

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

Tên sản phẩm :**MUỐI TIÊU 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 : muoithangloi.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 tiêu Thăng 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 không có biển không làm ra hạt muối, nhưng có một sản phẩm làm cho người đến Tây Ninh nhớ mãi khi một lần nếm thử bởi hương vị đậm đà dân dã. Sản phẩm muối tiêu ra đời như một sự tình cờ được chắc tiêu từ nỗi gian trường vất vả của người dân Tây Ninh.

Trong những năm qua, muối tiêu thương hiệu muối tiêu Thăng 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 tiêu của muối ớt Thăng Lợi trở thành sự lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong suốt thời gian qua. 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 tiêu của muối ớt Thăng Lợi được lựa chọn rất kỹ càng với tiêu chuẩn 100% tự nhiên để mang đến một sản phẩm hoàn hảo nhất. Cảm nhận đầu tiên khi “cầm trên tay” lọ muối tiêu Thăng Lợi chính là mùi hương. Nó nhanh chóng kích thích vị giác và khứu giác của mỗi người, nhanh chóng tạo cảm giác “thèm”. Khi chấm muối thử, bạn sẽ thấy được vị mặn mặn của muối được tiết chế rất tốt nhờ sử dụng bột ngọt đúng tỷ lệ. Bên cạnh đó mùi vị của tiêu được khơi gợi hoàn hảo, thơm mà không nồng. Tất cả đều tạo nên cái chất mộc mạc nhẹ nhàng mà không hề mất đi cái sự riêng biệt của mình.

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

Tây Ninh không có biển nhưng muối tiêu Tây Ninh nổi tiếng không những trong tỉnh mà còn lan rộng ra cả nước. Trong các loại muối làm sẵn trên thị trường hiện nay, muối tiêu Tây Ninh được đánh giá là loại muối có sự “mộc mạc” nhất. Bởi nó không mặn chát như muối truyền thống, cũng không trải qua quá nhiều khâu và sự tỉ mỉ trong chế biến như muối sả, không đậm đà như muối tôm – muối ớt. Nhưng không có nghĩa là nó không ngon. Ngược lại, muối tiêu Tây Ninh có sự độc đáo trong hương vị, khiến người dùng thử một lần là mê mẩn cái chất riêng biệt, nhẹ nhàng đó. 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. Muối tiêu Tây Ninh trở thành loại gia vị quen thuộc trong mỗi gia đình hiện nay. Với hương vị thơm ngon, cay nồng, loại gia vị này có thể kết hợp với rất nhiều món ăn khác nhau, làm tăng thêm độ hấp dẫn khi thưởng thức. Cùng với trái măng cầu Bà Đen thì muối ớt tiêu Thắng Lợi thường được du khách chọn làm quà tặng bạn bè, người thân khi từ Tây Ninh trở về. Muối ớt tiêu Thắng Lợi dân dã, bình dị đã được thêm vào những bữa ăn của người dân Việt chút mặn mặn cay cay gây thương nhớ bởi sự mộc mạc để rồi đi xa ai cũng nhớ.

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 tiêu Thăng Lợi	16.400	40.000	656.000.000

Hạng mục	Số lượng (Kg)	Đơn giá (vnđ)	Thành tiền (vnđ)
Tiêu	2.870	62.000	177.940.000
Muối	3.280	3.200	10.496.000
Bột ngọt	1.230	44.000	54.120.000
Ớt	820	19.000	15.580.000
Điện	12	1.200.000	14.400.000
Hũ	16.400	1.800	29.520.000
Bao bì, nhãn	16.400	400	6.560.000
Nhân công/năm	5	54.000.000	270.000.000
Vận chuyển	24	1.000.000	24.000.000
Chi phí khác			10.000.000
Tổng chi phí			612.616.000

11.2. Kết quả bán hàng năm 2021:

Hạng mục	Số lượng (hũ 500 g)	Đơn giá (vnđ)	Thành tiền (vnđ)
Muối tiêu Thăng Lợi	21.800	40.000	872.000.000

Hạng mục	Số lượng (Kg)	Đơn giá (vnđ)	Thành tiền (vnđ)
Tiêu	3.815	75.000	286.125.000
Muối	4.360	4.000	17.440.000
Bột ngọt	1.635	48.000	78.480.000

Ốt	1.090	24.000	26.160.000
Điện	12	1.200.000	14.400.000
Hủ	21.800	2.000	43.600.000
Bao bì, nhãn	21.800	500	10.900.000
Nhân công/năm	5	54.000.000	270.000.000
Vận chuyển	24	1.200.000	28.800.000
Chi phí khác			15.000.000
Tổng chi phí			790.905.000

12. Chi phí năm 2020: 612.616.000vnd

13. Lãi/lỗ (lãi/lỗ năm 2021 - 2020)

Lãi/năm	Số tiền
Tổng (1) “năm 2020”	43.384.000
Tổng (2) “năm 2021”	81.095.000
Chênh lệch (2) – (1) (VNĐ)	37.711.000

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 (ghi cụ thể địa chỉ nhập)	Số lượng/năm	Giá (VNĐ)
Tiêu	Tây Ninh	12 kg	75.000

Muối	Tây Ninh	13.7 kg	4.000
Bột ngọt	Tây Ninh	5.1 kg	48.000
Ốt	Tây Ninh	10.4 kg	24.000

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:

Khách gia: ☒, 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 40.000 hũ, năm 2022 đến 2025 đạt 120.000 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 thương 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 tiêu cạnh tranh bởi các sản phẩm của các cơ sở nhỏ lẻ khác

Thị trường chưa ổn định

Giá thành nguyên liệu tiêu không ổn định

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 Thăng 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)

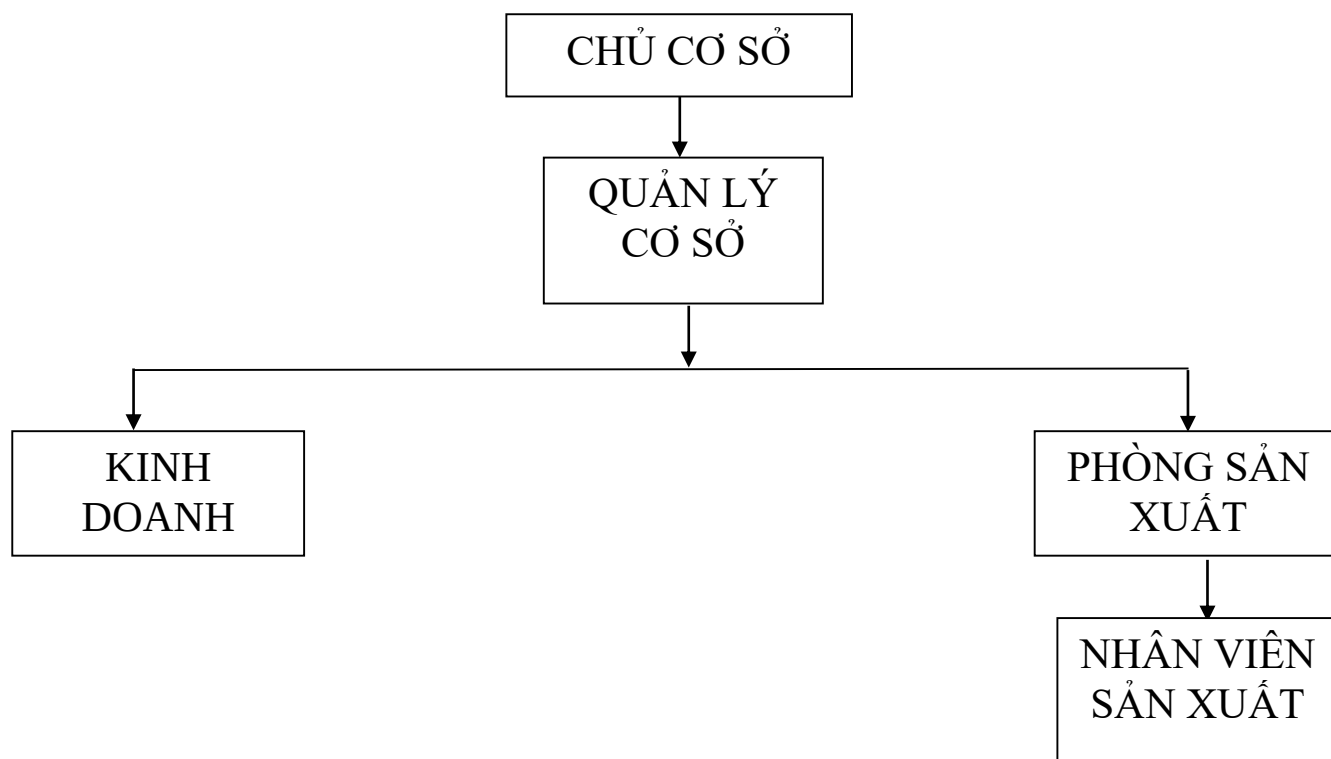
PHẦN I. GIỚI THIỆU

I. GIỚI THIỆU TỔNG THỂ

1. Tên hộ kinh doanh: Cơ sở Sản xuất muối Thăng 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/HỘ KINH DOANH

I. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Thuận lợi :

Sản phẩm muối tiêu đã trở nên quá quen thuộc với người dân Việt Nam, sử dụng muối tiêu 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 trong ngành sản xuất muối tiêu
- 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 quản 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 tiêu đa số vừa và nhỏ

3. Thách thức (yếu tố bên ngoài)

- Có quá nhiều sản phẩm muối tiêu 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 tiêu, 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 mạng 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	Thời gian thực hiện
1	Muối trắng	19 kg	Hàng ngày
2	Tiêu	6kg	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	Thời gian thực hiện
1	Ốt	5 kg	Hàng ngày

d) Chế biến

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

TT	Tên nguyên liệu	Quy mô	Thời gian thực hiện
1	Muối tiêu Thăng Lợi	70 hũ	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 dưỡng 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 chính - 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 chuyên 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: 1,264 tỷ 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: 3,360(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 (vnd đồng)
----	-------------------	--------------------	----------------	---------------	--------------------------

1	Muối tiêu Thắng Lợi	Hũ	50.000	40.000	2.000.000.000
---	------------------------	----	--------	--------	---------------

2. Tổng chi phí

Tổng chi phí trong 3 năm tới (2022.2023.2024) 1.886.400.000VNĐđồng, tổng hợp chi tiết qua bảng sau:

TT	Sản phẩm, dịch vụ	Đơn vị	Số lượng	Giá (đồng/đvt)	Thành tiền (đồng)
A	Tài sản cố định				1.364.000.000
B	Chi phí sản xuất kinh doanh (3 năm)				1.886.400.000
1	Chi phí sản xuất				1.843.200.000
	Tiêu	kg	8.750	68.000	595.000.000
	Muối	kg	10.000	4.000	40.000.000
	Bột ngọt	kg	3.750	48.000	180.000.000
	Ốt	kg	2.500	20.000	50.000.000
	Điện	Tháng	36		43.200.000
	Hũ	Cái	50.000	2.000	100.000.000
	Nhãn, bao bì	Cái	50.000	500	25.000.000
	Nhân công		5		810.000.000
2	Chi phí bán hàng				43.200.000
	Vận chuyển	Chuyến	36	1.200.000	43.200.000

4. Lợi nhuận

TT	Nội dung	Thành tiền (VNĐ)
1	Tổng doanh thu	2.000.000.000
2	Tổng chi phí	1.886.400.000
3	Lợi nhuận trước thuế	113.600.000
4	Lợi nhuận sau thuế	88.608.000

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

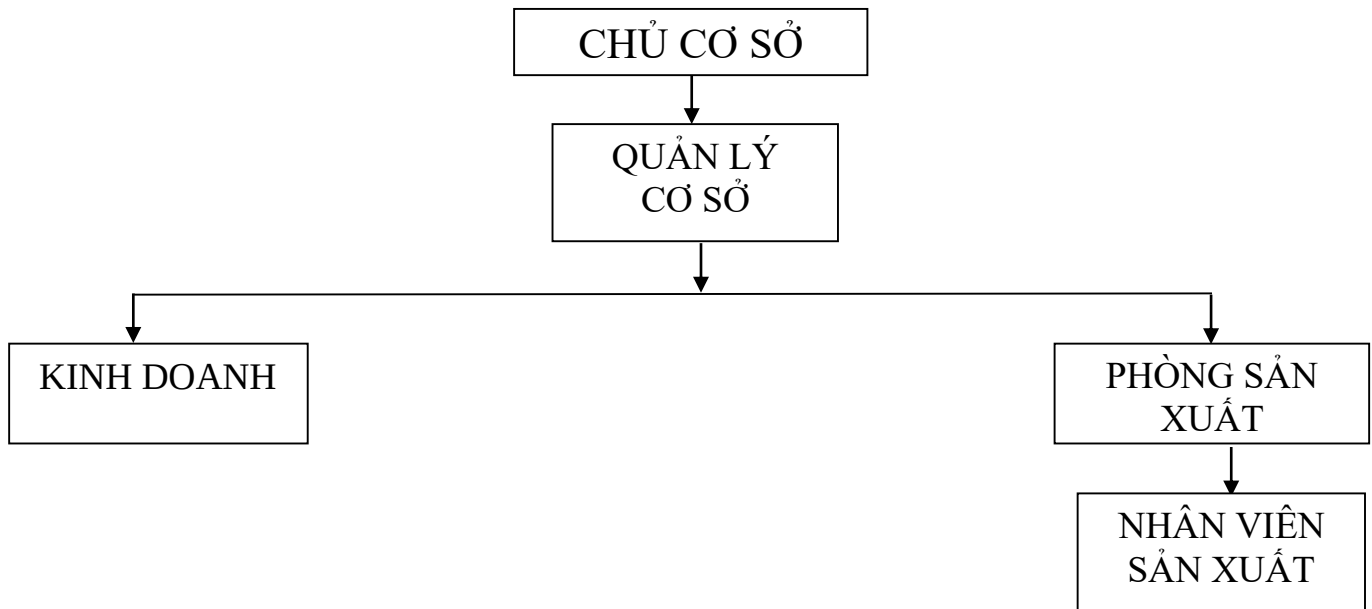
- Website: muoithangloi.com

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.

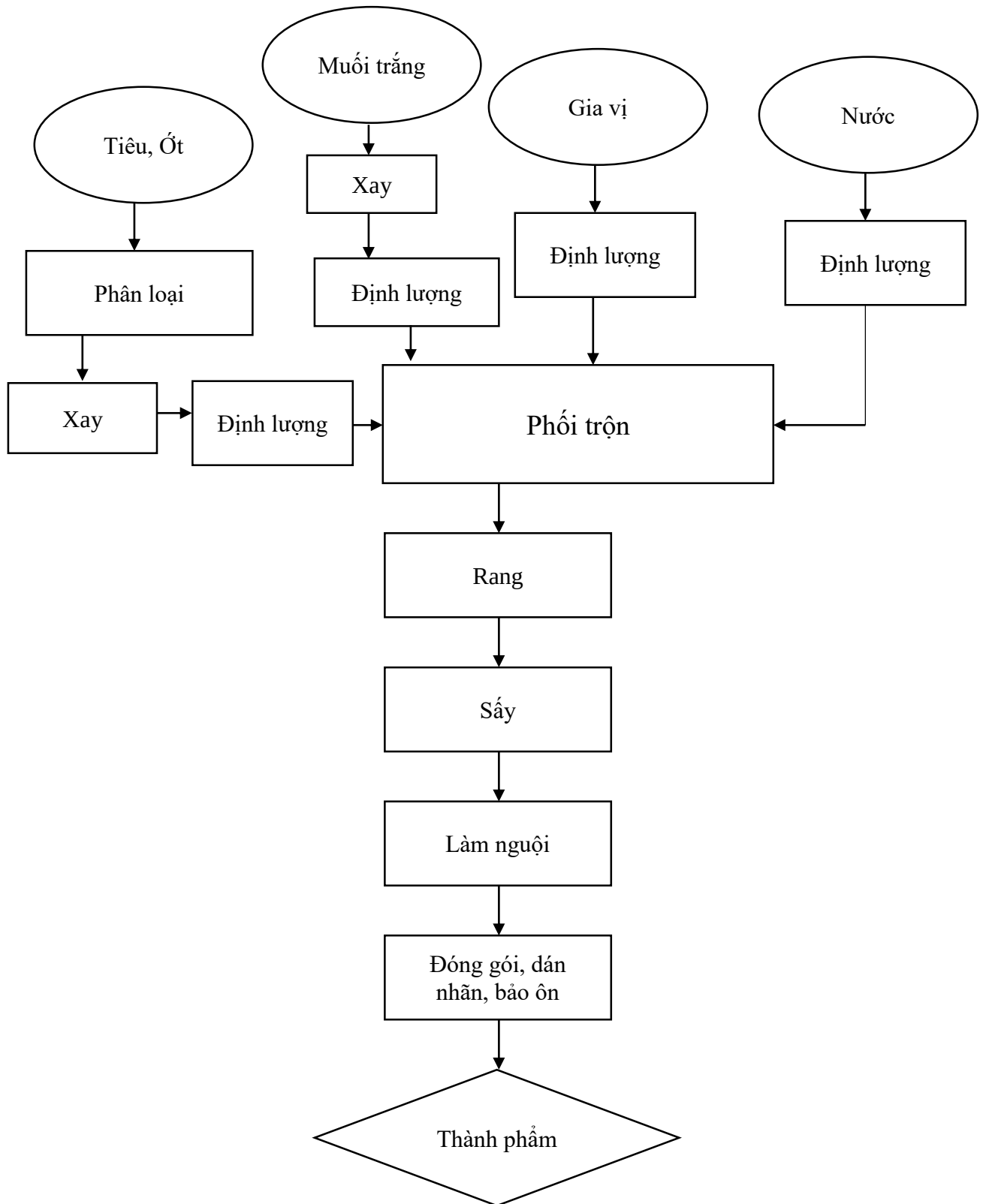
ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT

CỦA CHỦ CƠ SỞ

(Ký, họ tên; đóng dấu)

Trương Thị Vũ Vi

QUY TRÌNH SẢN XUẤT MUỐI TIÊU THẮNG LỢI



THUYẾT MINH QUY TRÌNH SẢN XUẤT MUỐI TIÊU THẮNG LỢI

1. Rửa, sơ chế

Tiêu trước khi đưa vào sản xuất sẽ được qua công đoạn phân loại sàng lọc lại, loại bỏ tạp chất lạ, gây ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

Sau đó xay mịn để chuẩn bị cho quá trình 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 TIÊU

Mặn mặn, cay cay, gây thương nhớ bởi sự mộc mạc..

Tây Ninh không có biển nhưng muối tiêu Tây Ninh nổi tiếng không những trong tỉnh mà còn lan rộng ra cả nước. Trong các loại muối làm sẵn trên thị trường hiện nay, muối tiêu Tây Ninh được đánh giá là loại muối có sự “mộc mạc” nhất. Bởi nó không mặn chát như muối truyền thống, cũng không trải qua quá nhiều khâu và sự tỉ mỉ trong chế biến như muối sả, không đậm đà như muối tôm – muối ớt. Nhưng không có nghĩa là nó không ngon. Ngược lại, muối tiêu Tây Ninh có sự độc đáo trong hương vị, khiến người dùng thử một lần là mê mẩn cái chất riêng biệt, nhẹ nhàng đó. 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.

Và kết quả :

- Sản phẩm ra đời: Muối tiêu Thắng Lợi
- Thị trường tiêu thụ: Trong tỉnh, các tỉnh thành khác trong cả nước, các nước láng giềng
- Chất lượng luôn là tiêu chí hàng đầu, nguyên liệu chính để làm ra sản phẩm muối tiêu độc đáo bao gồm thành phần chính là muối hột và tiêu. Muối hột phải là loại muối được sơ chế sạch sẽ, được xay nhuyễn và trộn theo tỷ lệ nhất định. Tùy theo mỗi sản phẩm hay hương vị riêng mà người làm sẽ thêm vào các gia vị khác như là ớt, bột ngọt để từ đó có những loại sản phẩm khác nhau.
- Đặc tính sản phẩm: Được chế biến và chọn lọc từ những nguyên liệu ngon nhất, tinh khiết nhất, muối nấu sấy tinh khiết nhất, hạt tiêu ngon nhất, những quả ớt tươi cay nhất kết hợp với công nghệ chế biến bằng bí quyết riêng đã tạo ra một sản phẩm muối tiêu Thắng Lợi đặc biệt. Muối tiêu mang cả hương vị ba miền Nam Trung Bắc, vị mặn của muối, vị cay cay, thơm thơm của hạt tiêu, vị cay nồng của quả ớt hòa quyện vào nhau, rất ngon khi ăn với các loại trái cây hay làm gia vị để ướp nướng, kho thịt gà bò cá.
- Kênh phân phối: Bán lẻ, bán sỉ cho các thương lái, đại lý trong và ngoài tỉnh
- Yếu tố độc nhất: Với tiêu chí hoàn toàn ” không sử dụng màu tổng hợp, không chất bảo quản” điều này đã làm cho muối tiêu của muối ớt Thắng Lợi trở thành sự lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong suốt thời gian qua. 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 tiêu 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. Cảm nhận đầu tiên khi “cầm trên tay” lọ muối tiêu Thắng Lợi chính là mùi hương. Nó nhanh chóng kích thích vị giác và khứu giác của mỗi người, nhanh chóng tạo cảm giác “thèm”. Khi chấm muối thử, bạn sẽ thấy được vị mặn mặn của muối được tiết chế rất tốt nhờ sử dụng bột ngọt đúng tỷ lệ. Bên cạnh đó mùi vị của tiêu được khơi gợi hoàn hảo, thơm mà

không nồng. Tất cả đều tạo nên cái chất mộc mạc nhẹ nhàng mà không hề mất đi cái sự riêng biệt của mình.

Muối tiêu Tây Ninh trở thành loại gia vị quen thuộc trong mỗi gia đình hiện nay. Với hương vị thơm ngon, cay nồng, loại gia vị này có thể kết hợp với rất nhiều món ăn khác nhau, làm tăng thêm độ hấp dẫn khi thưởng thức. Cùng với trái măng cầu Bà Đen thì muối tiêu Thắng Lợi thường được du khách chọn làm quà tặng bạn bè, người thân khi từ Tây Ninh trở về. Muối ớt tiêu Thắng Lợi dân dã, bình dị đã được thêm vào những bữa ăn của người dân Việt chút mặn mặn cay cay gây thương nhớ bởi sự mộc mạc để rồi đi xa ai cũng nhớ.

Trong những năm qua, muối tiêu thương hiệu muối tiêu 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.

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. Là một người con đến từ vùng đất Tây Ninh đầy nắng và gió, Cơ Sở Sản xuất muối ớt Thắng Lợi hy vọng mang hương vị, đặc sản của quê hương đến gần hương người tiêu dùng tại các tỉnh thành phát triển và trên toàn thế giới. Chính vì vậy mà CHẤT LƯỢNG và AN TOÀN là hai yếu tố hàng đầu mà Cơ sở Sản xuất muối ớt Thắng Lợi đặt lên khi cung cấp một sản phẩm nào đó ra thị trường và đưa đến tay người tiêu dùng

TÓM TẮT CÂU CHUYỆN SẢN PHẨM

Tây Ninh không có biển không làm ra hạt muối, nhưng có một sản phẩm làm cho người đến Tây Ninh nhớ mãi khi một lần nếm thử bởi hương vị đậm đà dân dã. Sản phẩm muối tiêu ra đời như một sự tình cờ được chắc tiêu từ nỗi gian trường vất vả của người dân Tây Ninh.

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.

Và kết quả :

- Sản phẩm ra đời: Muối tiêu Thắng Lợi
- Thị trường tiêu thụ: Trong tỉnh, các tỉnh thành khác trong cả nước, các nước láng giềng
- Chất lượng luôn là tiêu chí hàng đầu, nguyên liệu chính để làm ra sản phẩm muối tiêu độc đáo bao gồm thành phần chính là muối hột và tiêu. Muối hột phải là loại muối được sơ chế sạch sẽ, được xay nhuyễn và trộn theo tỷ lệ nhất định. Tùy theo mỗi sản phẩm hay hương vị riêng mà người làm sẽ thêm vào các gia vị khác như là ớt, bột ngọt để từ đó có những loại sản phẩm khác nhau.
- Đặc tính sản phẩm: Được chế biến và chọn lọc từ những nguyên liệu ngon nhất, tinh khiết nhất, muối nấu sấy tinh khiết nhất, hạt tiêu ngon nhất, những quả ớt tươi cay nhất kết hợp với công nghệ chế biến bằng bí quyết riêng đã tạo ra một sản phẩm muối tiêu Thắng Lợi đặc biệt. Muối tiêu mang cả hương vị ba miền Nam Trung Bắc, vị mặn của muối, vị cay cay, thơm thơm của hạt tiêu, vị cay nồng của quả ớt hòa quyện vào nhau, rất ngon khi ăn với các loại trái cây hay làm gia vị để ướp nướng, kho thịt gà bò cá.
- Kênh phân phối: Bán lẻ, bán sỉ cho các thương lái, đại lý trong và ngoài tỉnh
- Yếu tố độc nhất: Với tiêu chí hoàn toàn ” không sử dụng màu tổng hợp, không chất bảo quản” điều này đã làm cho muối tiêu của muối ớt Thắng Lợi trở thành sự lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong suốt thời gian qua.

NGUỒN GỐC Ý TƯỞNG SẢN PHẨM

Tây Ninh không có biển nhưng muối tiêu Tây Ninh nổi tiếng không những trong tỉnh mà còn lan rộng ra cả nước. Trong các loại muối làm sẵn trên thị trường hiện nay, muối tiêu Tây Ninh được đánh giá là loại muối có sự “mộc mạc” nhất. Bởi nó không mặn chát như muối truyền thống, cũng không trải qua quá nhiều khâu và sự tỉ mỉ trong chế biến như muối sả, không đậm đà như muối tôm – muối ớt. Nhưng không có nghĩa là nó không ngon. Ngược lại, muối tiêu Tây Ninh có sự độc đáo trong hương vị, khiến người dùng thử một lần là mê mẩn cái chất riêng biệt, nhẹ nhàng đó. 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 nghiệt ngã 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 đối 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.

TÍNH ĐỘC ĐÁO CỦA SẢN PHẨM

1. Là một trong những thương hiệu muối tiêu 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 tiêu 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 khác trên thị trường