**[6T-3] Tuyên ngôn giá trị NABC của dự án nhóm**

**Các yếu tố thúc đẩy và rào cản của dự án**

(Enablers & Barriers to Innovation)

Lớp: 242.SKI1108.A03 Số thứ tự nhóm: 05 Tên nhóm: 7 vì tinh tú

|  |  |
| --- | --- |
| **Các thành viên tham gia:** | **Mức độ tham gia, đóng góp cho nhóm (Max 10pts)** |
| 1. Ngô Minh Triết | 10 |
| 1. Hồ Văn Như Ý | 10 |
| 1. Dương Kim Nga | 10 |
| 1. Phan Võ Hà Phương | 10 |
| 1. Chu Dương Hồng | 10 |
| 1. Lê Nguyễn Minh Thư | 10 |
| 1. Vũ Quỳnh Như | 10 |

1. **TUYÊN NGÔN GIÁ TRỊ NABC CỦA DỰ ÁN NHÓM**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ELEVATOR PITCH**  **• Tên dự án**: Cà phê sinh học Dalat BioCivet – Hướng đi bền vững thay thế cà phê chồn nuôi nhốt  **• Mô tả vấn đề & nguyên nhân vấn đề**:  Cà phê chồn là một loại cà phê cao cấp với hương vị độc đáo, được nhiều người yêu thích. Tuy nhiên, nhu cầu cao đối với cà phê chồn đã dẫn đến tình trạng khai thác quá mức và nuôi nhốt động vật hoang dã trong môi trường không đảm bảo phúc lợi. Điều này gây ra các vấn đề về đạo đức, môi trường và nguồn cung không bền vững.  Nhu cầu cao đối với cà phê chồn dẫn đến cung không đủ cầu, thúc đẩy việc nuôi nhốt.  Nhận thức của khách hàng còn hạn chế, chưa hiểu rõ về tác động của quá trình sản xuất.  Chưa có quy định chặt chẽ về bảo vệ động vật trong ngành cà phê chồn. | | **HOOK:**  Cà phê chồn có giá trị cao nhưng việc nuôi nhốt chồn để sản xuất gây hại cho động vật và môi trường. Dalat BioCivet sử dụng công nghệ lên men sinh học để tạo ra cà phê có hương vị tương tự, không cần nuôi nhốt chồn, góp phần bảo vệ động vật hoang dã và phát triển bền vững. |
| ▪ **NEED** (Mô tả Nhu cầu quan trọng của khách hàng/ thị trường/ thực trạng vấn đề tồn tại: định lượng nếu có thể)  \* Tại sao lại có dự án này?  \* Mục tiêu dự án: | * Cà phê chồn có giá trị cao nhưng nguồn cung khan hiếm do phụ thuộc vào động vật hoang dã. * Người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến nguồn gốc, quy trình và đạo đức trong sản xuất thực phẩm. * Cần một giải pháp thay thế cà phê chồn mà vẫn giữ được hương vị đặc trưng, vẫn bảo vệ động vật hoang dã, không phải đánh đổi quá nhiều. * Quy định về bảo vệ động vật ngày càng chặt chẽ, thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi sang mô hình bền vững. | |
| ▪ **APPROACH** (Giải pháp thỏa mãn nhu cầu quan trọng của khách hàng/ bên liên quan) | | |
| - Mô tả, giải thích cơ chế hoạt động, vận hành của giải pháp/ ý tưởng | * Ứng dụng công nghệ lên men vi sinh để mô phỏng quá trình tiêu hóa trong dạ dày chồn, tạo ra hương vị tương tự cà phê chồn thật. * Sử dụng enzyme tự nhiên và vi khuẩn lactic (Lactobacillus), nấm men (Saccharomyces cerevisiae) để phân giải protein và carbohydrate trong hạt cà phê. * Xây dựng quy trình sản xuất bền vững: nguyên liệu sạch, không khai thác động vật, bao bì thân thiện với môi trường. * Chứng nhận sản phẩm bền vững để tạo niềm tin cho khách hàng và có sản phẩm. | |
| - Mô hình minh họa giải pháp |  | |
| ▪ **BENEFITS/ COSTS** (Lợi ích/ chi phí cạnh tranh từ Giải pháp)  *- Khách hàng có lợi gì?*  *- Nhà đầu tư có lợi gì?*  *- Xã hội, cộng đồng có lợi gì?* | * **Lợi ích:**   + Giữ nguyên hương vị đặc trưng của cà phê chồn mà không cần đến động vật, không đánh đổi môi trường với lợi nhuận.   + Đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đạo đức, thu hút khách hàng quan tâm đến bảo vệ động vật.   + Giúp cho người tiêu dùng dễ tiếp cận cà phê chồn sinh học hơn do chi phí sản xuất và giá thành rẻ hơn so với cà phê chồn truyền thống.   + Góp phần bảo tồn động vật hoang dã và giảm thiểu tác động môi trường. * **Chi phí:**   + Đầu tư nghiên cứu và phát triển công nghệ lên men vi sinh.   + Chi phí kiểm nghiệm, chứng nhận sản phẩm bền vững và tiếp thị sản phẩm .   + Định hướng thị trường và giáo dục người tiêu dùng về sản phẩm thay thế. | |
| ▪ **COMPETITION** (Đối thủ cạnh tranh, lợi thế so sánh của dự án)  *- Đối thủ cạnh tranh là ai? Các giải pháp (tương tự) hiện có là gì?*  *- Dự án nhóm có lợi thế cạnh tranh gì so với các giải pháp hiện tại/ đối thủ cạnh tranh khác?* | **Đối thủ cạnh tranh/ Giải pháp hiện có:** | **Dự án nhóm** |
| * ➊ **Competitor 1**: Trang trại Trại Hầm - Cà phê chồn truyền thống (nhu cầu cao, giá thành đắt, trang trại rộng lớn được đầu tư cao).   \* Hình ảnh Competitor 1:  Trang trại cà phê chồn Đà Lạt  \* Thế mạnh của Đối thủ 1/ Giải pháp hiện có 1 giải quyết vấn đề tương tự:   * Thương hiệu lâu đời: Được biết đến rộng rãi trong ngành cà phê chồn tại Đà Lạt, tạo được lòng tin với khách hàng. * Hương vị nguyên bản: Cà phê chồn truyền thống có quy trình tự nhiên, đảm bảo hương vị đặc trưng mà nhiều người yêu thích. * Nhu cầu cao: Cà phê chồn được xem là sản phẩm cao cấp, nhiều khách hàng sẵn sàng chi trả mức giá cao. * Chất lượng và giá trị kinh tế: Được định vị là một loại cà phê thượng hạng, giúp mang lại lợi nhuận cao. * Sự đầu tư lớn: Các trang trại cà phê chồn lớn được đầu tư mạnh vào quy trình sản xuất và tiếp thị. | Lợi thế cạnh tranh của dự án nhóm so với đối thủ:   * Không gây tổn hại đến động vật: Sử dụng công nghệ lên men vi sinh thay thế quá trình tiêu hóa của chồn, không cần nuôi nhốt động vật. * Thân thiện với môi trường: Giảm thiểu tác động tiêu cực đến hệ sinh thái so với cà phê chồn truyền thống. * Chi phí thấp hơn: Không phụ thuộc vào số lượng chồn, đồng thời enzyme có thể sử dụng với lượng cà phê lớn giúp giá thành sản phẩm hợp lý hơn mà vẫn giữ được chất lượng hương vị. * Đáp ứng xu hướng tiêu dùng đạo đức: Ngày càng nhiều người tiêu dùng quan tâm đến sản phẩm có nguồn gốc bền vững, không gây hại đến động vật. * Khả năng mở rộng sản xuất dễ dàng: Không bị giới hạn bởi số lượng chồn có sẵn, có thể đáp ứng nhu cầu thị trường lớn hơn. |
| * ➋ **Competitor 2**: Một số sản phẩm cà phê lên men khác nhưng chưa có công nghệ tối ưu để tái tạo hương vị cà phê chồn.   \* Hình ảnh Competitor 2: Cà phê Arabica Honey Process  Cà phê lên men​ (Hình 6)  \* Thế mạnh của Đối thủ 2/ Giải pháp hiện có 2 giải quyết vấn đề tương tự:   * Có mặt trên thị trường sớm: Một số thương hiệu đã triển khai công nghệ lên men để tái tạo hương vị cà phê chồn, giúp họ có được sự nhận diện sớm hơn. * Không sử dụng động vật: Giống với dự án của bạn, họ cũng hướng đến mô hình bền vững và không gây tổn hại đến động vật. * Thị phần nhất định: Do đã có thời gian hoạt động, họ có một lượng khách hàng trung thành và một số thành công nhất định trên thị trường. * Giá thành hợp lý, phải chăng: Cà phê lên men thường có chi phí sản xuất thấp hơn so với cà phê chồn truyền thống, giúp dễ tiếp cận hơn với khách hàng. | Lợi thế cạnh tranh của dự án nhóm so với đối thủ:   * Công nghệ lên men tối ưu hơn: Khắc phục nhược điểm của các sản phẩm lên men hiện tại, các sản phẩm đi trước bằng cách tái tạo chính xác hương vị cà phê chồn, tạo ra trải nghiệm chân thực hơn. * Sự khác biệt về quy trình: Công nghệ của Dalat BioCivet có thể sử dụng phương pháp lên men đặc biệt giúp tạo ra hương vị phong phú, gần giống cà phê chồn hơn so với các sản phẩm cạnh tranh. * Chiến lược thương hiệu cá nhân, quảng cáo và sản xuất bền vững: Hướng đến việc xây dựng thương hiệu gắn liền với giá trị đạo đức, cà phê bền vững và chất lượng hảo hạng. * Nghiên cứu và cải tiến, phát triển liên tục: Tập trung vào cải tiến công nghệ để duy trì lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ khác trong ngành cà phê lên men. |
|  | | **CLOSE:** Dalat BioCivet là bước tiến bền vững trong ngành cà phê nói chung và cà phê chồn nói riêng, mang đến sản phẩm có giá trị cao mà không ảnh hưởng đến động vật, không gây tác động tới môi trường. Với công nghệ lên men sinh học tiên tiến, dự án hướng tới một tương lai nơi khách hàng có thể thưởng thức cà phê chồn mà không phải hy sinh đạo đức hay môi trường nhưng vẫn giữ được hương vị đặc trưng của cà phê chồn. Đây là giải pháp lý tưởng cho những ai yêu thích cà phê chồn nhưng muốn đóng góp vào sự phát triển bền vững. |

1. **CÁC YẾU TỐ THÚC ĐẨY VÀ RÀO CẢN CỦA DỰ ÁN NHÓM:**

*Liệt kê và mô tả các yếu tố có thể thúc đẩy (Enabler) và rào cản (Barriers)**kìm hãm sự đổi mới sáng tạo của dự án nhóm bạn.*

*(Mỗi thành viên mô tả ít nhất 1 yếu tố thúc đẩy và 1 yếu tố rào cản)*

*Ví dụ: Vấn đề tài chính là 1 yếu tố rào cản đối với các dự án khởi nghiệp (Startup) của sinh viên.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Tên thành viên** | **Yếu tố, điều kiện thúc đẩy (Enablers)** | **Yếu tố, điều kiện kìm hãm/ rào cản (Barriers)** |
| 1 | Ngô Minh Triết | Công nghệ vi sinh đang trên đà phát triển và đã được áp dụng thành công. | Thiếu kinh nghiệm thực tế, đặc biệt trong việc tối ưu quy trình sản xuất hoặc nghiên cứu thị trường. |
| 2 | Hồ Văn Như Ý | Sử dụng công nghệ lên men hoặc mô phỏng hương vị cà phê chồn giúp tạo ra sản phẩm khác biệt. | Công nghệ chưa hoàn thiện hoặc khó bảo hộ sở hữu trí tuệ, dễ bị sao chép. |
| 3 | Dương Kim Nga | Công nghệ sản xuất tiên tiến trong nông nghiệp có thể giúp cải thiện năng suất và chất lượng cà phê sinh học | Thiếu thông tin và nhận biết người nông dân không có kiến thức về kỹ thuật sản xuất cà phê sinh học, dẫn đến việc không thể áp dụng các phương pháp mới. |
| 4 | Phan Võ Hà Phương | Nhu cầu về cà phê hữu cơ, cà phê có chứng nhận bền vững đang tăng cao.  Cà phê sinh học có thể mở ra thị trường xuất khẩu mới, đặc biệt là ở các nước có tiêu chuẩn cao về đạo đức và môi trường. | Nhiều người tiêu dùng vẫn quen thuộc với cà phê chồn truyền thống và có thể e ngại thử nghiệm sản phẩm mới.  Đảm bảo chất lượng sản phẩm đồng đều và ổn định là một thách thức, đặc biệt là khi mở rộng quy mô sản xuất. |
| 5 | Chu Dương Hồng | Công nghệ vi sinh giúp tạo ra hạt cafe có hương vị tương tự mà không cần phụ thuộc vào động vật hoang dã, giúp tăng sản lượng và giảm giá thành. | Chi phí sản xuất cao do quá trình thu thập cà phê từ động vật hoang dã phức tạp, khiến giá thành sản phẩm đắt hơn so với cà phê chồn nuôi nhốt.  Sản lượng hạn chế là một thách thức lớn, khiến việc mở rộng quy mô trở nên khó khăn. |
| 6 | Lê Nguyễn Minh Thư | Xu hướng phản đối việc khai thác và ngược đãi động vật hoang dã trong sản xuất cà phê chồn. | Người tiêu dùng lâu năm có thói quen tin tưởng vào cà phê chồn truyền thống và chưa quen với việc tiêu dùng “cà phê sinh học”. |
| 7 | Vũ Quỳnh Như | Công nghệ vi sinh giúp tái tạo hương vị cà phê chồn mà không cần nuôi nhốt động vật. | Chi phí nghiên cứu và phát triển công nghệ cao, cần nguồn vốn lớn |