

Mẫu 01-Bìa

**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

**Tên dự án: TRỒNG VÀ CHIẾT SUẤT NHA ĐAM LÀM DUNG  
DỊCH THỦY CANH HỮU CƠ**

**Lĩnh vực: Ứng dụng công nghệ sinh học, công nghệ nông nghiệp**



**Đơn vị dự thi: Trường Cao đẳng Công thương miền Trung**

**TÊN CÁ NHÂN DỰ THI: KIỀU HỮU PHƯỚC THÀNH**

Tỉnh/Thành phố, Tháng 05 /2023

**DANH MỤC**

**Hồ sơ dự án được đóng tập theo thứ tự:**

1. Danh mục tài liệu
2. Bản tóm tắt dự án
3. Bản thuyết minh dự án
4. Hồ sơ khác: Video, hình ảnh, sản phẩm (nếu có).

(Cá nhân, tổ chức dự thi tự chịu trách nhiệm về tính bảo mật, sở hữu trí tuệ)

**BẢNG TÓM TẮT DỰ ÁN**

**I. Tên nhóm/cá nhân dự thi**

- Họ và tên (cá nhân hoặc trưởng nhóm dự án): Kiều Hữu Phước Thành.  
Số điện thoại liên hệ: 0823678892.
- Địa chỉ Email: phuocthanh111004a@icloud.com
- Danh sách thành viên trong nhóm

Họ và tên	Năm thứ	Chuyên ngành	Kinh nghiệm, sở trường cho dự án
Kiều Hữu Phước Thành	2	Trắc địa-địa hình-địa chính	Công nghệ nông nghiệp

**II. Tóm tắt dự án** (trình bày thông tin ngắn gọn, cô đọng khoảng 1 trang) với các thông tin sau:

**1. Ý tưởng chính của dự án:**

Trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ.

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

Trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ là phương thức sản xuất nông nghiệp thân thiện với môi trường, góp phần quan trọng để phục hồi, duy trì hệ sinh thái tự nhiên và sản phẩm nông nghiệp hữu cơ cũng là một sản phẩm có chất lượng, bổ dưỡng, tươi ngon và tốt cho sức khỏe người tiêu dùng.

**3. Mục tiêu của dự án** (trong 1 năm, 3 năm, 5 năm). Dự án thực hiện trong 4 năm, với các mục tiêu cụ thể sau đây:

Dự án thực hiện ở quy mô cơ sở với những mục tiêu: Xây dựng quy trình trồng cây nha đam, thiết kế quy trình chiết suất nha đam thành dung dịch thủy canh hữu cơ sinh học (quy trình này đã được học ở Trường Cao Đẳng Công Thương miền Trung). Tạo thành một quy trình khép kín, vừa tạo ra sản phẩm có ích vừa góp phần làm sạch môi trường.

**4. Xác định thị trường mục tiêu:**

Khách hàng mục tiêu tương ứng với 2 dòng sản phẩm thuộc dự án trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ được trình bày như sau:

**4.1. Sản phẩm Cây nha đam:**

Cây nha đam có giá khoảng 5.000 – 6.000 đồng/1kg nên phù hợp với mọi người dân từ thành thị đến nông thôn và miền núi nếu có nhu cầu. Nhiều nghiên

cứu đã chứng minh công dụng của nha đam (cây lô hội) trong việc chăm sóc và bảo vệ sức khỏe. Không chỉ dùng để dưỡng da, nha đam còn có khả năng chữa bệnh rất hiệu quả.

#### **4.2. Sản phẩm dung dịch hữu cơ:**

“Phù hợp với mọi cây trồng”. Với hàm lượng dưỡng chất dồi dào có trong cây nha đam, nha đam cũng được sử dụng như một loại phân bón hữu cơ, giúp thúc đẩy quá trình tăng trưởng của cây. Nha đam chứa rất nhiều dưỡng chất, đặc biệt là dịch nha đam, với 23 loại axit amin - A, B1, B2, B6, B12, C và E

Nhiều nghiên cứu đã cho rằng Nha đam có chứa trên 75 loại dưỡng chất có lợi bao gồm các amino acids, chất chống oxy hóa, các phức hợp carbohydrates, canxi, magie, kẽm, vitamin A,C,E các loại vitamin B và nhiều hơn thế nữa.

Nha đam có giá trị lớn trong việc tăng khả năng sinh trưởng của cây trồng.

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

Đối thủ cạnh tranh với các dòng sản phẩm của dự án đặc biệt là các dòng sản phẩm nổi tiếng của các Công ty tháp xanh, thủy canh miền nam...

Điểm khác biệt của dự án:

Dung dịch thủy canh hữu cơ được chiết suất từ cây nha đam rất thân thiện với môi trường.

#### **6. Dự báo tài chính:**

Dự án được kết hợp từ ba mô hình khép kín: Trồng và chiết suất nha đam thành dung dịch thủy canh hữu cơ sinh học.

- **Nguồn vốn:**

+ Nguồn vốn cá nhân: 53.300.000 đồng (Năm mươi ba triệu ba trăm ngàn đồng chẵn).

Ý tưởng rất mong nhận được hỗ trợ thêm về mặt kỹ thuật từ các công ty và doanh nghiệp.

7. Các nội dung khác (nếu có).

## BẢN THUYẾT MINH DỰ ÁN

### I. TỔNG QUAN DỰ ÁN

**1. Dự án thuộc giai đoạn nào dưới đây (nói rõ dự án thuộc giai đoạn nào theo gợi ý dưới đây):**

Hiện tại là ý tưởng và đang được trồng thí điểm tại Phú Yên, nếu ý tưởng được thực hiện thì mang lại giá trị kinh tế cao, cũng như chiết suất nha đam làm dung dịch trồng rau thủy canh hữu cơ tận dụng các nguyên liệu phế thải làm phân bón hữu cơ sinh học nhằm đem lại sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng sức khỏe cho người tiêu dùng, nhu cầu người dân muốn tự trồng rau sạch rất cần thiết tại nhà ngày càng cao. Hơn thế nữa, để bảo sức khỏe mỗi hộ gia đình cũng nên tạo cho mình một vườn rau sạch.... Do vậy, việc sử dụng dung dịch hữu cơ trồng rau thủy canh luôn mang lại những ưu thế tích cực về vấn đề sức khỏe và thân thiện với môi trường, bản thân các hộ gia đình tự chủ động cung cấp rau sạch cho bữa ăn hàng ngày của gia đình mình. Do vậy, dự án có khả năng thành công cao.

### 2. Mô tả tổng quan

<b>ĐỐI TÁC CHÍNH</b>	<b>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</b>	<b>GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ</b>	<b>QUAN HỆ KHÁCH HÀNG</b>	<b>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Các cửa hàng kinh doanh rau sạch,</li><li>- Cửa hàng hạt giống,</li><li>- Các HTX nông nghiệp</li><li>- Các hộ gia đình...</li><li>-</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cung cấp sản phẩm hiệu quả cao trong việc trồng rau sạch tại các hộ gia đình</li><li>- Sản phẩm thân thiện với môi trường</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chăm sóc khách hàng cũ, tìm kiếm khách hàng mới</li><li>- Kết nối với khách hàng qua các trang thư ơng mại điện tử, facebook, Zalo....</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Sản phẩm có giá thành cạnh tranh, do đó khách hàng ở đây là nhiều đối tượng khách mua các sản phẩm</li></ul>

	<b>NGUỒN LỰC CHÍNH</b> - Quy trình công nghệ là yếu tố quan trọng trong sự phát triển và cạnh tranh các sản phẩm trên thị trường - Được sự ủng hộ và khuyến khích từ các hộ gia đình		<b>CÁC KÊNH TRUYỀN THÔNG</b> Dự án liên kết với các đơn vị phối hợp, quảng cáo trên trang web riêng của công ty, và các trang web quảng cáo khác, kèm theo dịch vụ hỗ trợ tư vấn sản phẩm. Sau đó mở rộng ra các thị trường ngoài tỉnh.
<b>CƠ CẤU CHI PHÍ</b> Thuê mặt bằng sản xuất và kinh doanh Chi phí vật tư thiết bị Chi phí nhân công Chi phí quản lý Chi phí kế toán và tiếp thị Chi phí điện, nước Chi phí khác Chi phí lãi vay		<b>DÒNG DOANH THU</b> Thể hiện luồng lợi nhuận thu được từ các phân khúc khách hàng của mình	

## II. CHI TIẾT DỰ ÁN

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

- Sản phẩm: Chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ
- Công dụng, cách vận hành:
  - + Công dụng: Chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh trồng rau hữu cơ, tạo ra những sản phẩm đạt chất lượng cao, tốt cho sức khỏe người tiêu dùng.

+ Cách vận hành:

Quy hoạch diện tích đất và kỹ thuật canh tác để trồng cây nha đam theo nhiều thời điểm khác nhau nhằm đảm bảo chất lượng dung dịch luôn cung ra thị trường nguyên liệu để sản xuất và xây dựng quy trình chiết suất dung dịch hữu cơ sạch được tiếp nối với nhau;

Xây dựng quy trình sản xuất dung dịch thủy canh hữu cơ trồng rau...,

- Sản phẩm thân thiện với thiên nhiên, bảo vệ môi trường
- Hiệu lực cao, bảo vệ sức khỏe người sử dụng

- Ưu điểm: Ứng dụng công nghệ sinh học đã học vào nông nghiệp.
- Công dụng, cách vận hành

## **2. Tính độc đáo, sáng tạo**

- Sản phẩm thân thiện với thiên nhiên, bảo vệ môi trường
- Hiệu lực cao, bảo vệ sức khỏe người sử dụng

## **3. Thuyết minh về mô hình kinh doanh**

### **3.1. Lợi ích cho khách hàng từ sản phẩm, dịch vụ**

Sản phẩm mà chúng tôi muốn cung cấp cho thị trường là: Dung dịch trồng rau thủy canh hữu cơ

- Lợi ích cho khách hàng từ sản phẩm, dịch vụ

Mỗi hộ gia đình tự trồng rau thủy canh hữu cơ để chủ động cho nguồn thực phẩm cần thiết.

- Dung dịch hữu cơ sinh học: Đây là phương thức canh tác với chu trình tự nhiên, bảo toàn và làm phong phú hệ sinh thái nông nghiệp, nông nghiệp hữu cơ sẽ mang lại lợi ích không chỉ đối với sức khỏe của người sản xuất và tiêu dùng, mà còn góp phần cải tạo, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững nền nông nghiệp sạch.

### **3.2. Phân khúc khách hàng**

Sản phẩm có giá thành cạnh tranh, do đó khách hàng ở đây là nhiều hộ gia đình.

### **3.3. Các kênh phân phối đến khách hàng**

Kênh phân phối là chìa khóa quan trọng để công ty phát triển mạnh mẽ và đạt được nhiều thành công. Đồng thời là nguồn lực chính từ bên ngoài nhằm đưa sản phẩm đến tay khách hàng một cách nhanh nhất, thuận tiện nhất. Đối với một thị trường mà nhu cầu khách hàng thay đổi liên tục theo xu hướng xã hội, yêu cầu công ty cần thường xuyên so sánh, đánh giá, nắm bắt thị hiếu khách hàng trên thị trường, từ đó thay đổi chiến lược kênh phân phối để đem về nhiều lợi nhuận nhất cho doanh nghiệp. Đối với ý tưởng của dự án thông qua các kênh phân phối khách hàng như sau:

**Kênh phân phối trực tiếp:** là loại kênh phân phối trong đó những thành phần tham gia chỉ có nhà sản xuất và khách hàng. Các hàng hóa sản xuất sẽ được phân phối trực tiếp cho khách hàng mà không thông qua bất kỳ không trung gian nào. Ví dụ: Công ty thu hoạch nha đam bán cho người tiêu dùng; Công ty sản xuất dung dịch thủy canh bán trực tiếp cho người tiêu dùng.

**Kênh phân phối gián tiếp:** được chia nhỏ ra thành hai loại:

**Kênh phân phối truyền thống:** Sản phẩm sau khi sản xuất sẽ được phân phối theo trình tự nhà sản xuất thông qua các trung gian phân phối và cuối cùng đến tay khách hàng, cụ thể:

**Kênh phân phối một cấp:** Công ty sản xuất => Nhà bán lẻ => Khách hàng,  
Ví dụ: Công ty thu hoạch cây nha đam, sản xuất dung dịch thủy canh hữu cơ => Cung cấp cho những người bán tại chợ, siêu thị => Khách hàng.

Kênh phân phối hai cấp: Nhà sản xuất => Nhà bán sỉ, nhà bán buôn => Nhà bán lẻ => Khách hàng.

Kênh phân phối ba cấp: Nhà sản xuất => Cò mồi => Nhà bán sỉ/nhà bán buôn => Nhà bán lẻ => Khách hàng.

- Kênh phân phối hiện đại: Nhà sản xuất và trung gian phân phối sẽ hợp lại thành một thể thống nhất. Sản phẩm sản xuất ra sẽ được phân phối trực tiếp từ thể thống nhất ấy đến tay khách hàng. Ưu điểm của loại hình phân phối hiện đại với loại hình phân phối truyền thống là tiết kiệm được thời gian, chi phí vận chuyển.

- Kênh phân phối đa cấp: Kênh phân phối đa cấp có ưu điểm là giúp doanh nghiệp tiết kiệm được khoản chi phí quảng cáo, tuy nhiên doanh nghiệp phải trả tiền hoa hồng cho các trung gian phân phối.

Tóm lại: Chúng tôi sẽ thực hiện các kênh phân phối đến khách hàng như sau:

- Đối với dung dịch thủy canh hữu cơ: Tại cơ sở sản xuất, thành lập các điểm giới thiệu sản phẩm ở địa điểm khác, ... tìm kiếm các cộng tác viên và giao hàng tận nơi.

Đối tác kinh doanh chủ yếu là: Các hộ gia đình có nhu cầu về rau sạch.

#### **4. Kết quả tiềm năng của dự án**

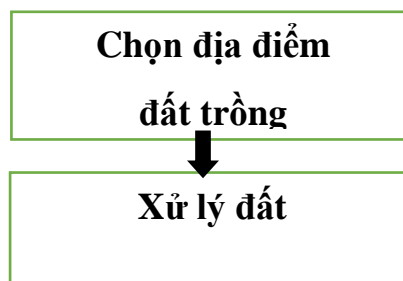
**Ý tưởng khởi nghiệp với những kế hoạch như sau:**

Hiện tại, Trồng nha đam quanh năm: Khi thu hoạch nha đam đưa đi để chiết suất điều này giúp chủ động được nguồn nguyên liệu làm dung dịch thủy canh cho quá trình sản xuất.

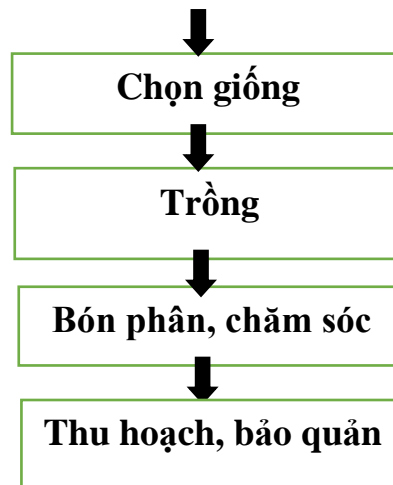
Với điều kiện thổ nhưỡng tại địa phương (Phú Yên) đồi núi, đất basalt, đất cát pha hơi xốp, dễ thoát nước, phù hợp để cây nha đam.

##### **4.1. Quy trình trồng cây nha đam**

Trồng cây hoa cúc lưới có nhiều phương pháp khác nhau, tùy điều kiện thời tiết mà có thể chọn vị trí trồng thích hợp, quy trình này được sơ đồ hóa như sau:



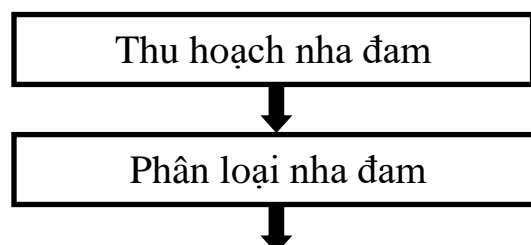




4.2. Quy trình chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ  
a. Quy trình chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ



Hình 1: Nguyên liệu chiết suất nha đam



**Sau đó tiến hành ủ**

**b. Thuyết minh quy trình:**

1) Thu hoạch nha đam: Việc thu hoạch nha đam cũng là vấn đề quan tâm và chú ý nhất. Sau một năm thì bắt đầu thu hoạch cắt lácứ hai tuần thì cắt hai lá mọc đối diện nhau( dùng dao lưỡi mỏng bén cắt nhẹ phần tiếp giáp giữa lá và gốc, tránh cắt phạm vào phần thân cây)

Nếu nóng vội thu hái lá sớm cây nha đam sẽ chậm lớn và lá cây sau này khó ra bẹ to nặng.

2) Phân loại nha đam: Loại bỏ những lá dập nát để ủ dung dịch, Nha đam còn được sử dụng để sản xuất các loại mỹ phẩm bảo vệ và dưỡng da, cũng như dùng để làm nước giải khát.

3) Tiến hành ủ dung dịch: Nha đam thái nhỏ cho vào lọ nhựa, cho nước sạch vào sau đó đổ mật rỉ đường, Emzeo, Trichoderma

**3.6. Chuẩn bị nguồn lực**

Nguồn lực con người:

- Tuyển 1 nhân viên bán hàng: Độ tuổi từ 18-25, hoạt bát, nhanh nhẹn, ngoại hình ưa nhìn, giọng nói dễ nghe rõ ràng, có tính sạch sẽ, gọn gàng, cẩn thận.

Vốn:

- Gia đình cho mượn 53.300.000 , phải trả lại trong vòng 5 năm.

**4.3. Những đối tác kinh doanh chủ yếu (đầu vào, đầu ra)**

Các cửa hàng bán hoa tươi, siêu thị, chợ, Các cửa hàng bán phân,...

**4.4. Cơ cấu chi phí và dòng doanh thu**

- Kế hoạch tài chính của cơ sở: **50.000.000** đồng ( Năm mươi triệu đồng chẵn)
- Đất trồng: Nhờ sự hỗ trợ của các gia đình
- Mặt bằng: Mặt bằng sử dụng làm phân xưởng được đầu tư từ gia đình (đã có sẵn).

*Bảng 1.1: Cơ cấu chi phí kinh doanh*

**ĐVT: 1000 đ**

TT	Nội dung	Số tiền	Thời gian thực hiện 4 năm
----	----------	---------	---------------------------

**HIỆN ĐẠI – ĐỔI MỚI – TÀI NĂNG – SÁNG TẠO**  
*Modern-Innovation-Talent-Creation*

			Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
1	Thuê đất trồng	2.000.000	500.000	500.000	500.000	500.000
2	Chi phí đầu tư xây dựng hệ thống tưới	4.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
3	Chi phí trang thiết bị chính	1.600.000	500.000	500.000	300.000	300.000
6	Chi phí giống	9.000.000	5.000.000	2.000.000	1.000.000	1.000.000
7	Phân bón	7.300.000	2.300.000	2000.000	1.500.000	1.500.000
8	Chi phí nhân công	66.000.000	16.000.000	16.000.000	16.000.000	18.000.000
10	Chi phí tiếp thị	4.000.000	800.000	800.000	1.200.000	1.200.000
11	Chi phí điện, nước	7.000.000	1.500.000	1.500.000	2.000.000	2.000.000
12	Chi phí khác	2.400.000	500.000	500.000	700.000	700.000
<b>Tổng cộng</b>		<b>103.300.000</b>	<b>28.100.000</b>	<b>24.800.000</b>	<b>24.200.000</b>	<b>26.200.000</b>

*Bảng 1.2. Kết quả hoạt động kinh doanh*

*ĐVT: 1.000 đ*

TT	Nội dung	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
A	Bẹ nha đam				
1	Sản lượng thu hoạch bẹ nha đam	10.000	10.000	10.000	10.000
2	Đơn giá bán nha đam	5.000	5.000	5.000	5.000
3	Doanh thu từ bẹ nha đam	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>	<b>50.000.000</b>
B	Phân bón hữu cơ				
4	Doanh thu từ dung dịch thủy canh hữu cơ	10.000.000	10.000.000	20.000.000	20.000.000
I	<i>Tổng doanh thu</i>	<i>60.000.000</i>	<i>60.000.000</i>	<i>70.000.000</i>	<i>70.00.0000</i>
II	<i>Chi phí</i>	<i>28.100.000</i>	<i>24.800.000</i>	<i>24.200.000</i>	<i>26.200.000</i>
III	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>31.900.000</b>	<b>35.200.000</b>	<b>45.800.000</b>	<b>43.800.000</b>
IV	<b>Thuế thu nhập</b>	<b>3.190.000</b>	<b>3.520.000</b>	<b>4.580.000</b>	<b>4.380.000</b>

<b>V</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	<b>28.710.000</b>	<b>31.680.000</b>	<b>41.220.000</b>	<b>39.420.000</b>
----------	---------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Vậy tổng lợi nhuận sau khi trừ các chi phí trong 4 năm của dự án là: **141.030.000 đồng** (*Một trăm bốn mươi một triệu không trăm ba mươi nghìn đồng*). Trong đó, lợi nhuận của từng năm như sau:

- Năm 1: **28.710.000** đồng.
- Năm 2: **31.680.000** đồng.
- Năm 3: **41.220.000** đồng.
- Năm 4: **39.420.000** đồng.

### **5. Tự đánh giá tác động của dự án**

- Ý tưởng khởi nghiệp tạo ra sản phẩm dung dịch thủy canh hữu cơ, phân bón hữu cơ sinh học với những chiến lược sơ khai của một sinh viên khởi nghiệp, em tin rằng ý tưởng này được đánh giá cao, mang lại giá trị kinh tế từ sản xuất nông nghiệp sạch trên địa bàn tỉnh.

- Các sản phẩm của công ty có thể cạnh tranh với thị trường là dung dịch thủy canh vô cơ, các công ty sản xuất dung dịch trong nước, vì công ty cam kết chất lượng sản phẩm là hàng đầu, giá thành thấp phù hợp với mọi đối tượng tiêu dùng.

- Lợi ích của xã hội khi triển khai dự án:

+ Về thị trường: Ý tưởng khởi nghiệp cung cấp sản phẩm dung dịch thủy canh hữu cơ mang lại sức khỏe, đáp ứng nhu cầu cuộc sống cho người tiêu dùng.

+ Về kinh tế: Ý tưởng khởi nghiệp tận dụng được nguồn cây trồng từ sản xuất nông nghiệp nên vừa tiết kiệm chi phí vừa mang lại hiệu quả kinh tế.

- Về xã hội: Ý tưởng khởi nghiệp tận dụng được nguồn lao động nhân rỗi vùng nông thôn, góp phần giải quyết việc làm, tăng thêm thu nhập cho người dân, và thuận theo chủ trương chính sách của Đảng và nhà nước trong lĩnh vực kinh tế.

- Về môi trường: Ý tưởng khởi nghiệp tạo môi trường xanh, cảnh quang đẹp, tạo sản phẩm chất lượng cao, góp phần bảo vệ môi trường và đáp ứng được nhu cầu trung bày, chăm sóc sức khỏe của người tiêu dùng. Dự án rất phù hợp với thực tế hiện nay.

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

#### **6.1. Chiến lược**

Phương châm của ý tưởng trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ: **“Đơn giản chỉ là chất lượng, giá thành sản phẩm thấp”**, nhằm

nâng cao giá trị thẩm mỹ và tinh thần, có lợi cho sức khỏe người tiêu dùng, phù hợp với nhu cầu thị trường.

Tài sản thương hiệu bao gồm tất cả những giá trị đặc thù mà thương hiệu công ty mang đến cho những người liên quan (khách hàng, nhân viên, cổ đông, cộng đồng...). Những giá trị này sẽ được cộng vào sản phẩm hay dịch vụ nhằm để gia tăng giá trị đối với những người liên quan. Những thành tố cấu thành tài sản thương hiệu này phải được kết nối với biểu tượng, logo của công ty hoặc sản phẩm. Nếu một công ty thay đổi tên hay biểu tượng bên ngoài thì những tài sản thương hiệu này thì sẽ bị ảnh hưởng và trong một số trường hợp có thể bị mất đi. Những thành tố cấu thành nên tài sản thương hiệu có thể khác nhau tùy theo mỗi trường hợp. Tuy vậy, trên nguyên tắc thì sẽ có 5 thành tố chính:

1. Sự trung thành của thương hiệu (brand loyalty)
2. Sự nhận biết thương hiệu (brand awareness)
3. Chất lượng cảm nhận (perceived quality)
4. Thuộc tính thương hiệu (brand associations)
5. Các yếu tố sở hữu khác như: Bảo hộ thương hiệu, quan hệ với kênh phân phối...

Giá trị tiềm ẩn đằng sau cái tên của thương hiệu đó chính là những liên tưởng riêng có gắn liền với thương hiệu sản phẩm của công ty. Hình ảnh thương hiệu được xây dựng dựa trên các liên tưởng thương hiệu. Nếu một thương hiệu được định vị trên những liên tưởng đặc thù cho một chủng loại sản phẩm hay một ngành công nghiệp thì đối thủ cạnh tranh sẽ rất khó khăn trong việc tấn công hoặc sẽ tạo ra được một rào cản vững chắc cho những đối thủ cạnh tranh mới.

### **6.2. Điểm mạnh của ý tưởng**

Trở thành công ty hàng đầu cung cấp trong lĩnh vực dung dịch thủy canh hữu cơ chất lượng cao, phân bón hữu cơ sinh học với giá thành thấp. Công ty chúng tôi tự hào với dây chuyền công nghệ bậc nhất, đội ngũ bán hàng năng động, kênh phân phối đang được định hình,... công ty chúng tôi cam kết mang lại những sản phẩm chất lượng hàng đầu cho khách hàng.

### **6.3. Điểm cần khắc phục**

Tư cách cá nhân: Tự tin nhưng vẫn khiêm tốn; lắng nghe ý kiến từ cộng sự, đồng nghiệp, cố vấn; giữ cân bằng công việc – cuộc sống; nâng cao khả năng ứng biến tình huống.

Tư cách lãnh đạo: Chuẩn bị nguồn dự phòng, biết nhìn xa trông rộng; lập kế hoạch chi tiết mang tính khả thi; hiểu rõ vai trò của bộ phận bán hàng và marketing; tạo lập nhóm làm việc; biết cách lãnh đạo, kết nối nhân viên, phát huy đúng sở trường và điểm mạnh của từng người; thích nghi tốt trước biến đổi của thị trường.

**6.4. Nhìn nhận về cơ hội:** Ưu điểm lớn trong ý tưởng này: Kết hợp mô hình trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ, sản xuất phân

bón hữu cơ sinh học trên địa bàn tỉnh Phú Yên, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế trong lĩnh vực công nghiệp sinh học và thực phẩm vào nông nghiệp.

#### **6.5. Thách thức cần vượt qua**

Đây chỉ là ý tưởng và đang trồng thí điểm tại Phú Yên, chưa tạo sản phẩm có thương hiệu trên thị trường, bản thân là một sinh viên khởi nghiệp nên nguồn vốn đầu không có, thời gian và nguồn nhân lực để thành lập công ty trồng và chiết suất nha đam làm dung dịch thủy canh hữu cơ còn gặp nhiều khó khăn, cần có sự hỗ trợ của các nhà đầu tư, doanh nghiệp và các chính sách của Nhà nước trong việc phát triển nông nghiệp sạch trên địa bàn tỉnh.

**Mẫu 05**

**NỘI DUNG TRÌNH BÀY TRONG VIDEO CLIP (NẾU CÓ)**  
*(Tối đa 5 phút)*

1. Giới thiệu về nhóm và các thành viên trong nhóm;
2. Trình bày về sản phẩm dịch vụ của nhóm, tóm tắt về mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm, dịch vụ. Phân khúc khách hàng chính của sản phẩm dịch vụ. Giá trị của sản phẩm đối với cộng đồng, xã hội.
3. Giới thiệu về tính sáng tạo, giá trị khác biệt, lợi thế cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ.
4. Đánh giá về tính khả thi của dự án, ứng dụng khoa học công nghệ và kỹ thuật
5. Đánh giá về kết quả dự kiến và nêu vắn tắt về kế hoạch phát triển sản phẩm dịch vụ của ý tưởng/dự án