**4.Bài tập nhóm**

**Mô hình kinh doanh Canvas**

1. **Danh sách các thành viên tham gia:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Họ đệm** | **Tên** | **MSSV** | **Chức vụ** |
| 1. Nguyễn Thành | Phát | 21010471 | Nhóm trưởng |
| 2. Châu Công | Thoại | 21009641 | Thư ký |
| 3. Phạm Lê Kiều | Nhi | 20003075 | Thành viên |
| 4. Dương Huy | Hoàng | 19631051 | Thành viên |

1. **Mô hình kinh doanh Canvas**

**- Sản phẩm/dịch vụ:** Ống hút cỏ

**- Khách hàng mục tiêu:**

+ Các cửa hàng bán đồ uống ở Việt Nam

+ Thị trường Bắc Mỹ

+ Thị trường Châu Âu

+ Thị trường Châu Á

**- Xác định vấn đề muốn giải quyết:**

+ Thay thế ông hút nhựa vì nó khó phân hủy, gây ô nhiễm môi trường

+ Tạo ra sự thay đổi và giải pháp từ thiên nhiên để thay thế. Vừa bảo vệ với môi trường, vừa thân thiện với thiên nhiên.

| **8. Key Parnerships**  - Các mối quan hệ giới thiệu của đối tác kinh doanh, nhà tài trợ,… | **7. Key activities**  **-** Kiểm nghiệm an toàn về mẫu đất, nước và vi sinh | **2. Value Propositions**  - Dễ dàng phân hủy và bảo vệ môi trường  - Thiết kế độc đáo và đẹp | **4. Customer Relationships**  - Lắng nghe các phản hồi, đánh giá từ phía khách hàng.  - Chăm sóc sau bán hàng, giải quyết các vấn đề sau khi giao hàng. | **1. Customer Segments**  - Các cửa hàng bán đồ uống ở Việt Nam  - Thị trường Bắc Mỹ  - Thị trường Châu Âu  - Thị trường Châu Á |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **6. Key Resources**  **-** Đội ngũ nhân viên**,** xưởng sản xuất, nguyên liệu tự nhiên  - Các công cụ chạy quảng cáo, marketing,… | **3. Channels**  - Các trang mạng xã hội (Facebook, Instagram, Tiktok)  - Các cửa hàng thực phẩm hữu cơ, thực phẩm tự nhiên |
| **9. Cost Structure**  - Chi phí nghiên cứu phát triển ống hút cỏ  - Chi phí tiếp thị và quảng cáo  - Mở rộng thị trường và giảm giá thành chi phí | | | **5. Revenue Streams**  - Việc bán hàng qua các trang mạng xã hội.  - Từ việc quảng bá sản phẩm ra thị trường quốc tế  - Lợi nhuận từ việc giảm giá 20% đến 25% cho khách hàng khi đặt hàngvới số lượng lớn. | |

**- Mô tả mô hình kinh doanh ống hút cỏ tại thời điểm mới bắt đầu:** Thay thế ống hút nhựa bằng ống hút cỏ là một biện pháp tích cực để giảm ô nhiễm môi trường vì nó làm từ nguyên liệu tự nhiên và dễ phân hủy, làm giảm lượng rác thải nhựa độc hại. Điều này không chỉ bảo vệ động vật và môi trường nước, mà còn hỗ trợ trong việc giảm tác động tiêu cực của nhựa đối với hệ sinh thái. Vì thế, sự chuyển đổi này được thể hiện trên mô hình Canvas nhằm tạo ra các cơ hội kinh doanh mới mẻ và tăng cường ý thức cộng đồng về sự quan trọng của việc giữ gìn và bảo vệ nguồn tài nguyên tự nhiên.

**- Giải pháp:**

+ Nói không với ống hút nhựa thay vào đó sử dụng các ống hút cỏ để bảo vệ môi trường đồng thời bảo vệ sức khỏe người sử dụng.

+ Ống hút cỏ thường được làm từ các vật liệu tự nhiên và có thể phân hủy sinh học, giúp giảm tác động tiêu cực lên môi trường.

+ Nhờ đó, tạo ra việc làm cho bà con ở đồng bằng sông Cửu Long khi kinh doanh, sản xuất ống hút cỏ từ nguyên liệu tự nhiên.