

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



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

Dự án: SẢN XUẤT PHÂN BÓN TỪ RƠM VÀ BỎ TRÁU

Lĩnh vực: Nông nghiệp

Đơn vị dự thi: Trường cao đẳng Công Thương Miền Trung

TÊN NHÓM: CON NHÀ NÔNG

Nhóm gồm 3 thành viên: Lớp CĐT M44A

- 1. Nguyễn Thị Thúy Nga**
- 2. Phạm Thị Thu Trang**
- 3. Hồ Hải Dương**

Phú Yên, ngày 20 tháng 04 năm 2023

MỤC LỤC

I. Tên nhóm/cá nhân dự thi	3
II. Tóm tắt dự án	3
1. Ý tưởng chính của dự án: Làm phân bón từ rơm và vỏ trấu	3
I. LÝ DO LỰA CHỌN Ý TƯỞNG	12
II. GIỚI THIỆU DỰ ÁN KINH DOANH	12
2.1 Tên ý tưởng.....	12
2.2 Vốn đầu tư ban đầu.....	12
2.3 Địa điểm kinh doanh.....	12
2.4 Kế hoạch nhân sự.....	13
2.5 Tầm nhìn, sứ mệnh và slogan.....	13
III. NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG	14
3.1. Phân tích thị trường.....	14
3.2. Đối thủ cạnh tranh:	14
3.3. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường.....	14
4. Ma trận SWOT	15
IV. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH	16
4.1 Vốn cố định:	16
4.2 Vốn biến đổi:	16
4.3 Kế hoạch kinh doanh	17
4.4 Kế hoạch thực hiện.....	19
V. CHIẾN LƯỢC MARKETING	20
5.1 Lựa chọn phân khúc thị trường	20
5.2 Khách hàng mục tiêu	20
5.3 Chiến lược sản phẩm	21
5.4 Chiến lược quảng cáo	21
5.5 Chiến lược thu hút, tạo mối quan hệ với khách hàng.....	22

BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN

I. Tên nhóm/cá nhân dự thi

1. Họ và tên: Nguyễn Thị Thúy Nga
2. Số điện thoại liên hệ: 0328308057
3. Địa chỉ Email: thuynga28032003@gmail.com
4. Danh sách thành viên trong nhóm

Stt	Họ và tên	Năm thứ	Chuyên ngành	Kinh nghiệm, sở trường cho dự án
1	Nguyễn Thị Thúy Nga	2	KDTM	
2	Phạm Thị Thu Trang	2	KDTM	
3	Hồ Hải Dương	2	KDTM	

II. Tóm tắt dự án

1. Ý tưởng chính của dự án: Làm phân bón từ rom và vỏ trấu.

2. Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án:

a. Lý do lựa chọn ý tưởng:

- Tài nguyên dồi dào: Rom và vỏ trấu là sản phẩm phụ của quá trình sản xuất nông nghiệp. Thường xuyên phải loại bỏ chúng sẽ tạo ra rác thải và gây khó khăn trong việc xử lý. Tuy nhiên, nếu sử dụng chúng để làm phân bón, có thể giúp tận dụng tài nguyên này một cách hiệu quả.

- Phân bón tự nhiên: Phân bón từ rom và vỏ trấu là loại phân bón tự nhiên hoàn toàn không có hóa chất độc hại. Việc sử dụng phân bón hữu cơ không chỉ thân thiện với môi trường mà còn giúp cung cấp các dưỡng chất cho đất, từ đó giúp tăng năng suất của cây trồng.

- Tiết kiệm chi phí: Tạo phân hữu cơ từ rom và vỏ trấu là một cách phù hợp với những chủ trang trại, vườn nhỏ. So với việc mua các loại phân bón hóa học đắt tiền, việc làm phân bón từ rom và vỏ trấu sẽ giúp bạn tiết kiệm được một khoản chi phí đáng kể.

b. Giá trị của dự án:

* Đối với cây trồng:

- Bổ sung lượng lớn chất đạm để cây phát triển
- Cải thiện đất bạc màu, thiếu chất dinh dưỡng
- Dễ dàng sử dụng có thể trực tiếp hoặc pha loãng với nước
- Ngăn ngừa các tác nhân gây bệnh từ bên trong như vi khuẩn gây hại
- Ngăn chặn các loại sâu hại, côn trùng phá hoại

- Tổng hợp các enzym và phân giải các chất xơ
- Tạo độ tơi xốp cho đất giúp cây phát triển
- Giúp cây hấp thụ chất dinh dưỡng tốt hơn
- Cải thiện độ thoát nước của đất: Phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp giữ ẩm đất và cải thiện độ thoát nước của đất, giúp ngăn ngừa tình trạng đất khô cằn

** Đối với môi trường*

- Phân bón thân thiện với môi trường
- Tận dụng được nguồn nguyên liệu sẵn có
- Cải tạo và bảo vệ môi trường đất
- Giảm thiểu ô nhiễm môi trường
- Tái chế chất thải: việc chuyển đổi vỏ trấu và rơm thành phân bón giúp giảm số lượng chất thải và rác thải trong môi trường.

** Đối với người tiêu dùng*

- Tiết kiệm chi phí: giá bán thấp
- Không sử dụng các hóa chất độc hại gây ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng
- Tăng hiệu suất sản xuất cây trồng: Phân bón từ vỏ trấu và rơm có tác dụng nguồn cung cấp chất dinh dưỡng cho cây trồng, giúp giảm sử dụng phân bón hóa học và tăng hiệu quả sản xuất nông nghiệp

3. Mục tiêu của dự án

- Năm 1: Ra mắt sản phẩm, quảng bá đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng
- Năm 2: Liên kết với các vườn ươm hạt giống
- Năm 3: Mở nhiều cửa hàng chi nhánh và nhà máy sản xuất
- Năm 4: Xây dựng thương hiệu riêng và chỗ đứng vững chắc trong thị trường phân bón

4. Xác định thị trường mục tiêu

- Các hộ nông dân, nhà vườn
- Những người yêu thích việc trồng và chăm sóc cây cảnh

5. Xác định đối thủ cạnh tranh và điểm khác biệt của Dự án

a. Đối thủ cạnh tranh

- Phân hóa học
- Phân bón vi sinh
- Phân bón tổng hợp

b. Điểm khác biệt của dự án

- Không sử dụng chất hóa học, không gây hại ảnh hưởng đến môi trường
- Không gây hại đến sức khỏe của người tiêu dùng
- Tận dụng được nguồn nguyên liệu dư thừa của người nông dân
- Cung cấp chất dinh dưỡng tự nhiên cho cây trồng
- Giá cả thấp hơn các loại phân bón trên thị trường

6. Dự báo tài chính

a. Số vốn cần để triển khai dự án:

Số vốn cần để triển khai dự án:

○ *Vốn đầu tư ban đầu:*

- Chi phí mua thiết bị sản xuất: 68,1 triệu đồng.
- Chi phí khác: 10 triệu đồng.

☞ Tổng số vốn cần: 78,1 triệu đồng.

○ *Chi phí biến đổi:*

- Chi phí thuê mặt bằng: 3 triệu đồng/tháng.
- Chi phí nguyên vật liệu đầu vào: 82 triệu đồng/ tháng
- Chi phí nhân công : 40 triệu đồng/ tháng
- Chi phí khác (bao gồm marketing, điện,..): 52,7 triệu đồng

☞ Tổng chi phí biến đổi hàng tháng: 177,7 triệu đồng

Tổng số vốn và chi phí của dự án : 255,8 triệu đồng

Phân bổ vốn:

- 60% cho việc mua thiết bị sản xuất, chi phí nhân công và cải tạo mặt bằng.
- 34% cho việc mua nguyên liệu và chi phí khác.
- 6% cho việc giải quyết các chi phí khác trong quá trình sản xuất và kinh doanh.

Khả năng sinh lợi nhuận:

- Giá bán phân bón: trung bình 10.000 đồng/kg.
- Doanh thu: 253,8 triệu đồng/ tháng
- Lợi nhuận : 58,1 triệu đồng / tháng
- Thời gian thu hồi vốn và bắt đầu sinh lời : \approx 5 tháng (đây là con số dự kiến)

BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN

I. TỔNG QUAN DỰ ÁN

1. Dự án thuộc giai đoạn:

Đã hình thành dự án, đã có sản phẩm mẫu, dịch vụ có thể thử nghiệm, có người dùng thử nghiệm.

Thông thường rom các hộ nông dân chỉ dùng rom để làm thức ăn cho bò hoặc nhóm lửa sưởi ấm cho các loài vật vào mùa mưa, còn vỏ trấu thường được các hộ nông dân dùng để nấu búp củi sau đó dùng tro từ vỏ trấu để lót chuồng hoặc trộn vào đất để trồng các loại cây ăn quả, cây ngắn ngày.

Tuy nhiên, chúng em đã lựa chọn 1 biện pháp đổi mới hơn đối với rom và vỏ trấu, chúng em tận dụng nó để tạo thành phân bón cho cây trồng, giúp cây tăng trưởng và phát triển tươi tốt mà không hề có chứa các chất hóa học, chất độc hại nào đối với cây trồng cũng như môi trường đất và môi trường xung quanh.

Việc tận dụng các nguồn nguyên liệu sẵn có này giúp các hộ nông dân không những có thêm thu nhập từ việc bán rom và vỏ trấu cho chúng em, mà đi kèm với đó họ sẽ giảm mức chi tiêu cho việc mua phân bón cho các vụ mùa ở mức thấp nhất.

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 hộ nông dân- Các nhà máy gạo	<ul style="list-style-type: none">Sản xuất phân bónKinh doanh phân bón	<ul style="list-style-type: none">- Tiết kiệm chi tiêu- Thân thiện với môi trường- Không ảnh hưởng tới sức khỏe người tiêu dùng	<ul style="list-style-type: none">- Khiết khẩu cho các nhà phân phối, bán sỉ, bán lẻ khi mua số lượng lớn- Tặng bao tay nhựa cho khách hàng thân thiết	<ul style="list-style-type: none">- Độ tuổi: Từ 22 tuổi trở lên- Hộ nông dân, nhà vườn, người yêu thích việc trồng và chăm sóc cây cảnh
	NGUỒN LỰC CHÍNH <ul style="list-style-type: none">- Nhân lực: Đội ngũ thu mua nguyên liệu, đội ngũ sản xuất, đội ngũ nhân viên bán hàng		CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG <ul style="list-style-type: none">- Website- Các trang thương mại điện tử.Tiktok shop.Fanpage, quảng cáo trên các hội nhóm.	

CƠ CẤU CHI PHÍ	DÒNG DOANH THU
<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Vốn đầu tư ban đầu:</i> - Chi phí mua thiết bị sản xuất: 68,1 triệu đồng. - Chi phí khác: 10 triệu đồng. <p>☞ Tổng số vốn cần: 78,1 triệu đồng.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Chi phí biến đổi:</i> - Chi phí thuê mặt bằng: 3 triệu đồng/tháng. - Chi phí nguyên vật liệu đầu vào: 82 triệu đồng/ tháng - Chi phí nhân công : 40 triệu đồng/ tháng - Chi phí khác (bao gồm marketing, điện,..): 52,7 triệu đồng <p>☞ Tổng chi phí biến đổi hằng tháng: 177,7 triệu đồng</p> <p>Tổng số vốn và chi phí của dự án : 255,8 triệu đồng</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sản xuất và phân phối phân bón cho các đại lý - Bán phân bón tại cửa hàng

II. CHI TIẾT DỰ ÁN

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

* Quy trình làm phân bón từ rom và vỏ trấu:

- Bước 1 : Rom và vỏ trấu sau khi được thu thập tiến hành làm sạch và phơi khô
- Bước 2: Cắt và xay nhuyễn thành các mẫu nhỏ.
- Bước 3: Trộn đều rom, vỏ trấu, men vi sinh theo tỉ lệ 1:1:2 và ủ hỗn. Ủ và trộn đều hỗn hợp 12h 1lần và liên tục như vậy trong vòng 4-6 ngày (điều này sẽ giúp vi sinh vật phân hủy nhanh hơn và đồng đều, thời tiết Phú Yên nắng nhiều và gió mát là điều kiện lý tưởng trộn phân bón từ rom, vỏ trấu và men vi sinh giúp phân hủy nhanh chóng và hiệu quả cao.)
- Bước 4: Sau khi ủ xong phân bón sẽ có mùi thơm và màu nâu đen và tiếp tục được sấy khô để loại bỏ độ ẩm và giảm thiểu khả năng phát triển của vi khuẩn .
- Bước 5: Đóng gói: phân bón được đóng gói vào các túi theo tỉ lệ 750g, 3kg, 5kg, 10kg, 20kg, 50kg và đóng dấu logo thương hiệu sau đó được vận chuyển đến kho bảo

quản, lưu trữ và sau đó xuất kho vận chuyển đến các cửa hàng và nhà phân phối sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu để đưa sản phẩm đến với khách hàng.

*** Mô hình sản xuất kinh doanh phân bón:**

Vừa sản xuất để cung cấp, bán sỉ, bán lẻ tại các đại lí, cửa hàng bán sỉ, bán lẻ cùng với đó là vừa tự bán phân bón tại cửa hàng riêng của mình.

*** Vận hành:**

- 3 tháng đầu tiên mức tiêu thụ sản phẩm còn ít, mọi người chưa được biết đến sản phẩm mới cũng như chưa tiếp cận được với thị trường tiêu thụ, tuy vẫn thực hiện các chiến lược quảng bá sản phẩm, đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng nhưng vẫn rất khó tăng doanh số nên chỉ đưa ra định mức bán hàng vừa phải cho tháng đầu tiên.

-> Ảnh hưởng từ hoạt động marketing từ tháng 3 tháng đầu, sản phẩm bắt đầu thu hút được khách hàng mục tiêu, quá trình quảng bá sản phẩm vẫn tiếp tục. Do đó, dự tính định mức bán hàng sẽ tăng lên.

- Các tháng tiếp theo, người tiêu dùng biết đến sản phẩm của doanh nghiệp nhiều hơn, đã có những khách hàng quen thuộc, hoạt động quảng bá vẫn tiếp tục. Tình hình kinh doanh dần ổn định. Định mức bán hàng sẽ tăng lên và ổn định.

-> Tổ chức các chương trình để hỗ trợ hoạt động Marketing trên FaceBook nhằm thu hút khách hàng, tổ chức các chương trình khuyến mãi, tặng kèm khi mua sản phẩm (ví dụ như: mua phân bón tặng kèm bao tay nhựa trồng cây), nhờ bạn bè người thân giới thiệu bằng phương pháp marketing truyền miệng.

2. Tính độc đáo, sáng tạo

- Sản phẩm được sản xuất từ nguồn nguyên liệu tái chế giúp giảm thiểu tác động đến môi trường và tài nguyên thiên nhiên. Đồng thời phân bón từ rơm và vỏ trấu cũng giúp cải thiện đất đai tăng năng suất cây trồng và giảm sự phụ thuộc vào phân bón hóa học.

- Phân bón từ rơm và vỏ trấu là sản phẩm hữu cơ không chứa hóa chất độc hại như các loại phân bón hóa học. Việc sử dụng sản phẩm này sẽ giúp giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

- Rơm và vỏ trấu chứa nhiều chất dinh dưỡng cần thiết cho cây trồng như đạm, photpho, kali, canxi, magie, sắt,... Sử dụng phân bón từ rơm và vỏ trấu sẽ giúp cải thiện chất lượng đất tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp.

- Sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu có dạng bột hoặc hạt nhỏ dễ dàng sử dụng và phân bố đều trên đất.

- Có thể được sử dụng cho nhiều loại cây trồng khác nhau từ cây trồng nông nghiệp rau củ quả cho đến cây trồng công nghiệp.

- Đặc biệt tận dụng rơm và vỏ trấu làm phân bón giúp giảm thiểu sự lãng phí tài nguyên bởi vì rơm và vỏ trấu thường bị bỏ phí hoặc đốt cháy trong khi đó chúng có thể được sử dụng để sản xuất phân bón tự nhiên.

- Tăng khả năng chống chịu của cây trồng phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp tăng khả năng chống chịu của cây trồng với các tác nhân bệnh hại và thời tiết khắc nghiệt.

- Giá thành tương đối thấp hơn so với các loại phân bón hóa học. Giúp tiết kiệm cho người tiêu dùng.

3. Thuyết minh về mô hình kinh doanh

- Là một mô hình kinh doanh tiềm năng và bền vững trong lĩnh vực nông nghiệp. Rơm và vỏ trấu là những sản phẩm phụ sinh từ sản xuất nông nghiệp mà thường không được sử dụng hiệu quả. Việc tái chế và chuyển đổi chúng thành phân bón không chỉ giảm thiểu rác thải trong môi trường mà còn tạo ra sản phẩm hữu ích giúp tăng năng suất đất đai và sản lượng nông sản.

- Mô hình kinh doanh này bắt đầu bằng việc thu mua rơm và vỏ trấu từ các trang trại trong khu vực hoặc từ các đơn vị chế biến gạo. Sau đó, nguyên liệu được xử lý và chuyển đổi thành phân bón hữu cơ thông qua quá trình lên men vi sinh. Phân bón sản xuất ra có chứa nhiều dinh dưỡng và vi lượng cần thiết cho cây trồng, giúp tăng cường sức đề kháng và khả năng chống chịu của cây trồng.

- Ưu điểm: Hạn chế được sự lãng phí tài nguyên, tạo ra giá trị thêm từ những sản phẩm phụ của nông nghiệp và làm giảm chi phí cho việc mua phân bón từ ngoài. Bên cạnh đó, sản phẩm phân bón tự nhiên giúp bảo vệ môi trường và đảm bảo an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng.

- Tuy nhiên, mô hình kinh doanh này cũng có một số thách thức như cần đầu tư vào các thiết bị, máy móc và kỹ thuật để sản xuất phân bón. Ngoài ra, cần có kế hoạch thu mua và vận chuyển nguyên liệu đến nhà máy sản xuất để đảm bảo nguồn nguyên liệu ổn định và chất lượng sản phẩm đồng đều.

☞ Tổng kết lại, mô hình kinh doanh dự án sản xuất phân bón từ rơm và vỏ trấu có tiềm năng phát triển tại các vùng nông thôn của Việt Nam. Với sự chú trọng vào nghiên cứu, đầu tư và quản lý hiệu quả, mô hình này có thể mang lại lợi ích kinh tế, môi trường và xã hội cho cộng đồng.

4. Kết quả tiềm năng của dự án

- Giảm thiểu lượng rác thải trong môi trường: Việc sử dụng rơm và vỏ trấu để sản xuất phân bón giúp giảm thiểu lượng chất thải từ sản xuất nông nghiệp vào môi trường. Việc xử lý chất thải một cách hiệu quả và bảo vệ môi trường luôn là nhiệm vụ quan trọng của các doanh nghiệp sản xuất.

- Tạo ra giá trị từ sản phẩm phụ của nông nghiệp: Rơm và vỏ trấu thường là sản phẩm phụ của nông nghiệp, thường xuyên được bỏ lãng sử dụng hoặc đốt cháy. Nhưng qua việc sản xuất phân bón từ chúng sẽ giúp tạo ra giá trị thêm từ những sản phẩm phụ của nông nghiệp và giảm lượng rác thải nhựa.

- Tăng năng suất đất đai và sản lượng nông sản: Phân bón từ rơm và vỏ trấu có chứa các dưỡng chất và vi lượng cần thiết cho cây trồng, giúp cải thiện chất lượng đất đai và tăng sản lượng nông sản. Điều này có thể giúp cho người nông dân tăng thu nhập và cải thiện chất lượng đời sống.

- Hạn chế chi phí vì không cần mua phân bón từ bên ngoài: Sử dụng phân bón sản xuất từ rơm và vỏ trấu sẽ giúp hạn chế chi phí cho việc mua phân bón từ bên ngoài.

- Bảo vệ sức khỏe con người do không dùng phân bón hóa học: Phân bón từ rơm và vỏ trấu có tính năng kháng vi sinh vật, giúp đảm bảo an toàn thực phẩm và bảo vệ sức khỏe cho người tiêu dùng

5. Tự đánh giá tác động của dự án

a. Tác động đến môi trường

Giảm thiểu chất thải: Dự án này giúp giảm thiểu lượng rơm và vỏ trấu bị bỏ phí giúp giảm thiểu chất thải và ô nhiễm môi trường

b. Tác động xã hội

Tăng năng suất nông nghiệp: Phân bón từ rơm và vỏ trấu có chứa nhiều chất dinh dưỡng giúp tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp.
Giảm chi phí sản xuất: Sử dụng phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp giảm chi phí sản xuất do không cần mua phân bón hóa học.

c. Tính hiệu quả kinh tế

Dự án làm phân bón từ rơm và vỏ trấu có thể giúp giảm chi phí sản xuất phân bón hóa học giúp nông dân tiết kiệm chi phí và tăng thu nhập

d. Tính hiệu quả xã hội

- Dự án giúp tạo ra một nguồn phân bón hữu cơ an toàn cho môi trường và sức khỏe con người.

- Việc sử dụng phân bón hữu cơ giúp cải thiện chất lượng đất tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp từ đó giúp nâng cao thu nhập của nông dân và cải thiện đời sống.

- Tạo ra nguồn thu nhập cho người nông dân: Việc thu mua rơm và vỏ trấu để sản xuất phân bón có thể tạo ra nguồn thu nhập cho người nông dân đặc biệt là ở các vùng nông thôn.

- Tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp: Phân bón từ rơm và vỏ trấu có chứa nhiều chất dinh dưỡng và vi lượng cần thiết cho cây trồng giúp tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp.

- Giảm thiểu sự phụ thuộc vào phân bón hóa học: Việc sử dụng phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp giảm thiểu sự phụ thuộc vào phân bón hóa học giúp bảo vệ sức khỏe con người và môi trường.

- Giảm chi phí sản xuất: Sử dụng phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp giảm chi phí sản xuất đặc biệt là đối với các hộ nông dân có quy mô sản xuất nhỏ

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

a. Chiến lược:

- Nghiên cứu và phát triển công nghệ sản xuất: công nghệ sản xuất phân bón từ rơm và vỏ trấu còn đang trong giai đoạn phát triển, vì vậy cần nghiên cứu và phát triển công nghệ sản xuất hiệu quả, tiết kiệm chi phí và giảm thiểu tác động đến môi trường.

- Thiết lập quan hệ hợp tác với các trang trại và nhà máy sản xuất: để đảm bảo nguồn cung cấp nguyên liệu đủ lớn và liên tục, sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu cần thiết lập mối quan hệ hợp tác với các trang trại để thu thập nguyên liệu và nhà máy gạo để đảm bảo phân bón được sản xuất một cách liên tục.

- Xây dựng mạng lưới phân phối và tiếp thị rộng lớn: để sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu được tiếp cận với người tiêu dùng một cách hiệu quả, cần phải xây dựng mạng lưới phân phối và tiếp thị sáng tạo, đáp ứng nhu cầu khách hàng và tạo niềm tin với sản phẩm.

- Tận dụng lợi thế sản phẩm hữu cơ: sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu là sản phẩm hữu cơ, an toàn với môi trường và con người. Do đó, sẽ tận dụng lợi thế này để xây dựng hình ảnh thương hiệu tốt, thu hút khách hàng và tăng cường sự cạnh tranh.

- Tìm kiếm nguồn đầu tư và hỗ trợ: để tăng cường vốn đầu tư, nghiên cứu và phát triển công nghệ sản xuất, sản xuất và tiếp thị sản phẩm, cần tìm kiếm nguồn đầu tư và hỗ trợ từ các tổ chức chính phủ, tư nhân và các nhà đầu tư khác.

☞ *Các yếu tố trên có thể đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu, giúp sản phẩm cạnh tranh và chăm sóc cây trồng an toàn hơn, giúp tăng năng lực cạnh tranh và đóng góp vào phát triển bền vững của ngành nông nghiệp.*

b. Năng lực cạnh tranh:

- Phân bón tự nhiên: Phân bón từ rơm và vỏ trấu không chứa các hóa chất độc hại như các loại phân bón hóa học khác, giúp đảm bảo sự an toàn cho người sử dụng và bảo vệ môi trường.

- Giá thành thấp hơn: Việc sản xuất phân bón từ rơm và vỏ trấu yêu cầu chi phí đầu tư thấp hơn so với việc sản xuất phân bón hóa học, giúp giảm chi phí cho người sử dụng.

- Có tính bền vững: Tái sử dụng sản phẩm phụ của nông nghiệp như rơm và vỏ trấu để sản xuất phân bón giúp giảm lượng chất thải và bảo vệ môi trường, đồng thời là giải pháp tốt cho phát triển nông nghiệp bền vững.

- Tăng cường năng lực kháng bệnh cho cây trồng: Phân bón từ rơm và vỏ trấu chứa các dưỡng chất và vi lượng cần thiết cho cây trồng, giúp cải thiện chất lượng đất đai, tăng cường sức đề kháng và khả năng chống chịu của cây trồng.

- Tạo giá trị thêm cho sản phẩm nông nghiệp: Sản xuất phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp tạo giá trị thêm cho các sản phẩm nông nghiệp, giúp tăng thu nhập cho các nông dân và góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế trong địa phương.

☞ *Tóm lại, phân bón từ rơm và vỏ trấu có năng lực cạnh tranh bởi tính bền vững và an toàn, giá thành thấp, cải thiện được chất lượng đất đai và sản lượng nông sản, đồng thời tạo giá trị thêm cho sản phẩm nông nghiệp.*

Ý TƯỞNG SẢN XUẤT PHÂN BÓN TỪ RƠM VÀ VỎ TRÁU

I. LÝ DO LỰA CHỌN Ý TƯỞNG

Trong thời đại phát triển hiện nay, xã hội đang ngày càng chú trọng vào việc tận dụng tài nguyên thiên nhiên một cách thận trọng, giảm thiểu lãng phí và sử dụng tài nguyên một cách bền vững.

Các doanh nghiệp và tổ chức cũng đang dần dần thay đổi các phương thức sản xuất và cung cấp sản phẩm của mình bằng cách sử dụng các nguồn cung ứng xanh như thực phẩm hữu cơ, năng lượng tái tạo, vật liệu thân thiện với môi trường,..v.v...

Trong hành trình xây dựng một môi trường sống xanh ấy, phân bón từ rơm và vỏ trấu là một sự lựa chọn đúng đắn và phù hợp với xu hướng nguồn cung ứng xanh và phát triển bền vững.

Sản xuất phân bón từ rơm và vỏ trấu giúp giảm thiểu lượng chất thải từ nông nghiệp và sử dụng phân bón tự nhiên, không chứa các chất độc hại, giảm thiểu tác động đến môi trường

Góp phần đồng hành với phát triển nông nghiệp bền vững bởi sản phẩm giúp giải quyết vấn đề về việc xử lý chất thải và đồng thời cải thiện chất lượng đất đai, tăng cường sức đề kháng của cây trồng để giữ cho nông nghiệp được phát triển bền vững.

Bên cạnh đó sản phẩm còn giúp tận dụng tài nguyên và giảm thiểu lãng phí bởi rơm và vỏ trấu thường là các sản phẩm phụ của nông nghiệp và thường bị bỏ phí. Việc sản xuất phân bón từ chúng giúp tận dụng tài nguyên này và giảm thiểu lượng chất độc hại ra môi trường.

Đặc biệt, phân bón từ rơm và vỏ trấu không chứa hóa chất độc hại, có tính kháng vi sinh vật và tăng cường năng lực kháng bệnh cho cây trồng, từ đó đảm bảo an toàn thực phẩm và sức khỏe cho người tiêu dùng.

Từ những lý do trên, chúng em đã quyết định lựa chọn đề tài “phân bón từ rơm và vỏ trấu” để làm dự án khởi nghiệp cho cuộc thi Khởi Nghiệp – Đổi Mới – Sáng tạo năm nay. Với hy vọng được thể hiện tư duy mang lại những giá trị mới cho xã hội và nền kinh tế trong lĩnh vực nông nghiệp đặc biệt là các vùng nông thôn.

II. GIỚI THIỆU DỰ ÁN KINH DOANH

1.1. Tên ý tưởng

Phân bón hữu cơ – RT

1.2. Vốn đầu tư ban đầu

a. Vốn đầu tư ban đầu:

○ *Vốn đầu tư ban đầu:*

- Chi phí mua thiết bị sản xuất: 68,1 triệu đồng.
- Chi phí khác: 10 triệu đồng.

☞ Tổng số vốn cần: 78,1 triệu đồng.

- *Chi phí biến đổi:*
 - Chi phí thuê mặt bằng: 3 triệu đồng/tháng.
 - Chi phí nguyên vật liệu đầu vào: 82 triệu đồng/ tháng
 - Chi phí nhân công : 40 triệu đồng/ tháng
 - Chi phí khác (bao gồm marketing, điện,..): 52,7 triệu đồng

☞ Tổng chi phí biến đổi hằng tháng: 177,7 triệu đồng

Tổng số vốn và chi phí của dự án : 255,8 triệu đồng

1.3. Địa điểm kinh doanh

✚ Cửa hàng:

Địa chỉ: 38 Ngô Gia Tự phường Phú Thạnh, thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

Khu vực đông dân cư gần vùng canh nông và làm vườn

Địa điểm thuận lợi cho việc tiếp cận khách hàng

Đa số dân cư ở khu vực này đều làm nông là nghề chính

✚ Nhà máy sản xuất:

Địa chỉ: 38 Ngô Gia Tự phường Phú Thạnh, thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên

Thuận tiện cho việc thu mua và vận chuyển nguyên vật liệu

Gần các nhà máy sản xuất lúa gạo

Thuận tiện cho việc phân phối hàng hóa đến nhiều khu vực tiêu thụ tiềm năng như Tây Hòa, Sơn Hòa, Đông Hòa,....

1.4. Tầm nhìn, sứ mệnh và slogan

a. Tầm nhìn:

Tạo ra một sản phẩm phân bón hữu cơ chất lượng cao giúp nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Chúng tôi muốn trở thành một trong những nhà sản xuất phân bón hữu cơ hàng đầu đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thị trường nông nghiệp bền vững.

b. Sứ mệnh:

Tận dụng tài nguyên thái của nông nghiệp để sản xuất phân bón hữu cơ giúp tăng năng suất và chất lượng sản phẩm nông nghiệp mà không gây hại cho môi trường.

Đồng thời việc sử dụng phân bón hữu cơ cũng giúp giảm sự phụ thuộc vào phân bón hóa học và giảm chi phí cho nông dân.

Ngoài ra sản xuất phân bón từ rơm và vỏ trấu còn giúp giảm thiểu khí thải và ô nhiễm môi trường do việc đốt cháy rơm và vỏ trấu.

c. Slogan:

“Vì một nông nghiệp bền vững – Phân bón organics - Sự lựa chọn số 1 dành cho mọi nhà”

III. NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

1. Phân tích thị trường

Thị trường phân bón từ rơm và vỏ trấu ở Tuy Hòa có tiềm năng phát triển lớn do địa phương này là một vùng sản xuất nông nghiệp phát triển. Dưới đây là phân tích chi tiết:

- **Tiềm năng nguồn nguyên liệu:** Tuy Hòa là một vùng sản xuất lúa ngô sản đậu... nên nguồn nguyên liệu rơm và vỏ trấu rất phong phú. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất -phân bón từ rơm và vỏ trấu.

- **Nhu cầu sử dụng phân bón:** Nhu cầu sử dụng phân bón từ rơm và vỏ trấu ở Tuy Hòa đang tăng cao do nhu cầu sản xuất nông nghiệp ngày càng lớn. Đặc biệt phân bón sinh học từ rơm và vỏ trấu được ưa chuộng hơn do không gây ô nhiễm môi trường và có tác dụng tốt cho cây trồng.

- **Cạnh tranh với các loại phân bón khác:** Thị trường phân bón từ rơm và vỏ trấu ở Tuy Hòa đang phải cạnh tranh với các loại phân bón khác như phân hữu cơ phân vi sinh phân NPK... Tuy nhiên phân bón từ rơm và vỏ trấu có giá thành thấp hơn nhiều so với các loại phân bón khác điều này giúp sản phẩm này có lợi thế cạnh tranh.

- **Tiềm năng xuất khẩu:** Tuy Hòa có vị trí địa lý thuận lợi gần các cảng biển lớn như Nha Trang Quy Nhơn Cam Ranh... Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc xuất khẩu phân bón từ rơm và vỏ trấu sang các thị trường khác.

2. Đối thủ cạnh tranh:

Đối thủ cạnh tranh của dự án :

- **Các nhà sản xuất phân bón hóa học:** Đây là đối thủ cạnh tranh chính của dự án vì phân bón hóa học được sử dụng rộng rãi trên thị trường.

- **Các nhà sản xuất phân bón hữu cơ:** Đây là đối thủ cạnh tranh khác của dự án vì phân bón hữu cơ cũng được sản xuất từ các nguồn tài nguyên tự nhiên.

- **Các nhà sản xuất phân bón từ chất thải:** Đây là đối thủ cạnh tranh tiềm năng của dự án vì phân bón từ chất thải cũng là một giải pháp tái chế tài nguyên.

- **Các nhà sản xuất phân bón từ chất thải động vật:** Chất thải động vật cũng có thể được sử dụng để sản xuất phân bón và các nhà sản xuất phân bón từ chất thải động vật cũng là đối thủ cạnh tranh của dự án khởi nghiệp.

3. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường

- **Giá cả hợp lý:** Sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu có giá thành thấp hơn so với các loại phân bón hóa học. Điều này giúp sản phẩm trở nên hấp dẫn với các nông dân có nguồn vốn hạn chế.

- Tính an toàn cho môi trường: Sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu được sản xuất từ nguồn nguyên liệu tự nhiên không gây ô nhiễm môi trường và không có tác động xấu đến sức khỏe con người.

- Tác động tích cực đến đất đai: Sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu có chứa nhiều chất dinh dưỡng và vi lượng cần thiết cho cây trồng giúp cải thiện đất đai tăng năng suất và chất lượng sản phẩm.

- Chất lượng đảm bảo: Sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu được sản xuất và kiểm định chất lượng theo quy trình nghiêm ngặt đảm bảo độ an toàn và hiệu quả cho cây trồng.

4. Ma trận SWOT

a. Điểm mạnh:

- Hiện nay trên thị trường chưa có sản phẩm này
- Giá thành thấp hơn so với các loại phân bón khác
- Sản phẩm hữu cơ có tính thân thiện với môi trường và sức khỏe con người
- Nguyên liệu dễ tìm và có sẵn ở nhiều nơi
- Chi phí vận chuyển thấp
- Sử dụng được cho nhiều đối tượng cây trồng
- Việt Nam là nước nông nghiệp đặc biệt là về lúa gạo đó là 1 trong những điểm mạnh quan trọng trong việc đáp ứng nguồn cung ứng luôn luôn dồi dào.
- Xử lý rác thải từ rơm và vỏ trấu, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

b. Điểm yếu:

- Quy trình sản xuất phức tạp và cần chi phí lớn để đầu tư xây dựng nhà máy cũng như mua các vật tư và trang thiết bị đáp ứng cho nhu cầu sản xuất.
- Thời gian sản xuất và chế biến lâu hơn so với các loại phân bón khác
- Khả năng tiếp cận với thị trường còn hạn chế

c. Cơ hội

- Tiếp cận thị trường mới để mở rộng khách hàng và có thể mở rộng thị trường trong khu vực
- Nhu cầu sử dụng phân bón hữu cơ đang tăng cao do nhu cầu về sức khỏe và môi trường của con người đang tăng cao
- Chính sách hỗ trợ của nhà nước đối với các sản phẩm hữu cơ đang được ưu tiên đẩy mạnh phát triển
- Trở thành thương hiệu độc quyền về phân bón hữu cơ
- Có thể hợp tác với các doanh nghiệp chuyên cung cấp nông sản, và thực phẩm sạch.

d. Thách thức:

- Sự cạnh tranh với các loại phân bón khác trên thị trường
- Khó khăn trong việc thâm nhập thị trường và quảng bá sản phẩm
- Bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bất khả kháng như: mưa, lũ, bão, lụt,....
- Sự thay đổi về chính sách của chính phủ có thể ảnh hưởng đến sản xuất và tiếp thị sản phẩm

IV. KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH

1. Vốn cố định:

ĐVT: VNĐ

STT	Trang thiết bị	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1.	Máy nghiền rom và trấu	1	10 triệu	10 triệu
2.	Máy đóng gói	1	25 triệu	25 triệu
3.	Bàn, ghế	10	200/cái	2 triệu
4.	Đồ nghề kỹ thuật	20	50/cái	1 triệu
5.	Kệ hàng	4	400/cái	1,6 triệu
6.	Máy tính	2	12 triệu/cái	24 triệu
7.	Camera	5	300/cái	1,5 triệu
8.	Quạt/bóng đèn	5	200/cái	1 triệu
9.	Xe đẩy hàng	4	500/cái	2 triệu
10	Các chi phí khác	1	10 triệu	10 triệu
Tổng: 78,1 triệu đồng				

2. Vốn biến đổi:

ĐVT: VNĐ

STT	Trang thiết bị	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
1.	Mua nguyên vật liệu	8000 bao	15 nghìn/bao	80 triệu
2.	Mặt bằng cửa hàng	1	3 triệu/ tháng	3 triệu
3.	Điện, nước, wifi	3	400/tháng	1,2 triệu

4.	Lương nhân viên	6		40 triệu
5.	Thuế	1	4 triệu/tháng	4 triệu
6.	Quảng cáo, marketing	2	1 triệu/lần	2 triệu
7.	Chi phí vận hành, bảo dưỡng	1	3 triệu/tháng	3 triệu
8.	Hao hụt nguyên vật liệu	1	2 triệu/tháng	2 triệu
9.	Phí nước thải, rác	1	200/ tháng	200 nghìn
10	Các vật dụng vệ sinh: chổi, thùng rác, khăn lau,....	6	50 nghìn/cái	300 nghìn
11	Thùng carton	10.000	2 nghìn/ thùng	20 triệu
12	Vận chuyển hàng hóa	10	200/ chuyến	2 triệu
13	Bao bì, nhãn mác	1	10 triệu	10 triệu
14	Các chi phí khác	1	10 triệu	10 triệu
Tổng: 177,7triệuđồng/tháng				

Tổng vốn: $78,1 + 177,7 = 255,8$ triệu đồng

☞ **Chi phí ước lượng khoảng 255,8 triệu cho vốn đầu tư ban đầu.**

2. Kế hoạch kinh doanh

DVT: VNĐ

STT	Sản phẩm	Khối lượng	Giá mua	% Lợi nhuận	Giá bán	Doanh thu 1 tháng ước lượng: 600sản phẩm
1	Phân bón từ rom và vỏ trấu	1kg	2.500	400%	10.000	6.000.000
2	Phân bón từ rom và vỏ trấu	3kg	7.500	400%	30.000	18.000.000

3	Phân bón từ rơm và vỏ trấu	5kg	12.500	350%	44.000	26.400.000
4	Phân bón từ rơm và vỏ trấu	10kg	25.000	300%	75.000	45.000.000
5	Phân bón từ rơm và vỏ trấu	15kg	37.500	250%	94.000	65.400.000
6	Phân bón từ rơm và vỏ trấu	25kg	62.500	200%	125.000	75.000.000
Tổng doanh thu ước tính :					235.800.000	

Doanh thu dự tính: 235.800triệu đồng.

Phân bố doanh thu:

Đơn vị tính: 1VNĐ

Tuần	Thành tiền	Kế hoạch đạt được tính theo giá TB/1SP
1	60.291.000	957sp
2	59.661.000	947sp
3	59.220.000	940sp
4	56.700.000	900sp
Tổng	235.872.000	3744sp

Số lượng khách hàng cũng như doanh thu tuần 1 cũng là tuần đầu tháng sẽ cao hơn vì thời gian này hầu như mọi người mới nhận lương và cũng là tuần đầu tiên chuẩn bị cho mùa vụ mới của một số loại cây trồng chính vì vậy doanh thu tuần 1 sẽ cao hơn so với các tuần còn lại và sẽ giảm dần đi từ những tuần tiếp theo.

Doanh thu cũng sẽ cao theo những tháng vào mùa vụ và chuẩn bị, chăm sóc cây trồng kinh doanh vào các dịp lễ đặc biệt là tết nguyên đán của Việt Nam.

✚ Lợi nhuận / tháng :

Lợi nhuận tháng 1: tổng doanh thu – chi phí biến đổi/ tháng
= 235.800.000 - 177.700.000 = 58.100.000vnd

Tỉ suất lời của vốn đầu tư:

$$\begin{aligned} \text{Roi} &= (\text{doanh thu} - \text{chi phí biến đổi}) / \text{chi phí biến đổi} / \text{tháng} \times 100\% \\ &= (235.800.000 - 177.700.000) / 177.700.000 \times 100\% \approx 33\% \end{aligned}$$

Khi doanh thu tiếp tục tăng trưởng và ổn định về sau. Theo lợi nhuận trung bình của tháng 1 (là tháng doanh thu thấp nhất) => thời gian thu hồi vốn và bắt đầu sinh lời sau 5 tháng kinh doanh (Đây chỉ là con số dự kiến).

3. Kế hoạch thực hiện

Trước khi đi vào sản xuất đưa sản phẩm ra thị trường:

- Đăng ký pháp lý: Thực hiện các thủ tục đăng ký pháp lý theo quy định của pháp luật để đảm bảo cho hoạt động sản xuất và kinh doanh.
- Nghiên cứu thị trường và khả năng cạnh tranh: Tìm hiểu về thị trường phân bón và khả năng cạnh tranh để xây dựng kế hoạch sản xuất và kinh doanh hợp lý.
- Tìm hiểu về nguồn cung cấp rơm và vỏ trấu, đánh giá chất lượng và khả năng cung ứng nguyên liệu cho sản xuất phân bón.
- Đưa ra một kế hoạch và quy trình sản xuất phân bón dựa trên công nghệ hiện có và đảm bảo tính tiện lợi, khả năng sản xuất hàng loạt và đạt tiêu chuẩn chất lượng.
- Bố trí khu vực sản xuất và thiết kế xưởng sản xuất theo đúng quy định chất lượng kỹ thuật, đảm bảo an toàn cho nhân viên và sản phẩm.

Năm 1:

- Thực hiện sản xuất và kinh doanh với quy mô nhỏ để đánh giá hiệu quả sản xuất, thực hiện nghiêm các quy định về chất lượng, và xây dựng quan hệ khách hàng tốt.
- Tạo một website để giới thiệu về sản phẩm, chính sách bán hàng, quy trình sản xuất và các thông tin liên quan và tạo một trang Facebook với nội dung tương tự để tiếp cận khách hàng dễ dàng hơn.
- Triển khai chiến dịch quảng cáo: Sử dụng các kênh quảng cáo trực tuyến và ngoại tuyến như Google Ads, Facebook Ads hoặc quảng cáo trên truyền hình, radio, tạp chí để quảng bá sản phẩm đến khách hàng tiềm năng.
- Tìm những đại lý phân phối sản phẩm phù hợp với thị trường để sản phẩm đến tay khách hàng dễ dàng hơn.
- Tham gia các hoạt động triển lãm, hội chợ, sự kiện, buổi hội thảo liên quan đến lĩnh vực sản xuất phân bón để tiếp cận với khách hàng tiềm năng.
- Phát hành các tài liệu hướng dẫn sử dụng sản phẩm, các bài viết về các thông tin, kinh nghiệm liên quan đến sản xuất và sử dụng phân bón để giúp khách hàng hiểu rõ về sản phẩm và đưa ra quyết định mua hàng đúng đắn.
- Tạo các chương trình khuyến mãi, giảm giá hoặc tặng quà tặng cho khách hàng để thu hút sự quan tâm và tiếp cận với sản phẩm.

Năm 2:

- Nâng cấp và mở rộng quy mô sản xuất để đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Đầu tư vào phát triển sản phẩm và chiến lược tiếp thị để mở rộng thị trường tiêu thụ và cạnh tranh với các đối thủ cùng ngành.
- Tìm kiếm các đối tác kinh doanh mới để mở rộng kênh phân phối sản phẩm.
- Tăng cường quản lý, giám sát chất lượng sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng yêu cầu khắt khe của khách hàng.
- Duy trì chương trình khuyến mãi và mở rộng chương trình khách hàng thân thiết để tạo động lực cho khách hàng tiếp tục sử dụng sản phẩm của công ty.

Năm 3:

- Tập trung vào việc duy trì và mở rộng thị phần và đầu tư vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm để tăng cường chất lượng sản phẩm.
- Phát triển kênh tiếp cận khách hàng trực tuyến như website, mạng xã hội, email marketing để tăng cường quảng bá sản phẩm và tăng cường sự tương tác với khách hàng.
- Tăng cường hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp và các cá nhân có liên quan để mở rộng quy mô sản xuất và thị phần.
- Đầu tư vào máy móc và công nghệ tiên tiến để nâng cao năng suất sản xuất và tối ưu hóa quy trình sản xuất.
- Duy trì chất lượng sản phẩm và tiếp tục xây dựng thương hiệu uy tín để tăng cường lòng tin của khách hàng và củng cố vị thế của công ty trên thị trường.

V. CHIẾN LƯỢC MARKETING

1. Lựa chọn phân khúc thị trường

Một số phân khúc thị trường chính cho phân bón từ rơm và vỏ trấu ở Phú Yên có thể bao gồm:

- Nông dân truyền thống: Đây là những người trồng cây trồng trọt ở các khu vực nông thôn của Phú Yên. Họ thường sử dụng phân bón tự nhiên và các loại phân bón hữu cơ để trồng cây. Các sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu có thể tương đối phổ biến đối với phân khúc này.

- Những người quan tâm đến sản phẩm hữu cơ: Trong những năm gần đây, nhu cầu sử dụng các sản phẩm hữu cơ để trồng cây đã tăng cao. Các sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu có thể hút khách hàng trong phân khúc thị trường này.

- Các doanh nghiệp công nghệ cao: Các doanh nghiệp công nghệ cao đang dần phát triển ở Phú Yên. Việc sử dụng các sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu có thể hợp lý đối với các doanh nghiệp này, đặc biệt là những doanh nghiệp tự động hóa nông nghiệp.

2. Khách hàng mục tiêu

Các nhà nông, chủ trang trại và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp

Những khách hàng này sẽ là những người cần sử dụng sản phẩm phân bón để cải thiện chất lượng cây trồng, tăng năng suất hoặc giảm thiểu tác động của môi trường đến

đời sống và lợi ích của họ. Đối với bà con nông dân, sản phẩm này sẽ giúp họ nâng cao hiệu quả sản xuất, tăng năng suất và giảm chi phí đầu vào.

3. Chiến lược sản phẩm

a. Chiến lược về giá

- Đưa ra khuyến mãi, chiết khấu: Giúp khách hàng có thêm động lực mua sản phẩm.

- Đánh giá hiệu quả giá: Theo dõi và đánh giá hiệu quả giá để điều chỉnh giá sản phẩm phân bón để phù hợp với thị trường và đáp ứng nhu cầu khách hàng.

b. Chiến lược phân phối

- Lựa chọn các kênh phân phối phù hợp: Các kênh phân phối phù hợp cho sản phẩm của bạn có thể bao gồm các trại trồng cây, cửa hàng bán lẻ địa phương, các trang web thương mại điện tử, trực tiếp liên kết với khách hàng qua dịch vụ bán hàng trực tuyến

- Thiết lập mạng lưới phân phối: Xây dựng một mạng lưới đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Có thể đàm phán và thiết lập hợp đồng trực tiếp với các cửa hàng bán lẻ hoặc chuyên gia kinh doanh nông nghiệp. Đối với khách hàng ở vùng xa, sử dụng các dịch vụ vận chuyển bên ngoài hoặc các dịch vụ bưu chính để vận chuyển sản phẩm

- Xây dựng đội ngũ nhân viên để phân phối sản phẩm: Tuyển dụng và đào tạo và sắp xếp nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng để đăng ký và quản lý thông tin đặt hàng, chăm sóc khách hàng sau bán hàng, giải quyết các thắc mắc của khách hàng

- Giám sát và đánh giá hiệu quả của chiến lược phân phối: Giám sát và đánh giá hiệu quả của chiến lược phân phối, thông qua đó đưa ra các điều chỉnh, cải tiến và tối ưu hóa hệ thống phân phối sản phẩm.

c. Chiến lược về chất lượng

- Yếu tố đầu vào: Lựa chọn yếu tố đầu vào chất lượng, đạt tiêu chuẩn

- Chú trọng công nghệ sản xuất: Nghiên cứu và áp dụng các công nghệ sản xuất sản phẩm phân bón từ rơm và vỏ trấu để đảm bảo chất lượng sản phẩm đạt yêu cầu, tối ưu hóa quy trình sản xuất và giảm thiểu lãng phí.

- Thiết lập và quản lý quy trình kiểm soát chất lượng: kiểm soát chất lượng trong suốt quá trình sản xuất, đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng quy định.

- Đào tạo và nâng cao trình độ nhân viên: cung cấp các khóa đào tạo hoặc chương trình đào tạo định kỳ cho nhân viên giúp nâng cao tay nghề, tăng năng suất công việc.

- Khảo sát ý kiến người tiêu dùng về chất lượng sản phẩm: Thực hiện khảo sát lấy ý kiến những người đã sử dụng phân bón của cửa hàng để đảm bảo sản phẩm đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng và nhu cầu của khách hàng. Hoặc có những điều chỉnh kịp thời.

d. Chiến lược quảng cáo

- Viết bài, quay video hướng dẫn với các hình ảnh, âm thanh thu hút ,v.v. chia sẻ trên các kênh truyền thông, trang web, fanpage của sản phẩm, để giúp khách hàng hiểu rõ hơn về sản phẩm và cách sử dụng.

- Tham gia triển lãm hội chợ buổi giới thiệu sản phẩm đến khách hàng. Và đây cơ hội để tương tác trực tiếp với khách hàng và thu thập phản hồi từ họ.

- Tạo website và quảng cáo trực tuyến: Tạo website để giới thiệu sản phẩm và cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm như Facebook, fanpage, các trang thương mại điện tử, các hội nhóm nhiều người quan tâm theo dõi tại Phú Yên đưa sản phẩm đến với tay người tiêu dùng cuối cùng.

- Sử dụng các từ khóa và cụm từ mà khách hàng thường tìm kiếm để tăng khả năng xuất hiện của quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm như phân bón hữu cơ, phân bón từ thiên nhiên, phân bón hữu cơ giá rẻ, ...

- Các chương trình khuyến mãi

- Mua 10 bao phân bón từ rom và vỏ trấu tặng 1 bao miễn phí.

- Giảm giá 20% cho khách hàng đặt hàng trực tuyến sản phẩm phân bón từ rom và vỏ trấu.

- Tặng kèm 1 bộ dụng cụ trồng cây, cho khách hàng mua sản phẩm phân bón từ rom và vỏ trấu trên 500.000 đồng.

- Chương trình khuyến mãi mùa vụ: Mua 5 bao phân bón từ rom và vỏ trấu tặng 1 bao cùng loại.

- Giảm giá 10% cho khách hàng mua sản phẩm phân bón từ rom và vỏ trấu trong tháng 7.

- Chương trình khuyến mãi đặc biệt: Mua 20 bao phân bón từ rom và vỏ trấu tặng 1 phiếu bốc thăm trúng thưởng lên đến 5 triệu đồng

e. Chiến lược thu hút, tạo mối quan hệ với khách hàng

Cải thiện dịch vụ hậu mãi và hỗ trợ khách hàng để giúp khách hàng cảm thấy hài lòng về sản phẩm và giảm thiểu tỷ lệ trả lại hoặc hủy hàng.

Cải thiện chất lượng sản phẩm: Nâng cao chất lượng sản phẩm là một yếu tố quan trọng để tạo sự tin tưởng và đánh giá cao từ các khách hàng cũ.

Thực hiện chiến lược tiếp thị liên tục như quảng cáo, truyền thông, dịch vụ hậu mãi và chăm sóc khách hàng để duy trì tương tác giữa khách hàng và sản phẩm.

Đưa ra các chương trình khuyến mãi, giảm giá hoặc các ưu đãi khác cho khách hàng cũ để giữ chân khách hàng và tạo động lực cho họ mua sản phẩm của bạn thêm lần nữa.