

ĐỀ ÁN THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH OCOP
BIỂU SỐ 02: PHIẾU ĐĂNG KÝ SẢN PHẨM ĐÃ CÓ

Tên sản phẩm :**MUỐI ỚT TÔM ĐẶC BIỆT THẮNG LỢI**

Tên hộ kinh doanh: Cơ sở Sản xuất muối Thắng Lợi

Địa chỉ: Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh.

Điện thoại: 0913.161.525

Website : muoihangloi.com

PHẦN A

DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP HUYỆN

Phiếu số:

Ngày nhận:.....

Người tiếp nhận:.....

Chữ ký:

DÀNH CHO CÁN BỘ QUẢN LÝ CHƯƠNG TRÌNH OCOP CẤP TỈNH

Phiếu số:

Ngày nhận:.....

Người tiếp nhận:.....

Chữ ký:

PHẦN B

THÔNG TIN VỀ CHỦ THỂ

1. Tên hộ kinh doanh: Cơ sở Sản xuất muối Thắng Lợi
2. Ngày thành lập: 09/06/2011. Số đăng ký: 458E028495.
3. Loại hình: Hộ Kinh Doanh.
4. Tên người điều hành, chủ thể sản xuất: TRƯƠNG THỊ VŨ VI.

5. Địa chỉ thường trú: Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh.

6. Điện thoại: 0913.161.525

7. Tên sản phẩm/dịch vụ, mô tả về quy cách sản phẩm, tiêu chuẩn:

Muối ớt Tôm đặc biệt Thắng Lợi

Đóng gói 500 g/hũ.

Đánh dấu (x) vào mục tương ứng:

- Đã có công bố chất lượng (tự công bố/xác nhận công bố): ☒

- Đã có sở hữu trí tuệ: ☒

Loại hình đăng ký sở hữu trí tuệ (bảo hộ nhãn hiệu; logo; sáng chế; kiểu dáng công nghiệp;...): bảo hộ nhãn hiệu, logo.

- Đã có giấy đủ điều kiện sản xuất, chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm cho sản xuất sản phẩm tương ứng: ☒

8. Lịch sử hình thành của chủ thể (nêu các giai đoạn hình thành và phát triển):

Tây Ninh trong tâm thức nhiều người là vùng đất tâm linh, nổi tiếng với địa danh núi Bà Đen, Tòa Thánh Cao Đài và là nguồn cội của đạo Cao Đài. Đặc biệt với nét đặc trưng trong văn hóa ẩm thực của vùng đất Thánh Tây Ninh, nơi nổi tiếng với sự đa dạng về nguyên liệu, gia vị chế biến thực phẩm không thể không kể đến “muối tôm Tây Ninh” – mang đậm chất quê đối với đặc sản quê hương Tây Ninh hay được nhiều người gọi với cái tên rất thân thương “xứ sở muối ớt”

Nhắc đến muối Tây Ninh chúng ta có thể nghĩ ngay đến hàng chục thương hiệu danh tiếng. Trong đó không thể không kể đến muối ớt Thắng Lợi – là một trong những cơ sở chế biến muối ớt tôm ngon trứ danh ở Tây Ninh, được nhiều người biết đến với sản phẩm “muối tôm đặc biệt”. Cơ sở chế biến muối ớt Thắng Lợi với dây chuyền sản xuất đảm bảo các tiêu chuẩn hợp vệ sinh an toàn thực phẩm. Ngoài cung cấp cho thị trường trong nước, cơ sở còn được người đặt hàng để làm quà biếu cho người thân tại nước ngoài. Muối tôm đặc biệt” của muối ớt Thắng Lợi

được ra đời nhằm mục đích giúp bữa cơm của gia đình thêm đậm đà hương vị, ngoài ra muối tôm đặc biệt còn được thực khách ưa chuộng khi dùng làm gia vị chấm ăn trái cây như: xoài, ổi, và là gia vị rất tuyệt vời khi ăn cùng hải sản.

9. Lý do thành lập và quá trình thành lập chủ thể:

Muối tôm Tây Ninh có thể nói là tinh hoa, là đứa con tinh thần của người dân Tây Ninh, chan chứa biết bao nhiêu tình cảm yêu thương gắn kết của hậu phương gửi ra tiền chiến, bao nhiêu là tình làng nghĩa xóm, tình yêu quê hương đất nước. Thật vậy, món muối tôm Tây Ninh lừng danh ngày nay có nguồn gốc từ thời chiến tranh. Trong cuộc đấu tranh giành độc lập gian khổ ấy, không thể quên những tấm lòng son sắt mặn nồng như những hạt muối quê hương từ hậu phương gửi vô căn cứ. Và sự thật nghĩa đen nó đúng như thế. Trong chiến tranh, giữa sự thiếu thốn mọi bề ấy, việc tiếp tế lương thực, thức ăn nuôi quân là những loại muối...Do ngày xưa cha chú của cô hoạt động cách mạng trong rừng, mỗi lần gia đình gửi quà vô thăm cũng không biết gửi thứ gì để dùng được lâu. Hữu ích giữa rừng, trong những cơn chống càn, chống đói là muối.

Bằng sự tâm huyết, yêu nghề Cơ sở muối ớt Thắng Lợi đã cho ra đời hạt muối tinh nguyên, đậm vị nhất để khách hàng có thể thưởng thức trọn vẹn cái gia vị rất Tây Ninh. Hiện nay, muối tôm Tây Ninh đã trở thành thương hiệu được nhiều người tiêu dùng trong và ngoài nước biết đến và những năm gần đây đã xuất khẩu sang một số thị trường Quốc tế. Đây là một thành công, là niềm tự hào cho đặc sản một địa phương không có muối, không có tôm và kể cả không trồng được tỏi nhưng lại chế biến thành công sản phẩm muối tôm trứ danh. Chúng tôi bằng tình yêu của người con Tây Ninh sẽ không ngừng phấn đấu, nỗ lực để trở thành một trong những Cơ sở hàng đầu về việc sản xuất và cung cấp muối tôm Tây Ninh góp phần đậm đà hơn nền ẩm thực của Vùng Đất Thánh.

10. Chủ thể đã làm tăng thêm giá trị và các tài nguyên sẵn có ở địa phương như thế nào:

- Từ khi hoạt động Cơ sở đã tạo được việc làm cho 05 nhân viên, đồng thời giải quyết được đầu ra cho người nông dân trên địa bàn tỉnh.

PHẦN C

MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

(Đánh dấu (x) vào các ô trống)

(1) Đất và văn phòng: Thuê ☐ Sở hữu ☒

(2) Đất sản xuất: Thuê ☐ Sở hữu ☒

(3) Nguồn điện từ điện quốc gia:

Đã mắc ☒, Đang có kế hoạch ☐, Không có ☐

(4) Nguồn nước: Nước sạch ☒, Nước giếng khoan ☐, không có

Nguồn khác (lấy từ tự nhiên, sông, suối, hồ, ao,...):

(5) Phương tiện vận tải:

Có ô tô ☒, Xe máy ☒, Xe trâu bò kéo, Không có, Thuê, Phương tiện công cộng ☒

(6) Phương tiện truyền thông: Điện thoại để bàn ☒, Điện thoại di động ☒, Fax ☐, Bưu điện ☒, E-mail:

Website: muoithangloi.com, Mạng xã hội: Fanpage ☒, Khác ☐, Không có ☐

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

11. 1. Kết quả bán hàng năm 2020

Hạng mục	Số lượng (hũ 500 g)	Đơn giá (vnđ)	Thành tiền (vnđ)
Muối ớt tôm đặc biệt Thắng Lợi	20.000	45.000	900.000.000

Hạng mục	Số lượng (Kg)	Đơn giá (vnd)	Thành tiền (vnd)
Tôm khô	2.000	140.000	280.000.000
Muối	3.500	3.200	11.200.000
Bột ngọt	2.500	44.000	110.000.000
Hạt nêm	500	48.000	24.000.000
Ớt	1.000	20.000	20.000.000
Tỏi	500	18.000	9.000.000
Điện (tháng)	12	2.000.000	24.000.000
Hũ	20.000	1.800	36.000.000
Bao bì, nhãn	20.000	400	8.000.000
Nhân công/năm	5	54.000.000	270.000.000
Vận chuyển (Chuyến)	48	1100000	52.800.000
Chi phí khác			10.000.000
Tổng chi phí			855.000.000

11.2. Kết quả bán hàng năm 2021

Hạng mục	Số lượng (hũ 500 g)	Đơn giá (vnd)	Thành tiền (vnd)
Muối ớt tôm đặc biệt Thắng Lợi	31.200	45.000	1.404.000.000

Hạng mục	Số lượng (Kg)	Đơn giá (vnd)	Thành tiền (vnd)
Tôm khô	3.120	175.000	546.000.000
Muối	5.460	4.000	21.840.000
Bột ngọt	3.900	48.000	187.200.000
Hạt nêm	780	50.000	39.000.000
Ốt	1560	25.000	39.000.000
Tỏi	780	22.000	17.160.000
Điện (tháng)	12	3.000.000	36.000.000
Hũ	31.200	2.100	65.520.000
Bao bì, nhãn	31.200	500	15.600.000
Nhân công/năm	5	54.000.000	270.000.000
Vận chuyển (Chuyến)	48	1200000	57.600.000
Chi phí khác			20.000.000
Tổng chi phí			1.314.920.000

12. Chi phí năm liền trước (2020): 855.000.000 VNĐ

13. Lãi/lỗ (lãi/lỗ năm 2021 - 2020)

Lãi/năm	Số tiền
Tổng (1) “năm 2020”	45.000.000
Tổng (2) “năm 2021”	89.080.000
Chênh lệch (2) – (1) (VNĐ)	44.080.000

14. Nhân lực (năm 2021)

Giới tính	Số người
Nam	2
Nữ	3
Tổng	5

15. Nguồn cung cấp nguyên vật liệu đầu vào

Loại nguyên liệu đầu vào	Nguồn cung cấp	Số lượng (kg)/năm	Giá (VNĐ)
Tôm	Tây Ninh	3120	175.000
Muối	Tây Ninh	5460	4.000
Bột ngọt	Tây Ninh	3900	48.000
Hạt nêm	Tây Ninh	780	50.000
Ớt	Tây Ninh	1560	25.000
Tỏi	Tây Ninh	780	22.000

PHẦN D

THÔNG TIN VỀ KINH DOANH

16. Mức độ thường xuyên của hoạt động sản xuất sản phẩm.

Thường xuyên hàng ngày: ☒ , Theo tuần: ☐, Theo tháng: ☐

17. Thị trường đích (nêu cụ thể địa điểm/khu vực đang phân phối).

- Miền bắc : Khu vực địa phương, cửa hàng, tạp hóa,..
- Miền Trung: Khu vực địa phương, cửa hàng, tạp hóa,..
- Miền Nam: Khu vực địa phương, cửa hàng, tạp hóa,...

18. Mức độ thường xuyên của bán sản phẩm ?

Thường xuyên hàng ngày: ☒, Theo tuần: ☒, Theo tháng: ☒

19. Khách hàng hướng tới:

Khá giả: ☒, bình dân: ☒; Nông thôn : ☒, Thành thị: ☒

20. Doanh nghiệp/hợp tác xã, tổ hợp tác/hộ đã tích lũy vốn cho kinh doanh như thế nào, số vốn góp của người địa phương (ghi rõ vốn cá nhân tự có, vốn tập thể (vốn thành viên góp)?; loại hình góp vốn (bằng tiền, mặt bằng, đất, công lao động,...).
Vốn góp tự có.

21. Nơi sản xuất, hoàn thiện sản phẩm (ghi rõ địa chỉ nơi sản xuất, hoàn thiện sản phẩm) Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh.

PHẦN E

THÔNG TIN CHUNG

22. Mô tả vắn tắt phương án kinh doanh và hoạt động kinh doanh:

- Mục tiêu sản xuất kinh doanh (ngắn hạn: dưới 1 năm, trung hạn: 1 - 5 năm: sản xuất số lượng đạt ?, thị trường,...; doanh số,... ví dụ: trong năm 2021 đạt 31.200 hũ, năm 2022 đến 2025 đạt 93.600 hũ)

Chiến lược Trung hạn:

Tập trung tìm kiếm các kênh phân phối để phủ thị trường, đưa sản phẩm lên tất cả các kệ của siêu thị, cửa hàng tiện lợi, tạp hóa, chợ.

Mở rộng và phát triển sản phẩm trên các trang mạng điện tử, phục vụ du khách gần xa.

Đưa ra bảng sản xuất cũng như mục tiêu về doanh số.

Đề ra các chiến lược marketing, giảm giá và chiết khấu mạnh cho nhà phân phối.

Chiến lược Dài hạn:

Thành lập đội nghiên cứu sản phẩm, cải tiến chất lượng sản phẩm tạo ra được sự khác biệt so với sản phẩm của đối thủ.

Thiết lập các kênh phân phối để hàng hóa lưu thông dễ dàng, tiết kiệm chi phí nhất.

Đưa nhân viên tham gia các khóa đào tạo về quản lý và sản xuất thường xuyên.

23. Có nhận được hỗ trợ về đào tạo nào không?: Có ☒, không: ☐. Nếu có trình bày ngắn gọn loại hình đào tạo và tổ chức thực hiện đào tạo:

- Lớp tập huấn OCOP 2020

- Tập huấn chuyên đề của Sở Công Thương và Trung Tâm Xúc Tiến Thương Mại Tây Ninh

24. Có nhận được hỗ trợ nào khác không? Có ☐, không: ☒. có trình bày vắn tắt:

25. Chủ thể có tổ chức gặp mặt/họp thường xuyên không (ghi số lần họp/tháng, quý, năm nếu có: tổ chức họp 2 lần/tháng đối với công nhân

26. Cách chia số tiền, lợi nhuận thu được: Lợi nhuận thu được được đưa vào vốn lưu động của cơ sở

27. Liệt kê các thách thức chính của doanh nghiệp/hợp tác xã, tổ hợp tác/hộ gặp phải:

Thị phần muối tôm cạnh tranh bởi các sản phẩm của các cơ sở nhỏ lẻ khác

Thị trường chưa ổn định

Giá thành nguyên liệu tôm cao

Nguyên liệu phụ còn phụ thuộc nhiều vào tự nhiên (Mưa, gió, thiên tai...) và cách nuôi trồng, chăm bón cây trồng của người dân.

PHẦN G

NHU CẦU HỖ TRỢ

Trình bày ngắn gọn trong bảng dưới đây về lĩnh vực yêu cầu các cơ quan thực hiện:

TT	Lĩnh vực đề xuất hỗ trợ	Nội dung hỗ trợ	Cơ quan/tổ chức đáp ứng nhu cầu hỗ trợ (nếu biết)
1	Kỹ thuật	Đào tạo về quản trị kinh doanh, công nghệ chế biến, đóng gói, kiểm soát chất lượng nguyên liệu và thành phẩm	Các trường đại học cùng ngành
2	Tiếp thị,XTTM	Triển lãm, xây dựng thương hiệu, phát triển sản phẩm,...	- Tham gia hội nghị kết nối cung cầu
3	Cơ sở vật chất, thiết bị	Nhà xưởng, trang thiết bị dụng cụ	
4	Hạng mục Khác		

PHẦN H

Dành cho tổ chức/cá nhân đề xuất:

Tên hộ kinh doanh: Cơ sở Sản xuất muối Thắng Lợi

Địa chỉ: Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh.

Điện thoại: 0913.161.525

Website : muoithangloi.com

ĐẠI DIỆN

(Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

Trương Thị Vũ Vi

Dành cho cơ quan quản lý:

Ý kiến của OCOP cấp huyện:

.....
.....

ĐẠI DIỆN

(Ký, đóng dấu, ghi rõ họ tên)

BIỂU SỐ 03: PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT KINH DOANH

(Áp dụng cho 01 sản phẩm cụ thể)

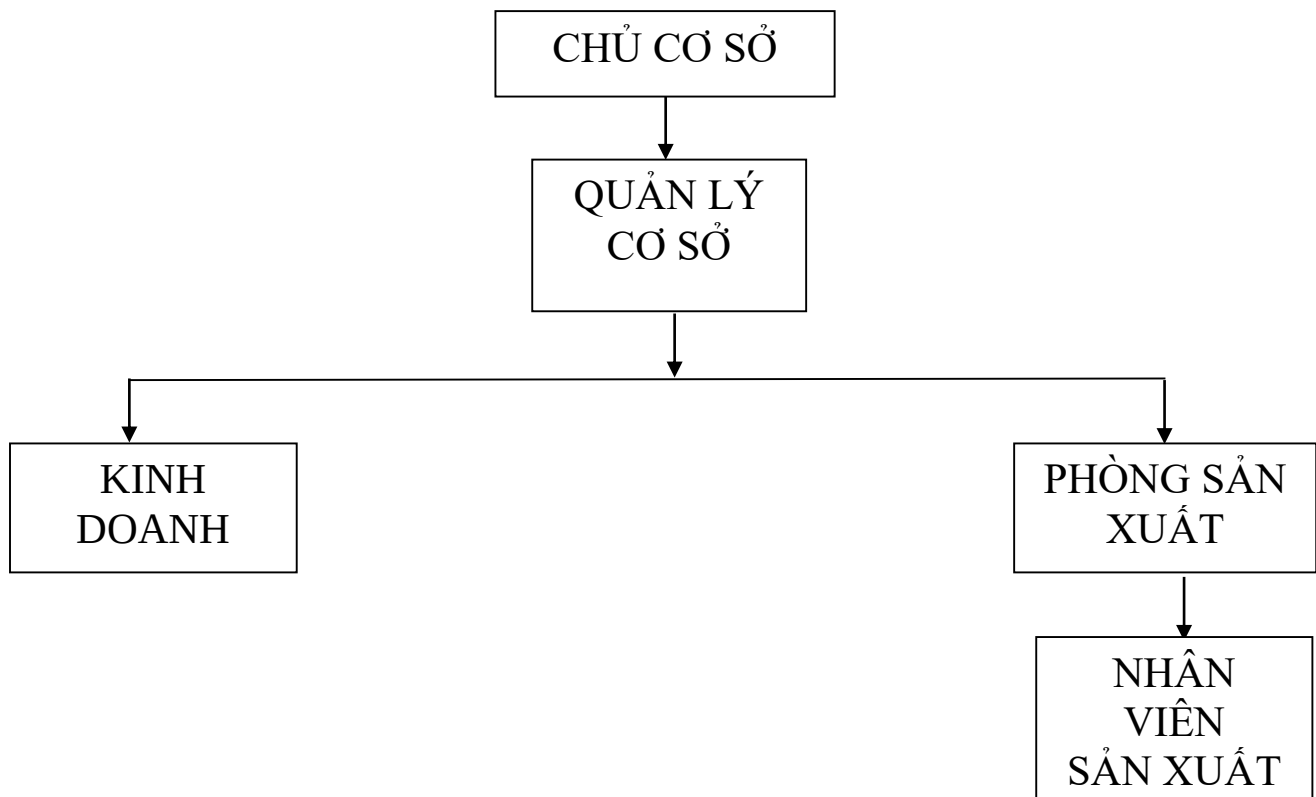
PHẦN I. GIỚI THIỆU

I. GIỚI THIỆU TỔNG THỂ

1. Tên hộ kinh doanh: Cơ sở Sản xuất muối Thắng Lợi
2. Địa chỉ: Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh.
3. Vốn kinh doanh: 100.000.000 vnd
5. Ngành, nghề sản xuất, kinh doanh:
 - Chế biến muối các loại
 - Sản xuất thực phẩm khác chưa được phân vào đâu (mã ngành 10790)

II. TỔ CHỨC NHÂN SỰ

1. Vẽ Sơ đồ tổ chức bộ máy của cơ sở



- CHỦ CƠ SỞ:

Chức năng: Điều hành và phát triển cơ sở tăng trưởng theo từng thời kỳ.

Nhiệm vụ:

- Đảm bảo các mục tiêu và kế hoạch chiến lược của cơ sở hoàn thành theo tiến độ đã đề ra.
- Hướng dẫn cho nhân viên đạt được các mục tiêu và mục tiêu đã đề ra.
- Bổ nhiệm hoặc thuê người quản lý cho một số phòng ban như kế toán, sản xuất...

- QUẢN LÝ CƠ SỞ:

Chức năng:

- Quản lý đội ngũ nhân viên sản xuất nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng và mục tiêu sản xuất
- Vạch định và triển khai chiến lược kinh doanh giúp mở rộng tệp khách hàng và đảm bảo độ phủ của cơ sở

Nhiệm vụ:

- Chịu trách nhiệm tuyển dụng, phân bổ mục tiêu, đào tạo và theo dõi hiệu quả làm việc của đội ngũ nhân viên sản xuất
- Xây dựng và phát triển các mối quan hệ khách hàng bền chặt lâu dài
- Xây dựng, tối ưu quy trình bán hàng từ bước lên kế hoạch đến khi chốt sales
- Báo cáo về các kết quả kinh doanh, doanh thu và chi phí; đưa ra các dự báo trước chủ cơ sở
- Xác định các thị trường tiềm năng cùng những biến động thị trường; đồng thời luôn cập nhật các tình hình của đối thủ và các sản phẩm mới

- NHÂN VIÊN KINH DOANH:

Chức năng:

- Hoàn thành công việc được giao phó từ chỉ đạo của cấp trên

- Kiểm soát hàng hóa ra thị trường
- Thực hiện kế hoạch quảng bá sản phẩm

Nhiệm vụ:

- Viết bài quảng cáo sản phẩm, cơ sở
- Thống kê và liên hệ chăm sóc khách hàng
- Thực hiện chương trình khuyến mãi
- Tìm kiếm khách hàng cho cơ sở

- NHÂN VIÊN SẢN XUẤT:

Chức năng:

- Hoàn thành công việc được giao phó từ chỉ đạo của cấp trên

Nhiệm vụ:

- Làm việc dưới sự chỉ dẫn của quản lý cơ sở
- Trực tiếp vận hành máy móc, quy trình
- Báo cáo với cấp trên khi có sự cố
- Tuân thủ quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm
- Vệ sinh khu vực sản xuất trước khi kết thúc ca làm việc

PHẦN II. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG VÀ KHẢ NĂNG THAM GIA CỦA DOANH NGHIỆP/HỢP TÁC XÃ/TỔ HỢP TÁC/HỢP KINH DOANH

I. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Thuận lợi :

Sản phẩm muối tôm đã trở nên quá quen thuộc với người dân Việt Nam, sử dụng muối ớt rộng rãi, ăn kèm với nhiều món ăn khác.

Được mệnh danh là đặc sản vùng đất Tây Ninh

Sự kết hợp của những nguyên liệu được Cơ sở nghiên cứu tỉ mỉ để tạo ra những sản phẩm có nét độc đáo riêng,

Khó khăn:

Phụ thuộc vào thời tiết, ảnh hưởng nhiều do tình trạng dịch bệnh.

Thị trường nhiều sản phẩm, có sự cạnh tranh về giá cả

Người tiêu dùng dần chuyển hướng lựa chọn sản phẩm phụ thuộc vào nhiều yếu tố hơn như bao bì, nhãn mác, tìm kiếm cái mới.

Cơ sở ở qui mô vừa và nhỏ, khó đáp ứng được số lượng lớn trong một khoảng thời gian ngắn, khi thị trường biến động (cầu lớn hơn cung)

II. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG THAM GIA THỊ TRƯỜNG

(Đánh giá sơ bộ khả năng tiêu thụ sản phẩm, thế mạnh khi tham gia)

Sản phẩm muối tôm của cơ sở có nguồn gốc tự nhiên sản phẩm lâu đời, cũng phần nào chứng minh được vị thế của thương hiệu trên thị trường, trong và ngoài nước

Sản phẩm dễ sử dụng, đáp ứng nhu cầu mọi đối tượng, dùng kèm với các món ăn, nguyên liệu khác

Thị trường đón nhận, có hệ thống nhà phân phối và kênh bán lẻ rộng khắp cả nước.

III. CĂN CỨ PHÁP LÝ THÀNH LẬP VÀ HOẠT ĐỘNG

Các giấy phép, chứng nhận... hiện hành (về thành lập, điều kiện sản xuất, kinh doanh,...)

- Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm.
- Hồ sơ công bố sản phẩm
- Giấy phép kinh doanh
- Các giấy xét nghiệm sản phẩm định kỳ.

(Kèm theo các giấy chứng nhận)

PHẦN III. PHƯƠNG ÁN SẢN XUẤT, KINH DOANH (3 năm)

I. PHÂN TÍCH ĐIỂM MẠNH, YẾU, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

1. Điểm mạnh (yếu tố bên trong)

- Nguồn nguyên liệu có sẵn ở địa phương

- Có nhiều năm kinh nghiệm sản xuất Muối ớt tôm đặc biệt Thắng Lợi
- Giá nhân công và nguyên liệu rẻ
- Giảm chi phí khâu bảo vệ môi trường

2. Điểm yếu (yếu tố bên trong)

- Sản phẩm trên thị trường tương đối khá nhiều
- Hệ thống nhà phân phối còn ít, chưa phủ hết thị trường
- Các chiến lược marketing chưa mạnh để thu hút sự chú ý người tiêu dùng

2. Cơ hội (yếu tố bên ngoài)

- Được sự hỗ trợ tích cực từ các sở ban ngành địa phương
- Có cơ hội quảng bá hình ảnh sản phẩm thông qua các kênh triển lãm sản phẩm do các hiệp hội nông sản tổ chức
- Cơ sở có nhiều sản phẩm, có thể đưa vào những hoạt động tặng kèm hoặc giảm giá để thu hút khách hàng, tạo thương hiệu
- Các nhà phân phối trải đều từ Bắc vào Nam
- Các cơ sở làm ra sản phẩm muối tôm đa số vừa và nhỏ

3. Thách thức (yếu tố bên ngoài)

- Có quá nhiều sản phẩm muối tôm trên thị trường (cạnh tranh về giá)
- Hiện tượng làm giả thương hiệu, gây ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm

II. PHÂN TÍCH CẠNH TRANH

Hiện có nhiều cơ sở bắt đầu nghiên cứu, phát triển đa dạng hoá các sản phẩm muối tôm, thay đổi kiểu dáng bao bì, áp dụng tốt chiến lược đầu tư marketing, quảng bá sản phẩm

Nguồn vốn ít dẫn đến các chiến lược quảng bá sản phẩm còn bị hạn chế

Đa số người tiêu dùng lựa chọn những sản phẩm bao bì đẹp, tiện dụng. Đòi hỏi cơ sở cần phải luôn luôn thay đổi hình ảnh bao bì

III. MỤC TIÊU VÀ CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN

(Cần nêu rõ mục tiêu: trung hạn, dài hạn; chiến lược: nhà cung ứng, trồng trọt, sản xuất, kinh doanh, nhân lực,...)

Chiến lược Trung hạn:

Khắc phục những hạn chế để tiết kiệm chi phí đầu tư

Kinh doanh: Tìm hiểu, mở rộng kênh phân phối cũng như các trang thương mại điện tử trong và ngoài nước

Nhân sự: Nâng cao năng lực nhân sự kinh doanh và sản xuất, xây dựng website.

Chiến lược Dài hạn:

Đầu tư trang thiết bị hiện đại, tăng năng suất sản xuất, tăng lợi nhuận

Không ngừng đào tạo, đưa nhân viên tham gia các khóa học về kỹ năng trong sản xuất & kinh doanh

Xây dựng các hệ thống quản lý trong sản xuất: ISO, HACCP, GMP,....

IV. HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT, KINH DOANH

1. Hoạt động sản xuất

a) Nguyên liệu (Trồng, chăn nuôi, chế biến, khác,...)

- Tiêu chuẩn áp dụng: mua nguyên liệu có nguồn gốc rõ ràng

- Phương thức:

Khu trung tâm: Vừa nông sản, hợp đồng liên kết

- Quy mô: 160 m²

TT	Tên nguyên liệu	Quy mô (kg)	Thời gian thực hiện
1	Tôm khô	9,8	Hàng ngày
2	Muối	17,2	Hàng ngày

3	Bột ngọt	12,3	Hàng ngày
4	Hạt nêm	2,4	Hàng ngày

b) Thu hái tự nhiên (nếu có)

- Tiêu chuẩn áp dụng: Không.

- Phương thức:

Khu trung tâm, hợp đồng liên kết(đơn vị m², tấn.)

- Quy mô:

TT	Tên nguyên liệu	Quy mô	Thời gian thực hiện

c) Sơ chế (nếu có)

- Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng: Rửa sạch theo đúng quy định

- Quy mô:

TT	Tên nguyên liệu	Quy mô (kg)	Thời gian thực hiện
1	Ớt	4,9	Hàng ngày
2	Tỏi	2,4	Hàng ngày

d) Chế biến

- Tiêu chuẩn, công nghệ áp dụng: Phối trộn.

- Quy mô:

TT	Tên nguyên liệu	Quy mô (hũ)	Thời gian thực hiện
1	Muối ớt tôm đặc biệt Thắng Lợi	100	Hàng ngày

2. Phân phối/bán hàng

a) Bán hàng tại chỗ

- Khách hàng có thể đến cửa hàng của Cơ sở để tham quan và lựa chọn sản phẩm

b) Liên kết các đại lý phân phối (ghi rõ tên tỉnh và số lượng đã có hoặc dự kiến)

- Các đại lý trong tỉnh:

Phân phối tại các tạp hóa và siêu thị, quán ăn

- Các đại lý ngoài tỉnh: Phân phối trải dài hệ thống từ miền Bắc – Trung - Nam

c) Bán hàng qua mạng

- Xây dựng hệ thống fanpage

- Nhân lực quản lý: 01

d) Chính sách giá (giá bán tính trên đơn vị sản phẩm, dịch vụ)

- Giá bán được điều chỉnh phù hợp theo từng vị trí vùng miền và thị trường nhằm tạo sức cạnh tranh lành mạnh

V. KẾ HOẠCH MARKETING - XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

1. Kế hoạch xúc tiến thương mại

- Kế hoạch tiếp thị được thực hiện tại các thị trường: Tham gia tất cả hội trợ triển lãm, kết nối giao thương do Sở công thương và trung tâm xúc tiến thương mại tỉnh Tây Ninh tổ chức.

- Kế hoạch triển khai:

TT	Nội dung	Địa điểm	Người thực hiện	Thời gian
1	Hội chợ, triển lãm. Xúc tiến thương mại	Do Sở công thương tổ chức	Chủ Cơ Sở	2020,2021, 2022

2. Kế hoạch Marketing

- Tiếp tục nghiên cứu thị trường kết hợp với hoạt động đánh giá chất lượng sản phẩm

- Giảm giá, tăng chiết khấu để đẩy mạnh sản phẩm vào thị trường
 - Tìm hiểu các kênh quảng cáo
 - Tham gia các hoạt động trao đổi, giao lưu sản phẩm nông nghiệp với các tỉnh thành khác trên cả nước
 - Phân khúc thị trường: Xác định phân khúc khách hàng, các nhà hàng và nhà phân phối có tầm ảnh hưởng
 - Định vị thị trường: Xác định thị trường chủ lực, chiến lược thị trường
- Giá bình dân và sản phẩm tốt nhất so sánh với đối thủ cạnh tranh
- Kế hoạch thực hiện:

Tham gia hội chợ

Liên hệ với Sở công thương và trung tâm xúc tiến thương mại tỉnh Tây Ninh

- Kiểm soát quá trình thực hiện: Chuẩn bị các hàng mẫu, giấy tờ cần thiết khi tham gia chương trình.

VI. PHƯƠNG ÁN ĐẦU TƯ CƠ SỞ VẬT CHẤT, BỐ TRÍ NHÂN LỰC VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN KHÁC

1. Cơ sở hạ tầng (điều chỉnh cho phù hợp điều kiện thực tế)

TT	Tên công trình	Đơn vị tính	Khối lượng (m2)	Đơn giá	Tổng mức xây dựng
1	Văn phòng làm việc	01	40	3.000.000	120 tr
	Ban giám đốc				
	Phòng kế toán, hành chính				
2	Nhà xưởng	01	160	3.500.000	560 tr
	Khác				

	Hệ thống điện				
	Hệ thống cấp nước				
	Hệ thống xử lý chất thải				

2. Máy móc, trang thiết bị

TT	Tên máy móc, thiết bị	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (VNĐ)	Tổng mức xây dựng (VNĐ)
1	Máy đóng gói muối	Cái	1	140.000.000	140.000.000
2	Khuôn và đường túi	Cái	1	7.500.000	7.500.000
3	Máy in date	Cái	1	9.700.000	9.700.000
4	Hệ thống đóng gói	Cái	1	166.320.000	166.320.000
5	Hệ thống sấy	Cái	1	160.000.000	160.000.000

3. Nhân lực (điều chỉnh cho phù hợp điều kiện thực tế)

TT	Chức danh	Mô tả công việc	Số lượng (người)
A	Gián tiếp		01
1	Chủ cơ sở		
	Quản lý		01
	Phó giám đốc		
2	Bộ phận văn phòng		
	Kế toán		
	Hành chánh - nhân sự		
B	Trực tiếp		
3	Bộ phận kinh doanh		
	Nhân viên kinh doanh		

	Nhân viên dịch vụ		
4	Sản xuất		04
	Phụ trách vùng trồng		
	Giám sát vùng		
	Thủ kho		
	Công nhân		04
	Tổng cộng		05

4. Các điều kiện khác

a) Đất đai

- Mặt bằng khu trung tâm (nhà xưởng, kho bãi): 160 m²
- Cơ sở nằm tại địa chỉ Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh. thuận tiện cho việc nhập và xuất hàng hóa

b) Khoa học công nghệ

- Hợp tác với đối tác chuyển giao quy trình công nghệ (đã hợp tác hoặc dự kiến): Không

Hợp tác với các cơ sở thợ máy lắp ráp máy theo công nghệ đài loan.

- Hợp tác với đối tác tư vấn phát triển doanh nghiệp (đã hợp tác hoặc dự kiến): Không

PHẦN IV. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH

I. PHƯƠNG ÁN HUY ĐỘNG VÀ SỬ DỤNG VỐN

1. Tổng nhu cầu vốn

Tổng nhu cầu vốn của cơ sở: 1,364 tỷ đồng

TT	Nội dung	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
A	Tài sản cố định				
1	Xây dựng hạ tầng				680.000.000

2	Máy móc, trang thiết bị				483.520.000
	Quy trình công nghệ				
B	Vốn lưu động cho 1 chu kỳ sản xuất, kinh doanh				200.000.000

2. Phương án huy động

a) Góp vốn từ các thành viên cơ sở/hợp tác xã/tổ hợp tác/hộ

Tổng góp vốn từ các thành viên: đồng

TT	Họ và tên	Địa chỉ	Số tiền (triệu đồng)

b) Vay vốn

Tổng vay vốn: 1.263.000.000 đồng

TT	Đối tượng vay	Phương thức vay	Số tiền (tỷ đồng)
	Ngân hàng		
	Vay khác	Vay gia đình	1,263

c) Nguồn ngân sách nhà nước

TT	Họ và tên	Phương thức vay	Số tiền (triệu đồng)
1	Dự án ứng dụng khoa học công nghệ		

2	Khuyến công, khuyến nông,...		
3	Dự án hỗ trợ trong nông nghiệp khác		

II. PHƯƠNG ÁN DOANH THU, CHI PHÍ, LỢI NHUẬN TRONG 03 NĂM ĐẦU

1. Tổng doanh thu

Tổng doanh thu trong 3 năm đầu: 5 (tỷ đồng), tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

TT	Sản phẩm, dịch vụ	Đơn vị (500/hũ)	Số lượng (hũ)	Giá (đồng/hũ)	Thành tiền (đồng)
1	Muối ớt tôm đặc biệt Thăng Lợi	Hũ	65.000	44.000	2.860.000.000

2. Tổng chi phí

Tổng chi phí trong 3 năm tới

2.560.550.000VNĐđồng, tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

TT	Sản phẩm, dịch vụ	Đơn vị	Số lượng	Giá (đồng/dvt)	Thành tiền (đồng)
A	Tài sản cố định				1.364.000.000
B	Chi phí sản xuất kinh doanh (3 năm)				
1	Chi phí sản xuất				2.402.150.000

	Tôm	kg	6.500	140.000	910.000.000
	Muối	kg	11.375	3.200	36.400.000
	Bột ngọt	Kg	8.125	44.000	357.500.000
	Hạt nêm	kg	1.625	48.000	78.000.000
	Ớt	Kg	3.250	20.000	65.000.000
	Tỏi	kg	1.625	18.000	29.250.000
	Điện	Tháng	36	2.000.000	72.000.000
	Hũ	Cái	65.000	1.800	36.000.000
	Nhãn, bao bì	Cái	65.000	400	8.000.000
	Nhân công	Tháng	5		810.000.000
2	Chi phí bán hàng				158.400.000
	Vận chuyển	144	1.100.000		158.400.000
	Chiết khấu				
	Nhân công				
	Quản lý				

4. Lợi nhuận

TT	Nội dung	Thành tiền(VNĐ)
1	Tổng doanh thu	2.860.000.000
2	Tổng chi phí	2.560.550.000
3	Lợi nhuận trước thuế	299.450.000
4	Lợi nhuận sau thuế	233.571.000

III. PHƯƠNG ÁN TÀI CHÍNH KHÁC

1. Các quỹ tín dụng

(Hội nông dân, phụ nữ, liên minh hợp tác xã,... ghi rõ tên tổ chức và số tiền dự kiến); không

- Vay vốn từ các quỹ đầu tư (ví dụ: quỹ đầu tư phát triển tỉnh,..., ghi rõ tên tổ chức và số tiền dự kiến): Không

2. Thuê tài chính

- Thuê nhà xưởng: Không

- Liên kết sản xuất: Không

Các giấy tờ gửi kèm:

- Giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm Photo.

- Giấy phép kinh doanh Photo

- Các giấy xét nghiệm sản phẩm định kỳ Photo

(Kèm theo các giấy chứng nhận)

ĐẠI DIỆN CƠ SỞ

(Ký và ghi họ tên)

Trương Thị Vũ Vi

BIỂU SỐ 04: GIỚI THIỆU VỀ TỔ CHỨC

THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH OCOP

Cơ sở Sản xuất muối Thăng Lợi

1. Địa chỉ: Số 2426, ấp Bình Hòa, xã Thái Bình, huyện Châu Thành, Tỉnh Tây Ninh.

- Điện thoại: 0913.161.525

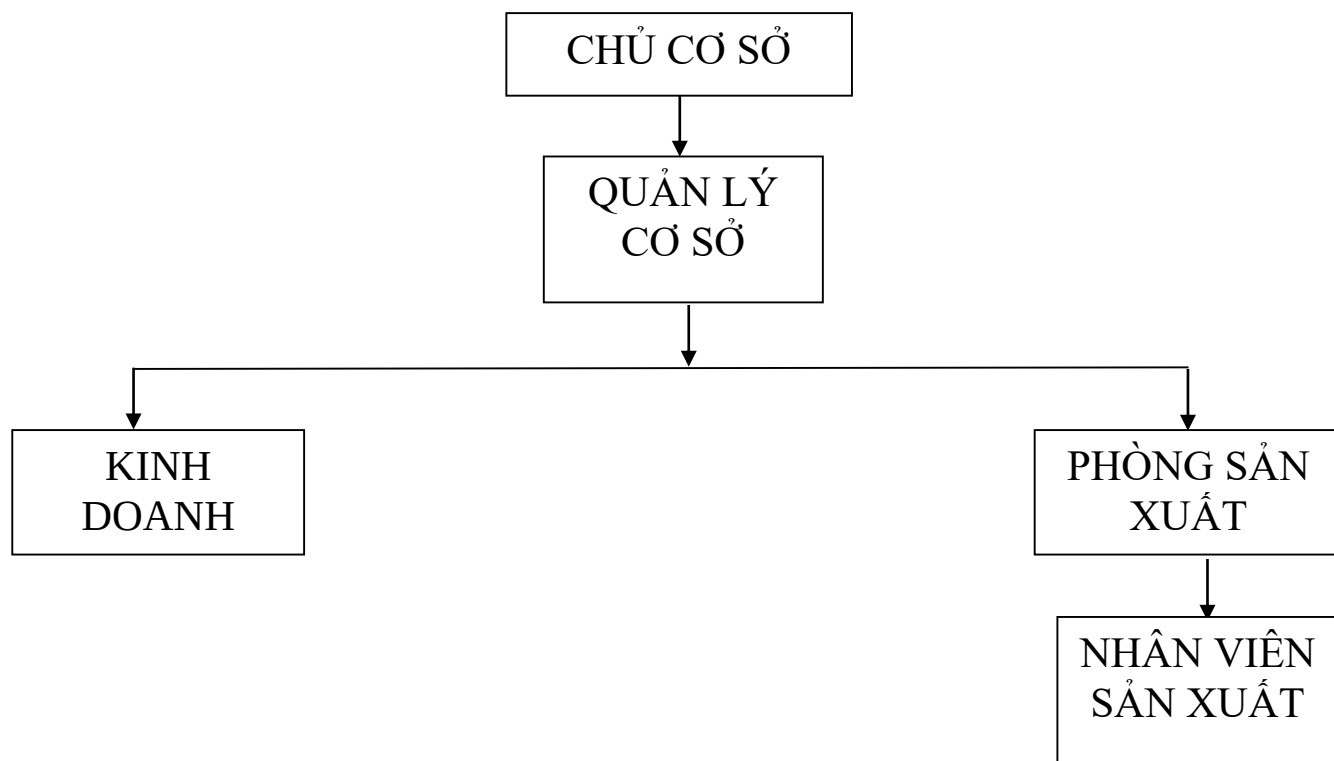
- Website: muoithangloi.com

2. Cơ cấu tổ chức, loại hình doanh nghiệp:

2.1. Loại hình doanh nghiệp: Hộ kinh doanh

2.2. Cơ cấu tổ chức:

Vẽ Sơ đồ tổ chức bộ máy của cơ sở



- CHỦ CƠ SỞ:

Chức năng: Điều hành và phát triển cơ sở tăng trưởng theo từng thời kỳ.

Nhiệm vụ:

- Đảm bảo các mục tiêu và kế hoạch chiến lược của cơ sở hoàn thành theo tiến độ đã đề ra.
- Hướng dẫn cho nhân viên đạt được các mục tiêu và mục tiêu đã đề ra.
- Bổ nhiệm hoặc thuê người quản lý cho một số phòng ban như kế toán, sản xuất...

- QUẢN LÝ CƠ SỞ:

Chức năng:

- Quản lý đội ngũ nhân viên sản xuất nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng và mục tiêu sản xuất
- Vạch định và triển khai chiến lược kinh doanh giúp mở rộng tệp khách hàng và đảm bảo độ phủ của cơ sở

Nhiệm vụ:

- Chịu trách nhiệm tuyển dụng, phân bổ mục tiêu, đào tạo và theo dõi hiệu quả làm việc của đội ngũ nhân viên sản xuất
- Xây dựng và phát triển các mối quan hệ khách hàng bền chặt lâu dài
- Xây dựng, tối ưu quy trình bán hàng từ bước lên kế hoạch đến khi chốt sales
- Báo cáo về các kết quả kinh doanh, doanh thu và chi phí; đưa ra các dự báo trước chủ cơ sở
- Xác định các thị trường tiềm năng cùng những biến động thị trường; đồng thời luôn cập nhật các tình hình của đối thủ và các sản phẩm mới

- NHÂN VIÊN KINH DOANH:

Chức năng:

- Hoàn thành công việc được giao phó từ chỉ đạo của cấp trên

- Kiểm soát hàng hóa ra thị trường
- Thực hiện kế hoạch quảng bá sản phẩm

Nhiệm vụ:

- Viết bài quảng cáo sản phẩm, cơ sở
- Thống kê và liên hệ chăm sóc khách hàng
- Thực hiện chương trình khuyến mãi
- Tìm kiếm khách hàng cho cơ sở

- NHÂN VIÊN SẢN XUẤT:

Chức năng:

- Hoàn thành công việc được giao phó từ chỉ đạo của cấp trên

Nhiệm vụ:

- Làm việc dưới sự chỉ dẫn của quản lý cơ sở
- Trực tiếp vận hành máy móc, quy trình
- Báo cáo với cấp trên khi có sự cố
- Tuân thủ quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm
- Vệ sinh khu vực sản xuất trước khi kết thúc ca làm việc

3. Sự tham gia của cộng đồng

Cơ sở có 05 nhân công, trong đó: 05 nhân công là người địa phương, 05/05 nhân công đều có hợp đồng lao động theo quy định.

Ban lãnh đạo cơ sở có 01 người, trong đó: chủ cơ sở là người địa phương,

4. Hoạt động kế toán của cơ sở

Hoạt động kế toán được chủ cơ sở thực hiện thường xuyên hàng ngày.

5. Tình hình tiếp thị sản phẩm

Khách hàng có thể mua sản phẩm của Cơ sở tại các chuỗi cửa hàng của cơ sở, tham quan các sản phẩm sẵn có và lựa chọn

Sản phẩm được bán tại các siêu thị, các kênh tạp hóa lớn nhỏ, quán ăn, nhà hàng

6. Phương án bảo vệ môi trường

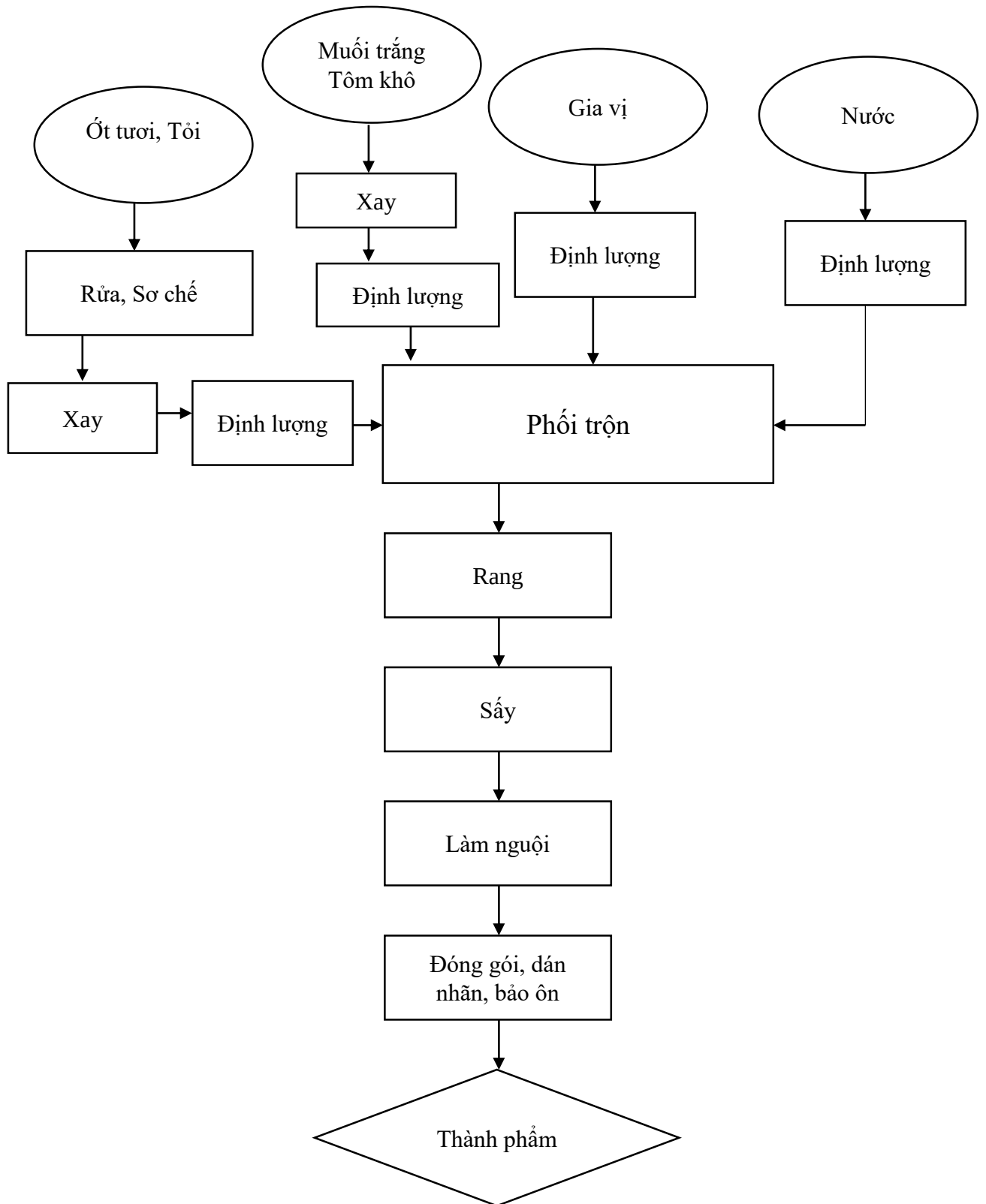
Cơ sở có Đề án bảo vệ môi trường, có cam kết bảo vệ môi trường, báo cáo đánh giá tác động môi trường; hợp đồng thu gom rác thải với cơ sở công trình đô thị Tây Ninh; có hệ thống xử lý nước thải phù hợp quy định hiện hành.

ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT CỦA CHỦ CƠ SỞ

(Ký, họ tên; đóng dấu)

Trương Thị Vũ Vi

QUY TRÌNH SẢN XUẤT MUỐI ỚT TÔM ĐẶC BIỆT THẮNG LỢI



THUYẾT MINH QUY TRÌNH SẢN XUẤT MUỐI ỚT TÔM ĐẶC BIỆT THĂNG LỢI

1. Rửa, sơ chế

Tôm sấy và ớt sau khi mua về sẽ được qua công đoạn rửa sạch, sơ chế nhằm loại bỏ tối đa trái không đạt chất lượng, hư hỏng, không đúng tiêu chuẩn sản xuất

Chuẩn bị cho quá trình tiếp theo và thành phẩm không bị ảnh hưởng bởi chất lượng nguyên liệu đầu vào

Sau khi sơ chế nguyên liệu sẽ được đem xay, giã mịn, để chuẩn bị cho công đoạn phối trộn tiếp theo được tốt nhất

2. Định lượng

Nguyên liệu trước khi sản xuất sẽ cân định lượng theo từng mẻ để đồng nhất công thức, sản phẩm giữa các lần khác nhau

Tuỳ vào tỉ lệ và công thức sử dụng mà dùng cân tiểu ly hay cân lớn. đảm bảo tỉ lệ giữa các mẻ không chênh lệch quá 5%

3. Phối trộn

Sau khi định lượng các nguyên liệu được phối trộn với nhau để đảm bảo sự kết hợp tốt nhất giữa các nguyên liệu.

Thời gian và tốc độ phối trộn sẽ được điều chỉnh sao cho hệ phối trộn đạt hiệu quả cao nhất về mặt đồng nhất

4. Rang

Quá trình rang góp phần sử dụng nhiệt để tăng thêm mức độ liên kết giữa các nguyên liệu, đồng thời tiêu diệt và ức chế các loại vi khuẩn có mặt trong nguyên liệu, sản phẩm

5. Sấy (phơi nắng trời)

Phụ thuộc vào điều kiện thời tiết và chất lượng sản phẩm cuối cùng mà sản phẩm có thể được phơi nắng, hay sấy trong máy.

Giai đoạn này cũng tiếp tục công đoạn làm ức chế tiêu diệt các nhóm vi khuẩn còn sót lại sau quá trình rang, đồng thời làm khô bề mặt hệ phối trộn. tách nước, kéo dài thời gian sử dụng cho sản phẩm

6. Làm nguội

Sản phẩm được để nguội tự nhiên trước khi đưa vào giai đoạn đóng gói, dán nhãn.

Đảm bảo không sinh nhiệt sau khi đóng gói, hạn chế việc tạo hơi nước, làm hư hỏng sản phẩm

7. Đóng gói, dán nhãn, bảo ôn

Sản phẩm sau khi được đóng gói theo quy cách đã lên kế hoạch từ trước, sẽ được di chuyển vào kho chứa thành phẩm và bảo ôn trong thời gian từ 24-48 tiếng để theo dõi những biến đổi không mong muốn có thể xảy ra theo từng mẻ, đảm bảo sản phẩm trước khi ra thị trường luôn đạt chất lượng tốt nhất.

CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM MUỐI ỚT TÔM ĐẶC BIỆT

Muối ớt Tôm – hồn quê đất Thánh,

Tây Ninh là tỉnh biên giới Tây Nam, giáp ranh giáp ranh Campuchia, là vùng đất sản sinh ra nhiều người con anh hùng gắn liền với lịch sử dân tộc. Chính cái nắng râm da, chính cái nổi nghèo khó khi phải trải qua nhiều cuộc chiến tranh đã rèn nên ý chí của những người con can đảm không ngại vất vả khó khăn, cần cù sáng tạo vươn lên như ngày nay. Tây Ninh trong tâm thức nhiều người là vùng đất tâm linh, nổi tiếng với địa danh núi Bà Đen, Tòa Thánh Cao Đài và là nguồn cội của đạo Cao Đài. Đặc biệt với nét đặc trưng trong văn hóa ẩm thực của vùng đất Thánh Tây Ninh, nơi nổi tiếng với sự đa dạng về nguyên liệu, gia vị chế biến thực phẩm không thể không kể đến “muối tôm Tây Ninh” – mang đậm chất quê đối với đặc sản quê hương Tây Ninh hay được nhiều người gọi với cái tên rất thân thương “xứ sở muối ớt”

Cùng với sự phát triển theo cơ chế thị trường, muối tôm Tây Ninh đã được nâng cấp thành một loại hàng hóa. Ban đầu có vài hộ gia đình sản xuất nhỏ lẻ, đến nay đã hàng trăm cơ sở làm các loại sản phẩm muối Tây Ninh.

Nhắc đến muối Tây Ninh chúng ta có thể nghĩ ngay đến hàng chục thương hiệu danh tiếng. Trong đó không thể không kể đến muối ớt Thăng Lợi – là một trong những cơ sở chế biến muối ớt tôm ngon trứ danh ở Tây Ninh

- Sản phẩm đầu tay được đưa ra thị trường có tên là: Muối tôm đặc biệt Thăng Lợi
- Thị trường tiêu thụ: Trong tỉnh và các tỉnh thành khác trong cả nước, hướng mở rộng sang thị trường các nước lân cận
- Cơ sở chế biến muối ớt Thăng Lợi với dây chuyền sản xuất đảm bảo các tiêu chuẩn hợp vệ sinh an toàn thực phẩm. luôn đặt tiêu chí chất lượng lên hàng đầu, mỗi công đoạn đều trải qua khâu kiểm tra, giám sát để được bảo đảm chất lượng của mỗi sản phẩm trước khi đến tay người tiêu dùng. Nguyên liệu làm nên sản

phẩm muối tôm đặc biệt của muối ớt Thắng Lợi được lựa chọn rất kỹ càng với tiêu chuẩn 100% tự nhiên để mang đến một sản phẩm hoàn hảo nhất. Vị cay của ớt, vị mặn của muối và mùi thơm của tôm cùng với gia vị sau khi chế biến tạo nên hạt muối đậm màu gạch tạo nên mùi vị hấp dẫn khi vừa nếm vào.

- Đặc tính sản phẩm Muối tôm đặc biệt của muối ớt Thắng Lợi được ra đời nhằm mục đích giúp bữa cơm của gia đình thêm đậm đà hương vị, ngoài ra muối tôm đặc biệt còn được thực khách ưa chuộng khi dùng làm gia vị chấm ăn trái cây như: xoài, ổi, và là gia vị rất tuyệt vời khi ăn cùng hải sản.

- Kênh phân phối: Bán lẻ trực tiếp cho người tiêu dùng, bán cho các mối lái sỉ ở các tỉnh thành khác

- Yếu tố độc nhất của sản phẩm: Bằng tất cả sự chân thành, tâm huyết chúng tôi muốn gửi đến bạn bè, người thân gia đình người tiêu dùng một gia vị ngon miệng và an toàn cho sức khỏe. Với tiêu chí hoàn toàn ” không sử dụng màu tổng hợp, không chất bảo quản”, “Nguyên liệu tôm xay kích thước lớn” điều này đã làm cho muối tôm đặc biệt của muối ớt Thắng Lợi trở thành sự lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong suốt thời gian qua.

- Bằng sự tâm huyết, yêu nghề Cơ sở muối ớt Thắng Lợi đã cho ra đời hạt muối tinh nguyên, đậm vị nhất để khách hàng có thể thưởng thức trọn vẹn cái gia vị rất Tây Ninh. Hiện nay, muối tôm Tây Ninh đã trở thành thương hiệu được nhiều người tiêu dùng trong và ngoài nước biết đến và những năm gần đây đã xuất khẩu sang một số thị trường Quốc tế. Đây là một thành công, là niềm tự hào cho đặc sản một địa phương không có muối, không có tôm và kể cả không trồng được tỏi nhưng lại chế biến thành công sản phẩm muối tôm trứ danh. Chúng tôi bằng tình yêu của người con Tây Ninh sẽ không ngừng phấn đấu, nỗ lực để trở thành một trong những Cơ sở hàng đầu về việc sản xuất và cung cấp muối tôm Tây Ninh góp phần đậm đà hơn nền ẩm thực của Vùng Đất Thánh

TÓM TẮT CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM

Muối ớt Tôm – hồn quê đất Thánh,

Nhắc đến muối Tây Ninh chúng ta có thể nghĩ ngay đến hàng chục thương hiệu danh tiếng. Trong đó không thể không kể đến muối ớt Thắng Lợi – là một trong những cơ sở chế biến muối ớt tôm ngon trứ danh ở Tây Ninh, được nhiều người biết đến với sản phẩm “muối tôm đặc biệt”.

- Cơ sở chế biến muối ớt Thắng Lợi với dây chuyền sản xuất đảm bảo các tiêu chuẩn hợp vệ sinh an toàn thực phẩm. Ngoài cung cấp cho thị trường trong nước, cơ sở còn được người đặt hàng để làm quà biếu cho người thân tại nước ngoài.

- Muối tôm đặc biệt” của muối ớt Thắng Lợi được ra đời nhằm mục đích giúp bữa cơm của gia đình thêm đậm đà hương vị, ngoài ra muối tôm đặc biệt còn được thực khách ưa chuộng khi dùng làm gia vị chấm ăn trái cây như: xoài, ổi, và là gia vị rất tuyệt vời khi ăn cùng hải sản.

- Trong những năm qua, muối tôm đặc biệt thương hiệu muối ớt Thắng Lợi đã chiếm trọn niềm tin của khách hàng và khẳng định được vị trí nhất định trong lòng người tiêu dùng, bằng tất cả sự chân thành, tâm huyết chúng tôi muốn gửi đến bạn bè, người thân gia đình người tiêu dùng một gia vị ngon miệng và an toàn cho sức khỏe. Với tiêu chí hoàn toàn ” không sử dụng màu tổng hợp, không chất bảo quản” điều này đã làm cho muối tôm đặc biệt của muối ớt Thắng Lợi trở thành sự lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong suốt thời gian qua.

Bằng sự tâm huyết, yêu nghề Cơ sở muối ớt Thắng Lợi đã cho ra đời hạt muối tinh nguyên, đậm vị nhất để khách hàng có thể thưởng thức trọn vẹn cái gia vị rất Tây Ninh. Hiện nay, muối tôm Tây Ninh đã trở thành thương hiệu được nhiều người tiêu dùng trong và ngoài nước biết đến và những năm gần đây đã xuất khẩu sang một số thị trường Quốc tế.

NGUỒN GỐC Ý TƯỞNG SẢN PHẨM

Muối tôm Tây Ninh có thể nói là tinh hoa, là đứa con tinh thần của người dân Tây Ninh, chan chứa biết bao nhiêu tình cảm yêu thương gắn kết của hậu phương gửi ra tiền chiến, bao nhiêu là tình làng nghĩa xóm, tình yêu quê hương đất nước. Thật vậy, món muối tôm Tây Ninh lừng danh ngày nay có nguồn gốc từ thời chiến tranh. Trong cuộc đấu tranh giành độc lập gian khổ ấy, không thể quên những tấm lòng son sắt mặn nồng như những hạt muối quê hương từ hậu phương gửi vô căn cứ. Và sự thật nghĩa đen nó đúng như thế. Trong chiến tranh, giữa sự thiếu thốn mọi bề ấy, việc tiếp tế lương thực, thức ăn nuôi quân là những loại muối...Do ngày xưa cha chú của cô hoạt động cách mạng trong rừng, mỗi lần gia đình gửi quà vô thăm cũng không biết gửi thứ gì để dùng được lâu. Hữu ích giữa rừng, trong những cơn chống càn, chống đói là muối. Vậy là món mắm ruốc, muối ớt thêm chút sả, ớt, tỏi rang khô đã ra đời trong hoàn cảnh ấy.

TÍNH ĐỘC ĐÁO CỦA SẢN PHẨM

1. Là một trong những thương hiệu muối tôm đầu tiên của Tây Ninh, góp phần tạo nên giá trị thương hiệu cho ĐẶC SẢN TÂY NINH
2. Phù hợp nhiều đối tượng khác nhau, ăn kèm được với nhiều món đa dạng, dễ sử dụng
3. Kỹ thuật chế biến muối ớt chay với nhiều năm nghiên cứu, có nhiều năm kinh nghiệm trong nghề
4. Mùi vị sản phẩm có nét đặc trưng riêng không bị pha lẫn với sản phẩm muối ớt tôm khác trên thị trường