

**CUỘC THI Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO
MITC STARTUP NĂM 2023**

Chủ đề cuộc thi: HIỆN ĐẠI – ĐỔI MỚI – TÀI NĂNG – SÁNG TẠO
Modern - Innovation – Talent – Creation

TRÀ KOMBUCHA TRÁI CÂY ORGANIC SCOOPYDOO

Lĩnh vực: Thực phẩm

Đơn vị dự thi : Sinh viên trường đại học Nha Trang

NHÓM SCOOPYDOO

Khánh Hòa, Tháng 05/2023

BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN

1. Trưởng nhóm dự án: Trần Ánh Ngọc
2. Số điện thoại liên hệ: 0349761461
3. Địa chỉ Email: Trananhngoccr@gmail.com
4. Danh sách thành viên trong nhóm

| Họ và tên | Năm thứ | Chuyên ngành | Kinh nghiệm, sở trường cho dự án |
|--------------------|----------------|---------------------|---|
| Trần Ánh Ngọc | 2 | Marketing | Sản xuất sản phẩm, Marketing |
| Lê Băng Trinh | 2 | Marketing | Sản xuất sản phẩm, Marketing |
| Tương Hồ Hiếu Ngân | 2 | Marketing | Sản xuất sản phẩm, Marketing |

II. Tóm tắt dự án

1. Tên ý tưởng: Trà kombucha trái cây Organic Scoobydoo

2. Mô tả sản phẩm: Đây là một loại thức uống tự nhiên được làm từ chất lên men từ loại nấm thủy sâm – Kombucha và trái cây tươi. Sản phẩm không những có vị ngon mà còn cung cấp nhiều dưỡng chất cho cơ thể như các enzyme, vi khoáng, axit amin và chất chống oxy hóa. Đây là nguồn thực phẩm chứa nhiều lợi khuẩn Probiotics giúp duy trì hệ vi sinh vật đường ruột và cải thiện hệ tiêu hóa. Thêm vào đó Kombucha có chứa nhiều loại enzyme giúp giảm cholesterol, giúp cải thiện quá trình trao đổi chất. Sản phẩm còn có tác dụng tăng cường hệ miễn dịch nhờ vào các chất chống oxy hóa như vitamin C và E, beta-caroten và polyphenols. Ngoài ra, uống trà kombucha cũng giúp giảm căng thẳng và tăng cường năng lượng cho cơ thể.

3. Mục tiêu của dự án:

a) Năm thứ nhất:

- Có được lượng khách hàng trung thành với sản phẩm.
- Có thể linh hoạt kinh doanh sản phẩm qua các kênh phân phối trực tiếp và cả gián tiếp trong địa bàn Nha Trang.

b) Năm thứ 3:

- Phát triển thêm các loại trà kombucha mới, mang lại nhiều lợi ích hơn đối với khách hàng.

- Mở rộng chi nhánh ở khắp các tỉnh thành Việt Nam.

- Chất lượng sản phẩm của thương hiệu luôn đi đầu ở Việt Nam.

- Xây dựng hệ thống quản lý bán hàng và dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp.

c) Năm thứ 5:

- Bắt đầu đưa sản phẩm ra thị trường quốc tế.

- Trở thành thương hiệu có uy tín và khẳng định vị trí trong lĩnh vực các thực phẩm chức năng.

- Mở rộng sản phẩm sang các thị trường mới và đa dạng hóa sản phẩm hơn.

- Tăng cường nghiên cứu và phát triển công nghệ sản xuất đạt chuẩn quốc tế.

4. Thị trường mục tiêu: Nhóm khách hàng quan tâm đến chế độ ăn uống lành mạnh và quan tâm tới sức khỏe bản thân và những người xung quanh. Đặc biệt là những người yêu thích các loại thức uống tự nhiên và có chế độ ăn thuần chay.

5. Đối thủ cạnh tranh lớn trong ngành hiện có là Star Kombucha với sản phẩm trà kombucha đóng lon. Ngoài ra còn có Ngonquacha với sản phẩm trà kombucha đóng chai.

- Điểm khác biệt: Các sản phẩm đóng chai, đóng lon đa phần thường được sản xuất công nghiệp, có chứa hương liệu và chất bảo quản để kéo dài tuổi thọ nên sẽ không còn nhiều tác dụng đối với sức khỏe như ban đầu thì sản phẩm của Scoobydoo là sản phẩm organic được ủ lên men tại xưởng và còn có thể làm sản phẩm theo yêu cầu riêng của mỗi khách hàng như độ chua, hương vị trái cây...

6. Dự báo tài chính:

- Số vốn dự kiến: khoảng từ 100 triệu đồng đến 200 triệu đồng.
- Phân bổ vốn cho dự án sản xuất trà kombucha trái cây organic:
 - Khoảng 30-40% cho chi phí sản xuất, bao gồm việc mua thiết bị, nguyên liệu, chi phí vận chuyển và lưu trữ sản phẩm.
 - Khoảng 20-30% cho chi phí quảng cáo và tiếp thị sản phẩm, bao gồm việc tạo website, quảng cáo trực tuyến, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng và các hoạt động PR.
 - Khoảng 20-30% cho chi phí quản lý và tài chính, bao gồm các chi phí cho thuê nhân viên, chi phí hành chính và chi phí tài chính.
- Khả năng sinh lợi nhuận từ dự án sản xuất trà kombucha trái cây organic Scoobydoo là đa số khách hàng hiện nay là người tiêu dùng thông minh. Đối với thị trường Việt Nam thì khi lựa chọn mua các sản phẩm tốt cho sức khỏe thì các sản phẩm Organic sẽ được ưu tiên hàng đầu.

BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN

I. TỔNG QUAN DỰ ÁN

1. Giai đoạn của dự án

- Dự án đã có sản phẩm thử nghiệm là Trà kombucha xoài và Trà kombucha Thanh Long.



2. Mô tả tổng quan

| ĐỐI TÁC CHÍNH | HOẠT ĐỘNG CHÍNH | GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ | QUAN HỆ KHÁCH HÀNG | PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG |
|--|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Các nhà cung cấp cung cấp nguyên liệu: đảm bảo được chất lượng của sản phẩm. - Các đối tác marketing (Các KOL, Mạng xã hội Facebook, Ingtaram...): Quảng bá sản phẩm đến nhiều người. | <ul style="list-style-type: none"> - Chuẩn bị nguyên liệu và sản xuất - Bán hàng - Marketing - Chăm sóc khách hàng | <ul style="list-style-type: none"> - Nhận được nhiều lợi ích về sức khỏe: tăng cường hệ miễn dịch, chống oxy hóa, cung cấp nhiều lợi khuẩn cho cơ thể. - Trải nghiệm sự tươi ngon khi thưởng thức trà. | <ul style="list-style-type: none"> - Tương tác với khách hàng thông qua các trạng mạng xã hội (tư vấn, chăm sóc khách hàng) Facebook, Tiktok. - Nhận phản hồi của khách hàng khi mua hàng thông qua trang thương mại điện tử như shoppe, Lazada - Hotline tư vấn và chăm sóc khách hàng | <ul style="list-style-type: none"> - Nhóm khách hàng quan tâm đến chế độ ăn uống lành mạnh và quan tâm tới sức khỏe. Đặc biệt là những người yêu thích các loại thức uống tự nhiên và có chế độ ăn thuần chay. |

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| - Nơi phân phối (Trang thương mại điện tử, phân phối trực tiếp) | NGUỒN LỰC CHÍNH - Nguồn lực tài chính: Vốn góp và vốn vay ngân hàng. - Nhân lực: sản xuất, bán hàng, nhân viên marketing... - Thiết bị và công cụ | | CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG - Các trang mạng xã hội Facebook, Instagram, Tiktok - Trang web riêng của Scoopydoo - Các trang thương mại điện tử như shoppe, Lazada... | |
| CƠ CẤU CHI PHÍ - Chi phí nguyên vật liệu: con men giống, trà, đường...(khoảng 40%) - Chi phí nhân sự (khoảng 20%) - Chi phí truyền thông (khoảng 10%) - Chi phí hoạt động: nhiên liệu, viễn thông...(khoảng 5%) - Chi phí trang thiết bị, dụng cụ: bình thủy tinh, khăn lọc, nồi... | | ĐỒNG DOANH THU - Doanh thu từ khách lẻ - Doanh thu từ khách sỉ | | |

II. CHI TIẾT DỰ ÁN

1. Mô tả sản phẩm dự án, cách vận hành

Sản phẩm Trà kombucha hoa quả organic Scoopydoo tạo ra từ quá trình lên men từ các loại trà, đường kết hợp với nấm thủy sâm-kombucha. Sau khoảng thời gian từ 7 đến 10 ngày chúng ta thu được sản phẩm là trà kombucha F1. Sau đó tiếp tục ủ trà cùng với trái cây tươi ít nhất là 2 ngày. Lúc này chúng ta sẽ thu được một loại trà dưỡng sinh có gas mang hương vị chua ngọt và thơm lừng mùi trái cây.

Công dụng của trà kombucha trái cây đối với cơ thể:

- Hỗ trợ hệ tiêu hóa
- Tăng cường hệ miễn dịch
- Giúp giảm căng thẳng và cải thiện tâm trạng
- Giảm mức đường huyết và đáng kể giảm nguy cơ bệnh tiểu đường
- Giúp tăng cường sức khỏe tim mạch

2. Tính độc đáo, sáng tạo

Đã có nhiều doanh nghiệp đã dùng trà kombucha làm sản phẩm kinh doanh và đã nhận được sự yêu thích của khách hàng, sản phẩm chủ yếu của họ là các loại trà kombucha đóng lon, đóng chai, rất tiện lợi. Nhưng sự khác biệt của sản phẩm của chúng tôi là hình thức ngâm thủ công, với các thành phần Organic, không qua quá trình sản xuất công nghiệp. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng dễ dàng linh hoạt với các nhu cầu về hương vị của khách hàng, họ có thể yêu cầu mix nhiều loại trái cây với nhau, loại trà sử dụng...

3. Thuyết minh về mô hình kinh doanh

Sản phẩm của Scoopydoo không chỉ là một thức uống bổ dưỡng mà còn có độ thơm ngon rất đặc biệt, bạn sẽ cảm nhận được hương vị chua ngọt của trái cây pha trộn với hương thơm đặc trưng của trà kombucha, mang lại cảm giác tươi mát và sảng khoái cho người uống. Bởi những lợi ích đó mà trà kombucha thường được dùng làm quà tặng cho những người thân yêu.

Những khách hàng sẽ ưa chuộng mặt hàng này là những người quan tâm đến sức khỏe, đang giảm cân, thích sử dụng các sản phẩm có thành phần tự nhiên. Ngoài ra có thể thu hút những người đang tìm kiếm một loại thức uống mới, độc đáo và có hương vị phong phú.

Chúng tôi dự định sẽ phân phối trực tiếp từ cửa hàng riêng, cửa hàng bán sản phẩm organic và các tiệm cafe. Đồng thời cũng sẽ phân phối gián tiếp thông qua trang thương mại điện tử Shoppe, mạng xã hội Tiktok và Intagram vì các trang mạng này có độ phủ sóng cao, có sự đề xuất tới những khách hàng quan tâm, nhờ vậy mà nhiều người sẽ biết đến và mua sản phẩm.

Để có thể chủ động tìm kiếm khách hàng, chúng tôi đã lên kế hoạch về việc xây dựng content trên các trang mạng xã hội có tác động đến nhu cầu của khách hàng như các nội dung *Những lợi ích của trà kombucha, Quy trình sản xuất trà của Scoopydoo...*

Hình thức kinh doanh của dự án này là kết hợp giữa online và offline. Xây dựng tài khoản trên các sàn thương mại kết hợp với kinh doanh trực tiếp với khách hàng tại Nha Trang. Để có thể hiện thức hóa dự án chúng tôi cần phải chuẩn bị kỹ càng các nguồn lực về tài chính từ góp vốn cũng như kêu gọi các nhà đầu tư, nguồn lực về nhân sự trong các khâu sản xuất, quản lý, bán hàng... Và trang bị đầy đủ các trang thiết bị nhằm phục vụ sản xuất và kinh doanh.

Những đối tác kinh doanh chủ yếu là các nhà cung cấp cung cấp nguyên liệu, đảm bảo được chất lượng đầu vào của sản phẩm. Bên cung cấp trang thiết bị, vật dụng để sản xuất. Bên cạnh đó để đảm bảo đầu ra còn có các đối tác là các cửa hàng bán lẻ.

Mô hình bao gồm các nguồn doanh thu từ bán trực tiếp tại cửa hàng, bán trực tuyến, bán cho các cửa hàng và tiệm cafe.

4. Kết quả tiềm năng của dự án

Mô hình kinh doanh sản phẩm trà kombucha trái cây organic thủ công ở Việt Nam có tiềm năng phát triển đáng kể.

Thị trường kombucha ở Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển, nhưng vẫn chưa được khai thác hết tiềm năng của nó. Tuy nhiên, với xu hướng ngày càng tăng của người tiêu dùng quan tâm đến sức khỏe và sản phẩm

hữu cơ, việc tập trung vào sản xuất trà kombucha trái cây organic thủ công sẽ giúp tạo ra một lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

Tính khả thi của dự án là hoàn toàn có thể. Quy trình sản xuất trà kombucha khá đơn giản nhưng để có thể kinh doanh cần phải có sự tư vấn từ các chuyên gia để đảm bảo sự an toàn đối với sức khỏe người tiêu dùng. Ngoài ra, nguồn nguyên liệu trái cây organic có thể được tìm thấy ở Việt Nam với giá cả hợp lý, điều này giúp giảm thiểu chi phí sản xuất và tăng tính khả thi của dự án.

Giá thành của một chai trà kombucha trái cây organic thủ công có thể cao hơn so với các loại nước giải khát thông thường, nhưng nó vẫn có thể hấp dẫn đối với khách hàng quan tâm đến sức khỏe và sản phẩm hữu cơ. Việc xây dựng thương hiệu và quảng bá sản phẩm thông qua các kênh truyền thông xã hội và các sự kiện cộng đồng có thể giúp tăng doanh số bán hàng và lợi nhuận của dự án.

Sản xuất trà kombucha trái cây organic thủ công là một ý tưởng mới lạ và có tính sáng tạo, điều này giúp tạo ra sự khác biệt và thu hút khách hàng tiềm năng. Nếu có thể kết hợp đúng loại trái cây và tạo ra những hương vị độc đáo, thì sản phẩm có thể trở thành một lựa chọn hàng đầu trên thị trường.

Mức độ cạnh tranh trên thị trường: Hiện nay, thị trường kombucha ở Việt Nam đang còn khá mới mẻ và chưa được phát triển hoàn thiện. Tuy nhiên, có một số thương hiệu kombucha đã xuất hiện trên thị trường và đang cạnh tranh với nhau để thu hút khách hàng. Để thành công trên thị trường này thì cần phải liên tục nghiên cứu tìm ra những cách để tạo ra sự khác biệt và cạnh tranh với các thương hiệu khác.

5. Chiến lược phát triển (năng lực cạnh tranh)

- Chiến lược phát triển:

- Tập trung vào việc truyền thông quảng bá sản phẩm đến các khách hàng tiềm năng.
- Phát triển các kênh phân phối rộng rãi, đặc biệt là trên các nền tảng trực tuyến
- Tăng cường độ nhận diện thương hiệu thông qua các chiến lược truyền thông đánh vào nhu cầu khách hàng, chỉ rõ điểm khác biệt của thương hiệu và tăng độ tin cậy của khách hàng thông qua chất lượng và dịch vụ.

- Điểm mạnh của dự án là sản phẩm độc đáo và thân thiện với môi trường, trà kombucha trái cây organic thủ công được làm từ các thành phần tự nhiên và không chứa bất kỳ hóa chất hay chất bảo quản. Đây là sản phẩm an toàn và thân thiện với môi trường.

- Điểm cần khắc phục: Chưa có nhiều người tiêu dùng hiểu rõ về sản phẩm. Trà kombucha trái cây organic thủ công là một sản phẩm mới mẻ tại Việt Nam, do đó nhiều người tiêu dùng vẫn chưa biết đến sản phẩm. Do đó, mô hình kinh doanh cần phải tập trung vào việc quảng bá sản phẩm và giáo dục khách hàng.
- Nhìn nhận về cơ hội:
 - Tăng độ tin cậy của thương hiệu: Một trong những điểm mạnh của Trà kombucha trái cây organic thủ công là sự độc đáo và an toàn của sản phẩm. Việc tăng độ tin cậy và uy tín của thương hiệu sẽ giúp thu hút nhiều khách hàng tiềm năng.
 - Phát triển phân phối sản phẩm: Để tăng cường sự hiện diện của sản phẩm trên thị trường, mô hình kinh doanh cần phải phát triển các kênh phân phối rộng rãi, đặc biệt là trên các nền tảng bán hàng trực tuyến.
- Thách thức cần vượt qua: Ngành thức uống tại Việt Nam đang trở thành một lĩnh vực cạnh tranh khốc liệt, do đó mô hình kinh doanh cần phải phát triển các chiến lược marketing và bán hàng để tạo ra sự khác biệt và thu hút khách hàng.