

UBND TỈNH TÂY NINH  
SỞ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

---

THỰC TRẠNG CHUỖI CUNG ỨNG TẠI VIỆT NAM  
VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG CHIẾN LƯỢC THƯƠNG MẠI SẢN PHẨM

*Tây Ninh, ngày 22 tháng 05 năm 2024*

# THỰC TRẠNG CHUỖI CUNG ỨNG TẠI VIỆT NAM VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG CHIẾN LƯỢC



- Chuyên gia Chuyển đổi số Quốc Gia đã được đào tạo thông qua Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số giai đoạn 2021-2025 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư (USAID – Mỹ và GIZ – Đức)
- Tư vấn và triển khai dự án Chuyển đổi Số và Truy xuất nguồn gốc cho nhiều doanh nghiệp, nhiều tỉnh thành

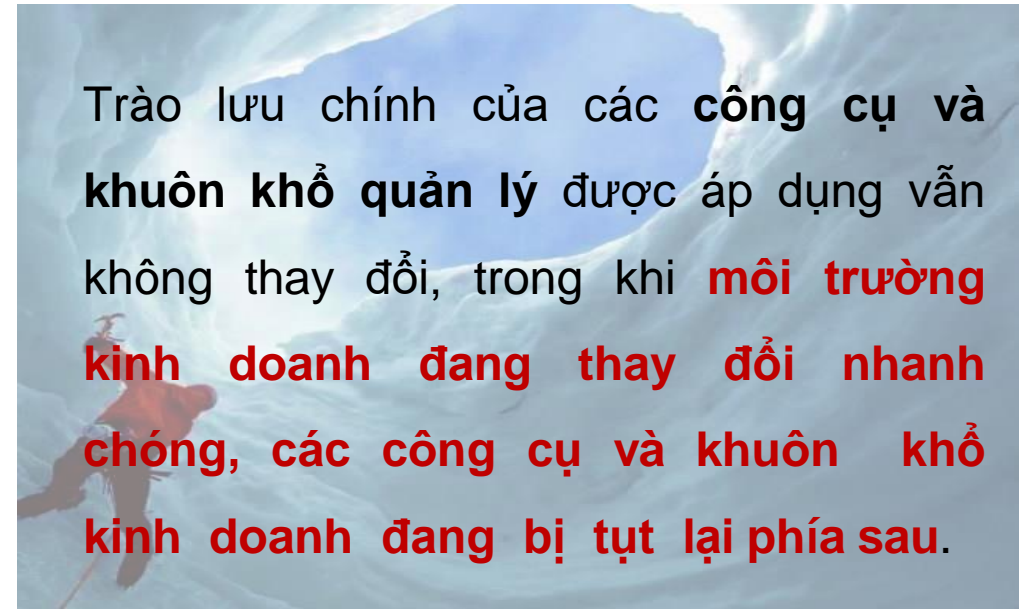
# Phần 1: THỰC TRẠNG CHUỖI CUNG ỨNG NÔNG SẢN, SẢN PHẨM TẠI VIỆT NAM





## Lời mở đầu: Môi trường VUCA

- **Thế giới đã thay đổi:** Kể từ cuộc khủng hoảng tài chính, người ta đã nâng cao nhận thức về **thế giới kinh doanh kết nối toàn cầu**; sự phức tạp và tính bền vững của nó.
- Những tình huống không thể đoán trước và sự thay đổi nhanh chóng của nó dẫn đến **sự lỗi thời của các mô hình hiện có** để đối phó với sự **phức tạp và không chắc chắn**.
- Gọi tình huống ngày nay là môi trường **“VUCA” (Biến động, Không chắc chắn, Phức tạp, Mơ hồ)**



Trào lưu chính của các **công cụ và khuôn khổ quản lý** được áp dụng vẫn không thay đổi, trong khi **môi trường kinh doanh đang thay đổi nhanh chóng**, các công cụ và khuôn khổ kinh doanh đang bị tụt lại phía sau.

# Thực Trạng Ngành nông sản thực phẩm tại Việt Nam

1

Đóng góp quan trọng cho nền kinh tế Việt Nam

2

Vai trò quan trọng trong thị trường lương thực toàn cầu: Top 5 với các mặt hàng chủ lực như gạo, cà phê, tiêu, điều, thủy sản, rau củ quả,...

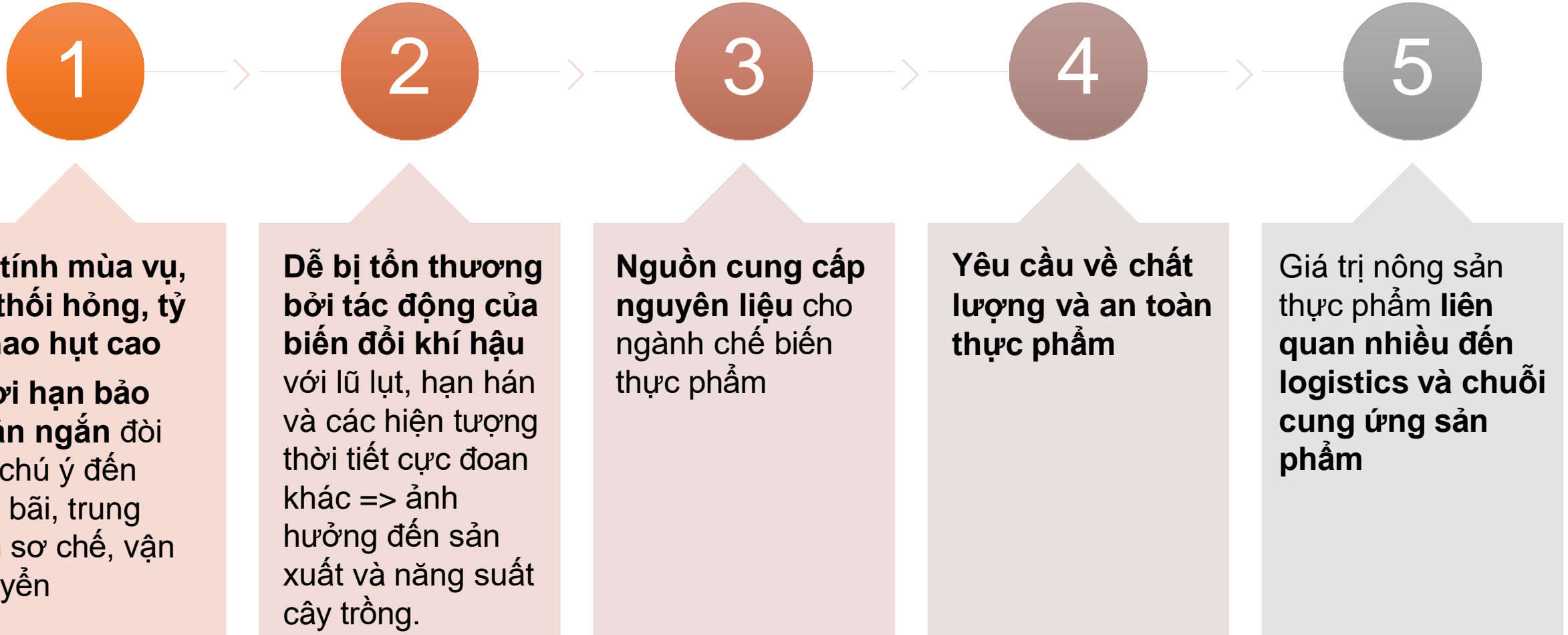
3

Tiềm năng về các sản phẩm chế biến và thị trường cao cấp hơn

4

Tiếp cận nhiều cơ hội từ các hiệp định thương mại tự do như Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA), Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP)...

# Nông sản thực phẩm



## Những tồn tại

1

Còn yếu kém trong tối đa năng suất đất, lao động.

Sản xuất manh mún, thiếu liên kết, thiếu hiệu quả

2

Vấn đề về chất lượng và an toàn thực phẩm  
Vấn đề về sản xuất bền vững

3

Hầu hết nông dân và doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ với năng suất không lớn, thiếu vốn => khó khăn để đầu tư và đổi mới công nghệ.

4

Các khâu chế biến và bảo quản hàng nông sản chưa đạt tiêu chuẩn dẫn đến hư hỏng gây thiệt hại

5

Thiếu cơ sở hạ tầng cơ bản như đường giao thông, điện, nước gây khó khăn cho việc vận chuyển và duy trì chất lượng

# Chính phủ đã triển khai nhiều sáng kiến

## Thiết lập quy định và tiêu chuẩn an toàn thực phẩm:

- Thành lập Ủy ban An toàn Thực phẩm Quốc gia xây dựng và ban hành Luật ATTP 2010, thực hiện các chính sách ATTP.
- Áp dụng hệ thống chứng nhận Thực hành Nông nghiệp Tốt Việt Nam (VietGAP), cung cấp các hướng dẫn để sản xuất cây trồng an toàn và chất lượng cao

## Phát triển cơ sở hạ tầng nông thôn:

- Nỗ lực cải thiện mạng lưới đường sá và khả năng tiếp cận nước sạch và điện ở khu vực nông thôn => giúp nông dân vận chuyển nông sản dễ dàng hơn và giúp các nhà chế biến thực phẩm tiếp cận nguyên liệu thô dễ dàng hơn
- Xây dựng cảng mới, nâng cấp đường bộ và đường sắt, và cải thiện thủ tục hải quan

## Thúc đẩy tiến bộ công nghệ:

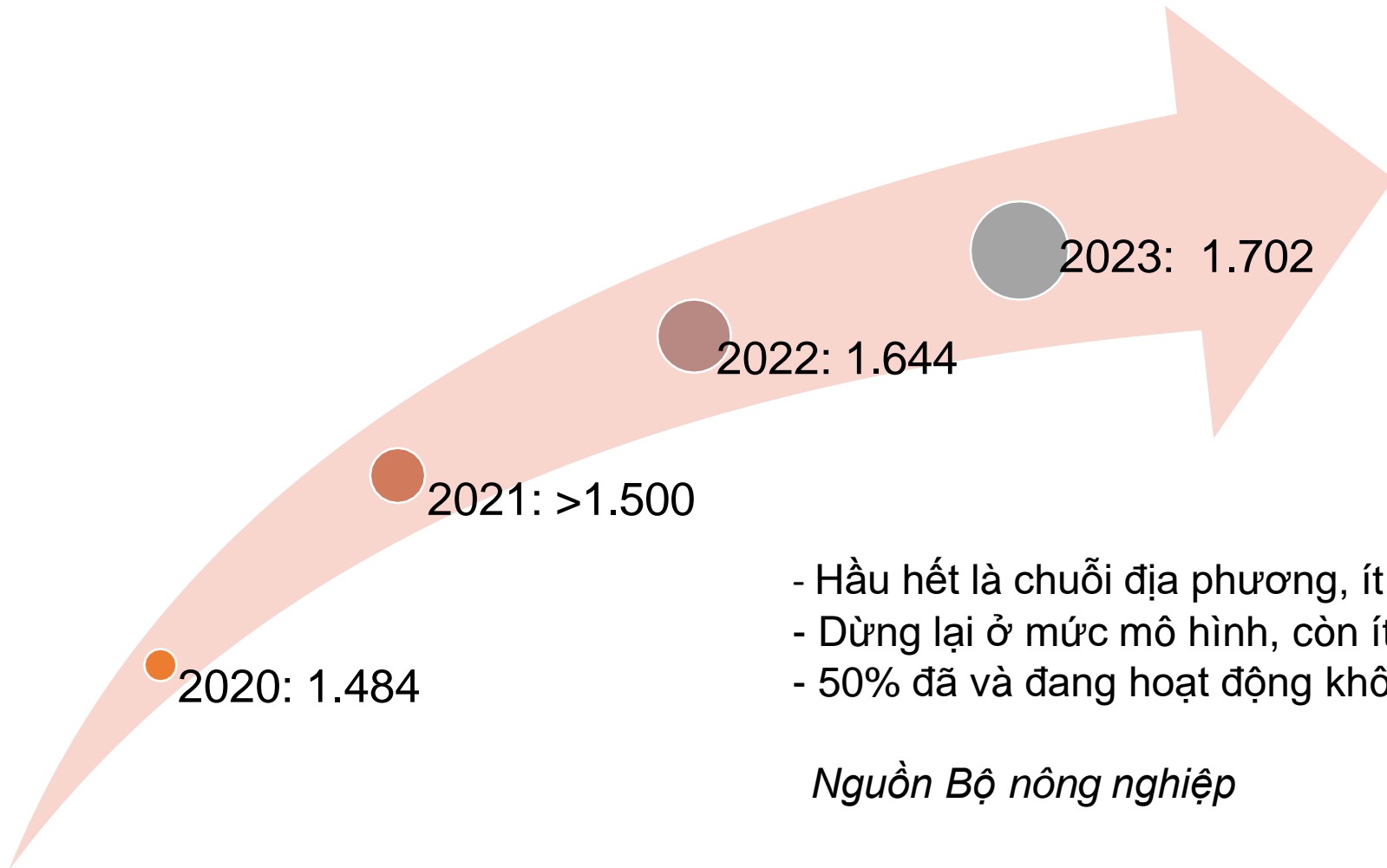
- Sự gia tăng trong việc áp dụng các công nghệ nông nghiệp cao, giúp nông dân tối ưu hóa năng suất cây trồng và giảm chất thải.
- Nhiều nhà chế biến thực phẩm đang sử dụng công nghệ tự động hóa và kỹ thuật số để nâng cao hiệu quả và giảm chi phí

## Khuyến khích liên kết hợp tác

- Các văn bản chính sách phát triển chuỗi bền vững. Quyết định 899/QĐ-TTg, Quyết định 62/2013/QĐ-TTg



## Số lượng chuỗi nông sản an toàn được xác nhận tại Việt Nam 2020-2023



- Hầu hết là chuỗi địa phương, ít chuỗi liên tỉnh, xuất khẩu
- Dừng lại ở mức mô hình, còn ít so với nhu cầu xã hội
- 50% đã và đang hoạt động không hiệu quả, chưa đạt tính bền vững

*Nguồn Bộ nông nghiệp*

# Chuỗi cung ứng nông sản thực phẩm

1

Là 1 mạng lưới phức tạp bao gồm nông dân, nhà chế biến, nhà phân phối, nhà bán lẻ và người tiêu dùng.

**Hoạt động phân tán, rời rạc.**

Chuỗi cung ứng dừng lại ở **mô hình thí điểm.**

2

Sự liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp chưa chặt chẽ, luôn ngờ vực, thiếu tin tưởng lẫn nhau.

3

Liên kết trong chuỗi cung ứng bao gồm liên kết dọc và liên kết ngang chưa đủ mạnh, thường tập trung vào sản xuất chưa tập trung vào phát triển thị trường.

4

Dịch vụ logistics như kho bãi, trạm trung chuyển và vận tải đang phát triển, các dịch vụ hậu cần gắn với xuất khẩu còn yếu, chuỗi cung ứng lạnh phân khúc trên từng công đoạn=> thách thức

Việt Nam được đánh giá là nhà cung cấp nguyên liệu cho chuỗi cung ứng thực phẩm toàn cầu.

Nông nghiệp Việt Nam ít có ngành hàng nào có chuỗi cung ứng thực sự chuyên nghiệp.

Chuỗi cung ứng thực phẩm bền vững là rất quan trọng để xác định các cơ hội cải thiện tính bền vững về môi trường, xã hội và kinh tế của hệ thống thực phẩm

## Điểm tắc nghẽn trong logistics

**Chi phí cao** (chiếm 27% - 28% giá trị của hàng hóa) cộng thêm tỷ lệ hao hụt sau thu hoạch đã làm nông sản Việt Nam khó cạnh tranh trên thị trường.

Vẫn còn nhiều khó khăn về **thủ tục thông quan** dẫn đến làm chậm tiến độ luân chuyển hàng hóa, tăng chi phí của doanh nghiệp.

**Vận tải đường sắt và biển nội địa** chưa phát huy hết năng lực để giảm tải cho vận tải đường bộ.

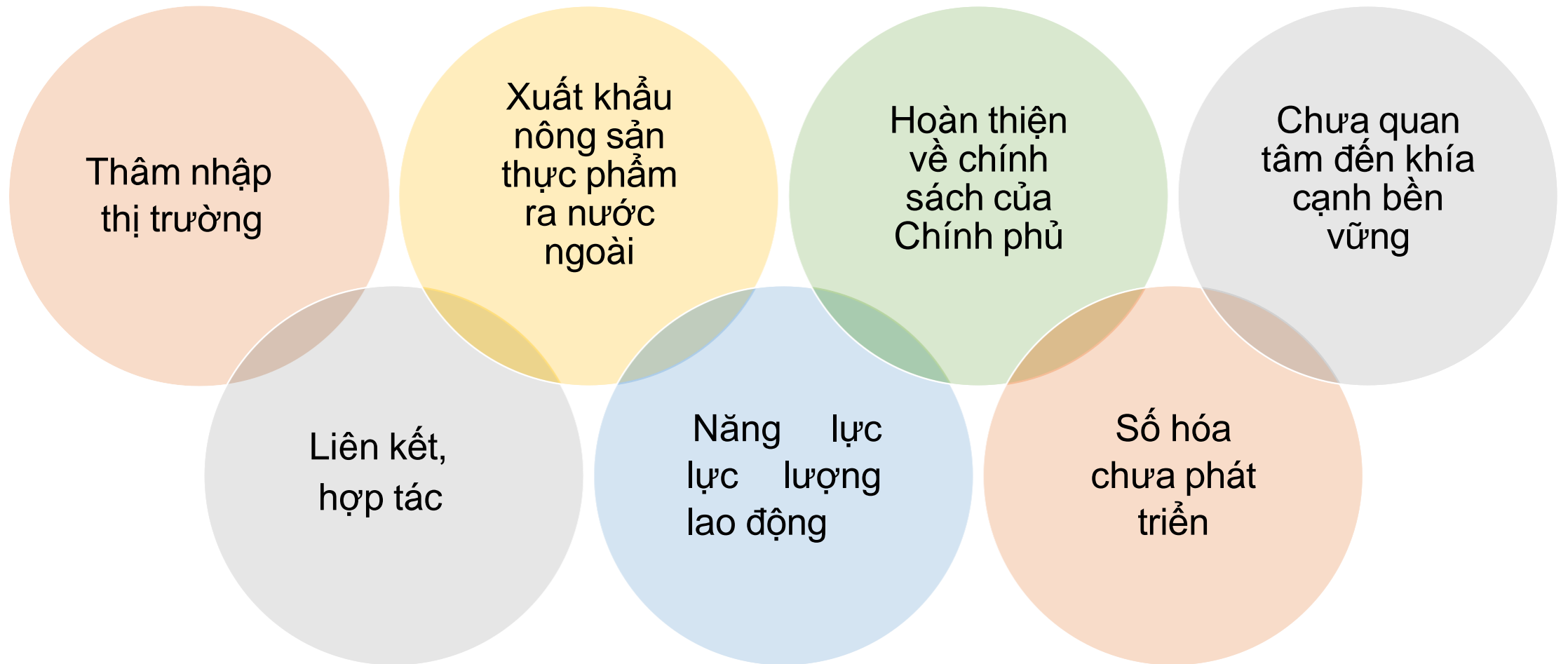
**Nhân lực thiếu, yếu và chưa chuyên nghiệp, chưa có kinh nghiệm** trong tất cả các lĩnh vực bảo quản, chuỗi cung ứng và logistics nông sản.  
**Thiếu chuyên gia chuyên môn** về pháp lý, quy định và tài chính.

**Hạ tầng logistics thiếu, yếu và chưa đồng bộ**, thiếu chuỗi kho lạnh, yêu cầu bao gói.

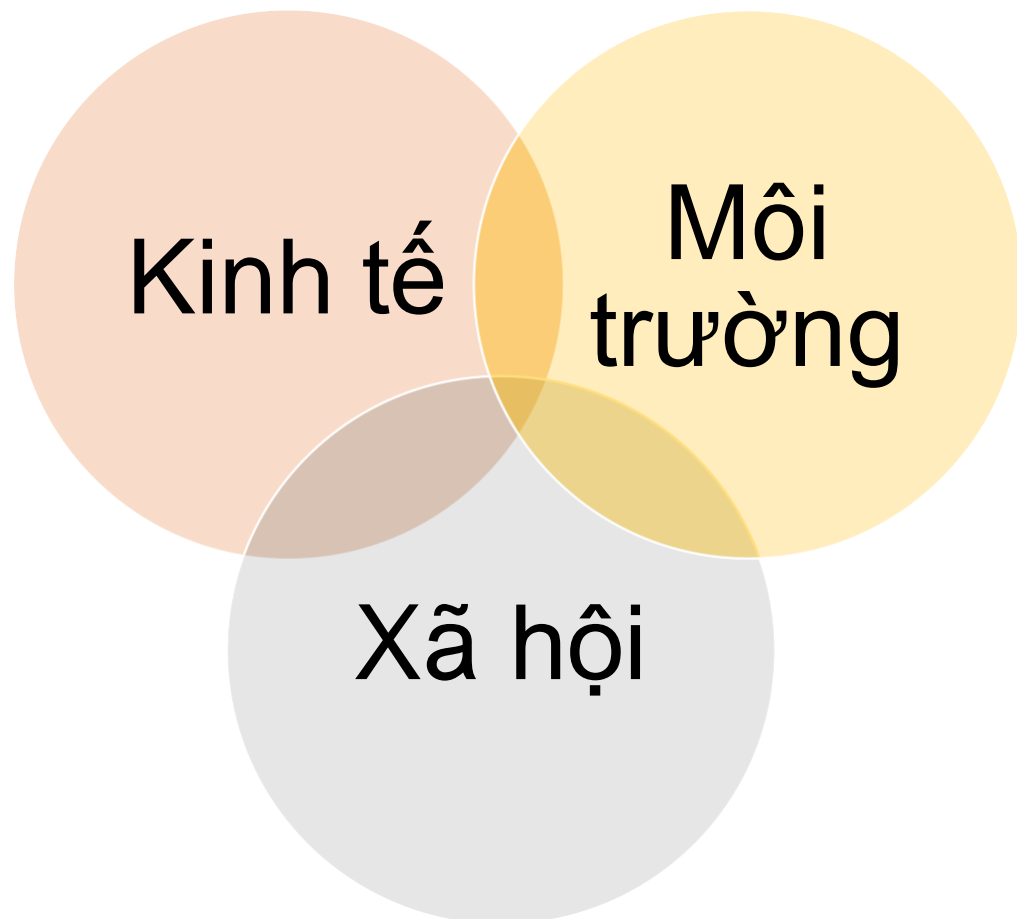
**Hoạt động của bên thứ ba:** Doanh nghiệp logistics riêng cho ngành nông nghiệp không nhiều. Phần lớn các nhà cung cấp dịch vụ logistics ở mức 2PL/3PL; Hậu cần tích hợp (4PL) và quản lý chuỗi cung ứng rất ít và bị giới hạn bởi năng lực và mạng lưới dịch vụ.

**Sự liên kết giữa cảng và dịch vụ cảng** (kho, bãi, trung tâm logistics) còn hạn chế do thiếu những ứng dụng công nghệ cao trong quản lý khai thác logistics dẫn đến chi phí đắt hơn nhiều.

## Các lĩnh vực cần xem xét cải thiện trong chuỗi cung ứng nông sản thực phẩm



## Chuỗi cung ứng bền vững hạn chế tác động



Tính minh bạch

Trách nhiệm

Đánh giá thường xuyên



1

2

3

4

5

6

**Minh bạch:** với tầm nhìn rõ ràng về các tác động môi trường và xã hội trong hoạt động chuỗi. => Các bên liên quan **hiểu được những rủi ro và cơ hội** liên quan đến chuỗi cung ứng và đưa ra quyết định sáng suốt.

**Hợp tác** giữa tất cả các bên liên quan, để **xác định và giải quyết các thách thức** về tính bền vững, thúc đẩy đổi mới và các thực hành tốt nhất.

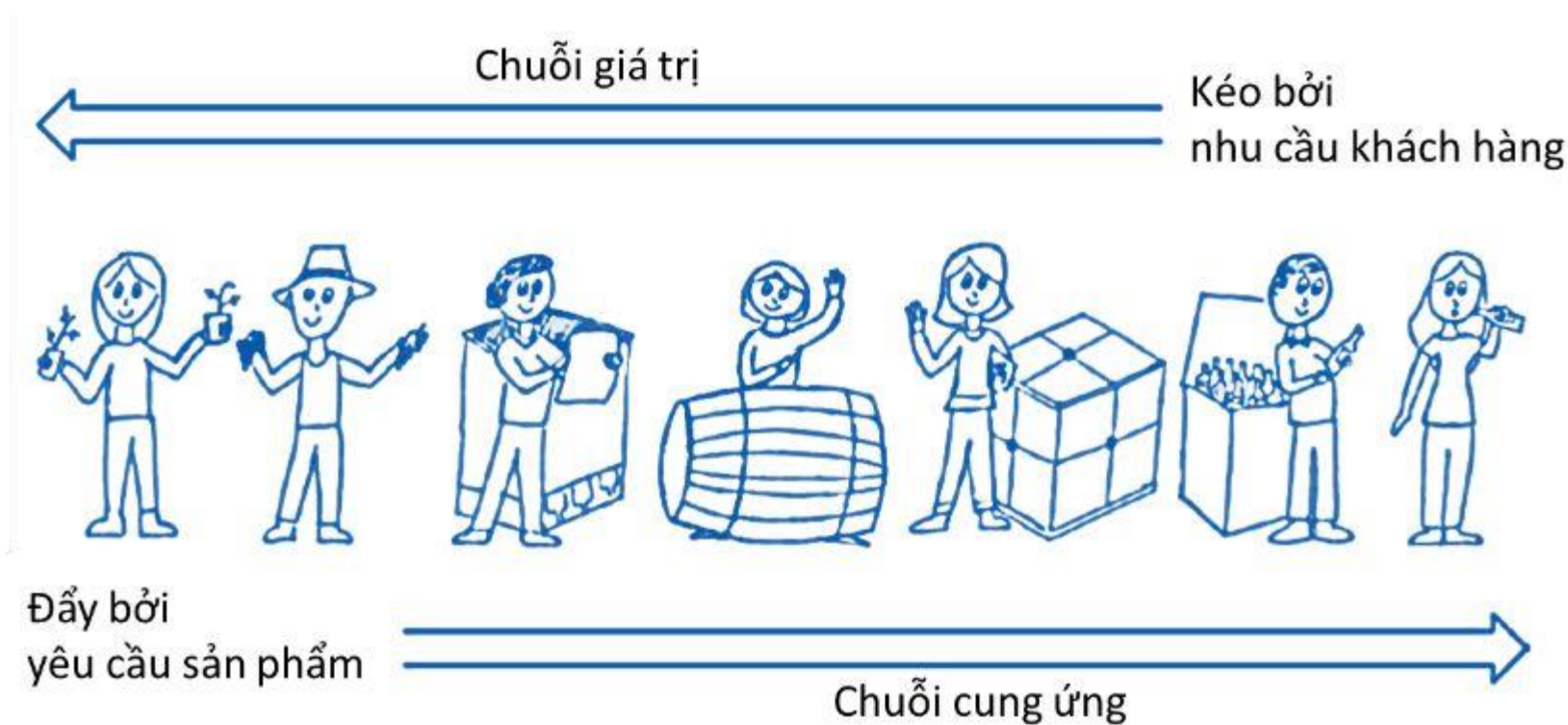
**Tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm** đảm bảo các tiêu chuẩn về môi trường và xã hội được **đáp ứng**, bao gồm sử dụng vật liệu bền vững, thực hành lao động công bằng và tìm nguồn nguyên liệu thô có trách nhiệm.

**Sử dụng tài nguyên hiệu quả, giảm thiểu chất thải và giảm tác động đến môi trường** bao gồm việc sử dụng năng lượng tái tạo, bảo tồn nước và các chiến lược giảm thiểu chất thải.

**Xác định và quản lý rủi ro liên quan đến các thách thức về tính bền vững** như biến đổi khí hậu, khan hiếm tài nguyên và các vấn đề xã hội, bao gồm phát triển các kế hoạch dự phòng, giám sát và báo cáo về hiệu quả hoạt động để xác định các rủi ro mới xuất hiện.

**Cải tiến liên tục:** đặt ra các mục tiêu và thường xuyên **đánh giá tiến độ**, bao gồm việc tương tác với các bên liên quan để thu thập thông tin, thực hành tốt đầu tư và đổi mới để cải thiện hiệu suất bền vững.

## Phần 2: Đổi mới sáng tạo trong chuỗi cung ứng và Thương mại sản phẩm



# 1. Giải pháp về sản phẩm và công nghệ

1

**Thực hành nông nghiệp bền vững**, (canh tác hữu cơ, nông lâm kết hợp và nông nghiệp bảo tồn).

Tập trung **đầu tư phát triển vùng nguyên liệu** cho các sản phẩm có nhu cầu chiến lược.

2

**Liên kết các doanh nghiệp** chế biến, bảo quản, xuất khẩu với vùng nguyên liệu.

3

**Chế biến an toàn**, giảm thiểu phụ gia, **giảm thiểu tiêu hao nguyên liệu**, tiết kiệm năng lượng, giảm chất thải, bao bì tự hủy

**Truy xuất nguồn gốc**

4

**Giảm lãng phí thực phẩm** (vì nó góp phần phát thải khí nhà kính và lãng phí tài nguyên); **Tận dụng tất cả các phụ phẩm, chất thải** cho chế biến thành thành phẩm.

5

**Đầu tư công nghệ, thiết bị bảo quản** rau quả tiên tiến (chiếu xạ, xử lý bằng nước nóng, bảo quản trong môi trường khí quyển biến đổi; bảo quản lạnh, bảo quản bằng các loại bao gói, màng ăn được...) để đáp ứng được yêu cầu chất lượng của các thị trường khó tính (Nhật, Mỹ, EU...).  
 Luôn đổi mới về **giống, mẫu mã, chất lượng, quy cách đóng gói, ghi nhãn**.

6

**Đánh giá tác động môi trường của việc sản xuất và tiêu thụ thực phẩm**, đồng thời xác định các cơ hội để giảm tác động đến môi trường của chuỗi cung ứng thực phẩm  
**Hệ thống xử lý chất thải**

Giảm tác động đến môi trường, cải thiện năng lực chuỗi

## 2. Giải pháp về cơ sở vật chất, hậu cần

1

Giải quyết tốt các khâu liên quan như **giao thông vận tải, hải quan (thông quan), bảo hiểm, cải thiện tiến trình giao nhận**

Quy hoạch giao thông đồng bộ

Giúp **tiếp cận các dịch vụ vận tải thuê và kho vận** bên thứ ba có chất lượng.

2

**Tìm nguồn cung bền vững** để đảm bảo rằng thực phẩm sản xuất được nuôi trồng và chế biến theo cách có trách nhiệm với môi trường và xã hội.

3

**Đầu tư xây dựng hệ thống** kho lạnh, kho vận, trung tâm sơ chế và hệ thống vận tải

Triển khai **kiểm soát nhiệt độ** trên toàn chuỗi cung ứng.

4

**Quy hoạch logistics** đi sau và đi kèm quy hoạch vùng sản xuất, kinh doanh nông nghiệp

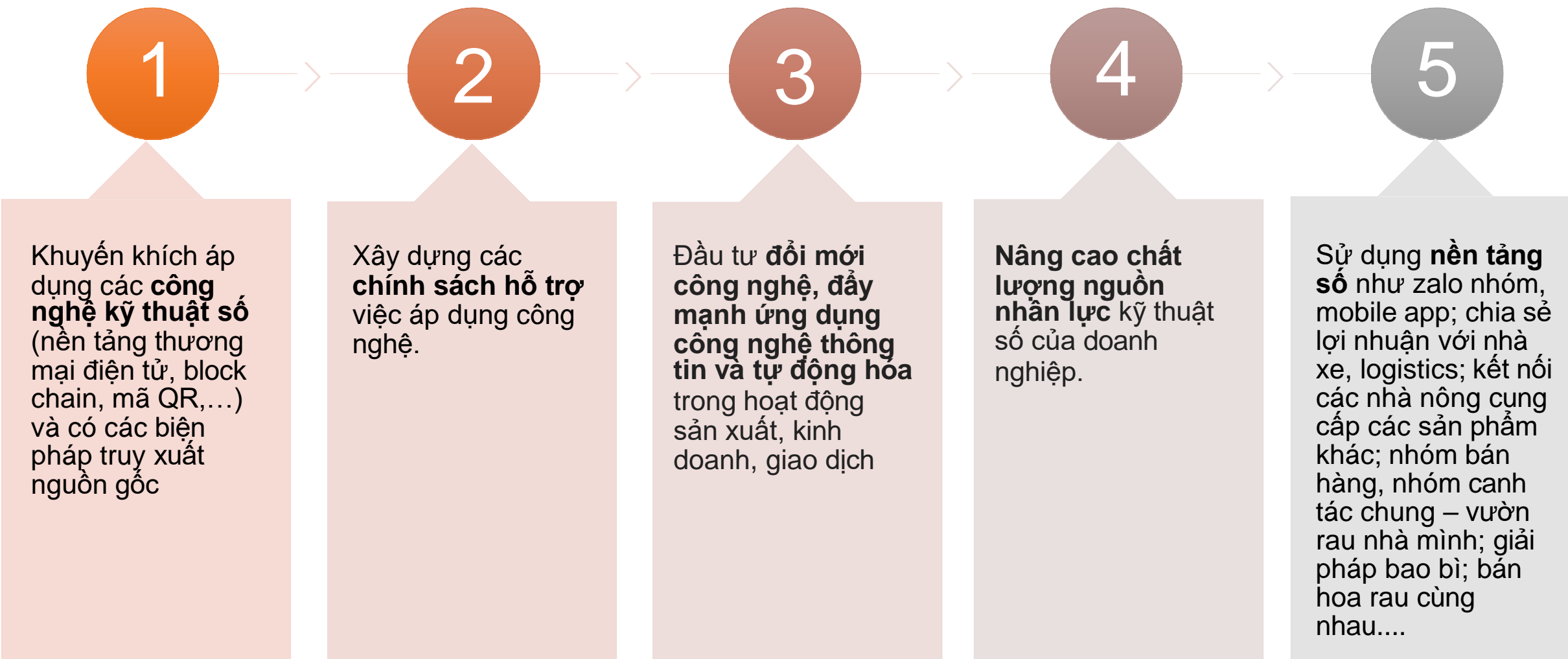
Giải pháp về **các trung tâm kiểm định chất lượng, khu giết mổ an toàn, trung tâm logistics**

Ưu tiên quỹ đất, cho đầu tư các khu chế biến, trung tâm logistics nông sản...;

Sự phát triển ngành hàng mới bền vững và hội nhập tốt hơn vào chuỗi cung ứng toàn cầu,

Giảm thiểu trì hoãn, rút ngắn thời gian vận chuyển, tăng sản lượng trên mỗi đơn vị thời gian, cắt giảm chi phí

### 3. Giải pháp về kỹ thuật số



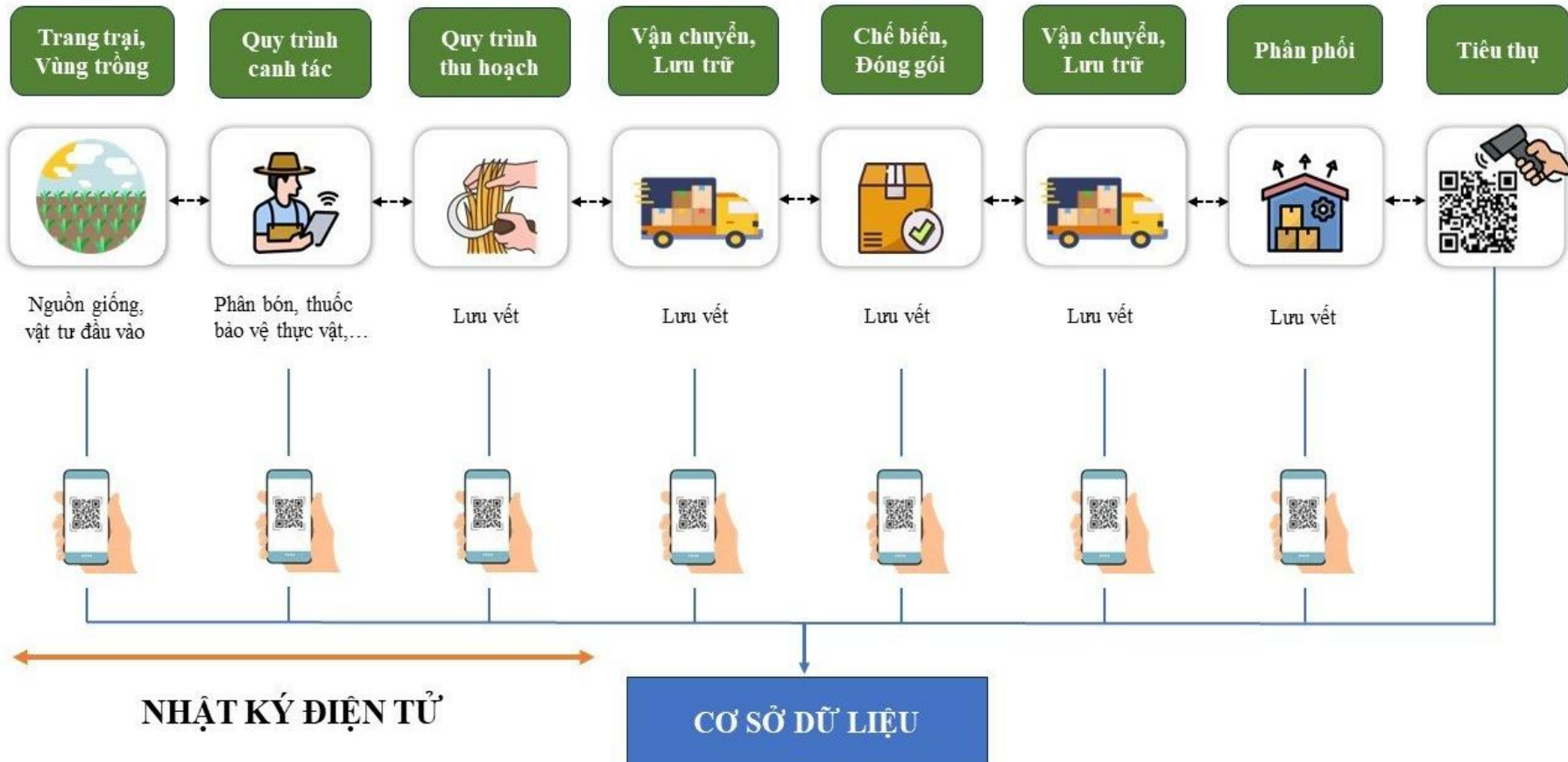
Truy xuất nguồn gốc, tăng tính minh bạch

Cải thiện khả năng tiếp cận thị trường cho các bên liên quan trong chuỗi cung ứng thực phẩm

Giảm chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt động; quản lý quy trình để đạt chất lượng cao hơn, . 18



# Quy trình Truy xuất nguồn gốc Nông sản theo “TIÊU CHUẨN QUỐC GIA” “TCVN 12827”



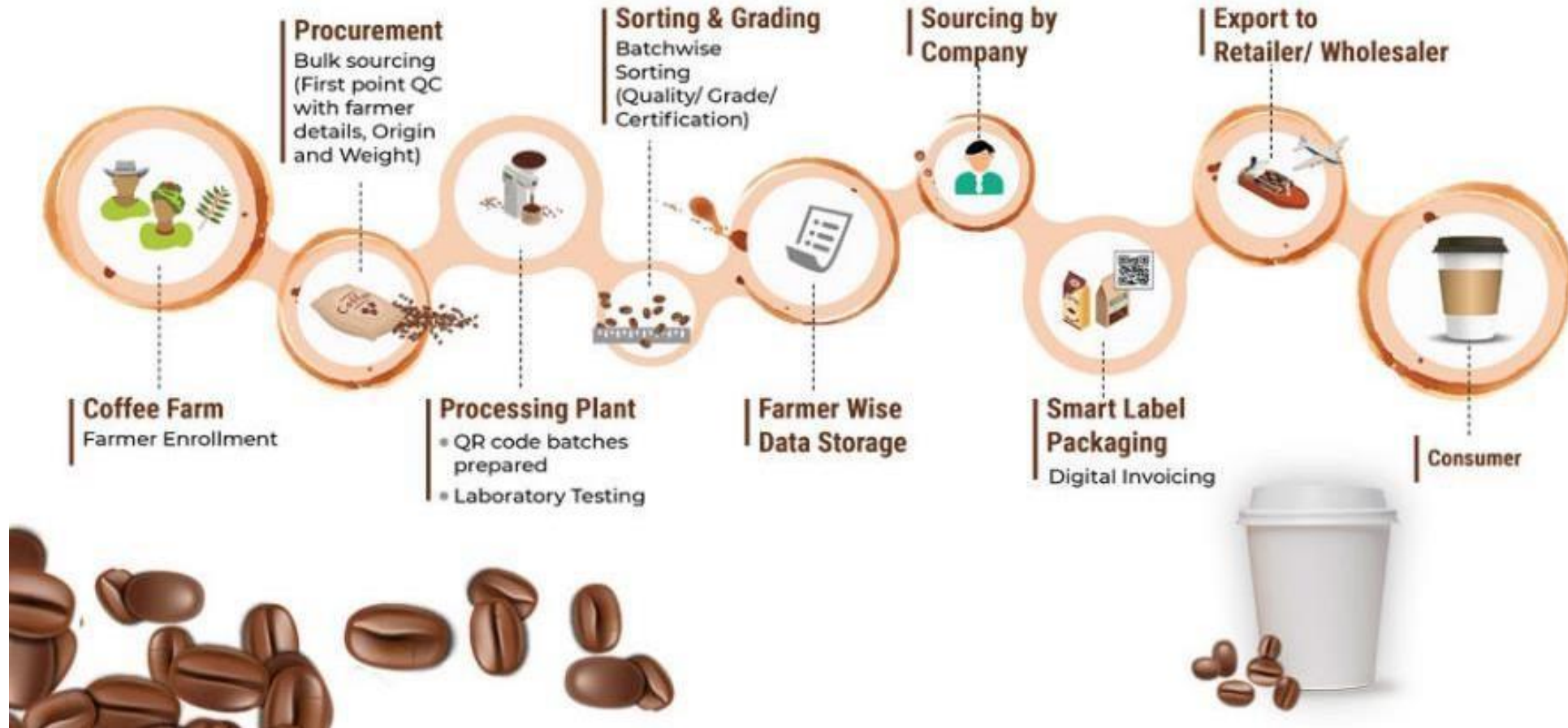
Mã Truy vết địa điểm và mã Truy vết sản phẩm theo TCVN 13274-2020

Vật mang dữ liệu: tem dán, hoặc in lên bao bì ... theo TCVN 13275-2020

Theo đề án 100 của Chính phủ:  
Giai đoạn 1: Từ 2020 – 2025: 20% sản phẩm phải ứng dụng TXNG.  
Giai đoạn 2: 2026 – 2030: 100% sản phẩm phải ứng dụng TXNG

Theo Thông tư số 02 ban hành ngày 28/03/2024  
Quy định về quản lý TXNG sản phẩm hàng hóa - áp dụng từ 1 tháng 6 năm 2024 – yêu cầu bắt buộc TXNG theo các TCVN cho từng loại sản phẩm, hàng hóa

## Traceability from Coffee Beans to Brew



*Câu chuyện : Từ hạt cà phê đến ly cà phê*

## 4. Giải pháp về chuyên nghiệp hóa nguồn nhân lực

1

Ủng hộ và chia sẻ tham vọng chung về vai trò của hoạt động logistics và phát triển quản trị chuỗi cung ứng nông sản thực phẩm.

**Phát triển sự hiểu biết về cơ hội toàn cầu**, những gì thị trường cần (sản phẩm) và nhu cầu (chất lượng và chi phí)

2

Hỗ trợ các hoạt động liên quan **phát triển nguồn nhân lực, kỹ năng và sự sẵn sàng cho lĩnh vực logistics** nông sản.

3

Đầu tư cho đào tạo, nâng cao năng lực nhân sự trong lĩnh vực **ứng dụng công nghệ thông tin, kỹ thuật số**.

4

Đầu tư cho đào tạo năng lực nhân sự trong **vận hành chuỗi cung ứng** như hoạch định, dự báo nhu cầu, quản lý tồn kho, tìm nguồn cung, quản trị vận tải, giao hàng, chuỗi cung ứng ngược (đổi trả, xử lý thụ hồi nợ, giải quyết sự cố,...)

Nâng cao năng lực và hiệu quả của chuỗi

## 5. Giải pháp về tăng cường mối quan hệ



Nâng cao năng lực và hiệu quả của chuỗi. tạo ra chuỗi cung ứng thực phẩm bền vững và hiệu quả hơn, giúp giảm số lượng trung gian tham gia vào chuỗi cung ứng và cải thiện khả năng truy xuất nguồn gốc, kiểm soát chất lượng và giá cả, giảm chi phí (vận tải, ..)

Sự hợp tác này sẽ giúp tạo lập sự ổn định về cung cầu, sự ổn định về tiêu chuẩn chất lượng.  
 Tăng cường sự hợp tác, phối hợp giữa các cơ quan quản lý.

## 6. Giải pháp về quản lý và chính sách

1

Cần gia tăng các biện pháp quản lý hiện đại. **Chuẩn hóa toàn bộ quy trình, thủ tục làm việc**, đặc biệt là quy trình **lựa chọn nhà cung ứng** (Gia tăng việc kiểm tra đánh giá các chứng chỉ, quy trình quản lý chất lượng của nhà cung ứng).

2

Áp dụng các **hệ thống quản lý tiên tiến** (HACCP, ISO 22000, SQF...) để sản phẩm rau quả đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm.

3

Có đầu mối để **tổ chức kết nối** các nhà: nhà nông – nhà phân phối – nhà dịch vụ;

4

Hỗ trợ các hoạt động liên quan đến **cải cách thủ tục hành chính**

5

Đầu tư cho **đào tạo, nâng cao năng lực** nhân sự.

6

Triển khai **cơ sở dữ liệu** cho chuỗi cung ứng

Nâng cao năng lực và hiệu quả của chuỗi

Sản phẩm đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm.



## 7. Giải pháp về mở rộng thị trường

1

Xúc tiến và kêu gọi đầu tư trong nước và liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài để xây dựng các khu công nghệ cao cho sản xuất, chế biến và bảo quản nông sản thực phẩm.

2

Chú trọng xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu cho các sản phẩm nông sản thực phẩm chủ lực.

3

Phát triển, mở rộng thị trường nội địa, nhất là các khu du lịch, các khu đô thị, khu dân cư lớn.

4

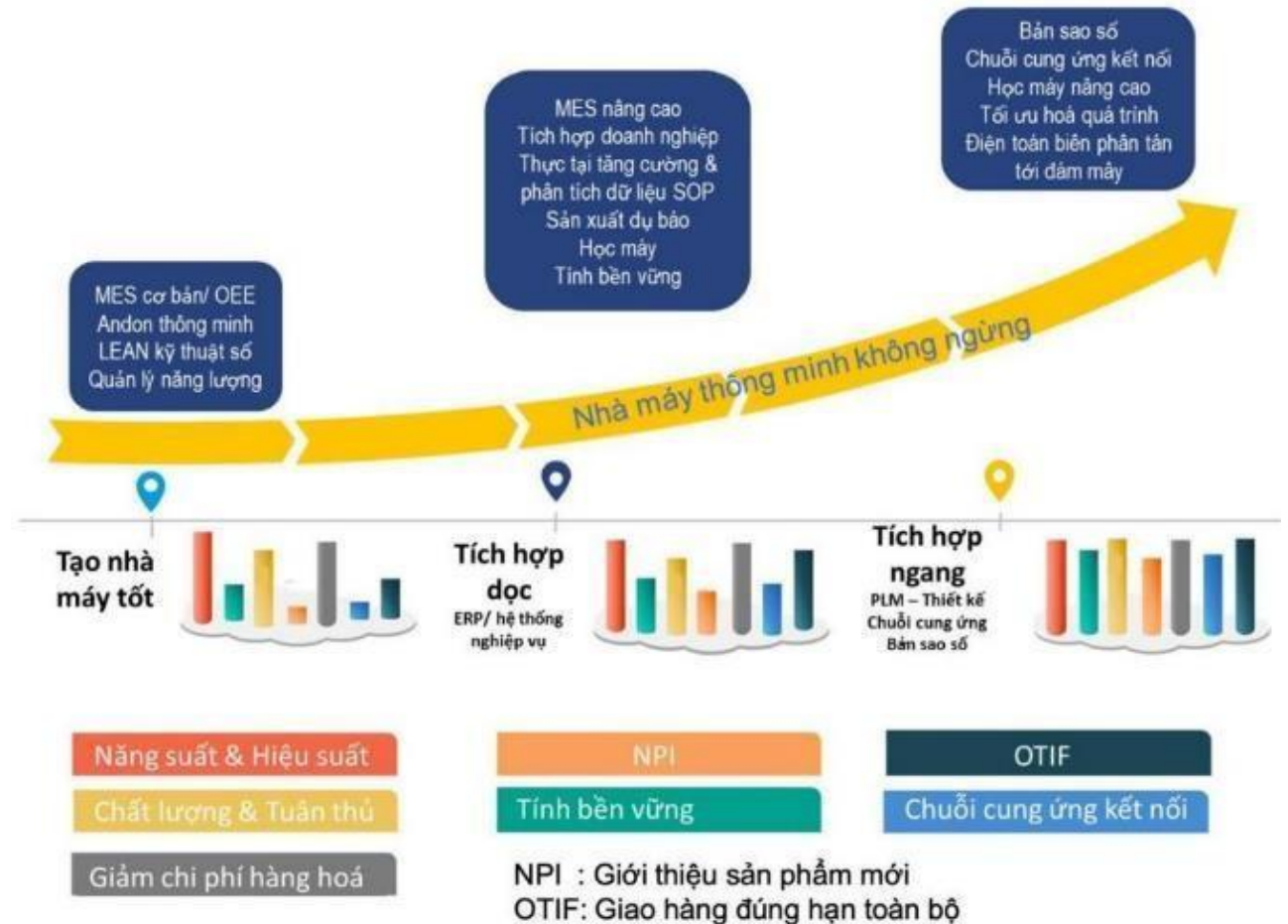
Với bản chất mang tính mùa vụ của nông sản, chuỗi cung ứng thực phẩm cần có chiến lược giá linh hoạt và khuyến mãi theo mùa vụ song song với nỗ lực duy trì sự ổn định giá.

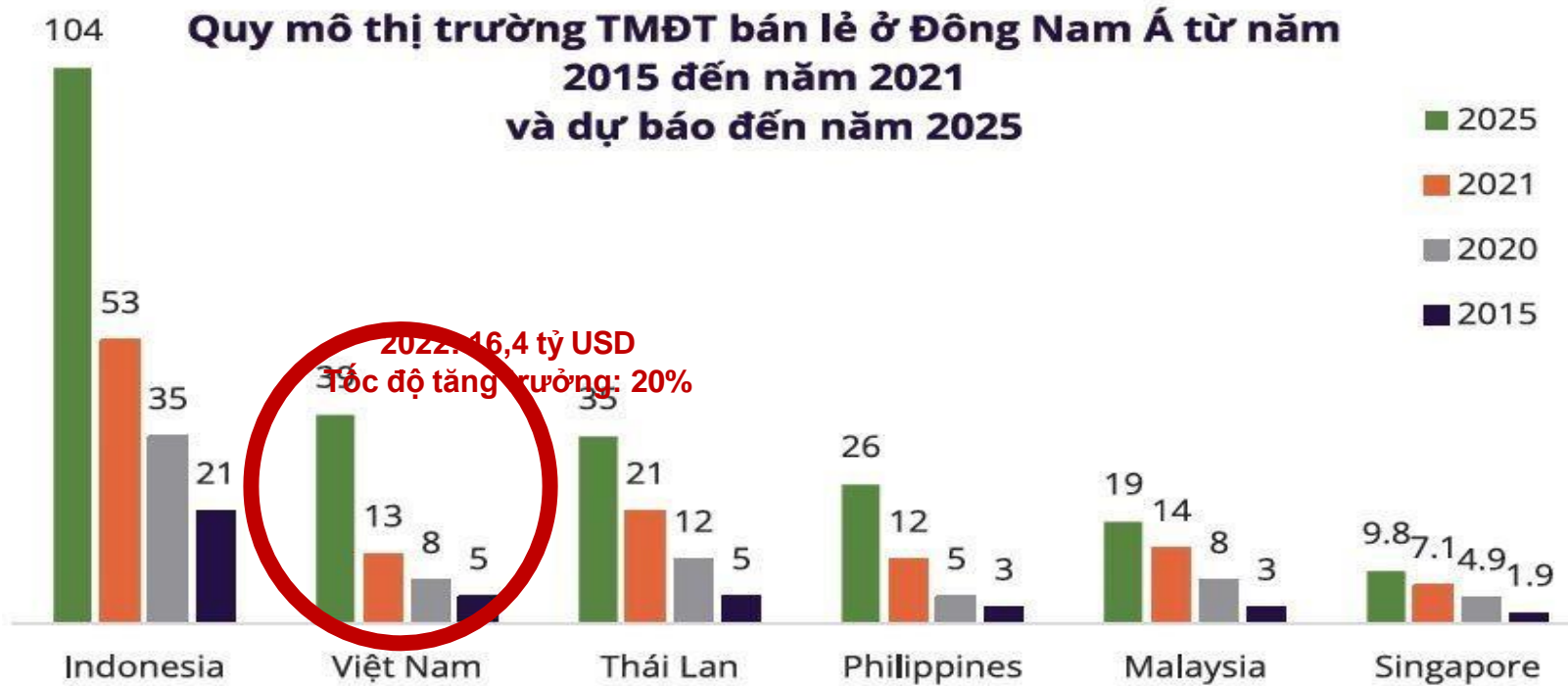
Nâng cao năng lực và hiệu quả của chuỗi

Sản phẩm đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm.

# Giải pháp về mở rộng thị trường

1. Thị trường truyền thống & thị trường trực tuyến:  
Đa kênh bán hàng
2. Tăng giá trị sản phẩm thông qua chuyển đổi số
3. Kết nối sản phẩm với khách hàng & đối tác trên không gian mạng
4. Tiêu chí sản phẩm, nhãn hiệu trực tuyến
5. Sản phẩm của Doanh nghiệp của bạn xuất hiện đâu trên internet?





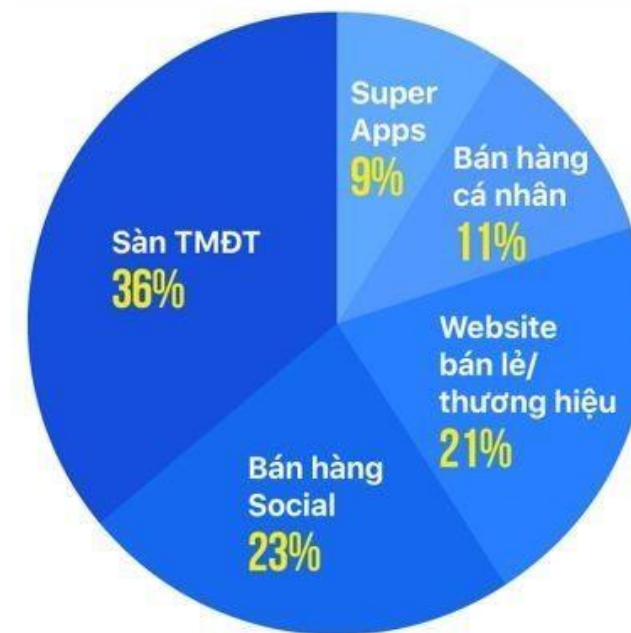
Nguồn: Southeast Asia eCommerce market size by Statista

Kim ngạch xuất khẩu rau quả năm 2023 đạt kỷ lục 5,69 tỷ USD, tăng gần 70% so với năm 2022, vượt xa mục tiêu đặt ra trước đó của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

**Gần 60% đơn hàng online**  
tại Việt Nam được đặt mua trên  
các sàn thương mại điện tử và  
các kênh mạng xã hội phổ biến.

Khảo sát của Haravan: 7/2022  
Dựa trên 5000 nhà kinh doanh online, SMEs

% tỷ lệ đơn hàng theo các kênh



# Định hướng chuyển đổi số Sản phẩm

1. Tích cực **phát huy** các **chứng nhận nhãn** hiệu hàng hoá của tỉnh
2. **Tham gia sự kiện**, giới thiệu sản phẩm công chúng
3. **Ký kết, và chuyển giao** sản phẩm, nhãn hiệu mình
4. **Khai thác 100%** nhãn hiệu tương ứng sản phẩm
5. **Đưa hình ảnh, nhãn hiệu lên website, và mxh**
6. **Tìm đối tác**, khách hàng mua, sử dụng toàn cầu

## Công tác phát triển thị trường

Hoạt động xúc tiến thương mại của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

Trong tháng 3 năm 2024



Tháng 03/2024 | Cần Thơ, Hà Nội

Tổ chức hội thảo tham vấn về hoàn thiện chính sách pháp luật xây dựng thương hiệu nông sản Việt Nam

Cục Chất lượng, Chế biến và Phát triển TT



Tháng 03/2024 | Cà Mau

Tổ chức Diễn đàn giải pháp phát triển ngành tôm Việt Nam tại Hội chợ Vietshrimp 2024

Cục Thủy sản

Kế hoạch năm 2024



Năm 2024

Tổ chức phiên chợ nông sản, đặc sản vùng miền (3 phiên)

Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp



Quý III/2024

Tổ chức hội chợ triển lãm Nông nghiệp quốc tế lần thứ 24 - AgroViet 2024

Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp



Quý III/2024

Tổ chức Hội chợ Làng nghề lần thứ 20 - năm 2024

Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp



Tháng 11/2024 | Cà Mau

Tổ chức Hội thảo Phát triển chuỗi giá trị ngành tôm vùng Đồng bằng Sông Cửu Long trong khuôn khổ Lễ hội tôm vùng đồng bằng sông Cửu Long

Cục Thủy sản



Tháng 12/2024 | Đồng Tháp, An Giang

Tổ chức Hội thảo Thúc đẩy liên kết chuỗi cá tra vùng Đồng bằng Sông Cửu Long trong khuôn khổ Lễ hội cá tra vùng đồng bằng sông Cửu Long

Cục Thủy sản



Quý III – IV/2024 | Cần Thơ

Tổ chức Hội thảo thúc đẩy xây dựng nhãn hiệu, nhật ký sản xuất, truy xuất nguồn gốc sản phẩm; mã số vùng trồng cho sản phẩm... của HTX nông nghiệp, trang trại, hộ nông dân...

Cục Kinh tế hợp tác và PTNT



Năm 2024

Hội thảo tập huấn kỹ năng khai thác, tìm kiếm, dự báo thông tin thị trường và xây dựng kế hoạch sản xuất, kinh doanh theo yêu cầu, xu hướng thị trường cho từng nhóm sản phẩm nông sản

Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp



# Tăng giá trị sản phẩm thông qua chuyển đổi số

Để dàng được chấp các sàn TMĐT và MXH khi có  
nhãn hiệu được bảo hộ

Độ tin tưởng người mua... và cạnh tranh giá  
cả (Giá cao cũng mua vì khách hàng tin  
tưởng vào chất lượng sản phẩm ...)

Sản phẩm nông nghiệp lan toả, tiếp cận  
toàn cầu thông qua chuyển đổi số

Kết nối khách hàng, đối tác không biên giới  
và tự động hoá



## Nhãn hiệu Sản phẩm, DN của các bạn xuất hiện ở đâu trên internet?



## Tiêu chí nhãn hiệu trực tuyến



Phải có ảnh & video  
thật rõ ràng



Đầy đủ chứng nhận, hàng  
gốc, nhãn hiệu đã đăng ký



Đảm bảo giá cả hợp lý



Hãy tích cực phản hồi và  
thật chuyên nghiệp



Viết mô tả đầy đủ và  
trung thực



Đánh dấu mặt hàng,  
nhãn hiệu đã bán

## Website là nơi lưu trữ, và giới thiệu nhãn hiệu tốt nhất

1. Giao diện tương thích mọi thiết bị
2. Tốc độ tải trang từ 1s -> 3s
3. An toàn và bảo mật cao
4. Truyền thông điệp rõ ràng và phân bố tương thích hình và chữ
5. Hình ảnh rõ ràng, chân thật,....
6. Tăng mật độ xuất hiện từ khóa trên google tìm kiếm

The screenshot displays the website for Mai Thị Thủy, a company specializing in high-quality medicinal products. The header includes the company logo, name, and contact information. A navigation menu is located at the top, and a search bar is positioned on the right. The main content area features a list of products on the left and a large banner for 'SẢN PHẨM CAO DƯỢC LIỆU' (High-Quality Medicinal Products) on the right. The banner includes a call to action and a list of products. Below the banner, there are promotional banners for '25 Tháng ƯU ĐÃI KÉP - MUA CAO DƯỢC LIỆU- NHẬN QUÀ LIỀN TAY' and '30 [Khuyến mãi]-QUỐC TẾ THIẾU'.

**CÔNG TY CAO DƯỢC LIỆU ĐỊNH SƠN**  
**MAI THỊ THỦY**  
Cao dược liệu | Tinh Bột | Tinh Dầu | Viên Hoàn

TRANG CHỦ | GIỚI THIỆU | SẢN PHẨM | ĐĂNG KÍ LÀM ĐẠI LÝ | HỆ THỐNG PHÂN PHỐI | KIẾN THỨC | GIỎ HÀNG

CỬA HÀNG

Hiển thị 1-12 của 28 kết quả

DANH MỤC SẢN PHẨM

- Cao Chè Vàng
- Cao Dược Liệu
- Tinh Bột
- Tinh Dầu
- Sản Phẩm khác

CẨM NANG SỨC KHỎE

**SẢN PHẨM CAO DƯỢC LIỆU**  
Các sản phẩm được kinh doanh bởi Cao dược liệu Mai Thị Thủy

25 Tháng ƯU ĐÃI KÉP - MUA CAO DƯỢC LIỆU- NHẬN QUÀ LIỀN TAY

30 [Khuyến mãi]-QUỐC TẾ THIẾU

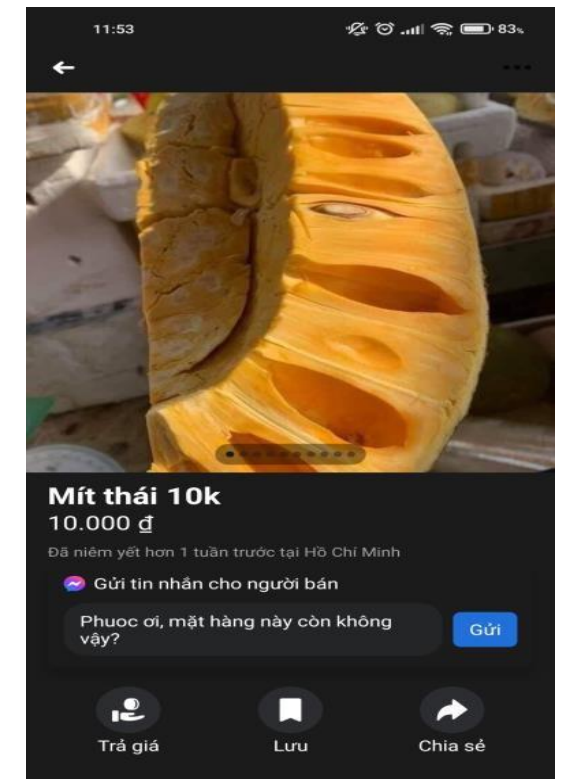
Contact us





## Facebook Là MXH số 1 thế giới, một thế giới ảo nhiều cư dân nhất...

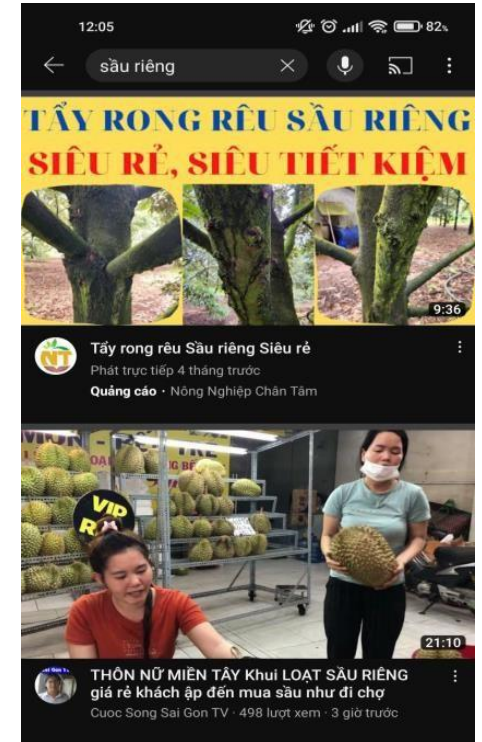
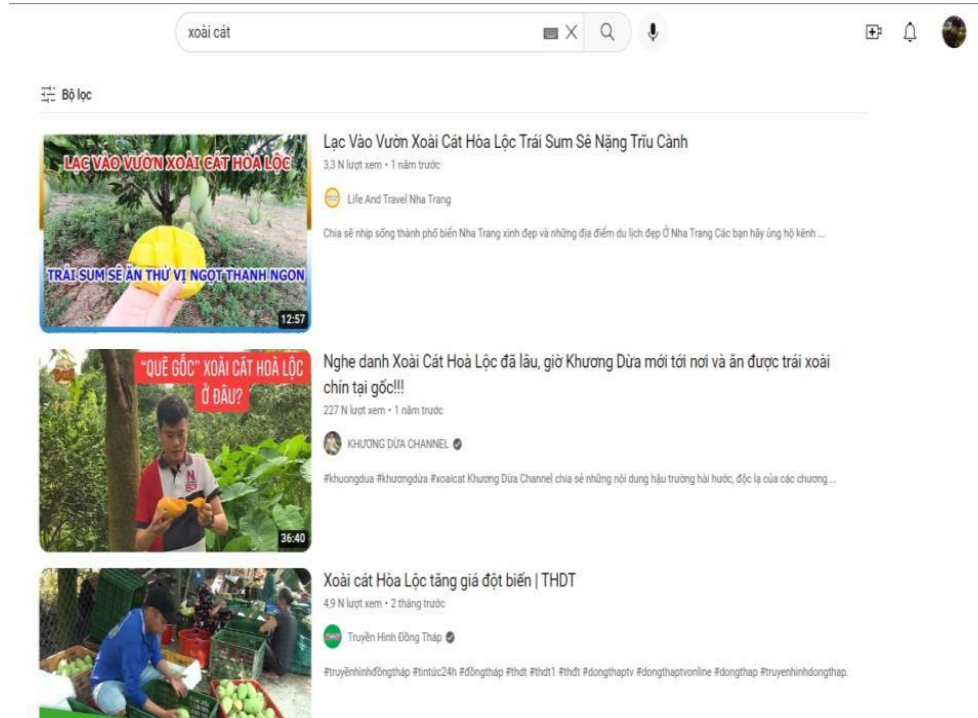
1. Kết nối khách hàng đối tác, mọi lúc, mọi nơi tăng độ phủ thông tin
2. Lên lịch đăng truyền thông nhãn hiệu và sản phẩm, .....
3. Tương tác theo khung giờ nhất định, tạo thói quen hành động
4. Chuyển khách hàng, đối tác online sang offline





“Youtube”

1. Xuất bản kênh, an toàn tài khoản
2. Kênh truyền thông video cho nhãn hiệu và sản phẩm kết nối khách hàng, đối tác
3. Kết nối đa kênh khách hàng, đối tác từ Youtube qua web, mxh khác
4. Xuất hiện từ video với từ khóa sản phẩm, nhãn hiệu của mình



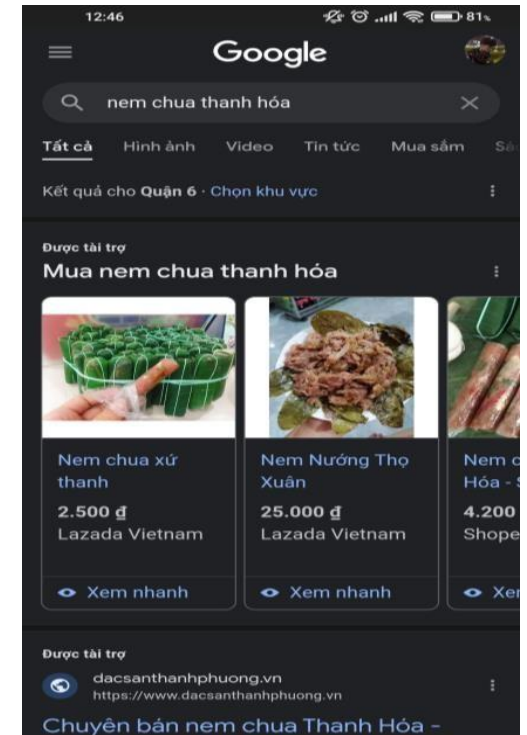
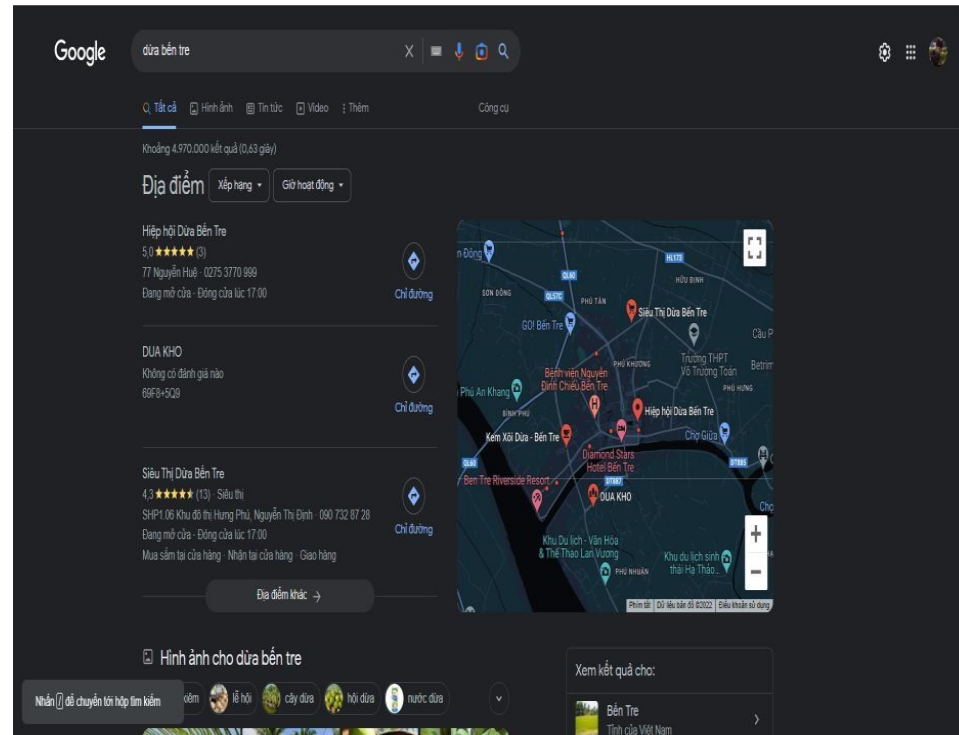
Youtube là mxh video số 1 thế giới,...





## Google là công cụ tìm kiếm số 1 thế giới...

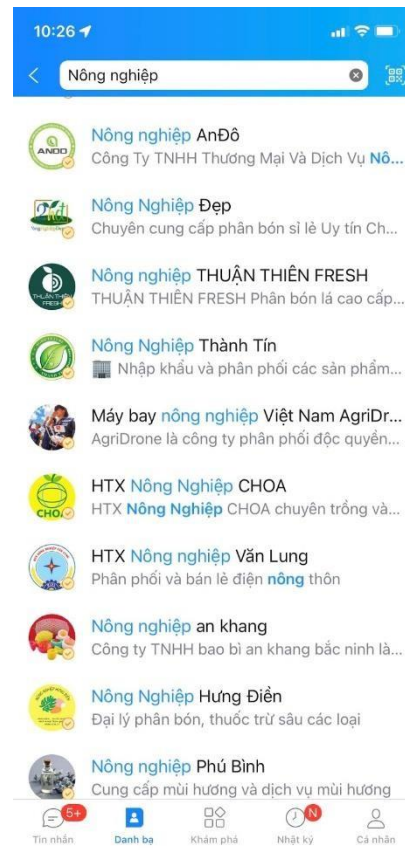
1. Xuất hiện nhiều thông tin nhãn hiệu, sản phẩm khi tìm từ khoá tương ứng
2. Xuất hiện nhiều Hình ảnh nhãn hiệu, sản phẩm khi tìm từ khoá tương ứng
3. Xuất hiện nhiều Sản phẩm nhãn hiệu, sản phẩm khi tìm từ khoá tương ứng
4. Xuất hiện nhiều Video nhãn hiệu, sản phẩm khi tìm từ khoá tương ứng





# Zalo OA là kênh giao thương trong hệ sinh thái zalo... bán nhanh, bán liền từ zalo chat

1. Tìm ra thấy, click là có ngay...
2. Giữ liên lạc 24/7
3. Cung cấp thông tin thường nhật về cho người dùng theo dõi
4. Xuất hiện ngay khi khách hàng, đối tác mở Zalo
5. Bán hàng ngay khi ngủ...



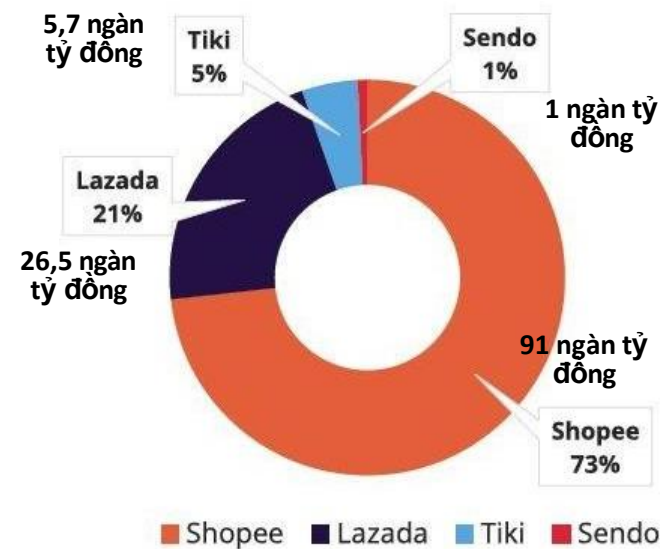
# Sàn thương mại Điện tử



Trong nước



Quốc tế



Tổng quan về các sàn

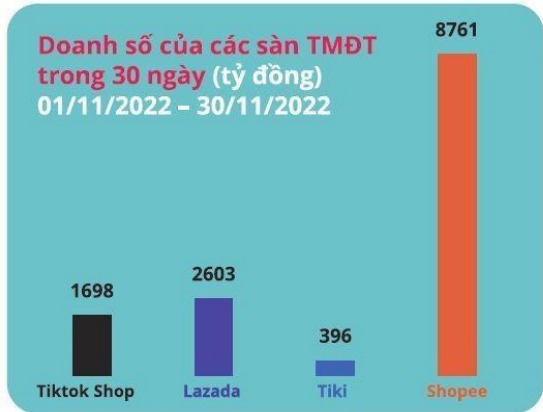


## TỔNG QUAN TIKTOK SHOP

**1698**  
**tỷ đồng**  
 Doanh số **tháng 11**  
 trên Tiktok Shop

**13 triệu**  
 sản phẩm đã bán  
**trong tháng 11** trên  
 Tiktok Shop

**32 nghìn**  
 nhà bán đã phát sinh  
 đơn hàng **trong tháng**  
**11** trên Tiktok Shop

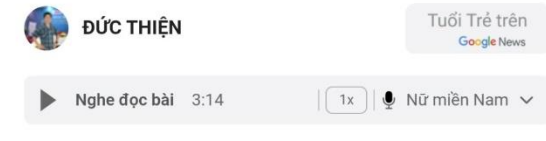


Mức doanh thu trong 1 tháng của Tiktok Shop hiện tại đã tương đương **80%** doanh thu cùng kỳ của Lazada và gấp **4 lần** doanh thu của Tiki. Trung bình mỗi ngày Tiktok Shop đạt mức doanh thu **56.6 tỷ đồng** và **434 nghìn sản phẩm** được bán ra, giá trị trung bình mỗi sản phẩm là **130 nghìn đồng**.

Đây là các con số ấn tượng mà những sàn TMĐT khác phải mất nhiều năm mới xây dựng được.



## TP.HCM có siêu thị online do AI livestream bán hàng



Đây là hệ sinh thái livestream đa chức năng, với siêu thị online bán hàng hoàn toàn bằng người ảo AI đầu tiên tại Việt Nam.



AI livestream bán hàng đang ngày càng bùng nổ tại Việt Nam

“Hãy show khuôn mặt của mình ra trên các nền tảng mạng XH và đừng ngại bán thân”

## Phần kết luận

1

Chuỗi cung ứng nông sản, thực phẩm ở Việt Nam **đã được hình thành, phát triển** theo thời gian.

2

**Đòi hỏi một cách tiếp cận toàn diện và có hệ thống**, tạo ra giá trị lâu dài cho tất cả các bên liên quan, **giảm thiểu tác động đến môi trường và xã hội**. Bằng cách thúc đẩy sự hợp tác, minh bạch và tìm nguồn cung ứng có trách nhiệm => xây dựng chuỗi cung ứng linh hoạt và bền vững, tạo ra giá trị cho cả doanh nghiệp và xã hội.

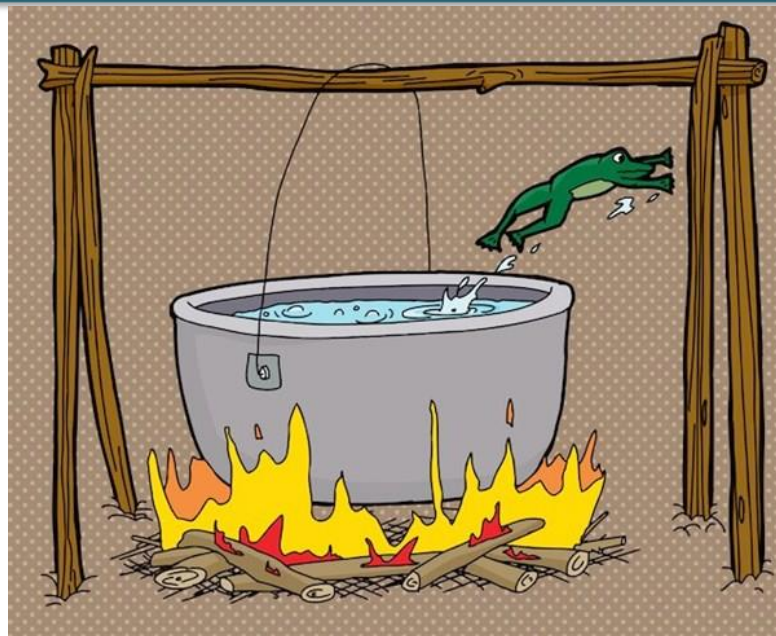
3

Các nhà hoạch định chính sách, lãnh đạo ngành và nhà nghiên cứu **phát triển các chiến lược toàn diện nhằm giải quyết các thách thức về tính bền vững và thúc đẩy sự thành công** lâu dài của chuỗi cung ứng thực phẩm tại Việt Nam.

4

Đòi hỏi mỗi **thành viên trong chuỗi phải luôn tự hoàn thiện từ khâu hoạch định, thực hiện cũng như kiểm tra, kiểm soát các hoạt động** của mình trong một mạng lưới sản xuất kinh doanh thống nhất của ngành hàng nông sản thực phẩm.

Thấu hiểu thị trường, hiểu chuỗi cung ứng và liên tục  
đổi mới sáng tạo trong thương mại – để nhanh chóng thích ứng, tồn tại và phát triển –  
Tiến tới phát triển bền vững !



*Thank You*