

THAM CHIẾU CÔNG VIỆC

Tập huấn kiến thức marketing, xây dựng thương hiệu và hỗ trợ liên kết thị trường

Dự án: “Thúc đẩy sinh kế bền vững thông qua phát triển kinh doanh nhỏ tại Như Xuân”

1. MÔ TẢ CHUNG

1.1. Thông tin chung về dự án

Dự án “Thúc đẩy sinh kế bền vững thông qua phát triển kinh doanh nhỏ tại Như Xuân” được thực hiện từ tháng 1 năm 2022 đến tháng 12 năm 2022 bởi Chương trình Tài chính Vi mô (CT TCVM) – Tổ chức Tầm nhìn Thế giới tại Việt Nam (WV). Dự án được thực hiện nhằm cải thiện sinh kế của các hộ gia đình tại huyện Như Xuân, tỉnh Thanh Hóa thông qua việc khai thác tiềm năng địa phương, nâng cao năng suất, chất lượng cho các Hợp tác xã tại Huyện Như Xuân. Dự án hướng tới các mục tiêu cụ thể, bao gồm:

- **Mục tiêu 1:** Các hộ sản xuất nhỏ được kết nối và chuyển đổi thành các mô hình sản xuất kinh doanh lớn hơn, giúp tối đa hóa hiệu quả sản xuất và tận dụng lợi thế về quy mô trên thị trường
- **Mục tiêu 2:** Các hộ sản xuất cải thiện năng lực sản xuất, lồng ghép các quy chuẩn về chất lượng sản phẩm, áp dụng công nghệ vào quá trình sản xuất kinh doanh
- **Mục tiêu 3:** Các hộ sản xuất nâng cao kiến thức và kỹ năng về quản lý, thị trường và các vấn đề khác giúp phát triển kinh doanh trong dài hạn
- **Mục tiêu 4:** Các hộ sản xuất kết nối với các kênh phân phối, tiếp cận thị trường tiềm năng tại địa phương cũng như các khu vực khác.

Mục tiêu 2 gồm các hoạt động tập huấn cho các HTX về công nghệ nhằm nâng cao năng xuất chất lượng sản phẩm của từng HTX, các khóa tập huấn sẽ được thực hiện riêng cho từng HTX tùy thuộc và từng sản phẩm của HTX, bên cạnh đó dự án sẽ giới thiệu và đưa công nghệ đó áp dụng cho HTX

Mục tiêu 3 gồm các hoạt động đào tạo tập huấn nâng cao năng lực cho các thành viên Hợp tác xã về xây dựng bản kế hoạch sản xuất kinh doanh, kỹ năng quản lý tài chính và kỹ năng tiếp thị, bán hàng, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường, đồng thời hỗ trợ và hướng dẫn HTX nâng cao chất lượng sản phẩm và thực hiện chứng nhận sản phẩm theo tiêu chuẩn OCOP và các hệ thống tiêu chuẩn khác như VietGAP, ISO.

Mục tiêu 4 gồm các hoạt động hỗ trợ Hợp tác xã trong việc kết nối và duy trì các sản phẩm nông nghiệp trên sàn giao dịch nông sản điện tử và các kênh thương mại điện tử khác phù hợp với từng loại sản phẩm, hỗ trợ xúc tiến bán sản phẩm thông qua kênh phân phối trực tiếp như hội chợ, gian hàng triển lãm tại địa bàn Huyện hoặc Tỉnh.

1.2. Thông tin chung về Hợp tác xã

STT	Tên HTX	Sản phẩm tương ứng	Hiện trạng
1	HTX Mắc Ca Thành Phát	Hạt Mắc Ca sấy khô, Mật ong Mắc Ca	- Diện tích Mắc ca hiện tại: 13ha - Diện tích Mắc ca cho thu hoạch: 7ha - Hợp tác xã chủ động việc cấy ghép, tạo giống và chuyển giao cây giống cho các hộ gia đình tại xã. - Chất lượng hạt Mắc ca có hàm lượng dầu và dinh dưỡng cao hơn ở địa phương khác, được nhiều người tiêu dùng ưa thích. - Tuy nhiên sản phẩm của HTX chưa được quảng bá rộng rãi, kênh bán hàng còn hạn chế, tem nhãn bao bì chưa phù hợp với mặt hàng cao cấp. - Hợp tác xã đang chuẩn bị hồ sơ tham gia chương trình OCOP
2	HTX Bản Thổ, Quỳ Hóa	Mật ong lên men	- Công nghệ lên men mật ong tiên tiến, độc đáo, đã được chứng nhận BioCheck – chứng nhận an toàn sinh học. - Sản phẩm đa dạng, đáp ứng được thị hiếu của người dùng. - Hợp tác xã đang phát triển nhiều sản phẩm lên men khác như nước gạo lên men, nước hoa quả lên men,... - HTX đang nộp hồ sơ tham gia chương trình OCOP - Ban quản trị tích cực mở rộng thị trường, hiện đang có 20 đại lý trên 15 tỉnh thành nhưng quy quy mô mỗi đại lý chưa cao.
3	HTX DVNN Thanh Hòa	Măng muối chua	- Hợp tác xã sử dụng nguồn nguyên liệu tại chỗ (măng) với diện tích 300 ha - Giống măng tại Thanh Hòa ngon, giòn hơn so với măng của các xã khác - HTX chưa đa dạng hóa sản phẩm (mới chỉ có măng muối chua) - Website/fanpage của HTX còn sơ sài, chưa có kế hoạch bán hàng, marketing cụ thể cho mặt hàng. - Chưa thống nhất được tem mác, bao bì và quy hình thức đóng gói sản phẩm.

4	HTX Hợp Thành, Bình Lương	Mật ong hoa rừng	- Thành viên HTX đã có kinh nghiệm lâu năm trong việc nuôi ong - Vùng nguyên liệu (phấn hoa) từ rừng tự nhiên với diện tích 7.182ha - Chất lượng mật đảm bảo, hiện tại HTX được doanh nghiệp xã hội Karuna tiêu thụ 50% sản lượng, 50% sản lượng còn lại HTX mong muốn được chủ động bán lẻ. - Tem nhãn, bao bì sản phẩm chưa được chuẩn hóa, - Kênh bán hàng chưa đa dạng, HTX chưa xác định được chiến lược marketing hiệu quả - Có chứng nhận OCOP 3 sao
5	HTX Chè hữu cơ Thanh Vân	Chè khô hữu cơ	- Diện tích chè trên địa bàn đạt 21ha - Hộ dân đều có kinh nghiệm trên 30 năm trồng và chế biến chè. - Chè được trồng và chế biến hoàn toàn không sử dụng phân hóa học, thuốc trừ sâu - Các chế biến chè còn đơn giản. - Sản phẩm chưa được quy chuẩn hóa về mẫu mã, tem nhãn, bao bì. - HTX chưa xác định cụ thể chiến lược bán hàng và marketing sản phẩm

3. PHẠM VI CÔNG VIỆC

3.1. Mục tiêu

- Các nhóm được trang bị kiến thức cơ bản thông qua đào tạo tập huấn nâng cao năng lực về kiến thức marketing bao gồm các kiến thức Marketing căn bản cho những người mới khởi nghiệp; quy trình làm marketing từng bước một; cách thức hình thành và xây dựng thương hiệu; áp dụng thực tế vào doanh nghiệp để tạo ra khách hàng tiềm năng; áp dụng thương hiệu vào công ty, sản phẩm, dịch vụ đến khách hàng; các thức đồng bộ hóa chiến lược marketing, thương hiệu và bán hàng.
- Các nhóm được hỗ trợ thiết kế và hoàn thiện website, logo, bộ nhận diện thương hiệu và tem nhãn và bao bì cho từng loại sản phẩm
- Các nhóm được hỗ trợ kết nối và duy trì các sản phẩm nông nghiệp trên ít nhất 01 sàn giao dịch điện tử phù hợp với từng sản phẩm của HTX.

3.2. Mô tả

- **Đối tượng:** Thành viên quản trị 05 HTX thuộc dự án tại Như Xuân, Thanh Hóa

- **Thời gian dự kiến:** 2 tháng (10 – 12/2022)
- **Quy mô:** 25 thành viên
- **Hoạt động và kết quả kỳ vọng**

TT	Mã hoạt động	Công việc	Kết quả	Số ngày tư vấn	Thời gian
1	03.02.02	Xây dựng tài liệu	Tài liệu tập huấn các kiến thức Marketing căn bản cho những người mới khởi nghiệp; quy trình làm marketing từng bước một; cách thức hình thành và xây dựng thương hiệu; áp dụng thực tế vào doanh nghiệp để tạo ra khách hàng tiềm năng; áp dụng thương hiệu vào công ty, sản phẩm, dịch vụ đến khách hàng; các thức đồng bộ hóa chiến lược marketing, thương hiệu và bán hàng.	0.5	
2	03.02.02	Hoạt động tập huấn	01 khóa tập huấn kiến thức	1	27/10/2022
3	04.01.01	Tư vấn hỗ trợ tư vấn và thiết kế/hoàn thiện website, logo, tem nhãn	- 05 website/fanpage của HTX được thiết kế/hoàn thiện một các chuyên nghiệp - 05 logo cho 05 HTX được thiết kế - 05 bộ tem nhãn, bao bì cho các sản phẩm của 05 HTX được tư vấn và thiết kế	12	19/10/2022 – 07/11/2022
4	04.01.01	Liên kết thị trường	- 05 HTX được đăng ký và thiết lập và bàn giao tài khoản trên ít nhất 01 sàn giao dịch điện tử phù hợp với từng sản phẩm của HTX. - 05 tài khoản của 05 HTX được hỗ trợ tham gia các chương trình quảng cáo trên nền tảng E-commerce nhằm quảng bá sản phẩm tới người tiêu dùng.	10	19/10/2022 – 20/12/2022

			- 05 tài khoản của 05 HTX được chăm sóc trong suốt giai đoạn thời hạn của dự án (20/12/2022) - Hỗ trợ cung cấp thông tin và kết nối tới ít nhất 01 kênh phân phối trực tiếp như hội chợ, gian hàng triển lãm tại Huyện, Tỉnh hoặc toàn quốc.		
5	04.01.01	Báo cáo sau hoạt động	01 báo cáo kết quả hoạt động	0.5	20/12/2022
Tổng				24	

4. CHI PHÍ VÀ CÔNG TÁC HẬU CẦN

Chương trình Tài chính Vi mô, Tổ chức Tầm nhìn Thế giới Việt Nam chịu trách nhiệm về:

- Chi phí tư vấn.
- Chi phí đi lại, lưu trú cho Nhà tư vấn trong thời gian thực hiện hợp đồng này.
- Liên hệ các nhóm, sắp xếp địa điểm và các công tác hậu cần khác trong quá trình tập huấn

5. CÁC YÊU CẦU ĐỐI VỚI NHÀ TƯ VẤN

5.1. Trình độ chuyên môn

- Tối thiểu trình độ đại học về quản trị kinh doanh, kinh tế, kinh tế nông nghiệp, marketing, tài chính hoặc các ngành có liên quan.

5.2. Kinh nghiệm công tác

- Tốt nghiệp đại học trở lên chuyên ngành: Marketing, Truyền thông, Quản trị kinh doanh, Kinh tế hoặc các lĩnh vực liên quan,
- Có kiến thức Marketing dày dặn, bài bản. Có kinh nghiệm xây dựng chiến lược marketing ở mọi khía cạnh (branding, sản phẩm, phân phối...),
- Có ít nhất 05 năm kinh nghiệm về marketing, nền tảng thương mại điện tử và kết nối thị trường,
- Từng làm việc cùng các tổ chức phi chính phủ quốc tế là một lợi thế.

5.3. Cam kết thời gian

Chuyên gia tư vấn phải cam kết dành thời gian toàn bộ cho công việc như đã đề ra trong TOR.

6. YÊU CẦU VỀ BÁO CÁO

Tư vấn gửi tài liệu giảng dạy trước ít nhất 2 ngày tập huấn cho Tổ chức Tầm nhìn Thế giới Việt Nam.

Trong phạm vi 5 ngày làm việc trước khi hợp đồng kết thúc, tư vấn gửi cho tổ chức Tầm nhìn Thế giới báo cáo kết quả hoạt động của gói tư vấn bao gồm kết quả đạt được và bài học kinh nghiệm rút ra.

Trong vòng 5 ngày làm việc nhận được tài liệu, tổ chức Tầm nhìn Thế giới Việt Nam sẽ có phản hồi và cùng trao đổi, thống nhất nội dung của các tài liệu trên.

7. YÊU CẦU TRONG QUÁ TRÌNH THỰC HIỆN TẬP HUẤN

- Tuân thủ các giá trị cốt lõi của tổ chức Tầm nhìn Thế giới Việt Nam, luật pháp của Việt Nam và phong tục tập quán địa phương.
- Thực hiện nghiêm chỉnh chính sách bảo vệ trẻ em của Tầm nhìn thế giới Việt nam theo như bản cam kết đã ký.
- Toàn bộ tài liệu, thông tin có được từ công việc phải được giao lại cho tổ chức Tầm nhìn Thế giới Việt Nam và chỉ được sử dụng cho công việc được ký kết trong hợp đồng. Khi có nhu cầu sử dụng cho mục đích khác, tư vấn phải được sự đồng ý bằng văn bản của Tầm nhìn Thế giới Việt Nam.