**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:**

+ Người tiêu dùng lựa chọn sử dụng vì thân thiện với môi trường.

+ Người ủng hộ nông nghiệp bền vững.

+ Các khách hàng tổ chức bán các loại đồ uống,… muốn tìm kiếm sự đổi mới.

**- 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** | **7. Key activities** | **2. Value Propositions**  - Dễ dàng phân hủy và bảo vệ môi trường  - Tạo việc làm cho bà con nông dân ở đồng bằng sông Cửu Long.  - Hỗ trợ khách hàng thể hiện tinh thần bảo vệ môi trường và ý thức hành động bền vững | **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**  -Khách hàng cá nhân: là những người tiêu dùng, có nhu cầu mua và sẵn sàng chi trả để mua sản phẩm xanh, sạch, bảo vệ môi trường,  - Khách hàng tổ chức: là những cửa hàng kinh doanh các loại đồ uống, các cửa  hàng, siêu thị,... Đây là những nơi dễ phân phối sản phẩm đến tay người tiêu dùng. |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **6. Key Resources** | **3. Channels**  - Các trang thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tiki, Tiktok,…)  - Các trang mạng xã hội (Facebook, Instagram)  - Các mối quan hệ giới thiệu của đối tác, nhà tài trợ,…  - Các cửa hàng thực phẩm hữu cơ, thực phẩm tự nhiên |
| **9. Cost Structure** | | | **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.

+ Tạo việc làm cho bà con ở đồng bằng sông Cửu Long khi kinh doanh ống hút cỏ từ nguyên liệu tự nhiên.