

HOÀI SƠN (RHIZOMA DIOSCOREAE)

GIỚI THIỆU CHUNG: Cây củ mài được biết đến từ lâu như một loại thực phẩm chống đói vô cùng phổ biến, đặc biệt trong thời kỳ nạn đói kéo dài ở các vùng núi nước ta. Ngày nay, củ mài, hay còn gọi là **Hoài sơn** (Rhizoma Dioscoreae), đã trở thành một vị thuốc đông y quý giá. Thân rễ của **cây củ mài** (Dioscorea persimilis) sau khi được cạo vỏ, sơ chế và sấy khô, thường được sử dụng trong nhiều bài thuốc dân gian để điều trị các bệnh về đường ruột, tiêu hóa, khó tiêu, tiểu đường và nhiều bệnh khác.

I, THÀNH PHẦN HÓA HỌC:

Củ mài (Rhizoma Dioscoreae) chứa nhiều thành phần hóa học quan trọng mang lại các lợi ích dược liệu. Dưới đây là một số **thành phần hóa học chính** của củ mài:

1. Tinh bột

- Chiếm phần lớn trọng lượng của củ mài, cung cấp năng lượng và có tác dụng nhuận tràng.

2. Protein và Amino acid

- Chứa các protein và amino acid cần thiết cho cơ thể, giúp tái tạo và sửa chữa mô.

3. Saponin

- **Dioscin:** Một loại saponin steroid có tác dụng chống viêm, chống oxy hóa, và có thể hỗ trợ điều trị ung thư.

4. Polysaccharides

- Có tác dụng tăng cường hệ miễn dịch và cải thiện chức năng tiêu hóa.

5. Flavonoid

- **Quercetin** và các dẫn xuất khác: Chất chống oxy hóa mạnh, giúp bảo vệ tế bào khỏi tổn thương bởi gốc tự do.

6. Vitamin và Khoáng chất

- **Vitamin C, Vitamin B1 (Thiamin), B2 (Riboflavin), B6:** Giúp tăng cường hệ miễn dịch và chức năng trao đổi chất.
- **Khoáng chất:** Canxi, sắt, kali, photpho, giúp hỗ trợ xương, máu và các chức năng cơ thể khác.

7. Chất xơ

- Hỗ trợ tiêu hóa và ngăn ngừa táo bón.

8. Chất béo và Axit béo

- **Axit béo không no:** Giúp bảo vệ tim mạch và cải thiện chức năng của hệ thần kinh.

9. Alkaloid

- Có tác dụng giảm đau và chống viêm.

10. Phytoestrogen

- Hợp chất có tác dụng tương tự estrogen, hỗ trợ sức khỏe sinh sản và cân bằng hormone.

11. Chất chống oxy hóa

- Bao gồm các polyphenol và flavonoid, giúp giảm viêm và bảo vệ cơ thể khỏi các gốc tự do.

Theo Do Tat Loi (2004) [7], Hoài Sơn còn là một vị thuốc quý, chứa mucin và một số chất khác như **allantoin, cholin** (**Giúp dẫn truyền các tín hiệu thần kinh, cải**

thiện hoạt động não, tăng cường trí nhớ), arginin

Cây Hoài Sơn (*Dioscorea persimilis* Prain et Burk.) có dạng dây leo quấn sang phải, có 1 - 2 rễ củ mập hình trụ hơi dẹt, thuôn dần về phía đầu như quả bầu, dài 30 - 50 cm, có thể đến 1m, ăn sâu xuống đất, đường kính 2- 10 cm, có nhiều rễ con mọc dài có tác dụng hấp thụ nước và ion khoáng trong đất, mặt ngoài màu xám nâu bên trong có bột màu trắng [1], [2]. Hoài Sơn là một loại cây đa tác dụng và có giá trị kinh tế cao, ngoài vai trò là nguồn cung cấp lương thực giàu dinh dưỡng (trong rễ củ khô có chứa 63,25% tinh bột, 6,75% protid và 0,45% glucid) [3]-[6]. Theo Do Tat Loi (2004) [7], Hoài Sơn còn là một vị thuốc quý, chứa mucin và một số chất khác như allantoin, cholin, arginin, men maltose, saponin có nhân sterol và được sử dụng làm thuốc bổ ngũ tạng, mạnh gân xương và dùng chữa các loại bệnh gồm suy nhược cơ thể, bệnh đường ruột, thận suy, mỏi lưng, đi tiểu luôn, chóng mặt, hoa mắt, bệnh tiểu đường. Kết quả nghiên cứu về các đặc tính lý hóa, cấu trúc và thành phần của tinh bột Hoài Sơn trong việc hỗ trợ điều trị bệnh nhân đái tháo đường týp 2: được cho ăn các khẩu phần bánh chế biến từ nguyên liệu tinh bột Hoài Sơn theo một cách xác định, bước đầu đã chứng minh được rằng, khẩu phần bánh tạo ra có thể sử dụng để hỗ trợ điều trị bệnh đái tháo đường một cách hiệu quả. Ngoài ra củ mài còn được chế biến làm sạch đóng gói và bảo quản lạnh thành các sản phẩm để bán trong các siêu thị, nhà hàng [8], [9].

II, CÔNG DỤNG CHÍNH:

Củ mài (*Rhizoma Dioscoreae*) là một loại thực phẩm và dược liệu quý trong y học cổ truyền, được sử dụng rộng rãi nhờ vào các công dụng chữa bệnh và bổ dưỡng đa dạng. Dưới đây là một số **công dụng chính** của củ mài:

1. Hỗ trợ tiêu hóa

- Cải thiện chức năng tiêu hóa: Củ mài chứa nhiều chất xơ giúp cải thiện chức năng tiêu hóa và ngăn ngừa táo bón.
- Giảm viêm loét dạ dày: Có tác dụng làm dịu niêm mạc dạ dày và giảm triệu chứng viêm loét dạ dày.

2. Tăng cường hệ miễn dịch

- Chống oxy hóa: Chứa nhiều chất chống oxy hóa giúp bảo vệ cơ thể khỏi các gốc tự do và tăng cường hệ miễn dịch.

3. Hỗ trợ kiểm soát đường huyết

- Giảm đường huyết: Củ mài có thể giúp kiểm soát mức đường huyết, phù hợp cho người bị tiểu đường.

Kết quả nghiên cứu về các đặc tính lý hóa, cấu trúc và thành phần của tinh bột Hoài Sơn trong việc hỗ trợ điều trị bệnh nhân đái tháo đường týp 2: được cho ăn các khẩu phần bánh chế biến từ nguyên liệu tinh bột Hoài Sơn theo một cách xác định, bước đầu đã chứng minh được rằng, khẩu phần bánh tạo ra có thể sử dụng để hỗ trợ điều trị bệnh đái tháo đường một cách hiệu quả.

4. Bảo vệ sức khỏe tim mạch

- Giảm cholesterol: Củ mài giúp giảm mức cholesterol xấu (LDL) và tăng mức cholesterol tốt (HDL), giúp bảo vệ sức khỏe tim mạch.

5. Tăng cường sinh lý

- Hỗ trợ sinh lý nam: Được sử dụng trong y học cổ truyền để cải thiện sức khỏe sinh lý và tăng cường sinh lực nam giới.

6. Tăng cường sức khỏe xương khớp

- Chống viêm và giảm đau: Có tác dụng chống viêm, giảm đau và hỗ trợ điều trị các bệnh liên quan đến xương khớp như viêm khớp, đau lưng.

7. Hỗ trợ giảm cân

- Ít calo, giàu dinh dưỡng: Củ mài chứa ít calo nhưng giàu dinh dưỡng, phù hợp cho người muốn giảm cân hoặc duy trì cân nặng.

8. Làm đẹp da

- Dưỡng ẩm và làm mềm da: Củ mài có thể được sử dụng trong các sản phẩm chăm sóc da để dưỡng ẩm và làm mềm da.

9. Tăng cường năng lượng

- Nguồn carbohydrate: Cung cấp nguồn năng lượng nhanh chóng nhờ hàm lượng carbohydrate cao.

10. Bổ sung dinh dưỡng

- Giàu vitamin và khoáng chất: Chứa nhiều vitamin và khoáng chất cần thiết cho cơ thể như vitamin B, vitamin C, canxi, và sắt.

11. Hỗ trợ hệ hô hấp

- Giảm ho và viêm họng: Có thể được sử dụng để giảm ho, làm dịu họng và điều trị các vấn đề về hô hấp.

12. Cải thiện sức khỏe tổng quát

- Tăng cường sức khỏe tổng quát: Sử dụng thường xuyên có thể giúp tăng cường sức khỏe tổng quát và duy trì sự cân bằng của các cơ quan trong cơ thể.

13. Cải thiện khả năng nhận thức và trí nhớ:

- Trong một nghiên cứu trên 28 người trưởng thành khỏe mạnh, chiết xuất của hoài sơn có chứa diosgenin đã cho thấy có tác dụng cải thiện các dấu hiệu của chức năng nhận thức và trí nhớ mà không tạo ra các tác dụng phụ. Đồng thời, hợp chất này cũng sửa chữa chức năng não trên mô hình chuột bị bệnh Alzheimer.

Tóm lại

Củ mài (Rhizoma Dioscoreae) là một thành phần quý giá trong y học cổ truyền với nhiều công dụng cho sức khỏe. Từ việc hỗ trợ tiêu hóa, tăng cường hệ miễn dịch, kiểm soát đường huyết, bảo vệ tim mạch đến tăng cường sinh lý và làm đẹp da, củ mài mang lại nhiều lợi ích cho người sử dụng

LINK DẪN CHỨNG:

<https://tcmwiki.com/wiki/rhizoma-dioscoreae>

<https://bestchinesemedicines.com/tags/shan-yao-chinese-yam-rhizoma-dioscoreae/>

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/ptr.4997>
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4331973/>
<https://nhathuoclongchau.com.vn/thanh-phan/hoai-son>
<https://tracuuduoclieu.vn/hoai-son.html>

III, Độc tính:

Dưới đây là một số thông tin về độc tính của củ mài:

1. **Chứa saponin:** Củ mài chứa saponin, một chất có thể gây kích ứng dạ dày và ruột nếu tiêu thụ với số lượng lớn. Saponin có thể gây ra các triệu chứng như buồn nôn, nôn mửa và tiêu chảy.
2. **Phản ứng dị ứng:** Một số người có thể bị dị ứng với củ mài, gây ra các triệu chứng như ngứa, phát ban, hoặc khó thở.
3. **Oxalate:** Củ mài cũng chứa oxalate, một chất có thể gây ra sỏi thận nếu tiêu thụ quá mức.
4. **Độc tính từ chế biến sai cách:** Nếu không được chế biến đúng cách, củ mài có thể chứa một số chất độc hại. Việc nấu chín củ mài trước khi ăn là rất quan trọng để loại bỏ các chất độc này.
5. **Tác động đến hệ tiêu hóa:** Một số nghiên cứu cho thấy củ mài có thể gây ra các vấn đề tiêu hóa, đặc biệt là ở những người có hệ tiêu hóa nhạy cảm.
6. **Tương tác thuốc:** Củ mài có thể tương tác với một số loại thuốc, làm giảm hiệu quả hoặc tăng tác dụng phụ của thuốc.

Tóm lại: Chưa tìm thấy khả năng gây độc nào đối với Củ mài - Rhizoma Dioscoreae khi được sử dụng đúng cách với liều lượng phù hợp.

Đặc biệt, đã có các bài báo cáo nghiên cứu liên quan đến khả năng gây độc khi chiết xuất nước của Củ Mài (Đối với **Thận, Gan, Gen,...**) được kết luận không có hại.

LINK DẪN CHỨNG:

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33359266/>
<https://www.alliedacademies.org/articles/effect-of-sulfurfumigated-rhizoma-dioscoreae-on-organ-morphology-and-function-in-rats-9575.html>

V, CHI TIẾT SẢN PHẨM:

1. **Giới thiệu chung về sản phẩm:** (Công dụng, thành phần nguyên liệu, liều lượng, quy trình sản xuất, dự kiến giá thành sản phẩm).

a, Công dụng

- Bộ sản phẩm nước uống thảo dược được phát triển từ vị thuốc Hoài sơn bao gồm các sản phẩm:

- **Nước uống thảo dược chống suy nhược cơ thể.**

Thành phần: Hoài sơn 12g, đảng sâm 12g, bạch truật 12g, phục linh 12g, cam thảo 6g

Công dụng: Bổ khí, tăng cường sức khỏe, cải thiện tình trạng suy nhược cơ thể.

- **Nước uống thảo dược hỗ trợ bệnh nhân tiểu đường.**

Thành phần: Hoài sơn 15g, thiên hoa phấn 12g, sinh địa 12g, bạch thược 12g, phục linh 12g, Kỷ tử 12g, cỏ ngọt

Công dụng: Hỗ trợ ổn định đường huyết, cải thiện tình trạng tiểu đường.

- **Nước uống thảo dược hỗ trợ tiêu hóa.**

Thành phần: Hoài sơn 12g, bạch truật 12g, phục linh 12g, cam thảo 6g.

Công dụng: Cải thiện chức năng tiêu hóa, giảm triệu chứng khó tiêu, chướng bụng, và rối loạn tiêu hóa.

- **Nước uống thảo dược cải thiện trí nhớ, chống mệt mỏi.**

Thành phần: Hoài sơn, kỷ tử, táo đỏ, đương quy, bạch truật, đảng sâm

Công dụng: Tăng cường trí nhớ, chống mệt mỏi, cải thiện sự tập trung và tỉnh táo.

- **Nước uống thảo dược bổ phổi, giảm ho.**

Thành phần: Hoài sơn 12g, mạch môn đông 10g, bách hợp 10g, cam thảo 6g, đảng sâm

Công dụng: Bổ phổi, giảm ho, điều trị các triệu chứng viêm phổi, viêm phế quản.

b, Nguyên liệu:

1.

ST T	Tên dược liệu	Công dụng	Chống chỉ định
1	Hoài sơn	Cải thiện tiêu hóa, hỗ trợ điều trị Đái tháo đường, tăng cường hệ miễn dịch, bổ phổi giảm ho,....	
2	Đảng	Bổ khí, tăng cường hệ	Dùng thuốc điều trị trào

	sâm	miễn dịch, bổ phổi, cải thiện tiêu hóa, hỗ trợ tim mạch, giảm mệt mỏi,..	ngược dạ dày, phụ nữ có thai và cho con bú, người rối loạn đông máu
3	Bạch truật	vị : Ngọt, cay, hơi đắng Bổ tỳ, kiện khí, chống viêm, tăng cường hệ miễn dịch, an thần (5-15g/ngày)	Người âm hư, táo bón, miệng khô, họng khát, người bị viêm ruột cấp tính
4	Phục linh	Bổ tỳ, kiện khí, lợi tiểu, an thần, tăng cường hệ miễn dịch, chống viêm	
5	Thiên hoa phấn	Thanh nhiệt, giải độc, hỗ trợ điều trị đái tháo đường,...	
6	Sinh địa	Bổ thận, bổ máu, chữa ho lâu ngày sốt cao, giải độc cơ thể	
7	Bạch thược	Điều hòa kinh nguyệt, bổ huyết, giảm đau, an thần, chống viêm, bảo vệ gan	huyết áp thấp, viêm loét dạ dày
8	Cam thảo	Cam thảo có tính chất giải độc, kháng viêm, chống dị ứng, và làm dịu các vấn đề liên quan đến đường hô hấp. Nó cũng giúp tăng cường chức năng của hệ tiêu hóa và hỗ trợ điều trị các bệnh dạ dày.	
9	Kỷ tử	Kỷ tử giúp bổ gan, thận, dưỡng huyết, và tăng cường thị lực. Nó cũng có tác dụng chống lão hóa, tăng cường miễn dịch và cải thiện sức khỏe tổng quát. (8-15g/ngày)	người đang sốt, huyết áp cao, người bị tiểu đường, bị cường dương, đang dùng thuốc chống đông máu, bị dị ứng vs kỷ tử
11	Bạch	Bạch quả được biết đến	

	quả	với khả năng cải thiện tuần hoàn máu, đặc biệt là tuần hoàn não, giúp tăng cường trí nhớ và khả năng tập trung. Ngoài ra, nó còn có tác dụng chống oxy hóa, hỗ trợ sức khỏe tim mạch và chống viêm.	
12	Mạch môn đông	Mạch môn đông có tác dụng bổ phế, dưỡng âm, làm mát cơ thể, hỗ trợ điều trị ho khan, viêm họng và các bệnh liên quan đến phổi. Nó cũng giúp cải thiện tình trạng mất ngủ và tăng cường sức khỏe tim mạch.	
13	Bách hợp	Bách hợp có tác dụng an thần, dưỡng tâm, giảm lo âu, và cải thiện giấc ngủ. Nó cũng được sử dụng để dưỡng da, làm sáng da, và hỗ trợ điều trị các bệnh liên quan đến hệ hô hấp như ho và suyễn.	
14	táo đỏ	vị: ngọt tăng cường hệ miễn dịch, cải thiện giấc ngủ, hỗ trợ tiêu hóa, đẹp da, bảo vệ tim mạch, hỗ trợ chức năng gan (5-6 quả nhỏ or 2-3 quả to/ngày)	người đang dùng thuốc chống trầm cảm Venlafaxine, có tiền sử co giật, người có hàm lượng đường trong máu cao
15	đương quy	bảo vệ TB Thần kinh, cân bằng cảm xúc, nội tiết, giảm lo lắng, căng thẳng (3-10gram/ngày)	phụ nữ mang thai và cho con bú, đang dùng thuốc giảm đau, chống đông máu, tiêu chảy mãn tính
16.	Hạt sen	có thể chữa các bệnh suy nhược cơ thể, suy nhược	

		thần kinh mất ngủ ăn kém tâm phiền	
17.	Long nhãn	chữa suy nhược thần kinh trí nhớ kém hoặc chứng mất ngủ thường xuyên	long nhãn chứa hàm lượng đường cao nên đặc biệt không phù hợp với người bị tiểu đường, thừa cân hoặc béo phì
18.	Hoàng tinh	Đây được coi là vị thuốc quý, chữa tình trạng tỳ vị hư nhược, suy kiệt mệt mỏi. Ngày dùng 10-15g sắc nước hoặc ngâm rượu uống. Có thể tán bột ăn với cháo	

Bổ tỳ và **kiện khí** là hai khái niệm trong Đông y liên quan đến việc duy trì và cải thiện chức năng của cơ thể, đặc biệt là hệ tiêu hóa và năng lượng.

1. **Bổ tỳ (bổ tỳ vị):**

- **Tỳ** là một trong những cơ quan quan trọng trong Đông y, tương ứng với chức năng tiêu hóa và chuyển hóa thức ăn thành năng lượng và dưỡng chất.
- **Bổ tỳ** có nghĩa là tăng cường và hỗ trợ chức năng của tỳ, giúp cải thiện quá trình tiêu hóa, hấp thụ và vận chuyển dưỡng chất trong cơ thể. Khi tỳ khỏe mạnh, các vấn đề như chướng bụng, đầy hơi
- i, tiêu chảy, và mệt mỏi sẽ giảm bớt.

2. **Kiến khí:**

- **Khí** trong Đông y được coi là năng lượng sống, lưu thông khắp cơ thể và đảm bảo sự hoạt động của các cơ quan.
- **Kiến khí** có nghĩa là củng cố và tăng cường khí lực, giúp cơ thể có đủ năng lượng để hoạt động hiệu quả. Điều này giúp giảm mệt mỏi, suy nhược, và duy trì sức khỏe tổng thể.

Tóm lại, **bổ tỳ** là việc cải thiện chức năng tiêu hóa, còn **kiện khí** là tăng cường năng lượng của cơ thể, cả hai đều nhằm mục đích duy trì sức khỏe và sự cân bằng trong cơ thể theo quan niệm của Đông y.

c, Quy trình sản xuất:

1. Lựa chọn và chuẩn bị nguyên liệu thảo dược:

- Chọn các loại thảo dược chất lượng cao, phù hợp với công thức sản phẩm.

- Rửa sạch thảo dược để loại bỏ bụi bẩn và tạp chất.

- Sấy khô hoặc phơi khô thảo dược nếu cần thiết.

2. Chiết xuất thảo dược:

- Ngâm hoặc đun sôi thảo dược trong nước để chiết xuất các hoạt chất.

- Sử dụng các phương pháp chiết xuất khác như chiết xuất bằng cồn, dầu, hoặc sử dụng thiết bị hiện đại như máy chiết xuất chân không.

- Quá trình chiết xuất phải được kiểm soát chặt chẽ về thời gian, nhiệt độ và tỉ lệ nguyên liệu để đảm bảo chất lượng và hiệu quả chiết xuất.

3. Lọc và xử lý dịch chiết:

- Lọc bỏ cặn bã và tạp chất từ dịch chiết thảo dược để đảm bảo độ tinh khiết.

- Có thể sử dụng các phương pháp lọc như lọc bằng giấy lọc, màng lọc hoặc máy ly tâm.

4. Pha chế và bổ sung các thành phần khác:

- Pha chế dịch chiết thảo dược với nước, đường, hương liệu tự nhiên và các thành phần khác theo công thức để tạo nên hương vị đặc trưng.

- Đảm bảo các thành phần được pha chế đúng tỉ lệ và đồng nhất.

5. Thanh trùng và tiệt trùng:

- Thanh trùng dịch chiết bằng nhiệt độ cao để tiêu diệt vi khuẩn, nấm mốc và các vi sinh vật có hại.

- Quá trình này giúp kéo dài thời gian bảo quản sản phẩm.

6. Đóng chai/lon:

- Dịch chiết thảo dược sau khi thanh trùng được đóng vào chai hoặc lon bằng các thiết bị đóng gói tự động.

- Đảm bảo các chai hoặc lon được vệ sinh sạch sẽ trước khi đóng gói để tránh nhiễm khuẩn.

- Sử dụng nhựa hữu cơ thân thiện với môi trường. VD: PET, HDPE hoặc PP có chất lượng cao, không chứa BPA

- So với nhựa và lon thì CHAI THỦY TINH an toàn nhất, không phản ứng với các thành phần trong nước dược liệu, không giải phóng chất độc hại, giúp bảo quản hương vị và dưỡng chất tốt hơn, nhưng giá thành cao hơn.

=> Có thể xem xét đóng chai nhựa chất lượng cao hoặc thủy tinh

7. Chất bảo quản:

8. Gắn nhãn và bao bì:

- Gắn nhãn lên các chai hoặc lon, ghi rõ thông tin sản phẩm, thành phần, ngày sản xuất và hạn sử dụng.

- Bao bì sản phẩm cần được thiết kế hấp dẫn, bắt mắt và bảo vệ sản phẩm khỏi ánh sáng, nhiệt độ và độ ẩm.

9. Kiểm tra chất lượng:

- Kiểm tra chất lượng sản phẩm sau khi hoàn thành quy trình sản xuất.

- Đảm bảo sản phẩm đạt các tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm và chất lượng theo quy định.

9. Bảo quản và phân phối:

- Bảo quản sản phẩm trong kho ở nhiệt độ thích hợp.

- Phân phối sản phẩm đến các cửa hàng, siêu thị và người tiêu dùng.

d, Ước tính giá cả

Tên dược liệu	Hàm lượng	Giá cả 1 g	Thành tiền	Nguồn cung
Hoài sơn	12	264.54	3.147	
Đảng sâm	12	411.26	4.935	
Phục linh	12	201.88	2.422	
Bạch truật	12	158.51	1.902	
Cam thảo	6	245.56	1.473	
Tổng			13.879	

Giá cả bao gồm:

Giá nguyên liệu: 13.879 đ

bao bì: 2000 đ (Sử dụng chai nhựa PET và gắn nhãn)

chi phí sản xuất (máy móc + nhân công):

chi phí vận chuyển,

chi phí marketing

chi phí quản lý:

Phần 3: Tổng quan đề án

A. TÓM TẮT Ý TƯỞNG DỰ ÁN (trình bày thông tin ngắn gọn, cô đọng khoảng 1 trang)

1. Ý tưởng chính của dự án.

Dự án phát triển sản phẩm “Nước uống thảo dược Hoài sơn” có tác dụng cải thiện sức khỏe, chống suy nhược cơ thể giúp chăm sóc sức khỏe cộng đồng. Trong bối cảnh kinh

tế- xã hội hiện nay, các vấn đề về suy nhược cơ thể ngày càng nhiều, kéo theo nhu cầu sử dụng các sản phẩm hỗ trợ điều trị tăng cao. Đồng thời chúng tôi nhận thấy Hoài sơn là một dược liệu quý cũng như đem lại các tác dụng không nhỏ. Kết hợp các yếu tố trên chúng tôi phát triển sản phẩm “Nước uống thảo dược Hoài Sơn” có tác dụng bồi bổ khí huyết, chống suy nhược cơ thể, tăng cường sức đề kháng giúp đem lại một cuộc sống khỏe mạnh cho người tiêu dùng.

2. Mô tả tóm tắt về sản phẩm/dịch vụ và những giá trị của dự án.

- “Nước uống thảo dược Hoài sơn” có tác dụng bổ khí, tăng cường sức khỏe, chống suy nhược cơ thể giúp người dùng cải thiện sức khỏe toàn diện, đem đến một cuộc sống khỏe mạnh, năng lượng. Với sự kết hợp của các loại thảo dược bao gồm “hoài sơn, đẳng sâm, bạch truật, phục linh, cam thảo” giúp tăng hiệu quả khi sử dụng. Sản phẩm được sản xuất dưới dạng nước uống đóng chai giúp người dùng sử dụng tiện lợi, tiết kiệm thời gian, mang lại cảm giác thoải mái khi sử dụng thay vì sử dụng dạng viên uống.
- Cùng với niềm tin đem cuộc sống vui khỏe tới mọi nhà, chúng tôi mong muốn mang đến cho mọi người sản phẩm giúp cải thiện sức khỏe không chỉ an toàn, hiệu quả, thân thiện mà còn sử dụng tiện lợi, giá thành phù hợp. Bên cạnh việc dùng thuốc điều trị, người tiêu dùng có thể lựa chọn “Nước uống thảo dược” sử dụng hàng ngày nhằm hỗ trợ chăm sóc cơ thể, tăng cường sức khỏe, giải quyết các vấn đề gặp phải.

3. Lý do vì sao sinh viên/nhóm sinh viên lại có ý tưởng về sản phẩm/ dịch vụ này.

- Vài nét về dược liệu Hoài sơn: Hoài sơn hay tên gọi khác là củ mài được biết đến từ lâu như một loại thực phẩm chống đói vô cùng phổ biến. Ngày nay, **Hoài sơn** (*Rhizoma Dioscoreae*), đã trở thành một vị thuốc đông y quý giá, thường được sử dụng trong nhiều bài thuốc dân gian để điều trị các bệnh về đường ruột, tiêu hóa, khó tiêu, đái đường và nhiều bệnh khác.
- Hiện nay, nhu cầu chăm sóc sức khỏe của con người ngày một nâng cao. Vì vậy chúng tôi nghĩ đến ý tưởng phát triển một sản phẩm giúp nâng cao sức khỏe chung của cộng đồng và với xu hướng sử dụng thảo dược đang ngày càng tăng, chúng tôi đã đặt ra câu hỏi làm thế nào để tạo ra một sản phẩm vừa cải thiện sức khỏe cộng đồng nhưng dễ sử dụng và phù hợp với nhiều đối tượng?

Dựa trên ý tưởng đó cùng với phát hiện nhiều công dụng tuyệt vời của Hoài sơn, chúng tôi mong muốn phát triển một chuỗi các sản phẩm nước uống thảo dược đến từ Hoài sơn với các công dụng khác nhau và phù hợp với từng nhóm đối tượng khác nhau. Chúng tôi chọn sản phẩm “Nước uống thảo dược Hoài sơn” với công dụng cải thiện sức khỏe, chống suy nhược cơ thể ra mắt đầu tiên phù hợp với hiệu quả tuyệt vời và phù hợp

với rộng rãi nhu cầu khách hàng sẽ đặt nền móng cho sự phát triển sau này của chuỗi sản phẩm “Nước uống thảo dược”

4. Các nội dung khác (nếu có).

B. NỘI DUNG CHÍNH CỦA DỰ ÁN

I. TỔNG QUAN Ý TƯỞNG DỰ ÁN

- Trình bày dưới dạng Khung mô hình kinh doanh - **Business Model Canvas**

Lưu ý: chỉ điền những thông tin tối giản, cốt lõi nhất của dự án

ĐỐI TÁC CHÍNH	HOẠT ĐỘNG CHÍNH	GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ	QUAN HỆ KHÁCH HÀNG	PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG
<ul style="list-style-type: none"> - Đối tác cung cấp nguyên dược liệu - Đối tác Marketing: Chicilon Media, KOLs, KOCs, ... - Nhà đầu tư - Nhà máy sản xuất - Nhà phân phối sản phẩm 	<p>Mô tả những hoạt động quan trọng nhất cần thực hiện để giữ cho doanh nghiệp hoạt động</p> <p>- Hoạt động quản lý:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Lập kế hoạch: lịch sx chi tiết, máy móc, nguyên liệu, xác định tiêu chuẩn chất lượng + Quản lý tài chính + Quản lý nhân sự <p>- Sản xuất:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Chuẩn bị nguyên liệu: + Sản xuất: Chế biến, bảo quản + Kiểm tra chất lượng sản phẩm: hình thức, chức năng, so sánh tiêu chuẩn + Đóng chai và bảo quản <p>- Kinh doanh:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Marketing: Nghiên cứu thị trường, quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu + Bán hàng: tiếp thị và bán sản phẩm 	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ cải thiện sức khỏe, chống suy nhược - An toàn cho người dùng: sử dụng nguồn nguyên liệu thiên nhiên cùng với sự nghiên cứu và phát triển của đội ngũ sinh viên Dược có nền tảng về dược liệu Việt Nam - Tiện dụng: dạng chai dễ sử dụng và mang theo 	<p>Mục đích: tạo được mối quan hệ tin tưởng, yêu thích, ủng hộ lâu dài</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tạo các video hướng dẫn tập luyện kết hợp với sản phẩm. - Xây dựng một group facebook chuyên về sức khỏe và dinh dưỡng để những người dùng có thể chia sẻ cùng nhau - Tặng sản phẩm tri ân khách hàng mỗi dịp đầu tháng - Gói ưu đãi cho khách hàng mới 	<ul style="list-style-type: none"> - Người bị suy nhược cơ thể do bệnh tật, tuổi tác, sức khỏe - Người lớn tuổi dễ bị suy nhược - Nhân viên văn phòng - Sinh viên, học sinh -

	<div>+ <i>Phân phối</i>: Phân phối sản phẩm đến các siêu thị, đại lý, cửa hàng bán sỉ/lẻ,.. và người tiêu dùng</div> <div>+ <i>Hậu mãi</i>: ghi nhận feedback từ khách hàng</div> <div>- Nghiên cứu phát triển sản phẩm: cải tiến công nghệ, phương pháp quản lý mới đáp ứng nhu cầu thị trường</div>			
	<div>TÀI NGUYÊN CHÍNH</div> <div>- <i>Vốn</i>: quyết định nguồn vốn, phân bổ nguồn vốn</div> <div>- <i>Nhân lực</i>: đội ngũ nghiên cứu là sinh viên Dược</div> <div>- <i>Nguồn nguyên liệu</i>: dược liệu Việt Nam chất lượng cao</div>		<div>CÁC KÊNH THÔNG TIN VÀ KÊNH PHÂN PHỐI</div> <div><i>Hình thức</i>:</div> <div>- <i>Bán trực tiếp và trực tuyến tại</i>:</div> <div><i>Siêu thị, các cửa hàng bán lẻ, sàn thương mại điện tử</i></div> <div>- <i>Bán gián tiếp qua các nhà thuốc, các cửa hàng bán sỉ</i></div>	
<div>CẤU TRÚC CHI PHÍ</div> <div><i>Toàn bộ chi phí cần thiết để duy trì doanh nghiệp.</i></div> <div>- <i>Chi phí sản xuất</i>: nguyên liệu, máy móc</div> <div>- <i>Chi phí kinh doanh</i>:</div> <div>- <i>Tiền lương nhân công</i></div> <div>- <i>Chi phí marketing</i></div> <div>- <i>Thuế, bảo hiểm</i></div>			<div>ĐỒNG DOANH THU</div> <div><i>Tiền thu được từ việc bán sản phẩm chính: Nước uống thảo dược</i></div> <div><i>Từ sản phẩm khác: bánh Hoài Sơn,</i></div>	

II. MÔ TẢ SẢN PHẨM, DỊCH VỤ

1. Mô tả chi tiết sản phẩm/dịch vụ

- Sản phẩm/dịch vụ của nhóm bạn là gì? *(Những đặc điểm, chức năng, lợi ích, sử dụng, giới thiệu cụ thể về sản phẩm/dịch vụ, ... có kèm theo ấn phẩm hoặc hình ảnh sản phẩm nếu có)*

“Nước uống thảo dược Hoài Sơn” được chiết xuất từ các thảo dược 100% tự nhiên, bao gồm các thành phần:

- Hoài sơn: Cải thiện tiêu hóa, hỗ trợ điều trị Đái tháo đường, tăng cường hệ miễn dịch, bổ phổi giảm ho,....
- Đảng sâm: Bổ khí, tăng cường hệ miễn dịch, bổ phổi, cải thiện tiêu hóa, hỗ trợ tim mạch, giảm mệt mỏi,.
- Bạch truật: Bổ tì, kiện khí, chống viêm, tăng cường hệ miễn dịch, an thần
- Phục linh: Bổ tỳ, kiện khí, lợi tiểu, an thần, tăng cường hệ miễn dịch, chống viêm
- Cam thảo: Cam thảo có tính chất giải độc, kháng viêm, chống dị ứng, và làm dịu các vấn đề liên quan đến đường hô hấp. Nó cũng giúp tăng cường chức năng của hệ tiêu hóa và hỗ trợ điều trị các bệnh dạ dày

Công dụng: Bổ khí, tăng cường sức khỏe, cải thiện tình trạng suy nhược cơ thể.

Đối tượng sử dụng: Người bị suy nhược cơ thể thường mệt mỏi, chán ăn, vừa ốm dậy sức đề kháng giảm, người gặp vấn đề về tiêu hóa, người bị thiếu máu, người bị căng thẳng lo âu, mất ngủ, người cao tuổi,...

Chống chỉ định: Người có dị ứng với các thành phần của thuốc, phụ nữ đang có thai.

Trong sản phẩm sẽ có sự kết hợp đa dạng với các thảo dược nhằm đáp ứng công dụng mong muốn, chất chiu những tinh túy từ các thảo dược ấy tạo nên hương vị đặc trưng cho từng sản phẩm, vị ngọt tự nhiên cũng hoàn toàn đến từ thảo dược thay vì sử dụng đường hóa học. Vì vậy người dùng có thể yên tâm khi lựa chọn sản phẩm của “Nước uống thảo dược Hoài sơn”

Sản phẩm được sản xuất trên dây chuyền công nghệ hiện đại để đem đến những sản phẩm chất lượng nhất. Mỗi sản phẩm sẽ được sản xuất dưới dạng chai 220ml, phù hợp và tiện lợi cho người tiêu dùng. Chúng tôi khẳng định sẽ đem đến những sản phẩm chất lượng, hương vị thanh khiết từ thảo dược. Nói không với chất bảo quản, đường hóa học, chất phụ gia nhằm giúp người tiêu dùng yên tâm khi sử dụng.

- Đánh giá sản phẩm (Phân tích SWOT,...)

+ Điểm mạnh: Sản phẩm có các điểm mạnh nổi bật như:

- Sản phẩm “Nước uống thảo dược Hoài sơn” có tác dụng cải thiện sức khỏe, chống suy nhược cơ thể phù hợp với nhiều đối tượng như người đang ôn thi mệt mỏi, người cao tuổi ăn uống kém, người mới ốm dậy hệ miễn dịch yếu,...
- Sản phẩm có nguồn gốc từ dược liệu vì thế sẽ ít có độc tính và tác dụng phụ; đem lại tác dụng toàn diện, tăng cường chức năng nhiều cơ quan trong cơ thể; đồng thời phù hợp với nhu cầu ngày càng gia tăng của thị trường.
- Áp dụng từ bài thuốc cổ truyền từ dân gian,
- Giá thành phù hợp với người dân có mức thu nhập trung bình
- Thành phần dược liệu (đặc biệt là Hoài sơn) được trồng trọt sản xuất tại Việt Nam, thuận lợi trong đầu vào nguyên liệu
- Dược liệu chưa được khai thác nhiều

+ Điểm yếu:

- Sản phẩm đang trong giai đoạn ý tưởng vì vậy chưa được đánh giá hiệu quả tác dụng của các chuyên gia.
- Cần được nghiên cứu thêm về thành phần nguyên liệu để nâng cao hiệu quả sử dụng.
- Dược liệu chưa phổ biến đến cộng đồng

+ Cơ hội:

- Hiện nay, với nhu cầu sử dụng thuốc từ dược liệu ngày càng phổ biến, dân tộc ta có nhiều bài thuốc hay và có tác dụng hiệu quả nhưng chưa được khai

thác hết giá trị, hơn thế nữa là tiềm lực về dược liệu trên cả nước là không hề nhỏ.

- Mục tiêu của chúng tôi không chỉ là sản phẩm từ Hoài sơn mà đa dạng hóa sản phẩm thảo dược với đa dạng công dụng, hướng tới từng đối tượng khách hàng khác nhau.

+ Thách thức:

- Hiện nay trên thị trường đã xuất hiện nhiều sản phẩm có tác dụng tương tự. Sản phẩm của chúng tôi không chỉ phải cạnh tranh với các thuốc có nguồn gốc tổng hợp hóa dược mà còn là các sản phẩm có nguồn gốc thảo dược. Tuy nhiên thị trường càng năng động cùng với nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, cùng với tác dụng hiệu quả của sản phẩm đem lại, chúng tôi tin rằng sản phẩm có thể cạnh tranh được với các sản phẩm khác trên thị trường, đem đến cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn hơn.

2. Tự đánh giá tác động của dự án

- Tính cần thiết của dự án

- Đa dạng hóa sản phẩm, chăm sóc sức khỏe cộng đồng: Việc chăm sóc cho con người đang ngày càng được quan tâm, đặc biệt các sản phẩm có nguồn gốc từ Dược liệu. Việc đa dạng hóa sản phẩm giúp người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn hơn để chăm sóc sức khỏe cho gia đình, giúp nâng cao chất lượng cuộc sống.
- Thúc đẩy phát triển nền dược liệu nước ta: Nước ta với nguồn dược liệu đa dạng, phong phú, nhiều bài thuốc và kinh nghiệm sử dụng dược liệu của nhân dân ta rất hiệu quả, tuy nhiên đều chưa được khai thác, sử dụng hiệu quả. Việc phát triển các sản phẩm thực phẩm chức năng có nguồn gốc từ dược liệu giúp thúc đẩy phát triển ngành dược liệu cổ truyền dân tộc, qua đó còn là phát huy giá trị gìn giữ tài sản của dân tộc ta. Khi đó các sản phẩm trong nước sẽ có tiềm năng phát triển trên thị trường quốc tế, gián tiếp nâng cao kinh tế nước nhà.

- Tính khả thi của dự án:

- Vị thuốc Hoài sơn được biết đến với nhiều công dụng tuyệt vời tuy nhiên mới được biết đến trong các bài thuốc đông y mà chưa được phát triển rộng rãi. Dự án nước uống thảo dược sẽ giúp người dân tiếp cận rộng rãi, nâng cao hiệu quả chăm sóc sức khỏe cộng đồng, cùng với việc sản xuất dạng uống dễ dàng sử dụng và bảo quản.
- Nguyên liệu đều là những dược liệu quen thuộc trong các bài thuốc đông y; có nghiên cứu, đánh giá tác dụng trước đó

- Tính mới, tính độc đáo, sáng tạo của dự án

- Sử dụng dược liệu Hoài sơn với tiềm năng lớn; trên thị trường hiện nay chưa có nước uống thảo dược chứa hoài sơn
- Hiện nay trên thị trường, dạng viên đang có tỉ lệ cao hơn. Tuy nhiên dạng nước uống cũng có những ưu điểm nhất định, sản xuất dưới dạng nước uống sẽ sử dụng tiện lợi hơn, một số dược liệu cũng hấp thụ tốt hơn ở dạng nước, người tiêu dùng tránh khỏi cảm giác sợ “viên thuốc”.
- Thay vì có mùi thuốc đặc trưng thì nước uống thảo dược lại đem lại hương vị thơm mát, dịu nhẹ từ thảo dược

III. PHÂN TÍCH CƠ HỘI

1. Phân khúc khách hàng, khách hàng mục tiêu

Những nhóm người có nhu cầu sử dụng sản phẩm :

- Người cao tuổi (60+ tuổi):
 - Đặc điểm: Hệ miễn dịch suy yếu, dễ mắc các bệnh mãn tính, cần bổ sung dinh dưỡng để cải thiện sức khỏe tổng quát. mua hàng trực tiếp qua tư vấn, được người quen giới thiệu.
 - Nhu cầu: Sản phẩm dễ tiêu hóa, giúp tăng cường sức khỏe và năng lượng hàng ngày. Yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm.
- Nhân viên văn phòng:
 - Đặc điểm: Lối sống ít vận động, thường xuyên ngồi lâu, dễ bị stress và mệt mỏi.
 - Nhu cầu: Sản phẩm giúp cải thiện tình trạng mệt mỏi và căng thẳng,
- Học sinh, sinh viên:
 - Đặc điểm: Ít quan tâm tới lối sống lành mạnh, thời gian ăn uống và nghỉ ngơi hợp lý, dễ gặp tình trạng suy nhược cơ thể.
 - Nhu cầu: Sản phẩm tiện lợi, dễ mang theo và sử dụng bất cứ lúc nào để bổ sung năng lượng.

Khách hàng mục tiêu doanh nghiệp hướng tới: Nhân viên văn phòng

2. Quy mô thị trường

- Nhân viên văn phòng: 15%~20% thị phần trong tổng số các sản phẩm nước uống được nhân viên văn phòng sử dụng .
 - + Đây là nhóm đối tượng khách hàng tiềm năng. Nhóm này cũng có thu nhập ổn định, sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm cải thiện sức khỏe.
 - + Cách khai thác: tập trung làm rõ công dụng như 1 giải pháp giảm căng thẳng, giảm mệt mỏi, giúp tăng năng suất làm việc.
- Người cao tuổi: 10%
 - + Nhóm đối tượng cần chăm sóc đặc biệt về sức khỏe, đặc biệt là các sản phẩm từ thiên nhiên, an toàn, có lợi về lâu dài.
 - + Cách khai thác: nhấn vào tính tự nhiên và an toàn của sản phẩm, có thể hợp tác với các phòng khám, nhà thuốc để có sự tư vấn từ các bác sĩ, dược sĩ.
- Sinh viên: 10% thị phần
 - + Đây là nhóm khách hàng có lối sống bận rộn, ngân sách hạn chế nhưng có nhu cầu cao về sản phẩm bổ sung năng lượng đặc biệt cho giai đoạn học tập căng thẳng.
 - + Cách khai thác: tập trung hướng đến giá cả hợp lý và bao bì bắt mắt.

Kết luận: Sản phẩm nước dinh dưỡng từ củ mài có tiềm năng lớn trên nhiều phân khúc khách hàng, chiếm khoảng 11% thị phần. Mỗi phân khúc có những đặc điểm và nhu cầu riêng, tạo cơ

hội cho doanh nghiệp tiếp cận thị trường từ đó có phương án mở rộng thị phần, đẩy mạnh marketing để nâng cao độ nhận diện thương hiệu trong tương lai.

3. Cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường

- Cạnh tranh trực tiếp:
 - Trà tự nhiên TH true tea
 - Nước uống thảo dược của Vinaherbfoods
 - Nước đông trùng hạ thảo Hector Life
 - Nước Uống Thảo Dược LEBOMINE
- Cạnh tranh gián tiếp:
 - Các loại nước uống tăng lực: Redbull, wake up 247, Sting
 - Cafe, nước ép, trà
 - Các sản phẩm bổ sung vitamin và khoáng chất: viên uống vitamin C, B12, multivitamin...
- Điểm nổi bật của sản phẩm
 - Thành phần tự nhiên: với thành phần chính là củ mài chứa nhiều vitamin, khoáng chất và các chất chống oxy hóa tự nhiên...
 - Tiện lợi và dễ sử dụng: Sản phẩm dạng dung dịch dùng ngay sau khi mở nắp lon
 - Chất lượng cao: được chế biến từ nguồn dược liệu Việt Nam đảm bảo được chất lượng và phát triển bởi đội ngũ là sinh viên Dược
 - Hệ thống phân phối sản phẩm: rộng khắp từ nhà thuốc, phòng khám, cửa hàng tiện lợi đến các kênh online đảm bảo người tiêu dùng luôn mua được sản phẩm chính hãng
 - Giá thành phù hợp với chất lượng
- Ưu thế cạnh tranh của sản phẩm
 - Tính độc quyền của thành phần: Củ mài ít được sử dụng trong các loại nước dinh dưỡng, tạo nên điểm khác biệt nổi bật
 - Hương vị tự nhiên và dễ chịu: nhờ sự kết hợp hoàn hảo từ các thành phần đem đến hương vị dễ uống và vị ngọt thanh hoàn toàn từ thiên nhiên
 - Phù hợp cho nhiều nhóm khách hàng đa dạng như: nhân viên văn phòng, sinh viên, người cao tuổi...
 - Sản phẩm không ngừng được đổi mới, phát triển, nghiên cứu, nâng cấp chất lượng ngày càng hoàn thiện.

4. Cung/cầu của thị trường với sản phẩm (Không bắt buộc)

IV. KẾ HOẠCH KINH DOANH

1. Chiến lược Marketing-Mix (4P-Product, Price, Place, Promotion)

<i>Product</i>	<i>Price</i>
- Tên sản phẩm: Nước uống thảo	<i>Chiến lược giá:</i>

<p>được...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sản phẩm hỗ trợ sức khỏe, chống suy nhược cơ thể - Khách hàng khi sử dụng sản phẩm có sức khỏe được cải thiện, giảm mệt mỏi, an toàn - Bao bì của sản phẩm bắt mắt, chai đựng thon gọn, thể tích 220ml vừa đủ tiện dụng - Khách hàng có thể trải nghiệm thử sản phẩm trước khi mua khi có chương trình ra mắt sản phẩm, chiến dịch truyền thông của doanh nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> - Định giá hợp lý: Sản phẩm định giá ở mức trung bình, phù hợp với chất lượng tạo niềm tin cho khách hàng về chất lượng sản phẩm - Chiết khấu và ưu đãi cho người mới mua lần đầu, tạo combo để khách hàng mua nhiều hơn - Với kênh trực tuyến: kết hợp giảm giá cho những đợt khuyến mãi lớn của sàn thương mại
Place	Promotion
<p>Kênh phân phối:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bán lẻ: Cửa hàng tiện lợi, siêu thị, phòng khám, nhà thuốc, những nơi có nhiều nhân viên văn phòng như các tòa nhà, khu thương mại... - Trực tuyến: nền tảng thương mại điện tử (Shopee, Lazada) và website chính thức của sản phẩm <p>Phân phối qua các kênh công ty:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp sản phẩm trong chương trình chăm sóc sức khỏe cho nhân viên các công ty - Tổ chức các hội thảo về sản phẩm chăm sóc sức khỏe từ thiên nhiên 	<p>Chiến lược quảng cáo trực tuyến</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hợp tác với các chuyên gia dinh dưỡng, sức khỏe, KOLs để tạo dựng niềm tin và lan tỏa thông điệp về sản phẩm. - Sử dụng Google Ads và Facebook Ads nhắm vào các tệp đối tượng khách hàng tiềm năng <p>Quảng cáo trực tiếp</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đặt quầy thử sản phẩm tại các siêu thị, workshop về sản phẩm thiên nhiên, các nhà thuốc để khách hàng có thể trải nghiệm tại chỗ - Kết hợp với công ty mở các hội thảo tư vấn sức khỏe kết hợp giới thiệu sản phẩm <p>Quan hệ Công chúng</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tạo cộng đồng riêng: Lập group facebook để mọi người cùng chia sẻ kinh nghiệm - Mở gian hàng tại các sự kiện, hội chợ sản phẩm tự nhiên

	<ul style="list-style-type: none"> - Tạo các blog chia sẻ kiến thức hữu ích như “Cách duy trì năng lượng suốt cả ngày”, “Lợi ích của nước dinh dưỡng từ củ mài đối với nhân viên văn phòng”.
--	---

2. Kế hoạch truyền thông, quảng cáo, PR...

- Chân dung khách hàng mục tiêu

- + *Giới tính: Nữ*
 - + *Tuổi: 35 tuổi*
 - + *Công việc: Nhân viên văn phòng*
 - + *Nơi ở: Hà Nội*
 - + *Phương tiện di chuyển: xe máy*
 - + *Tình trạng hôn nhân: đã kết hôn 5 năm*
 - + *Lối sống: buổi sáng thường uống cafe; đi siêu thị sau khi đi làm về*
 - + *Tình trạng sức khỏe:*
 - *Tinh táo vào đầu buổi sáng, mệt mỏi dần từ tầm trưa*
 - *Thường xuyên đau mỗi khớp cổ, lưng, nhức đầu, khó ngủ kéo dài do áp lực công việc và thiếu thời gian nghỉ ngơi*
 - + *Thu nhập: Trung bình cao, có đủ khả năng tài chính để đầu tư vào các sản phẩm chăm sóc sức khỏe*
 - + *Hành vi tiêu dùng*
 - *Hay tìm kiếm thông tin qua các trang mạng xã hội như Google, Youtube, Tiktok, Facebook ...*
 - *Dễ bị ảnh hưởng bởi lời khuyên của các chuyên gia sức khỏe hoặc những người có sức ảnh hưởng trong ngành trên mạng xã hội*
 - *Sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm có hiệu quả và nguồn gốc xuất xứ rõ ràng*
- => *Insight:*
- *Duy trì năng lượng suốt ngày làm việc*
 - *Bổ sung dinh dưỡng an toàn tạo nên sức khỏe dồi dào*
 - *Tinh thần khoan khoái; giảm căng thẳng, cải thiện giấc ngủ*

Key message: Nguồn năng lượng tự nhiên tạo sức khỏe bền vững

Ý nghĩa: Là sản phẩm hoàn toàn từ thiên nhiên thuần túy, khao khát đem đến cho người dùng một sức khỏe bền vững, dồi dào, mang tính lâu dài. Thay vì dựa vào các thức uống kích thích năng lượng tạm thời có thể gây hại ít nhiều cho cơ thể, sản phẩm của chúng tôi giúp nuôi dưỡng cơ thể từ bên trong, xoa dịu tình trạng

một mối kéo dài, sẵn sàng là người bạn tận tâm hỗ trợ người dùng trên mọi chặng đường.

- Mục tiêu truyền thông
 - + Cải thiện doanh số bán hàng, tăng lưu lượng truy cập vào các trang bán hàng
 - + Sản phẩm được biết tới nhiều hơn, tiếp cận được nhiều khách hàng (tiềm năng)
 - + Xây dựng được hình ảnh thương hiệu trở nên phổ biến, đáng tin trong mắt người tiêu dùng
- Chiến lược truyền thông
 - + Truyền thông online
 - Social Marketing: Tạo nội dung hấp dẫn trên nền tảng mạng xã hội như Facebook, Tiktok, Youtube: sử dụng video để giới thiệu, feedback từ người dùng, công dụng từ củ mài, mini-game hoặc giveaway, tạo các video hướng dẫn tập luyện kết hợp với sử dụng sản phẩm
 - Influencer Marketing: Hợp tác với các chuyên gia y tế, dược sĩ, hoặc các KOLs về sức khỏe để giới thiệu sản phẩm đến lượng khán giả lớn hơn.
 - Quảng cáo trực tuyến: Sử dụng Google Ads và Facebook Ads chạy quảng cáo nhắm vào đối tượng mục tiêu
 - + Truyền thông offline
 - Gian hàng trải nghiệm: Đặt ở siêu thị, nhà thuốc, các sự kiện về sức khỏe, các trường đại học để khách hàng có thể trực tiếp thử sản phẩm và nâng cao độ nhận diện thương hiệu
 - Tổ chức các buổi tư vấn sức khỏe ở các công ty, trường đại học kết hợp giới thiệu, trải nghiệm sản phẩm
 - Brochure và tờ rơi: tại các địa điểm thuận lợi như trạm xăng, bến xe, nhà thuốc, trung tâm y tế...
 - Bài viết trên tạp chí sức khỏe: Các bài viết chuyên sâu về lợi ích của củ mài, nghiên cứu khoa học và giới thiệu sản phẩm

3. Nguồn lực

- **Nguồn lực nhân sự**
 - + **Dược sĩ và chuyên gia y học cổ truyền:** Chuyên gia hiểu rõ về công dụng của củ mài và các thành phần thảo dược khác, đảm bảo sản phẩm an toàn và hiệu quả.
 - + **Nhà phát triển sản phẩm:** Người phụ trách nghiên cứu và phát triển công thức, kết hợp các thành phần để tạo ra sản phẩm tối ưu.
 - + **Chuyên gia kiểm soát chất lượng:** Đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm.
 - + **Đội ngũ marketing và bán hàng:** Chịu trách nhiệm xây dựng chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm đến đúng đối tượng khách hàng, và quản lý kênh phân phối.
- **Nguồn lực tài chính**

- + **Vốn đầu tư ban đầu:** Để mua sắm nguyên liệu, thiết bị sản xuất, chi phí nghiên cứu và phát triển sản phẩm, cũng như chi phí tiếp thị và phân phối.
 - + **Vốn lưu động:** Để duy trì hoạt động hàng ngày, chi trả lương nhân viên, chi phí vận hành, và dự phòng rủi ro.
 - **Nguồn lực vật chất**
 - + **Nguyên liệu đầu vào:** Củ mài chất lượng cao và các nguyên liệu thảo dược khác, đảm bảo nguồn cung ổn định và lâu dài.
 - + **Thiết bị và công nghệ sản xuất:** Máy móc chế biến, đóng gói hiện đại, đảm bảo hiệu quả sản xuất và chất lượng sản phẩm.
 - + **Địa điểm sản xuất:** Nhà máy hoặc cơ sở sản xuất đạt tiêu chuẩn, có vị trí thuận lợi cho vận chuyển nguyên liệu và phân phối sản phẩm.
 - **Nguồn lực công nghệ**
 - + **Công nghệ chiết xuất và bảo quản:** Đảm bảo giữ được tối đa hàm lượng dinh dưỡng của củ mài và các thành phần khác trong quá trình sản xuất.
 - + **Hệ thống quản lý và theo dõi chất lượng:** Áp dụng công nghệ để theo dõi và kiểm soát chất lượng sản phẩm từ khâu nguyên liệu đầu vào đến khi sản phẩm hoàn thiện.
4. Chiến lược phát triển sản phẩm (Không bắt buộc)
- Sau khi ra mắt sản phẩm nước uống thảo dược chống suy nhược cơ thể, chiến lược phát triển sẽ tập trung vào việc mở rộng thị trường, nghiên cứu và phát triển, và gia tăng nhận diện sản phẩm. Dưới đây là các bước chiến lược cụ thể:
- Phát triển thị trường: Sau khi phát triển ở thị trường trong nước, team sẽ tìm kiếm cơ hội xuất khẩu sang các thị trường nước ngoài, đặc biệt là các nước trong khu vực châu Á, nơi thảo dược và y học cổ truyền được ưa chuộng.
 - Nghiên cứu và phát triển: Sau khi có được lượng khách hàng sử dụng sản phẩm, team sẽ thu thập phản hồi từ người dùng để hiểu rõ hơn về trải nghiệm sản phẩm, từ đó liên tục nghiên cứu để cải thiện công thức, tăng cường hiệu quả và mở rộng các dòng sản phẩm bổ trợ.
 - Kết nối với các viện nghiên cứu, trường đại học để tiến hành các nghiên cứu sâu hơn về hiệu quả của sản phẩm, từ đó tăng cường uy tín và độ tin cậy. Đồng thời xây dựng quan hệ đối tác với các chuỗi cửa hàng thực phẩm sức khỏe, phòng khám, và các tổ chức y tế để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách rộng rãi hơn.
5. Chiến lược phân phối, mở rộng thị trường (Không bắt buộc)
6. Kế hoạch tài chính và kêu gọi vốn đầu tư (Không bắt buộc)

V. KẾT QUẢ TIỀM NĂNG CỦA DỰ ÁN

Chiếm bao nhiêu phần trăm thị phần

Độ nhận diện thương hiệu

1. Trong 1 năm tới

- Mục tiêu: cho ra mắt thành công nước uống thảo dược chống suy nhược cơ thể và tiếp cận được thị trường tiêu dùng tiềm năng
- Thành công mong đợi: Tăng độ nhận diện thương hiệu cho sản phẩm, tạo doanh số ổn định, chiếm 15% thị phần chung. Tạo đà phát triển để ra mắt các sản phẩm tiếp theo

2. Trong 5 năm tới

- Mục tiêu: Ra mắt thành công bộ 5 loại nước uống thảo dược và trở thành thương hiệu đáng tin cậy trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe từ sản phẩm thiên nhiên
- Thành công mong đợi: Xây dựng hệ thống phân phối trên toàn quốc, có cơ hội gia nhập thị trường quốc tế, đặc biệt là các nước ưa chuộng dược liệu

3. Trong 10 năm tới

- Mục tiêu: Ra mắt thêm nhiều bộ sản phẩm nước uống thảo dược hướng tới chăm sóc sức khỏe cộng đồng một cách toàn diện. Tiếp tục mở rộng thị trường tới nhiều quốc gia trên thế giới, xây dựng thương hiệu nước uống thảo dược uy tín, chất lượng.
- Thành công mong đợi: Đạt được sự công nhận rộng rãi trên toàn thế giới. Đóng góp tích cực vào cộng đồng y dược, trở thành biểu tượng cho sự kết hợp giữa dược liệu cổ truyền và y học hiện đại