của Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 và hằng năm để trình cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

#### d) Bộ Công Thương

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, các bộ, ngành liên quan rà soát, hoàn thiện các quy định về điểm bán hàng OCOP phù hợp với yêu cầu và bối cảnh mới.

- Phối hợp với các bộ, ngành liên quan hỗ trợ các tổ chức kinh tế phát triển sản phẩm, nâng cao năng lực tiếp cận thị trường; lồng ghép, ưu tiên hỗ trợ các chủ thể OCOP ứng dụng công nghệ, máy móc thiết bị từ nguồn khuyến công; thực hiện có hiệu quả hoạt động công tác xúc tiến thương mại sản phẩm trong Chương trình OCOP và kế hoạch xúc tiến thương mại quốc gia hằng năm.

- Hằng năm, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các bộ, ngành liên quan tổ chức các kỳ đánh giá và phân hạng sản phẩm OCOP.

#### đ) Bộ Khoa học và Công nghệ

- Chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương hỗ trợ các tổ chức kinh tế thiết kế sản phẩm; đẩy mạnh ứng dụng khoa học, công nghệ, chuyển đổi số trong phát triển sản xuất sản phẩm thuộc Chương trình OCOP.

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng tài liệu đào tạo, tập huấn về sở hữu trí tuệ, hướng dẫn áp dụng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật trong Chương trình OCOP.

- Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn rà soát, xây dựng các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật cho sản phẩm OCOP; triển khai hệ thống giám sát, đánh giá và truy xuất nguồn gốc sản phẩm OCOP.

- Hỗ trợ các địa phương và các tổ chức kinh tế phát triển, đăng ký xác lập, bảo hộ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến các sản phẩm OCOP, tư vấn định hướng phát triển thương hiệu sản phẩm OCOP.

- Hàng năm, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các bộ, ngành liên quan tổ chức các kỳ đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP.

#### e) Bộ Y tế

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng tài liệu đào tạo, tập huấn và hướng dẫn các tổ chức kinh tế thực hiện và tuân thủ các yêu cầu về an toàn thực phẩm trong sản xuất, kinh doanh sản phẩm OCOP.

- Chỉ đạo các cơ quan trong ngành hỗ trợ các tổ chức kinh tế, hộ sản xuất thực hiện các quy định liên quan đến an toàn thực phẩm, đăng ký công bố chất lượng sản phẩm.

- Hàng năm, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các bộ, ngành liên quan tổ chức các kỳ đánh giá và xếp hạng sản phẩm OCOP.

#### g) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn rà soát, xây dựng Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cho Nhóm sản phẩm Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch; tham gia đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Hỗ trợ phát triển, quảng bá, xúc tiến các sản phẩm dịch vụ du lịch nông nghiệp, nông thôn gắn với Chương trình OCOP; xây dựng các tour, tuyến, điểm du lịch gắn với nông nghiệp và NTM; tạo điều kiện để các sản phẩm OCOP cấp quốc gia, sản phẩm OCOP tiêu biểu của các địa phương tham gia các sự kiện, triển lãm về văn hóa cấp quốc gia, quốc tế.

- Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các bộ, ngành, địa phương triển khai các hoạt động thúc đẩy tiêu dùng sản phẩm OCOP tại các thị trường khách du lịch trọng điểm.

h) Bộ Giao thông vận tải: Điều tiết, kết nối hệ thống vận chuyên hàng trong nước và quốc tế cho Chương trình OCOP, phối hợp triển khai công tác xúc tiến thương mại cho các sản phẩm OCOP trên các tuyến vận tải hàng không, đường bộ và đường thủy.

#### i) Bộ Thông tin và Truyền thông

- Chỉ đạo các cơ quan, đơn vị trong ngành đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến về Chương trình OCOP trên các phương tiện thông tin đại chúng (báo, đài), các trang mạng xã hội; giới thiệu, quảng bá các sản phẩm OCOP trên các sàn thương mại điện tử của các doanh nghiệp bưu chính để hỗ trợ thụ sản phẩm và thúc đẩy thương mại điện tử phát triển.

- Phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tăng cường chuyển đổi số của Chương trình OCOP; xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu, giám sát và quản lý sản phẩm OCOP; chỉ đạo các Tập đoàn, doanh nghiệp thương mại điện tử hỗ trợ, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn triển khai thí điểm Làng thương mại điện tử.

#### k) Bộ Tài nguyên và Môi trường

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện các quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường đối với hoạt động của chủ thể OCOP; hướng dẫn thực hiện các nội dung về môi trường trong đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP.

- Chủ trì hỗ trợ các hoạt động sản xuất xanh, thân thiện môi trường, tiết kiệm tài nguyên; ưu tiên vay vốn từ Quỹ Bảo vệ môi trường cho các hoạt động chuyển đổi công nghệ sản xuất thân thiện môi trường, xử lý chất thải; xây dựng tiêu chí, cấp Nhãn sinh thái Việt Nam cho các sản phẩm/dịch vụ OCOP.

#### l) Bộ Ngoại giao

- Chỉ đạo các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài hỗ trợ tìm hiểu kinh nghiệm của các nước trong xây dựng và phát triển mạng lưới sản phẩm OCOP; phối hợp quảng bá, giới thiệu và xúc tiến xuất khẩu các sản phẩm OCOP.

- Quan tâm xem xét sử dụng sản phẩm OCOP cấp Quốc gia để làm quà tặng, quà biếu trong các hoạt động đối ngoại, các sự kiện cấp quốc gia, cấp ngành thuộc phạm vi phụ trách.

m) Các bộ, ngành liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao, chủ động xây dựng kế hoạch thực hiện, cụ thể hóa các nhiệm vụ của Chương trình OCOP gắn với lĩnh vực phụ trách của ngành.

n) Ngân hàng Nhà nước Việt Nam chỉ đạo các tổ chức tín dụng tập trung nguồn vốn cho vay đối với lĩnh vực sản xuất, kinh doanh; tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ sản xuất tham gia Chương trình OCOP tiếp cận vốn vay phục vụ phát triển sản phẩm nông nghiệp, phi nông nghiệp, dịch vụ có lợi thế của từng địa phương.

## **2. Trách nhiệm của các địa phương**

#### a) Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

- Căn cứ nội dung Chương trình OCOP được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; tùy điều kiện, đặc điểm cụ thể, chỉ đạo xây dựng, phê duyệt và triển khai kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP cấp tỉnh theo hướng có trọng tâm, trọng điểm, trong đó tập trung ưu tiên phát triển các sản phẩm đặc sản, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, văn hóa của địa phương, đặc biệt là sản phẩm các làng nghề, nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn.

- Ban hành cơ chế, chính sách đặc thù hỗ trợ triển khai Chương trình OCOP phù

hợp với nội dung, định mức hỗ trợ của trung ương và điều kiện thực tế của địa phương.

- Bố trí nguồn lực cần thiết từ ngân sách địa phương, sử dụng nguồn vốn thuộc Chương trình MTQG xây dựng NTM giai đoạn 2021 - 2025, lồng ghép các nguồn vốn khuyến công, khuyến nông, ngân sách địa phương, vốn tín dụng và các nguồn vốn hợp pháp khác để tổ chức triển khai thực hiện Chương trình OCOP.

- Phân công trách nhiệm cụ thể cho các sở, ngành; củng cố, kiện toàn cơ quan thường trực tham mưu, giúp việc triển khai Chương trình từ cấp tỉnh, huyện, xã phù hợp và hiệu quả.

- Thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát, đánh giá, kết quả triển khai Chương trình OCOP trên địa bàn; thực hiện nghiêm túc chế độ thông tin, báo cáo định kỳ, đột xuất về cơ quan thường trực Chương trình OCOP cấp trung ương.

#### b) Ủy ban nhân dân cấp huyện

- Tổ chức xây dựng kế hoạch triển khai Chương trình OCOP của huyện theo kế hoạch thực hiện Chương trình OCOP cấp tỉnh; bố trí nguồn lực từ ngân sách huyện, lồng ghép các Chương trình, dự án để thực hiện Chương trình OCOP.

- Trực tiếp triển khai các hoạt động của Chương trình OCOP ở cấp huyện.

- Chỉ đạo, hướng dẫn Ủy ban nhân dân cấp xã tham gia vào các hoạt động của Chương trình OCOP.

#### c) Ủy ban nhân dân cấp xã

- Phân công cán bộ phụ trách triển khai Chương trình OCOP cấp xã.

- Tham gia vào các hoạt động triển khai Chương trình OCOP cấp xã theo sự phân công của Ủy ban nhân dân cấp huyện, tỉnh; chủ động rà soát các sản phẩm tiềm năng trên địa bàn và hướng dẫn các tổ chức, cá nhân tham gia Chương trình.

- Chủ động tuyên truyền cho các tổ chức kinh tế, người dân về ý nghĩa, các chính sách hỗ trợ của Chương trình OCOP, tích cực hỗ trợ, tư vấn cho các tổ chức kinh tế chuẩn bị hồ sơ, tài liệu tham gia Chương trình OCOP.

### **3. Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội nghề nghiệp:**

Đề nghị cơ quan trung ương của Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội (Hội Nông dân Việt Nam, Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Hội Cựu chiến binh), Liên minh hợp tác xã Việt Nam, các tổ chức xã hội nghề nghiệp, các hội, hiệp hội tăng cường tuyên truyền, vận động, hướng dẫn, hỗ trợ đoàn viên, hội viên tích cực tham gia Chương trình OCOP, tham gia các mạng kết nối cung - cầu, xúc tiến thương mại nông sản.

### **4. Các trường, viện, tổ chức nghiên cứu, tư vấn:**

Tăng cường các hoạt động đào tạo, tập huấn, hỗ trợ đổi mới, sáng tạo, khởi nghiệp và phát triển sản phẩm OCOP phù hợp với định hướng, nội dung Chương trình.

### III. Hướng dẫn thực hiện chương trình mỗi xã một sản phẩm (Ocop) giai đoạn 2021-2025

Căn cứ Quyết định số 919/QĐ/TTg ngày 01/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2021-2025 (sau đây gọi tắt là Chương trình OCOP); Quyết định số 04/QĐ-BCĐTW-VPĐPNTM ngày 12/10/2022 của Ban Chỉ đạo Trung ương các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021-2025 về việc ban hành Kế hoạch triển khai Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hướng dẫn Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tập trung chỉ đạo thực hiện một số nội dung sau:

#### 1. Rà soát, ban hành kế hoạch triển khai Chương trình

Căn cứ mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp trọng tâm tại Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ và Quyết định số 04/QĐ-BCĐTW-VPĐPNTM ngày 12/10/2022 của Ban Chỉ đạo Trung ương các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021-2025, khẩn trương chỉ đạo các sở, ngành liên quan rà soát, tham mưu xây dựng và hoàn thiện Đề án/Kế hoạch triển khai Chương trình OCOP giai đoạn 2021-2025 cấp tỉnh; đôn đốc, chỉ đạo UBND cấp huyện 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, trình cấp có thẩm quyền phê duyệt. Trong quá trình xây dựng Đề án/Kế hoạch, phải kết hợp nghiên cứu, đánh giá, rút kinh nghiệm việc triển khai Chương trình OCOP những năm qua trên địa bàn, từ đó phát huy những điểm mạnh, đồng thời khắc phục cho được những tồn tại, hạn chế, yếu kém, với mục tiêu hướng tới đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP đảm bảo đúng bản chất, giá trị văn hóa là “trực sản phẩm địa phương làng/xã” (*tập trung khai thác các bản sắc, lợi thế đặc trưng của các sản phẩm để tạo sự khác biệt với các sản phẩm có tính phổ biến của nhóm sản phẩm chủ lực cấp quốc gia và nhóm sản phẩm chủ lực cấp tỉnh*). Thời gian hoàn thành ban hành Đề án/Kế hoạch các cấp: Trước ngày 31/12/2022.

#### 2. Tiếp tục đa dạng hóa công tác thông tin, tuyên truyền về giá trị, lợi ích của việc phát triển sản phẩm OCOP, trong đó chú trọng một số nội dung sau:

a) Chỉ đạo Đài Phát thanh - Truyền hình cấp tỉnh, các cơ quan báo chí, tạp chí, các trang thông tin điện tử của tỉnh, các ngành và các huyện, thị xã, thành phố tích cực tuyên truyền sâu rộng về mục đích, ý nghĩa và yêu cầu của Chương trình OCOP, nhất là việc phát huy nội lực (*trí tuệ, sự sáng tạo của chủ thể OCOP; giải quyết việc làm cho lao động tại chỗ; sử dụng nguyên liệu địa phương và giữ gìn, phát huy giá trị văn hóa địa phương...*) và gia tăng giá trị; nâng cao nhận thức, chuyển đổi tư duy cho các chủ thể OCOP, cán bộ, cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị phân phối, người tiêu dùng về chất lượng, thương hiệu của sản phẩm OCOP theo hướng: “**Phát huy giá trị tài nguyên bản địa, truyền tải về văn hóa, tri thức dân gian của địa phương**”; phản ánh các hoạt

động về quá trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP và công tác kiểm tra, giám sát chất lượng sản phẩm OCOP trên địa bàn.

b) Chỉ đạo các ngành, các đoàn thể cấp tỉnh và cấp cơ sở cần chú trọng sáng tạo hơn, đa dạng hóa hơn các hình thức tuyên truyền về Chương trình OCOP thông qua các ấn phẩm, hội nghị, tọa đàm, diễn đàn, hội thi tìm hiểu... Từ đó, góp phần tôn vinh các giá trị đích thực tốt đẹp của Chương trình OCOP tới người dân; chia sẻ về cách làm hay, sáng tạo trong phát triển sản phẩm, xây dựng thương hiệu sản phẩm OCOP gắn với giữ gìn và phát huy các giá trị bản sắc văn hóa địa phương.

### **3. Tổ chức triển khai Chu trình OCOP linh hoạt, phù hợp với điều kiện của từng địa phương**

Chỉ đạo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp tỉnh và các địa phương (cấp huyện, cấp xã) tổ chức triển khai Chu trình OCOP thường niên linh hoạt, phù hợp với điều kiện của địa phương và đặc điểm của sản phẩm (*Chu trình OCOP thường niên tại Phụ lục*), tập trung vào một số nội dung sau:

a) Chu trình OCOP thường niên được thực hiện theo 6 bước, trên cơ sở nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm, dân thụ hưởng” (đề xuất theo nhu cầu và khả năng của các doanh nghiệp, hợp tác xã và cơ sở/hộ sản xuất).

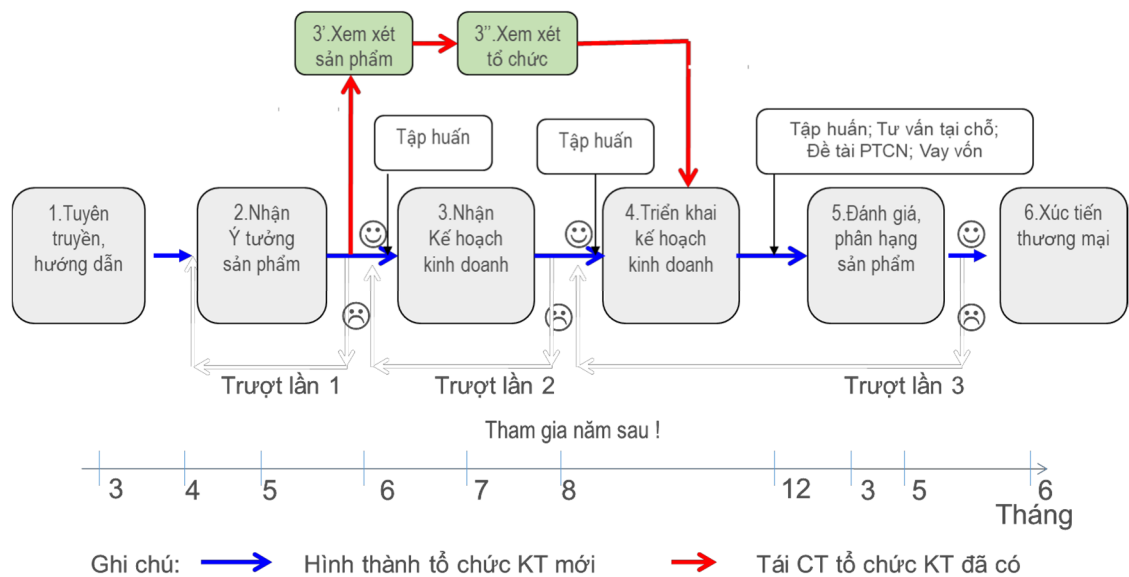
Các bước triển khai Chu trình OCOP cụ thể gồm: (1) Tuyên truyền, hướng dẫn về OCOP; (2) Nhận đăng ký ý tưởng sản phẩm; (3) Nhận phương án, dự án sản xuất kinh doanh; (4) Triển khai phương án, dự án sản xuất kinh doanh; (5) Đánh giá và phân hạng sản phẩm; (6) Xúc tiến thương mại.

b) Chú trọng hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể OCOP xây dựng và triển khai kế hoạch sản xuất, kinh doanh, đặc biệt là nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển chuỗi giá trị sản phẩm OCOP gắn với xây dựng vùng nguyên liệu địa phương theo hướng sản xuất hữu cơ, kinh tế tuần hoàn và khai thác các giá trị văn hóa, tài nguyên bản địa (làng/xã).

c) Khuyến khích, hỗ trợ các chủ thể OCOP phát triển các sản phẩm mới dựa trên ứng dụng công nghệ sơ chế, chế biến quy mô nhỏ và vừa theo thứ tự ưu tiên: Sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, sản phẩm làng nghề truyền thống được nghệ nhân, cộng đồng sáng tạo; sản phẩm được chế biến, chế biến sâu từ sản phẩm đặc sản, nguyên liệu địa phương và tri thức bản địa (trong đó bao gồm cả các sản phẩm được chế biến từ nông - lâm - thủy sản thuộc trực sản phẩm chủ lực quốc gia và trực sản phẩm chủ lực cấp tỉnh); sản phẩm gắn với bảo tồn văn hóa truyền thống; đặc biệt khuyến khích sử dụng phụ phẩm nông nghiệp tại chỗ để tạo các sản phẩm OCOP đặc trưng.

d) Tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn cho các chủ thể OCOP, trong đó tập trung trọng tâm vào trang bị các kỹ năng, năng lực về quản trị doanh nghiệp, hợp tác xã, công tác quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm, sở hữu trí tuệ, phát triển bao bì, áp dụng chuyển đổi số gắn với yêu cầu của thị trường; bổ sung kiến thức cho các chủ thể OCOP

về phát triển kinh tế xanh, từ đó góp phần từng bước thúc đẩy phát triển các sản phẩm OCOP xanh để phát triển bền vững. Đẩy mạnh đào tạo, tập huấn gắn với phương pháp phát triển dựa vào nguồn lực cộng đồng (ABCD) để nâng cao năng lực, nhận thức và sự tham gia của chủ thể OCOP và cộng đồng.



Căn cứ Bộ tài liệu tập huấn những kiến thức cơ bản về Chương trình OCOP được Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành (Quyết định số 4464/QĐ-VPĐP ngày 06/11/2020 và các văn bản thay thế) để rà soát, bổ sung các chuyên đề phù hợp với nhu cầu và điều kiện của địa phương để tổ chức tập huấn.

#### 4. Nâng cao chất lượng sản phẩm và thương hiệu OCOP

a) Giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh chủ trì, phối hợp với các sở, ngành tổ chức và hướng dẫn các địa phương kiện toàn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP các cấp, nâng cao chất lượng công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tại địa phương; rà soát, kiểm tra, đánh giá phân hạng lại các sản phẩm đã hết hạn theo quy định và xem xét thu hồi sản phẩm OCOP chưa đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm so với quy định.

b) Chỉ đạo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh chủ trì, phối hợp với các sở, ngành đẩy mạnh hoạt động kiểm tra, giám sát sản phẩm OCOP sau khi được công nhận về chất lượng, an toàn thực phẩm, sử dụng thương hiệu sản phẩm OCOP, nhằm nâng cao nhận thức, trách nhiệm của các chủ thể đối với người tiêu dùng, đồng thời góp phần không để xảy ra tình trạng làm hàng giả, hàng nhái sản phẩm OCOP.

#### 5. Tổ chức hoạt động quảng bá, nâng cao hình ảnh, thương hiệu sản phẩm OCOP gắn với các hoạt động hiệu quả, thiết thực

a) Giao các sở, ban, ngành có liên quan tổ chức triển khai kế hoạch quảng bá, kết nối thương mại và nâng cao hình ảnh thương hiệu cho các sản phẩm OCOP, ưu tiên các

sự kiện gắn với quảng bá, giới thiệu văn hóa, du lịch đặc sắc của địa phương.

b) Căn cứ vào điều kiện của địa phương, hỗ trợ xây dựng và hình thành các “Điểm đến” quảng bá, nâng cao thương hiệu sản phẩm OCOP (*Điểm OCOP, cà phê OCOP, tuyến phố OCOP, công viên sáng tạo OCOP, ...*) gắn với các hoạt động văn hóa, du lịch có lợi thế. Ưu tiên sử dụng sản phẩm OCOP làm quà tặng, quà biếu trong các hoạt động đối ngoại, các sự kiện của địa phương theo quy định.

## **6. Bố trí và huy động nguồn vốn triển khai Chương trình**

a) Chủ động bố trí nguồn vốn đầu tư phát triển đã được phân bổ từ ngân sách Trung ương để thực hiện các mô hình thí điểm được phê duyệt đảm bảo hiệu quả, phù hợp với các quy định.

b) Bố trí vốn sự nghiệp được giao từ ngân sách Trung ương giai đoạn 2023-2025 và nguồn đối ứng từ ngân sách địa phương theo quy định để thực hiện Chương trình OCOP, trong đó ưu tiên cho phát triển vùng nguyên liệu địa phương, phát triển sản phẩm OCOP mới và hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP.

c) Tăng cường huy động các nguồn vốn tín dụng, chỉ đạo lồng ghép các nguồn vốn hỗ trợ phát triển sản xuất từ các chương trình, dự án trên địa bàn, đặc biệt là nguồn vốn của 02 Chương trình mục tiêu quốc gia còn lại để thực hiện các mục tiêu và nội dung của Chương trình OCOP.

d) Giao Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn/Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh rà soát, tham mưu UBND tỉnh trình Hội đồng nhân dân tỉnh ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ triển khai Chương trình OCOP phù hợp với nội dung, định mức hỗ trợ của trung ương và điều kiện thực tiễn của địa phương./.

## **IV. Bộ tiêu chí đánh giá sản phẩm OCOP**

### **1. Nội dung quyết định số 148/QĐ-TTG**

#### **1.1. Điều 1.**

Ban hành kèm theo Quyết định này Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm (tên tiếng Anh là One Commune One Product - OCOP, gọi tắt là Chương trình OCOP), như sau:

1. Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm (sau đây gọi tắt là Bộ tiêu chí OCOP) là căn cứ để đánh giá, phân hạng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

a) Các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP, gồm 06 nhóm sản phẩm: Thực phẩm; đồ uống; dược liệu và sản phẩm từ dược liệu; hàng thủ công mỹ nghệ; sinh vật cảnh; và dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch (Danh mục phân loại sản phẩm tại Phụ lục I).

b) Bộ tiêu chí của sản phẩm gồm 03 phần:

- Phần A: Các tiêu chí đánh giá về sản phẩm và sức mạnh cộng đồng (40 điểm),

gồm: Tổ chức sản xuất; phát triển sản phẩm; sức mạnh cộng đồng.

- Phần B: Các tiêu chí đánh giá về khả năng tiếp thị (25 điểm), gồm: Tiếp thị; câu chuyện về sản phẩm.

- Phần C: 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.

(Tiêu chí từng nhóm, phân nhóm sản phẩm tại Phụ lục III).

2. Phân hạng sản phẩm Chương trình OCOP căn cứ vào kết quả đánh giá sản phẩm theo Bộ tiêu chí OCOP. Tổng điểm đánh giá cho mỗi sản phẩm tối đa là 100 điểm và được phân thành 05 hạng:

a) Hạng 5 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 90 đến 100 điểm, là sản phẩm đặc trưng, tiêu chuẩn chất lượng cao và hội tụ điều kiện để xuất khẩu.

b) Hạng 4 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 70 đến dưới 90 điểm, là sản phẩm đặc trưng, đáp ứng yêu cầu về chất lượng và tiếp cận thị trường tốt, có tiềm năng nâng cấp lên hạng 5 sao.

c) Hạng 3 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 50 đến dưới 70 điểm, là sản phẩm có đặc thù, được quản lý và thương mại ổn định, có thể nâng cấp lên hạng 4 sao.

d) Hạng 2 sao: Tổng điểm trung bình đạt từ 30 đến dưới 50 điểm, sản phẩm được sản xuất, bước đầu hình thành chất lượng cụ thể, có thể tiếp tục nâng cấp để nâng lên hạng 3 sao.

đ) Hạng 1 sao: Tổng điểm trung bình đạt dưới 30 điểm, là sản phẩm sơ khai, chưa được hình thành trong thương mại, có thể nâng cấp lên hạng 2 sao.

3. Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP:

a) Công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP được chia làm 03 cấp: cấp huyện, cấp tỉnh và cấp trung ương.

b) Giấy chứng nhận cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao có giá trị trong thời hạn 36 tháng, kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành.

(Chi tiết Quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm tại Phụ lục II).

## **1.2. Điều 2.**

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với các Bộ: Công Thương, Khoa học và Công nghệ, Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Y tế, Tài nguyên và Môi trường, các bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hướng dẫn và triển khai thực hiện Quyết định này.

## **1.3. Điều 3.**

Quyết định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày ký, thay thế Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm; Quyết

định số 781/QĐ-TTg ngày 08 tháng 6 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ về việc sửa đổi, bổ sung một số phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 của Thủ tướng Chính phủ.

Căn cứ vào điều kiện thực tế, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị Thủ tướng Chính phủ xem xét, sửa đổi, bổ sung khi cần thiết.

Đối với các sản phẩm đã được đánh giá, công nhận theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21 tháng 8 năm 2019 trước ngày Quyết định này có hiệu lực, được bảo lưu trong thời hạn 36 tháng kể từ ngày được công nhận.

Đối với các sản phẩm được Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương đánh giá đạt tiềm năng 5 sao, có văn bản đề nghị Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP 5 sao trước ngày 31 tháng 12 năm 2022, tiếp tục áp dụng Bộ tiêu chí theo Quyết định số 1048/QĐ-TTg.

#### 1.4. Điều 4.

Các Bộ trưởng, Thủ trưởng cơ quan ngang bộ, Thủ trưởng cơ quan thuộc Chính phủ, Chủ tịch Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này.

## 2. Phụ lục 1 - danh mục phân loại sản phẩm trình tham gia chương trình mỗi xã một sản phẩm – OCOP

STT	Phân loại sản phẩm	Bộ chủ trì quản lý <sup>1</sup>
<b>I</b>	<b>SẢN PHẨM THỰC PHẨM</b>	
1	Nhóm: Thực phẩm tươi sống	
a	Phân nhóm: Rau, củ, quả, hạt tươi	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Thịt, thủy sản, trứng, sữa tươi	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2	Nhóm: Thực phẩm thô, sơ chế	
a	Phân nhóm: Gạo, ngũ cốc, hạt sơ chế khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3	Nhóm: Thực phẩm chế biến	
a	Phân nhóm: Đồ ăn nhanh	Công Thương
b	Phân nhóm: Chế biến từ gạo, ngũ cốc	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương
c	Phân nhóm: Chế biến từ rau, củ, quả, hạt	Nông nghiệp và Phát triển

<sup>1</sup> Theo Nghị định số 15/2018/NĐ-CP ngày 02 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ về quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật An toàn thực phẩm.

<b>STT</b>	<b>Phân loại sản phẩm</b>	<b>Bộ chủ trì quản lý<sup>1</sup></b>
		nông thôn
d	Phân nhóm: Chế biến từ thịt, trứng, sữa, thủy sản, các sản phẩm từ mật ong, mật khác và nông sản thực phẩm khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công Thương
4	Nhóm: Gia vị	
a	Phân nhóm: Tương, nước mắm, gia vị dạng lỏng khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Gia vị khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
5	Nhóm: Chè	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
a	Phân nhóm: Chè tươi, chế biến	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
b	Phân nhóm: Sản phẩm trà từ thực vật khác	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
6	Nhóm: Cà phê, Ca cao	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
<b>II</b>	<b>SẢN PHẨM ĐỒ UỐNG</b>	
1	Nhóm: Đồ uống có cồn	
a	Phân nhóm: Rượu trắng	Công Thương
b	Phân nhóm: Đồ uống có cồn khác	Công Thương
2	Nhóm: Đồ uống không cồn	
a	Phân nhóm: Nước khoáng thiên nhiên, nước uống tinh khiết	Y tế
b	Phân nhóm: Đồ uống không cồn	Công Thương
<b>III</b>	<b>SẢN PHẨM DƯỢC LIỆU VÀ SẢN PHẨM TỪ DƯỢC LIỆU</b>	
1	Nhóm: Thực phẩm chức năng, thuốc dược liệu, thuốc Y học cổ truyền	Y tế
2	Nhóm: Mỹ phẩm có thành phần từ thảo dược	Y tế
3	Nhóm: Tinh dầu và thảo dược khác	Y tế
<b>IV</b>	<b>SẢN PHẨM THỦ CÔNG MỸ NGHỆ</b>	
1	Nhóm: Thủ công mỹ nghệ gia dụng, trang trí	Công Thương, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
2	Nhóm: Vải, may mặc	Công Thương
<b>V</b>	<b>SẢN PHẨM SINH VẬT CẢNH</b>	
1	Nhóm: Hoa	Nông nghiệp và Phát triển

STT	Phân loại sản phẩm	Bộ chủ trì quản lý <sup>1</sup>
		nông thôn
2	Nhóm: Cây cảnh	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3	Nhóm: Động vật cảnh	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
<b>VI</b>	<b>SẢN PHẨM DỊCH VỤ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG, DU LỊCH SINH THÁI VÀ ĐIỂM DU LỊCH</b>	
1	Nhóm: Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch	Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

### 3. Phụ lục 2 - quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Ocop

#### 3.1. Trình tự đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP

a) Ủy ban nhân dân xã, phường, thị trấn (UBND cấp xã) tổ chức đánh giá một số nội dung của Hồ sơ sản phẩm đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP, bao gồm các tiêu chí sau: nguồn gốc sản phẩm/nguyên liệu địa phương; sử dụng lao động địa phương; nguồn gốc ý tưởng sản phẩm; bản sắc/trí tuệ địa phương. Căn cứ vào điều kiện và đặc điểm thực tế của địa phương, Chủ tịch UBND cấp xã tổ chức họp với các bộ phận liên quan để lấy ý kiến về các nội dung đánh giá, sau đó ban hành Báo cáo đánh giá của UBND cấp xã về các tiêu chí trên.

b) Công tác đánh giá tại huyện, quận, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương

- Chủ tịch Ủy ban nhân dân huyện, quận, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (UBND cấp huyện) thành lập Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (Hội đồng cấp huyện), Tổ tư vấn (hoặc Tổ giúp việc) và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng.

- Hội đồng cấp huyện tổ chức đánh giá, phân hạng các sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

- UBND cấp huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 3 sao, tổ chức công bố kết quả.

- UBND cấp huyện chuyển hồ sơ các sản phẩm có số điểm đạt từ 70 điểm đến 100 điểm (từ 4 sao trở lên) lên Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (UBND cấp tỉnh) để đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP.

c) Công tác đánh giá tại cấp tỉnh

- Chủ tịch UBND cấp tỉnh thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp tỉnh (Hội đồng cấp tỉnh) và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng.

- Hội đồng cấp tỉnh tổ chức đánh giá, xếp hạng các sản phẩm do cấp huyện đề xuất.

- UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 4 sao, tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh không đạt 4 sao, Hội đồng cấp tỉnh gửi trả kết quả (bằng văn bản) và hồ sơ về UBND cấp huyện:

+ Đối với những sản phẩm được Hội đồng cấp tỉnh đánh giá không đạt 70 điểm trở lên (nhưng đạt trên 50 điểm), UBND cấp huyện xem xét, lấy làm căn cứ để ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và cấp Giấy chứng nhận đạt 3 sao, hoặc tổ chức đánh giá và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp.

+ Đối với sản phẩm được Hội đồng cấp tỉnh đánh giá là hồ sơ không hợp lệ theo quy định, UBND cấp huyện hoàn thiện hồ sơ, đánh giá và phân hạng sản phẩm theo thẩm quyền được phân cấp.

- UBND cấp tỉnh chuyển hồ sơ các sản phẩm đạt từ 90 điểm đến 100 điểm lên Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị đánh giá, phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

#### d) Công tác đánh giá ở cấp trung ương

- Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp trung ương (Hội đồng cấp trung ương) và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng.

- Hội đồng cấp trung ương tổ chức đánh giá, phân hạng các sản phẩm do UBND cấp tỉnh đề xuất.

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 5 sao (là sản phẩm OCOP cấp quốc gia), tổ chức công bố kết quả.

- Trường hợp kết quả đánh giá không đạt 5 sao, Hội đồng cấp trung ương gửi trả kết quả (bằng văn bản) và hồ sơ về UBND cấp tỉnh:

+ Đối với sản phẩm đánh giá không đạt 90 điểm, nhưng trên 70 điểm, UBND cấp tỉnh có thể căn cứ vào kết quả đánh giá của Hội đồng cấp trung ương để ban hành quyết định công nhận đạt 4 sao, cấp Giấy chứng nhận đạt 4 sao hoặc tổ chức đánh giá và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp.

+ Đối với sản phẩm được Hội đồng Trung ương đánh giá hồ sơ không hợp lệ theo quy định, UBND cấp tỉnh hoàn thiện hồ sơ, đánh giá và phân hạng sản phẩm theo thẩm quyền được phân cấp.

### **3.2. Thành phần Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP các cấp**

a) Thành phần Hội đồng cấp trung ương: Có từ 07 đến 09 thành viên, bao gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện lãnh đạo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

- Đại diện các Bộ: Công Thương; Y tế; Khoa học và Công nghệ; Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tài nguyên và Môi trường; đại diện cơ quan tham mưu triển khai Chương trình OCOP cấp trung ương.

- Đại diện khác (nếu có): Chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP; Chuyên gia thuộc tổ chức, đơn vị kiểm định chất lượng; đại diện các hiệp hội, hội có liên quan.

b) Thành phần Hội đồng cấp tỉnh: Có từ 09 đến 11 thành viên, bao gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện lãnh đạo UBND cấp tỉnh.

- Đại diện các sở, ngành: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Công Thương; Y tế; Khoa học và Công nghệ; Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tài nguyên và Môi trường; đại diện cơ quan tham mưu triển khai Chương trình nông thôn mới, Chương trình OCOP cấp tỉnh.

- Chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP; đại diện các hiệp hội, hội có liên quan (nếu có).

c) Thành phần Hội đồng cấp huyện: Có từ 09 đến 11 thành viên, gồm:

- Chủ tịch Hội đồng: Đại diện lãnh đạo UBND cấp huyện.

- Đại diện các Sở: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Y tế; Công Thương; Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Khoa học và Công nghệ; Tài nguyên và Môi trường. Trong đó, thành phần bắt buộc là đại diện các Sở: Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Khoa học và Công nghệ, Tài nguyên và Môi trường và Sở quản lý sản phẩm theo quy định tại Phụ lục I.

- Đại diện các phòng, ban chuyên môn, tổ chức có liên quan; chuyên gia tư vấn Chương trình OCOP.

### **3.3. Yêu cầu về hồ sơ đánh giá sản phẩm OCOP**

a) Hồ sơ sản phẩm đăng ký tham gia đánh giá sản phẩm OCOP (Hồ sơ sản phẩm): Do các chủ thể OCOP (doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác, chủ hộ sản xuất...) chuẩn bị, bao gồm:

- Phiếu đăng ký đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (mẫu biểu số 1).

- Báo cáo của chủ thể đánh giá về sản phẩm theo Bộ tiêu chí (mẫu biểu số 2).

b) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp huyện: Do các chủ thể OCOP chuẩn bị, bao gồm:

- Báo cáo đánh giá của UBND cấp xã về một số tiêu chí (theo quy định tại khoản a, mục 1 và biểu mẫu số 3).

- Hồ sơ sản phẩm.

c) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp tỉnh: Do UBND cấp huyện chuẩn bị, bao gồm:

- Công văn gửi UBND cấp tỉnh đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Tài liệu họp Hội đồng cấp huyện: Báo cáo thẩm định của Tổ tư vấn; Biên bản

đánh giá của Hội đồng cấp huyện; Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm.

- Hồ sơ sản phẩm.

d) Hồ sơ đề xuất đánh giá sản phẩm cấp quốc gia: Do UBND cấp tỉnh chuẩn bị, bao gồm:

- Công văn gửi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

- Tài liệu họp Hội đồng cấp tỉnh, bao gồm: Báo cáo thẩm định của Tổ tư vấn; Biên bản đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh; Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm.

- Hồ sơ sản phẩm.

- Các văn bản xác nhận kiểm tra, kiểm nghiệm bổ sung của cấp tỉnh (nếu có).

### **3.4. Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP**

a) Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp huyện

- Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ

- + UBND cấp huyện tiếp nhận hồ sơ sản phẩm/dịch vụ từ các cá nhân/tổ chức đăng ký sản phẩm tham gia Chương trình OCOP.

- + UBND cấp huyện kiểm tra thể thức, nội dung, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ.

- + UBND cấp huyện Quyết định thành lập Hội đồng cấp huyện, Tổ tư vấn (hoặc Tổ giúp việc).

- Đánh giá

- + Đối tượng đánh giá: Mẫu sản phẩm (trừ sản phẩm dịch vụ du lịch) và hồ sơ sản phẩm. Đối với các sản phẩm dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch: Các thành viên kiểm tra thực tế và đánh giá trước tại thực địa.

- + Chuẩn bị số lượng hồ sơ: 01 bộ hồ sơ gốc và 01 bộ hồ sơ điện tử (hồ sơ scan). Hồ sơ sản phẩm (bản điện tử) cần được chuyển cho các thành viên Hội đồng trước ngày họp đánh giá ít nhất 01 ngày làm việc.

- + Tiến hành đánh giá

- (i) Các thành viên hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá. Chủ thể sản phẩm OCOP có thể tham gia trình bày, diễn giải trước Hội đồng.

- (ii) Hội đồng thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần).

- (iii) Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên (điểm của các thành viên không được chênh lệch nhau quá 10 điểm). Thống nhất thông qua kết quả đánh giá, đề xuất các sản phẩm được tham gia đánh cấp tỉnh, báo cáo kết quả tới UBND cấp huyện và đề xuất về phân hạng sản phẩm.

- Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng

- + Căn cứ kết quả điểm số đánh giá của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng

theo khung từ 1 đến 5 sao.

+ UBND cấp huyện thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần).

+ UBND cấp huyện ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá, cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 3 sao; tổ chức công bố kết quả.

+ UBND cấp huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm, chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm đạt từ 70 đến 100 điểm đề nghị cấp tỉnh đánh giá, phân hạng.

+ UBND cấp huyện thông báo kết quả cho UBND cấp xã để tiếp tục hướng dẫn, hỗ trợ các chủ thể phát triển sản phẩm.

b) Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp tỉnh

- Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm

+ UBND cấp tỉnh tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp huyện.

+ UBND cấp tỉnh kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần).

+ UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá sản phẩm OCOP cấp tỉnh, Tổ tư vấn Hội đồng cấp tỉnh và kế hoạch đánh giá.

- Tổ tư vấn Hội đồng tiến hành thẩm định, đánh giá hồ sơ

+ Các thành viên Tổ tư vấn thẩm định hồ sơ, đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá, đề xuất bổ sung hồ sơ, gửi mẫu phiếu kiểm nghiệm chất lượng (nếu cần thiết).

+ Tổ tư vấn Hội đồng tiến hành kiểm tra thực tế tại cơ sở về quy trình sản xuất, vệ sinh môi trường, điều kiện an toàn thực phẩm, ... (nếu cần thiết).

+ Tổ tư vấn thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần).

+ Tổ tư vấn tổng hợp kết quả đánh giá của các thành viên, xây dựng Báo cáo trình Hội đồng cấp tỉnh để tổ chức Hội đồng cấp tỉnh đánh giá, phân hạng, đề xuất gửi mẫu kiểm nghiệm chất lượng độc lập (nếu cần thiết).

- Tổ chức họp Hội đồng đánh giá, phân hạng

Các bước tổ chức đánh giá của Hội đồng:

+ Chủ thể sản phẩm OCOP trình bày, diễn giải trước Hội đồng (nếu cần thiết).

+ Đại diện Tổ tư vấn Hội đồng trình bày báo cáo kết quả thẩm tra, đánh giá hồ sơ sản phẩm của Tổ tư vấn.

+ Các thành viên Hội đồng thảo luận, trao đổi những vấn đề chưa rõ; thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần); tham khảo kết quả khảo sát, đánh giá phản hồi của người tiêu dùng về sản phẩm (nếu có).

+ Các thành viên Hội đồng đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá.

+ Hội đồng tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên (điểm của các thành viên không được chênh lệch nhau quá 10 điểm). Trong trường hợp chênh lệch lớn hơn 10 điểm, Hội đồng đánh giá sẽ thảo luận để thống nhất chấm điểm lại.

+ Hội đồng thống nhất thông qua kết quả đánh giá, đề xuất các sản phẩm có thể tham gia đánh giá cấp trung ương (từ 90 điểm trở lên), báo cáo kết quả tới UBND cấp tỉnh và đề xuất về phân hạng sản phẩm.

- Phân hạng và chuyển hồ sơ đề nghị đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp trung ương

+ Căn cứ kết quả điểm số đánh giá của Hội đồng, các sản phẩm được xếp hạng theo khung từ 1 đến 5 sao.

+ UBND cấp tỉnh thông báo kết quả cho các chủ thể OCOP, đề nghị hoàn thiện/bổ sung hồ sơ (nếu cần).

+ UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định công nhận kết quả đánh giá, cấp Giấy chứng nhận sản phẩm đạt 4 sao; tổ chức công bố kết quả.

+ UBND cấp tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả chấm điểm, chuyển hồ sơ và sản phẩm mẫu của các sản phẩm có tiềm năng đạt 5 sao (từ 90 đến 100 điểm) đề nghị cấp trung ương đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP quốc gia.

+ Trường hợp kết quả đánh giá của Hội đồng cấp tỉnh đạt dưới 70 điểm (không đạt 4 sao) hoặc hồ sơ không hợp lệ, Hội đồng cấp tỉnh gửi trả hồ sơ về UBND cấp huyện để xem xét, công nhận hoặc hoàn thiện hồ sơ đánh giá lại và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp theo quy định.

c) Các bước đánh giá, phân hạng sản phẩm tại cấp trung ương

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức đánh giá, công nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia theo các bước:

- Tiếp nhận hồ sơ sản phẩm, dịch vụ du lịch:

+ Tiếp nhận hồ sơ đề xuất đánh giá, phân hạng sản phẩm từ cấp tỉnh.

+ Kiểm tra thể thức, thông báo và hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ (nếu cần).

+ Ban hành Quyết định thành lập Hội đồng, Tổ tư vấn và Quy chế hoạt động của Hội đồng cấp trung ương và kế hoạch đánh giá.

- Tổ tư vấn Hội đồng tiến hành thẩm định, đánh giá hồ sơ:

+ Các thành viên Tổ tư vấn thẩm định hồ sơ, đánh giá sản phẩm theo phiếu đánh giá, tổ chức khảo sát thực tế tại cơ sở sản xuất (nếu cần thiết).

+ Tổ tư vấn thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần).

+ Tổ tư vấn tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên, xây dựng Báo cáo trình Chủ tịch Hội đồng đánh giá, phân hạng cấp trung ương để tổ

chức Hội đồng cấp trung ương đánh giá, phân hạng.

- Tổ chức Hội đồng cấp trung ương

Hội đồng cấp trung ương tổ chức đánh giá các sản phẩm theo quy trình sau:

+ Cơ quan thường trực Hội đồng báo cáo chung kết quả đánh giá về sản phẩm của Tổ tư vấn.

+ Tổ tư vấn báo cáo bổ sung về kết quả thẩm định hồ sơ, kết quả kiểm tra thực tế cơ sở, kết quả kiểm nghiệm (nếu có) đối với từng hồ sơ sản phẩm OCOP.

+ Các thành viên Hội đồng thảo luận, trao đổi những vấn đề chưa rõ; thảo luận, thống nhất quan điểm đánh giá một số chỉ tiêu chưa cụ thể, định tính (nếu cần); tham khảo kết quả khảo sát, đánh giá phản hồi của người tiêu dùng về sản phẩm (nếu có).

+ Các thành viên Hội đồng đánh giá sản phẩm, tổng hợp kết quả đánh giá, tính trung bình điểm của các thành viên (điểm của các thành viên không được chênh lệch nhau quá 10 điểm). Trong trường hợp chênh lệch lớn hơn 10 điểm, Hội đồng đánh giá sẽ thảo luận để thống nhất chấm điểm lại.

+ Hội đồng thống nhất, thông qua kết quả đánh giá, đề xuất các sản phẩm đủ điều kiện đạt 5 sao (đạt từ 90 điểm trở lên), báo cáo và đề nghị Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xem xét, công nhận sản phẩm OCOP 5 sao (cấp quốc gia).

- Xếp hạng và công bố kết quả đánh giá

+ Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thông báo kết quả cho UBND cấp tỉnh và các chủ thể OCOP.

+ Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá và Giấy chứng nhận cho các sản phẩm đạt 5 sao (sản phẩm OCOP cấp quốc gia); tổ chức công bố kết quả.

+ Trường hợp kết quả đánh giá đạt dưới 90 điểm (không đạt 5 sao) hoặc hồ sơ không hợp lệ, Hội đồng cấp trung ương gửi trả hồ sơ về UBND cấp tỉnh để xem xét, công nhận hoặc hoàn thiện hồ sơ đánh giá lại và phân hạng theo thẩm quyền được phân cấp theo quy định.

### ***3.5. Thời hạn hiệu lực phân hạng sản phẩm OCOP***

a) Các chủ thể OCOP có thể đăng ký sản phẩm để được đánh giá, phân hạng, nâng hạng sản phẩm thường xuyên, liên tục (theo kế hoạch và chu trình OCOP của địa phương).

b) Giấy chứng nhận cho các sản phẩm OCOP đạt từ 3 đến 5 sao có giá trị trong thời hạn 36 tháng, kể từ ngày cơ quan có thẩm quyền ban hành. Cơ quan quản lý Chương trình OCOP các cấp thông báo, hướng dẫn các chủ thể đăng ký đánh giá, phân hạng lại sản phẩm theo kế hoạch và chu trình OCOP.

### ***3.6. Quy định về đánh giá, nâng hạng sản phẩm OCOP***

a) Căn cứ kết quả phát triển sản phẩm, chủ thể OCOP bổ sung, hoàn thiện hồ sơ

theo quy định tại mục 3.

b) Trình tự, thủ tục đánh giá, nâng hạng thực hiện theo quy định về đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP.

### **3.7. Quy định về đánh giá, phân hạng lại sản phẩm sau khi hết thời hạn**

a) Chậm nhất 30 ngày trước ngày hết thời hạn 36 tháng, cơ quan ban hành Quyết định công nhận kết quả và cấp Giấy chứng nhận đạt sao có văn bản thông báo cho các chủ thể OCOP về thời hạn của Giấy chứng nhận.

b) Chủ thể OCOP (nếu có nhu cầu), chuẩn bị hồ sơ đề nghị công nhận lại sản phẩm, bao gồm:

- Phiếu đăng ký đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (mẫu phiếu tại biểu số 1).
- Báo cáo của chủ thể đánh giá về sản phẩm theo Bộ tiêu chí theo mẫu biểu số 2 (rà soát, cập nhật những nội dung mới, đánh giá về kết quả sau 3 năm được công nhận OCOP: về nguyên liệu, thị trường, công bố chất lượng...).

c) Cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình các cấp chủ trì, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức kiểm tra thực tế tại cơ sở về việc duy trì, phát triển sản phẩm OCOP; phát triển nguyên liệu, liên kết, chất lượng và chấp hành các quy định hiện hành của Chương trình (nếu cần thiết).

d) Tổ chức thực hiện các bước đánh giá, phân hạng lại sản phẩm OCOP theo quy định

- Cấp huyện: Trên cơ sở hồ sơ đăng ký đánh giá, phân hạng lại sản phẩm OCOP và báo cáo của cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình (nếu có), Hội đồng cấp huyện tổ chức họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản về phiếu đánh giá sản phẩm. Căn cứ kết quả đánh giá của Hội đồng, Hội đồng cấp huyện trình UBND huyện ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá; cấp Giấy chứng nhận đạt 3 sao và tổ chức công bố kết quả; có văn bản đề nghị Hội đồng cấp tỉnh đánh giá, phân hạng lại sản phẩm đủ điều kiện 4 sao.

- Cấp tỉnh: Căn cứ hồ sơ chủ thể, biên bản của Hội đồng cấp huyện, văn bản đề nghị của UBND cấp huyện và báo cáo của cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình (nếu có), Hội đồng cấp tỉnh tổ chức họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản về phiếu đánh giá sản phẩm. Căn cứ kết quả đánh giá, Hội đồng cấp tỉnh trình UBND tỉnh ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá; cấp Giấy chứng nhận đạt 4 sao và tổ chức công bố kết quả; có văn bản đề nghị Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đánh giá, phân hạng lại sản phẩm đủ điều kiện 5 sao.

- Cấp trung ương: Trên cơ sở hồ sơ chủ thể, biên bản của Hội đồng cấp tỉnh, văn bản đề nghị của UBND cấp tỉnh và báo cáo của cơ quan tham mưu thực hiện Chương trình (nếu có), Hội đồng cấp trung ương tổ chức họp hoặc lấy ý kiến bằng văn bản về phiếu đánh giá sản phẩm. Căn cứ kết quả đánh giá, Hội đồng cấp trung ương trình Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành Quyết định phê duyệt kết quả đánh giá;

cấp Giấy chứng nhận đạt 5 sao và tổ chức công bố kết quả.

## **V. Những điểm sáng đáng chú ý của chương trình OCOP Việt Nam năm 2024**

### **1. Sự phát triển về số lượng và chất lượng sản phẩm**

Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) được triển khai từ năm 2018 theo Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 7/5/2018, nhằm phát triển kinh tế khu vực nông thôn thông qua việc thúc đẩy sản xuất, nâng cao giá trị sản phẩm đặc trưng của từng địa phương. Chương trình đã tạo ra động lực mạnh mẽ để các địa phương phát huy lợi thế sẵn có, cải thiện sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Tính đến tháng 9/2024, cả nước đã có hơn 14.000 sản phẩm OCOP, trong đó 14.085 sản phẩm đạt từ 3 sao trở lên, vượt mục tiêu đề ra cho giai đoạn 2021-2025. Cơ cấu sản phẩm OCOP theo mức xếp hạng cụ thể như sau:

- 72,1% sản phẩm đạt 3 sao.
- 25,8% sản phẩm đạt 4 sao.
- 2,1% sản phẩm đạt 5 sao hoặc tiềm năng 5 sao.

Số lượng chủ thể OCOP cũng liên tục tăng lên, với 7.846 chủ thể tham gia sản xuất và kinh doanh sản phẩm OCOP trên toàn quốc. Đây là dấu hiệu tích cực cho thấy chương trình đang thu hút sự quan tâm lớn từ doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất cá thể.

Không chỉ gia tăng về số lượng, chất lượng sản phẩm OCOP trong năm 2024 cũng có những cải tiến đáng kể. Các sản phẩm không chỉ đảm bảo các tiêu chí về chất lượng mà còn được nâng cao về mẫu mã, bao bì, đáp ứng nhu cầu thị trường và thị hiếu người tiêu dùng. Nhờ đó, sản phẩm OCOP ngày càng khẳng định được vị thế trên thị trường trong nước và hướng đến xuất khẩu quốc tế.

Đặc biệt, trong năm 2024, Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP cấp Trung ương đã công nhận 4 sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP 5 sao cấp quốc gia, gồm:

- Bánh đậu xanh Ròng vàng Hoàng Gia (Hải Dương).
- Vải thiều Lục Ngạn (Bắc Giang).
- Trái sầu riêng cấp đông (Bến Tre).
- Gia vị hoàn chỉnh YesHue (Thừa Thiên Huế).

Những sản phẩm này không chỉ đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng mà còn được đầu tư bài bản về thương hiệu, bao bì và chiến lược tiếp thị, nâng cao giá trị sản phẩm trên thị trường.

Nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể OCOP nâng cao chất lượng sản phẩm, các cơ quan chức năng đã triển khai nhiều hoạt động hỗ trợ như:

- Nâng cao nhận thức và kỹ năng về thiết kế bao bì, phát triển sản phẩm theo xu hướng thị trường.
- Tạo cơ hội cho các chủ thể OCOP tham gia hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước để quảng bá sản phẩm.
- Hỗ trợ một phần kinh phí trong việc đăng ký sở hữu trí tuệ, đầu tư công nghệ chế biến và bảo quản sản phẩm.

Những chính sách hỗ trợ này góp phần tạo động lực cho các chủ thể OCOP tiếp tục cải tiến sản phẩm, mở rộng thị trường và gia tăng giá trị thương hiệu.

## 2. Phát triển kênh tiêu thụ và xúc tiến thương mại

### *Đa dạng hóa kênh tiêu thụ*

Sản phẩm OCOP hiện đang được phân phối rộng rãi qua nhiều kênh khác nhau:

- Kênh truyền thống: Các cửa hàng, chợ địa phương, hội chợ thương mại.
- Siêu thị và chuỗi bán lẻ: Việc đưa sản phẩm OCOP vào hệ thống siêu thị lớn giúp mở rộng thị trường, nhưng vẫn còn nhiều thách thức về tiêu chuẩn và điều kiện nhập hàng.
- Sàn thương mại điện tử: Sự phát triển của công nghệ số đã tạo điều kiện cho sản phẩm OCOP tiếp cận nhiều hơn đến người tiêu dùng qua các nền tảng như Shopee, Tiki, Lazada, .....

### *Xúc tiến thương mại quốc tế*

Những năm gần đây, nhiều sản phẩm OCOP đã xuất khẩu thành công ra thị trường quốc tế, đặc biệt là Nhật Bản, Australia. Đến tháng 12/2024, Global Trade Connection đã hoàn tất bản ký kết hợp tác chiến lược tại 63 tỉnh thành, mở đường cho hơn 1.000 sản phẩm OCOP được xuất khẩu chính ngạch sang Úc.

## 3. Đóng góp cho phát triển nông thôn

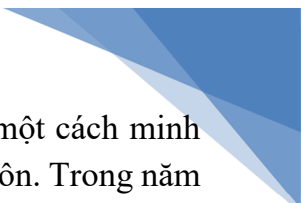
Chương trình OCOP không chỉ thúc đẩy kinh tế nông thôn mà còn góp phần bảo tồn làng nghề truyền thống, tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân. Nhờ OCOP, nhiều vùng nông thôn đã chuyển đổi từ sản xuất nhỏ lẻ sang sản xuất hàng hóa theo chuỗi giá trị, đảm bảo truy xuất nguồn gốc và đáp ứng tiêu chuẩn thị trường.

### Trường hợp điển hình: **Tỉnh Sóc Trăng vượt chỉ tiêu OCOP năm 2024**

Tỉnh Sóc Trăng đã đạt được những kết quả ấn tượng khi có 263 sản phẩm OCOP được công nhận, đạt 114,3% so với kế hoạch đề ra. Các sản phẩm này được chuẩn hóa về chất lượng và tiêu chuẩn theo chuỗi giá trị, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân địa phương.

## 4. Đánh giá và chứng nhận cấp quốc gia

### *Đánh giá và chứng nhận sản phẩm OCOP cấp quốc gia*



Công tác đánh giá và chứng nhận sản phẩm OCOP được thực hiện một cách minh bạch, khoa học với sự tham gia của các chuyên gia và hội đồng chuyên môn. Trong năm 2024, các hoạt động nổi bật bao gồm:

- Phân hạng và công nhận sản phẩm OCOP 5 sao cấp quốc gia: Đến tháng 1/2025, đã có 28 sản phẩm OCOP được chứng nhận ở cấp quốc gia.
- Tăng cường kiểm soát chất lượng: Các sản phẩm OCOP được thẩm định kỹ lưỡng về nguyên liệu, quy trình sản xuất, chất lượng đầu ra, mẫu mã và tính bền vững.
- Nâng cao giá trị thương hiệu: Việc đạt chứng nhận OCOP 5 sao không chỉ giúp sản phẩm khẳng định vị thế mà còn là điều kiện quan trọng để mở rộng thị trường xuất khẩu.

Những kết quả đạt được trong năm 2024 cho thấy chương trình OCOP không chỉ giúp phát triển kinh tế nông thôn mà còn khẳng định vị thế của sản phẩm Việt Nam trên thị trường quốc tế. Với các chính sách hỗ trợ phù hợp, OCOP sẽ tiếp tục phát triển bền vững và trở thành một thương hiệu quốc gia mạnh mẽ trong thời gian tới.

# B. Đổi mới sáng tạo công nghệ bảo quản chế biến nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP



## Mở đầu

Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) được xem là một trong những giải pháp quan trọng nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn bền vững thông qua khai thác tiềm năng, thế mạnh của từng địa phương. Tuy nhiên, để sản phẩm OCOP thực sự có sức cạnh tranh và chinh phục thị trường trong nước và quốc tế, yếu tố chất lượng đóng vai trò quyết định.

Cuốn sách "Đổi mới sáng tạo công nghệ sơ chế bảo quản nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP" ra đời nhằm cung cấp các giải pháp công nghệ mới, hiện đại, và thiết thực trong quá trình sơ chế và bảo quản nông sản, góp phần nâng cao giá trị và chất lượng sản phẩm OCOP.

Với nội dung được biên soạn kỹ lưỡng, cập nhật các công nghệ tiên tiến trên thế giới và các mô hình thành công trong thực tiễn, chúng tôi hy vọng cuốn sách sẽ là tài liệu hữu ích cho các nhà quản lý, doanh nghiệp, hợp tác xã, và các chủ thể sản xuất kinh doanh sản phẩm OCOP. Qua đó, thúc đẩy quá trình đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển bền vững các sản phẩm OCOP.

Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý, chia sẻ từ các độc giả để nội dung cuốn sách ngày càng hoàn thiện và gần gũi hơn với thực tiễn sản xuất, kinh doanh.

Trân trọng!

## **I. Giới thiệu chương trình OCOP và vai trò đổi mới sáng tạo**

Chương trình OCOP (One Commune One Product - mỗi xã một sản phẩm) là chương trình trọng điểm quốc gia do Chính phủ Việt Nam triển khai, nhằm khai thác và phát huy các tiềm năng, lợi thế đặc thù của từng địa phương trên cả nước. Chương trình hướng đến mục tiêu phát triển kinh tế nông thôn một cách bền vững và hiệu quả thông qua việc tạo ra các sản phẩm đặc sản, đặc trưng mang giá trị cao, gắn kết chặt chẽ với xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ.

Theo Quyết định số 919/QĐ-TTg ngày 01/8/2022 của Thủ tướng Chính phủ, chương trình OCOP trong giai đoạn 2021-2025 chú trọng phát triển các sản phẩm theo chuỗi giá trị. Điều này không chỉ giúp nâng cao giá trị kinh tế cho các sản phẩm mà còn góp phần nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho người dân nông thôn, đồng thời bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa bản địa quý báu của từng vùng miền.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng như hiện nay, yêu cầu về chất lượng sản phẩm, an toàn vệ sinh thực phẩm và truy xuất nguồn gốc sản phẩm ngày càng cao. Điều này đặt ra nhu cầu cấp thiết đối với việc đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ tiên tiến trong các khâu sản xuất, sơ chế và bảo quản sản phẩm OCOP. Báo cáo năm 2021 của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO) nhấn mạnh rằng, việc ứng dụng công nghệ tiên tiến trong chuỗi cung ứng sản phẩm nông sản có thể giúp giảm đáng kể thất thoát sau thu hoạch, nâng cao chất lượng sản phẩm và kéo dài thời gian bảo quản, qua đó đáp ứng được những tiêu chuẩn quốc tế khắt khe nhất.

Việc tích hợp các giải pháp công nghệ đổi mới sáng tạo vào chương trình OCOP không chỉ tạo ra giá trị kinh tế vượt trội mà còn mang lại những lợi ích tích cực về môi trường và xã hội. Các công nghệ mới giúp giảm thiểu ô nhiễm, tiết kiệm năng lượng, tối ưu hóa sử dụng tài nguyên thiên nhiên và giảm chất thải ra môi trường. Qua đó, chương trình OCOP góp phần quan trọng trong việc đạt được các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) do Liên hợp quốc đề ra, như giảm đói nghèo, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững, ứng phó với biến đổi khí hậu và bảo vệ tài nguyên thiên nhiên (United Nations, 2020).

Như vậy, đổi mới công nghệ trong chương trình OCOP đóng vai trò then chốt, không chỉ giúp các sản phẩm địa phương tiếp cận hiệu quả với thị trường quốc tế mà còn thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển bền vững và nâng cao chất lượng sống của cộng đồng nông thôn Việt Nam.

## **II. Đổi mới sáng tạo trong công nghệ bảo quản chế biến nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP**

### **1. Công nghệ tự động hóa và IOT trong bảo quản sản phẩm OCOP**

Trong những năm gần đây, tự động hóa và Internet vạn vật (IoT - Internet of Things) ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong lĩnh vực nông nghiệp, đặc biệt là giai

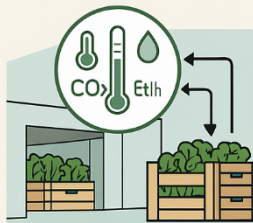
đoạn sơ chế sản phẩm nông thực phẩm. Các công nghệ này không chỉ cải thiện đáng kể năng suất lao động, giảm chi phí sản xuất mà còn nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, đồng thời đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế ngày càng khắt khe.

Các hệ thống tự động hóa tích hợp IoT thường gồm các thành phần chính như hệ thống cảm biến thông minh, robot tự động, và nền tảng điều khiển, giám sát từ xa:

- **Hệ thống cảm biến IoT:** Các cảm biến thông minh có khả năng đo lường liên tục và chính xác các thông số như nhiệt độ, độ ẩm, ánh sáng, mức khí CO<sub>2</sub>, nồng độ ethylene, áp suất không khí, và thậm chí là các chỉ số sinh học như nồng độ vi sinh vật trong môi trường sơ chế. Các thông số này được thu thập và truyền tải theo thời gian thực đến hệ thống quản lý dữ liệu tập trung. Dựa trên những dữ liệu này, hệ thống tự động điều chỉnh các yếu tố môi trường một cách kịp thời và hiệu quả, giảm thiểu tối đa sự tác động từ các yếu tố bên ngoài, đảm bảo môi trường sơ chế luôn ổn định.
- **Robot tự động hóa:** Robot ngày càng được ứng dụng rộng rãi vào các công đoạn sơ chế như rửa sạch sản phẩm, phân loại theo kích cỡ, độ chín hoặc trọng lượng, cũng như trong các khâu cân định lượng và đóng gói. Nhờ được lập trình chi tiết dựa trên dữ liệu thu thập từ cảm biến, robot có khả năng vận hành chính xác, nhanh chóng và ổn định, giảm tối đa rủi ro sai sót hoặc hư hỏng sản phẩm. Ngoài ra, việc sử dụng robot cũng hạn chế tiếp xúc trực tiếp của con người với sản phẩm, giảm nguy cơ lây nhiễm chéo và ô nhiễm, góp phần đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm ở mức cao nhất.
- **Hệ thống điều khiển và giám sát từ xa:** Thông qua các ứng dụng IoT trên điện thoại thông minh, máy tính bảng hoặc các nền tảng phần mềm chuyên dụng, người quản lý có thể dễ dàng giám sát và kiểm soát toàn bộ quy trình sơ chế từ xa, bất cứ lúc nào và ở bất kỳ đâu. Việc điều khiển từ xa này giúp người vận hành đưa ra các quyết định kịp thời, điều chỉnh nhanh chóng các thông số hoặc xử lý

## Công nghệ tự động hóa và IoT trong bảo quản, chế biến nông sản thực phẩm

Hệ thống cảm biến IoT



Tự động hóa trong chế biến



Bảo quản lạnh thông minh



Giám sát từ xa & truy xuất nguồn gốc



các sự cố phát sinh, giúp tối ưu hóa vận hành, giảm thiểu thời gian chết và tăng năng suất tổng thể.

- **Truy xuất nguồn gốc thông minh:** Một ưu điểm vượt trội nữa của IoT là hỗ trợ hiệu quả trong việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm thông qua mã QR, RFID hoặc NFC. Người tiêu dùng và cơ quan quản lý dễ dàng tiếp cận thông tin chi tiết về nguồn gốc, quy trình sản xuất, điều kiện bảo quản và vận chuyển của từng sản phẩm cụ thể. Điều này không chỉ đảm bảo tính minh bạch trong chuỗi cung ứng, mà còn tạo lòng tin lớn đối với người tiêu dùng và tăng khả năng tiếp cận các thị trường xuất khẩu khó tính.

Việc ứng dụng tự động hóa kết hợp với IoT trong bảo quản chế biến nông sản OCOP là xu thế tất yếu, giúp nâng cao sức cạnh tranh, giảm chi phí vận hành, tối ưu hóa chất lượng sản phẩm và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về an toàn thực phẩm ngày càng nghiêm ngặt, từ đó mở rộng cơ hội tiếp cận các thị trường quốc tế cao cấp hơn.

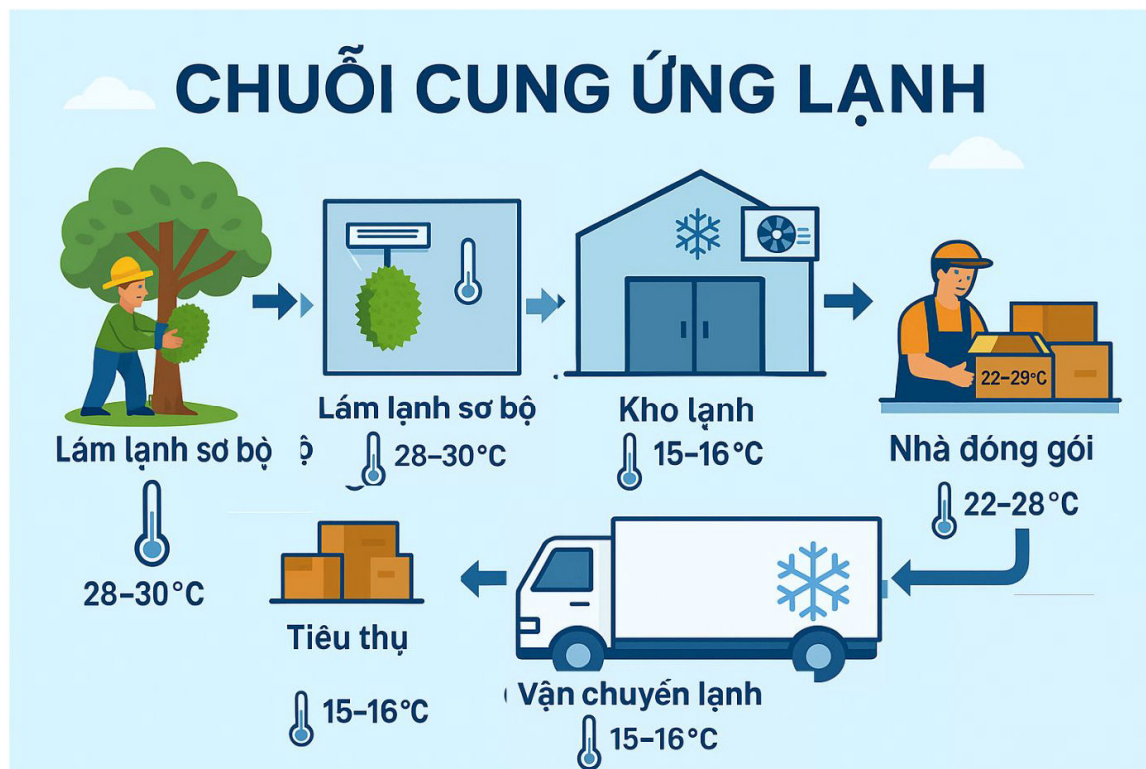
## 2. Công nghệ bảo quản lạnh và chuỗi cung ứng lạnh trong

Công nghệ bảo quản lạnh và chuỗi cung ứng lạnh ngày càng trở thành yếu tố then chốt và không thể thiếu trong việc duy trì chất lượng và kéo dài tuổi thọ của các sản phẩm nông sản dễ hỏng như rau, củ, quả, thịt, sữa, thủy sản và các sản phẩm chế biến từ chúng. Việc duy trì nhiệt độ thấp ổn định xuyên suốt các giai đoạn từ thu hoạch, sơ chế, vận chuyển đến bảo quản cuối cùng có vai trò quan trọng trong việc hạn chế quá trình hô hấp, giảm tốc độ chín, ức chế hiệu quả sự phát triển của các vi sinh vật gây hư hỏng và ngăn chặn sự suy giảm chất lượng dinh dưỡng, qua đó kéo dài thời gian sử dụng và bảo đảm độ tươi ngon cũng như giá trị thương mại của sản phẩm (Mercier et al., 2017).

Hệ thống chuỗi cung ứng lạnh được thiết kế một cách bài bản, bao gồm các thành phần chính như kho lạnh trung tâm, xe tải lạnh chuyên dụng, container lạnh, hệ thống đóng gói cách nhiệt, các thiết bị làm lạnh tiên tiến, và đặc biệt là hệ thống quản lý nhiệt độ tự động kết hợp với công nghệ cảm biến IoT (Internet of Things). Các cảm biến IoT cho phép theo dõi, giám sát và điều chỉnh nhiệt độ, độ ẩm liên tục và chính xác trong toàn bộ quá trình vận hành, từ đó đảm bảo sản phẩm luôn được bảo quản ở điều kiện lý tưởng nhất. Chẳng hạn, trong bảo quản trái cây như táo và nho, nhiệt độ ổn định từ 0–4°C giúp duy trì độ giòn, vị ngọt và giảm thiểu sự thất thoát các dưỡng chất quý giá. Trong khi đó, bảo quản các loại thủy sản như cá hồi, cá ngừ hay tôm đông lạnh, nhiệt độ từ -18°C đến -20°C được duy trì nhằm ngăn chặn triệt để sự sinh trưởng của vi khuẩn và đảm bảo chất lượng thực phẩm an toàn tuyệt đối cho người tiêu dùng.

Một trong những ứng dụng nổi bật và tiên tiến nhất của công nghệ lạnh hiện nay là hệ thống giám sát và điều khiển từ xa thông qua IoT. Hệ thống này giúp các doanh nghiệp chủ động quản lý, giám sát thời gian thực và điều chỉnh nhiệt độ, độ ẩm, cũng như trạng thái bảo quản sản phẩm trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Khi có sự cố hoặc bất kỳ sự dao động bất thường nào về nhiệt độ và độ ẩm, hệ thống sẽ ngay lập tức phát cảnh

báo đến người quản lý qua điện thoại hoặc email, cho phép kịp thời xử lý vấn đề, giảm thiểu tối đa tổn thất về chất lượng và giá trị của sản phẩm. Các doanh nghiệp xuất khẩu rau quả Việt Nam, khi áp dụng công nghệ này, đã thành công trong việc đảm bảo chất lượng ổn định, đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt từ thị trường quốc tế như EU, Nhật Bản và Hoa Kỳ, nâng cao khả năng cạnh tranh và giá trị xuất khẩu (Mercier et al., 2017).



Trong ngành chế biến thực phẩm và bán lẻ, công nghệ bảo quản lạnh cũng được ứng dụng rộng rãi và hiệu quả. Các chuỗi siêu thị lớn, cửa hàng tiện lợi và trung tâm thương mại đều trang bị hệ thống lạnh hiện đại và đồng bộ, giúp giám sát và điều chỉnh nhiệt độ, độ ẩm tự động, đảm bảo chất lượng sản phẩm cao nhất từ khâu bảo quản đến tận tay người tiêu dùng. Việc ứng dụng IoT trong lĩnh vực này còn giúp các nhà bán lẻ thực hiện truy xuất nguồn gốc sản phẩm một cách minh bạch và hiệu quả, xây dựng niềm tin vững chắc cho khách hàng về an toàn thực phẩm và chất lượng sản phẩm tiêu dùng hàng ngày.

Ngoài các lợi ích kinh tế trực tiếp, việc ứng dụng công nghệ bảo quản lạnh còn góp phần đáng kể vào việc giảm thất thoát lương thực và thực phẩm, vấn đề nghiêm trọng ở cấp độ toàn cầu. Theo báo cáo của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên hợp quốc (FAO), khoảng 14% sản phẩm thực phẩm bị mất mát trong quá trình từ thu hoạch đến tiêu dùng. Việc ứng dụng công nghệ lạnh hiệu quả có thể giảm đáng kể tỷ lệ thất thoát này, góp phần đảm bảo an ninh lương thực toàn cầu và phát triển nông nghiệp bền vững (FAO, 2021).

Như vậy, đầu tư và ứng dụng rộng rãi công nghệ bảo quản lạnh và chuỗi cung

ứng lạnh không chỉ giúp các doanh nghiệp nông nghiệp giảm tỷ lệ thất thoát, tăng cường chất lượng và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế mà còn đóng vai trò tích cực trong việc đạt được các mục tiêu phát triển bền vững, hướng tới nền nông nghiệp xanh, sạch và bền vững trong tương lai (Mercier et al., 2017; FAO, 2021).

### 3. Công nghệ đóng gói thông minh

Công nghệ đóng gói thông minh (Smart Packaging) là giải pháp tiên tiến đang được áp dụng ngày càng rộng rãi trong bảo quản và chế biến các sản phẩm OCOP. Đặc điểm nổi bật của công nghệ này là khả năng tương tác giữa bao bì, sản phẩm và người sử dụng, nhằm kiểm soát và duy trì chất lượng sản phẩm một cách hiệu quả.

Một ví dụ điển hình là việc sử dụng van một chiều trong bao bì cà phê rang xay. Đây là một ví dụ tiêu biểu của ứng dụng công nghệ bao bì chủ động có chức năng kiểm soát khí bên trong bao bì (Realini & Marcos, 2014). Trong quá trình rang, cà phê sản sinh khí carbon dioxide ( $\text{CO}_2$ ), van một chiều giúp khí này thoát ra ngoài mà không cho không khí và oxy bên ngoài thâm nhập vào, nhờ vậy cà phê được bảo quản tối ưu về hương vị và độ tươi ngon.

Bao bì thông minh được chia thành hai nhóm chính: Bao bì chủ động (Active Packaging) và Bao bì thông minh (Intelligent Packaging).

Bao bì chủ động (Active Packaging) chứa các thành phần hoạt tính giúp điều chỉnh điều kiện môi trường bên trong bao bì: giúp kiểm soát độ ẩm, khí ethylene, oxy và sự phát triển vi sinh vật trong môi trường đóng gói (Yildirim et al., 2018).

- 1) Bao bì hút ẩm: Sử dụng các chất hút ẩm như silica gel hoặc zeolite có khả năng hấp thụ độ ẩm dư thừa trong bao bì, đặc biệt phù hợp với các sản phẩm OCOP dạng khô như bánh dứa Bến Tre, mít gừng Huế, và bánh đậu xanh Hải Dương. Trong quá trình bảo quản và phân phối, độ ẩm từ môi trường bên ngoài có thể thấm vào bao bì làm giảm độ giòn, gây mốc hoặc làm thay đổi cấu trúc sản phẩm. Việc tích hợp túi hút ẩm nhỏ bên trong bao bì hoặc sử dụng vật liệu bao bì có tính năng hút ẩm giúp duy trì độ khô ráo ổn định, kéo dài thời hạn sử dụng và đảm bảo cảm quan, vệ sinh an toàn thực phẩm.
- 2) Bao bì hấp thụ khí ethylene: Khí ethylene là một hormone thực vật dạng khí, có vai trò thúc đẩy quá trình chín và lão hóa của trái cây và rau quả sau thu hoạch. Sự tích tụ ethylene trong môi trường đóng gói sẽ khiến sản phẩm chín nhanh, làm giảm thời gian bảo quản và gây tổn thất lớn trong quá trình vận chuyển. Bao bì hấp thụ ethylene được tích hợp các hợp chất như permanganat kali, than hoạt tính, hoặc zeolite chức năng có khả năng hấp phụ hoặc oxy hóa khí ethylene. Trong sản phẩm OCOP, công nghệ này đặc biệt phù hợp với trái cây đặc sản như xoài cát Hòa Lộc (Tiền Giang), chuối tiêu hồng (Hưng Yên), bơ booth (Đắk Lắk). Việc sử dụng bao bì hấp thụ ethylene trong quá trình đóng gói và vận chuyển

giúp duy trì độ tươi, hạn chế tổn thất, kéo dài thời gian lưu trữ và đáp ứng yêu cầu bảo quản khi xuất khẩu đi xa hoặc trưng bày dài ngày trên kệ siêu thị.

- 3) Bao bì chống oxy hóa: Là loại bao bì được thiết kế tích hợp các chất có khả năng trung hòa các gốc oxy hóa như vitamin C (axit ascorbic), vitamin E (tocopherol), hoặc các hợp chất phenolic từ chiết xuất thảo dược. Mục tiêu chính của bao bì này là ngăn chặn các phản ứng oxy hóa làm suy giảm chất lượng thực phẩm, đặc biệt đối với các sản phẩm OCOP nhạy cảm với oxy như hạt điều rang muối Bình Phước, trái cây sấy thăng hoa Đà Lạt, trà sen Tây Hồ. Trong thực tế, khi sản phẩm tiếp xúc với oxy trong không khí, các thành phần lipid dễ bị oxy hóa, gây ra mùi hôi khét, mất màu và giảm giá trị dinh dưỡng. Việc sử dụng màng bao bì có phủ lớp chống oxy hóa hoặc tích hợp gói hút oxy (oxygen scavenger) bên trong giúp bảo vệ sản phẩm trong suốt chuỗi cung ứng và kéo dài thời hạn sử dụng mà không cần phụ thuộc vào chất bảo quản hóa học. Công nghệ này đặc biệt phù hợp với các doanh nghiệp OCOP hướng đến xuất khẩu hoặc phân phối sản phẩm cao cấp, nơi yêu cầu về độ tươi, chất lượng cảm quan và vệ sinh thực phẩm là rất cao.
- 4) Bao bì kháng khuẩn: Là loại bao bì được tích hợp các hợp chất có khả năng ức chế hoặc tiêu diệt vi sinh vật gây hư hỏng thực phẩm như vi khuẩn và nấm mốc. Công nghệ này sử dụng phổ biến các chất như bạc nano (nano silver), kẽm oxit, hoặc các chiết xuất tự nhiên có hoạt tính kháng khuẩn như tinh dầu quế, sả, trà, và chiết xuất polyphenol từ thực vật. Các sản phẩm OCOP như giò chả, nem chua, chả cá, thịt hộp hay thủy sản đông lạnh rất dễ bị nhiễm khuẩn trong quá trình bảo quản và phân phối nếu không được kiểm soát tốt. Bao bì kháng khuẩn giúp giảm tải lượng vi sinh vật trên bề mặt sản phẩm và ngăn chặn sự phát triển của chúng trong suốt thời gian lưu trữ, từ đó kéo dài đáng kể thời gian bảo quản mà vẫn đảm bảo an toàn thực phẩm.

Một số ứng dụng hiện đại sử dụng màng polymer sinh học (như chitosan, PLA) được gia cố bằng các hạt nano kháng khuẩn, vừa có khả năng tự phân hủy sinh học, vừa tạo hàng rào vi sinh tự nhiên. Công nghệ này rất phù hợp với xu hướng phát triển xanh và thân thiện môi trường của các sản phẩm OCOP hiện nay.

- 5) Bao bì điều chỉnh khí quyển (Modified Atmosphere Packaging - MAP): MAP là một công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực bảo quản thực phẩm, dựa trên nguyên tắc điều chỉnh thành phần khí bên trong bao bì nhằm ức chế hoạt động của vi sinh vật, làm chậm quá trình hư hỏng và kéo dài thời gian sử dụng. Trong môi trường tự nhiên, rau quả và thực phẩm sau thu hoạch vẫn tiếp tục hô hấp — hấp thụ oxy ( $O_2$ ), thải ra khí carbon dioxide ( $CO_2$ ) và hơi nước — dẫn đến giảm độ tươi, mất màu, thay đổi cấu trúc và tăng nguy cơ nhiễm khuẩn.

MAP hoạt động bằng cách làm giảm nồng độ oxy xuống mức thấp (thường từ 1–5%), kết hợp với tăng  $CO_2$  (20–40%) để kìm hãm sự phát triển của vi sinh vật hiếu khí,

đồng thời bổ sung nitơ ( $N_2$ ) như một khí trơ thay thế, giúp duy trì thể tích và áp suất bên trong bao bì. Khí được bơm vào thông qua thiết bị chuyên dụng như máy đóng gói khí MAP, đảm bảo mức độ chính xác về tỷ lệ khí và độ kín của bao bì.

Công nghệ MAP đặc biệt hữu ích đối với các sản phẩm OCOP như thanh long xuất khẩu, nhãn lồng Hưng Yên, rau má tươi đóng khay, giò lụa hút chân không, hoặc chả cá đông lạnh. Thời hạn bảo quản sản phẩm có thể được kéo dài từ vài ngày lên đến vài tuần mà không cần sử dụng chất bảo quản hóa học, đồng thời vẫn giữ được độ tươi, hương vị tự nhiên và cảm quan mong muốn. Đây là giải pháp lý tưởng cho các chủ thể OCOP hướng đến thị trường hiện đại, xuất khẩu hoặc bán hàng trực tuyến có yêu cầu cao về chất lượng và thời gian vận chuyển.

MAP làm chậm quá trình hô hấp của thực phẩm bằng cách giảm nồng độ oxy trong bao bì xuống mức rất thấp (thường dưới 5%), nhằm hạn chế hoạt động enzyme và ức chế sự phát triển của vi sinh vật hiếu khí – nguyên nhân chính gây hư hỏng thực phẩm. Đồng thời, nồng độ  $CO_2$  được tăng lên (thường từ 20% đến 40%) có tác dụng kìm hãm vi khuẩn và nấm mốc. Nitơ ( $N_2$ ) được bổ sung như một khí trơ thay thế oxy, giúp ngăn hiện tượng xẹp bao và duy trì sự ổn định của thể tích bên trong bao bì trong suốt thời gian bảo quản.

Với sản phẩm OCOP, MAP được ứng dụng hiệu quả trong bảo quản nông sản tươi như rau má tươi, rau mùi tàu, hành lá cắt gốc, các loại rau gia vị đóng khay, cũng như trái cây đặc sản như nhãn lồng Hưng Yên, vải thiều Bắc Giang, thanh long Bình Thuận. MAP giúp giữ độ tươi, màu sắc và dinh dưỡng của sản phẩm trong thời gian dài, thuận lợi cho vận chuyển đường dài hoặc xuất khẩu mà vẫn đảm bảo chất lượng.

Ngoài nông sản, công nghệ MAP cũng được áp dụng trong các sản phẩm chế biến có yêu cầu bảo quản lạnh như xúc xích, chả lụa, bánh tét, giò tai. Việc đóng gói bằng MAP có thể tăng thời gian bảo quản lên gấp 2–3 lần so với bao bì truyền thống, đồng thời vẫn giữ được độ ẩm, cấu trúc và hương vị đặc trưng mà không cần bổ sung chất bảo quản hóa học. Đây là hướng đi bền vững, giúp nâng cao giá trị sản phẩm và đáp ứng yêu cầu nghiêm ngặt từ thị trường trong và ngoài nước.

Bao bì thông minh (Intelligent Packaging) sử dụng các cảm biến và chỉ thị thông minh để cung cấp thông tin về tình trạng sản phẩm: để giám sát tình trạng thực phẩm và cảnh báo người tiêu dùng về các nguy cơ hư hỏng hay mất an toàn thực phẩm (Restuccia et al., 2010).

- 1) Cảm biến sinh học và hóa học: Các cảm biến này phát hiện nhanh chóng các dấu hiệu hư hỏng hoặc biến đổi chất lượng như khí amoniac, hydrogen sulfide, các hợp chất hữu cơ dễ bay hơi (VOCs), qua đó cảnh báo bằng cách thay đổi màu sắc hoặc phát ra tín hiệu, giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận biết và quyết định an toàn khi sử dụng sản phẩm.

2) Nhân chỉ thị nhiệt độ và thời gian (Time Temperature Indicators - TTI): Nhân TTI thay đổi màu sắc khi sản phẩm tiếp xúc với điều kiện nhiệt độ không phù hợp, cung cấp thông tin tức thời về chất lượng sản phẩm trong suốt quá trình vận chuyển và bảo quản.

Các ứng dụng thực tế nổi bật của bao bì thông minh bao gồm:

- Bảo quản thịt tươi sống: Sử dụng bao bì hút chân không kết hợp với màng kháng khuẩn để giảm vi khuẩn, hạn chế oxy hóa, kéo dài thời gian bảo quản, duy trì chất lượng dinh dưỡng và màu sắc tự nhiên của thịt.
- Truy xuất nguồn gốc sản phẩm: Tích hợp mã QR hoặc RFID cho phép người tiêu dùng truy cập thông tin chi tiết về nguồn gốc, quy trình chế biến và điều kiện bảo quản sản phẩm, tăng độ tin cậy và minh bạch thông tin.
- Giảm thất thoát và lãng phí thực phẩm: Bao bì thông minh cung cấp các chỉ số rõ ràng về độ tươi và thời hạn sử dụng, giúp quản lý hiệu quả tình trạng sản phẩm, giảm tỷ lệ sản phẩm bị lãng phí do hư hỏng.

Nhờ vào các lợi ích vượt trội, công nghệ đóng gói thông minh đang dần trở thành giải pháp chiến lược, hỗ trợ các chủ thể OCOP nâng cao giá trị sản phẩm, bảo đảm chất lượng và an toàn thực phẩm, đồng thời đóng góp tích cực vào bảo vệ môi trường thông qua việc tối ưu hóa khả năng tái chế và giảm lượng rác thải bao bì (Fang et al., 2018).

#### 4. Công nghệ hiện đại trong chế biến một số sản phẩm OCOP

Trong bối cảnh phát triển nông thôn mới và chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP), việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào chế biến là yếu tố then chốt giúp nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Công nghệ phù hợp không chỉ giúp kéo dài thời gian bảo quản, giữ nguyên hương vị và dinh dưỡng, mà còn góp phần nâng cao an toàn vệ sinh thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc.

##### 4.1. Công nghệ hiện đại trong chế biến trái cây

Công nghệ	Ứng dụng	Ưu điểm
Sấy thăng hoa (Freeze Drying)	Sầu riêng, xoài, thanh long, mít	Giữ nguyên màu, hương, cấu trúc và dinh dưỡng; sản phẩm giòn xốp, nhẹ
Sấy bơm nhiệt (Heat Pump Drying)	Xoài, chuối, ổi, dứa, thanh long	Tiết kiệm năng lượng, giữ màu sắc và độ dẻo tốt hơn sấy nhiệt thông thường
Thẩm thấu chân không kết hợp sấy (Vacuum Osmotic + HPD)	Xoài, dứa, chuối, thanh long	Tăng độ dẻo, giữ màu và hương vị, giảm thời gian sấy
Ép lạnh (Cold Press) & Tiệt trùng HPP	Nước ép trái cây	Bảo toàn vitamin và hương vị tự nhiên, không dùng nhiệt

#### 4.2. Công nghệ chế biến ngũ cốc và sản phẩm từ hạt

Công nghệ	Ứng dụng	Ưu điểm
Nghiền siêu mịn (Jet Mill)	Bột ngũ cốc, bột rau củ	Tạo bột mịn, tan nhanh, giữ hoạt chất
Sấy phun (Spray Drying)	Bột hoà tan, sữa hạt	Đồng đều chất lượng, dễ đóng gói
Đùn ép (Extrusion)	Snack, ngũ cốc thanh	Tạo hình nhanh, kiểm soát kết cấu và độ giòn

#### 4.3. Công nghệ chế biến dược liệu và thảo dược

Công nghệ	Ứng dụng	Ưu điểm
Cô đặc chân không	Cao dược liệu, cao lỏng	Giữ hoạt chất, giảm nhiệt độ cô đặc
Chiết xuất CO <sub>2</sub> siêu tới hạn	Tinh dầu, hoạt chất quý	Chiết tinh khiết, không dung môi độc hại
Sấy lạnh	Trà thảo dược, lá cây	Giữ màu, hương và chất lượng cảm quan tốt

#### 4.4. Công nghệ chế biến thịt, cá, trứng

Công nghệ	Ứng dụng	Ưu điểm
Sấy bơm nhiệt / sấy thăng hoa	Khô gà, khô cá, thịt sấy	Sản phẩm đẹp, ít hao hụt, đảm bảo vệ sinh
Tiệt trùng UHT và đóng hộp	Pate, thịt hộp, chà bông	Kéo dài hạn sử dụng, đảm bảo ATVSTP
Lên men vi sinh kiểm soát	Nem chua, mắm cá	Ổn định chất lượng, kiểm soát vi sinh

Việc lựa chọn công nghệ phù hợp với từng loại sản phẩm OCOP là bước đi chiến lược để nâng cao chất lượng, đảm bảo an toàn và tạo lợi thế cạnh tranh. Công nghệ hiện đại không chỉ nâng cao hiệu quả sản xuất mà còn giúp sản phẩm OCOP tiếp cận các thị trường cao cấp, đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng hiện đại.

### 5. Các công nghệ sấy tiên tiến trong bảo quản và chế biến sản phẩm OCOP

Sấy là một trong những công đoạn quan trọng và không thể thiếu trong chuỗi giá trị chế biến nông sản, đặc biệt đối với các sản phẩm OCOP có đặc điểm mùa vụ rõ rệt, dễ hư hỏng sau thu hoạch hoặc cần kéo dài thời gian lưu trữ mà vẫn giữ nguyên chất lượng cảm quan và dinh dưỡng. Mục tiêu của quá trình sấy là loại bỏ phần lớn nước trong nguyên liệu, từ đó ức chế sự phát triển của vi sinh vật và enzyme gây hỏng, giảm khối lượng để thuận tiện cho vận chuyển và phân phối, đồng thời gia tăng giá trị sản phẩm thông qua cải thiện hình thức và hương vị.

Trước đây, các phương pháp sấy truyền thống như phơi nắng hoặc sấy nhiệt đối lưu bằng củi/gas thường được sử dụng rộng rãi vì chi phí thấp, dễ thực hiện. Tuy nhiên, những phương pháp này lại có nhiều hạn chế như không kiểm soát được nhiệt độ, dễ làm biến đổi màu sắc, kết cấu, gây mất vitamin nhạy cảm với nhiệt, và làm giảm giá trị cảm quan của sản phẩm. Đặc biệt, yếu tố vệ sinh và an toàn thực phẩm là một trong những vấn đề đáng lo ngại, bởi các phương pháp truyền thống rất khó kiểm soát được các nguy cơ ô nhiễm vi sinh vật, bụi bẩn, tạp chất, khí thải và côn trùng – những yếu tố có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến chất lượng và độ an toàn của sản phẩm khi đến tay người tiêu dùng.

Nhờ sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thực phẩm, các kỹ thuật sấy tiên tiến hiện nay như sấy lạnh, sấy chân không, sấy vi sóng, và tổ hợp sấy (hybrid) đã và đang được ứng dụng rộng rãi trong sản xuất các sản phẩm OCOP. Những công nghệ này không chỉ giúp bảo tồn màu sắc tự nhiên, mùi vị và thành phần dinh dưỡng của sản phẩm, mà còn đảm bảo độ đồng đều, nâng cao năng suất và chất lượng. Quan trọng hơn, công nghệ sấy hiện đại còn đáp ứng các yêu cầu nghiêm ngặt về vệ sinh an toàn thực phẩm, nhờ khả năng kiểm soát tốt nhiệt độ, độ ẩm, thời gian và môi trường sấy, góp phần xây dựng uy tín thương hiệu và tạo lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm OCOP trên thị trường trong nước và quốc tế.

### **5.1. Sấy lạnh**

Sấy lạnh, với tên gọi chính xác hơn là sấy bằng bơm nhiệt (heat pump drying), là một công nghệ tiên tiến sử dụng hệ thống bơm nhiệt để điều khiển nhiệt độ và độ ẩm trong buồng sấy ở mức thấp (thường 25–50°C), giúp loại bỏ độ ẩm từ nguyên liệu trong điều kiện kiểm soát nhiệt độ và độ ẩm phù hợp mà không làm biến đổi cấu trúc và thành phần dinh dưỡng. Khác với sấy khô thông thường dùng nhiệt trực tiếp, hệ thống bơm nhiệt thu hồi và tái sử dụng nhiệt trong quá trình ngưng tụ hơi nước, giúp tiết kiệm năng lượng và kiểm soát môi trường sấy hiệu quả.

Sấy bằng bơm nhiệt phù hợp với các sản phẩm OCOP có giá trị cao, nhạy cảm với nhiệt như trái cây sấy dẻo (xoài, mít, thanh long), dược liệu, trà thảo mộc, nấm dược liệu và các sản phẩm có yêu cầu cao về cảm quan và an toàn thực phẩm.

Trong quá trình hoạt động, máy sấy bơm nhiệt tạo ra luồng khí khô ổn định, tuần hoàn khép kín trong buồng sấy. Hơi ẩm từ nguyên liệu bị hút ra, ngưng tụ trên dàn lạnh và được tách ra khỏi hệ thống, trong khi phần nhiệt được tái sử dụng để duy trì điều kiện sấy ổn định. Điều này giúp rút ngắn thời gian sấy so với sấy nhiệt truyền thống mà vẫn bảo toàn màu sắc, hương vị, cấu trúc và hoạt chất sinh học.

#### **Ưu điểm:**

- Duy trì tốt cấu trúc, màu sắc, hương thơm và giá trị dinh dưỡng của sản phẩm.
- Nhiệt độ sấy thấp, không gây cháy khét, không làm mất mùi như sấy nhiệt.

- Tiết kiệm năng lượng nhờ tái sử dụng nhiệt trong hệ thống kín.
- Đáp ứng yêu cầu cao về vệ sinh an toàn thực phẩm và tiêu chuẩn xuất khẩu.

**Nhược điểm:**

- Chi phí đầu tư thiết bị cao hơn so với máy sấy nhiệt đối lưu thông thường.
- Thời gian sấy thường dài hơn sấy nhiệt trực tiếp.
- Yêu cầu kỹ thuật trong vận hành và bảo dưỡng hệ thống.

Sấy lạnh bằng công nghệ bơm nhiệt hiện đang được nhiều cơ sở OCOP ứng dụng để nâng cao chất lượng sản phẩm và đáp ứng yêu cầu từ thị trường cao cấp. Công nghệ này đặc biệt phù hợp cho các sản phẩm cần duy trì đặc tính cảm quan và dinh dưỡng tự nhiên, đồng thời giảm thiểu việc sử dụng phụ gia và chất bảo quản (Mujumdar, 2014).

**Ưu điểm:**

- Bảo toàn cấu trúc, màu sắc, hương vị và giá trị dinh dưỡng.
- Phù hợp với sản phẩm cao cấp và xuất khẩu.
- Giảm tổn thất do nhiệt, giảm nguy cơ oxy hóa.
- Quy trình sấy khép kín, nâng cao mức độ vệ sinh an toàn thực phẩm.

**Nhược điểm:**

- Thời gian sấy lâu (10–30 giờ tùy loại sản phẩm).
- Yêu cầu thiết bị có hệ thống làm lạnh và kiểm soát độ ẩm tự động.
- Suất đầu tư ban đầu và chi phí vận hành cao hơn so với sấy nhiệt thông thường.

Do đặc điểm kỹ thuật, sấy lạnh phù hợp với cơ sở chế biến OCOP có định hướng nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo giá trị gia tăng và hướng tới thị trường tiêu dùng cao cấp. Công nghệ này đang được đánh giá là một trong những lựa chọn quan trọng để hiện đại hóa dây chuyền chế biến nông sản, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế và truy xuất nguồn gốc rõ ràng (Mujumdar, 2014). Đây là một trong những công nghệ then chốt để chuyển dịch sản phẩm OCOP từ phân khúc truyền thống sang cao cấp và bền vững.

**5.2. Sấy chân không (Vacuum Drying)**

Sấy chân không là một phương pháp sấy tiên tiến trong đó quá trình loại bỏ độ ẩm được thực hiện trong môi trường có áp suất thấp hơn đáng kể so với áp suất khí quyển (thường từ 10 đến 50 mbar). Mục tiêu của việc tạo chân không là làm giảm điểm sôi của nước từ 100°C xuống khoảng 30–60°C, cho phép sấy nguyên liệu ở nhiệt độ thấp mà vẫn đạt hiệu quả cao trong việc làm khô sản phẩm. Điều này đặc biệt quan trọng với những nguyên liệu nhạy cảm nhiệt hoặc dễ mất hoạt tính sinh học như enzym, polyphenol, anthocyanin hay vitamin C.

Hệ thống sấy chân không thường bao gồm buồng sấy kín, bơm chân không, hệ thống gia nhiệt gián tiếp (sử dụng dầu truyền nhiệt hoặc thanh trở), và bộ tách ẩm bằng ngưng tụ. Hơi nước từ sản phẩm được hút ra, ngưng tụ ngoài hệ thống và tách khỏi chu

trình khí, giúp duy trì áp suất ổn định và tránh tạo lại độ ẩm trong buồng sấy.

**Ưu điểm:**

- Cho phép sấy ở nhiệt độ thấp, bảo toàn cấu trúc vi mô và hoạt tính sinh học của sản phẩm.
- Giữ nguyên hương thơm tự nhiên, màu sắc tươi và độ dinh dưỡng của nguyên liệu.
- Sản phẩm có độ ẩm cuối thấp, kéo dài thời hạn bảo quản, hạn chế nguy cơ nhiễm vi sinh vật.
- Phù hợp với tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm nhờ hệ thống kín và kiểm soát khí tốt.

**Nhược điểm:**

- Suất đầu tư ban đầu cao, đòi hỏi thiết bị và kỹ thuật vận hành chuyên biệt.
- Chi phí vận hành lớn nếu không tối ưu hóa quy trình và tận dụng nhiệt hiệu quả.
- Thời gian sấy dài hơn nếu không có biện pháp hỗ trợ như vi sóng hoặc chân không.

Sấy chân không là công nghệ phù hợp cho các doanh nghiệp OCOP có định hướng phát triển các dòng sản phẩm cao cấp, đặc biệt trong lĩnh vực dược liệu, thực phẩm chức năng, sản phẩm hữu cơ hoặc xuất khẩu sang các thị trường yêu cầu khắt khe về chất lượng cảm quan và chỉ tiêu an toàn.

**5.3. Sấy vi sóng**

Sấy vi sóng là quá trình sử dụng sóng điện từ tần số cao (thường 915 MHz hoặc 2450 MHz) để kích thích các phân tử nước bên trong sản phẩm dao động và sinh nhiệt nội tại. Năng lượng vi sóng giúp làm khô sản phẩm từ bên trong ra ngoài, nhờ đó quá trình sấy diễn ra nhanh hơn, đồng đều hơn so với sấy bằng nhiệt truyền thống. Công nghệ này đặc biệt thích hợp với các sản phẩm có cấu trúc rắn, kích thước nhỏ và yêu cầu giữ nguyên hương vị, màu sắc như hạt dinh dưỡng, rau củ sấy giòn, trái cây bán khô, thịt sấy khô, bánh trái cây mềm...

**Ưu điểm:**

- Rút ngắn thời gian sấy đáng kể, tăng năng suất.
- Sấy đồng đều từ trong ra ngoài, tránh hiện tượng cháy bề mặt và ẩm lõi.
- Giảm tổn thất năng lượng so với sấy đối lưu.

**Nhược điểm:**

- Khó kiểm soát chính xác nhiệt độ tại các điểm khác nhau trong sản phẩm.
- Đầu tư ban đầu cao và yêu cầu hệ thống bảo vệ an toàn sóng điện từ.
- Không phù hợp với sản phẩm có kích thước lớn hoặc không đồng nhất về ẩm.

#### 5.4. Sấy thăng hoa

Sấy thăng hoa (hay đông khô) là kỹ thuật sấy sử dụng nguyên lý thăng hoa của nước chuyển từ thể rắn (băng) sang thể khí mà không qua giai đoạn lỏng. Quy trình gồm ba giai đoạn chính: đông lạnh sản phẩm, tạo chân không và cung cấp nhiệt để hơi nước thăng hoa trực tiếp. Phương pháp này bảo toàn rất tốt cấu trúc vi mô, màu sắc, hương vị và các hoạt chất sinh học nhạy cảm với nhiệt.

##### Ưu điểm:

- Giữ nguyên đến 90–95% dinh dưỡng và hoạt tính sinh học.
- Tạo sản phẩm nhẹ, xốp, dễ tái hydrat hóa.
- Kéo dài thời hạn sử dụng nhờ độ ẩm thấp và độ nhiễm vi sinh cực thấp.

##### Nhược điểm:

- Chi phí thiết bị và vận hành cao nhất trong các công nghệ sấy.
- Thời gian sấy dài (20–48 giờ/mẻ).
- Phù hợp với sản phẩm có giá trị cao: dược liệu, đông trùng hạ thảo, cà phê hòa tan cao cấp, trái cây xuất khẩu dạng cao cấp.

#### 5.5. Sấy đối lưu

Sấy đối lưu là phương pháp truyền thống phổ biến nhất, sử dụng luồng khí nóng đối lưu để truyền nhiệt vào bề mặt sản phẩm, làm bốc hơi nước ra ngoài. Dù là công nghệ đơn giản, dễ vận hành, nhưng sấy đối lưu dễ gây hiện tượng mất màu, co rút, biến dạng, giảm vitamin và mùi vị.

##### Ưu điểm:

- Thiết bị đơn giản, chi phí thấp.
- Phù hợp với quy mô nhỏ và sản phẩm không yêu cầu cao về cảm quan.
- Dễ bảo trì và triển khai tại địa phương.

##### Nhược điểm:

- Hiệu suất năng lượng thấp, tổn thất nhiệt lớn.
- Mất dinh dưỡng, biến màu, co ngót do nhiệt độ cao và quá trình sấy kéo dài.
- Không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nếu không có hệ thống lọc khí và kiểm soát môi trường.

#### 5.6. Tổ hợp công nghệ sấy

Xu hướng hiện nay là kết hợp các công nghệ sấy nhằm tận dụng ưu điểm của từng kỹ thuật để cải thiện chất lượng sản phẩm, tiết kiệm năng lượng và giảm thời gian sấy. Một số tổ hợp phổ biến như:

- Sấy lạnh + sấy hồng ngoại.
- Sấy chân không + sấy vi sóng.
- Sấy đối lưu + sấy vi sóng hoặc sấy lạnh.

Ví dụ: Trái cây sấy dẻo cao cấp có thể được sơ chế bằng sấy lạnh để giữ màu và chất, sau đó kết thúc bằng sấy vi sóng để kiểm soát độ ẩm chính xác và cải thiện độ dẻo, chống vi sinh vật phát triển trong quá trình bảo quản.

### 5.7. Bảng so sánh tổng hợp các công nghệ sấy

Công nghệ sấy	Nhiệt độ (°C)	Thời gian (giờ)	Chi phí đầu tư	Chất lượng	Ứng dụng sản phẩm OCOP
Sấy lạnh	25–50	10–30	Trung Cao	Tốt	Trái cây dẻo, nấm dược liệu, trà thảo mộc
Sấy chân không	30–60	8–24	Cao	Rất tốt	Bột rau củ, enzym, dược liệu quý, sản phẩm hữu cơ
Sấy thăng hoa	< 40	20–48	Rất cao	Xuất sắc	Đông trùng hạ thảo, dược liệu cao cấp, trái cây
Sấy vi sóng	40–100	1–4	Cao	Tốt nếu kiểm soát tốt	Snack rau củ, hạt, bánh sấy, trái cây bán khô
Sấy đối lưu	60–80	6–12	Thấp	Kém – Trung bình	Chuối khô, mít lát, rau củ phổ thông

Việc áp dụng công nghệ sấy tiên tiến trong chế biến sản phẩm OCOP không chỉ giúp nâng cao chất lượng và giá trị thương mại, mà còn mở rộng khả năng tiêu thụ trên thị trường trong nước và quốc tế. Sự đầu tư vào hệ thống sấy hiện đại là một trong những yếu tố then chốt góp phần chuyên nghiệp hóa chuỗi giá trị sản phẩm OCOP theo hướng an toàn, bền vững và có thể truy xuất nguồn gốc.

### 5.8. Công nghệ chiên chân không liên tục

Chiên chân không liên tục là công nghệ chế biến sử dụng nguyên lý làm bay hơi nước trong thực phẩm ở nhiệt độ thấp (85–110°C) dưới áp suất thấp (10–80 mbar), nhờ đó giữ lại tối đa màu sắc, hương vị và dưỡng chất. Hệ thống hoạt động liên tục, kết hợp các bước: nạp liệu, chiên trong buồng chân không, tách dầu bằng ly tâm và làm nguội.

#### Ưu điểm:

- Giảm hấp thụ dầu → sản phẩm giòn, ít béo, tốt cho sức khỏe.
- Bảo toàn màu sắc, hương vị → sản phẩm nhìn hấp dẫn.
- Bảo toàn chất chống oxy hóa (polyphenol, vitamin).
- Hạn chế acrylamide (chất sinh ra khi chiên nhiệt độ cao).
- Sản phẩm có thể bảo quản tới 6–12 tháng nếu đóng gói hút chân không.

#### Nhược điểm:

- Chi phí đầu tư cao (từ 1–10 tỷ VNĐ tùy quy mô và tự động hóa).
- Yêu cầu kỹ thuật vận hành + bảo trì chuyên biệt (bơm chân không, vòng nước, điện trở, motor băng tải...).

- Không phù hợp với nguyên liệu có hàm lượng nước quá cao (>85%) mà chưa sơ chế trước (nên cần hấp, sấy sơ hoặc xử lý osmotic trước).

Phù hợp với sản phẩm giá trị cao như snack trái cây, rau củ, thảo dược sấy giòn, hướng đến xuất khẩu và thị trường cao cấp.

## 6. Các công nghệ hiện đại trong bảo quản sản phẩm OCOP

Trong chuỗi giá trị nông sản OCOP, bảo quản sau thu hoạch giữ vai trò chiến lược nhằm kéo dài thời gian sử dụng, duy trì chất lượng cảm quan và dinh dưỡng, đồng thời đảm bảo an toàn thực phẩm và giảm thất thoát. Theo Kader (2005), tổn thất sau thu hoạch trong nông sản có thể chiếm từ 20–40% tổng sản lượng, đặc biệt nghiêm trọng ở điều kiện khí hậu nóng ẩm như Việt Nam nếu không có công nghệ bảo quản phù hợp.

Với yêu cầu ngày càng cao từ thị trường nội địa và xuất khẩu về truy xuất nguồn gốc, bảo toàn dưỡng chất, màu sắc, độ tươi và tính bền vững, việc áp dụng các công nghệ bảo quản hiện đại trở thành điều kiện bắt buộc để các chủ thể OCOP có thể nâng cao giá trị và năng lực cạnh tranh. Các công nghệ như kho mát – kho lạnh, khí quyển điều chỉnh (MAP), màng phủ sinh học, chiếu xạ lạnh, plasma không nhiệt, bảo quản bằng tinh dầu và giám sát bằng cảm biến IoT đã và đang chứng minh hiệu quả rõ rệt trên thực tế (Nunes, 2008; James & James, 2010).

Việc đầu tư đồng bộ vào công nghệ bảo quản giúp nâng cao hiệu quả chuỗi cung ứng, giảm tổn thất kinh tế và hỗ trợ tiêu thụ bền vững. Đây là một yếu tố chiến lược trong phát triển sản phẩm OCOP theo hướng hiện đại hóa và hội nhập, đặc biệt đối với các nhóm sản phẩm tươi có giá trị cao. Bên cạnh việc đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế như Global G.A.P, HACCP, ISO 22000, hệ thống bảo quản tiên tiến còn giúp đảm bảo truy xuất nguồn gốc, kiểm soát tồn dư thuốc bảo vệ thực vật và bảo toàn chất lượng cảm quan trong suốt quá trình lưu thông phân phối (James & James, 2010).

Ứng dụng OCOP: Thanh long xuất khẩu được bảo quản trong kho lạnh ở nhiệt độ 5–10°C nhằm kiểm soát hô hấp và kéo dài độ tươi lên đến 5 tuần. Vải thiều Bắc Giang sử dụng công nghệ kho lạnh kết hợp bao gói linh hoạt để duy trì độ giòn và màu sắc vỏ. Ứng dụng công nghệ MAP đã đưa quả vải thiều Bắc Giang, Hải Dương xuất khẩu đi các thị trường Nhật Bản, Mỹ, Úc bằng đường biển với thời gian lưu thông lên đến 50 ngày. Sầu riêng Bến Tre được làm mát sau thu hoạch và bảo quản ở nhiệt độ 13–15°C để làm chậm chín mà không gây nứt vỏ. Đặc biệt, chanh leo Đắk Nông được bảo quản trong dải nhiệt 8–12°C nhằm ổn định hàm lượng acid, đường, giữ độ cứng vỏ và kéo dài khả năng vận chuyển đến thị trường phía Bắc hoặc xuất khẩu đi các thị trường Úc, Châu Âu. Các sản phẩm chế biến như chả cá, thịt hộp, hoặc rau ăn lá đóng khay được bảo quản bằng kho lạnh có kiểm soát nhiệt độ và độ ẩm nhằm kéo dài hạn sử dụng và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

### 6.1. Công nghệ bao gói khí biến đổi

Công nghệ MAP (Modified Atmosphere Packaging) là kỹ thuật điều chỉnh thành

phần khí bên trong bao bì nhằm tạo ra một môi trường bảo quản tối ưu cho thực phẩm. Cơ chế hoạt động của MAP dựa trên việc giảm nồng độ oxy ( $O_2$ ), tăng carbon dioxide ( $CO_2$ ) và bổ sung nitơ ( $N_2$ ) để làm chậm quá trình hô hấp và phát triển của vi sinh vật, từ đó kéo dài thời gian bảo quản sản phẩm. Ngoài việc điều chỉnh thành phần khí, MAP còn yêu cầu bao bì có tính chất bán thấm phù hợp với từng loại sản phẩm để đảm bảo hiệu quả lâu dài.

MAP đặc biệt hiệu quả với các sản phẩm có tốc độ hô hấp trung bình đến thấp và yêu cầu bảo quản cảm quan cao. Việc điều chỉnh khí được thực hiện bằng máy đóng gói chuyên dụng và có thể được áp dụng ở quy mô công nghiệp hoặc thủ công bán tự động.

#### Ứng dụng OCOP:

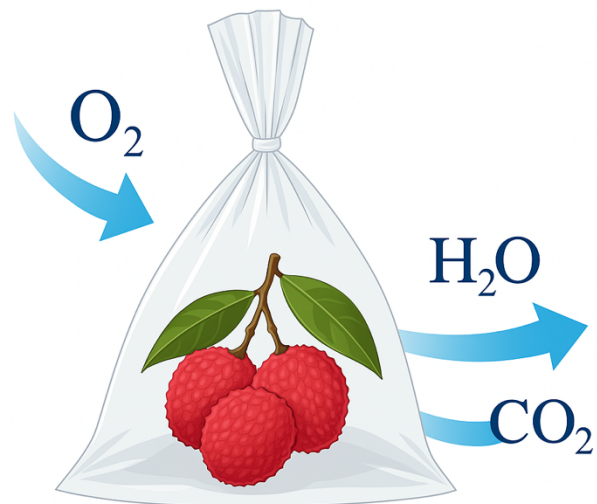
- **Trái cây tươi:** vải thiều, nhãn lông, thanh long ruột trắng/ruột đỏ, bơ booth. MAP không phù hợp với sầu riêng do hàm lượng khí phát sinh mạnh và chu trình chín không ổn định.
- **Rau củ:** rau má đóng khay, cải xanh rửa sạch, bắp cải mini, xà lách xoăn dùng cho salad.
- **Sản phẩm chế biến:** giò lụa hút chân không kết hợp MAP, xúc xích tiệt trùng, bánh chưng bảo quản dài ngày.

#### Ưu điểm:

- Kéo dài thời gian bảo quản 2–3 lần so với bao bì thông thường.
- Bảo toàn màu sắc, độ giòn, hương vị và hàm lượng dưỡng chất.
- Giảm tỷ lệ hư hỏng, tổn thất sau thu hoạch và trong vận chuyển.
- Giúp đáp ứng tiêu chuẩn phân phối hiện đại và xuất khẩu (theo James & James, 2010).

#### Hạn chế:

- Chi phí thiết bị đóng gói cao và yêu cầu bao bì đặc chủng.
- Cần hiệu chỉnh thành phần khí phù hợp từng loại sản phẩm.
- Một số sản phẩm có tốc độ hô hấp cao hoặc sinh khí mạnh như sầu riêng, mít chín không phù hợp với MAP.



## Bao gói MAP

## 6.2. Công nghệ bao gói khí tự cân bằng

EMAP là công nghệ bao gói hiện đại cho phép thiết lập một môi trường khí tự cân bằng giữa sản phẩm và khí trong bao bì mà không cần phải bơm khí từ bên ngoài như trong MAP. Công nghệ này tận dụng sự khuếch tán tự nhiên của khí O<sub>2</sub> và CO<sub>2</sub> thông qua vật liệu bao bì bán thấm (semi-permeable films) để điều chỉnh khí quyển bên trong dựa trên tốc độ hô hấp của sản phẩm.

Khi lựa chọn vật liệu bao gói phù hợp (ví dụ màng PE, PP hoặc màng đa lớp có điều chỉnh vi cấu trúc hoặc đục lỗ vi mô), EMAP có thể đạt trạng thái cân bằng oxy – carbon dioxide ổn định trong vài giờ sau khi đóng gói. Môi trường này giúp làm chậm quá trình hô hấp, giảm mất nước, giữ độ giòn, màu sắc và kéo dài thời gian bảo quản mà không cần sử dụng phụ gia hóa học.

### Ứng dụng OCOP:

- **Trái dâu tây đóng hộp:** sử dụng màng bán thấm để điều chỉnh nồng độ CO<sub>2</sub> nội sinh giúp ngăn nấm Botrytis cinerea và duy trì độ tươi (Caleb et al., 2021).
- **Mùi sầu riêng cấp đông:** EMAP kết hợp bảo quản lạnh giúp hạn chế sự thay đổi cấu trúc và mùi khi rã đông.
- **Mùi mít đóng khay:** bảo quản ở 10–13°C trong bao bì bán thấm giúp duy trì độ giòn, tránh thâm và kiểm soát hô hấp.



### Ưu điểm:

- Không cần thiết bị bơm khí, tiết kiệm chi phí đầu tư.
- Duy trì môi trường khí cân bằng trong suốt chuỗi cung ứng.
- Giảm rủi ro hư hỏng do tích tụ CO<sub>2</sub> hoặc thiếu O<sub>2</sub>.

### Hạn chế:

- Cần thiết kế chính xác vật liệu bao bì tương ứng với từng loại sản phẩm và điều kiện khí hậu.
- Không linh hoạt trong việc thay đổi nhanh thành phần khí nếu điều kiện vận chuyển hoặc trưng bày thay đổi.

### 6.3. Màng phủ sinh học (Edible Coating)

Màng phủ sinh học là một lớp màng mỏng, có thể ăn được, được phủ trực tiếp lên bề mặt sản phẩm nhằm tạo ra một rào cản bán thấm, từ đó giảm sự thoát hơi nước, điều hòa quá trình trao đổi khí ( $O_2/CO_2$ ), làm chậm quá trình chín và ức chế sự phát triển của vi sinh vật gây hỏng. Các vật liệu màng phủ chủ yếu được khai thác từ nguồn gốc tự nhiên như polysaccharide (chitosan, pectin, tinh bột biến tính), protein (gelatin, casein, protein đậu nành), và lipid (wax ong, axit béo, glycerol).

Chitosan đặc biệt nổi bật trong nghiên cứu và ứng dụng thương mại nhờ đặc tính kháng khuẩn, kháng nấm, tạo màng tốt, không độc và dễ phân hủy sinh học. Màng phủ có thể được bổ sung các hợp chất có hoạt tính sinh học như tinh dầu thiên nhiên, nano bạc, hoặc chiết xuất thực vật để tăng hiệu quả bảo quản.

#### Ứng dụng OCOP:

- **Sầu riêng nguyên quả:** sử dụng chitosan 1–2% nhằm kiểm soát quá trình mất nước qua gai vỏ và làm chậm chín, nhờ đó kéo dài thời gian vận chuyển đến 5–7 ngày so với không phủ.
- **Xoài và bơ Bến Tre:** phủ màng chitosan kết hợp tinh dầu quế có tác dụng giảm tỷ lệ nấm mốc sau thu hoạch và kéo dài độ tươi trong bảo quản lạnh thêm 5–7 ngày.
- **Trái cây cắt lát:** dùng màng gelatin hoặc pectin để giữ ẩm, giảm mất nước và ngăn hiện tượng hóa nâu do enzym.
- **Bưởi da xanh xuất khẩu sang Mỹ:** ứng dụng công nghệ màng phủ chitosan do Viện Cơ điện Nông nghiệp và Công nghệ Sau thu hoạch phát triển, với quy trình xử lý đạt hiệu quả cao trong kiểm soát nấm bệnh, hạn chế mất nước và duy trì độ tươi vỏ. Công nghệ này đã được áp dụng thành công cho hàng ngàn tấn bưởi xuất khẩu vào thị trường Mỹ với thời gian bảo quản kéo dài lên đến 120 ngày ở nhiệt độ  $10^\circ C$  (Nguyen et al., 2021).
- **Cam, quýt:** được phủ chitosan 1% bổ sung nano bạc giúp giảm thối vỏ do nấm xanh (*Penicillium spp.*) và duy trì độ tươi trong 21 ngày ở nhiệt độ phòng (Le & Pham, 2022).

#### Ưu điểm:

- Tăng đáng kể thời gian bảo quản và độ ổn định cảm quan.
- Có thể ăn được, thân thiện với môi trường, phù hợp xu hướng tiêu dùng xanh.
- Có thể phối hợp thêm các chất kháng vi sinh vật tự nhiên, hỗ trợ kiểm soát an toàn thực phẩm.

#### Hạn chế:

- Hiệu quả phụ thuộc vào độ đồng đều lớp phủ, phương pháp phủ và loại sản phẩm.
- Có thể ảnh hưởng đến cảm quan nếu sử dụng nồng độ phủ quá cao.
- Cần quy trình kiểm soát điều kiện môi trường (nhiệt độ, độ ẩm) sau phủ để đạt hiệu quả tối ưu.



Hình 3. Hệ thống thiết bị đồng bộ sơ chế phù màng cho trái bưởi xuất khẩu (Sản phẩm được thiết kế chế tạo bởi Viện Cơ điện nông nghiệp và Công nghệ sau thu hoạch)

#### 6.4. Bảo quản lạnh đông (Freezing Preservation)

Bảo quản lạnh đông là một trong những phương pháp phổ biến và hiệu quả nhất để kéo dài thời gian sử dụng của thực phẩm, đặc biệt với các sản phẩm có độ ẩm cao. Nguyên lý của phương pháp này là làm giảm nhiệt độ sản phẩm xuống dưới điểm đóng băng (thường  $\leq -18^{\circ}\text{C}$ ), khiến nước trong tế bào chuyển thành tinh thể đá. Quá trình này làm ngưng trệ hoạt động của vi sinh vật, enzyme và các phản ứng sinh hóa, từ đó ngăn chặn sự hư hỏng thực phẩm.

Hiện nay, công nghệ cấp đông được áp dụng trong OCOP rất đa dạng, bao gồm:

- **Cấp đông tiếp xúc:** sản phẩm được tiếp xúc trực tiếp với bề mặt truyền lạnh bằng kim loại – phù hợp với thực phẩm đóng khay mỏng như chả cá, cá viên,

tôm.

- **Cấp đông không khí cưỡng bức** sử dụng dòng khí lạnh  $-35^{\circ}\text{C}$  đến  $-45^{\circ}\text{C}$  thổi qua sản phẩm – phù hợp với trái cây nguyên múi, thịt thái lát.
- **Cấp đông chất lỏng:** sử dụng nitơ lỏng hoặc  $\text{CO}_2$  lỏng để làm lạnh siêu tốc, giảm thời gian cấp đông xuống chỉ vài phút – phù hợp với thực phẩm giá trị cao cần bảo toàn cấu trúc tế bào như múi sầu riêng.
- **Cấp đông IQF:** cấp đông rời từng đơn vị sản phẩm giúp dễ đóng gói và tiện lợi sử dụng sau rã đông – thích hợp với đậu bắp, bắp hạt, khoai lang.

### Ứng dụng OCOP:

- **Múi sầu riêng cấp đông:** theo yêu cầu nhập khẩu của Trung Quốc, múi sầu riêng phải được cấp đông ở nhiệt độ  $\leq -30^{\circ}\text{C}$  trong thời gian tối thiểu 4–6 giờ để đảm bảo lõi sản phẩm đạt  $-18^{\circ}\text{C}$ . Sau đó, sản phẩm được chuyển sang bảo quản ổn định ở  $-18^{\circ}\text{C}$  trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Sản phẩm giữ được cấu trúc cơ học, mùi thơm đặc trưng và giá trị cảm quan trong thời gian bảo quản lên đến 12 tháng. Bao bì phải là vật liệu chống thấm hơi nước và khí, có in đầy đủ mã vùng trồng và mã cơ sở đóng gói được phía Trung Quốc chấp thuận.
- **Sầu riêng nguyên trái đông lạnh:** phải được xử lý loại bỏ phần cuống, lau khô, cấp đông bằng khí cưỡng bức hoặc nitơ lỏng đến  $\leq -80^{\circ}\text{C}$  trong tối thiểu 1 giờ, nhiệt độ tâm trái đạt  $-18^{\circ}\text{C}$ . Trái được bao bọc bởi lớp màng co hoặc túi PE chịu lạnh, sau đó đóng trong thùng carton đạt tiêu chuẩn xuất khẩu. Sản phẩm thường được vận chuyển trong container lạnh ở nhiệt độ dưới  $-18^{\circ}\text{C}$ .
- **Chả cá thác lát, giò lụa, xúc xích truyền thống:** cấp đông sau đóng gói giúp đảm bảo an toàn vi sinh và kéo dài thời hạn sử dụng đến 9 tháng.
- **Xoài cắt lát và chanh nguyên quả:** áp dụng cấp đông nhanh ở  $-35^{\circ}\text{C}$  bằng không khí cưỡng bức hoặc nitơ lỏng giúp giữ nguyên màu sắc, cấu trúc và hàm lượng vitamin C. Đây là lựa chọn phù hợp để sản xuất các sản phẩm xoài cấp đông IQF hoặc chanh đông lạnh nguyên trái phục vụ pha chế, xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc, Trung Đông và Trung Quốc. Đối với chanh leo, múi và thịt quả sau tách vỏ cũng có thể được cấp đông bằng công nghệ IQF ở  $-35^{\circ}\text{C}$ , sau đó bảo quản ổn định ở  $-18^{\circ}\text{C}$ , phù hợp tiêu chuẩn nhập khẩu của Trung Quốc. Chanh leo đông lạnh giúp duy trì độ chua, mùi thơm tự nhiên, màu vàng đặc trưng và giá trị dinh dưỡng trong vòng 12 tháng.

### Ưu điểm:

- Ngăn chặn hiệu quả vi sinh vật và enzyme làm hư hỏng thực phẩm.
- Đáp ứng yêu cầu chứng nhận chất lượng quốc tế và thị trường xuất khẩu: các sản phẩm đông lạnh (như sầu riêng, chanh leo, xoài, chả cá...) xuất sang Trung Quốc

cần có mã số vùng trồng, mã cơ sở đóng gói được đăng ký với GACC (Tổng cục Hải quan Trung Quốc), chứng nhận HACCP hoặc ISO 22000, và hồ sơ truy xuất nguồn gốc rõ ràng. Ngoài ra, quá trình cấp đông phải được ghi chép và xác minh có kiểm soát bằng nhật ký thiết bị (ghi nhận -30°C trở xuống) và báo cáo kiểm nghiệm lỗi sản phẩm đạt  $\leq -18^{\circ}\text{C}$  trước khi đóng gói và xuất khẩu.

- Kéo dài thời gian bảo quản nhiều tháng mà vẫn giữ được dinh dưỡng và cảm quan.
- Phù hợp với sản phẩm OCOP có yêu cầu cao về chất lượng và an toàn thực phẩm.



**Hạn chế:**



- Đầu tư thiết bị cấp đông và kho lạnh lớn.
- Nếu cấp đông chậm, các tinh thể đá lớn có thể phá vỡ cấu trúc tế bào, gây mất nước khi rã đông.
- Yêu cầu duy trì chuỗi lạnh nghiêm ngặt trong toàn bộ quá trình vận chuyển, lưu kho và phân phối.


**III. Giới thiệu một số mô hình ứng dụng công nghệ sơ chế bảo quản qua mã QR**

Để hỗ trợ việc học tập linh hoạt, đa dạng và thực tiễn hơn, tài liệu này cung cấp một số mô hình tiêu biểu về ứng dụng công nghệ trong sơ chế – bảo quản sản phẩm OCOP thông qua mã QR. Khi quét mã, người đọc có thể tiếp cận ngay nội dung mô tả chi tiết mô hình, hình ảnh, video minh họa, bài học kinh nghiệm cũng như các thông tin liên hệ để tham quan hoặc học tập thực tế.

**Danh sách mô hình tiêu biểu:**

STT	Tên mô hình	Mã QR
1	Công nghệ sơ chế, đóng gói bảo quản bưởi xuất khẩu	
2	Quy trình công nghệ sản xuất nước ép bưởi	

STT	Tên mô hình	Mã QR
3	Quy trình công nghệ sơ chế bảo quản xoài xuất khẩu	
4	Công nghệ sản xuất xoài sấy dẻo	

 **Cách sử dụng:** Dùng camera điện thoại hoặc ứng dụng quét mã QR để truy cập nhanh mô hình chi tiết.

# C. Một số kiến thức về an toàn thực phẩm trong phát triển các 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

Đề 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 chuẩn 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 chuẩn 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 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:** Dùng 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  $-18^{\circ}\text{C}$ , 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 quản trong danh mục cho phép của Bộ Y tế.

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 bền vững.

# D. Kỹ năng quảng bá và bán sản phẩm OCOP trên nền tảng thương mại điện tử (TikTok)



# 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

<i>Tiêu chí</i>	<i>TikTok Shop</i>	<i>Shopee</i>	<i>Lazada</i>
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.

#### 4.2.3. Bố trí không gian studio livestream

Không gian livestream là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến chất lượng hình ảnh và trải nghiệm người xem. Một studio được bố trí hợp lý sẽ giúp người bán tạo được sự chuyên nghiệp và thu hút hơn trong quá trình phát sóng trực tiếp.

##### **Nên:**

- Bố trí góc quay đơn giản, hiệu quả và phù hợp với sản phẩm.
- Sử dụng phong nền trơn, màu sắc hài hòa để làm nổi bật sản phẩm.
- Thể hiện các yếu tố nhận diện thương hiệu (logo, màu sắc, khẩu hiệu...).
- Đảm bảo không gian đủ sáng, gọn gàng, không có vật thể gây rối mắt.

##### **Không nên:**

- Trang trí quá nhiều hoặc bố trí quá chật khiến khung hình bị rối.
- Nhồi nhét quá nhiều sản phẩm hoặc thiết bị gây cản trở hoạt động.

#### 4.2.4. Phát livestream từ máy tính

Ngoài việc livestream từ điện thoại, người bán có thể phát trực tiếp từ máy tính để có chất lượng hình ảnh và âm thanh cao hơn.

Thiết bị cần chuẩn bị:

- Máy tính có kết nối mạng ổn định.
- Camera rời chất lượng cao, có thể gắn kèm chân máy.
- Micro chuyên dụng thu âm rõ ràng.
- Đèn chiếu sáng (studio hoặc softbox) để đảm bảo hình ảnh sắc nét.

Người bán nên kiểm tra trước đường truyền, ánh sáng và khung hình trước khi bắt đầu livestream từ máy tính.

### 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 nhân **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:**
  - Hấp 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.

### 7.2.3. Các nội dung bị cấm trên TikTok Shop

TikTok có các quy định nghiêm ngặt về nội dung để đảm bảo an toàn và tuân thủ pháp luật. Các nội dung bị cấm bao gồm:

- Sản phẩm bị kiểm soát: thuốc lá, bia rượu, ma túy, hàng giả, hàng nhái.
- Hình ảnh bạo lực, vũ khí (kể cả đồ chơi như súng, dao...).
- Hình ảnh phản cảm, ăn mặc không kín đáo, nội dung gợi dục.
- Hình ảnh đáng sợ như máu me, xác chết, tai nạn...
- Từ ngữ miệt thị, hành vi thù địch, kích động.
- Quảng cáo quá lộ liễu hoặc lấy lại video của người khác.
- Hình ảnh liên quan đến trẻ em dưới 13 tuổi.

## 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**.

### 7.6. Lỗi mô tả gây hiểu lầm về công dụng sản phẩm

TikTok nghiêm cấm mô tả sản phẩm có tính chất gây hiểu lầm, phóng đại hoặc tuyên bố sai sự thật.

#### **Không nên:**

- Đưa ra kết quả cụ thể trong khoảng thời gian nhất định như: “1 tuần da trắng”, “4 tuần giảm mỡ”.

- Sử dụng hình ảnh so sánh “trước – sau” một cách phóng đại.

- Cam kết điều trị, chữa bệnh nếu không có chứng nhận y tế.

Ví dụ không được sử dụng:

- “Trà thảo dược này giúp chữa dứt điểm đau dạ dày.”

- “Kem này làm trắng da chỉ sau 3 ngày.”

### 7.7. Lỗi livestream khung hình tĩnh

TikTok đánh giá thấp các livestream có nội dung không sinh động, tương tác yếu hoặc thiếu hoạt động.

Các lỗi thường gặp:

- Chỉ trình chiếu slide hoặc hình ảnh mà không có người thật tương tác.

- Người livestream không hoạt động, không nói chuyện hoặc rời khỏi khung

hình.

- Dùng hình tĩnh thay vì hình động.

Cách khắc phục:

- Tạo tương tác liên tục với khán giả qua bình luận, câu hỏi.

- Thường xuyên giới thiệu sản phẩm, cầm sản phẩm trên tay, thử trực tiếp.

- Duy trì giọng nói, cử chỉ và ánh nhìn về phía khán giả.

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

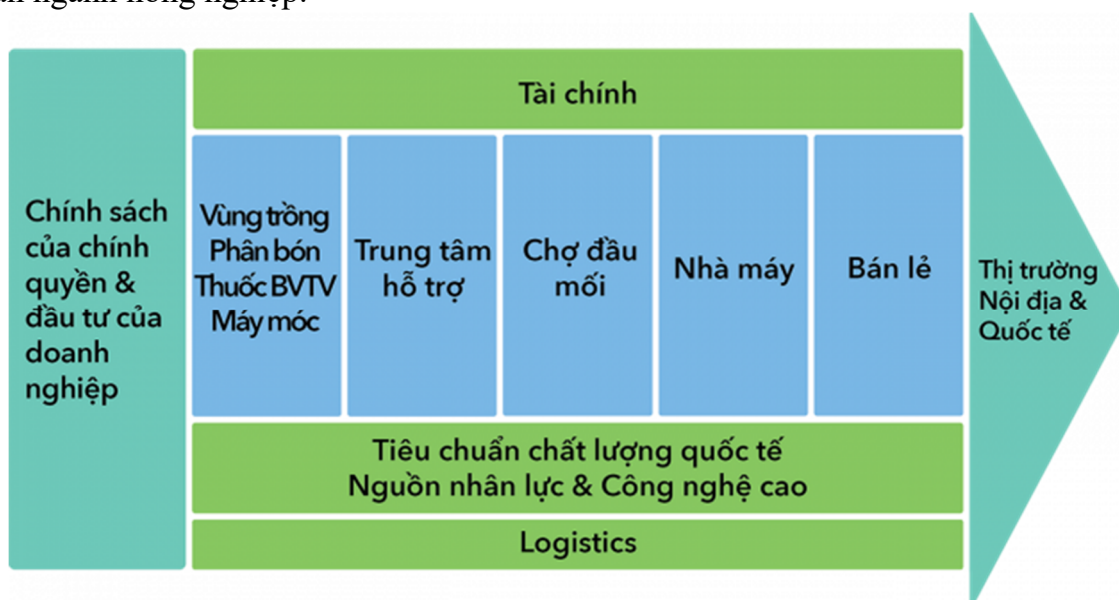


## I. Giới thiệu về chuỗi giá trị

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:

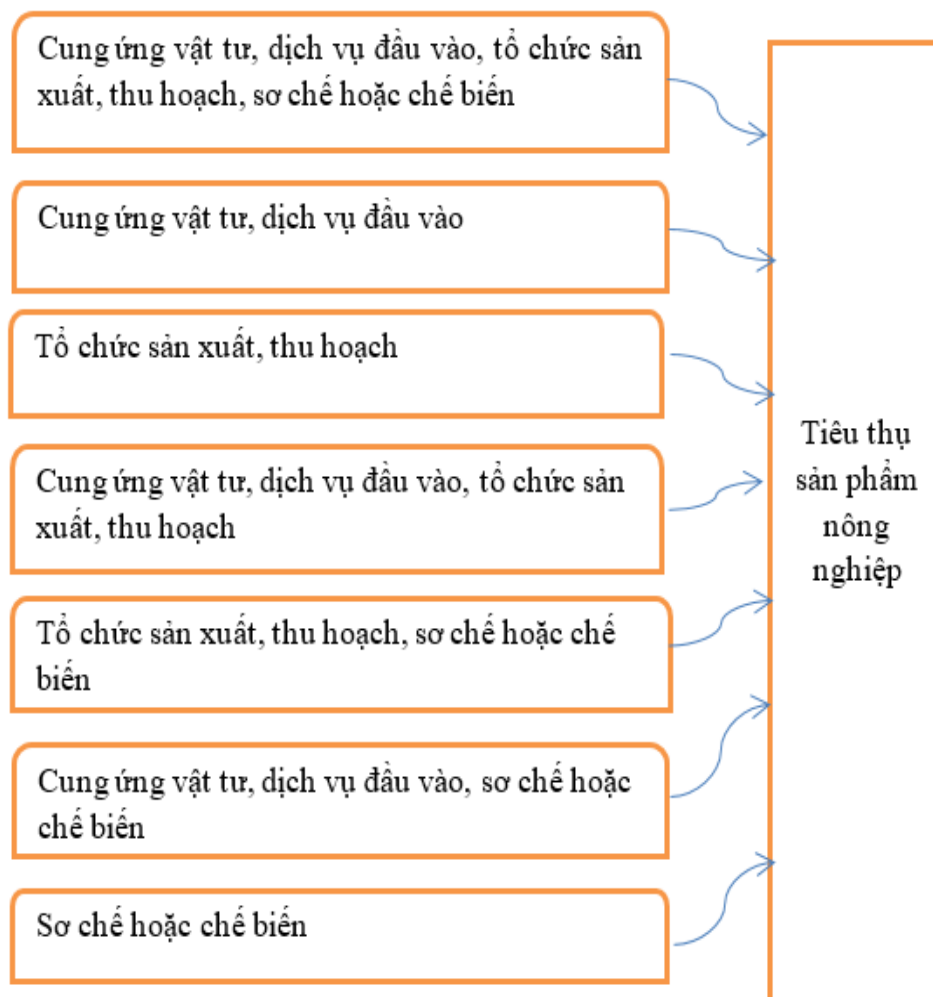
- Cải thiện chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường: Là cơ hội sản xuất ra sản phẩm có chất lượng (vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng theo tiêu chuẩn cụ thể như VietGap, GlobalGap...) khi các nhà sản xuất, chế biến và phân phối cùng nhau xây dựng các cơ chế để theo dõi sản phẩm thông 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/	Tổ chức sản xuất, thu gom sản phẩm của các thành viên để bán cho DN

	nông dân	
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*

<b>Nhiệm vụ</b>	<b>Cơ sở thương mại</b>	<b>HTX/TN/hộ gia đình</b>
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. Hiểu 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

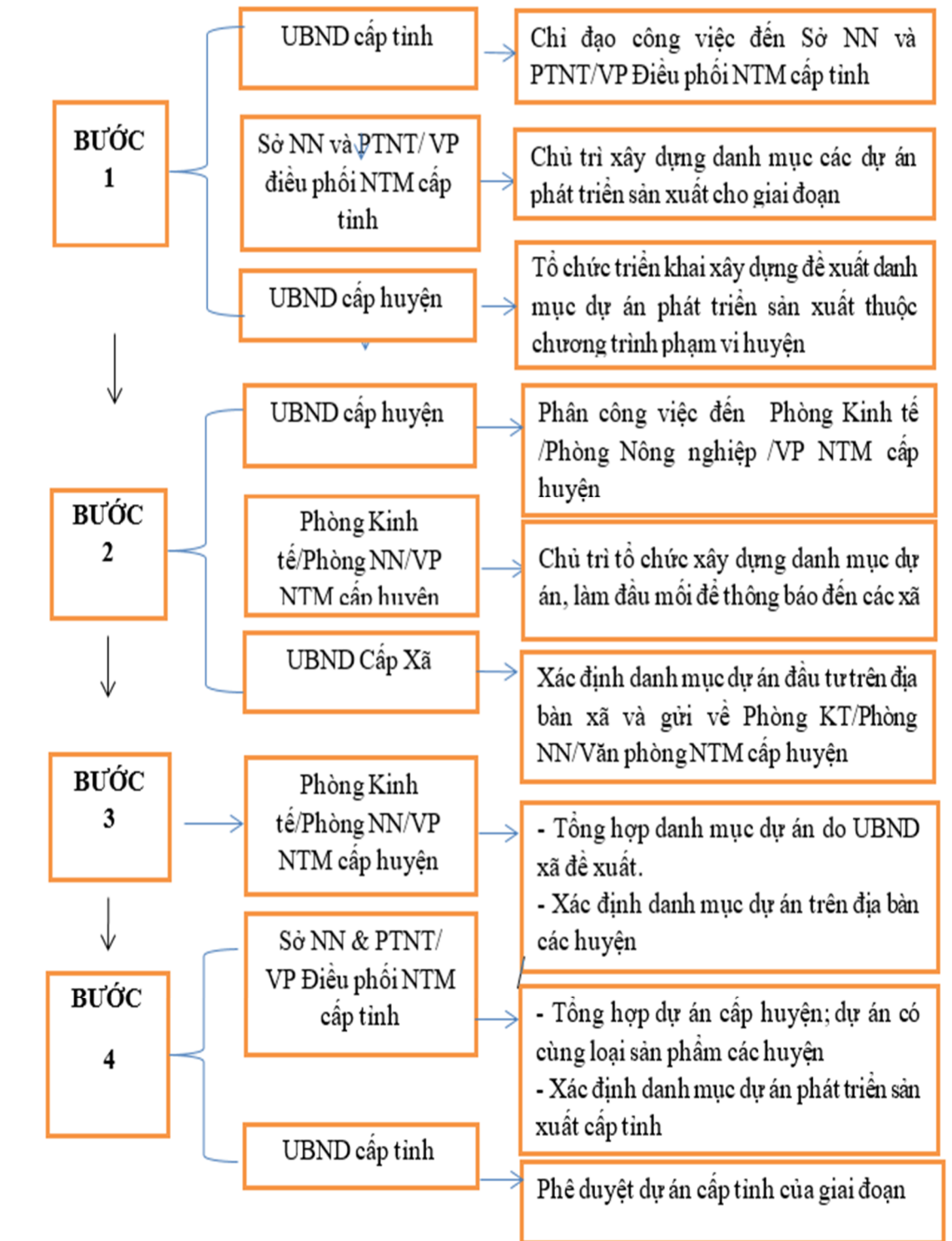
Hằng năm, trên cơ sở nhu cầu, định hướng và sự phát triển hoạt động sản xuất tại địa phương, danh mục các dự án có thể sửa đổi, bổ sung. Quy trình lập danh sách dự án được bổ sung cũng được thực hiện theo quy trình lập và phê duyệt danh mục dự án

### **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 Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn để thẩm định hồ sơ	Chủ trì liên kết gửi 1 bộ hồ sơ tới 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.

# G. Tài liệu trình chiếu tại hội thảo





**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN CHẾ BIẾN NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP

**TẬP HUẤN TOT**



VIỆN CƠ ĐIỆN NÔNG NGHIỆP VÀ CÔNG NGHỆ SAU THU



10.4.2025



HOẠCH

[www.viaep.org.vn](http://www.viaep.org.vn)

NGUYỄN MẠNH HIỂU



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## MỤC TIÊU

**1**

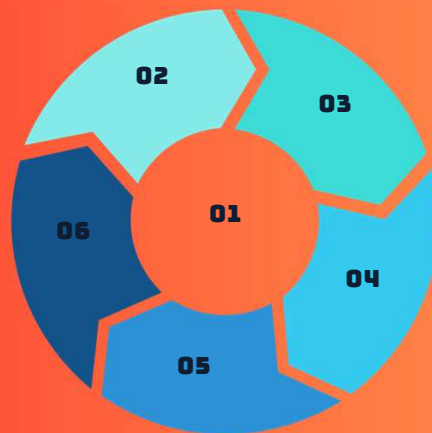
Hiểu đúng và truyền đạt được khái niệm "đổi mới công nghệ" cho sản phẩm OCOP.

**2**

Nhận biết các công nghệ thực tiễn có thể áp dụng để nâng cao chất lượng sản phẩm OCOP

**3**

Có khả năng hướng dẫn, đào tạo lại cho HTX, nông dân hoặc nhóm sản xuất tại địa phương.



**4**

Nhận diện được các rào cản trong đổi mới công nghệ tại cơ sở (vốn, nhân lực, quy mô...).

**5**

Lựa chọn và đề xuất mô hình công nghệ phù hợp với từng nhóm sản phẩm

**6**

Tự tin chia sẻ và triển khai tập huấn lại cho cộng đồng/địa phương



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



Sản phẩm OCOP địa phương anh/chị đang gặp khó khăn ở khâu nào nhất?



• ✓ Bảo quản? ✓ Đóng gói?  
✓ Vận chuyển? ✓ Hư hỏng nhanh?

► **BẢO QUẢN**



► **CHẾ BIẾN**

✓ Mất màu? ✓ Bay mùi? ✓ Mềm, ỉu không giòn?  
✓ Biến chất khi để lâu?  
✓ Chế biến không đều?



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**BẢO QUẢN**



Nhanh hỏng, nấm mốc, mất nước

**PHỤ PHẨM BỔ PHÍ**



Vỏ, bã, nước ép dư không được tận dụng

**Các vấn đề thực tế mà OCOP đang gặp phải**



Thiếu công nghệ trong bảo quản – chế biến

**CHẾ BIẾN**



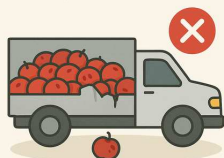
• Bay mùi, biến màu, mất đặc trưng sản phẩm

**ĐÓNG GÓI**

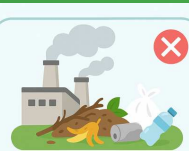


Bao bì không đạt chuẩn, dễ hỏng

**VẬN CHUYỂN**



• Dập nát, giảm chất lượng khi đi xa



**PHÁT THẢI**

• Phát sinh rác, ô nhiễm môi trường



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## VAI TRÒ CỦA CÔNG NGHỆ TRONG NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP



- ✓ 1. Giữ được độ tươi - mùi vị - dinh dưỡng
- ✓ 2. Kéo dài thời gian bảo quản
- ✓ 3. Thuận tiện vận chuyển xa
- ✓ 4. Giảm tổn thất sau thu hoạch
- ✓ 5. Nâng cao giá trị



- ✓ 6. Truy xuất nguồn gốc, minh bạch sản phẩm
- ♻️ 7. Tối ưu hóa sử dụng nguyên liệu
- ♻️ 8. Giảm phát thải và ô nhiễm môi trường
- 🛡️ 9. An toàn thực phẩm, tiêu chuẩn thị trường
- 💡 10. Đổi mới sáng tạo - nâng cao khả năng cạnh tranh



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ



Là quá trình áp dụng hoặc cải tiến thiết bị, quy trình và phương pháp sản xuất nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả và giá trị sản phẩm. Đổi mới công nghệ có thể bao gồm:

1. Thay đổi thiết bị (máy sấy, máy đóng gói, dây chuyền chiết xuất...)
2. Cải tiến quy trình bảo quản, chế biến, đóng gói
3. Ứng dụng công nghệ số, truy xuất nguồn gốc



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

**Xu hướng công nghệ hiện nay**





**Sản xuất xanh – sạch – tiết kiệm năng lượng**



**Ứng dụng công nghệ số và tự động hóa**



**Truy xuất nguồn gốc, mã hóa QR, blockchain**



**Khai thác tài nguyên bản địa gắn với đổi mới sáng tạo**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

**ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM OCOP**





**CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN SAU THU HOẠCH**



**CÔNG NGHỆ CHẾ BIẾN NÂNG GIÁ TRỊ**



**CÔNG NGHỆ CHIẾT XUẤT VÀ TINH CHẾ**



**CÔNG NGHỆ SỐ VÀ TRUY XUẤT**



**ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN**



**Hệ thống cảm biến IoT**



**Tự động hóa trong chế biến**



**Bảo quản lạnh thông minh**



**Giám sát từ xa & truy xuất nguồn gốc**





**ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN**





**Công nghệ EMAP**

5



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
BẢO QUẢN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM






**Bao gói MAP**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

**Công nghệ  
MAP**






**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
BẢO QUẢN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM








**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM

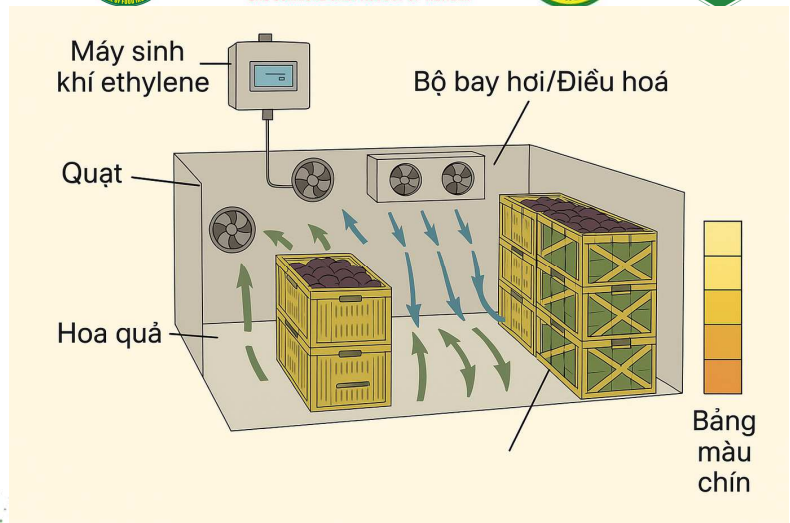
**Màng phủ sinh học**



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
BẢO QUẢN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



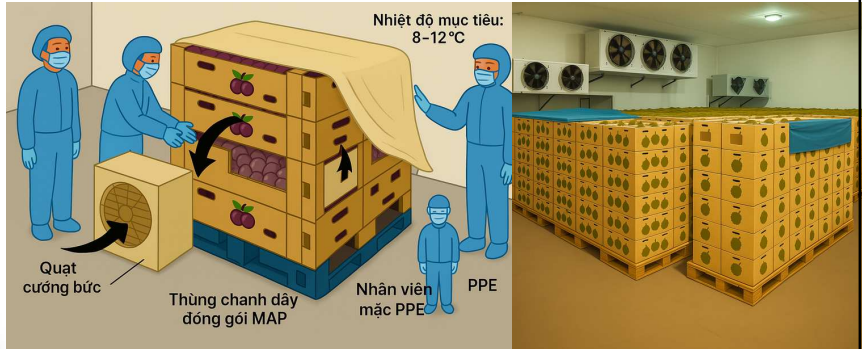
**Công nghệ rã  
chín**

**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
BẢO QUẢN**

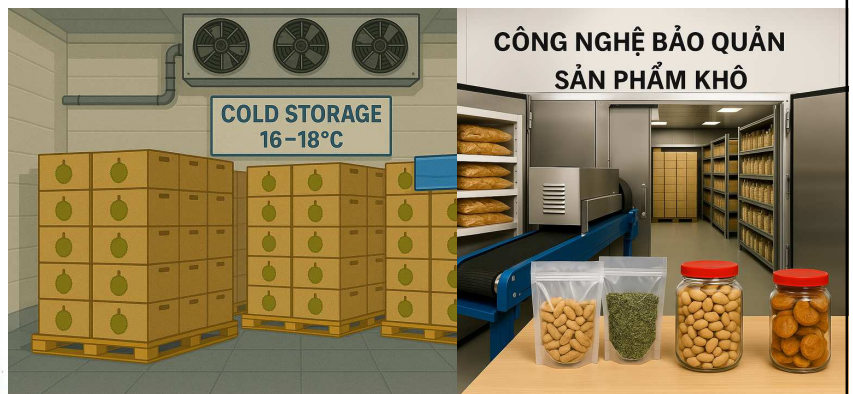


**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM





## Làm lạnh sơ bộ



## Bảo quản lạnh



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
BẢO QUẢN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**IQF**



**Công nghệ đông**

**Nitơ lỏng**



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
BẢO QUẢN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**Công nghệ đông lạnh bằng chất**





**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
CHẾ BIẾN**





**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM






**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**Công nghệ sấy lạnh**



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
CHẾ BIẾN**





**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM






**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**Công nghệ sấy thăng  
hoa**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## So sánh công nghệ sấy

Công nghệ sấy	Nhiệt độ (°C)	Thời gian (giờ)	Chi phí đầu tư	Chất lượng	Ứng dụng sản phẩm OCOP
Sấy lạnh	25-50	10-30	Trung Cao	Tốt	Trái cây dẻo, nấm dược liệu, trà thảo mộc
Sấy chân không	30-60	8-24	Cao	Rất tốt	Bột rau củ, enzym, dược liệu quý, sản phẩm hữu cơ
Sấy thăng hoa	< -40	20-48	Rất cao	Xuất sắc	Đông trùng hạ thảo, dược liệu cao cấp, trái cây
Sấy vi sóng	40-100	1-4	Cao	Tốt nếu kiểm soát tốt	Snack rau củ, hạt, bánh sấy, trái cây bán khô
Sấy đối lưu	60-80	6-12	Thấp	Kém - Trung bình	Chuối khô, mít lát, rau củ phổ thông



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
CHẾ BIẾN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**Chiên chân không liên**



## ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ CHẾ BIẾN



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## Công nghệ tiệt trùng áp suất cao



## ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



## Công nghệ chiết



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
CHẾ BIẾN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



DUNG TÍCH  
100-3000L

**Công nghệ cô đặc chân  
không**



**ĐỔI MỚI  
CÔNG NGHỆ  
CHẾ BIẾN**



**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



**Công nghệ chưng  
cắt**



## GIỚI THIỆU MỘT SỐ MÔ HÌNH ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN CHẾ BIẾN

ST T	Tên mô hình	Mã QR
1	Công nghệ sơ chế, đóng gói bảo quản bưởi xuất khẩu	
2	Quy trình công nghệ sản xuất nước ép bưởi	
3	Quy trình công nghệ sơ chế bảo quản xoài xuất khẩu	
4	Công nghệ sản xuất xoài sấy dẻo	



### SẦU RIÊNG ĐÔNG LẠNH OCOP 5 SAO



**Bưởi xuất khẩu Mỹ**



**Công nghệ bảo quản vải xuất khẩu**





### MÔ HÌNH HỖ TRỢ KỸ THUẬT

#### NHÀ ĐÓNG GÓI XÒÀI TIÊN TIẾN - NÂNG CAO CHUỖI GIÁ TRỊ (ƯỚ)

Công ty TNHH Kim Nhung Đồng Tháp nhận hỗ trợ từ UNIDO, SIEAP và dự án GOSP để cải tiến hệ thống bảo quản xoài, kéo dài thời gian lưu trữ lên 25-30 ngày, giúp xuất khẩu sang Mỹ, Canada, Úc, Nga, New Zealand. Dự án cũng hỗ trợ xây dựng SOP, chuyển đổi số và đào tạo khuyến nông cho chuỗi trái cây nhiệt đới.



### MÔ HÌNH HỖ TRỢ KỸ THUẬT



#### CẢI THIỆN CHẤT LƯỢNG VÀ KIỂM SOÁT HIỆU QUẢ NẤM BỆNH TRÊN XÒÀI XUẤT KHẨU

Công ty TNHH Hoàng Phát Fruit tại Long An, với hỗ trợ kỹ thuật từ Chương trình tiêu chuẩn và chất lượng GOSP Việt Nam do UNIDO và VIAEP triển khai, đã giải quyết hiệu quả các vấn đề kiểm soát nấm bệnh trong chuỗi giá trị xoài xuất khẩu. Công ty đã tối ưu hóa phương pháp diệt nấm diệt nấm và quản lý nhiệt độ bảo quản, qua đó giảm đáng kể tỷ lệ hao hụt sau thu hoạch, đảm bảo chất lượng xoài đồng nhất, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của các thị trường hiện đại.





## ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN





# OCOP

ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM






UNITED NATIONS  
ENVIRONMENTAL PROGRAM



VIAEP



GLOBAL QUALITY  
AND STANDARDS PROGRAM

### MÔ HÌNH HỖ TRỢ KỸ THUẬT



HỢP TÁC VÀ  
BỀN VỮNG

MỞ KHÓA GIẢI PHÁP CÔNG NGHỆ CHẾ BIẾN CÁC SẢN PHẨM TỪ BƯỚI

Trong khuôn khổ Chương trình GOSP do SECO tài trợ, với sự triển khai của UNIDO và VIAEP, Hợp tác xã Nông nghiệp Bưởi Đa Xanh Bến Tre đã tối ưu hóa công nghệ sản xuất nước ép, nâng cao hiệu suất ép và quản lý chất lượng, giảm sản phẩm giá trị gia tăng tiếp cận thị trường. Đặc biệt, công nghệ tiên tiến trong sơ chế và xử lý bưởi (đòi hỏi độ an toàn cao) đã mở ra cơ hội xuất khẩu sang các thị trường tiêu chuẩn cao như Mỹ, EU và New Zealand, nâng tầm giá trị bưởi Việt Nam.




CẢI THIỆN  
CHẤT LƯỢNG

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO  
& ĐÀU TƯ

NĂNG SUẤT

LIÊN KẾT THỊ TRƯỜNG





## ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ





# OCOP

ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM




## Hồng vành khuyên treo gió - Toàn Thương





Chất lượng chuẩn

Giá trị chuẩn





**OCOP**  
ONE COMMUNE ONE PRODUCT OF VIETNAM



# Let's Grow Together!



Phone Number:  
**+84. 838008989**



[www.viaep.org.vn](http://www.viaep.org.vn)



**TIKTOK SHOP ĐỒNG HÀNH CÙNG**  
**TRƯỜNG CĐ LƯƠNG THỰC – THỰC PHẨM**  
**TẬP HUẤN CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ NÔNG NGHIỆP, CÁN BỘ**  
**CHƯƠNG TRÌNH, ĐƠN VỊ VÀ CÁC CHỦ THỂ OCOP**

11 Tháng 4 2025  
 Đà Nẵng, Việt Nam

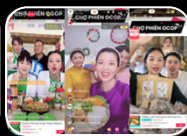
Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
 Mọi thông tin người xem và lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.



**TikTok Shop và các hoạt động cộng đồng**

**CHỢ PHIỆN OCOP**

- Phối hợp cùng Trung Tâm Xúc Tiến Thương Mại Nông Nghiệp - Bộ Nông Nghiệp (Agritrade).
- Hỗ trợ DN vừa và nhỏ, HTX, Làng nghề, Nông dân địa phương
- Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá và giới thiệu các sản phẩm OCOP, du lịch nông thôn.



**CHUỖI DỰ ÁN**  
**"TỰ HÀO HÀNG VIỆT"**

- Hưởng ứng Cuộc Vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" của Đảng và Chính phủ.
- Chương trình #TuHaoHangViet nhằm tăng cường giới thiệu những sản phẩm và doanh nghiệp thương hiệu Việt chất lượng, uy tín đến người tiêu dùng.



**CHỢ TRUYỀN THỐNG**

- Phối hợp với Hiệp Hội Thương Mại Điện Tử Việt Nam (VECOM) và Sở Công Thương các tỉnh thành
- Tập huấn, đào tạo kỹ năng bán hàng và chuyển đổi số cho các tiểu thương, hộ kinh doanh tuyến phố tại các chợ truyền thống.
- Đã đi qua Đà Nẵng, Gia Lai, Bình Định,...



Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
 Mọi thông tin người xem và lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

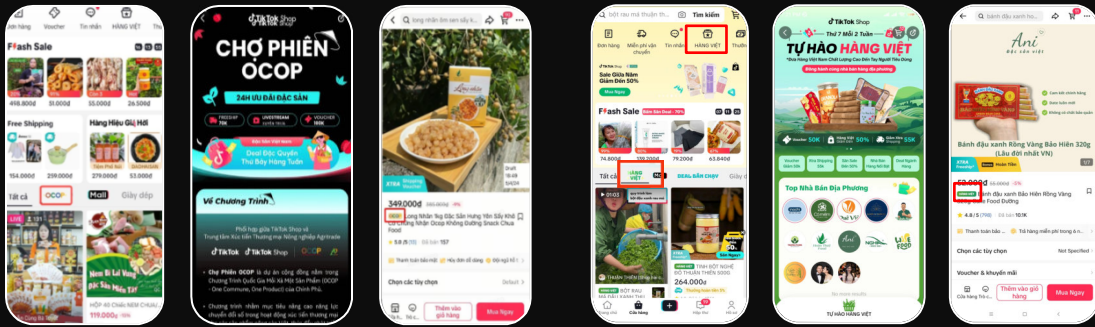


# TikTok Shop đồng hành cùng VECOM

Các hoạt động hỗ trợ trên nền tảng nhằm tôn vinh giá trị & sản phẩm Việt Nam

Chiến dịch Chợ Phiên OCOP

Chiến dịch Tự Hào Hàng Việt



Diễn ra thứ 7 hàng tuần trên nền tảng TikTok Shop

# TikTok Shop

Cộng đồng hỗ trợ Doanh nghiệp CSR - TikTok Shop Việt Nam

Trang chiến dịch OCOP / Tự Hào Hàng Việt



Lưu ý: Nội dung đươc tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin. Tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem và lòng truy cập tại website: <https://www.tiktok.com/@tiktokshop> để được cập nhật chính xác nhất.



## NỘI DUNG

- 1 XÂY DỰNG VÀ QUẢN LÝ GIAN HÀNG
- 2 LÀM QUEN VỚI LIVESTREAM
- 3 THỰC HÀNH LIVESTREAM

# XÂY DỰNG VÀ QUẢN LÝ GIAN HÀNG



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Thông tin này được tạo ra chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

7



TikTok Shop đã đạt được những bước tiến đáng kể sau 3 năm tại thị trường Việt Nam

#1

Nền tảng mua bán qua Livestream được nhớ tới \*\*

#2

Nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam \*\*\*

+81%

Tăng trưởng doanh số TikTok Shop Mall \*

+153%

Tăng trưởng doanh số kỹ lục phòng Livestream \*

\* Hiệu quả chiến dịch 6/6/2024 so với các ngày chiến dịch cùng quy mô trong 6 tháng trước đó  
\*\* Kantar, 11/2022  
\*\*\* YouNet ECI, 12/2022

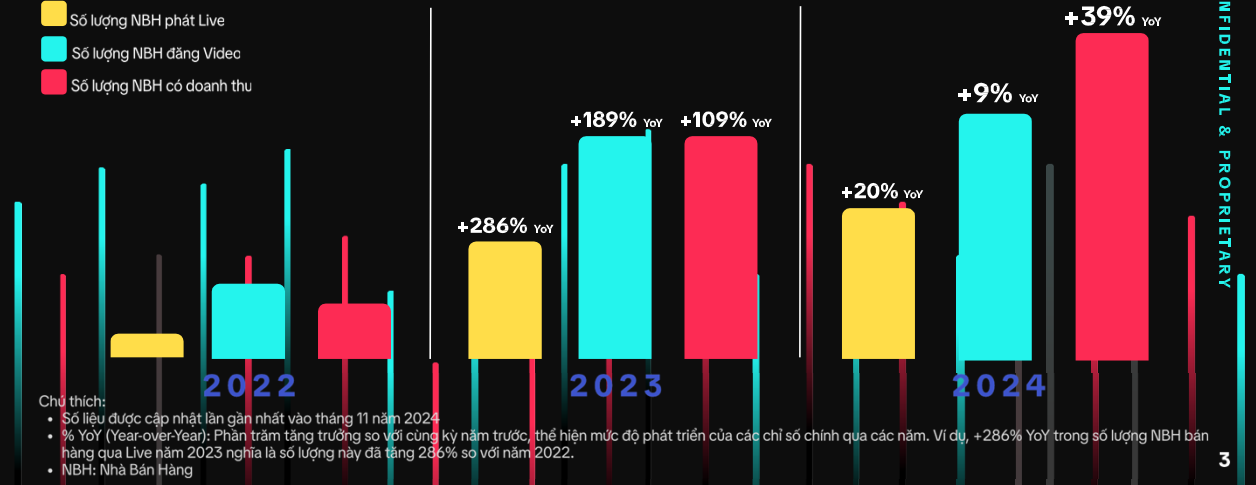
CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

2

# Tăng Trưởng Tổng Thể của Nhà Bán Hàng TikTok Shop Qua Các Năm

Số lượng Nhà Bán Hàng bán hàng qua Live, có Video gắn giỏ hàng & có chuyển đổi đơn hàng tăng trưởng mạnh mẽ, minh chứng hiệu quả của các chiến lược hỗ trợ & sự phát triển bền vững trong hệ sinh thái TikTok Shop.

- Số lượng NBH phát Live
- Số lượng NBH đăng Video
- Số lượng NBH có doanh thu



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

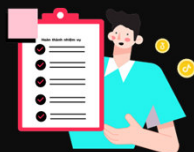
# Tổng Quan Lộ Trình Bắt Đầu & Phát Triển Cùng TikTok Shop



## Giai đoạn 1

### ◆ Khởi động

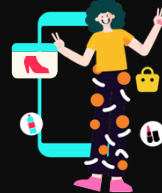
Đăng ký cửa hàng



## Giai đoạn 2

### ◆ Hoàn thiện cửa hàng

Hoàn thành 5 Nhiệm vụ cần thiết để sẵn sàng vận hành cửa hàng



## Giai đoạn 3

### ◆ Tăng trưởng

Tham gia Nhiệm vụ Tăng Trưởng & Gói Khởi Động dành cho Nhà Bán Hàng mới



## Giai đoạn 4

### ◆ Kết nối & phát triển

Theo dõi các kênh thông tin chính thức để cập nhật tin tức và kiến thức quan trọng.



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

## Giai đoạn 1: Khởi động

# Đăng Ký Cửa Hàng



Đăng Ký Trực Tuyến  
Để Đăng \*



Đăng Tải Giấy Tờ Tương Ứng  
Với Loại Hình Kinh Doanh



Nhận Thông Báo Đăng Ký  
Thành Công



Chúc Mừng!  
Bạn Đã Có Thể Bán Hàng  
Tại TikTok Shop



\*Quét mã QR hoặc truy cập: <https://seller-vn.tiktok.com/account/register?channel=education>



Hướng dẫn thao tác chi tiết  
cách đăng ký cửa hàng

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

5

## ĐĂNG KÝ TÀI KHOẢN

Chuẩn bị giấy  
tờ & thông  
tin

Tải Ứng dụng  
TikTok Seller  
Center

Điền thông  
tin Nhà bán /  
Thương hiệu

Giai đoạn 1: Khởi động

Lưu ý khi đăng ký cửa hàng TikTok Shop

Hình thức kinh doanh	Chứng tử cần thiết	Tài khoản ngân hàng
Cá nhân	Căn cước công dân	Tên chủ tài khoản ngân hàng đồng nhất với giấy tờ đã đăng ký cửa hàng tại TikTok Shop
Doanh nghiệp	Giấy phép Đăng Ký Kinh Doanh (ĐKKD) còn hiệu lực	Tên chủ tài khoản ngân hàng đồng nhất với giấy tờ ĐKKD đã đăng ký cửa hàng tại TikTok Shop Tài khoản ngân hàng là tài khoản doanh nghiệp
Hộ kinh doanh	Giấy chứng nhận Hộ Kinh Doanh	Tên chủ tài khoản ngân hàng đồng nhất với giấy chứng nhận Hộ Kinh Doanh đã đăng ký cửa hàng TikTok Shop

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY



Hướng dẫn thao tác chi tiết cách đăng ký cửa hàng



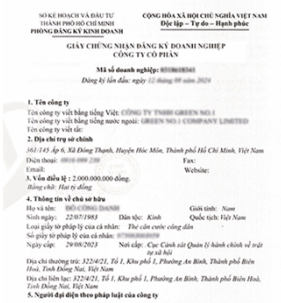
ĐĂNG KÝ TÀI KHOẢN

CÁC LOẠI HÌNH KINH DOANH

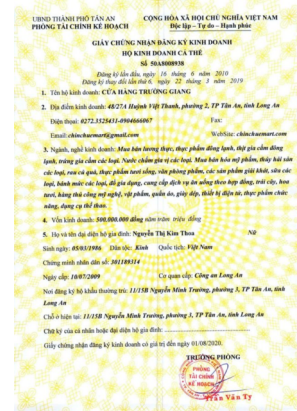
Cá nhân



Doanh nghiệp



Hộ kinh doanh



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Đơn hàng không phải là một hình thức tài trợ hoặc tài trợ tài trợ. Mọi chi tiết xin liên hệ đội ngũ hỗ trợ khách hàng.

# ĐĂNG KÝ TÀI KHOẢN

## ĐĂNG KÝ THÔNG TIN BÁN HÀNG

**Tải lên tài liệu**

Hãy bắt đầu bằng cách cho chúng tôi biết về doanh nghiệp của bạn  
Vi mục đích tuân thủ, chúng tôi có thể sẽ xác minh thông tin công ty của bạn. Thông tin này sẽ không bao giờ được hiển thị công khai trên TikTok Shop.

Loại hình kinh doanh của bạn là gì?  
Loại hình kinh doanh sẽ ảnh hưởng đến thông tin bạn sẽ điền.

1. Cá nhân

Hộ kinh doanh  
Loại hình hộ kinh doanh có nghĩa là bạn cần cung cấp giấy chứng nhận đăng ký hộ kinh doanh. Xin lưu ý rằng bạn chỉ có thể liên kết tài khoản ngân hàng của hộ kinh doanh để thực hiện với tài khoản bán hàng.

Cá nhân  
Khi tham gia với tư cách là thường gia độc lập, vui lòng chọn loại hình kinh doanh "Cá nhân". Xin lưu ý rằng chúng tôi chỉ chấp nhận đơn đăng ký từ các thường gia độc lập ở Việt Nam có chứng minh nhân dân hoặc hộ chiếu.

Công ty  
Khi tham gia với tư cách là công ty, vui lòng chọn loại hình kinh doanh "Công ty". Xin lưu ý rằng công ty sẽ cần cung cấp nhiều thông tin.

Tên của hàng  
Hiện bạn chỉ có thể soạn tên và thay đổi tên sau đó Vui lòng không sử dụng "Flagship" hoặc "Official" trong tên của hàng.  
Vui lòng không chỉ sử dụng số hoặc ký tự đặc biệt hoặc bất kỳ ký tự nước ngoài nào khác ngoài ký tự tiếng Anh.

2. mypham9988

Loại nhận dạng  
3. Thẻ căn cước

1. Tập tin được tải lên phải là tập tin được quét màu và dưới 10 MB, có định dạng JPG, PNG, JPEG hoặc PDF.  
2. Vui lòng đảm bảo tập tin bạn tải lên rõ ràng và cho thấy tất cả thông tin liên quan, bao gồm chữ ký của bạn và các ký tự trên giấy tờ không bị biến dạng hoặc nhòe. [Xem mẫu](#)

+ Thêm tập Mất nước + Thêm tập Mất nước

Thông tin liên hệ bổ sung  
Thông tin liên hệ bổ sung sẽ được sử dụng làm phương thức liên hệ dự phòng. Thông tin này không thể được sử dụng để đăng nhập. TikTok sẽ nỗ lực để bảo vệ quyền riêng tư dữ liệu của bạn.

Địa chỉ email  
4. Nhập địa chỉ email của bạn

1 Nhập mã xác minh Gửi mã

Số điện thoại  
Số điện thoại tin nhắn được Số điện thoại tin khác

Số điện thoại +849\*\*\*\*6508

1. Chọn loại hình kinh doanh
2. Đặt tên cho cửa hàng của bạn
3. Đăng tải các giấy tờ theo yêu cầu
4. Xác nhận lại thông tin

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
Đặc trưng tin nhắn kinh doanh này chỉ dành cho người bán. Để biết chi tiết, vui lòng truy cập [trang thông tin người bán](#) để được cập nhật chính sách mới.

15

VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# ĐĂNG KÝ TÀI KHOẢN

## LƯU Ý KHI ĐĂNG KÝ

### Số điện thoại & Email

- Tại cùng thời điểm 02 thông tin này chỉ được sử dụng để mở 01 TTS duy nhất
- Sử dụng **thông tin chính chủ** vì lý do bảo mật
- Sử dụng SĐT & Email cố định - tránh thay đổi về sau

### Số lượng cửa hàng

- **Căn Cước Công Dân:** mỗi giấy tờ mở được duy nhất **01** tài khoản TikTok Shop loại hình Cá Nhân
- **Giấy phép Đăng Ký Kinh Doanh:** mở được **05** TikTok Shop loại hình Doanh Nghiệp
- **Giấy phép Hộ Kinh Doanh Cá Thể:** mở được **05** TikTok Shop loại hình Doanh Nghiệp

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
Đặc trưng tin nhắn kinh doanh này chỉ dành cho người bán. Để biết chi tiết, vui lòng truy cập [trang thông tin người bán](#) để được cập nhật chính sách mới.

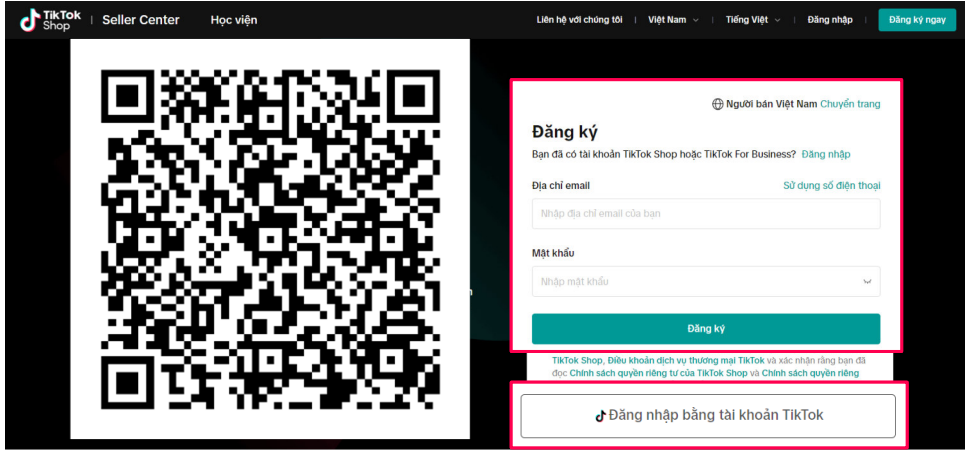
16

VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# ĐĂNG KÝ TÀI KHOẢN

## ĐĂNG KÝ KINH DOANH



Quét mã QR hoặc truy cập: [https://seller-vn.tiktok.com/account/register?channel=ref\\_csr](https://seller-vn.tiktok.com/account/register?channel=ref_csr)

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

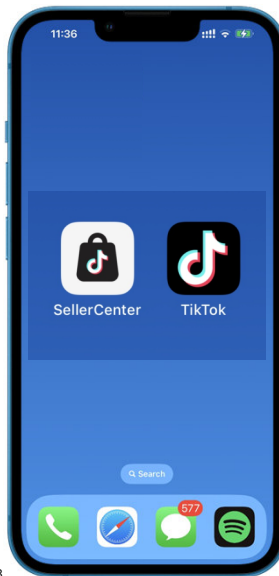
17

VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# ĐĂNG KÝ TÀI KHOẢN

## ĐĂNG KÝ KINH DOANH



Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

18

VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

## Giai đoạn 2: Hoàn thiện cửa hàng

# Hoàn thành 5 Nhiệm vụ cần thiết



### Đăng tải giấy tờ

Đăng tải giấy tờ của cửa hàng để xác minh chủ cửa hàng



### Điền địa chỉ kho

Cung cấp địa chỉ vận chuyển và địa chỉ kho trả hàng để cài đặt hoàn chỉnh dịch vụ kho vận



### Điền thông tin thuế

Bạn bắt buộc phải có thông tin thuế trước khi bán hàng. Hãy chuẩn bị sẵn mã số nhận dạng người đóng thuế của cửa hàng



### Đăng tải 1 sản phẩm

Bắt đầu thiết lập lượng hàng tồn kho cho cửa hàng của bạn bằng cách thêm các sản phẩm phổ biến nhất. Bạn có thể chọn tải lên từ nhiều cách khác nhau



### Kết nối cửa hàng của bạn với tài khoản TikTok

Bán hàng thông qua nội dung trên TikTok chính là cách để mọi người có nhiều cơ hội khám phá sản phẩm của bạn hơn



## Giai đoạn 3: Tăng trưởng

# Tham gia Nhiệm vụ Tăng Trưởng & Gói khởi động dành cho Nhà Bán Hàng mới

Nhà Bán Hàng mới sẽ có cơ hội được **miễn phí hoa hồng cố định** trong thời gian mới phát triển kinh doanh tại TikTok Shop

**Đối tượng:** Nhà Bán Hàng đăng ký tài khoản thành công trong mỗi quý

→ Cách thức tham gia:

**Bước 1:**

Truy cập Trung tâm Người bán > Tăng trưởng > Hoàn thành Nhiệm vụ "Miễn phí hoa hồng cố định sau khi đăng tải 3 sản phẩm thành công!"

**Bước 2:**

Đăng tải 3 sản phẩm và được duyệt

**Bước 3:**

Truy cập mục Tăng trưởng để đảm bảo nhận được thông báo thưởng, sau đó phí cố định 0% sẽ có hiệu lực trong 90 ngày kể từ ngày nhận thưởng.



Lưu ý: Nhiệm vụ Tăng Trưởng & Gói Khởi Động chỉ được áp dụng cho các Nhà Bán Hàng đạt đủ điều kiện quy định.

Giai đoạn 3: Tăng trưởng

# Hướng Dẫn Phát Triển Bền Vững Tại TikTok Shop

## NHIỆM VỤ TĂNG TRƯỞNG

Thúc đẩy Nhà Bán Hàng vừa và nhỏ phát triển và định hướng vận hành cửa hàng hiệu quả thông qua các Nhiệm Vụ Tăng Trưởng thú vị và đơn giản

Hỗ trợ Nhà Bán Hàng mới làm quen và tìm hiểu vận hành nhanh chóng với chuỗi Nhiệm Vụ Ươm Mầm

Nhiều phần thưởng hấp dẫn sau khi chinh phục Nhiệm Vụ bao gồm: Voucher giảm giá, Coupon quảng cáo, Tin dụng quảng cáo,...

Lưu ý: Nhiệm vụ Tăng Trưởng & Gói Khởi Động chỉ được áp dụng cho các Nhà Bán Hàng đạt đủ điều kiện quy định.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

9

Giai đoạn 4: Kết nối & Phát triển

# Theo dõi các kênh thông tin quan trọng

TikTok Shop hỗ trợ Nhà Bán Hàng tối đa qua các 06 kênh Học tập và Truyền thông, cùng theo dõi các kênh sau:



1 Fanpage

Bán Hàng Cùng TikTok Shop

Kênh fanpage chính thức cung cấp thông tin cập nhật, tips và những hướng dẫn giúp Nhà Bán Hàng phát triển kinh doanh trên TikTok Shop



2 Cộng đồng

TikTokHood

Cộng đồng kết nối các Nhà Bán Hàng cùng giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm, hỏi đáp và cập nhật những xu hướng mới nhất trong kinh doanh trên TikTok Shop



3 TikTok

Sellwithtiktokshop\_vn

Kênh TikTok dành riêng cho người bán, cung cấp nội dung hướng dẫn qua Video ngắn, cập nhật xu hướng & tương tác với Nhà Bán Hàng thông qua nội dung giải trí và gần gũi

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

THEO DÕI NGAY

Lưu ý: Vui lòng cung cấp Mã Cửa Hàng khi đăng ký tham gia cộng đồng TikTokHood.

15

## Theo dõi các kênh thông tin quan trọng

TikTok Shop hỗ trợ Nhà Bán Hàng tối đa qua các **06 kênh Học tập và Truyền thông**, cùng theo dõi các kênh sau:



### 4 Website

Học viện  
TikTok Shop

Trang web tích hợp trong Trung Tâm Nhà Bán, cung cấp các bài viết cập nhật chính sách, hướng dẫn chi tiết và tài liệu chuyên sâu dưới dạng văn bản. Đây là trung tâm tài liệu toàn diện cho Nhà Bán Hàng, nơi tập hợp mọi thông tin cần thiết để vận hành hiệu quả trên TikTok Shop



### 5 YouTube

Học viện  
TikTok Shop

Kênh YouTube với các Video hướng dẫn chi tiết để vận hành và những kiến thức giá trị, độc quyền chia sẻ từ các Nhà Bán Hàng thành công & đại diện TikTok Shop



### 6 Zalo OA

Kênh Thông Tin  
Chính Thức Cho NBH

Kênh Zalo cung cấp tin mới hàng tuần về TikTok Shop qua các bài viết chính thức, giúp Nhà Bán Hàng luôn cập nhật kịp thời và chính xác

**THEO DÕI NGAY**

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

## CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH

TikTok Shop

### CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH TRÊN TIKTOK SHOP

- ▶ PHÍ GIAO DỊCH
- ▶ PHÍ HOA HỒNG THEO NGÀNH HÀNG
- ▶ SHIPPING FEE PROGRAM - SFP
- ▶ VOUCHER EXTRA PROGRAM - VXP
- ▶ FLASH SALE

### PHÍ GIAO DỊCH 5%

- Áp dụng: các giao dịch mua hàng thành công
- Cách tính: số tiền khách thanh toán cho đơn hàng x 5%
- Hiệu lực: 17/07/2024

### PHÍ HOA HỒNG NỀN TẢNG TỪ 1% - 5.78%

- Áp dụng: các đơn hàng giao thành công & đã chuyển trạng thái 'Hoàn Thành'
- Cách tính: (Giá sản phẩm - Khuyến mãi của Nhà Bán Hàng) x Phí suất
- Hiệu lực: 01/10/2024

Phí Suất Hoa Hồng áp dụng cho mỗi ngành hàng, Nhà Bán Hàng thường và Nhà Bán Hàng Mall sẽ khác nhau.

Tra cứu Phí Suất Hoa Hồng tại QR code



## CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH

**TikTok Shop**  
**CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH**  
**TRÊN TIKTOK SHOP**

- ▶ PHÍ GIAO DỊCH
- ▶ PHÍ HOA HỒNG THEO NGÀNH HÀNG
- ▶ SHIPPING FEE PROGRAM - SFP
- ▶ VOUCHER EXTRA PROGRAM - VXP
- ▶ FLASH SALE

### SHIPPING FEE PROGRAM - SFP

- Áp dụng: tất cả đơn hàng giao trong cửa hàng có đăng ký thành công chương trình SFP.
- Áp dụng cho **sản phẩm** trong đơn giao thành công cho khách hàng. Không áp dụng cho đơn bị hủy/ thất lạc/ giao hàng thất bại.
- Hiệu lực: **02/01/2025**

- Cách tính: (Giá sản phẩm - Khuyến mãi của Nhà Bán Hàng) x 6%
- Giới hạn: Giá trị 6% khi quy đổi thành tiền sẽ không vượt quá 50.000 VND

#### Ví Dụ:

- Đơn hàng có 2 Sản phẩm giá 200.000 VND và 500.000 VND. Giá trị đơn hàng: 700.000 VND  
Phi thực tế:  $200.000 \times 6\% + 500.000 \times 6\% = 12.000 + 30.000 = 42.000$  VND  
Vậy mức phí tối đa nhà bán hàng cần trả là 42.000 VND
- Đơn hàng có 2 Sản phẩm giá 200.000 VND và 900.000 VND. Giá trị đơn hàng: 1.100.000 VND  
Phi thực tế:  $200.000 \times 6\% + 900.000 \times 6\% = 12.000 + 54.000$  (tối đa 50.000) = 62.000 VND  
Vậy mức phí tối đa nhà bán hàng cần trả là 62.000 VND

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

25

VN Seller Education and Engagement team

## CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH

**TikTok Shop**  
**CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH**  
**TRÊN TIKTOK SHOP**

- ▶ PHÍ GIAO DỊCH
- ▶ PHÍ HOA HỒNG THEO NGÀNH HÀNG
- ▶ SHIPPING FEE PROGRAM - SFP
- ▶ VOUCHER EXTRA PROGRAM - VXP
- ▶ FLASH SALE

### VOUCHER EXTRA PROGRAM - VXP

- Áp dụng tất cả đơn hàng giao trong cửa hàng giao thành công (đơn được người mua nhận, không có yêu cầu trả hàng hoàn tiền)
- Phí dịch vụ VXP sẽ được tính trên **giá sản phẩm** không bao gồm ưu đãi/ giảm giá của nền tảng.
- Nhà bán hàng sẽ không bị tính phí dịch vụ VXP cho các sản phẩm thuộc ngành hàng bị hạn chế.
- Giảm giá 1% phí VXP (còn 2% phí VXP) khi Nhà bán hàng tham gia đồng thời SFP & VXP
- Hiệu lực: **17/02/2025**

- Cách tính: (Giá sản phẩm - Khuyến mãi của Nhà Bán Hàng) x 3%
- Giới hạn: Giá trị 3% khi quy đổi thành tiền sẽ không vượt quá 50.000 VND

#### Ví Dụ:

- Đơn hàng có 2 Sản phẩm giá 200.000 VND và 500.000 VND. Giá trị đơn hàng: 700.000 VND  
Phi thực tế:  $200.000 \times 3\% + 500.000 \times 3\% = 6.000 + 15.000 = 21.000$  VND  
Vậy mức phí tối đa nhà bán hàng cần trả là 21.000 VND
- Đơn hàng có 2 Sản phẩm giá 700.000 VND và 2.000.000 VND. Giá trị đơn hàng: 2.700.000 VND  
Phi thực tế:  $700.000 \times 3\% + 2.000.000 \times 3\% = 21.000 + 60.000$  (tối đa 50.000) = 71.000 VND  
Vậy mức phí tối đa nhà bán hàng cần trả là 71.000 VND

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

26

VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

## CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH

TikTok Shop

### CÁC LOẠI PHÍ VẬN HÀNH TRÊN TIKTOK SHOP

- ▶ PHÍ GIAO DỊCH
- ▶ PHÍ HOA HỒNG THEO NGÀNH HÀNG
- ▶ SHIPPING FEE PROGRAM - SFP
- ▶ VOUCHER EXTRA PROGRAM - VXP
- ▶ FLASH SALE

### FLASH SALE DEAL CHỚP NHOÁNG

Từ ngày 17 tháng 2 năm 2025, Phí dịch vụ Flash Sale sẽ được tính cho tất cả các đơn hàng đã giao thành công đối với những nhà bán hàng đã đăng ký chương trình.

Đơn hàng đã giao thành công, bao gồm:

- Đơn hàng đã giao, hoàn thành mà không có yêu cầu hậu mãi

**Hiệu lực: 17/02/2025**

- Cách tính: Giá sản phẩm x 1% không vượt quá 30.000 vnd

**Ví Dụ:**

Đơn hàng có 2 Sản phẩm giá 200.000 (có tham gia FS) vnd và 500.000 vnd (không tham gia FS). Giá trị đơn hàng: 700.000 vnd  
 Phí thực tế:  $200.000 \times 1\% = 2.000$  vnd  
 Vậy mức phí tối đa nhà bán hàng cần trả là 2.000 vnd

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

27

VN Seller Education and Engagement team

TikTok Shop

# XÂY DỰNG VÀ QUẢN LÝ GIAN HÀNG



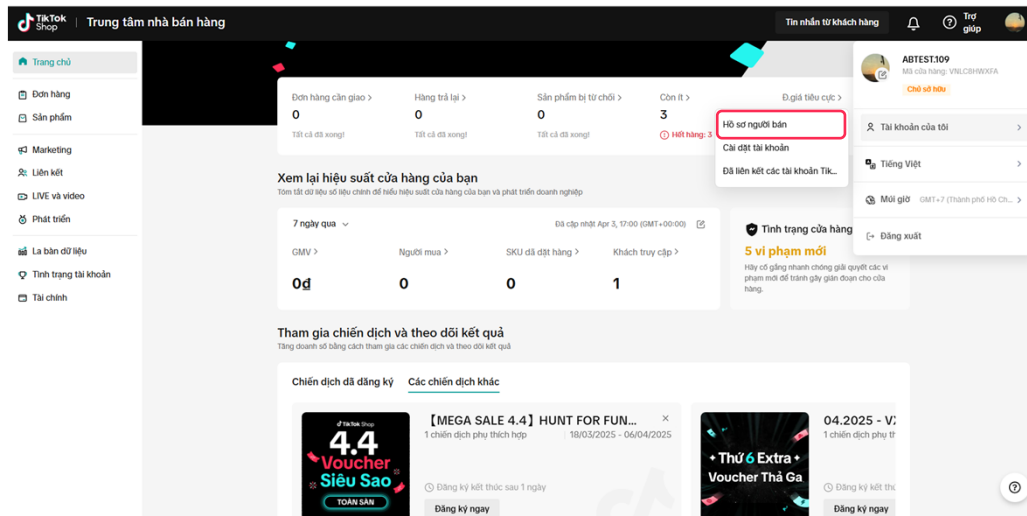
CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

28

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

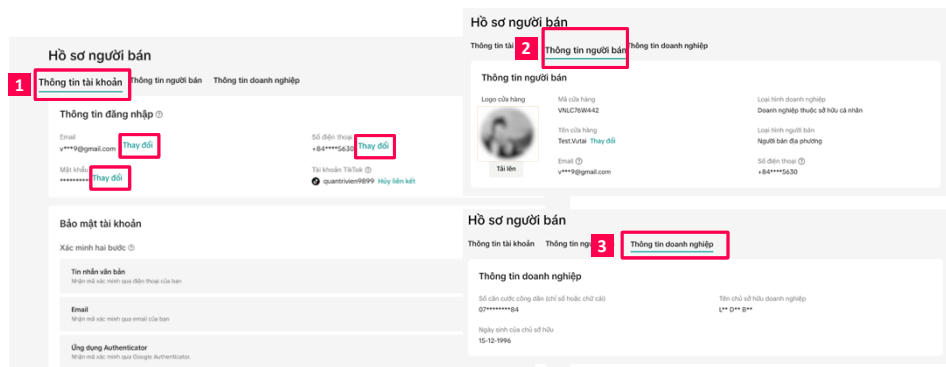
# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG



Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
 Mọi thông tin người bán hàng truy cập tại website: <https://shop.tiktok.com/vn>, để được cập nhật chính xác nhất.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG



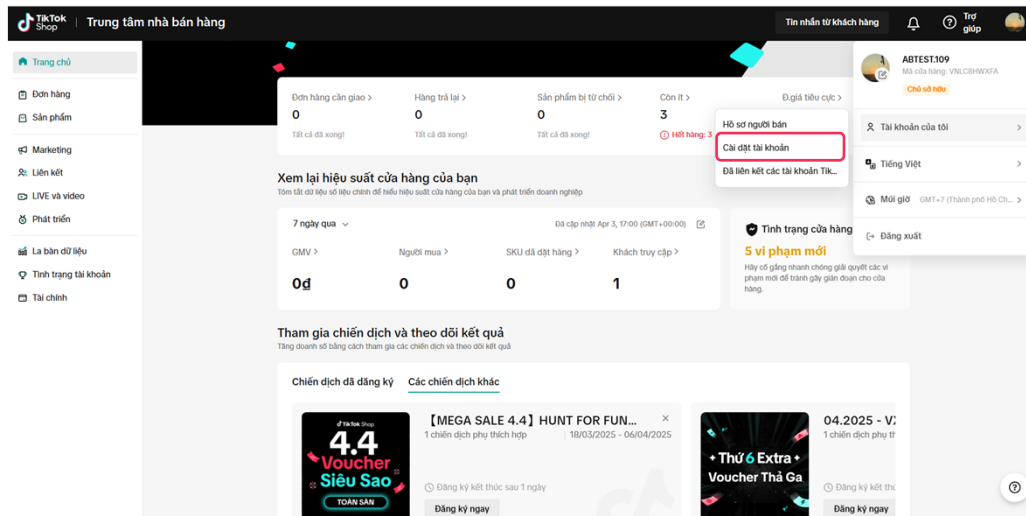
## Thông tin có thể thay đổi:

- Email đăng nhập
- Số điện thoại đăng nhập
- Mật khẩu đăng nhập

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
 Mọi thông tin người bán hàng truy cập tại website: <https://shop.tiktok.com/vn>, để được cập nhật chính xác nhất.

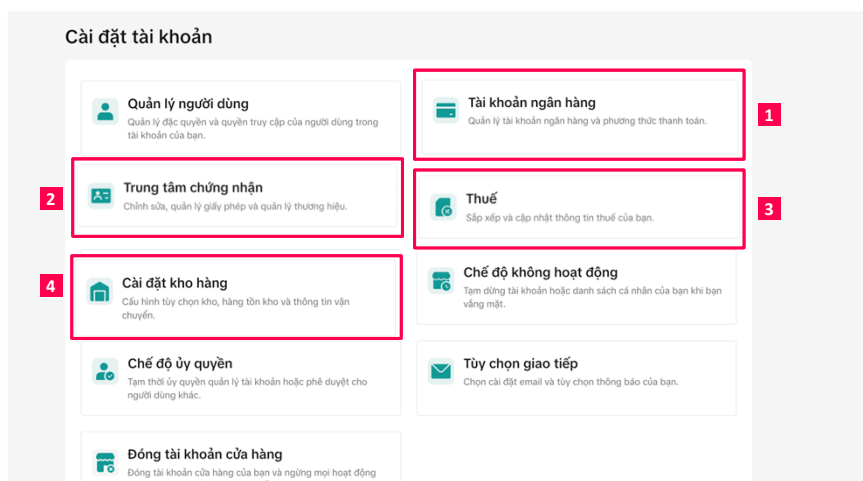
CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG



Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
 Mọi thông tin người bán hàng truy cập tại website: <https://shop.tiktok.com/sellercenter>, để được cập nhật chính xác nhất.

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG



Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
 Mọi thông tin người bán hàng truy cập tại website: <https://shop.tiktok.com/sellercenter>, để được cập nhật chính xác nhất.

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

## 1. TÀI KHOẢN NGÂN HÀNG

**Thanh toán**

**Thông tin tài khoản quyết toán**

Phương thức thanh toán: LOCAL\_BANK\_TRANSFER

Địa chỉ email: pt\*\*\*\*9@gmail.com

Số tài khoản ngân hàng: \*\*\*\*\*3056

Tên người thụ hưởng: V\* P\*\*\*\* T\* N\* T\*  
Tên ngân hàng: VIETNAM PROSPERITY BANK (VPBANK)  
Mã chi nhánh: \*\*\*\*\*  
Số tài khoản: \*\*\*\*\*

**Thay đổi tài khoản**

**Các phương thức rút tiền của tôi**

Chuyển khoản ngân hàng *****1012	VND
Số tiền rút tối thiểu là: 1.000.000 VND; Số tiền rút tối đa là: 499.999.999.000 VND	
Bạn sẽ nhận được tiền sau 3 - 5 ngày làm việc.	
Chuyển khoản ngân hàng *****2008	VND
Số tiền rút tối thiểu là: 1.000.000 VND; Số tiền rút tối đa là: 499.999.999.000 VND	
Bạn sẽ nhận được tiền sau 3 - 5 ngày làm việc.	
Chuyển khoản ngân hàng *****3012	VND
Số tiền rút tối thiểu là: 1.000.000 VND; Số tiền rút tối đa là: 499.999.999.000 VND	
Bạn sẽ nhận được tiền sau 3 - 5 ngày làm việc.	
Chuyển khoản ngân hàng *****7171	VND
Số tiền rút tối thiểu là: 1.000.000 VND; Số tiền rút tối đa là: 499.999.999.000 VND	
Bạn sẽ nhận được tiền sau 3 - 5 ngày làm việc.	
Chuyển khoản ngân hàng *****1275	VND
Số tiền rút tối thiểu là: 1.000.000 VND; Số tiền rút tối đa là: 499.999.999.000 VND	
Bạn sẽ nhận được tiền sau 3 - 5 ngày làm việc.	

**Các phương thức rút tiền của tôi**

Chuyển khoản ngân hàng \*\*\*\*\*3056 VND

Số tiền rút tối thiểu là: 1.000.000 VND; Số tiền rút tối đa là: 499.999.999.000 VND

Bạn sẽ nhận được tiền sau 3 - 5 ngày làm việc.

**Thêm phương thức rút tiền**

Chuyển khoản ngân hàng VND

Tên:

Tên ngân hàng:

Chọn ngân hàng:

Số tài khoản ngân hàng:

Email:

**Lưu ý:**

- Tên chủ tài khoản mặc định sẽ được điền theo tên đăng ký
- Tối đa thêm được 5 tài khoản ngân hàng

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

## 2. TRUNG TÂM CHỨNG NHẬN

**Chọn loại ủy quyền của bạn**

Chủ sở hữu nhãn hiệu

Nhà bán hàng được ủy quyền cấp 1 độc quyền

Nhà bán hàng được ủy quyền cấp 1

**Nhà bán hàng được ủy quyền cấp 2**

Nhà bán hàng được ủy quyền cấp 3

[Brand Owner's Company Letterhead]

To whom it may concern,  
We, hereby certify that [Please insert the trademark owner name of the company or person], as the registrant of [BRAND NAME] (the "Trademark"), are entitled to use and license the Trademark with full power and authority.

We, hereby certify that we authorize [COMPANY NAME] (the "Merchant"), a company registered at [REGISTERED ADDRESS], to sell and distribute all categories of the Trademark branded products via any sales channels and run any marketing and advertising activities online and offline.

The valid period of this authorization is from [EFFECTIVE DATE] until [EXPIRING DATE]. We reserve the right to revoke this authorization throughout the period of validity; however, written notice of such revocation will be given to Merchant at least thirty (30) days in advance.

This letter of authorization is written in English.

For and on behalf of  
Trademark Owner:  
\*Signature:  
(Company's Seal, if any)  
Authorized Signatory

\*First Name:  
\*Title:  
\*Email:  
\*Date:

Hủy **OK**

**Thông tin thương hiệu**

Tên thương hiệu:

Hạng mục:

Ủy quyền cấp 1

Ngày hiệu lực:

Ủy quyền cấp 1

Tên liên hệ:

Số điện thoại:

Địa chỉ:

**Thông tin phải có khi đăng ký ủy quyền thương hiệu**

- Tên thương hiệu
- Hạng mục
- Giấy ủy quyền các cấp
- Ngày hiệu lực ủy quyền

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

## 2. TRUNG TÂM CHỨNG NHẬN

Search bar: Tìm kiếm

Breadcrumb: Tất cả các hạng mục > Trẻ sơ sinh & thai sản > Chăm sóc bé & sức khỏe

Giày	Quần áo & Giày trẻ em	Dụng cụ cắt tỉa tóc cho trẻ
Chăm sóc sắc đẹp & Chăm sóc cá nhân	Những vật dụng cần thiết khi cho bé ...	Khăn lau & khay
Điện thoại & Đồ điện tử	Cho bú & Cho ăn	Tã lót
Máy tính & Thiết bị Văn phòng	Nội thất cho trẻ em	Vitamin & Thực phẩm bổ sung cho trẻ
Đồ dùng cho thú cưng	An toàn cho bé	
<b>Trẻ sơ sinh &amp; thai sản</b>	Đồ chơi trẻ em	
Thể thao & Ngoài trời	<b>Chăm sóc bé &amp; sức khỏe</b>	
Đồ chơi & sở thích	Sữa công thức & Thực phẩm cho trẻ	
Đồ nội thất	Vật tư cho mẹ	
	Phụ kiện thời trang cho em bé	

**Ngành hàng dành cho nhà bán hàng được mời:**

- Sách, tạp chí & âm thanh
- Sửa chữa nhà cửa
- Thực phẩm tươi sống và đông lạnh
- Ô tô & xe máy
- Sản phẩm Đã qua sử dụng

Không thể chọn danh mục này vì đây là danh mục chỉ dành cho người được mời. Đăng ký để có quyền tham gia danh mục

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.


# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

## 2. TRUNG TÂM CHỨNG NHẬN

Search bar: Tìm kiếm

Breadcrumb: Tất cả các hạng mục > Trẻ sơ sinh & thai sản > Chăm sóc bé & sức khỏe

Giày	Quần áo & Giày trẻ em	Thiết bị đo chiều cao & chu vi
Chăm sóc sắc đẹp & Chăm sóc cá nhân	Những vật dụng cần thiết khi cho bé ...	Ty ngậm giảm đau khi mọc răng
Điện thoại & Đồ điện tử	Cho bú & Cho ăn	Chậu tắm & Ghế tắm cho trẻ
Máy tính & Thiết bị Văn phòng	Nội thất cho trẻ em	Khăn tắm & Mũ tắm
Đồ dùng cho thú cưng	An toàn cho bé	Đồ dùng tắm cho trẻ
<b>Trẻ sơ sinh &amp; thai sản</b>	Đồ chơi trẻ em	Nước hoa
Thể thao & Ngoài trời	<b>Chăm sóc bé &amp; sức khỏe</b>	Dụng cụ cắt tỉa tóc cho trẻ
Đồ chơi & sở thích	Sữa công thức & Thực phẩm cho trẻ	Khăn lau & khay
Đồ nội thất	Vật tư cho mẹ	Tã lót
	Phụ kiện thời trang cho em bé	Vitamin & Thực phẩm bổ sung cho trẻ



Không thể chọn danh mục này vì đây là danh mục chỉ dành cho người được mời. Đăng ký để có quyền tham gia danh mục

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.



# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

## 4. CÀI ĐẶT KHO HÀNG

Cài đặt tài khoản

Địa chỉ kho hàng/địa chỉ lấy hàng

**Kho lấy hàng**

Tên/mã kho hàng	Địa chỉ	Liên hệ	Khu vực	Trạng thái	Hành động
Nhà	Mã kho hàng: 731319105000369...	(+84)932...	Việt Nam	Mở	<b>Chỉnh sửa</b>

[Kho mặc định](#)

**Kho trả hàng**

Tên/mã kho hàng	Địa chỉ	Liên hệ	Khu vực	Trạng thái	Hành động
Vietnam Return Warehouse	Mã kho hàng: 731319105000371...	(+84)932...	Việt Nam	Mở	Chỉnh sửa

**Chỉnh sửa địa chỉ kho hàng**

2 Để đảm bảo hoạt động kho vận diễn ra hiệu quả, vui lòng điền cẩn thận địa chỉ kho chính xác.

Tên kho hàng: Nhà

Người liên hệ: Tài

Số điện thoại: VN +84 932...

Địa chỉ: The Socialist Republic of Viet Nam

**Hủy** **Lưu**

**Lưu ý:**

- Mỗi cửa hàng cài được 01 kho lấy hàng và 01 kho trả hàng
- Chỉnh sửa có hiệu lực từ 00:00 ngày tiếp theo

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

Tin nhắn từ khách hàng

ABTEST109

Đã liên kết các tài khoản TikTok

Tài khoản chính thức

Tài khoản tiếp thị

Tài khoản TikTok chính thức

Tên người dùng TikTok: baotest

Biệt danh TikTok: Tập Hòa Cầu Lồng

Số điện thoại tài khoản TikTok: ...

Đã liên kết từ: 2023-09-20

Email tài khoản TikTok: b\*\*\*\*@gmail.com

La bàn Dữ liệu

Tiếp thị Liên kết

Quản lý phát trực tiếp

Học viện

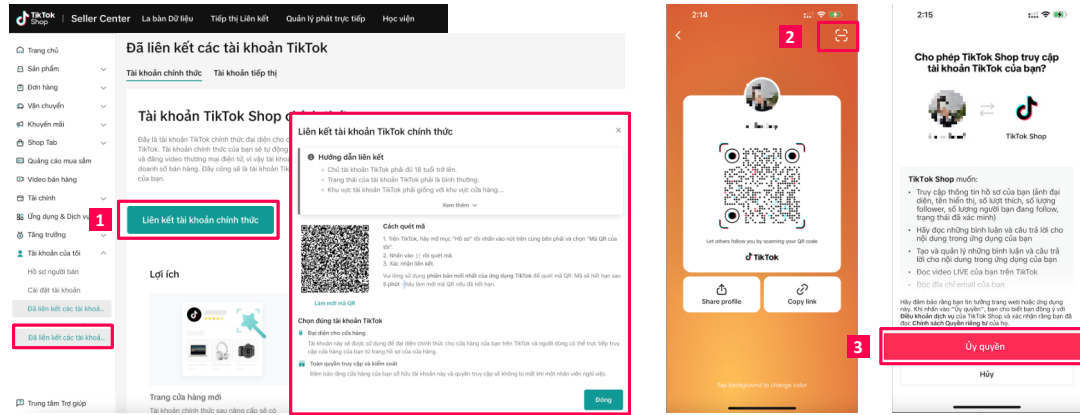
**Có 2 loại Tài khoản:**

- Tài khoản chính thức: Chỉ liên kết được tối đa 01 tài khoản TikTok tại một thời điểm
- Tài khoản tiếp thị: Liên kết được tối đa 04 tài khoản TikTok tại một thời điểm

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG

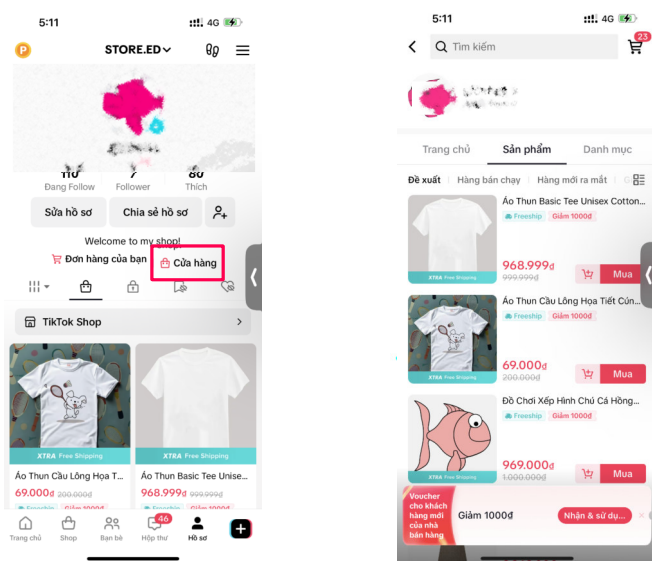


1. Chọn **Liên kết tài khoản chính thức**
2. Mở App TikTok và đăng nhập vào tài khoản muốn liên kết, quét mã QR
3. Chọn **Ủy quyền** để tiến hành liên kết

Lưu ý: Nội dung đào tạo mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

# CÀI ĐẶT THÔNG TIN BÁN HÀNG



Lưu ý: Nội dung đào tạo mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY



# XÂY DỰNG VÀ QUẢN LÝ GIAN HÀNG



Đăng ký tài khoản

Cài đặt thông tin bán hàng

Đăng tải sản phẩm

Hướng dẫn vận chuyển đơn hàng

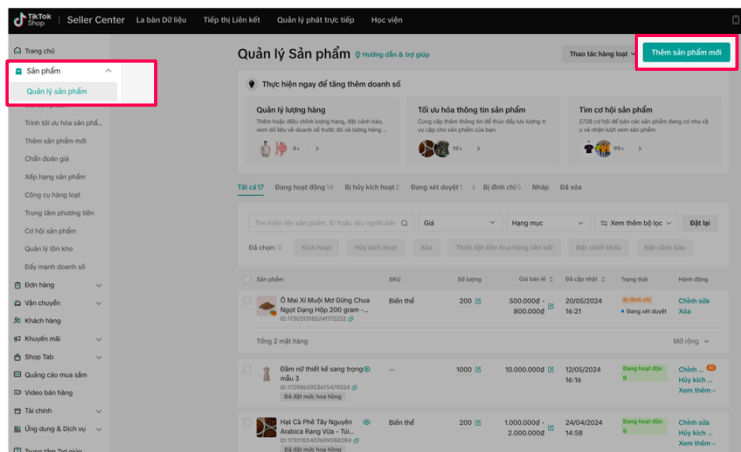
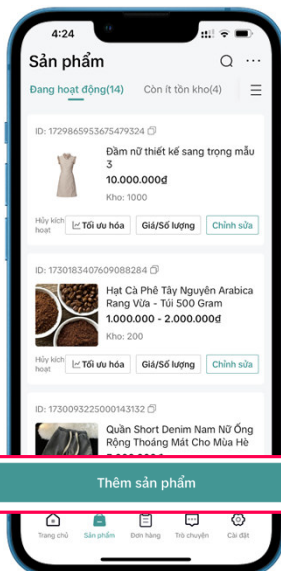
CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

43

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

## ĐĂNG TẢI SẢN PHẨM



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

44

VN Seller Education and Engagement team

# ĐĂNG TẢI SẢN PHẨM

## TỐI ƯU HOÁ SẢN PHẨM MỚI

Thêm sản phẩm mới [Hướng dẫn & trợ giúp](#)

Thông tin cơ bản

Tên sản phẩm

Ô Mai Xí Muội Mơ Gừng Chua Ngọt Dạng Hộp 200 Gram - 300 Gram Vị Chua Cay

72/255

84/255

Cotton Thông thường Cổ tròn Cổ chữ V Ôm gọn Tròn Có hoa Kê sọc Màu đen Màu trắng

Hạng mục

Đồ ăn & Đồ uống - Đồ ăn vặt - Đồ ăn nhẹ khô

- **Tên sản phẩm:** Từ 40 ký tự bao gồm Thương hiệu – Tên sản phẩm – Chất liệu – Đối tượng – kích thước
- **Hạng mục:** Chọn ngành hàng của sản phẩm
- **Hình ảnh:** Đăng từ 5-9 hình ảnh

Phương tiện

Hình ảnh sản phẩm

Bạn cần thêm 8 hình để minh họa đầy đủ cho sản phẩm của bạn.

Tải lên ảnh chính

Kích thước: 300 x 300 px  
Kích thước tập tin tối đa: 5 MB  
(Tối đa 9 tập tin)  
Định dạng: JPG, JPEG, PNG

Chỉnh diện

Cảnh b.

Các góc độ ...

Bảng số dụng

Biên t.

Phối cảnh n.

Ảnh chụp cận

Kích thước: 6.

Video

Tỷ lệ khung hình video phải từ 9:16 đến 16:9. Kích thước tập tin tối đa: 100 MB.

Tải

Video

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung được tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

45

VN Seller Education and Engagement team

# ĐĂNG TẢI SẢN PHẨM

## TỐI ƯU HOÁ SẢN PHẨM MỚI



**Mẫu tiêu đề chuẩn:** [Loại sản phẩm] + [Thương hiệu sản phẩm] + [Chi tiết sản phẩm] + [Phạm vi ứng dụng] + [Tính năng/ chức năng/ lợi thế chính]

- **Loại sản phẩm:** Danh mục sản phẩm như áo thun, tủ sách...
- **Thương hiệu sản phẩm:** Tên thương hiệu phải được chủ sở hữu phê duyệt
- **Chi tiết sản phẩm:** Như chất liệu, màu sắc...
- **Phạm vi ứng dụng:** Giới tính, người lớn, ngoài trời...
- **Tính năng/ chức năng/ lợi thế chính:** Chống thấm nước...

**Ví dụ:** Ô Mai Xí Muội Mơ Gừng Chua Ngọt Dạng Hộp 200 Gram - 300 Gram Có Vị Chua Cay

**Lưu ý về hình ảnh sản phẩm:**

- Hình ảnh có độ phân giải cao
- Không đăng hình ảnh trùng lặp
- Ảnh đầu tiên mô tả chi tiết sản phẩm
- Nên có từ 5-9 hình cho mỗi sản phẩm

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung được tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

46

VN Seller Education and Engagement team

# XÂY DỰNG VÀ QUẢN LÝ GIAN HÀNG



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY



Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin người xem và lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

47

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

## ĐĂNG TẢI SẢN PHẨM



Thiết lập Phương thức lấy hàng

Trước khi vận chuyển nhà bán hàng cần cài đặt **Phương thức thu gom hàng** mặc định cho toàn bộ đơn hàng phát sinh



Chọn đơn hàng phát sinh trên cửa hàng

Tại trang **Quản lý đơn hàng** chọn các đơn hàng ở mục **Cần gửi** để xử lý



Sắp xếp vận chuyển & In chứng từ

Chọn **Sắp xếp vận chuyển** để tạo và in nhãn vận chuyển; Nhà bán hàng tiến hành đóng gói đơn hàng đã chọn



Bàn giao đơn hàng cho đơn vị vận chuyển

Giao hàng cho đơn vị vận chuyển hoặc tại kho

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin người xem và lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

48

VN Seller Education and Engagement team



## ABOUT ME



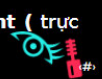
Ms. Hồng Vân



**Ms. Trần Thị Hồng Vân**  
COO Meta Ecom MCN

- COO Meta Ecom MCN
- Chuyên gia đào tạo chứng nhận bởi TikTok Shop
- Chuyên gia & Giảng viên TikTokShop tại Vinalink Academy
- Chuyên gia & Giảng viên TikTokShop/Affiliate tại Meta Ecom
- Đào tạo hơn +2000 Seller/KOCs
- Tổ chức cùng KOCs Mega Livestream (GMV target: 1M+ USD ): BsCung, Michibaby, ...
- Speaker tại sự kiện "Vietnam Mobile Day 2023"
- Đồng hành cùng hơn +600 brands Livestream: Sunhouse, mamamy, Loreal, ...
- Đồng hành chiến lược bán hàng TikTokShop cho One Mount ( trực thuộc tập đoàn Vingroup ), ...

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY



### LIVESTREAM

## LỢI ÍCH KHI BÁN HÀNG QUA LIVESTREAM



Tăng khả năng chốt đơn



Tương tác & Kết nối trực tiếp



Xác thực độ tin cậy của sản phẩm từ nhiều đối tượng/nguồn



Chi phí vận hành thấp và linh hoạt



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Chúng tôi chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

Để người xem và tăng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/vietnam>, để được cập nhật chính xác nhất.

50

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

## LIVESTREAM

# CÁC BƯỚC LÀM LIVESTREAM BÁN HÀNG

1

### Chuẩn bị sản phẩm

- Danh sách sản phẩm
- Nội dung sản phẩm
- Ưu đãi, khuyến mãi, quà tặng kèm

2

### Công tác vận hành

- Thiết bị và Kỹ thuật
- Người live
- Bối cảnh

3

### Lên live thực tế

- Tự tạo tình huống tương tác
- Tương tác & Ứng biến
- Hoạt động tăng tương tác
- Mood & Tone

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

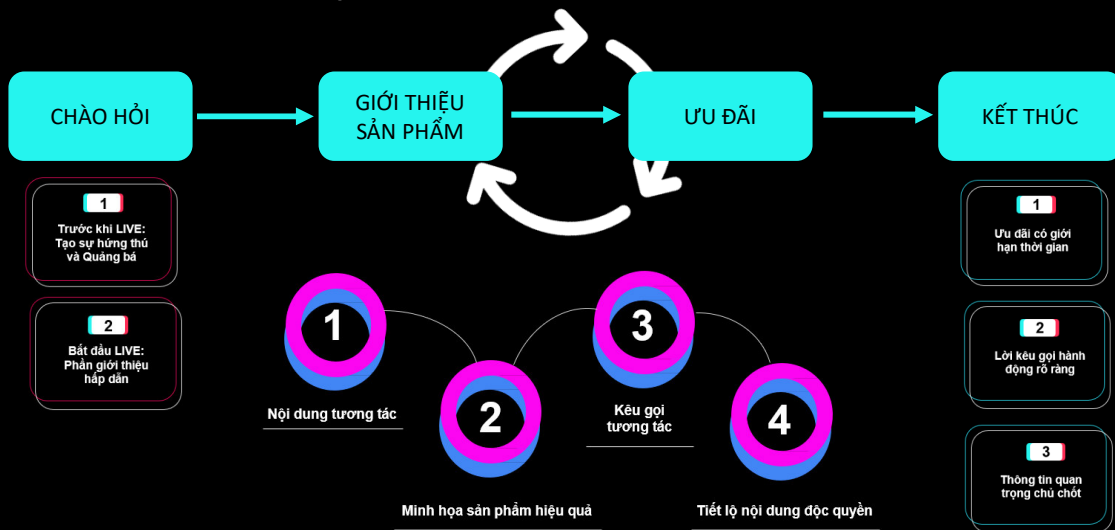
Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

51

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

## LIVESTREAM

# KỊCH BẢN LIVESTREAM



Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

52

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

# THIẾT BỊ LIVESTREAM

Xác định ngân sách & Nhu cầu

- Nhân lực thực hiện

Đầu tư thiết bị

- Máy quay
- Micro
- Thiết bị chiếu sáng
- Thiết bị phụ (chân trụ, chống rung)

Kỹ năng & Kỹ thuật

- Các yếu tố khác: Không gian, bối cảnh...
- Trang trí phòng live
- Sử dụng các ứng dụng & phần mềm



Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

53

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL &amp; PROPRIETARY

# Chuẩn bị thiết bị

Tất cả những gì bạn cần là một chiếc điện thoại thông minh và chân máy vững chãi. Ngoài ra, chúng tôi khuyên bạn nên trang bị **thiết bị chiếu sáng đầy đủ** và một chiếc **micro** để cải thiện chất lượng Âm thanh và Hình ảnh



Điện thoại thông minh và chân máy



Đèn



Micrô

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi chi tiết xin vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

54

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL &amp; PROPRIETARY

# Chuẩn bị **thiết bị** Phát LIVE từ **Điện thoại thông minh**

Một chiếc **điện thoại thông minh** và **chân máy chống rung** là tất cả những gì bạn cần để ghi hình và phát LIVE. Bạn cũng cần trang bị **thiết bị chiếu sáng đầy đủ** và một chiếc **micrô** để đảm bảo chất lượng Âm thanh và Hình ảnh



**Điện thoại thông minh và chân máy chống rung**



**Đèn**



**Micrô**



**Đèn Soft Box**

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

Nguồn: Đồ hiệu-hội-bộ của TikTok Shop website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất

55

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL &amp; PROPRIETARY

# Chuẩn bị **thiết bị** Phát LIVE từ **Máy tính**

Để bắt đầu phát LIVE từ máy tính, ngoài ánh sáng và âm thanh, bạn cần có **camera**.



**Camera + chân máy**



**Đèn studio**



**Micrô**



**Đèn Soft Box**

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.

Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất

56

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL &amp; PROPRIETARY

# Chuẩn bị thiết bị bố trí studio

Studio có thể chỉ đơn giản là một góc văn phòng có đủ không gian để bố trí thiết bị và trưng bày sản phẩm.



## Nên

- Bố trí studio đơn giản và hiệu quả.
- Sử dụng phông nền có màu **trơn** và **rõ ràng** để làm nổi bật sản phẩm.
- Thể hiện các yếu tố của thương hiệu.
- Đảm bảo không gian đủ rộng, gọn gàng và đủ sáng.

## Không nên

- Bố trí và trang trí quá nhiều, làm như vậy có thể khiến studio trông lộn xộn và khiến cho sản phẩm không nổi bật.
- Cố gắng nhồi nhét các sản phẩm và thiết bị, cản trở việc vận hành và giới thiệu.

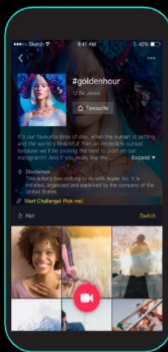
CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

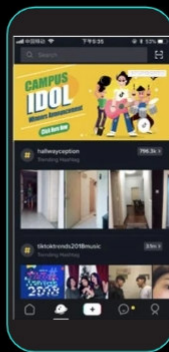
57

## A CHUẨN BỊ CHO CÁC BUỔI LIVESTREAM

Là hỗ trợ tăng tiếp cận và chiếm 60% trên nền tảng Tiktokshop



SẢN PHẨM



SETUP



KỊCH BẢN

Thời lượng: từ 60 phút trở lên cho mỗi lần LIVE (tốt nhất 2-3h)

Chuẩn bị danh sách sản phẩm sẽ LIVE

Thêm sản phẩm vào LIVE

GIVEWAY / câu chuyện sẽ chia sẻ

Tạo sự kiện LIVE + Icon đếm ngược

Video thông báo sự kiện

KỊCH BẢN LIVESTREAM

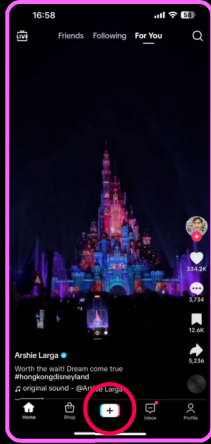
SETUP + BACKGROUND

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

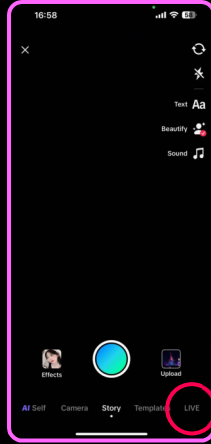
58

# 3. Bắt đầu

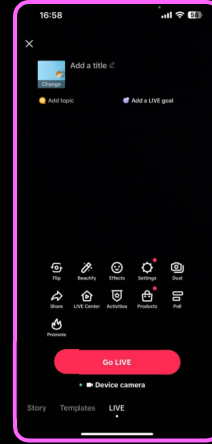
Mở ứng dụng TikTok và bắt đầu phát LIVE.



Nhấp vào biểu tượng "+" trên trang chủ TikTok



Chọn "LIVE" trong danh sách các lựa chọn



Thêm tên, chủ đề, v.v. và nhấn vào "Go LIVE"

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university> để được cập nhật chính xác nhất. Nguồn: Đồ họa bởi bộ của TikTok Shop. © TikTok Shop. VN Seller Education and Engagement team

## LIVESTREAM

# KỊCH BẢN LIVESTREAM

VẤN ĐỀ --- GIẢI PHÁP --- LỒNG GHÉP SẢN PHẨM

### Kịch bản LIVE Tiêu chuẩn

Nội dung	Thời gian (phút)
Chào hỏi và Khởi động	5
Giới thiệu sản phẩm lần 1 (3-10 sản phẩm)	20 - 30
Giới thiệu khuyến mãi và ưu đãi	5
Giới thiệu sản phẩm lần 2 (5-15 sản phẩm)	20 - 30
Giải trí: trò chuyện, hát hò, thử sản phẩm....	5 - 10
Kết thúc	2-5
Tổng cộng	54 - 79

Lưu ý: Nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university> để được cập nhật chính xác nhất. Nguồn: Đồ họa bởi bộ của TikTok Shop. © TikTok Shop. VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

## BÀI TẬP 1

## 1. LỊCH TRÌNH LIVE HÀNG TUẦN

Ngày	Chủ đề Livestream	Thời gian
Thứ 2	Ví dụ: Đặc sản Nghệ An	14h00 – 16h00
Thứ 3		
Thứ 4		
Thứ 5		
Thứ 6		
Thứ 7		
CN		

CONFIDENTIAL &amp; PROPRIETARY

## BÀI TẬP 2

## 2. DANH SÁCH SẢN PHẨM LIVESTREAM

THỨ 2 (18-20H)	THỨ 3 (14H-16H)	THỨ 6 (11H – 13H)	CHỦ NHẬT (18 – 21H)
Sản phẩm 1			
Tên sản phẩm			
Tên sản phẩm			
Tên sản phẩm			
Tên sản phẩm			
Tên sản phẩm			
Tên sản phẩm			

CONFIDENTIAL &amp; PROPRIETARY

# BÀI TẬP 3

## 3. CHIA SẺ VỀ SẢN PHẨM

Công dụng  
Tính năng  
Cách sử dụng

Ưu điểm sản phẩm  
Cải tiến so với trước đó

Cách thức sản xuất  
Quy trình thu hoạch & chế biến

Tình huống thực tế

Niềm vui – khó khăn khi sản xuất và thu hoạch

Thời điểm dùng tốt nhất  
Cách thức bảo quản

Tên sản phẩm	Chủ đề Livestream
Sản phẩm 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Công dụng – tính năng – cách dùng</li> <li>Ưu điểm sản phẩm</li> <li>Nguồn gốc, cách thức sản xuất</li> <li>Trải nghiệm tại chỗ</li> <li>Ưu đãi: giảm giá, tặng quà, mẫu dùng thử...</li> </ul>

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.



# THỰC HÀNH LIVESTREAM



CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop. Mọi thông tin người xem vui lòng truy cập tại website: <https://seller.vn.tiktok.com/university/> để được cập nhật chính xác nhất.

## THỰC HÀNH LIVESTREAM

- Đặt tên cho gian hàng
- Giới thiệu chung về sản phẩm
- 02 – 03 Lợi ích của sản phẩm cho người dùng
- Hướng dẫn sử dụng sản phẩm
- Bảo quản sản phẩm
- Hướng dẫn để phân biệt chất lượng sản phẩm (nếu có)



Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
Nếu có bất kỳ người xem và/hoặc truy cập tại website: <https://shop-on.tiktok.com/vietnam/>, để được cập nhật chính xác nhất.

65

VN Seller Education and Engagement team

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

TikTok Shop

XIN CẢM ƠN

Lưu ý: nội dung đào tạo chỉ mang tính chất truyền đạt thông tin tại thời điểm và không đại diện cho chính sách bán hàng của TikTok Shop.  
Nếu có bất kỳ người xem và/hoặc truy cập tại website: <https://shop-on.tiktok.com/vietnam/>, để được cập nhật chính xác nhất.

66

TikTok Shop VN Seller Education and Engagement team