

UBND TỈNH LẠNG SƠN
SỞ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ

KỶ YẾU
CUỘC THI KHỞI NGHIỆP
ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TỈNH LẠNG SƠN
GIAI ĐOẠN 2021 - 2023

LẠNG SƠN, NĂM 2023

Lời mở đầu

Những năm gần đây, cùng với sự phát triển và hội nhập ngày càng sâu rộng với nền kinh tế thế giới, phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo giữ vai trò tiên quyết đối với sự phát triển bền vững, đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế- xã hội. Năm 2016, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 844/QĐ-TTg hỗ trợ xây dựng Hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia đến năm 2025 với mục tiêu tạo lập môi trường thuận lợi để thúc đẩy, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới. Thực hiện các nội dung tại Đề án 844 và các văn bản về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Trung ương, tỉnh Lạng Sơn cũng đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Đây là tiền đề quan trọng và có ý nghĩa rất lớn đối với phong trào khởi nghiệp sáng tạo của tỉnh.

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có vai trò quan trọng trong phát triển của mỗi địa phương. Hiện nay, phong trào khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo đang được thúc đẩy và lan tỏa mạnh mẽ trong các doanh nghiệp và các tầng lớp nhân dân. Với sứ mệnh đồng hành, nâng đỡ các gương mặt khởi nghiệp trẻ, Cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tỉnh Lạng Sơn là nơi tìm kiếm các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo nhằm tạo nên những giá trị bền vững trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, tiềm năng bản địa, trong đó lấy kinh tế làm trung tâm. Cuộc thi là nơi các ý tưởng khởi nghiệp được phát triển và hỗ trợ, được kết nối với các nhà đầu tư, các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh, là nơi để các bạn trẻ được truyền cảm hứng, động lực tiếp tục phấn đấu và vươn lên trong sự nghiệp kinh doanh của mình nhằm hoàn thiện mình mỗi ngày để trở thành những doanh nhân tiêu biểu, đóng góp được nhiều hơn nữa cho sự phát triển của kinh tế địa phương và đất nước.

Với mục đích tạo hiệu ứng lan tỏa, khơi dậy tinh thần khởi nghiệp cũng như tôn vinh các tổ chức, cá nhân đã tích cực tham gia hoạt động khởi nghiệp- sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh, dịch vụ trên địa bàn tỉnh những năm gần đây. Sở Khoa học và Công nghệ trân trọng giới thiệu với bạn đọc 26 dự án/ ý tưởng Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tiêu biểu trên địa bàn tỉnh. Gửi gắm trong mỗi dự án, ý tưởng là niềm đam mê, nhiệt huyết cống hiến làm giàu cho quê hương, đất nước.

KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CUỘC THI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TỈNH LẠNG SƠN GIAI ĐOẠN 2021 - 2023

I. MỤC ĐÍCH, Ý NGHĨA CỦA CUỘC THI

Cuộc thi khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (KNĐMST) tỉnh Lạng Sơn được tổ chức nhằm thúc đẩy phong trào lao động sáng tạo, KNĐMST của các tầng lớp nhân dân trên địa bàn tỉnh trong tất cả các lĩnh vực, theo xu hướng chung của phong trào KNĐMST trên cả nước. Từ đó tìm kiếm, khuyến khích, thúc đẩy sự phát triển của những ý tưởng, dự án, sản phẩm, mô hình kinh doanh, doanh nghiệp khởi nghiệp mang tính đổi mới sáng tạo, có khả năng tăng trưởng dựa trên việc khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới, góp phần phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh.

II. KẾT QUẢ TỔ CHỨC CUỘC THI KNĐMST TỈNH LẠNG SƠN GIAI ĐOẠN 2021 - 2023

Thực hiện Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025, những năm qua, công tác hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn tiếp tục được triển khai hiệu quả và đã tạo được sức lan tỏa mạnh mẽ trong các cấp, các ngành và đạt được nhiều kết quả tích cực; tạo được sự lan tỏa về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong các tổ chức, cá nhân trên địa bàn tỉnh; tạo được sự kết nối một số yếu tố của hệ sinh thái KNĐMST. Cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tỉnh Lạng Sơn là một trong những hoạt động được tổ chức hàng năm, góp phần tạo nên những kết quả tích cực trong công tác hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên địa bàn tỉnh. Cuộc thi đã cổ vũ, khuyến khích tinh thần khởi nghiệp, lập nghiệp, làm giàu chính đáng của các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh; Cuộc thi đã tìm kiếm, phát hiện, hỗ trợ và bồi dưỡng những ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo, phát triển thành các dự án khởi nghiệp trong tương lai. Đến nay, cuộc thi đã trở thành một hoạt động thường niên được toàn tỉnh hưởng ứng sôi nổi, tạo hiệu ứng tích cực.

Lạng Sơn là tỉnh miền núi có lợi thế lớn về phát triển kinh tế nông nghiệp và sản xuất nông nghiệp có ý nghĩa kinh tế, xã hội và môi trường sâu sắc đối với phần lớn nhân dân trong tỉnh. Phần lớn các dự án, ý tưởng tham gia Cuộc thi qua các năm đa phần thuộc lĩnh vực sản xuất nông nghiệp và đối tượng đăng ký tham gia cuộc thi là các bạn đoàn viên thanh niên, hội viên các hội viên phụ nữ, nông dân, các hộ sản xuất kinh doanh cá thể trên địa bàn tỉnh. Thực tế, các tác giả dự án, ý tưởng tham gia Cuộc thi đều có hoài bão, có ước mơ và khát vọng thực hiện ý tưởng khởi nghiệp, lập nghiệp của mình, nhưng phần lớn họ đang gặp không ít khó khăn, trở ngại khi bắt tay vào thực hiện như hạn chế về kỹ năng, kiến thức khởi nghiệp, thiếu kinh nghiệm sản xuất, thiếu đầu ra, thiếu vốn đầu tư... Theo đó, phát huy vai trò là cầu nối nhằm hỗ trợ, kết nối giúp các bạn trẻ có thể hiện thực hóa ý tưởng khởi nghiệp của mình, hàng năm, UBND tỉnh Lạng Sơn đều ban hành kế hoạch tổ chức nhằm tạo sân chơi bổ ích cho đông

đào tầng lớp nhân dân trên địa bàn tỉnh, thu hút sự quan tâm, hỗ trợ của các tổ chức kinh tế - xã hội đối với các ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo.

Để cuộc thi tạo được sức lan tỏa, đến được với đông đảo tầng lớp nhân dân trên địa bàn tỉnh, các cơ quan, đơn vị thành viên Ban tổ chức Cuộc thi đã đẩy mạnh công tác tuyên truyền về mục đích, ý nghĩa cuộc thi trên hệ thống thông tin của tỉnh thông qua đó phát huy hiệu quả công tác tuyên truyền hoạt động của Cuộc thi. Từ năm 2021- 2023 đã có 148 dự án, ý tưởng đăng ký tham gia Cuộc thi, BTC cuộc thi đã trao giải và tôn vinh 38 dự án, ý tưởng tiêu biểu, có tiềm năng phát triển, từ đó cũng đã có nhiều sự hỗ trợ, tư vấn, kết nối để giúp cho các dự án phát triển và thành công như tổ chức các khóa đào tạo cung cấp kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cũng như kết nối để các dự án được gặp và tư vấn từ các chuyên gia, cố vấn khởi nghiệp góp phần hỗ trợ hoàn thiện mô hình, dự án, ý tưởng... Một số dự án, ý tưởng tiêu biểu như: Dự án Nâng cao chất lượng sản phẩm và tận dụng tối đa lợi ích từ cây thạch đen; Dự án Các sản phẩm Chiết xuất từ cây rau Bò Khai, Trà - cốm Bò Khai, sản xuất Dầu lạc Tuấn Hưng, Nâng cấp, hoàn thiện công nghệ sản xuất, chế biến miến dong tại xã Tràng Phái, huyện Văn Quan, tỉnh Lạng Sơn, Hồng treo gió và Hồng sấy dẻo; Vườn ươm cây giống quế; Hà Thủ ô đỏ; Thịt lợn hun khói và sấy khô; Heo dẻo mứt mật, Xây dựng chuỗi giá trị hoa hồi, được liệu dưới tán rừng hồi từ tài nguyên bản địa gắn với sinh kế cho phụ nữ dân tộc thiểu số trên địa bàn xã Tân Văn huyện Bình Gia tỉnh Lạng Sơn.... Hiện nay sản phẩm của các dự án, ý tưởng tham gia cuộc thi đã ngày một hoàn thiện, phát triển và có thị trường tiêu thụ ổn định.

Có thể khẳng định, Cuộc thi đã đạt được mục đích, yêu cầu đặt ra là sân chơi bổ ích, giúp cho các bạn trẻ, các doanh nghiệp, hợp tác xã trên, hộ sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh có cơ hội trải nghiệm thực tế để tích lũy kinh nghiệm, kiến thức kinh doanh, khởi nghiệp, từ đó tìm kiếm, tôn vinh những ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp.

Tuy vậy, để phong trào khởi nghiệp không chỉ là trào lưu mang tính hình thức và để có thêm nhiều ý tưởng được hiện thực hóa hơn nữa thì cần phải có những hành động cụ thể và thiết thực. Cộng đồng khởi nghiệp hiện nay có rất nhiều bạn trẻ có những ý tưởng rất táo bạo. Nhưng bên cạnh sự táo bạo, các bạn cần thực tế hơn, cần xác định khởi nghiệp để lập nghiệp hay chỉ khởi nghiệp theo phong trào. Bởi nếu xác định rõ khởi nghiệp để lập nghiệp thì sẽ giúp các bạn có cái nhìn nghiêm túc, đúng đắn hơn, có tâm thế, có tư duy, cách làm, định hướng và lộ trình rõ ràng xem mình có gì để khởi nghiệp và kiên trì theo đuổi sự nghiệp của mình. Cùng với đó, các bạn cũng cần có sự liên kết, làm sao để tiếp cận được các nhà đầu tư, những người hỗ trợ hoặc hợp tác được với mình trong quá trình khởi nghiệp. Như vậy con đường sẽ ngắn hơn để dẫn tới khởi nghiệp thành công.

Hy vọng từ ý tưởng thành hiện thực, Cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của tỉnh sẽ tiếp tục thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo, phát triển khoa học và công nghệ, phát triển nền kinh tế tri thức, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Lạng Sơn trong những năm tiếp theo.

TÓM TẮT CÁC DỰ ÁN/ Ý TƯỞNG ĐOẠT GIẢI

CUỘC THI

**KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO
TỈNH LẠNG SƠN (GIAI ĐOẠN 2021-2023)**

SEAN - GIÁO DỤC HƯỚNG NGHIỆP DÀNH CHO HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG

(Giải Nhất năm 2021)

Tác giả/đại diện nhóm tác giả: Đinh Thị Hồng Nhung

Địa chỉ: phường Đông Kinh, thành phố Lạng Sơn.



Hình ảnh

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

SEAN là dự án giáo dục hướng nghiệp dành cho học sinh trung học phổ thông (THPT) tại Lạng Sơn. Dự án được khởi xướng và vận hành bởi các thầy, cô giáo trong câu lạc bộ (CLB) Hướng nghiệp Tumany. Dự án được thực hiện với hai mục tiêu trọng tâm:

Thứ nhất, đáp ứng ba nhu cầu của học sinh THPT hiện nay: khám phá bản thân; trải nghiệm nghề nghiệp; rèn luyện kỹ năng nền tảng nhằm góp phần nâng cao khả năng định hướng và định hướng một cách hiệu quả cho việc lựa chọn ngành nghề trong tương lai cũng như giúp học sinh đạt đến sự chủ động và tích cực trên hành trình hướng nghiệp của chính mình.

Thứ hai, đáp ứng ba nhu cầu của giáo viên: bồi dưỡng; từng bước nâng cao nghiệp vụ, khả năng trong công tác giáo dục hướng nghiệp; mang lại chất lượng, hiệu quả tốt hơn đối với nhu cầu hướng nghiệp của học sinh. Qua đó giúp giáo viên chủ động, tự tin và nâng cao năng lực, khả năng giáo dục hướng nghiệp đáp ứng yêu cầu thực tiễn của công tác giáo dục hướng nghiệp trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0.

Nội dung cốt lõi của dự án là hoạt động sinh hoạt chuyên môn, học tập, bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ, khả năng, năng lực trong công tác giáo dục hướng nghiệp của các giáo viên và đặc biệt là mỗi khóa học hướng nghiệp kéo dài 30 ngày dành cho học sinh THPT với 3 chuyên đề học tập và trải nghiệm thực tế đáp ứng 2 mục tiêu trọng tâm mà dự án đã đưa ra.

Tính mới, tính sáng tạo: xây dựng được cách thức triển khai, khung chương trình và quy mô đào tạo đầu tiên tại tỉnh Lạng Sơn. Xây dựng được cách thức triển khai, khung chương trình và quy mô đào tạo đầu tiên tại tỉnh Lạng Sơn. Thực hiện khóa học “Khám phá bản thân - Thực chiến nghề nghiệp” kéo dài 30 ngày với 3 chuyên đề: Kỹ năng nền tảng thế kỷ XXI, Khám phá bản thân, Thực chiến nghề nghiệp. Tăng cường các hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp, gắn

giáo dục hướng nghiệp với khởi nghiệp đối với học sinh THPT.

Kế hoạch kinh doanh: Thành lập tư cách pháp nhân - Tìm kiếm đối tác chính - Xây dựng các dòng sản phẩm đào tạo chuyên về giáo dục Hướng nghiệp; chuyên về Kỹ năng thiết yếu; Sản phẩm đào tạo nghề phối hợp với các cơ sở nghề đặc thù, các doanh nghiệp trong và ngoài địa phương

Tiềm năng, quy mô thị trường: Thực hiện khảo sát thực trạng hướng nghiệp đối với các em học sinh, kết quả cho thấy dự án SEAN là một dự án giáo dục hướng nghiệp đầu tiên tại tỉnh Lạng Sơn và các em có nhu cầu đào tạo kỹ năng, đào tạo hướng nghiệp, thực chiến nghề nghiệp. Giáo viên mong muốn được trang bị, bồi dưỡng kiến thức về công tác giáo dục hướng nghiệp, được trang bị, bồi dưỡng về kỹ năng nền tảng của thế kỷ XXI và tham gia khóa học “Đào tạo kỹ năng nền tảng của thế kỷ XXI - Tổ chức hoạt động trải nghiệm Hướng nghiệp dành cho học sinh THPT”.

Đối tượng khách hàng: Các trường THPT, THCS&THPT; Trung tâm GDTX, GDNN - GDTX; Giáo viên, những người làm công tác kiêm nhiệm như giáo viên chủ nhiệm, giáo viên làm công tác hướng nghiệp cho học sinh (sau đây gọi chung là giáo viên) có nhu cầu tham gia khóa học; Phụ huynh học sinh có nhu cầu cho con em mình tham gia các hoạt động trải nghiệm hướng nghiệp và Học sinh THPT thuyết phục được phụ huynh tham gia khóa học.

Đối thủ cạnh tranh: Hiện tại, ở Lạng Sơn chưa có mô hình đào tạo hướng nghiệp cho học sinh THPT như của dự án SEAN, nên cơ bản có thể khẳng định dự án không có đối thủ cạnh tranh.

Phương pháp tổ chức và quản lý: dự án chia thành 07 Ban (Ban Điều hành, Ban Chuyên môn, Ban Đối ngoại, Ban truyền thông, Ban Tuyển sinh, Ban Kỹ thuật, Ban Hậu cần), có Chủ nhiệm dự án cùng với 5 thầy, cô giáo giảng dạy, quản lý và 12 tình nguyện viên. Dự án sẽ được tổ chức phân loại riêng cho đối tượng là học sinh và đối tượng là người đi làm.

Kế hoạch tiếp thị: Tăng cường công tác truyền thông, giới thiệu về hoạt động của dự án đội ngũ tình nguyện viên, đội ngũ học sinh tham gia khóa học; Đăng tải thông tin dự án, kinh doanh (bán) các khóa học trên các phương tiện truyền thông: Zalo, Facebook, website, tờ rơi, truyền hình...; Hợp tác, trao đổi với CLB Doanh nhân trẻ tỉnh Lạng Sơn.

Nguồn lực thực hiện:

Nhân lực: 05 thầy, cô giáo trực tiếp xây dựng khung chương trình dự án; đội ngũ cố vấn cấp cao của dự án; Sự hỗ trợ của các tổ chức, cá nhân: Quỹ Ý tưởng Phát triển nghề nghiệp TopCareer; công ty công nghệ cung cấp nền tảng Kết nối cơ hội việc làm TopCV; Quỹ Hỗ trợ Phát triển Thanh niên; PREP Việt Nam; Chuyên gia Trần Việt Quân; Sự hỗ trợ của các tổ chức, cá nhân về tổ chức trải nghiệm, cơ sở vật chất, tiếp thị, chia sẻ về tình hình lao động tại Lạng Sơn.

Kế hoạch tài chính: Giai đoạn triển khai dự án, đưa thí điểm 1 sản phẩm vào thị trường Lạng Sơn với 40 học sinh, mức lời nhuận mong muốn là 30%, học phí 1.500.000 đồng, chi phí vận hành, lương, khấu hao 48.708.000 thì mức lợi nhuận từ hoạt động giảng dạy là

11,292,000 đồng. Hoàn thiện và phát triển các sản phẩm sẽ tiếp tục kêu gọi vốn đầu tư để phát triển dự án.

Phương án tài chính cho từng năm khi dự án đi vào hoạt động: Năm 2021: 50 triệu từ vốn tự có; Năm 2022: 100 triệu vốn tự có; Năm 2023: 150 triệu từ huy động vốn; vay bạn bè, gia đình; Năm 2024: 500 triệu từ vay ngân hàng, huy động vốn góp. Với số vốn bỏ ra chủ yếu sẽ là mua tài liệu máy móc thiết bị và trả tiền lương Nên số vốn đầu tư sẽ không quá cao 2 năm đầu nên các chúng tôi có thể đóng góp. Tuy nhiên khi tăng quy mô thì chi phí sẽ tăng theo nhu cầu. Do đó, dự án có thể vay hoặc huy động để phát triển và hoàn trả vốn ngay tại từng thời điểm khi thu học phí. Dự kiến doanh thu sẽ tiếp tục tăng trưởng trong những năm tiếp theo.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Kết quả đạt được: tạo được 1 CLB Hướng nghiệp Tumany gồm các giáo viên cùng học tập, trao đổi chuyên môn về giáo dục hướng nghiệp; tạo được thư viện sách về giáo dục hướng nghiệp; Dự án bao gồm 40 học sinh tham gia, đã hoàn thành 3 chuyên đề học tập, trải nghiệm hướng nghiệp; Dự án được sự quan tâm, tài trợ, sự tin tưởng của một số tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân trong và ngoài địa phương; Dự án nhận được sự phản hồi tích cực từ phía học sinh, phụ huynh học sinh.

Lợi ích về kinh tế, xã hội và đóng góp của dự án: SEAN là một dự án xã hội, một dự án “phi lợi nhuận” được chính thức thực hiện từ 14/7/2021 đến hết ngày 15/8/2021; Dự án SEAN có tính khả thi, hi vọng sẽ được đón nhận ở học sinh, phụ huynh học sinh và giáo viên của tất cả các trường THPT trên địa bàn; Dự án SEAN có thể triển khai rộng rãi trong toàn quốc, toàn tỉnh; mang lại hiệu quả kinh tế.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Năm 2021: Gây dựng, đào tạo đội ngũ (chuyên gia hóa đội ngũ địa phương); Xây dựng chương trình khóa học cho dòng sản phẩm 1 (Giáo dục hướng nghiệp, hướng đến phục vụ đối tượng học sinh và giáo viên); Thí điểm với dự án hướng nghiệp SEAN; Xây dựng website chuyên nghiệp phục vụ cho công tác giáo dục hướng nghiệp, tạo kênh tài nguyên chung; Tham gia các cuộc thi và kết nối nhiều bên để tranh thủ các nguồn lực phát triển; Thành lập được tổ chức có tư cách pháp nhân để hoạt động chính thức.

Năm 2022: Phát triển đội ngũ (mở rộng số lượng và việc đào tạo nguồn nhân lực); Tiếp tục củng cố, phát triển dòng sản phẩm 1 và xây dựng dòng sản phẩm 2 (Kỹ năng thiết yếu); Vận hành thương mại với dòng sản phẩm hướng nghiệp và kỹ năng; Online hóa 1 dòng sản phẩm (dự kiến: dòng sản phẩm giáo dục hướng nghiệp); Khẳng định thương hiệu; Tiếp tục tìm kiếm nguồn lực và kết nối để nâng cấp nhân lực và tổ chức.

Năm 2023: Tiếp tục củng cố, phát triển các dòng sản phẩm đã có và xây dựng dòng sản phẩm 3 (sản phẩm đào tạo nghề phối hợp đa bên); Online hóa 1 dòng sản phẩm (dự kiến: dòng sản phẩm giáo dục kỹ năng thiết yếu); Tiếp tục phát triển đội ngũ chuyên gia và GV giảng dạy. Từ năm 2023 trở thành một đơn vị giáo dục hướng nghiệp, đào tạo kỹ năng chuyên nghiệp và uy tín trên địa bàn thành phố Lạng Sơn.

HỒNG VÀNH KHUYÊN TREO GIÓ

(Giải Nhất năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Vương Thị Thương

Địa chỉ: huyện Văn Lãng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Sử dụng nguồn nguyên liệu tại địa phương là quả hồng Vành Khuyên, một loại cây ăn quả chủ lực của địa phương, dự án tạo ra sản phẩm chuyển hóa từ dạng quả tươi cứng quả, có vị chất sang dạng khô, dẻo, ngọt, thời gian bảo quản và sử dụng sản phẩm lâu dài hơn dạng quả tươi. Đưa sản phẩm đến được tay người tiêu dùng trong cả nước và có thể xuất khẩu ra thị trường ngoài nước.

Lý do khai thác: Hồng Vành Khuyên huyện Văn Lãng là sản phẩm đã được bảo hộ SHTT nhãn hiệu tập thể. Việc khai thác và ứng dụng kỹ thuật, công nghệ để đa dạng hóa các sản phẩm từ quả Hồng Vành Khuyên sẽ góp phần khắc phục tính thời vụ, tăng thu nhập cho người sản xuất cũng như nâng cao hơn nữa giá trị giá trị sẵn có của sản phẩm Hồng vành khuyên huyện Văn Lãng.

Tính mới, tính sáng tạo: Hồng được chuyển thể từ dạng tươi chất sang khô dẻo, ngọt và thơm. Rất tiện lợi trong sử dụng, có một cảm giác khi ăn khác hoàn toàn so với khi ăn Hồng ngâm kiểu truyền thống. *Tính sáng tạo:* ăn ngon hơn, dễ sử dụng hơn và bảo quản được lâu hơn. Tạo ra một thương hiệu mới cho cây kinh tế chủ lực của địa phương

Giải pháp công nghệ: máy sấy, máy xử lý nhiệt, máy gọt vỏ, quạt gió... là những máy móc chính để thay thế việc làm thủ công mất nhiều nhân lực.

Sự khác biệt giữa sản phẩm của dự án và sản phẩm hiện có trên thị trường: ăn ngọt hơn, có độ dẻo mà lại giòn đặc trưng của Hồng Vành Khuyên. Thoi gian treo rút ngắn lại, thành quả thu hoạch được nhanh hơn, tiết kiệm thời gian và nhân công nên giá thành thấp hơn từ đó người tiêu dùng có thể dễ tiếp cận hơn.

Mô hình, chiến lược, kinh doanh: Mô hình: mở xưởng sản xuất, quy trình khép kín. Áp dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất. Chiến lược: đặt điểm thu mua trên toàn huyện. Kí kết hợp đồng thu mua với người dân để dân tăng diện tích sản xuất trồng Hồng cung cấp nguyên liệu sản xuất cho xưởng. Mở rộng vùng nguyên liệu sang các huyện lân cận. Kinh doanh: chạy quảng cáo về sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử, mạng xã hội. Tham gia hoạt động hội chợ trong và ngoài tỉnh để mang sản phẩm đi tiếp xúc thực tế tại các thị trường khác nhau. Đăng kí gian hàng bán và giới thiệu sản phẩm với các siêu thị, cửa hàng bách hóa....

Thị trường: Khách hàng là mọi đối tượng, lứa tuổi đều có thể sử dụng. Ta sẽ đặt gian hàng trong các Siêu thị, Đại lý, Gian hàng đặc sản, cửa hàng tạp hóa... để các đối tượng sử dụng có thể dễ dàng tiếp cận nhất. Khách hàng sẽ lựa chọn sử dụng sản phẩm của mình vì có những ưu điểm về giá thành thấp hơn so với sản phẩm cùng loại ở trong nước.

Phương pháp tổ chức và quản lý: xây dựng nhà xưởng tại địa phương. Đưa ra kế hoạch, kiểm tra theo dõi từng công đoạn. Bảo đảm nguồn hàng, nguồn nhân lực cung cấp cho nhà xưởng đầy đủ để đảm bảo lương hàng hóa xuất ra thị trường đạt chất lượng tốt nhất có thể giữ chân được khách hàng lâu dài.

Kế hoạch tiếp thị: Tham gia các hội chợ nông sản trong và ngoài tỉnh. Quảng cáo trên mạng xã hội, sàn thương mại điện tử.

Thị trường: trong tỉnh và các tỉnh lân cận toàn miền Bắc

Cách thức bán hàng: bán buôn & bán lẻ

* *Nguồn lực thực hiện:*

Giải pháp vốn: khi dự án được thông qua tôi sẽ kêu gọi nguồn vốn từ các nhà đầu tư đóng góp cổ phần. Vay vốn từ *dự án 08* trên địa bàn.

Phương án đầu tư: đầu tư kinh phí để mua trang thiết bị máy móc về phục vụ trong quá trình sản xuất của nhà xưởng. Đầu tư kí kết hợp đồng với người dân tăng sản lượng nguồn hàng để cung cấp hàng ổn định cho nhà xưởng sản xuất.

Phương án tài chính: bán hàng thành phẩm lấy vốn quay vòng duy trì hoạt động của nhà xưởng. Khi dự án hoạt động ổn định, có sinh lời sẽ tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất, mở rộng thị trường để thu hồi vốn nhanh nhất có thể (dự tính trong 3 năm sẽ thu hồi đủ vốn): Năm 2022: Chế biến 50 tấn hồng tươi, cho ra thị trường 10 tấn hồng treo gió, doanh thu đạt khoảng 3 tỷ/năm, lợi nhuận ròng trên 1 tỷ/năm; Năm 2023: Chế biến 100 tấn hồng tươi, thu được 20 tấn hồng khô, doanh thu đạt khoảng 6 tỷ, lợi nhuận trên 2 tỷ/năm.

Trang thiết bị cho dự án: gồm có nhà xưởng, máy móc: máy sấy, máy tạo nhiệt, máy

gọt vỏ, quạt gió... . Áp dụng công nghệ sấy lạnh của Nhật Bản vào sản xuất.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Tạo ra quả hồng treo gió có vị ngọt hơn, dẻo giòn đặc trưng của Hồng Vành Khuyên khác hẳn so với sản phẩm cùng loại: Ứng dụng công nghệ hiện đại, tăng giá trị quả hồng lên gấp 10 - 15 lần, từ quả hồng tươi 12.000đ/kg - 15.000đ/kg được chế biến thành sản phẩm hồng treo gió, có giá trên 250.000đ/kg góp phần bảo tồn và nâng tầm giá trị giống Hồng Vành Khuyên của huyện Văn Lãng.

Tạo công ăn việc làm cho người dân địa phương. Tạo đầu ra ổn định cho Hồng Vành Khuyên cây chủ lực trên địa phương. Thúc đẩy người dân trồng thêm cây ăn quả. Phủ xanh đất trống đồi trọc không gây lãng phí nguồn tài nguyên đất trên địa bàn tỉnh.

Làm phân vi sinh bón cho cây hồng, giảm thiểu ảnh hưởng xấu đến môi trường.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Phát triển mô hình nông nghiệp kết hợp du lịch trải nghiệm.

Sau một (01) năm hoạt động sẽ đưa sản phẩm của dự án ra thị trường toàn miền Bắc. Sau hai (02) năm sẽ phủ sóng thị trường toàn quốc. Sau ba (3) năm sẽ phát triển thương hiệu ra các nước lân cận và thu hồi đủ vốn đầu tư ban đầu.

ẨM THỰC THỊT LỢN HUN KHÓI VÀ SẤY KHÔ

(Giải Nhất năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: **Lộc Thị Hồng**

Địa chỉ: **Thị trấn Bắc Sơn, huyện Bắc Sơn, tỉnh Lạng Sơn**



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Thịt lợn là thực phẩm không thể thiếu trong các bữa ăn gia đình; là thực phẩm sử dụng lâu dài, liên tục, giàu protein và nhiều chất béo; phù hợp với tất cả mọi lứa tuổi. Đồng thời, nhận thức về nhu cầu lựa chọn thực phẩm hàng ngày đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, đảm bảo sức khỏe của người tiêu dùng, tác giả đã khai thác, phát triển dự án “Thịt lợn hun khói sấy khô” nhằm cung cấp loại thực phẩm được chế biến bằng phương pháp mới giàu dinh dưỡng, an toàn sức khỏe người tiêu dùng.

Để có được những miếng thịt lợn hun khói thơm ngon phải mất rất nhiều thời gian và trải qua nhiều công đoạn chế biến cầu kỳ. Thịt lợn để làm thịt hun khói sấy khô phải là thịt nạc thăn hoặc thịt mỡ tươi. Miếng thịt được cắt thành từng thớ khoảng 30-40 cm rồi rửa sạch, để ráo nước, sau đó ướp thịt từ 3 đến 5 tiếng với hơn 10 loại gia vị như: bột canh, hạt tiêu, đường, mạt khén, hồi, Khi thịt lợn đã ngấm đều gia vị, người làm xiên thịt vào các que rồi treo lên bếp. Thịt được treo cách bếp lửa khoảng 50 cm, một điều đặc biệt nữa là sử dụng vỏ que đốt với than sạch để hun thịt lợn, tạo ra vị thơm vô cùng đặc trưng cho thịt. Thịt lợn được hun khói, sấy trên bếp qua một đêm là chín, miếng thịt được xé ra, mềm, mùi khói bếp lẫn trong từng thớ thịt, khi chấm với bột chấm (được kết hợp từ hơn 10 loại gia vị) càng thêm đậm đà..

- *Tính mới, tính sáng tạo, giải pháp, công nghệ*: Tác giả đã tận dụng nguyên liệu sẵn có của địa phương như củi và than hoa; sử dụng sản phẩm chăn nuôi sạch của địa phương, đảm bảo tươi ngon mỗi ngày; ngoài mắc khén, hạt dổi sản phẩm được tẩm ướp cánh hoa hồi khô, đậm đà thơm tinh dầu hồi, khi thưởng thức sản phẩm đều để lại ấn tượng khác biệt và dấu ấn khó quên. Đó chính là đặc trưng riêng của sản phẩm khác biệt với các sản phẩm đại trà khác.

- *Sự khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường*: Khác với các cơ sở sản xuất khác, tác giả kết hợp công nghệ truyền thống để chế biến (hun khói 15 phút bằng củi của cây quế, vải, nhãn và sấy khô hơn 12 tiếng bằng than củi núi đá) và công nghệ hiện đại để đóng gói, quảng bá, tiếp thị sản phẩm. Mô hình sản xuất luôn luôn đảm bảo sạch sẽ, an toàn, sản xuất theo quy trình từ lúc thịt tẩm ướp gia vị, hun khói và sấy đến khi chín thành phẩm, đáp ứng chuẩn vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm.

- *Chiến lược kinh doanh*: Sản phẩm hướng đến đa dạng nhóm khách hàng, không phân biệt các thành phần kinh tế, hướng đến sử dụng làm quà để biếu trong dịp lễ tết hoặc quá trình đi tham quan du lịch..., đáp ứng nhu cầu sử dụng quanh năm bốn mùa. Điểm mạnh của sản phẩm là được chế biến từ thịt lợn ngon, tươi, mới, không qua đông lạnh, vẫn giữ được nguyên chất, vị ngon ngọt của thịt thông qua một số gia vị đặc trưng của Lạng Sơn là vị của dầu hồi kết hợp với Tây Bắc như mắc khén, hạt dổi... và một số gia vị riêng.

*** Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường*: Có tiềm năng và mở rộng quy mô thị trường trong nước và ngoài nước do đối tượng khách hàng rộng, sử dụng được quanh năm.

- *Đối thủ cạnh tranh*: là các sản phẩm sử dụng sấy bằng lò điện, sản xuất đại trà số lượng nhiều, giá rẻ, thịt không rõ nguồn gốc xuất xứ... đặc biệt là sấy điện nóng nhanh và quá khô nên sản phẩm không thơm ngon, không còn giữ lại dưỡng chất và độ ngọt của thịt. Sản phẩm của tác giả đảm bảo có sự khác biệt là có vị thơm của dầu hồi, được tẩm ướp trong bước đầu tiên của quy trình tẩm ướp gia vị.

- *Phương pháp tổ chức và quản lý*: sản xuất với quy mô lớn và theo quy trình kết hợp với các chủ lò giết mổ, sản phẩm là lợn to trên 1 tạ/con (chỉ lấy nguyên thịt nạc thăn và thịt mỡ), đã qua chế biến và thái sẵn theo tiêu chuẩn dày 1,0cm và dài trên dưới 20cm.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường*: tiếp thị đa kênh: trên các trang mạng xã hội Facebook, Zalo...; tham gia các buổi hội chợ thương mại giới thiệu sản phẩm, chương trình khởi nghiệp các hoạt động ẩm thực của huyện, tỉnh tổ chức, phố đi bộ Kỳ Lừa hàng tuần...; thông qua truyền miệng, giới thiệu của những người đã sử dụng... Sản phẩm có thể sản xuất quanh năm, sử dụng trong các bữa cơm hàng ngày, vào mùa hè sản xuất phục vụ các quán uống bia và giải khát, dịp tết đóng gói làm quà biếu...

- *Khả năng thương mại hóa sản phẩm*: có thể đưa sản phẩm đã qua chế biến đến khách hàng thông qua các hoạt động Marketing quảng cáo, thu hút khách hàng mới và mở rộng ra thị

trường. Có thể cạnh tranh với các sản phẩm có sẵn trên thị trường Việt Nam. Sản phẩm đã được bán ra nước ngoài thông qua hình thức làm quà cho người Việt định cư tại nước ngoài.

* Nguồn lực thực hiện:

- *Nhân lực:* Vào ngày thường, chỉ cần một đến hai người sơ chế sản phẩm, tẩm ướp gia vị, chế biến sản phẩm và hai nhân công phụ việc khi thành phẩm. Tuy nhiên, vào dịp lễ tết cần sử dụng hơn 10 lao động hỗ trợ thường xuyên.

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:* Nguồn vốn ban đầu khoảng 20.000.000đ. Khi thực hiện dự án, tài chính có thể quay vòng vốn trực tiếp, không bị nợ đọng tài chính, cụ thể:

Khi sấy 10kg thịt lợn tươi thu được 4,54kg thịt sấy khô (thời gian 24h)

- Chi thịt tươi, than, củi, gia vị, công: 1.320.000đ

- Số tiền thu về: Thịt thành phẩm 4,54kg - 420.00đ/kg = 1.906.000đ

- Lợi nhuận: 1.906.000 - 1.320.000 = 586.000đ

Như vậy khi đầu tư làm 10kg thịt lợn tươi, trừ tất cả các chi phí đi còn thu lại đạt 30% vốn bỏ ra ban đầu. Bình quân một tháng: Sản xuất từ 2,5 - 3 tạ thịt lợn tươi, sản phẩm thịt khô thu đạt từ 100 - 120kg thịt sấy khô xuất bán cho người tiêu dùng, thu về từ 13 - 15 triệu đồng tiền lợi nhuận. (Đặc biệt từ tháng 11, 12 âm lịch, mỗi tháng từ 6 - 7,5 tạ thịt lợn tươi để chế biến thành sản phẩm thịt sấy khô mới đủ cung cấp cho khách hàng. Doanh thu từ 35 - 40 triệu đồng/tháng). Trong một năm: Tiêu thụ từ 3 - 3,5 tấn thịt lợn tươi, doanh thu từ sản phẩm đạt từ 150 - 170 triệu/năm.

- *Trang thiết bị công nghệ:* sử dụng máy hút chân không để đóng gói bảo quản sản phẩm.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Tăng thu nhập cho gia đình và tạo công ăn việc làm cho lao động địa phương.

Bao tiêu sản phẩm chăn nuôi cho doanh nghiệp ở địa phương. Cung cấp thị trường sản phẩm ngon, đảm bảo chất lượng, an toàn vệ sinh thực phẩm.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Dự án hiện nay đang sản xuất nhỏ lẻ, phục vụ nhu cầu khách hàng tại địa phương và các tỉnh lân cận... Trong tương lai, dự kiến áp dụng quy mô lớn hơn, mở rộng diện tích sản xuất như lò sấy, tăng nhân lực tham gia sản xuất gồm 10 người ngày thường, dịp lễ tết có thể lên đến 20 người tham gia quá trình tẩm ướp, sơ chế, đưa sản phẩm vào lò sấy và đóng gói sản phẩm đưa ra thị trường. Đồng thời, mong muốn được đăng kí sản phẩm OCOP để phát triển rộng rãi hơn, kết nối sản phẩm đến với khách hàng nhiều hơn để phục vụ nhu cầu ngày càng đông của khách hàng, tạo nguồn thu nhập ổn định cho các lao động hàng năm.

Nếu dự án thành công, tác giả sẽ đầu tư làm bao bì sản phẩm đẹp, bắt mắt, thu hút khách hàng; túi giấy đựng sản phẩm khi khách mua làm quà biếu; tem truy xuất nguồn gốc, tạo Website, Fanpage để bán hàng... Phát triển mở rộng quy mô các sản phẩm khác như thịt trâu, thịt bò, thịt ba chỉ gác bếp, sườn hun khói, thịt chưng mắm...

**MÔ HÌNH KHU SINH THÁI
PHỤC VỤ HỌC TẬP, GIÁO DỤC MÔI TRƯỜNG, TRẢI NGHIỆM,
THĂM QUAN, DU NGOẠI THIÊN NHIÊN ĐỂ NÂNG CAO NHẬN THỨC VỀ
BẢO TỒN ĐA DẠNG SINH HỌC, BẢO TỒN BẢN SẮC VĂN HÓA BẢN ĐỊA
TẠI KHU RỪNG ĐẶC DỤNG HỮU LIÊN**

(Giải Nhì năm 2021)

Tên tác giả: Lê Văn Hùng

Địa chỉ: Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên) - tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh Khu rừng đặc dụng Hữu Liên

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Khu rừng đặc dụng Hữu Liên có hệ sinh thái rừng trên núi đá vôi nhiều loài động thực vật quý hiếm, đặc hữu, có giá trị khoa học, bảo tồn, giáo dục môi trường cao. Là khu vực có địa hình núi đá vôi hiểm trở, có cảnh quan đẹp, đặc sắc với các hang động, suối ngầm và các hồ ngập nước theo mùa kết hợp với bản sắc văn hoá độc đáo, các phong tục, tập quán của đồng bào các dân tộc tạo nên những giá trị đặc trưng, thế mạnh để phát triển du lịch sinh thái kết hợp với các mục tiêu giáo dục, bảo tồn mà ít nơi nào trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn có được.

Rừng đặc dụng Hữu Liên nằm trong khu cảnh quan đặc sắc với không gian thoáng đãng, bao gồm vườn thực vật với nhiều loài cây bản địa, hệ thống sông suối bao quanh, hồ tự nhiên ngập nước, có vị trí tiếp xúc với cảnh quan, sinh thái rừng tự nhiên... kết hợp với các công trình phục vụ giáo dục, bảo tồn, như nhà ươm phòng trưng bày mẫu vật, khu sưu tầm các loài lan bản địa... đã hình thành tổ hợp độc đáo, lý tưởng cho các hoạt động thăm quan, trải nghiệm, giáo dục môi trường cho học sinh, sinh viên và du khách đến với khu rừng đặc dụng như: Trải nghiệm đóng bầu, ươm cây, tiếp thu các kiến thức về công tác bảo tồn; Chèo thuyền kayak dọc suối; tắm suối; chèo thuyền, mắng ngắm hồ chụp hình view

đẹp; chơi các trò chơi dân gian, văn nghệ ngoài trời, tiệc nướng BBQ; cắm trại qua đêm tại khu vực vườn cây; Tham quan Thác Khe Dầu, hồ Nong Dừng, Lân Ty;... Tuy mới chỉ đưa vào vận hành thử trong thời gian ngắn, nhưng mô hình đã nhận được nhiều sự quan tâm từ du khách trong và ngoài tỉnh.

*** Thị trường:**

Đối tượng khách hàng mà mô hình hướng tới bao gồm học sinh, sinh viên; văn hóa dân tộc thiểu số; nhóm khách nhỏ trong độ tuổi từ 41 đến 50, có sở thích khám phá thiên nhiên, thích nghỉ ngơi tại nơi có không khí trong lành, tham quan thiên nhiên, trải nghiệm văn hóa, làm từ thiện trong dịp lễ, nghỉ hè. Dự báo tiềm năng thu hút khách đến với mô hình mỗi năm sẽ tăng từ 20 đến 30% trong khoảng 5 năm đầu Mô hình đi vào hoạt động. Khi Mô hình đi vào hoạt động sẽ gặp phải sự cạnh tranh từ các mô hình hợp tác xã, tổ chức kinh doanh du lịch trên địa bàn có các sản phẩm, dịch vụ kinh doanh tương tự như các sản phẩm, dịch vụ của Mô hình. Tuy nhiên, do đã xây dựng được mối liên doanh, liên kết, phối hợp, chia sẻ lợi ích, cộng với những lợi thế sẵn có và chiến lược kinh doanh bài bản, lâu dài, Mô hình cũng sẽ tạo ra những sản phẩm, dịch vụ chất lượng cao để cạnh tranh và đảm bảo mục tiêu phát triển bền vững.

Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên sẽ chủ động trong tổ chức các hoạt động quản lý khai thác du lịch và phối hợp với các nhà đầu tư, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành xây dựng, ký kết hợp tác thực hiện các chương trình du lịch, liên kết khai thác, kết nối các tuyến, điểm du lịch trong thành các chuỗi cung cấp sản phẩm du lịch, thu hút du khách.

Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường: xây dựng các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch theo chuyên đề; xây dựng thương hiệu và hình ảnh để tạo nhận thức cho khách du lịch về các sản phẩm, dịch vụ mà Mô hình cung cấp; xây dựng thư viện ảnh, thư viện video, các ấn phẩm quảng bá trên trang website của đơn vị và các trang web chuyên đề về du lịch sinh thái, qua mạng Facebook, Zalo. Thường xuyên thực hiện nghiên cứu nhu cầu thị trường tiềm năng, thu thập phản hồi khách hàng về đánh giá sản phẩm, dịch vụ. Phối hợp với các công ty du lịch, các hãng lữ hành tại Hà Nội, Lạng Sơn, các tỉnh phía Bắc ... để thu hút du khách và tổ chức các tour du lịch tại khu rừng đặc dụng. Phối hợp với Sở giáo dục đào tạo tỉnh Lạng Sơn, các trường Đại học, Viện nghiên cứu.. để tổ chức khai thác các nhóm sản phẩm về dịch vụ khoa học, tổ chức các đợt thực tập, nghiên cứu tại khu rừng đặc dụng. Phối hợp với các khu vực tư nhân tham gia các hoạt động xúc tiến như xây dựng các chương trình, các tour, tuyến du lịch. khách du lịch và ghi nhận thông tin phản hồi từ khách du lịch, thông tin cho cơ . Quản lý và kiểm soát thông tin, bao gồm việc cung cấp thông tin cho quan báo chí.

Với đa dạng các sản phẩm và dịch vụ ngày càng gia tăng, mô hình có khả năng thương mại hóa cao do nhu cầu về du lịch sinh thái. Thực hiện liên kết với các tổ chức, cá nhân làm du lịch để thu hút đầu tư, phát triển sản phẩm, thị trường. Doanh thu của Mô hình từ thu tiền vé thăm quan, hướng dẫn du khách và diễn giải môi trường.

*** Nguồn lực thực hiện:**

Nguồn nhân lực chủ yếu là nhân lực của Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên kết người địa phương nhằm cung cấp các dịch vụ du lịch tùy theo nhu cầu thực tế.

Kế hoạch tài chính: Mô hình được xây dựng hoàn toàn bằng vốn xã hội hóa. Việc mở rộng quy mô các sản phẩm du lịch, dịch vụ, đồng thời đầu tư cho công tác Giai đoạn sau của Mô hình sẽ sử dụng doanh thu để tái đầu tư, nâng cấp và bảo tồn đa dạng sinh học và phát triển cộng đồng. Thu hút vốn tạo nguồn lực tài chính thông qua tổ chức các hội thảo khoa học về công tác bảo tồn để kêu gọi nguồn vốn hỗ trợ từ các tổ chức phi chính phủ quốc tế và trong nước về bảo tồn; Tổ chức cho thuê môi trường rừng để tạo nguồn lực tái đầu tư; Huy động vốn góp của các cá nhân trong Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên.

Phương án đầu tư: Năm 2021: Xây dựng và hoàn thiện các sản phẩm, công trình thiết yếu để đưa Mô hình đi vào hoạt động thử nghiệm. Năm 2022: Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên tiếp tục đầu tư hoàn thiện các sản phẩm Mô hình: xây dựng chòi cầu cá; chòi sinh thái tích hợp cắm trại, lưu trú; xây dựng vườn dược liệu; xây dựng thêm đường giao thông nội bộ; trang bị thêm thuyền kayak; xây dựng bến thuyền nhỏ; nâng cấp phòng trưng bày mẫu vật.

Phương án tài chính khi mô hình đi vào hoạt động: Phương án 1: Sử dụng vốn đầu tư bằng nguồn vốn huy động của các cá nhân viên chức, người lao động trong đơn vị: Tổng số tiền đầu tư Mô hình là 405.000.000 đồng (Phụ lục phương án đầu tư). Doanh thu của Mô hình chủ yếu từ tiền vé, với mỗi vé 30.000 đồng/khách. Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên sẽ trích lại 30% số tiền thu được để chi: tiền thuế, trích lại một phần cho quỹ phúc lợi của đơn vị và thực hiện các hoạt động bảo tồn đa dạng sinh học. 70% còn lại sẽ chia cho các cá nhân tham gia góp vốn theo tỉ lệ vốn góp. Sau 4 năm đi vào hoạt động, doanh thu của mô hình sau khi trừ các khoản chi phí, còn lại là 546.000.000 đồng. Số tiền này đã hoàn vốn (vốn đầu tư là 405.000.000 đồng) và còn dư 141.000.000 đồng. Phương án 2: Liên doanh, liên kết với các đối tác để mở rộng Mô hình.

Trang thiết bị, công nghệ của mô hình: Sử dụng các trang thiết bị sẵn có như: thiết bị văn phòng, mạng Internet. Đầu tư các trang thiết bị như: hệ thống camera, loa đài phát thanh, các trang thiết bị phòng trưng bày mẫu vật.

Các điều kiện cần thiết thực hiện Mô hình: Kiểm soát tốt tình hình dịch bệnh Covid-19; Các dự án đầu tư du lịch tại hai xã Hữu Liên và Yên Thịnh đi vào hoạt động và kết nối với Mô hình tạo thành chuỗi liên kết để điều tiết du khách đến với Mô hình; Tài nguyên thiên nhiên, đa dạng sinh học, môi trường sinh thái và các giá trị về văn hóa, con người được quan tâm bảo tồn và phát triển; Ủy ban nhân dân tỉnh có cơ chế, chính sách hỗ trợ về vốn, khuyến khích đầu tư phát triển du lịch sinh thái tạo điều kiện, động lực cho Ban quản lý khu rừng đặc triển khai thực hiện Mô hình; Kêu gọi được nguồn vốn đầu tư cần thiết để triển khai đầu tư cho các hạng mục của Mô hình.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Lợi ích về kinh tế: tạo và tăng nguồn thu để tái đầu tư cho các hoạt động quản lý bảo vệ và phát triển rừng, bảo tồn đa dạng sinh học trong Khu rừng đặc dụng Hữu Liên; thúc đẩy sự phát triển của kinh tế địa phương, tạo công việc, chuyển dịch lao động cho cộng đồng dân cư vùng đệm khu rừng, tăng nguồn thu cho địa phương từ các hoạt động dịch vụ. Cung cấp các dịch vụ, sản phẩm, hàng hóa nông sản, thủy sản, mặt hàng truyền thống của địa phương; chuyển dịch cơ cấu kinh tế trên địa bàn từ nông nghiệp hay khai thác tài nguyên rừng truyền thống sang kinh tế dịch vụ, góp phần cải thiện và nâng cao thu nhập, đời sống vật chất, tinh thần cho cộng đồng dân cư ở địa phương.

Lợi ích về xã hội: Thu hút lực lượng lao động địa phương vào hoạt động dịch vụ du lịch ở Khu rừng đặc dụng Hữu Liên, góp phần tăng thu nhập, xoá đói giảm nghèo, nâng cao đời sống nhân dân ở các xã vùng đệm. Bảo tồn, phát huy được các giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp, tiếp nhận các tiến bộ văn hóa mới, hạn chế các hủ tục lạc hậu, góp phần thay đổi đời sống văn hóa của cộng đồng, người dân vùng đệm.

Đóng góp về môi trường: Mô hình góp phần tạo và tăng nguồn thu để tái đầu tư cho các hoạt động quản lý bảo vệ và phát triển rừng, bảo tồn đa dạng sinh học trong Khu rừng đặc dụng Hữu Liên; Nâng cao nhận thức, ý thức trách nhiệm của thế hệ trẻ (học sinh, sinh viên) và du khách đối với công tác bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, bảo tồn đa dạng sinh học và bảo vệ các giá trị văn hóa truyền thống; Các hoạt động bảo vệ rừng, bảo vệ đa dạng sinh học, bảo tồn thiên nhiên được quan tâm đầu tư, phát huy, độ che phủ của rừng được nâng cao sẽ cung cấp các dịch vụ hệ sinh thái hiệu quả hơn.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN:

Tiềm năng phát triển: Nằm trong quy hoạch để phát triển du lịch, trong đó hai xã Hữu Liên và Yên Thịnh đã được Ủy ban nhân dân tỉnh quyết định công nhận là 2 điểm du lịch cộng đồng của tỉnh. Trong vùng quy hoạch du lịch này có rất nhiều thắng cảnh, địa điểm du lịch tiềm năng nổi bật và đang thu hút nhiều dự án đầu tư về du lịch, lại nằm rất gần với Mô hình do đó sẽ tạo ra một chuỗi liên kết vùng về sản phẩm du lịch, trong đó Mô hình của Ban quản lý rừng là một mắt xích trong chuỗi liên kết đó, để trao đổi, thu hút du khách thành vòng tròn khép kín (du khách đến với các điểm du lịch trong khu vực cũng sẽ đến với Mô hình của Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên và ngược lại).

Định hướng phát triển mô hình: Do trong khu vực có nhiều các tiềm năng về du lịch như trên, nên khi Mô hình của Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên đi vào vận hành, Ban quản lý rừng đặc dụng Hữu Liên sẽ kết nối với các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp đầu tư du lịch tại các địa điểm trên để hợp tác điều tiết, đưa khách du lịch của họ đến du lịch trong vùng Hữu Liên, Yên Thịnh phát triển thì mọi hoạt động của Mô hình thăm quan, trải nghiệm Mô hình của Ban quản lý rừng và ngược lại, nghĩa là khi hình cũng sẽ phát triển theo; đồng thời, xây dựng thêm một số sản phẩm, dịch vụ đa dạng của khách du lịch. Đây sẽ là chiến lược quan trọng để phát triển Mô hình, các tua, tuyến du lịch mới để mở rộng mô hình, đáp ứng nhu cầu ngày càng hình khu sinh thái phục vụ học tập, giáo dục môi trường, trải nghiệm, thăm quan, du ngoạn thiên nhiên để nâng cao nhận thức về bảo tồn đa dạng sinh học bảo tồn bản sắc văn hóa bản địa tại Khu rừng đặc dụng Hữu Liên.

NGHIÊN CỨU CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN VÀ LIÊN KẾT TIÊU THỤ SẢN PHẨM VỊT QUAY LẠNG SƠN

(Giải Nhì năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Chu Thị Thủy

Địa chỉ: Xã Hoàng Đồng, Thành phố Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Một số phương pháp bảo quản thịt sau chế biến hiện nay là sử dụng bao bì, sử dụng nhiệt, sử dụng các loại phụ gia thực phẩm, axit hữu cơ, các loại gia vị có đặc tính kháng vi sinh vật. Việc nghiên cứu sử dụng các chất phụ gia này trong bảo quản sản phẩm vịt quay Lạng Sơn là một hướng đi mới không chỉ giúp ổn định chất lượng, kéo dài thời gian sử dụng mà còn tuyệt đối đảm bảo an toàn thực phẩm. Đề tài còn chú trọng nghiên cứu đến loại bao bì và nhiệt độ bảo quản thích hợp nhằm ngăn chặn, hạn chế các tác động bất lợi từ môi trường bảo quản đến sản phẩm đồng thời cũng tại điều kiện cho việc in/dán nhãn mác khẳng định thương hiệu sản phẩm. Ngoài việc nghiên cứu, dự án còn xây dựng mô hình liên kết tiêu sản phẩm góp phần quảng bá, nhân rộng kết quả nghiên cứu vào thực tế.

Sự khác biệt của sản phẩm của dự án so với sản phẩm hiện có trên thị trường: Quy trình công nghệ bảo quản sản phẩm vịt quay Lạng Sơn giúp kéo dài thời gian bảo quản tối thiểu 06 ngày ở điều kiện lạnh, sản phẩm đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm và giữ được màu sắc, hương vị đặc trưng của Vịt quay Lạng Sơn. Việc bảo quản sản phẩm được lâu giữ được màu sắc và mùi vị, các khách hàng đi du lịch mang được đi xa làm quà mà vẫn giữ được hương vị

*Thị trường:

Đối tượng khách hàng: Giai đoạn 1: khi dự án mới đi vào xây dựng và phát triển, khi nguồn vốn vẫn còn hạn chế sẽ hướng đến đối tượng khách hàng là các điểm bán nhỏ lẻ trong

tỉnh và các huyện như Hữu Lũng, Na Dương, Lộc Bình. - Giai đoạn 2: khi dự án đã dần ổn định đi vào hoạt động được một thời gian thì sẽ mở rộng sang các tỉnh lân cận Hà Nội, Hải Phòng, Thái Nguyên, Cao Bằng ... xa hơn sẽ mở rộng vào các tỉnh phía Trung và phía Nam. Đặc biệt xa hơn nữa là hướng đến việc xuất khẩu ra ngoài thị trường nước ngoài, quảng bá.

Tiềm năng quy mô thị trường: - Giai đoạn 1: thị trường tiêu thụ ban đầu là tại địa phương (tỉnh Lạng Sơn) và các tỉnh miền Bắc (25 tỉnh thành). Dự kiến sẽ xây dựng mỗi một tỉnh sẽ có 1 nhà phân phối lớn; Giai đoạn 2: mở rộng thêm tại 19 tỉnh miền trung; - Giai đoạn 3: mở rộng khắp toàn quốc

Đối thủ cạnh tranh: Sản phẩm sẽ có sự cạnh tranh với các sản phẩm tại địa phương, do cách chế biến, gia vị, khẩu vị của từng vùng miền khác nhau

Phương pháp tổ chức và quản lý: Đối tác chính là Viện nghiên cứu Rau quả, Các điểm áp dụng mô hình.

Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường: Xây dựng website để giới thiệu về cơ sở chế biến, sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm, các dịch vụ cung cấp mua hàng trực tiếp hoặc gián tiếp, các hình ảnh, clip về sản phẩm, ưu và nhược điểm của Vịt quay Lạng Sơn so với các loại Vịt khác và với các cơ sở sản xuất Vịt quay truyền thống khác. Tham gia các cuộc triển lãm, các hội thảo kết nối tiêu thụ quảng bá sản phẩm sạch, thông qua các nhà hàng để giới thiệu sản phẩm Vịt quay tới mọi người. Tổ chức tại các lễ hội, các buổi tiệc, lễ Tết. Thông qua đó trực tiếp quảng bá sản phẩm của mình tới tận tay khách hàng mà không mất chi phí quảng cáo

Cách thức bán hàng: cửa hàng giới thiệu và trưng bày sản phẩm; thể liên kết với các cơ sở nhà nghỉ, nhà hàng trên địa bàn các khu du lịch và các vùng có mật độ dân cư cao. Tạo các mô hình tham quan, trải nghiệm chế biến Vịt quay, nhằm nâng cao doanh số tiêu thụ và góp phần quảng bá sản phẩm tới tay người tiêu dùng. Sản phẩm được đăng bán trên trang facebook, zalo, tiktok cá nhân. Liên kết với các đối tác Now, Foody, Baemin, Grab. Tiếp thị trực tiếp, gián tiếp với người tiêu dùng. Quảng cáo trên youtube, qua internet,...

Khả năng thương mại hóa sản phẩm: Sản phẩm có thể mở rộng mô hình chế biến, xây dựng các cơ sở liên kết giúp tăng sản lượng để đáp ứng nhu cầu thị trường.

Doanh thu của sản phẩm: Doanh thu từ bán lẻ và phân phối sản phẩm Vịt quay.

* Nguồn lực thực hiện:

Nhân lực gồm các sở sản xuất vịt quay; Các đối tác chính hỗ trợ dự án; Các cơ sở chế biến, kinh doanh sản phẩm tại Lạng Sơn; Quảng bá sản phẩm: bạn bè, người thân, mạng xã hội

Nguồn cung cấp nguyên liệu đầu vào: Công ty TNHH LUCAVI và liên kết với các huyện, thành phố phát triển nuôi vịt đạt tiêu chuẩn yêu cầu.

Phương án tài chính cho từng năm khi đi vào hoạt động: với 1 điểm sản xuất và giá bán 250.000 đồng/ con, dự kiến Giai đoạn 1: lợi nhuận: 1.043.625.000 đồng từ năm 2023 đến 2024; giai đoạn 2: lợi nhuận: 14.421.000.000 đồng từ năm 2024 đến 2025, giai đoạn 3:

12.903.000.000 đồng từ năm 2025 đến 2026, dự kiến doanh thu sau khi mở rộng toàn quốc sẽ đạt 43.657.000.000 đồng/ tháng vào năm 2026

Trang thiết bị, công nghệ của dự án: lò quay vịt, máy bơm hơi phồng vịt, máy hút chân không, tủ bảo ôn, túi hút chân không.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Giải quyết được vấn đề khoa học công nghệ rất mới trong việc bảo quản vịt quay Lạng Sơn. Áp dụng các tiến bộ kỹ thuật mới trong quá trình bảo quản như sử dụng các phụ gia thực phẩm có độ an toàn cao kết hợp với bao bì bảo quản. Nghiên cứu tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm thông qua việc xây dựng mô hình liên kết tiêu thụ sản phẩm. Như vậy các vấn đề giải quyết của đề tài đều có tính mới, tính thích ứng cao trong việc nâng cao năng lực sản xuất (chế biến vịt quay) và tiêu thụ sản phẩm cho các cơ sở, hộ kinh doanh. Nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ kỹ thuật và công nhân tại cơ sở - nơi ứng dụng các kết quả nghiên cứu, giúp họ tiếp cận với khoa học kỹ thuật, nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hóa và tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

Hiệu quả về mặt kinh tế: Nghiên cứu thành công quy trình công nghệ và áp dụng tốt việc bảo quản vịt quay sẽ đáp ứng nhu cầu của nhiều hộ kinh doanh, cơ sở chế biến, có thể mang đi xe để làm quà tặng. Đem lại nguồn thu nhập ổn định.

Hiệu quả xã hội: góp phần giải quyết vấn đề cấp thiết của các hộ kinh doanh, cơ sở nuôi và chế biến vịt quay, tạo đầu ra cho sản phẩm, tạo kênh tiêu thụ mới, giúp mở rộng quy mô sản xuất, tạo công ăn việc làm cho người lao động, kích thích ngành chăn nuôi phát triển, tạo ra sản phẩm chất lượng cao, đảm bảo an toàn thực phẩm, giúp xây dựng và phát triển thương hiệu vịt quay Lạng Sơn, góp phần quảng bá du lịch cho tỉnh; giúp cho người tiêu dùng có cơ hội tiếp cận dễ dàng với sản phẩm, thay vì đến tận Lạng Sơn, thực khách có thể mua ở siêu thị, cửa hàng tiện lợi,... hoặc đặt hàng trực tiếp ở cơ sở chế biến.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Giai đoạn 1: xây dựng và mở rộng quy mô phân phối tại địa bàn tỉnh Lạng Sơn và các tỉnh miền núi phía bắc. Đặc biệt cho xây dựng tại một số khu du lịch trên địa bàn tỉnh như Mẫu Sơn, động Tam Thanh- Nhị Thanh, tổ chức hội chợ xúc tiến thương mại.

Giai đoạn 2: từ những kinh nghiệm đã có tiếp tục đẩy mạnh đầu tư, phân phối xuống các tỉnh miền Trung nước ta. Quảng bá hình ảnh, cho trải nghiệm, hội thảo liên kết tiêu thụ, đầu tư tại các tỉnh.

Giai đoạn 3: khi đã có vốn ổn định, dự án sẽ có quy mô phủ rộng toàn đến hết các tỉnh miền Nam ta, để có thể giúp mọi khách hàng đều được trải nghiệm món ăn mang nét đặc trưng riêng của tỉnh Lạng Sơn. Vịt quay Lạng Sơn sẽ giúp kinh tế của tỉnh Lạng Sơn ngày càng lớn mạnh và phát triển, giúp đỡ nhiều hộ gia đình xóa đói giảm nghèo.

SẢN XUẤT DẦU GỘI VÀ DẦU XẢ TÓC TỪ THẢO MỘC THIÊN NHIÊN

(Giải Nhì năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Tạ Thị Hoa
Địa chỉ: Xã Hoàng Đồng - Thành phố Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

- Lý do khai thác, phát triển: Theo đông y quả bồ kết có tính ôn, vị cay mặn, chứa độc, tác động vào hai kinh là phế và đại tràng có tác dụng tiêu đờm, thông khiếu, tiêu thũng sát trùng, dễ hấp hơi. Ở Việt Nam, dân gian dùng quả bồ kết ngâm hoặc nấu nước gội đầu, làm sạch gàu, trơn tóc và dùng giặt quần áo len, da lụa có màu không bị hoen ố và không phai màu. Lạng Sơn là tỉnh có diện tích trồng cây bồ kết lớn, tuy nhiên chưa được khai thác hiệu quả công dụng của nó. Với những công dụng tuyệt vời mà quả bồ kết mang lại khi kết hợp với một số loại thảo mộc khác sẽ tạo ra loại nước gội nhiều dưỡng chất cho mái tóc, giúp tóc chắc khỏe sạch gàu và thơm mùi thảo dược. Do đó, dự án được ra đời nhằm tạo ra sản phẩm tận dụng được nguồn nguyên liệu tự nhiên sẵn có tại địa phương, có giá thành rẻ, đồng thời tạo sinh kế cho người dân và thúc đẩy nền kinh tế của địa phương. Sản phẩm được làm thủ công bởi các nguyên liệu thiên nhiên như Bồ Kết, Sả, Quế, Vỏ Bưởi, Hương nhu, Cỏ Mần Trầu, Gừng, Cánh Hoa Hồng,...

- Tính mới, tính sáng tạo, giải pháp, công nghệ: Đặc trưng của sản phẩm là sử dụng nguồn nguyên liệu tự nhiên, sẵn có trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn, là sản phẩm đầu tiên thuộc lĩnh vực hóa mỹ phẩm được triển khai trên địa bàn tỉnh. Sản phẩm được đổi mới từ những

sản phẩm truyền thống khó sử dụng, được áp dụng khoa học, máy móc kỹ thuật hiện đại vào khâu sản xuất tạo ra sản phẩm mới thông dụng hơn, dễ dàng sử dụng, đồng thời tiết kiệm thời gian sản xuất.

- *Sự khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường:* Sản phẩm không chỉ có tác dụng làm sạch, mà còn giải quyết được nhiều vấn đề mà khách hàng cùng lúc gặp phải như nấm, gàu, ngứa da đầu, rụng tóc, khô xơ. Trong khi đó, các sản phẩm cùng loại khác chỉ có thể giải quyết được một vấn đề nhất định nào đó.

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Là sản phẩm được sản xuất trên quê hương Xứ Lạng với các thảo mộc có sẵn tại địa phương, do đó, trước tiên dự án tập trung hướng đến khách hàng trong tỉnh, sau đó phát triển ra thị trường các tỉnh lân cận.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Hiện nay thị trường hóa mỹ phẩm rất đa dạng về mẫu mã, chất lượng cũng như giá cả cho khách hàng lựa chọn. Do đó khả năng cạnh tranh của dự án là rất khó khăn, vì vậy cần tập trung vào thế mạnh của mình là sản phẩm chứa các thành phần thiên nhiên giảm thiểu hóa chất, giải quyết cùng lúc nhiều vấn đề yêu cầu của khách hàng.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Đối với thị trường trong tỉnh: Đăng ký tham gia các cuộc triển lãm, hội chợ, lễ hội về sản phẩm đặc trưng vùng miền của huyện, tỉnh để gây dựng hình ảnh, thương hiệu quảng bá sản phẩm. Kết hợp với các cửa hàng tạp hóa, điểm giới thiệu sản phẩm địa phương, cho dùng thử sản phẩm từ đó gia tăng thị trường cung cấp sản phẩm dài hạn, duy trì kênh bán hàng ổn định. Đối với khách hàng ở xa: Liên kết với các công ty, cá nhân trong lĩnh vực kinh doanh vận chuyển, giao hàng chuyển phát nhanh để cung cấp phân phối sản phẩm.

Đồng thời, dự án sẽ lập các gian hàng trên trang web và các ứng dụng mua bán trực tuyến, thương mại điện tử đưa các thông tin sản phẩm, quy trình sản xuất, chế biến sản phẩm lên để khách hàng biết đến. Giới thiệu vào các hội nhóm chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp, áp dụng phương thức bán hàng linh hoạt để đẩy mạnh sức mua như: tặng quà, giảm giá, giao hàng miễn phí trong các dịp Lễ, Tết, đầu tháng...

* **Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* 02 lao động thường xuyên.

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:*

Giai đoạn 1: từ tháng 7 - 12/2023 trung bình mỗi tháng sản xuất, cung cấp khoảng 600 chai tối người tiêu dùng lợi nhuận hàng tháng:

Tổng doanh thu trừ các khoản chi phí: $90.000.000 - 52.440.000 = 37.560.000$ đ.

Lợi nhuận trước thuế : $37.560.000$ đ.

Lợi nhuận sau thuế: $37.560.000$ đ - 10% = $33.804.000$ đ

Trong giai đoạn này dự án sử dụng nguồn vốn lưu động sẵn có và lợi nhuận thu được

hàng tháng để trang bị thêm máy móc để nâng cao sản lượng và tập trung vào quảng bá giới thiệu sản phẩm, mở rộng thị trường.

Giai đoạn 2: 01/2024 và các tháng tiếp theo, với việc trang bị thêm máy móc nâng cao sản lượng, có thị trường và nguồn khách hàng ổn định. Dự kiến từ cuối năm 2024 trở đi các sản phẩm Dầu gội và Dầu xả của dự án cung cấp ra thị trường ước đạt trên 3.000 chai mỗi tháng.

- *Trang thiết bị công nghệ:*

Việc sơ chế bảo quản nguyên liệu đầu vào, bán thành phẩm và thành phẩm được thực hiện theo đúng quy trình đảm bảo vệ sinh an toàn. Có đơn vị phân tích kiểm nghiệm chỉ số chất lượng nguyên liệu, bán thành phẩm và thành phẩm.

Ứng dụng công nghệ kỹ thuật trong việc vận hành, điều khiển các thiết bị máy móc trong khâu chế biến sản xuất và bảo quản sản phẩm trong kho với điều kiện thích hợp. In ấn bao bì tem nhãn, chụp hình quay video về sản phẩm.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI CỦA DỰ ÁN

Với việc tận dụng nguồn nguyên liệu tự nhiên sẵn có tại địa phương có giá thành rẻ, sẽ tiết kiệm chi tiêu, tạo sinh kế cho người dân lao động và thúc đẩy nền kinh tế cho địa phương.

Việc thu mua nguyên liệu phục vụ sản xuất sẽ thúc đẩy người dân tích cực trồng rừng, gia tăng hệ sinh thái, sử dụng công nghệ tái chế lấy bã nguyên liệu ủ thành phân bón vi sinh, bón cho cây trồng, góp phần bảo vệ môi trường.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Giai đoạn đầu của dự án: Tạo dựng uy tín với khách hàng bằng việc đảm bảo chất lượng của sản phẩm. Tạo dựng các mối quan hệ, liên kết với các đại lý, cửa hàng mỹ phẩm, điểm giới thiệu sản phẩm địa phương đảm bảo đầu ra cho sản phẩm. Ưu tiên chiến lược giá, xúc tiến quảng cáo, học tập kinh nghiệm mở rộng thị trường.

Giai đoạn tiếp theo: Tiến hành mở rộng quy mô sản xuất, nhà xưởng, trang bị thêm dây chuyền máy móc hiện đại, nhằm tăng năng xuất và ổn định chất lượng sản phẩm. Từ đó tìm kiếm các thị trường lớn như Hà Nội và các tỉnh lân cận.

MÔ HÌNH TRỒNG RAU HỮU CƠ

(Giải Ba năm 2021)

Tác giả: Lê Thị Minh Trà

Địa chỉ: Hợp tác xã Nông sản Hữu Lũng, xã Đồng Tân, huyện Hữu Lũng



Mô hình trồng rau hữu cơ - Hợp tác xã Nông sản Hữu Lũng

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Khảo sát thực tế tình hình sản xuất tại khu vực miền núi phía Bắc chưa có mô hình sản xuất rau hữu cơ đủ lớn để cung cấp ra thị trường Hà Nội và các tỉnh phía Bắc. Đặc biệt tại địa bàn tỉnh Lạng Sơn chưa có một đơn vị nào sản xuất rau hữu cơ.

Xuất phát từ nhu cầu về thực phẩm sạch trên thị trường ngày càng cao, Hợp tác xã (HTX) Nông sản Hữu Lũng, thôn Ngọc Thành, xã Đồng Tân, huyện Hữu Lũng đã tập trung sản xuất rau hữu cơ cung ứng cho thị trường trong và ngoài tỉnh. Qua đó, góp phần đưa sản phẩm an toàn, chất lượng đến tay người tiêu dùng, đồng thời mang lại hiệu quả kinh tế cao, giúp hợp tác xã phát triển bền vững.

Mong muốn tạo ra giá trị cho xã hội. Tạo ra những sản phẩm tốt cho sức khỏe con người, môi trường làm việc xanh, không độc hại cho người lao động và bảo vệ - cải thiện môi trường sinh thái tự nhiên và phát triển nông nghiệp tại địa phương theo hướng bền vững.

Nói đến các sản phẩm hữu cơ, trên thế giới ở các nước phát triển, người tiêu dùng đã sử dụng sản phẩm hữu cơ từ rất nhiều năm. Mặc dù giá thành sản phẩm hữu cơ đắt gấp 3-4 lần thực phẩm canh tác sử dụng hóa học.

Ở Việt Nam, 5 - 7 năm trở lại đây, Sản phẩm hữu cơ trở thành xu hướng mới trên thị

trường và nhận được rất nhiều sự quan tâm. Từ những sản phẩm xách tay với số lượng ít được cung cấp trong những nhóm về hữu cơ, hiện tại Thị trường hữu cơ Việt Nam đang phát triển rất nhanh. Nhiều cửa hàng tp sạch, những quầy hàng tp hữu cơ ở các siêu thị lớn - nhỏ, nông trại hữu cơ đc mở ra.

Ở thời điểm hiện tại, khi mà con người không còn quá phải lo lắng tới ăn no mặc ấm và chi tiêu hàng ngày, người ta ngay lập tức nghĩ tới vấn đề sức khỏe, làm thế nào để ăn uống đảm bảo sức khỏe. Trong tình hình ô nhiễm môi trường, thực phẩm nhiễm bẩn, hóa chất độc hại đang tràn lan trên thị trường.

Theo một khảo sát năm 2020, có đến hơn 80% người tiêu dùng Việt Nam khi được hỏi, họ có quan tâm đến thực phẩm hữu cơ và mong muốn được sử dụng sản phẩm hữu cơ. Do đó nhu cầu về thực phẩm sạch là rất lớn - xu thế tất yếu của thị trường. Việc triển khai mô hình Trồng rau hữu cơ là một giải pháp tối ưu để tận dụng những lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội của Lạng Sơn nói riêng và Việt Nam nói chung. Sử dụng đất nông nghiệp hiệu quả, bảo vệ và cải thiện môi trường tự nhiên - cân bằng hệ sinh thái, tạo việc làm cho người lao động. Góp phần phát triển nền nông nghiệp sạch và bền vững.

Xây dựng mô hình trồng rau hữu cơ

Một số loại rau được đưa vào sản xuất:

- Rau ăn lá: Cải Kale, Cần tây, Cải Bó xôi, Mồng tơi, Dền cơm, Xà lách, Các loại Cải đặc sản Lạng Sơn, Bò Khai,.....

- Rau ăn thân: Củ Cải đỏ, củ Dền, Cà rốt, Su hào,....

- Rau ăn quả: Dưa Chuột Baby, Bí đỏ, Cà chua Cherry - Socola,...

Thiết kế :

Bao gồm 6 khu.

♦ Khu ủ và kho bảo quản phân hữu cơ

♦ Khu nuôi nhân visinh

♦ Khu bể lọc nước tưới

♦ Khu vườn ươm

♦ Khu vườn sản xuất

♦ Khu sơ chế và đóng gói sản phẩm

♦ Quy trình vườn rau hữu cơ

♦ Quy trình vườn ươm

♦ Chuẩn bị giá thể - cho giá thể vào khay xếp - tía hạt - chăm sóc - xuất cây con

Chuẩn bị giá thể: Sẽ được phối trộn hỗn hợp gồm đất, phân ruồi, phân bò, trấu theo tỉ lệ đã thống nhất phù hợp cho ươm hạt giống. Đất, phân bò sẽ đc sàng, nghiền nhỏ mịn và

đưa vào máy trộn hỗn hợp cho đều và tưới có độ ẩm khoảng 60%.

Cho giá thể vào vỉ xốp:

❖ Quy trình vườn sản xuất

- Cày đất- ủ đất- lên luống- cấy cây con- chăm sóc- thu hoạch- đóng gói.
- Vườn trồng sản xuất
 - Cày đất (làm đất, Đo pH, dinh dưỡng, dải phân)
 - Lên luống, ủ luống
 - Tưới ẩm luống chuẩn bị cấy. Độ ẩm 60%
 - Cấy cây con
 - Tưới đủ ẩm 100%
 - Chăm sóc: tưới nước, phun vi sinh, nhổ cỏ dại, tỉa lá bệnh, báo cáo kiểm soát vườn
- Thu hoạch
 - Thu hoạch vào buổi sáng sớm
 - Cắt các loại rau theo kế hoạch thu ngày hôm đó
 - Phân loại rau loại 1, loại 2. Loại bỏ lá già, bệnh, cây bị thối, sâu
 - Cho rau đã thu hoạch cho vào sọt
 - Vận chuyển rau lên nhà đóng gói
- Đóng gói
 - Cân rau đủ khối lượng quy định cho từng gói (loại bỏ lá, cây bị dập nát, dùng khăn lau khô nước, sạch đất ở thân rau)
 - Đóng gói rau vào bao bì
 - Dán tem mã Qrcode
 - Đóng thùng
- Vận chuyển
 - *Chiến lược xúc tiến thương mại*

Trong những năm gần đây, nông nghiệp hữu cơ đang được đẩy mạnh phát triển ở nhiều nơi. Nhờ tiếp cận và áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, việc trồng rau hữu cơ trong nhà lưới - nhà màng được đẩy mạnh thay vì sản xuất trồng ngoài trời như trước đây. Nhờ áp dụng công nghệ hiện đại, tiên tiến như kiểm soát ánh sáng, nhiệt độ, dịch bệnh hại, kiểm soát chế độ dinh dưỡng, việc trồng rau hữu cơ đem lại hiệu quả kinh tế cao cho người sản xuất và hạn chế nhiều rủi ro.

*** Thị trường**

Hiện tại, dự án đã triển khai trồng được hơn 6 tháng. Các sản phẩm thu hoạch được

phân phối vào chuỗi siêu thị BigC (Go Việt Nam), Vinmart Hà Nội và 1 số cửa hàng thực phẩm sạch ở tp lớn.

Với giá bán trung bình của Rau ăn lá hữu cơ

- Xuất cho chuỗi cung ứng siêu thị 48.000 đồng/kg
- Xuất cho cửa hàng thực phẩm sạch: 80.000 đồng/kg
- Bán trực tiếp tới tay người tiêu dùng: 100.000 đồng/kg

Sản phẩm rau hữu cơ được sơ chế, đóng gói cẩn thận; bao bì, tem nhãn đẹp mắt. Có chứng nhận hữu cơ Việt Nam, chứng nhận Vệ sinh an toàn thực phẩm.

Mã truy xuất nguồn gốc QRcode, gồm đầy đủ thông tin về lịch sử canh tác của từng loại rau.

Áp dụng phần mềm quản trị nông nghiệp trong sản xuất. Lên kế hoạch sản xuất, kế hoạch thu hái, phân công công việc, theo dõi tình hình sâu bệnh của rau - từ đó đưa ra kế hoạch chăm sóc phù hợp.

Đã tiếp cận và nắm bắt được nhu cầu của người tiêu dùng để lên kế hoạch sản xuất và điều chỉnh phù hợp theo nguyên lý cung - cầu

Thực hiện liên kết, hợp tác các cơ sở sản xuất, thiết lập kênh phân phối và tiêu thụ sản phẩm trước tiên là trong nước, sau là xuất khẩu.

* Chiến lược Phát triển kinh doanh

- Xây dựng thương hiệu, thiết kế logo bao bì cho sản phẩm.
- Quảng cáo giới thiệu sản phẩm qua hình ảnh thể hiện chuỗi giá trị.
- Thiết kế các gian hàng trưng bày và giới thiệu sản phẩm tại hội chợ/ triển lãm.
- Đầu tư hoạt động Digital Marketing, tăng tương tác với khách hàng trực tiếp. Đây là công cụ bán hàng online chính hỗ trợ hoạt động bán hàng.

- Facebook: Xây dựng Fanpage chuyên nghiệp, tăng tương tác mua hàng, viết nội dung đăng bài theo tuần & chạy quảng cáo.

- Webiste: thiết kế Website với giao diện hiện đại, tích hợp hoạt động mua hàng & thanh toán; cập nhật nội dung lên website.

- Hoạt động Trade Marketing tại các chương trình kích hoạt bán hàng, để khách hàng có những trải nghiệm thực tế về chất lượng & dùng thử sản phẩm. Từ đó ra quyết định mua hàng trực tiếp hoặc đặt hàng online, xây dựng một lượng khách hàng trung thành cho sản phẩm.

- Lên danh sách các hội chợ, triển lãm ở địa phương và các khu vực lân cận về các chương trình thực phẩm sạch, hỗ trợ tư vấn giới thiệu sản phẩm và kết nối với người tiêu dùng/ các nhà phân phối

- Các chương trình Brand Marketing hỗ trợ hoạt động bán hàng, Tăng hình ảnh, nhận

diện cũng như uy tín của thương hiệu. Đưa tin trên các kênh truyền hình về chuỗi giá trị khép kín của thương hiệu

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, MÔI TRƯỜNG:

- Mô hình “Trồng rau hữu cơ” có nhiều tác động tích cực đến sự phát triển kinh tế xã hội. Đóng góp vào sự phát triển và tăng trưởng của nền kinh tế, xây dựng nông thôn mới. Góp phần tích cực trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp, theo hướng tăng tỷ trọng trồng trọt. Tăng nhanh giá trị sử dụng đất trên đơn vị diện tích đất canh tác. Từ đó tạo ra những sản phẩm có thương hiệu, đặc trưng cho địa phương và nâng cao chất lượng, lợi thế cạnh tranh của Nông sản Việt Nam.

- Hiệu quả xã hội, môi trường:

Tạo việc làm thường xuyên cho lao động của địa phương với mức thu nhập ổn định.

Tạo ra sản phẩm hàng hóa có chất lượng, có tính cạnh tranh.

Tạo mô hình phát triển kinh tế trang trại có hiệu quả cao tại địa phương.

Đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, mô hình điềm về ứng dụng công nghệ cao với chu trình khép kín vào trồng trọt. Từ đó làm tiền đề, cơ sở để nhân rộng mô hình, phát triển các vùng sản xuất cung ứng vệ tinh.

Từ việc chủ động trong sản xuất từ khâu trồng trọt đến đóng gói sản phẩm góp phần thúc đẩy việc sản xuất nông nghiệp.

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM VÀ TẬN DỤNG TỐI ĐA LỢI ÍCH TỪ CÂY THẠCH ĐEN

(Giải Ba năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hà Thị Tuyết Nhung
Địa chỉ: Thị trấn Thất Khê, huyện Tràng Định, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Cây Thạch nướng được trồng nhiều trên địa bàn huyện Tràng Định, những năm gần đây, người dân trồng nhiều cây Thạch đen để bán cho thương lái Trung Quốc, thường xuyên gặp cảnh được mùa mất giá, bị thương lái chèn ép. Từ thực tế trên, hộ kinh doanh Hà Thị Tuyết Nhung đã chế biến cây Thạch đen, tạo ra sản phẩm Thạch đen Hồng Nhung, đồng thời tận dụng tối đa lợi ích từ cây Thạch đen, bã cây Thạch đen sau khi đã chiết thạch được thu gom tập kết và ủ làm phân bón cho cây trồng. Sự khác biệt của sản phẩm Thạch đen Hồng Nhung đến từ sự thay đổi quy trình sản xuất, phân phối chuyên nghiệp; cải tiến, thiết kế về kiểu dáng, quy cách đóng gói sản phẩm và được kiểm nghiệm và công bố chất lượng đúng quy định.

*** Thị trường:**

Khả năng gia nhập thị trường: Thạch đen Hồng Nhung xin cấp quyền sử dụng Nhãn hiệu tập thể Thạch đen Tràng Định và đồng thời phát triển thương hiệu riêng, qua thời gian dài xây dựng, đã tạo được vị thế nhất định trên thị trường.

Đối thủ cạnh tranh: Cạnh tranh trực tiếp từ các sản phẩm thạch đen của các tiểu thương

kinh doanh nhỏ lẻ tại các khu chợ, chợ đầu mối; Cạnh tranh từ thương hiệu thạch đen Thạch An, Cao Bằng.

Tổ chức quản lý bao gồm chủ cơ sở điều hành hoạt động hàng ngày của cơ sở; bộ phận hành chính tổng hợp thu thập, xử lý, kiểm tra, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính dưới hình thức giá trị, hiện vật và thời gian lao động, tìm kiếm, sàng lọc, tuyển dụng và đào tạo nhân viên mới cũng như quản lý các phúc lợi của người lao động., bộ phận sản xuất tiến hành thực hiện kế hoạch sản xuất, lên kế hoạch tác nghiệp, trực tiếp thực hiện kế hoạch tạo ra sản phẩm và bộ phận kinh doanh phát triển thị trường, thực hiện kế hoạch kinh doanh của công ty, lên phương án thực hiện cụ thể.

Kế hoạch xúc tiến thương mại: Tiếp thị trực tiếp thông qua các hội chợ nông sản Việt Nam tại thành phố Lạng Sơn, thành phố Hà Nội và các tỉnh thành lân cận như Thái Nguyên, Hải Dương. Tiếp thị online thông qua công cụ Google Ads cho website <https://thachdenhongnhung.com/>. Tăng cường truyền thông, tiêu thụ sản phẩm thông qua hội thảo, hội chợ, triển lãm, tờ rơi, khuyến mại, đăng báo, truyền thông,... Mở thêm gian hàng các trang thương mại điện tử như: lazada. shopee. sendo... Sử dụng “hiệu ứng” sản phẩm OCOP để quảng bá sản phẩm trên các trang truyền thông của huyện và của tỉnh.

Chiến lược đảm bảo nguồn cung ứng, phát triển vùng trồng thông qua các hợp đồng liên kết sản xuất và tiêu thụ cây Thạch đen, liên kết sản xuất và tiêu thụ bột gạo. Chiến lược Marketing: Marketing online thông qua trang website của cơ sở, các trang mạng xã hội và gian hàng trên trang thương mại điện tử. Marketing trực tiếp tham gia các gian hàng hội chợ trong và ngoài tỉnh. Chiến lược phát triển kênh bán hàng thông qua liên kết với các doanh nghiệp nhà hàng, siêu thị, tiệp cưới.

*** Nguồn lực thực hiện:**

Nhân lực: Tổng số lao động của Hộ kinh doanh: 09 người là lao động thường xuyên, người địa phương (tại tỉnh) chiếm 29/30 người

Vốn: Hộ kinh doanh có 01 thành viên góp vốn thành lập, 100% vốn chủ sở hữu.

Phương án đầu tư cơ sở vật chất và các điều kiện khác: đầu tư phòng làm việc, kho, xưởng chế biến, xưởng sơ chế, hệ thống cấp điện, cấp nước, xử lý chất thải. Máy móc, trang thiết bị: Hệ thống thiết bị đồ khuôn làm mát.

Phương án tài chính: Tổng vốn đầu tư: 1.205.000.000 đồng, trong đó Vốn chủ dự án: 705.000.000 đồng, Vốn vay ngân hàng: 500.000.000 đồng.

Phương án thu chi và lợi nhuận trong 3 năm đầu như sau: Tổng doanh thu: 4.764.000.000 đồng; Tổng chi phí: 3.726.100.000 đồng; Lợi nhuận: 1.037.900.000 đồng.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, MÔI TRƯỜNG

Quá trình sản xuất và kinh doanh của cơ sở sản xuất thạch đen Hồng Nhung gắn

với cộng đồng, góp phần xóa đói giảm nghèo, tạo công ăn việc làm và duy trì ổn định thu nhập cho lao động địa phương, bao tiêu sản phẩm cây Thạch đen cho bà con nông dân, đặc biệt là bà con sinh sống tại vùng dân tộc thiểu số, vùng đặc biệt khó khăn của huyện Tràng Định; sản xuất các sản phẩm hữu ích, thiết thực, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, đảm bảo vệ sinh môi trường, đáp ứng nhu cầu của người dân địa phương. Mỗi sản phẩm Thạch đen Hồng Nhung được tiêu thụ thì việc làm và thu nhập sẽ được tạo ra thêm cho bà con Nhân dân.

Giải pháp khắc phục ảnh hưởng tiêu cực của dự án tới môi trường: tái sử dụng bã thạch sau khi chiết làm phân bón cho cây trồng, góp phần xử lý chất thải. Phân được ủ từ bã cây thạch đen có nguồn gốc hữu cơ thân thiện với môi trường, góp phần hạn chế sử dụng phân bón hóa học trên đất canh tác, góp phần giảm thiểu tình trạng ô nhiễm đất. Sử dụng hộp đựng bằng giấy thay thế các bao bì đựng bằng túi nilon và hộp nhựa sử dụng 1 lần góp phần giảm thiểu rác thải nhựa ra môi trường, đảm bảo sức khỏe người tiêu dùng.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Đạt chứng nhận OCOP 4 sao. Mở rộng thị trường tại Hà Nội và các tỉnh, thành phố như Hải Phòng, Hạ Long, Quảng Ninh,... Tiếp tục đầu tư hệ thống chiết rót dung dịch thạch tự động; xây dựng xưởng sản xuất và mua sắm thiết bị, máy móc để xử lý, tái chế bã thạch thành phân bón hữu cơ.

CÁC SẢN PHẨM CHIẾT XUẤT TỪ CÂY RAU BÒ KHAI "TRÀ - CỐM BÒ KHAI, MỠ KHÔ"

(Giải Ba năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Ngọc Thị Quê

Địa chỉ: huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Cây rau Bò khai là cây rau phổ biến ở miền Bắc có rất nhiều hàm lượng chất dinh dưỡng tốt cho cơ thể con người như Vitamin A, Beta caroten,... Tại Lạng Sơn, rau bò khai đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm rau Bò khai của huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn, tuy nhiên chưa có các sản phẩm được chế biến từ rau bò khai mà chỉ bán dưới dạng rau mang về sào, nấu. Từ đó Công ty đã sáng tạo lấy mẫu từ rau, thân cây bò khai sấy khô làm trà, Sản xuất mỳ gạo tạo ra sản phẩm mỳ bò khai khô, phở bò khai tươi.

* Thị trường:

Thị trường: Giống cây bò khai cung cấp cho dự án và các hộ dân có nhu cầu về giống; Trà Bò khai hướng tới phát triển mạnh hơn nữa để đưa ra thị trường trong nước và hướng tới xuất khẩu; mỳ rau bò khai: Đang trong quá trình thử nghiệm sản phẩm để chuẩn bị đưa ra thị trường.

Đối thủ cạnh tranh: cạnh tranh từ các sản phẩm thay thế trên thị trường

Phương án phát triển: ký hợp đồng liên kết với các hộ dân của các huyện trong tỉnh, ký kết với Hợp tác xã Nông nghiệp thôn Lũng Cút, thị trấn Đồng Mỏ, huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn.

Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường: xây dựng hệ thống truy suất nguồn gốc, nhận diện thương hiệu sản phẩm; tham gia các cuộc triển lãm, hội chợ, lễ hội; Giới thiệu sản phẩm

trên trang cá nhân thông qua các trang mạng XH: Facebook, Zalo, Instagram, Twitter,...
đăng bán trên các sàn giao dịch thương mại, các trang bán hàng nông sản của địa phương và
toàn quốc; bán hàng trực tiếp qua các đại lý, cơ sở bán hàng,...

*** Nguồn lực thực hiện:**

Sản phẩm cây giống hiện tại Công ty tự sản xuất, nhân lực kỹ thuật do công nhân Công ty làm. Sản phẩm từ cây giống phát triển tốt rất có triển vọng, mang lại nguồn doanh thu ổn định cho Công ty, kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án hiện Công ty vẫn đang sử dụng nguồn vốn tự có. Và đang phát triển mở rộng cho nhu cầu sản phẩm trả bò khai ,giai đoạn sắp tới Công ty sẽ làm thủ tục vay vốn ngân hàng để phát triển thành công nhà máy sản xuất trà trong tương lai gần nhất của dự án .

Sản phẩm trà hiện tại Công ty mới sơ chế được phần thô, còn thiết bị công nghệ Công ty vẫn phải làm hợp đồng thuê Công Ty Cổ Phần TM dược phẩm Trang Ly gia công và đóng gói thành sản phẩm Trà Bò Khai Ngọc Quê .Sau khi sản phẩm ra thị trường có thương hiệu Công ty sẽ lắp đặt dây chuyền nhà máy sản xuất trà tại dự án của Công ty.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả của dự án gồm 3 sản phẩm: Giống cây bò khai, rau bò khai, Trà rau bò khai (gồm trà hòa tan và trà túi lọc nhúng) nguyên chất 100% từ cây bò khai, Sản xuất mì gạo (kết hợp Cao khô Vạn Linh và Rau bò khai Chi Lăng) tạo ra sản phẩm mì bò khai khô, phở bò khai tươi.

Lợi ích về kinh tế, xã hội: Hiện tại tạo công ăn việc làm cho người lao động tại địa phương giúp bà con đang sinh sống lân cận khu vực dự án có được thu nhập ổn định.

Về môi trường trồng rau có tác dụng phủ xanh đất, tạo không khí cho môi trường xanh sạch đẹp.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Định hướng cơ sở sau giai đoạn từ 2021 đến 2026 nếu dịch Covid-19 được khống chế toàn cầu thì cơ sở sẽ hướng tới xuất khẩu ra thế giới, với quy mô tiềm năng sản xuất Trà - Cốm triết xuất từ cây rau bò khai.

VƯỜN ƯƠM CÂY GIỐNG QUẾ

(Giải Ba năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Đặng Thị Tàn

Địa chỉ: Huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn



Vườn ươm cây giống quế

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Hiện nay nhu cầu trồng cây Quế tại xã Tân Hòa, huyện Bình Gia ngày càng cao, tuy nhiên chưa có vườn ươm giống chuẩn tại địa phương khiến người dân phải chịu chi phí mua giống và vận chuyển cao do đó xây dựng vườn ươm giống trên địa bàn xã là một dự án có tính khả thi cao.

Sự khác biệt: Công nghệ: Được ươm thủ công tại chỗ với hạt giống chuẩn Yên Bái; Giá cả cạnh tranh: rẻ hơn so với thị trường từ 200đ trở lên; Chất lượng cây giống đảm bảo: mập cây, không sâu bệnh, phát triển tốt, nguồn gốc rõ ràng; Dịch vụ khách hàng: phục vụ tận tình chu đáo, free ship với những khách hàng mua số lượng lớn; cho khách hàng tự lựa chọn cây theo ý muốn, nhà vườn chỉ việc đóng túi và bốc lên xe cho khách.

* Thị trường:

Khách hàng: người dân có nhu cầu trồng Quế để phát triển kinh tế; các khách sỉ trung gian.

Khả năng tham gia thị trường: Khả năng về vốn: Nguồn vốn góp của chủ dự án, và khả năng tiếp cận nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng ngân hàng; Khả năng liên kết giữa cơ sở sản xuất với các doanh nghiệp: Cơ sở sản xuất liên kết với các doanh nghiệp để cung ứng nguyên liệu, vật liệu đầu vào.

Đối thủ cạnh tranh: các vườn ươm Quế giống tại Yên Bái, ngoài ra có các vườn ươm nhỏ lẻ tại địa phương.

Kế hoạch marketing - xúc tiến thương mại: tuyên truyền thông qua các buổi sinh hoạt phụ nữ, Hội Nông dân, các cuộc họp thôn bản; Thông qua các video, hình ảnh, livestream về vườn ươm, tư vấn kỹ thuật, chính sách ưu đãi....

Kênh phân phối: bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng hoặc bán qua trung gian.

Các biện pháp xúc tiến và quảng cáo: Không ngừng mở rộng thị trường thông qua các buổi sinh hoạt phụ nữ, Hội nông dân, các cuộc họp trong thôn bản...; Tăng chất lượng, số lượng sản phẩm để làm sao người mua trước quảng cáo, giới thiệu cho người mua sau; Luôn có chính sách ưu đãi đối với khách sỉ và các khách mua số lượng lớn...; Liên kết với các tổ chức đoàn thể cho tham quan mô hình. Ví dụ: Hội nông dân, Hội phụ nữ, thậm chí có cả trường học để học sinh thực tế, trải nghiệm (môn trải nghiệm.)....

Tổ chức và quản lý: 1 quản lý đảm nhận quá trình, các công đoạn sản xuất ra cây giống, 1 kế toán Quản lý các khoản chi tiêu, đầu tư vào vườn ươm. Quá trình tuyển lao động phụ thuộc vào số lượng công việc từng mảng, từng mùa vụ nhưng phải thông qua lãnh đạo quản lý chung.

*** Nguồn lực thực hiện:** Mô tả về nguồn lực thực hiện dự án: Nhân lực (các cá nhân thực hiện chính và vai trò trong phát triển sản phẩm, dự án); kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án; các giải pháp thu hút vốn tạo nguồn lực tài chính; phương án đầu tư; phương án tài chính cho từng năm khi dự án đi vào hoạt động,...; trang thiết bị, công nghệ (nếu có) của dự án, các điều kiện cần thiết thực hiện dự án,....

Nhân lực: sử dụng lao động tại địa phương.

Tài chính: vốn tự có và vốn vay người thân, ngân hàng.

Dự kiến chi phí đầu tư cho 500 cây trong 5 năm như sau: Năm 1: 393.550.000 đồng, năm 2: 266.000.000 đồng, năm 3: 270.000.000 đồng, năm 4: 265.000.000 đồng, năm 5: 270.000.000 đồng. Sở dĩ có sự thay đổi như trên là vì từ năm thứ 2 trở đi không phải đầu tư cột lưới bê tông, lưới che có thể sử dụng được 2 năm/ 1 lần mua.

Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh: năm 1: 117.506.000 đồng, năm 2: 143.996.000 đồng, năm 3: 182.495.000 đồng, năm 4: 240.244.000 đồng, năm 5: 259.493.000 đồng.

Dự trừ các nguồn tài chính theo từng năm như sau: Năm 1: 400.000.000 trong đó vốn tự có 100.000.000 đồng, vốn vay: 300.000.000 đồng; Năm 2: 300.000.000 trong đó vốn tự có 100.000.000 đồng, vốn vay: 200.000.000 đồng; từ năm 3: 300.000.000 từ vốn tự có.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Sản phẩm của dự án là cây quế giống có những đặc điểm chính sau: Cây mập, bầu chắt, lá mở; phát triển tốt, không bị sâu bệnh, rõ nguồn gốc xuất xứ, thích nghi với điều kiện thời tiết, thổ nhưỡng tại địa phương, giá thành rẻ, nhiều chính sách ưu đãi, khuyến mại hấp dẫn.

Lợi ích về kinh tế, xã hội và đóng góp về môi trường của dự án: Cung cấp cây giống, thúc đẩy, khuyến khích, để bà con phủ xanh đất trống đồi núi trọc đang bỏ phí bấy lâu nay. Việc phủ xanh này vừa tác động tích cực tới môi trường, đồng thời vừa mang lại hiệu quả kinh tế cao cho người dân: giúp người dân thoát nghèo bền vững. Trước mắt, dự án giải quyết việc làm cho khoảng 10-12 lao động (chủ yếu là nữ), trong đó có 3 lao động thường xuyên. Dự án cũng khẳng định vị thế của người phụ nữ, doanh nghiệp do nữ làm chủ. Dự án góp phần phát triển ngành lâm nghiệp và chế biến các lâm sản, phát triển kinh tế bền vững.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Hình thành vùng trồng Quế tập trung, ưu tiên địa bàn huyện Bình Gia theo hướng sản xuất hàng hoá, nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, quảng bá thương hiệu Quế đáp ứng nhu cầu của thị trường trong và ngoài tỉnh.

Sản lượng: đến năm 2025 góp phần đạt mục tiêu chung của tỉnh Lạng Sơn đề ra hình thành vùng Quế ổn định 600 tấn/năm; giai đoạn 2026 - 2030 sản lượng vỏ Quế đạt 3000 tấn/năm.

CỦ CẢI MUỐI CHU UYÊN

(Giải Ba năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Chu Tố Uyên

Địa chỉ: Huyện Văn Lãng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Tận dụng nguồn nguyên liệu sẵn có tại địa phương, tìm hướng đi mới cho việc phát triển kinh tế địa phương, đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng trong nước nhằm nâng cao thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống cho bà con nhân dân huyện Văn Lãng.

- *Lý do khai thác, phát triển:* Cây củ cải trắng được trồng nhiều ở địa phương do phù hợp với thổ nhưỡng vùng đất bãi bồi ven sông Kỳ Cùng. Hàng năm bà con nhân dân trồng nhiều củ cải trắng để làm thức ăn nhưng chủ yếu được sử dụng dưới dạng củ tươi để luộc, nấu canh, xào hoặc ướp muối phơi khô để sử dụng lâu dài. Vào chính vụ, giá thành củ cải rất thấp; khi gặp thời tiết mưa nồm ẩm ướt củ cải dễ bị hỏng. Các món ăn như củ cải luộc, củ cải nấu canh, củ cải khô xào thịt băm là những món ăn quen thuộc, dân dã gây nhàm chán, ngấy đối với người tiêu dùng. Vì vậy, món củ cải muối đã đem đến một hương vị mới đáp ứng được nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng trong giai đoạn hiện nay.

- *Tính mới, tính sáng tạo, giải pháp, công nghệ:* Thay đổi thị hiếu ẩm thực, chuyển từ các món ăn truyền thống sang món ăn thanh đạm, chống ngán, ngoài ra có thể làm thức quà quê biếu cho anh em họ hàng, người thân. Đồng thời, tạo ra hướng đi mới trong việc phát triển kinh tế tại địa phương, đưa cây củ cải trắng trở thành cây trồng chủ lực đem lại nguồn thu nhập ổn định cho người dân địa phương.

- Sự khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường: Món ăn ngon hơn, thanh đạm, ít chất béo; không chỉ là thức ăn trong bữa cơm gia đình mà còn là món ăn vặt, món ăn kèm, món khai vị đối với các cơ sở kinh doanh nhà hàng. Phù hợp với thị hiếu ẩm thực của nhiều đối tượng khách hàng từ bình dân đến thượng lưu. Tiện ích sử dụng: ăn ngay, khách hàng không mất thời gian chế biến. Bảo quản được lâu hơn so với củ cải tươi. Đa dạng khẩu vị, phù hợp với từng khách hàng như: cay ít, không cay, siêu cay.

- *Chiến lược kinh doanh:* Liên kết với các hộ dân trên địa bàn huyện Văn Lãng có đất canh tác phù hợp với cây củ cải trắng. Thành lập hợp tác xã, hướng dẫn người dân trồng, chăm sóc cây củ cải đảm bảo đạt năng suất, chất lượng theo yêu cầu. Phát triển vùng nguyên liệu sang khu vực Mai Pha thành phố Lạng Sơn, sang huyện Văn Quan, Tràng Định, Lộc Bình và các tỉnh lân cận như Cao Bằng, Bắc Kạn, Bắc Giang, Quảng Ninh... Đồng thời, tìm kiếm đối tượng khách hàng, chăm sóc khách hàng, tạo uy tín, thương hiệu sản phẩm; thiết kế Logo, dán nhãn; in túi, hộp đựng sản phẩm; tem truy suất nguồn gốc.

*** Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Có tiềm năng và mở rộng quy mô thị trường trong nước và ngoài nước. Đối tượng khách hàng mà dự án hướng đến không chỉ là những người nội trợ, mà còn các nhà hàng, quán nhậu, các siêu thị và chuỗi cửa hàng thực phẩm sạch; khách thập phương, khách du lịch...

- *Đối thủ cạnh tranh:* Đối thủ cạnh tranh của dự án là các sản phẩm có tính chất tương đồng như cà muối, kim chi, măng ớt... Tuy nhiên, điểm mạnh của sản phẩm là không sử dụng các chất kích thích, chất bảo quản sẽ đảm bảo an toàn cho sức khỏe con người. Đồng thời, giá thành thấp, phù hợp với thu nhập của người dân Việt Nam.

- *Phương pháp tổ chức và quản lý:* Thành lập hợp tác xã trồng củ cải theo tiêu chuẩn Vietgap nhằm đảm bảo nguồn nguyên liệu, xây dựng xưởng sản xuất. Thường xuyên kiểm tra, test sản phẩm trước khi đưa đến người tiêu dùng.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Thiết kế bao bì, nhãn sản phẩm bắt mắt tác động đến thị giác, vị giác người tiêu dùng; Quảng cáo trên trang mạng facebook, zalo, sàn thương mại điện tử; Tham gia các hội chợ nông sản trong tỉnh và ngoài tỉnh; Tiếp thị sản phẩm đối với các siêu thị, cửa hàng bách hóa, nhà hàng...

- *Khả năng thương mại hóa sản phẩm:* Sản phẩm có thể cạnh tranh với các sản phẩm có sẵn trên thị trường Việt Nam do có nguồn gốc đảm bảo, giá thành thấp.

*** Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* 04 lao động thường xuyên.

04 người - 5000.000đ/tháng = 20.000.000đ/tháng

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:*

Nguyên liệu:

+ Củ cải trắng: $2.100\text{kg/tháng} - 15.000\text{đ/kg} = 31.500.000\text{đ/tháng}$

+ Giấm gạo: $650\text{l} - 10.000\text{đ} = 6.500.000\text{đ/tháng}$

+ Đường: $380\text{kg} - 21.000\text{đ} = 7.980.000\text{đ/tháng}$

+ Lọ đựng: $7.000.000\text{đ}$

+ Ớt tươi: 500.000đ/tháng

Tổng nguyên liệu: $53.480.000$

+ Chi phí quảng cáo, hoa hồng đại lý: $8.400.000\text{đ}$

Tổng chi phí = nhân lực + nguyên liệu + Hoa hồng đại lý = $20.000.000 + 53.480.000 + 8.400.000\text{đ} = 81.880.000\text{đ}$

+ Giá bán: 50.000đ/kg

Doanh thu: $105.000.000\text{đ}$

+ Lợi nhuận: $23.120.000\text{đ/tháng}$

- *Phương án tài chính:* Bán hàng thành phẩm lấy vốn quay vòng duy trì hoạt động. Khi có sinh lời sẽ tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư thêm máy móc thiết bị như máy rửa, máy gọt củ quả, máy thái, thuê thêm nhân công nên. Đồng thời, kêu gọi nguồn vốn đầu tư hoặc vay vốn ngân hàng.

Khởi nghiệp thành công sẽ phát triển mô hình hợp tác xã, mở rộng vùng nguyên liệu ra các vùng lân cận như thành phố Lạng Sơn, huyện Lộc Bình, huyện Văn Quan, huyện Tràng Định...

- *Trang thiết bị công nghệ:* sử dụng máy hút chân không để đóng gói bảo quản sản phẩm.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Tạo cơ hội việc làm cho người dân địa phương, giúp cho người yếu thế có công việc làm ổn định, nâng cao thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống.

Thúc đẩy người dân có tư duy mới về phát triển kinh tế tại địa phương, chuyển đổi cơ cấu cây trồng, không gây lãng phí nguồn tài nguyên đất, thúc đẩy kinh tế-xã hội địa phương phát triển.

Nâng cao chuỗi giá trị của cây trồng bản địa. Sử dụng phân bón hữu cơ, hình thành vùng nông nghiệp xanh, hướng tới nền nông nghiệp chuyên nghiệp, có trách nhiệm với cộng đồng.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN: Sau 1 năm hoạt động, mở rộng vùng trồng nguyên liệu, kỹ thuật trồng cây củ cải trắng theo tiêu chuẩn, sẽ đưa sản phẩm ra thị trường toàn Miền Bắc. Sau 2 năm hoạt động có thể đưa sản phẩm đến thị trường Miền Nam. Sau 3 năm hoạt động sản phẩm tạo nguồn thu nhập ổn định, hoàn vốn và tiếp tục mở rộng ra thị trường, cải tiến thêm các sản phẩm khác.

**XÂY DỰNG CHUỖI GIÁ TRỊ HOA HỒI, DƯỢC LIỆU
DƯỚI TÁN RỪNG HỒI TỪ TÀI NGUYÊN BẢN ĐỊA GẮN VỚI SINH KẾ CHO
PHỤ NỮ DÂN TỘC THIỂU SỐ TRÊN ĐỊA BÀN XÃ TÂN VĂN,
HUYỆN BÌNH GIA, TỈNH LẠNG SƠN**

(Giải Ba năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hoàng Bích Ngọc

Địa chỉ: Huyện Bình Gia, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Mô hình mong muốn xây dựng và khẳng định chuỗi giá trị thương hiệu Hồi của Lạng Sơn định hướng vươn tầm thế giới, vừa tạo sinh kế cho người dân tại địa phương. Nếu thành công sẽ là mô hình điểm để nhân rộng ra nhiều nơi khác, vừa đảm bảo việc phát triển bền vững, vừa bảo vệ hệ sinh thái và tạo sinh kế cho người dân bản địa.

- *Lý do khai thác, phát triển:* Cây hồi của xã Tân Văn, huyện Bình Gia được đánh giá là sản phẩm có chất lượng tốt nhất, hàm lượng tinh dầu cao và đặc biệt trong tinh dầu không có độc tố, là loài cây có giá trị kinh tế cao, cho ra các sản phẩm đã được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực như: Dược liệu, hương liệu, ẩm thực và thủ công mỹ nghệ. Tuy nhiên, các sản phẩm hồi do người dân sản xuất đầu ra gặp rất nhiều khó khăn, giá bán thấp không ổn định nên người trồng hồi cũng không mấy mặn mà đầu tư thâm canh. Sản phẩm hồi chủ yếu do Trung Quốc thu mua nên đầu ra không ổn định, thường xuyên bị ép giá. Để tìm lối thoát cho hồi, người dân cần có sự chuyển đổi từ bán hồi quả tươi, hồi khô, hồi nguyên liệu thô sang chế biến thành các sản phẩm có giá trị cao hơn, bảo quản được lâu dài giữ thị trường ổn định như chưng cất tinh dầu, chế biến hồi bột... Đây là hướng đi cần thiết giúp nâng cao giá trị của sản phẩm hồi một cách ổn định và bền vững, tạo sinh kế ổn định cho người dân trồng hồi, tạo việc làm ổn định, nhất là lao động nữ là người dân tộc thiểu số ở địa phương.

- *Tính mới, tính sáng tạo, giải pháp, công nghệ:* Dự án hướng đến sản xuất nông nghiệp

an toàn, bền vững, phát thải thấp; tích hợp đa giá trị trên cùng một diện tích; mở rộng diện tích canh tác, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm; mở rộng mô hình kinh doanh, giải quyết, tạo việc làm cho người dân trong xã khoảng trên 30 lao động thường xuyên.

* **Chiến lược kinh doanh:** Tập huấn kỹ thuật/trồng hồi và dược liệu dưới tán hồi đảm bảo các hội viên tham gia biết cách chăm sóc quản lý sâu bệnh hại; thu hái và bảo quản tránh thiệt hại, tổn thất sau thu hoạch. Đề xuất, lựa chọn cây trội, thực hiện tốt công tác chăm sóc, quản lý, bảo vệ, chỉ khai thác vật liệu giống đối với những cây đã được công nhận; lập hồ sơ trong quá trình sản xuất, kinh doanh vật liệu giống và chịu sự kiểm tra, giám sát của cơ quan quản lý nhà nước chuyên ngành. Đào tạo, hướng dẫn nhân dân trong vùng thực hiện kỹ thuật trồng, cải tạo rừng Hồi; đẩy mạnh việc nhân rộng mô hình canh tác. Xây dựng nhãn mác, thương hiệu sản phẩm. Đóng gói/chế biến/hoặc liên kết trong chế biến đảm bảo tuân thủ các quy định về quản lý chất lượng.

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Dự kiến phân khúc khách hàng khá rộng, tuy nhiên vẫn tập trung vào phân khúc khách hàng trung lưu trở lên.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Hiện nay trên địa bàn tỉnh có một số nhà đầu tư đang triển khai một số dự án nhà máy sản xuất các sản phẩm từ Hồi, tuy nhiên, từ năm 2020 đến nay, các đơn vị sản xuất các sản phẩm từ hồi đã tạm ngừng xuất khẩu tinh dầu hồi do ảnh hưởng của tình hình dịch bệnh COVID-19 và nhu cầu của thị trường giảm mạnh; mặt khác tại địa bàn huyện có rất nhiều doanh nghiệp buôn bán, đây là yếu tố có nguy cơ ảnh hưởng đến hoạt động của dự án. Lợi thế của dự án so với đối thủ cạnh tranh là đã tập trung tìm hiểu nhu cầu của thị trường, triển khai thực hiện sớm để trở thành đơn vị đầu tiên trong huyện làm mô hình này, tranh thủ đi trước để chiếm lĩnh thị trường.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Khách hàng mục tiêu: là đơn vị vừa sản xuất vừa ký hợp đồng liên kết giúp bà con trong xã, địa bàn lân cận trong khâu tiêu thụ sản phẩm; ký hợp đồng bao tiêu ổn định với đơn vị làm thương mại, chuyên thu mua để bán ra thị trường; các hội nhóm khách hàng mua lẻ trên online qua livestream, Zalo, Facebook, các sàn giao dịch điện tử khác... Các cách thức tiếp cận khách hàng mục tiêu: hiện nay dự án đã có 02 đơn vị làm thương mại, chuyên thu mua để bán ra thị trường; thường xuyên, trao đổi, kết nối với khách hàng là chủ kinh doanh buôn bán trong địa bàn' tham gia vào các hội nhóm trên Facebook, tham gia các sàn giao dịch điện tử tích cực tương tác để tạo quan hệ và giới thiệu sản phẩm của mình.

* **Nguồn lực thực hiện:**

* **Nhân lực:** Sử dụng nhân lực sẵn có tại địa phương.

* **Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:** Tổng nhu cầu kinh phí thực hiện Dự án khởi nghiệp: 700 triệu đồng, trong đó:

- Kinh phí đề nghị hỗ trợ, tài trợ là: 500 triệu đồng (Bằng chữ: Năm trăm triệu đồng).

- Kinh phí từ nguồn khác: (có thể là phần vốn đối ứng của tổ chức/cá nhân đề xuất Dự án, hoặc các nguồn huy động khác): 200 triệu đồng

Bảng hoạch toán hiệu quả kinh tế của dự án:

TT	Nội dung	ĐVT	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Lợi nhuận/năm (20,000 kg khô) Sản xuất 2 vụ, trong 4 tháng
I	Sản phẩm hoa hồi khô được cung cấp ra thị trường	Kg			01 kg hồi khô	20,000 kg /năm
1	Chi phí phơi, sấy 4 kg hồi tươi để được 01 kg hồi khô	Kg	4	30.000	120.000	2.400.000.000
2	Chi tiền điện/tháng	Kw	1.000	2.000	2.000.000	8.000.000
3	Mua bao bì/năm		5.000	200	1.000.000	1.000.000
4	Chi phí nhân công đóng gói phơi sấy (4 người)	Ngày	120	250.000	120.000.000	120.000.000
5	Chi phí mua nguyên liệu sấy khô (mua củi, than sạch)	Tấn	4	1.000.000	4.000.000	4.000.000
6	Chi phí lưu kho	Tháng	4	2.000.000	8.000.000	8.000.000
7	Chi phí thuê xe vận chuyển đi bán hàng	Tháng	4	5.000.000	20.000.000	20.000.000
8	Chi phí khác (khấu hao TSCĐ, sửa chữa kho)	Tháng	4	1.500.000	6.000.000	6.000.000
	Cộng I					2.567.000.000
9	Lãi vay ngân hàng	Tháng	4	0,75%	19.252.500	77.010.000
II	Tổng cộng các chi phí (giá thành sản phẩm 20 tấn hồi)					2.644.010.000
III	Giá bán sản phẩm bình quân 01 kg hồi khô	Kg	1	170.000	170.000	3.400.000.000
IV	Chênh lệch					755.990.000
V	Lợi nhuận trước thuế					755.990.000
VI	Thuế GTGT (0%)					-
VII	Lợi nhuận sau thuế					755.990.000
VIII	Thuế thu nhập cá nhân (1,5%)			1,5%		11.339.850
IX	Lợi nhuận ròng					744.650.150

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Bảo vệ được các loại cây sinh trưởng dưới tán hồi, ngăn chặn cỏ mọc, giảm thiểu công chăm sóc. Là mô hình mẫu về trồng trọt thuận tự nhiên, không hóa chất độc hại và sản xuất tuần hoàn không phát thải thấp. Góp phần vào tiêu chí nông thôn mới nâng cao đầu tiên của huyện Bình Gia.

Tạo thêm việc làm, cải thiện và nâng cao đời sống và thu nhập của người dân địa phương lâu dài và bền vững. Nâng cao vị thế bình đẳng giới cho phụ nữ dân tộc thiểu số.

Mang lại lợi ích kinh tế, thúc đẩy du lịch tại địa phương. Đồng thời, góp phần bảo vệ hệ sinh thái rừng, giữ gìn được tài nguyên bản địa, đặc biệt là nguồn nước sạch phục vụ cho hơn 500 nhân khẩu của thôn.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN:

Bảo vệ môi trường không gây ra sự suy thoái đất và ảnh hưởng đến hệ sinh thái vùng rừng, hạn chế nạn khai thác và chặt phá rừng bằng mục đích khác để nguồn tài nguyên rừng không bị cạn kiệt.

NHÂN RỘNG MÔ HÌNH CHĂN NUÔI “VỊT BẦU - VỊT CỔ XANH” AN TOÀN SINH HỌC GẮN VỚI LIÊN KẾT TIÊU THỤ SẢN PHẨM THEO CHUỖI GIÁ TRỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LẠNG SƠN

(Giải Khuyến khích năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hoàng Thanh Hiếu

Địa chỉ: Huyện Đình Lập, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn người dân nuôi rất nhiều giống Vịt khác nhau chưa kiểm soát được nguồn gốc vật nuôi - an toàn thực phẩm, mức độ ô nhiễm môi trường trong chăn nuôi làm ảnh hưởng đến chất lượng môi trường sống, sức khỏe cộng đồng. Qua khảo sát cho thấy giống Vịt bầu cổ xanh thích hợp với điều kiện tự nhiên, thích hợp với tập quán chăn nuôi của người dân bản địa và nhu cầu thị trường cần những sản phẩm chăn nuôi An toàn sinh học - thực phẩm sạch. Xuất phát từ những yếu tố trên nhóm đưa ra ý tưởng “Nhân rộng mô hình chăn nuôi “Vịt Bầu - Vịt cổ xanh” an toàn sinh học gắn với liên kết tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn” trên cơ sở mô hình trang trại vịt cổ xanh của HTX Nông nghiệp Bắc Lãng, tại thôn Nà Pèo, xã Bắc Lãng, Huyện Đình Lập, tỉnh Lạng Sơn.

Do nuôi theo hình thức bán chăn thả tại các ao, suối nên chất lượng thịt rất thơm ngon và được khách hàng ưa chuộng, giá bán ổn định từ 80.000 - 100.000 đồng/kg. Tuy nhiên, sản phẩm không đủ đáp ứng nhu cầu khách hàng. Thời gian tới, HTX Nông nghiệp Bắc Lãng tiếp tục nhân rộng và phát triển loại gia cầm này để tăng thu nhập.

* Thị trường:

Khách hàng: cư dân xung quanh điểm chăn nuôi, các vùng lân cận trong huyện, địa bàn thành phố Lạng Sơn và một số huyện khác trong tỉnh; các cơ sở chế biến vịt quay đặc

sản phục vụ người tiêu dùng và khách du lịch khi đến với Xứ Lạng.

Đối thủ cạnh tranh: các sản phẩm từ vịt trên thị trường rất khó để nhận biết về nguồn gốc, tiêu chuẩn và chất lượng do đó cạnh tranh với các mô hình chăn nuôi nhỏ lẻ khác.

Phương pháp tổ chức, quản lý: Ghi chép sổ sách, quản lý đầu vào - ra theo đúng quy định

Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường: Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu sản phẩm, truy xuất nguồn gốc; nâng cáo chất lượng các dịch vụ giao hàng tận nơi, tham quan trải nghiệm, khuyến mại; hệ thống bán hàng tại siêu thị, nhà hàng khu vực hà nội và các tỉnh miền Bắc như Bắc Giang, Bắc Ninh, Cao Bằng, Bắc Kạn, Thái Nguyên...; hệ thống hỗ trợ bán hàng như: phát tờ rơi, lập website, fanpage, Zalo, Facebook ... riêng để giới thiệu, quảng bá sản phẩm; chế biến các món như: Hun khói, luộc, quay, om xấu... cho khách hàng ăn tại chỗ; Tổ chức các Hội chợ, gian hàng ẩm thực ...

Kế hoạch, chiến lược kinh doanh: thực hiện bán sản phẩm dưới dạng vịt sống, vịt giết mổ. Làm sạch, đóng gói, bảo quản lạnh đem đi phân phối hoặc bán thông qua các hộ dân, hợp tác xã liên kết tiêu thụ vịt.

Doanh thu của sản phẩm: Doanh thu từ bán sản phẩm: Vịt Bầu trưởng thành (vịt hơi, vịt làm sạch, trứng vịt, chế biến vịt Bầu quay đặc sản Lạng Sơn.v.v...); Doanh thu từ bán phụ phẩm chăn nuôi: Phân vi sinh từ độn lót sinh học đã qua sử dụng; Lông vịt...

*** Nguồn lực thực hiện:**

Nguồn nhân lực lao động như Đoàn Thanh niên, Hội Phụ nữ... tham gia các Tổ hợp tác, HTX liên kết chăn nuôi sản phẩm vịt Bầu.

Nguồn lực tài chính từ Nghị quyết 08/2019/NQ-HĐND ngày 10/12/2019 của Hội đồng nhân dân tỉnh Lạng Sơn về chính sách đặc thù khuyến khích đầu tư, phát triển hợp tác, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2020-2025; Nghị quyết 15/2021/NQ-HĐND ngày 07/7/2021 của Hội đồng nhân dân tỉnh Lạng Sơn sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị Quyết số 08/2019- NQ-HĐND ngày 10/12/2019 của Hội đồng nhân dân tỉnh Lạng Sơn về chính sách đặc thù khuyến khích đầu tư, phát triển hợp tác, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn giai đoạn 2020 - 2025

Kế hoạch tài chính: Với quy mô 1.000 con vịt, tổng chi phí: 104 triệu, doanh thu: 160 triệu đồng và lãi: 56 triệu đồng.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI, MÔI TRƯỜNG:

Lợi ích về kinh tế: tăng cường khả năng ứng dụng các tiến bộ KH&CN với các vùng miền núi; cung cấp giống vịt bản địa cho bà con; thúc đẩy chuyển hóa từ nền chăn nuôi nhỏ lẻ, manh mún với tập quán chăn thả thiếu tính an toàn và bền nền chăn nuôi theo hướng hiện đại, có sự quản lý đồng bộ từ bền vững, chuyển sang chuồng trại, con

giống, thức ăn, bệnh dịch... cho đến đích cuối là chất lượng sản phẩm cung cấp ra trên thị trường cho người tiêu dùng.

Lợi ích về xã hội: tạo ra các loại sản phẩm chăn nuôi đa dạng, sản phẩm sạch an toàn để tiêu dùng nội địa và xuất khẩu. Tạo thêm công ăn việc làm, góp phần cơ cấu nguồn lực lao động trong khu vực nông thôn tiến tới phát triển xã hội hoá nghề chăn nuôi ATSH “Vịt Bầu - Vịt cổ xanh” góp phần phát triển mục tiêu kinh tế xã hội của địa phương.

Đóng góp về môi trường của dự án: Ô nhiễm môi trường gây ra do chăn nuôi gia súc, gia cầm đang là vấn đề được quan tâm. Phương pháp chăn nuôi vịt Bầu trên đệm lót sinh học là phương pháp nuôi dưỡng con vật trên nền đệm lót chuồng có chứa một quần thể các vi sinh vật có thể tồn tại cùng nhau lâu dài trong đệm lót, có khả năng phân giải mạnh chất hữu cơ và ức chế các vi sinh vật có hại và gây bệnh nên có tác dụng lên men tiêu hủy phân và nước tiểu giảm khí độc và mùi hôi trong chuồng nuôi tạo môi trường trong sạch, ít ruồi muỗi và vi sinh vật gây hại giảm ô nhiễm môi trường do chăn nuôi gây ra.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Chứng nhận sản phẩm vịt cổ xanh Đình Lập đạt OCOP 4 sao. Tiếp tục nhân rộng mô hình. Dự án khi được nhân rộng sẽ góp phần tích cực vào Đề án Tái cơ cấu ngành nông nghiệp nâng cao giá trị gia tăng phát triển bền vững gắn với Chương trình Mục tiêu Quốc gia về xây dựng nông thôn mới trong tỉnh hiện nay.

SẢN XUẤT DẦU LẠC TUẤN HƯNG BẮC SƠN

(Giải Khuyến khích năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Nông Thị Thu Trang

Địa chỉ: Huyện Bắc Sơn, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

“Lạc” là loại hạt có chứa nhiều dầu, được trồng nhiều trên địa bàn huyện Bắc Sơn, tỉnh Lạng Sơn tạo ra nguồn nguyên liệu tại chỗ để sản xuất ra sản phẩm dầu lạc của dự án. Dầu lạc là dầu ăn có hương vị rất thơm, ngon được ép từ những hạt lạc to, mẩy đã được chọn lọc và có rất nhiều chất dinh dưỡng tốt cho cơ thể con người như các axit béo, vitamin E, Resveratrol,... Nhận thấy tác dụng của dầu lạc và nguồn nguyên liệu dồi dào, Hợp tác xã Tuấn Hưng đã mạnh dạn đầu tư máy móc thiết bị để sản xuất dầu lạc với công suất ban đầu 10.000 lít dầu lạc/năm để có thể đáp ứng nhu cầu sử dụng cho người tiêu dùng.

*** Thị trường:**

Đối tượng khách hàng: hộ gia đình tiêu dùng, những nhà hàng, siêu thị trên thị trường phục vụ nhu cầu tiêu thụ sản phẩm trong nước và xa hơn là nước ngoài.

Số lượng và quy mô thị trường: Việc nghiên cứu mở rộng việc sản xuất dầu lạc của chúng tôi sẽ tập trung tại địa bàn huyện Bắc Sơn. Thực hiện mở một cơ sở ép dầu lạc nguyên chất, và sẽ mở rộng thị trường cung cấp sản phẩm dầu lạc tại các tỉnh trong cả nước để đến với người tiêu dùng và xa hơn là nước ngoài.

Tổ chức, quản lý: gồm 7 thành viên: 1 Giám đốc, 1 P.Giám đốc, 1 Kiểm soát viên, 1 Kế toán, còn lại là 3 thành viên hợp tác xã.

Kế hoạch quảng bá sản phẩm: áp dụng chiến lược khuyến mãi lớn dành cho khách hàng; ký gửi vào các app mua bán hàng như Shopee, Lazada, Chợ tốt, Mail, Vinmart, Vinmart,... Các quán ăn, nhà hàng bán đồ chiên, nướng, quán Vịt quay, Lợn quay; Phát tờ rơi, cầm nang hướng dẫn sử dụng; Tổ chức hội thảo giới thiệu sản phẩm và tư vấn cho khách hàng - Sau đó sẽ khảo sát lấy đánh giá ý kiến tốt từ họ nhằm thuyết phục các hộ gia đình khác sử dụng làm gia vị trong các bữa ăn hàng ngày đối với sản phẩm.

Kế hoạch bán hàng: áp dụng các chương trình mua 1 thùng 12 chia tặng 1 chai; áp dụng khuyến mãi 500.000đ/5 lít thông qua các phương pháp Giới thiệu sản phẩm trên trang cá nhân thông qua các trang mạng XH: Facebook, Zalo, Instagram, Twitter,...; Tặng sản phẩm khi mua với số lượng lớn; Tổ chức hội thảo giới thiệu sản phẩm và tư vấn cho khách hàng, tạo mối quan hệ tốt với khách hàng cũ; Xây dựng chương trình kế hoạch mời chào các trung tâm siêu thị trên thị trường.

*** Nguồn lực thực hiện:**

Kế hoạch nhân sự: sử dụng nguồn nhân lực tại chỗ tại địa phương. Lao động phổ thông sẽ được đào tạo trong thời gian đầu về quy trình kỹ thuật cũng như cách thức thực hiện dự án, đối với kế toán và đội ngũ Marketing thì cần chúng tôi sẽ trao đổi chuyên sâu hơn.

Kế hoạch tài chính: Lợi nhuận ròng tính từ tháng 10/2020 đến tháng 12/2020 86.562.000 đồng; Năm 2021 Lợi nhuận ròng đạt 376.360.000 đồng.

Trang thiết bị, công nghệ của dự án: máy bóc vỏ, máy rang, sấy, máy ép dầu, máy lọc áp suất diệt khuẩn, bồn chứa, máy đóng hạn sử dụng, kho.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả: Tạo sản phẩm hạt lạc, tinh dầu lạc chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu sử dụng của thị trường trong và ngoài tỉnh. Từ đó, sẽ giúp người dân yên tâm về đầu ra cho cây lạc, nâng cao giá trị và tăng thu nhập cho người nông dân. Phần bã sẽ đóng bao làm thức ăn chăn nuôi gia súc và làm phân bón cây do đó không có tác động xấu đến môi trường.

Lợi ích kinh tế, xã hội: Góp phần tăng tỷ trọng sản xuất công nghiệp trên địa bàn huyện Bắc Sơn nói riêng và tỉnh Lạng Sơn nói chung. Tạo sản phẩm mới cho xã hội, tạo việc làm cho lao động địa phương, góp phần ổn định tình hình an ninh chính trị, tình hình văn hoá, trật tự an toàn xã hội của tỉnh Lạng Sơn, góp phần hạn chế tệ nạn xã hội, xoá đói giảm nghèo trong khu vực. Tăng thu nhập cho lao động và hộ kinh doanh.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Định hướng phát triển của Dự án: dự án sẽ tiếp tục đầu tư thêm máy móc trang thiết bị để mở rộng sản xuất đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường trong tỉnh, trong nước và tiến tới xuất khẩu ra nước ngoài.

NÂNG CẤP, HOÀN THIỆN CÔNG NGHỆ SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN MIẾN DONG TẠI XÃ TRÀNG PHÁI, HUYỆN VĂN QUAN, TỈNH LẠNG SƠN

(Giải Khuyến khích năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: **Đàm Văn Phúc**

Địa chỉ: **Huyện Văn Quan, tỉnh Lạng Sơn**



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Miến được sản xuất từ củ dong đạt tiêu chuẩn hữu cơ, tuy nhiên dây chuyên chế biến tinh bột mới thu được tinh bột đạt tỷ lệ từ 12-15% so với trọng lượng củ. Dây chuyên chế biến miến dong của cơ sở đang sử dụng hiện nay theo phương pháp tráng chỉ làm được miến dong, nên cần bổ sung thêm máy chế biến miến ép để có thể sản xuất thêm miến ép và một số sản phẩm khác như mì tôm từ tinh bột sắn và mì ăn liền từ tinh bột khoai tây.

Sự khác biệt của sản phẩm: Sản phẩm của dự án có chất lượng tốt hơn, chất lượng tinh bột được nâng cao, bảo quản được lâu hơn cung cấp nguồn nguyên liệu quanh năm cho hoạt động sản xuất của dự án. Dây chuyên thiết bị chế biến Miến dong hữu cơ có thể đóng gói được các loại gói: 1 kg và 0,5 kg/gói. 0,2 kg/gói thậm chí thấp hơn như gói mì tôm để xuất khẩu.

Kế hoạch sản xuất kinh doanh: Năm đầu tiên sản xuất 10 ha nguyên liệu, bổ sung thêm máy tách bột với tốc độ cao, bổ sung thêm máy ép miến, năm thứ 2 trở đi tiếp tục mở rộng sản xuất nguyên liệu ra toàn xã Tràng phái và các xã trong huyện Văn Quan, hoàn thiện qui trình công nghệ và máy để dây chuyên đi vào ổn định, hoàn thiện qui trình công nghệ làm miến và thiết bị máy để dây chuyên đi vào ổn định. Là đơn vị thí điểm các sản phẩm mới và thăm dò thị trường sản phẩm.

* **Thị trường:**

Khách hàng miễn dong do dây chuyền thiết bị chế biến miễn dong hữu cơ làm ra sẽ được xưởng tiêu thụ sử dụng toàn bộ theo các hợp đồng trong tỉnh, ngoài tỉnh nếu đạt tiêu chuẩn có thể xuất khẩu ra nước ngoài hoặc lượng khách hàng đăng ký, thị trường tự do. Quy mô thị trường tiêu thụ sản phẩm miễn hữu cơ là rất lớn, sản phẩm sẽ được tiêu thụ tại xã, huyện và tỉnh Lạng Sơn, trong tất cả các siêu thị trong nước và xuất khẩu ra thế giới. Đối thủ cạnh tranh là tất cả các cơ sở sản xuất miễn dong.

Phương pháp tổ chức và quản lý; Khả năng thương mại hóa sản phẩm: Đối với vùng nguyên liệu xưởng kết hợp với chính quyền địa phương tuyên truyền và tập huấn cho người dân sản xuất, cam kết tiêu thụ sản phẩm của họ thông qua hợp đồng kinh tế. Đối với sản phẩm miễn dong hữu cơ xưởng tự tiêu thụ thông qua thị trường tự do, liên kết sản xuất bao tiêu sản phẩm và sử dụng công nghệ 4.0. Doanh thu của xưởng thu từ các loại khách hàng sử dụng sản phẩm của mình.

* Nguồn lực thực hiện:

Nhân lực (các cá nhân thực hiện chính và vai trò trong phát triển sản phẩm, dự án): Huy động toàn bộ người dân trong xã và với phần đất đai mà họ quản lý, sử dụng sản xuất. Công nhân ở trong xưởng chế biến toàn bộ là tuyển chọn những người tại địa phương trong xã và sẽ đào tạo kỹ thuật chuyên môn cho họ.

Nguồn lực tài chính: hoàn toàn từ vốn ngân sách tài trợ.

Kế hoạch tài chính: Tổng kinh phí của dự án: 2.094.400.000 đồng. Trong đó năm thứ nhất: 362.000.000 đồng, năm thứ 2 828.000.000 đồng và năm thứ 3 714.000.000 đồng, kinh phí quản lý 190.400.000 đồng.

Trang thiết bị, công nghệ của dự án: máy khuấy tách bột tốc độ cao, máy ép miễn, bể nước sạch, bể lưu trữ, bảo quản tinh bột, nhà phơi miễn.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Hiệu quả kinh tế: bình quân thu nhập từ 1 ha cây dong riêng 312 triệu đồng (tính đến sản xuất ra thành miễn dong). So với trồng ngô và một số cây nông nghiệp khác hiệu quả kinh tế trồng cây dong riêng đem lại cao hơn nhiều và giải quyết được nhiều lao động tại chỗ.

Lợi ích xã hội: Giải quyết được nguồn nhân lực lớn là người nông dân tại chỗ; Tận dụng được hết các nương rẫy bỏ hoang hóa và các loại đất đầu thừa đuôi thẹo xung quanh nhà; Người dân có thêm công ăn việc làm và tăng thêm thu nhập sẽ hạn chế các tệ nạn xã hội.

Đóng góp về môi trường: Trồng cây dong riêng trên nương rẫy dốc, sẽ hạn chế được sự xói mòn và giảm độ bay hơi của nước trong đất; Thân cây dong riêng sau thu hoạch còn lại trên nương rẫy sẽ tăng thêm độ phì nhiêu của đất; Quá trình chế biến không sử dụng hóa chất, nên không ảnh hưởng về môi trường; Trong quá trình chế biến các chất thải được thu gom lại để xử lý trước khi thải vào môi trường.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Định hướng phát triển của Dự án là dài hạn, nhưng trong vòng ba năm đầu là đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng như: vùng nguyên liệu, nâng cấp, hoàn thiện dây chuyền thiết bị và đào tạo người công nhân trực tiếp đứng máy.

SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH TƯƠNG ỚT TẠI HUYỆN CHI LĂNG, TỈNH LẠNG SƠN

(Giải Khuyến khích năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Nguyễn Mạnh Cường

Địa chỉ: Huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Theo thống kê cho thấy diện tích và sản lượng Ớt qua các năm càng tăng nhưng người dân chưa chủ động đầu ra dễ khiến người trồng ớt đứng trước nguy cơ “được mùa - mất giá”. Ý tưởng sản xuất, kinh doanh các sản phẩm từ quả Ớt tại huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn thực hiện nhằm giải quyết vấn đề về biến động giá cả cũng như dư thừa sản lượng ớt, tạo thêm kênh tiêu thụ ổn định cho người nông dân, qua đó xây dựng mô hình kinh doanh phù hợp, thúc đẩy phát triển kinh tế của địa phương.

Tính mới, sáng tạo của dự án: các sản phẩm được sản xuất theo quy trình lên men tự nhiên, không chất bảo quản, đáp ứng nhu cầu sử dụng sản phẩm nông nghiệp sạch của đối tượng người tiêu dùng. Sản phẩm sử dụng nguồn nguyên liệu đặc biệt, đặc trưng của địa phương mà ít các sản phẩm khác trên thị trường có (quả Mác mật, hồi, quế...).

Kế hoạch kinh doanh: Giai đoạn 1: (02/2021 - 12/2021): tập trung vào quy trình, công thức sản xuất sản phẩm, thiết kế bao bì, tem nhãn sản phẩm, xác định thị trường, nguồn thu từ các sản phẩm thử nghiệm ban đầu. Giai đoạn 2: (từ 01/2022): tập trung vào quy trình xây dựng doanh nghiệp, đăng kí thương hiệu, nhãn hiệu cho sản phẩm nông nghiệp, kêu gọi vốn từ các nhà đầu tư, đối tác, các dự án khác để xây dựng, mua sắm máy móc trang thiết bị, phổ biến kiến thức,

kinh nghiệm về các mô hình canh tác, chăm sóc cây ớt theo quy chuẩn sạch, phù hợp điều kiện tự nhiên, môi trường địa phương.

*** Thị trường:**

Thị trường mục tiêu: các cửa hàng, các hộ gia đình, người tiêu dùng yêu thích thực phẩm sạch, từ đó lựa chọn các kênh phân phối phù hợp, tập trung vào các cửa hàng, quán tạp hóa, quán ăn, địa điểm du lịch, các cơ sở bày bán các sản phẩm nông sản của địa phương; khách du lịch tại địa phương và các lễ hội; các siêu thị lớn trong và ngoài tỉnh; khách hàng trên các trang mạng xã hội có nhiều người sử dụng như Facebook, Zalo...

Đối thủ cạnh tranh: các doanh nghiệp sản xuất tương ớt, gia vị công nghiệp lâu đời, nổi tiếng trên thị trường, các công ty nhập khẩu các sản phẩm gia vị từ nước ngoài.

Giải pháp xây dựng các kênh phân phối sản phẩm: Đăng kí, xây dựng trang web thương mại của dự án; Tạo các gian hàng, tài khoản trên các trang web, ứng dụng mua bán trực tuyến, thương mại điện tử, mạng xã hội: Shopee, Lazada, Zalo, Facebook... Xây dựng đội ngũ cộng tác viên, kết hợp với các đại lý bán hàng tạp hóa, thực chuyển phát nhanh để cung cấp, phân phối sản phẩm tới những thị trường, khách - Liên kết với các công ty, cá nhân trong lĩnh vực kinh doanh; Tham gia các cuộc triển lãm, hội chợ, lễ hội về nông sản của Huyện, Tỉnh; Kết hợp với các cửa hàng ăn uống, nhà hàng, khách sạn... dùng thử sản phẩm, cung cấp sản phẩm dài hạn, duy trì kênh bán hàng ổn định

Cách thức bán hàng: Liên hệ, hợp tác với các cửa hàng sạch, cửa hàng nông sản trên địa bàn huyện hoặc tỉnh để giới thiệu, quảng bá, cung cấp sản phẩm. Kí hợp đồng, cam kết với người nông dân để thu mua, bao tiêu nguyên liệu sản xuất. Liên hệ với các cửa hàng tạp hóa, quán ăn, tuyển cộng tác viên, để cung cấp, phân phối sản phẩm.

*** Nguồn lực thực hiện:**

Tài chính: đoạn 1 là từ các thành viên dự án đóng góp. Sang giai đoạn 2, do nhu cầu mở rộng kinh doanh, dự án sẽ sử dụng lợi nhuận từ giai đoạn 1 để tái đầu tư, có thể gọi thêm vốn đầu tư từ gia đình, người thân, bạn bè, các nhà đầu tư, dự án hoặc vay tín dụng thông qua các ngân hàng.

Nguồn lực nhân sự: Nguồn nhân lực giai đoạn 1 gồm 03 thành viên trong dự án trực tiếp tham gia vào quá trình thiết kế dự án, tìm hiểu thị trường, quản lý, điều hành hoạt động, sản xuất, cung ứng các sản phẩm của dự án. Ngoài ra còn có sự ủng hộ, giúp đỡ lớn từ người thân, bạn bè và cộng đồng xung quanh. Giai đoạn 2, dự án sẽ tiến hành tuyển công nhân, nhân viên phục vụ cho dự án.

Kế hoạch tài chính: Tổng số vốn cần triển khai: 300.000.000 đồng. Giai đoạn 1: 20.000.000 đồng, Giai đoạn 2: 280.000.000 đồng. Khả năng sinh lợi nhuận: Giai đoạn 1: Lợi nhuận tháng 6/2021: 4.178.000 đồng, Dự kiến các tháng tiếp theo sẽ tăng gấp 02 lần sản phẩm tháng 06, do đó, lợi nhuận có thể đạt được : 8.360.000 đ. Giai đoạn 2 : với việc sử dụng máy móc công nghiệp hiện đại, nâng cao năng suất và đa dạng các sản phẩm ở giai đoạn 2 của dự án: dự kiến

sản lượng các sản phẩm tương ớt cung cấp ra thị trường: 1000 lít/ tháng, lợi nhuận ròng dự kiến: 200.000.000 đ/ năm.

Trang thiết bị, công nghệ của dự án: Máy nghiền/ xay tỏi, ớt, Máy nghiền/xay công nghiệp, Máy trộn công nghiệp, máy triết/rót, đóng chai,...

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Giá trị dinh dưỡng: Tương ớt là sản phẩm tốt cho sức khỏe của người tiêu dùng (trừ một số người hạn chế, hoặc không được sử dụng sản phẩm liên quan đến quả ớt) và dễ sử dụng.

- Giá trị kinh tế: Mô hình kinh doanh của dự án giúp phát triển nền kinh tế địa phương, cải thiện thu nhập cho người trồng ớt, người tham gia dự án cũng như tạo việc làm cho người dân.

- Giá trị tinh thần: Sản phẩm của dự án có thể được dùng làm quà để biếu, tặng, giới thiệu về đặc sản địa phương, thúc đẩy giới thiệu hình ảnh, thông tin của địa phương.

- Giá trị xã hội: Dự án tạo dựng thương hiệu Tương ớt Chi Lăng của huyện Chi Lăng, thúc đẩy văn hóa người Việt ưu tiên dùng hàng Việt, nâng cao nhận thức người tiêu dùng về sản phẩm hữu cơ. Ngoài ra, dự án mang tính phát triển bền vững hồng qua việc liên kết giữa các bên liên quan, giải quyết khó khăn trong vấn đề đầu ra sản phẩm nông nghiệp.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất tương ớt, đầu tư thêm các trang thiết bị phục vụ sản xuất, mở rộng thị trường cung cấp sản phẩm, xây dựng thương hiệu cho sản phẩm.

SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH MỘT SỐ SẢN PHẨM TỪ THẢO MỘC

(Giải Khuyến khích năm 2021)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Vy Thành Trung

Địa chỉ:



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Ngày nay, các loại nước giải khát, gia vị, nước tắm được sản xuất công nghiệp thường chứa các hóa chất, chất bảo quản. Việc sử dụng các sản phẩm này không tốt cho sức khỏe của người sử dụng. Xu hướng hiện nay của người tiêu dùng là tìm đến các sản phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên, sạch, an toàn và có lợi cho sức khỏe của bản thân. Mặt khác, một số loại cây trồng như: Rau má, rau diếp cá, cây hoa hồng, hoa cúc và một số cây dại (Thần đen, vú bò, long não...) được trồng hoặc mọc phổ biến ở khu vực huyện Lộc Bình. Đây là các cây có giá trị dinh dưỡng cao hoặc được dùng để chăm sóc sức khỏe, hỗ trợ điều trị bệnh cho người sử dụng. Xuất phát từ đó, tác giả đưa ra ý tưởng “Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm từ thảo mộc”, nhằm tạo ra các sản phẩm phục vụ nhu cầu ăn, uống, chăm sóc sắc đẹp và sức khỏe cho người sử dụng.

Sản phẩm chính: Mộc trà, mộc vị, thuốc tắm thảo mộc. Mộc trà gồm 2 loại sản phẩm chính là Mộc trà hoa (Hoa hồng, cúc trắng, cúc vàng, cúc Bách Nhật) và Mộc trà lá (trà bột Diếp cá, rau má). Mộc vị: Là gia vị từ quả mắc mật. Thuốc tắm Thảo Mộc: Gồm một số loại lá dân gian, được người dân tộc Tày, Nùng ở huyện Lộc Bình, tỉnh Lạng Sơn sử dụng từ lâu, nước tắm sử dụng cho phụ nữ mới sinh và tắm cho trẻ em, hoặc hỗ trợ trong việc điều trị bệnh thủy đậu.

* Thị trường:

Khách hàng: Dòng sản phẩm mộc trà hướng tới đối tượng trung niên, người cao tuổi,

hướng tới thị trường tiêu thụ là chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, spa... Dòng mộc vị hướng tới đối tượng là người nội chợ và hướng tới thị trường tiêu thụ là các nhà hàng ăn uống, khách sạn, chợ, siêu thị... Dòng thuốc tắm thảo mộc hướng tới đối tượng là phụ nữ mới sinh, trẻ em và thị trường tiêu thụ là quầy thuốc.

Đối thủ cạnh tranh: Sản phẩm thảo mộc đã có trên thị trường, có bán trên các trang mạng xã hội, cửa hàng, siêu thị...

Thiết kế tờ rơi, phát tờ rơi tại trường học, cơ quan, chợ... Lập Fanpage, web, quảng cáo trên facebook, zalo... chạy quảng cáo trên các kênh đó và có người phụ trách kênh riêng. Lập tài khoản trên shoppe, lazada và có người phụ trách kênh riêng. Xây dựng các kênh offline: Phát tờ rơi, tư vấn tại chỗ. Sử dụng phần mềm bán hàng Kiot Việt để in tem mã, quản lý thu chi, doanh số trên phần mềm.

Xây dựng phương thức bán hàng hợp lí: Quảng cáo trên Facebook Fanpage hoặc zalo. Bán hàng trực tiếp qua đại lí, cơ sở bán hàng (01 cơ sở bán hàng). Đăng kí bán hàng trực tuyến trên các kênh bán hàng online Shoppe, lazada... - Phương thức marketing: Quảng cáo qua Facebook hoặc zalo. Phát tờ rơi ở khu chợ, trường học, cơ quan, siêu thị trên địa bàn thị trấn Lộc Bình, Na Dương trước, sau đó là khu vực thành phố Lạng Sơn. Lập tài khoản trên youtube để hướng dẫn cách sử dụng các sản phẩm từ thảo mộc, công dụng và quảng cáo các dòng sản phẩm của nhóm. Hợp tác với các KOL (Key opinion leaders) là những người có tầm ảnh hưởng, những người nổi tiếng để giới thiệu sản phẩm Phát tờ rơi, phát phiếu thăm dò... Tổ chức hoạt động xã hội có ý nghĩa kết hợp quảng bá sản phẩm.

Tổ chức tiêu thụ sản phẩm: Tổ chức hội nghị khách hàng, trải nghiệm sản phẩm, trải nghiệm sản phẩm và dịch vụ kinh doanh và cân đối những chính sách ưu đãi về giá. Liên tục khảo sát thị trường và nhu cầu khách hàng để kịp thời điều chỉnh và phục vụ kịp thời theo sự thay đổi của thị trường. Giao hàng tận nhà trong khu vực thị trấn Lộc Bình, Na Dương. Đối với khách hàng thường xuyên và số lượng lớn, giảm giá 5% trên tổng hóa từ 500.000 trở lên, mua số lượng g/sản phẩm các nhiều thì chiết khấu càng lớn. Lập tài khoản Fanpage của nhóm để quảng cáo sản phẩm, trong Fanpage có các video về giá trị dinh dưỡng và chăm sóc sức khỏe của các sản phẩm từ thảo mộc, cách sử dụng và bảo quản sản phẩm.

Nguồn lực thực hiện:

Nguồn nhân lực: Sản xuất các sản phẩm từ thảo mộc không phức tạp chủ yếu tập trung vào công đoạn sấy khô, nguồn nhân lực không đòi hỏi nhiều, không yêu cầu về trình độ học vấn cao (không đòi hỏi bằng cấp); Nguồn nhân lực của dự án: 1 nhân viên marketing và 3 lao động (01 nhân viên bán hàng, 02 nhân viên sản xuất).

Giải pháp huy động vốn triển khai dự án từ nguồn lực sẵn có từ gia đình, bạn bè.

Kế hoạch tài chính: Tổng lợi nhuận 1 năm dự kiến: 213.866.667 đồng. Khả năng tăng trưởng: 10% trên năm. Có thể mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, phát triển thêm các dòng sản phẩm mới và các loại sản phẩm thì đa dạng hơn. Khả năng hoàn vốn nhanh sau 4 tháng, chi

phí ban đầu không quá lớn nên có thể huy động đầu từ vốn khá dễ dàng.

Trang thiết bị, công nghệ của dự án: lò sấy, Máy nghiền bột, Máy tít mã vạch, phần mềm quản lí, Máy tính bàn, Máy in hóa đơn.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả: tạo ra các sản phẩm sạch, không chứa chất bảo quản, không có hóa chất, không có thuốc hóa học bảo vệ thực vật và an toàn cho người sử dụng; Sản phẩm đa dụng, đáp ứng được những nhu cầu khác nhau của khách hàng, có giá trị dinh dưỡng cao, có lợi sức khỏe, giá cả hợp lí, phù hợp với người tiêu dùng, hình thức đẹp, bắt mắt.

Lợi ích về kinh tế, xã hội: tạo ra các sản phẩm cho nền kinh tế, tăng thu nhập, tạo việc làm cho xã hội, giúp người dân có thu nhập ổn định.

Về môi trường: tận dụng các nguồn nguyên liệu sẵn có từ thiên nhiên tạo ra các sản phẩm sạch, an toàn cho con người.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Định hướng phát triển của Dự án (Hướng phát triển, quy mô, tiềm năng,...).

Để duy trì doanh nghiệp thì nguồn vốn ban đầu ổn định. Nhóm dự tính sử dụng vốn của bản thân. Để mở rộng kinh doanh, nhóm bắt đầu thử nghiệm sản phẩm mới như trà quả cam, tranh, thanh long để là các loại quả ở Lộc Bình trồng nhiều. Phát triển thêm các dòng mộc trà hoa để phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng.

Đối với dòng sản phẩm Mộc trà có thể mở rộng sản xuất thêm nhiều sản phẩm Mộc trà hoa (Hoa đậu biếc, hoa nhài, sen...), nhiều loại Mộc trà lá (Cần tây...). Ngoài ra, còn có thể phát triển thêm dòng sản phẩm Mộc trà củ (Củ cà rốt, bí đỏ...), sản phẩm Mộc trà hạt (hạt đậu đen, đậu xanh, hạt sen...), Mộc trà quả (Cam, tranh...)

Ngoài 3 dòng sản phẩm chính có thể phát triển thêm dòng thứ 4: Là các sản phẩm làm đẹp từ Thảo Mộc (thảo dược xông mặt, đắp mặt từ bột hoa, rau...).

CHẾ BIẾN VÀ KINH DOANH BÁNH LÁ MƠ TỪ LÁ MƠ LÔNG

(Giải Khuyến khích năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hà Thị Thu Hương

Địa chỉ: Huyện Văn Lãng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Thị trường có rất nhiều loại bánh như bánh ngải, bánh rậm, bánh dày,... và còn có loại bánh được làm từ lá Mơ lông do người dân địa phương sáng tạo ra có chất lượng hương thơm ngon, ngọt bùi, thanh mát lạ miệng đặc trưng của lá, và đặc biệt mang đậm dấu ấn chân chất mộc mạc của người dân xã Hoàng Việt, Văn Lãng cần được bảo tồn và phát triển.

* Thị trường:

Đối tượng khách hàng: Những người nội trợ; Các nhà hàng, quán “cốc”, đại lý bán lẻ; Các siêu thị và chuỗi cửa hàng thực phẩm sạch; Khách thập phương lưu thông trên tuyến quốc lộ; Khách du lịch.

Lợi Thế cạnh tranh: Các sản phẩm không sử dụng các chất kích thích, chất bảo quản sẽ đảm bảo an toàn cho sức khỏe con người. Giá cả sẽ thấp hơn do nguồn nguyên liệu sẵn có.

Kế hoạch sản xuất kinh doanh: Thiết kế logo Bánh lá mơ Văn Lãng; In túi đựng sản phẩm; In ấn tờ rơi giới thiệu sản phẩm; Gian hàng trưng bày; Hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm tại chợ đêm thành phố Lạng Sơn; Xây dựng và phát sóng giới thiệu về quả Bánh lá mơ Văn Lãng trên truyền hình; Hình thức quảng cáo bằng Pop-up; Hình thức quảng cáo bằng Logo; Chạy chữ, panel trong khi đang phát các chương trình; Chương trình Tư vấn tiêu dùng; Tự giới thiệu doanh nghiệp

Truyền thông: Việc truyền thông, quảng bá sản phẩm chủ yếu được thực hiện qua các trang mạng xã hội trên internet như Facebook, Zalo, Youtube,... ngoài ra có thể sử dụng kênh đài, báo và truyền hình

Kế hoạch phát triển sản phẩm: Bán lẻ, Bán si/bán buôn, Siêu thị, Tạp hoá, Khu du lịch. Năm thứ nhất: Bán lẻ, tiếp thị với đại lý, siêu thị trên địa bàn tỉnh Lạng, Từ năm thứ hai trở đi: Hợp đồng với nhà xe tuyến Cao Bằng-Hà Nội, Cao Bằng - Thái Nguyên vận chuyển đến các đại lý phân phối thì sẽ tăng số lượng sản phẩm thủy theo nhu cầu của khách hàng sẽ tăng doanh thu.

Kênh phân phối: bán hàng trực tuyến, siêu thị, các đại lý kinh doanh, bán hàng nhỏ lẻ.

*** Nguồn lực thực hiện:**

Nhân lực: sử dụng nhân công lao động tại địa phương.

Giải pháp huy động vốn triển khai dự án bao gồm nguồn lực sẵn có từ gia đình, đồng nghiệp, số vốn cần huy động.

Nguồn thu chính của dự án: Bán sản phẩm cho người dân, cơ quan, doanh nghiệp, cửa hàng... Khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của dự án: Dự án có khả năng tăng trưởng tốt.

Nguồn tài chính: từ vốn tự có của gia đình, do có nguồn nguyên liệu sẵn chính là lá mơn và gạo nếp sẵn có nên không phát sinh nhiều vốn đầu tư.

Doanh thu sản phẩm: 144.000.000 đồng/tháng, lợi nhuận: 27.196.000 đồng/tháng.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả: Tạo ra các sản phẩm bánh lá mơn đảm bảo sạch, an toàn với sức khỏe người tiêu dùng và xây dựng mô hình kinh doanh để tạo dựng được thương hiệu riêng cho một số sản phẩm chế biến từ bánh lá mơn, góp phần quảng bá thương hiệu bánh lá mơn. Đồng thời tạo ra một số sản phẩm từ lá mơn phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng và mở rộng thị trường đầu ra cho loại sản phẩm địa phương.

Giá trị kinh tế: Đem lại hiệu quả kinh tế cao, tạo việc làm có thu nhập ổn định tại địa phương.

Giá trị dinh dưỡng: Bánh lá mơn gồm có chất đạm, chất béo, bột đường, canxi, photpho, kẽm, protein, beta caroten và vitamin C...

Giá trị xã hội và cộng đồng: Tạo ra sản phẩm ngon -lành- sạch- an toàn bánh lá mơn phục vụ cho nhân dân tỉnh Lạng Sơn và khách hàng lưu thông trên tuyến quốc lộ 4A -1A (Cao Bằng- Hà Nội), 4A -1B (Cao Bằng- Thái Nguyên). Góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế tại địa phương, giải quyết việc làm, tạo cơ hội xóa đói giảm nghèo cho người dân trên địa bàn huyện Văn Lãng.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Thị trường lớn và nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng luôn mở cửa đón chào những thương hiệu mới. Mỗi mô hình kinh doanh các sản phẩm từ bánh lá mơn sẽ có định hướng phát triển thị trường và lựa chọn các kênh phân phối riêng.

NHỤC TẮM XỨ LẠNG

(Giải Khuyến khích năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Dương Bích Diệp

Địa chỉ: Thành phố Lạng Sơn, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Xã hội ngày càng phát triển kéo theo nhu cầu du lịch ngày càng lớn, kéo theo sự phát triển ngày càng nhiều dịch vụ. Du khách không chỉ đi tham quan, ngắm cảnh mà còn thưởng thức các món ăn đặc sản từng vùng miền. Lạng sơn là điểm đến của nhiều du khách với văn hóa ẩm thực độc đáo mang đậm bản sắc dân tộc. Với xu hướng này, nhóm đã xây dựng ý tưởng, hình thành dự án món ngon của người Tày nhằm tạo ra các sản phẩm độc đáo mang đậm bản sắc dân tộc Tày phục vụ nhu cầu du lịch của thực khách bốn phương.

Lý do khách hàng chọn sản phẩm: Sản phẩm rất dễ sử dụng và chế biến, giảm thiểu được nhiều thời gian để có được một món ăn ngon phù hợp mọi lứa tuổi.

Tính khác biệt và độc đáo của sản phẩm là có áp dụng công thức pha trộn tỉ lệ các nguyên liệu mà các đối thủ không thể cạnh tranh hoặc sản xuất được. Việc sản xuất sản phẩm được tạo ra bởi quá trình đổi mới sáng tạo dẫn đến có chi phí thấp, giá cả cạnh tranh vượt trội so với các đối thủ khác.

* Thị trường:

Đối tượng khách hàng quan trọng nhất của sản phẩm là toàn thể người dân xứ Lạng và khách du lịch các tỉnh trên mọi miền đất nước đã từng được thưởng thức ẩm thực hương vị xứ Lạng

Các kênh truyền thông: Slogan: “HƯƠNG VỊ XỨ LẠNG - XA MÀ GẦN - ĂN LÀ

MỀ”; Lập kế hoạch truyền thông tổng thể; Xây dựng công cụ truyền thông: trang fanpage trên facebook, youtube; Giải pháp truyền thông độc đáo và khác biệt: Quay video chế biến món ăn từ sản phẩm của dự án và đưa lên các kênh đang được nhiều giới trẻ ưa chuộng và gắn SĐT liên hệ đặt hàng; Dự kiến kênh truyền thông để tiếp cận khách hàng: Tại tất cả các địa điểm du lịch trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn đều có sản phẩm trưng bày.

Khả năng thương mại hóa sản phẩm: dự án đã bước đầu tạo ra sản phẩm đáp ứng nhu cầu sử dụng với một lượng khách hàng quen thuộc và ổn định trên địa bàn thành phố

* Nguồn lực thực hiện:

Nhân lực (các cá nhân thực hiện chính và vai trò trong phát triển sản phẩm, dự án);

Nguồn thịt lợn sạch và nguồn gừng núi đá dự án nhập tại Bắc Sơn của các hộ gia đình nuôi lợn không cám tang trọng. Đại diện nơi tập kết thu gom nguồn nguyên liệu chính cho dự án là gia đình Ông Hoàng Kiên và Bà Dương Nhung tại xã Tân Lập huyện Bắc Sơn, Bà Dương Hòa thị trấn Bắc Sơn

Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án là nguồn vốn ban đầu với sự xã hội hóa của phụ huynh học sinh và đóng góp của các thành viên, nguồn lãi phát sinh sau cuộc thi sáng tạo khởi nghiệp của sở giáo dục;

Các giải pháp thu hút vốn tạo nguồn lực tài chính: Tiếp tục gọi vốn từ các nguồn lực liên quan để xây dựng thành hệ thống sản xuất có qui mô công nghiệp và tạo được việc làm cho người dân nghỉ hưu tại các xã ở huyện Bắc Sơn;

Phương án đầu tư: Dự án thúc đẩy đầu tư cho máy móc phối trộn gia vị và kỹ thuật đóng gói bảo quản sản phẩm(máy hút chân không năng suất công nghiệp, máy hàn giấy bạc miệng hộp gia vị...); Tăng cường marketing quảng bá sản phẩm đi muôn nơi..., các điều kiện cần thiết thực hiện dự án,....

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Sản phẩm: Bột gia vị ướp đồ nướng, xào, vịt quay... Thịt chua. Sản phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên, phổ thông, đặc trưng vùng miền, không có những tác dụng phụ, đặc biệt rất dễ sử dụng mang đến sự tiện lợi và rút ngắn thời gian cho các bà nội trợ.

Mang lại lợi ích cho nhiều người tham gia trực tiếp và gián tiếp của quá trình sản xuất, thúc đẩy việc cung ứng nguyên liệu đó là vận động người dân Bắc Sơn tích cực trồng và mở rộng sản lượng cây gừng núi đá và quả mắc mật

Sản phẩm được làm từ nguyên liệu thiên nhiên nên sau khi sử dụng phần rác thải hoàn toàn thân thiện với môi trường(lá dong)

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Sắp tới dự án sẽ cho ra nhiều sản phẩm phong phú hơn và liên quan đến 02 gia vị đặc trưng của Xứ Lạng như: Sốt ướp thịt, nước chấm Xứ Lạng, chả heo vị lạ sườn, thịt ba chỉ chua gác bếp của người Tày Xứ Lạng...

LIÊN KẾT TRỒNG CÂY BÍ ĐỎ LẤY HẠT CUNG CẤP CHO CÔNG TY TNHH HẠT GIỐNG TÂN LỘC PHÁT

(Giải Khuyến khích năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hoàng Công Hà

Địa chỉ: Huyện Bắc Sơn, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Việt Nam là một nước nông nghiệp với khoảng 80% dân số sống ở nông thôn, gần 70% lao động hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp. Cho đến nay, sản phẩm của ngành trồng trọt vẫn là một trong những nguồn thu chính của ngành nông nghiệp cũng như của các hộ nông dân. Như vậy, để ngành trồng trọt đem lại giá trị kinh tế cao, cần có nhiều yếu tố để phục vụ cho quá trình sản xuất, đặc biệt là giống. Giống cây trồng là một trong bốn yếu tố có tác dụng trực tiếp đến năng suất và chất lượng sản phẩm, đó là: phân bón, nhân lực, nước và giống. Trong đó giống là vấn đề đầu tiên cần phải quan tâm vì nó mang tính chất quyết định nhất. Dự án Trồng cây bí đỏ lấy hạt cung cấp cho công ty TNHH hạt giống Tân Lộc Phát là dự án nhằm tạo ra hạt giống bí đỏ được bao tiêu bởi công ty TNHH hạt giống Tân Lộc Phát tạo chuỗi liên kết tiêu thụ sản phẩm.

* Thị trường:

Quan hệ khách hàng: Gắn bó, mật thiết, không ngừng cải tiến nhằm đưa chất lượng sản phẩm ngày càng tốt hơn phục vụ công ty.

Phân khúc khách hàng: Kí kết hợp đồng với công ty TNHH hạt giống Tân Lộc Phát, Xưởng sản xuất bánh kẹo Ngọc Tuyền.

Các kênh thông tin và kênh phân phối: Các kênh đoàn thể xã hội như: Đoàn thanh niên, Hội nông dân, Hội phụ nữ, Hội cựu chiến binh ...; Thông qua các kênh xã hội như: Zalo, Facebook, Website, báo chí, Công ty ký hợp đồng,...

Doanh thu của sản phẩm: Tổng doanh thu tính theo vụ: 143.700.000đ/vụ; bán hạt giống

cho công ty $300\text{kg} \times 439.000\text{đ} = 131.700.000\text{đ}$; bán quả sau khi đã bỏ lấy hạt $4000\text{kg} \times 3000\text{đ} = 12.000.000\text{đ}$.

* Nguồn lực thực hiện:

Nhân lực dự kiến 03 người trong hộ gia đình, công ty tự bố trí cán bộ kỹ thuật đến dự án để hướng dẫn kỹ thuật và thu mua sản phẩm tận nơi.

Kế hoạch sản xuất được thực hiện trong 5 năm.

Thời gian được thực hiện: hiện nay dự án đã đang đi vào hoạt động. Dự án khởi nghiệp phát triển tại xã Chiêu Vũ, huyện Bắc Sơn, tỉnh Lạng Sơn với quy mô trồng là 1ha tương đương với 9720m² đất.

Vốn đầu tư là 72.000.000 đồng (Bảy mươi hai triệu đồng chẵn), trong đó 100% là nguồn vốn tự có của gia đình. Lợi nhuận dự kiến: 213.900.000 đồng/năm. Thời gian hoàn vốn khoảng 2 vụ.

Mô hình được tuân thủ đúng quy trình kỹ thuật rủi ro rất nhỏ, hầu như không có, sẽ đảm bảo và đáp ứng được tất cả các tiêu chuẩn về số lượng, chất lượng theo tiêu chuẩn của công ty đề ra.

Giải pháp phân phối hàng hóa là ký kết các hợp đồng bao tiêu sản phẩm với Công ty TNHH Tân Lộc Phát; Xưởng sản xuất Bánh kẹo Ngọc Tuyển.

Thiết bị: màng phủ để phủ đất.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả của dự án: sản phẩm chính là hạt bí đỏ mỗi năm làm 03 vụ, mỗi vụ làm 1ha đất/ trong đó cây bố là 630 cây/ha, cây mẹ là 5.100 cây/ha; cây bố trồng trước cây mẹ là khoảng 12 ngày, thời gian trồng cây bố đến khi kết thúc vụ là 100 ngày = 300kg hạt. Cung cấp hạt giống cho công ty TNHH hạt giống Tân Lộc Phát. Sản phẩm phụ là quả bí đỏ mỗi năm làm 03 vụ, mỗi vụ làm 1ha đất/ thu được 4000kg quả. Cung cấp quả để làm bánh kẹo cho Xưởng sản xuất bánh kẹo Ngọc Tuyển tại thành phố Thái Nguyên.

Về kinh tế, mô hình trồng cây bí đỏ lấy hạt cung cấp cho công ty TNHH hạt giống Tân Lộc Phát Thể hiện sự liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp, người dân yên tâm sản xuất không còn lo đầu ra cho sản phẩm. Thu nhập từ trồng bí lấy hạt đã đem lại cho người dân nguồn thu đáng kể, nếu đem so sánh về hiệu quả kinh tế với các cây trồng khác thì gấp 5 đến 6 lần.

Về xã hội, mô hình Trồng cây bí đỏ lấy hạt cung cấp cho công ty TNHH hạt giống Tân Lộc Phát tạo công ăn, việc làm cho bản thân, gia đình và nhân dân địa phương khi mô hình mở rộng.

Về môi trường, khắc phục một cách tối đa về ô nhiễm môi trường so với cách trồng trọt truyền thống. Tận dụng được nguồn phân bón hữu cơ góp phần cải tạo đất từ nguồn chất thải của ngành chăn nuôi tại địa phương.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Với những điểm mới của dự án, sẽ trở thành dự án bền vững và có giá trị kinh tế, chính trị, xã hội tại huyện Bắc Sơn và cơ hội phát triển địa phương trước thêm hội nhập nền kinh tế toàn cầu. Dự án phát triển theo nhiều giai đoạn mở rộng dần về quy mô trồng trọt và khách hàng. Khi mô hình được nhân rộng, có thương hiệu có thể liên kết với các công ty khác.

NUÔI VỊT BẢN ĐỊA THẢ SUỐI GẮN VỚI SINH KẾ CHO PHỤ NỮ THOÁT NGHÈO

(Giải Khuyến khích năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hoàng Bích Ngọc

Địa chỉ: Huyện Bình Gia, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Nhằm thúc đẩy nền kinh tế và thu nhập tự lực, tự chủ của chị em phụ nữ trong thôn Nà Pái, xã Tân Văn. Dựa vào điều kiện thổ nhưỡng thiên nhiên ban tặng nơi ta có làm nên thương hiệu của riêng mình, ở đây có thời tiết mát mẻ, khí hậu ôn hòa, trong lành đặc biệt là 2 dòng suối trải dài và rộng bao quanh địa phận của thôn, có thảm thực vật phong phú, dòng nước trong sạch là điều kiện tốt để phát triển mô hình vịt thả suối.

* Thị trường:

Mô tả về khách hàng: khách hàng nam độ tuổi từ 25 - 65 tuổi làm việc trong các cơ quan trong tỉnh hoặc ngoài tỉnh; các bà nội trợ thích thành phẩm sạch; Các quán kinh doanh, nhà hàng luôn tin tưởng và ký kết các hợp đồng bao tiêu với số lượng lớn.

Đối thủ cạnh tranh: các mô hình chăn nuôi công nghiệp, các cơ sở và hộ gia đình chăn nuôi vịt nhỏ lẻ.

Tổ chức quản lý: Gia đình quản trị kiêm giám đốc HTX Hoàng Bích Ngọc; Nhân sự bao gồm 12 hội viên chi hội phụ nữ thôn.

Phương thức phân phối (người tiêu dùng, người bán lẻ, người bán buôn...): Thứ 1: Trong thời điểm công nghệ phát triển mạnh mẽ, Internet là 1 phần không thể thiếu trong chiến dịch quảng cáo và bán hàng của tôi, đặc biệt là Zalo: Hoàng Bích Ngọc và Facebook:

Lăng Uyển Nhi, mọi người có thể theo dõi bài viết về sản phẩm vịt được chăn nuôi và phát triển từng giai đoạn và thăm quan vịt qua các video chăn thả tại mô hình. Thứ 2: Biến khách hàng của mình thành công cụ truyền thông hữu ích, với tôi chất lượng sản phẩm uy tín đảm bảo được chăn thả tự nhiên, đảm bảo độ sạch, khách hàng họ được thưởng thức và công nhận vịt có độ ngon, ngọt, dai, thơm. Họ sẽ giới thiệu đến sản phẩm của tôi cho mọi người.

Các biện pháp quảng cáo: Sẽ mở các buổi thăm quan mô hình chăn nuôi, Tăng cường giới thiệu sản phẩm trên Faebook, Zalo, Làm nhiều video chăn thả để lan tỏa cho cộng đồng.

* Nguồn lực thực hiện:

Kế hoạch nhân sự và tổ chức bộ máy: thành lập HTX để cho các chị em hội viên có được cơ sở sản xuất tốt, có thương hiệu, với kinh nghiệm 6 năm chăn nuôi vịt đầu xanh, tôi thành lập các chi em chưa chốt để trao đổi kinh nghiệm khoa học hỏi kỹ thuật chăn nuôi để các chị em có thêm kiến thức tự tin.

Kế hoạch tài chính: từ nguồn vốn tự có và vay từ ngân hàng.

Doanh thu dự kiến: năm 1: 55 triệu đồng, năm 2: 130 triệu đồng, năm 3: 195 triệu đồng, năm 4: 280 triệu đồng, năm 5: 225 triệu đồng.

Phương án tài chính: năm 1: 700 triệu đồng, năm 2: 100 triệu đồng, năm 3: 130 triệu đồng, năm 4: 200 triệu đồng, năm 5: 250 triệu đồng.

Trang thiết bị, công nghệ của dự án: Máy vật lông và bao bì sản phẩm.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả: tạo ra vịt có độ dai, thơm, ngọt, có mô hình cho mọi người tham quan, trải nghiệm và chia sẻ kinh nghiệm.

Lợi ích về kinh tế, xã hội: Góp phần nâng cao đời sống cho gia đình chị em phụ nữ trong thôn. Tạo điều kiện kiếm thêm thu nhập tạo công ăn việc làm cho chị em chi hội phụ nữ của thôn tại địa phương.

Đóng góp về môi trường của dự án: giải quyết được hiệu quả vấn đề ốc bươu vàng tàn phá vụ lúa mà không cần dùng thuốc sinh học gây độc hại cho người nông dân và môi trường, thậm trí mô hình còn thu mua ốc bươu với giá cả 5.000đ/1kg về để làm thức ăn cho vịt. Góp phần vệ sinh dòng suối thông qua các buổi đi vớt túi bóng ni lông, bao tải, các loại rác thải ứ đọng.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Chất lượng hướng tới sản phẩm OCOP có chất lượng cạnh tranh với thị trường tiêu thụ, khẳng định được chất lượng sản phẩm do mô hình kinh doanh đem lại. Mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong và ngoài tỉnh.

Quy mô: Đến hết năm 2022 dự kiến mục tiêu phấn đấu đạt được là 500 con vịt đẻ trứng; 1000 vịt thương phẩm; Năm 2023 sẽ nhân rộng mô hình chăn nuôi cho các hộ tham gia mô hình khoảng 5000 con; Năm 2024 đạt 3000 con vịt đẻ trứng và 5000 con vịt thương phẩm đạt doanh thu 1.126.250.000đ/năm. Đến năm 2025 có thêm 03 lao động thường xuyên tham gia vào hoạt động sản xuất.

PHÁT TRIỂN BÀI THUỐC CHỮA BỆNH TIỂU ĐƯỜNG KẾT HỢP TRỒNG CÂY DƯỢC LIỆU TẠI XÃ HỮU LIÊN

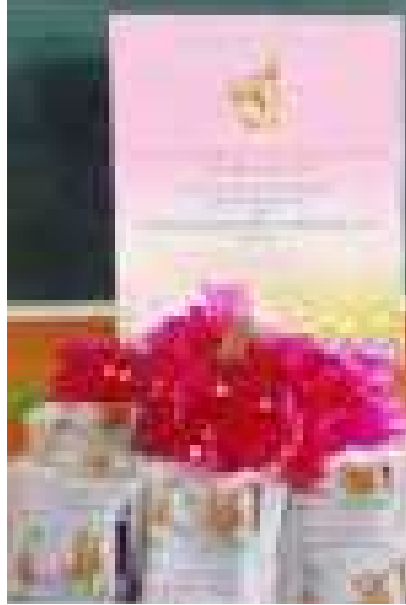
(Giải Khuyến khích năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Trần Thị Thu Hiền

Địa chỉ: Huyện Hữu Lũng, tỉnh Lạng Sơn



Thuốc dạng thang



Thuốc đóng túi



Thuốc đóng lọ

Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Trong số các bệnh nội tiết và rối loạn chuyển hóa thì bệnh Đái tháo đường đang trở thành căn bệnh phổ biến và gia tăng nhanh chóng tại các nước trên toàn thế giới. Người bệnh bị Đái tháo đường thường kết hợp chữa trị giữa tây y và đông y nhằm hỗ trợ chữa bệnh. Tại cộng đồng dân tộc xã Hữu Liên, huyện Hữu Lũng có bài thuốc chữa bệnh Đái tháo đường giúp hết các triệu chứng bệnh, đường huyết ổn định, ức chế sự chuyển hóa tinh bột thành đường, tăng tiết insulin mà lại an toàn, không có tác dụng phụ cần được phát triển. Bài thuốc đã sử dụng các cây dược liệu quý của khu rừng đặc dụng Hữu Liên. Tuy nhiên, cây dược liệu trong rừng sau mà khai thác nhiều thì sẽ bị cạn kiệt thậm chí có nguy cơ tuyệt chủng. Để kế thừa và phát triển nền y dược cổ truyền nói chung và bài thuốc Đái tháo đường của đồng bào dân tộc Hữu Liên nói riêng cũng như có nguồn dược liệu đảm bảo về chất lượng nhóm đã thực hiện dự án “Phát triển bài thuốc chữa bệnh Đái tháo đường kết hợp trồng cây dược liệu tại xã Hữu Liên, huyện Hữu Lũng”.

Tính mới, tính sáng tạo của dự án: đã điều tra, xây dựng cơ sở dữ liệu về các cây thuốc trong bài thuốc chữa Đái tháo đường gồm: tên khoa học, tên địa phương, phân bố và giá trị

sử dụng trong các bài thuốc dân tộc của các cây thuốc quý.

Sự khác biệt của sản phẩm: bài thuốc không chứa các vi sinh vật gây độc tố đồng thời có chứa các hoạt chất sinh học có khả năng ức hoạt động của các nhóm enzyme amylase và enzyme - glucosidase (làm giảm gia tăng đường máu), đồng thời việc trồng cây dược liệu tại địa phương đem lại nguồn dược liệu sạch, chất lượng, bảo vệ môi trường, tạo công ăn việc làm lại đem lại giá trị kinh tế lớn.

* Thị trường:

Khách hàng: các bệnh nhân bị Đái tháo đường; nhà thuốc đông y, bệnh viện y học cổ truyền, công ty chế biến dược liệu.

Kế hoạch tiếp thị, bán hàng và phát triển thị trường: Tổ chức hội nghị tập huấn; Giới thiệu bài thuốc với hiệu quả sắp xỉ Tây y qua các buổi hội thảo... đại lý bán hàng tại Hữu Liên, Hữu Lũng, Bắc Giang, Bắc Ninh...; Giới thiệu trên youtube, trang thương mại điện tử như shopee, lazada..

Khả năng thương mại hóa sản phẩm: số bệnh nhân Đái tháo đường ở Việt Nam khá đông và ngày càng tăng vì vậy nhu cầu tiêu thụ thuốc và thương mại hóa thuốc, dược liệu cho những mùa vụ sau là rất lớn.

Cách thức bán hàng: tiếp thị giới thiệu sản phẩm, sử dụng thử nghiệm, giảm giá khuyến mại sau đó sẽ sản xuất, trồng dược liệu theo đơn đặt hàng của khách hàng; Bán hàng qua các hội nghị hội thảo đầu bờ, bán hàng thông qua các đại lý ủy quyền, bán hàng thông qua các đơn đặt hàng của các cơ sở sản xuất và chế biến dược liệu, bán hàng thông qua các trang mạng facebook, shopee và lazada.....

Kế hoạch và chiến lược phát triển: hoàn thiện hồ sơ thủ tục đề nghị Sở y tế cấp “Giấy chứng nhận bài thuốc gia truyền”; mở rộng diện tích trồng dược liệu; Tập trung tập huấn kỹ thuật cho các hộ dân trồng cây dược liệu

Doanh thu của sản phẩm đến từ việc bán thuốc chữa bệnh Đái tháo đường và bán cây dược liệu.

* Nguồn lực thực hiện:

Nhân lực: các thành viên tham gia dự án: Nguyễn Thị Huyền đảm nhận cố vấn chất lượng bài thuốc điều trị Đái tháo đường, hướng dẫn thực nghiệm sử dụng bài thuốc và hướng dẫn các hộ gia đình kỹ thuật gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch chế biến dược liệu; Trần Thị Thu Hiền: Xúc tiến quảng bá sản phẩm và bán hàng. Quản lý thương hiệu. Quản trị; Nguyễn Văn Trung: Hoàn thiện, đóng gói, vận chuyển sản phẩm thuốc, dược liệu, phụ trách công tác tài chính và kế toán và các hộ dân trồng dược liệu.

Kế hoạch tài chính và nguồn lực tài chính: Năm thứ nhất chủ yếu sản xuất quy mô nhỏ, đưa bài thuốc vào thử nghiệm, đưa các cây dược liệu vào trồng với quy mô nhỏ, giới thiệu và quảng bá sản phẩm, nguồn tài chính do các cá nhân tham gia dự án đầu tư, kêu gọi tài trợ

từ các cơ quan đoàn thể như: Vốn đóng góp của các thành viên, quỹ hỗ trợ của Hội đồng y, Huyện đoàn, Tỉnh đoàn... Năm thứ hai và thứ ba tiếp tục mở rộng quy mô trồng dược liệu và bước đầu thương mại hóa thuốc trị Đái tháo đường sang các tỉnh Bắc Giang, Quảng Ninh và các tỉnh lân cận xung quanh. Tiếp tục kêu gọi nguồn lực đầu tư từ các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp đóng trên địa bàn và chủ đầu tư cho dự án...

Phương án đầu tư, dự kiến thu chi và lợi nhuận mang lại: Trung bình mỗi bệnh nhân sẽ chi tiền thuốc là 400 nghìn đồng/ người/tháng; Trung bình mỗi hecta thuốc sẽ thu 350 triệu đồng/hecta/năm, dự kiến lợi nhuận trong 3 năm đầu là 231.502.000 triệu đồng.

Kế hoạch mở rộng diện tích trồng dược liệu theo các năm như sau: Năm 2022: 07 ha; năm 2023: 12 ha; năm 2024: 16 ha; năm 2025: 24 ha

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Kết quả: Bài thuốc đái tháo đường có nguồn gốc 100% thảo dược, hiệu quả chữa bệnh cao, giá thành thấp, dễ sử dụng và không có tác dụng phụ, có thể sử dụng lâu dài. Cây dược liệu được trồng chăm sóc đúng quy trình, thu hái cẩn thận đảm bảo chất lượng dược tính cao, không nhiễm tạp chất, là nguồn dược liệu sạch.

Hiệu quả kinh tế: nếu trồng dược liệu thì sẽ có lãi hơn so với trồng hoa màu từ 250 - 333 triệu đồng/vụ. Trong khi cây lương thực phải tái trồng lại thì cây dược liệu vẫn có thể tận thu ít nhất 2 năm hoặc có những cây lâu năm không phải trồng lại như: xoài chua, xạ đen, cối xay....dự án phát triển vùng sản xuất cây dược liệu 150 ha cung cấp nguồn dược liệu có chất lượng cho các nhà thuốc bệnh viện, công ty, doanh nghiệp chế biến thì mức lãi xuất chênh lệch sẽ rất nhiều.

Hiệu quả về mặt xã hội và môi trường: Dự án đem lại lợi nhuận từ việc bán thuốc và bán cây dược liệu do nhân dân trong xã trồng đem lại nguồn thu nhập lớn cho người dân; Phát triển ngành Đông y, dược liệu; Điều trị Bệnh tiểu đường giảm số lượng bệnh nhân cho xã hội, tăng cường sức khỏe cho người dân; Trồng cây dược liệu theo tiêu chuẩn còn làm gia tăng giá trị cho cây dược liệu, góp phần bảo tồn các cây thuốc quý hiếm, tránh khai thác tận diệt và bảo vệ môi trường xanh, sạch, đẹp.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Năm thứ nhất: tiêu thụ thuốc chữa bệnh Đái tháo đường chủ yếu ở huyện Hữu Lũng, Bắc Sơn và các huyện trong tỉnh Lạng Sơn, tiêu thụ cả tỉnh Bắc Giang. Cung ứng nguồn dược liệu trong tỉnh Lạng Sơn, Bắc Giang.

Năm thứ hai: Mở rộng tiêu thụ thuốc và dược liệu xuống Bắc Ninh, Hà Nội.

Năm thứ ba: Mở rộng tiêu thụ thuốc và dược liệu ra các tỉnh miền Bắc. Kết hợp trồng dược liệu và chế biến. Phát triển bài thuốc thành sản phẩm ở dạng thuốc sắc đóng lọ, cao hay viên nang.

CHẾ BIẾN HEO ĐÈO MÁC MẬT

(Giải Khuyến khích năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: **Lăng Thị Thơ**

Địa chỉ: **Huyện Văn Lãng, tỉnh Lạng Sơn**



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Cây Mác mật hiện được trồng phổ biến trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn. Lá, quả, hạt của cây mác mật ngoài chứa tinh dầu còn giàu khoáng chất và vitamin. Trong đông y, mác mật là một vị thuốc có tác dụng lợi mật, kích thích tiêu hóa, bảo vệ gan, giảm đau... Trong chế biến thực phẩm, người ta dùng cả lá và quả mác mật để tạo ra những món ăn đặc trưng như: Măng xào lá mác mật, thịt nướng lá mác mật, vịt quay mác mật, lợn quay mác mật, măng ớt mác mật... Người dân tại huyện Văn Lãng chủ yếu làm nông nghiệp và chăn nuôi gia súc gia cầm, đặc biệt là chăn nuôi heo. Ngày xưa khi công nghiệp chưa phát triển người dân chăn nuôi heo chủ yếu dùng thức ăn từ tự nhiên như chuối, rau lang và một số rau cỏ khác... thịt heo ăn có vị ngọt, dai, thơm, nhưng bây giờ khi công nghiệp đã phát triển, người dân chăn nuôi heo đã sử dụng những thức ăn từ công nghiệp khiến thịt heo mất đi vị ngọt, thơm của heo tự nhiên. Chính vì vậy tác giả đã đầu tư máy móc thiết bị sản xuất heo đèo mác mật nhằm thúc đẩy chăn nuôi heo tự nhiên, bảo tồn và nâng cao giá trị kinh tế của cây mác mật.

*** Lý do khai thác, phát triển:** Thịt heo luôn được ưa chuộng sử dụng trong các bữa ăn hàng ngày của các gia đình, giá thành rẻ hơn, ít người ăn kiêng hơn so với thịt trâu, thịt bò. Trong khi đó, những sản phẩm mang hương vị mác mật để ăn vặt, ăn liền, ăn nhậu hay để làm quà biếu thường có rất ít, thị trường huyện Văn Lãng chưa có, thị trường huyện Bắc Sơn, tỉnh Lạng Sơn đã có sản phẩm “Heo khô mác mật” cũng là sản phẩm đang đi vào thị trường rất tốt. Đồng thời, các loại đồ khô ăn liền như khô bò, khô gà, khô heo... trên thị trường có bán rất nhiều, giá rẻ, nhưng chưa thật sự đảm bảo chất lượng vẫn có tình trạng thật

giả lẫn lộn. Khô bò đảm bảo chất lượng thì giá thành cao. Vì vậy, dự án “Heo dèo mác mật” ra đời nhằm tận dụng nguồn nguyên liệu có sẵn tại địa phương, mang hương vị mác mật, giá thành rẻ hơn, chất lượng đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

* **Tính mới, tính sáng tạo:** Hiện nay trên thị trường hiện nay chưa có sản phẩm tương tự. “Heo dèo mác mật” được tẩm ướp hương vị của lá và quả mác mật vào thịt để chế biến ra những miếng thịt thơm ngon mang hương vị bản địa. Thành phẩm dạng miếng được nướng chín, sấy khô vừa phải, miếng thịt vẫn giữ được độ dẻo, dai, mềm vừa phải.

* **Giải pháp, công nghệ:** Sử dụng máy thái thịt để thay thế việc thái tay thủ công, tiết kiệm thời gian và nhân lực, miếng thịt đều, đẹp; lò nướng để làm chín thịt trước khi cho vào máy sấy hoặc thay thế bằng máy sấy nhiệt có nhiệt độ từ 30°C - 200°C; máy sấy nhiệt đối lưu để sấy thịt khô, dẻo đồng đều mà không phải tốn công xoay đảo các khay thịt; máy hút chân không để đóng gói sản phẩm, tăng thời gian bảo quản mà không sử dụng chất bảo quản.

* **Sự khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường:** Tại huyện Bắc Sơn, Lạng Sơn có sản phẩm “Khô heo mác mật” của anh Dương Hữu Điện, sản phẩm là thịt khô dạng sợi có tẩm ướp gia vị. Còn sản phẩm “Heo dèo mác mật” là một sản phẩm khác biệt, thịt thái miếng theo thớ dài, tẩm ướp các loại gia vị và lấy mác mật làm hương vị chủ đạo, miếng thịt được làm chín, sấy với độ khô dẻo vừa phải, đóng gói hút chân không, khi ăn khách hàng sẽ tự tay xé miếng nhỏ, vắt chanh chấm với gói gia vị đi kèm.

* **Chiến lược kinh doanh:** chạy quảng cáo về sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử, mạng xã hội. Tham gia hoạt động hội chợ trong và ngoài tỉnh để mang sản phẩm đi tiếp xúc thực tế tại các thị trường khác nhau. Liên kết với các điểm bán hàng tại các khu du lịch, các trạm dừng nghỉ, các đại lý. Đăng kí gian hàng trên các trang hàng nông sản địa phương. Đặt gian hàng trong các Siêu thị, Đại lý, Gian hàng đặc sản, cửa hàng tạp hóa... để các đối tượng sử dụng có thể dễ dàng tiếp cận nhất.

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Khách hàng dự án hướng đến là mọi đối tượng, lứa tuổi, tập trung vào khách hàng từ 20 tuổi trở lên có thu nhập để giới thiệu sản phẩm và chốt đơn hàng. Phân loại “cay”, “không cay” để phù hợp với từng khẩu vị của khách hàng. Không sử dụng thịt heo công nghiệp, không sử dụng chất bảo quản, không sử dụng hương liệu, không sử dụng phẩm màu đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Do đó, dự án hoàn toàn có tiềm năng xâm nhập, phát triển và mở rộng thị trường.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Hiện tại thị trường chưa có sản phẩm “Heo dèo mác mật”. Những sản phẩm như khô bò, khô gà, khô heo... trên thị trường có rất nhiều, giá thành rẻ, nhưng chất lượng chưa được đảm bảo. “Heo dèo mác mật” là sản phẩm mới, được chế biến từ những nguyên liệu tươi ngon, mang hương vị đặc trưng của địa phương, đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm nên có thể cạnh tranh với các sản phẩm khác.

- *Phương pháp tổ chức và quản lý:* xây dựng cơ sở chế biến tại địa phương. Đưa ra kế hoạch, kiểm tra theo dõi từng công đoạn. Bảo đảm nguồn hàng, nguồn nhân lực cung cấp cho cơ sở đầy đủ để đảm bảo lượng hàng hóa xuất ra thị trường đạt chất lượng tốt nhất có thể giữ chân được khách hàng lâu dài.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Tham gia các hội chợ trong và ngoài tỉnh,

bày bán tại các gian hàng trưng bày nông sản của địa phương. Quảng cáo trên các trang mạng xã hội, sàn thương mại điện tử. Phát triển thị trường trong tỉnh và các tỉnh lân cận toàn miền Bắc và phát triển dần đến các tỉnh miền Trung, miền Nam.

- *Khả năng thương mại hóa sản phẩm:* Sản phẩm là mặt hàng hoàn toàn dễ bán vì sản phẩm thuộc nhóm ăn vặt, ăn nhậu, giá cả bình dân từ trẻ nhỏ, người già, nhân viên văn phòng, công nhân...đều có thể sử dụng. Phù hợp cho các quán bia, quán nhậu nhập về bán, khách du lịch mua về làm quà biếu.

- *Cách thức bán hàng:* Bán buôn & bán lẻ.

- *Doanh thu của sản phẩm:* chủ yếu là bán thành phẩm để lấy doanh thu, ngoài ra khi mua thịt nạc mỡ thì còn bán màng mỡ hoặc gia đình sử dụng với giá khoảng 20.000đ/kg. Nguyên liệu mua cả quả mỡ heo có đủ bì, mỡ thì bán mỡ đẹp với giá khoảng 50.000đ/kg, bán bì với giá khoảng 15.000đ/kg hoặc tận dụng bì để chế biến thành món Da heo tỏi ớt, phần thịt nạc heo loại bỏ có thể tận dụng làm ruốc để làm món Cơm cháy chà bông.

*** Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* Tác giả là người thực hiện dự án và quản lý điều hành các hoạt động chính của cơ sở chế biến. Có 02 người lao động phụ trách công việc xử lý nguyên liệu. Có xin ý kiến chuyên gia tư vấn hoàn thiện dự án, tư vấn về máy móc, áp dụng khoa học công nghệ vào khâu bảo quản để sản phẩm có thể bảo quản được lâu dài hơn.

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:*

Nội dung	Đơn vị	Số lượng	Đơn giá (1.000 đồng)	Thành tiền (1.000 đồng)
I. Vốn lưu động				1.263.000
Mua thịt nạc heo tươi	Tấn	7,2	130.000	936.000
Tiền điện	Kw	7.200	2.500	18.000
Gia vị	Kg	3.600	12.000	43.200
Bao bì, tem mác	Kg	3.600	14.000	50.400
Công xử lý nguyên liệu và đứng máy	Công	720	200.000	144.000
Công đóng gói	Công	360	200.000	72.000
II. Vốn đầu tư ban đầu				
1. Mua đất				
2. Xây dựng cơ sở chế biến			200.000.000	200.000
3. Mua máy móc			117.000.000	117.000
Trong đó:				
- Máy thái thịt			14.000.000	14.000

- Máy sấy thực phẩm			80.000.000	80.000
- Lò nướng sà			18.000.000	18.000
- Máy hút chân không			5.000.000	5.000
Tổng cộng				1.580.600

- *Phương án đầu tư:* đầu tư kinh phí để mua trang thiết bị máy móc về phục vụ quá trình sản xuất của cơ sở chế biến. Liên kết, ký hợp đồng với trang trại chăn nuôi heo thảo dược để cung cấp nguồn hàng ổn định cho cơ sở chế biến.

- *Phương án tài chính cho từng năm khi dự án đi vào hoạt động:* bán hàng thành phẩm lấy vốn quay vòng duy trì hoạt động của cơ sở. Khi dự án hoạt động ổn định, có sinh lời sẽ tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất, mở rộng thị trường để thu hồi vốn nhanh nhất có thể (dự tính trong 3 năm sẽ thu hồi đủ vốn).

- *Trang thiết bị cho dự án:* gồm có nhà xưởng, máy móc: máy thái thịt, lò nướng, máy sấy thực phẩm đối lưu, máy hút chân không... và con người.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Tạo công ăn việc làm cho ít nhất 02 lao động địa phương (tập trung vào hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ có HCKK); giúp gia đình có thêm thu nhập, nâng cao chất lượng cuộc sống

Tạo đầu ra ổn định cho người dân chăn nuôi heo, thúc đẩy các hộ gia đình chăn nuôi heo tự nhiên, nuôi heo thảo dược, dần dần hình thành mô hình chăn nuôi trang trại, hợp tác xã...

Bảo tồn và nâng cao giá trị kinh tế của cây mắc mật, mang hương vị bản địa đi khắp mọi miền đất nước

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN: Sau 1 năm hoạt động sẽ đưa sản phẩm của dự án ra thị trường các tỉnh. Sau 3 năm sẽ phát triển thương hiệu ra các nước lân cận và thu hồi đủ vốn đầu tư ban đầu. Sau khi dự án hoạt động ổn định sẽ nghiên cứu và chế biến thêm các sản phẩm liên quan đến mắc mật.

KINH DOANH CÁC SẢN PHẨM NÔNG SẢN LẠNG SƠN TRÊN NỀN TẢNG SỐ

(Giải Khuyến khích năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Ma Thị Mây

Địa chỉ: huyện Tràng Định, tỉnh Lạng Sơn

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Trong thời đại công nghệ thông tin bùng nổ như hiện nay, kinh doanh online đang dần trở thành một xu hướng được rất nhiều cá nhân, doanh nghiệp coi trọng. Các giao dịch mua và bán sẽ được thực hiện trên đa dạng kênh online phổ biến từ website cho đến Facebook (fanpage, group)... Chỉ với một vài thao tác click chuột, sản phẩm mà họ chọn sẽ nhanh chóng được giao tới tận nhà. Đó chính là cách mà hình thức kinh doanh online diễn ra và phổ biến cho đến tận thời điểm hiện tại. Với hình thức này, người làm kinh doanh sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí vì không phải tốn tiền thuê nhân viên, kho bãi, mặt bằng, cơ sở vật chất hay thậm chí là cả ngân sách quảng cáo. Do đó, tác giả xây dựng và phát triển dự án “Kinh doanh các sản phẩm nông sản Lạng Sơn- trên nền tảng số” để giới thiệu, quảng bá sản phẩm nông sản Lạng Sơn đến tay người tiêu dùng.

- *Lý do khai thác, phát triển:* Hiện nay, trên thị trường có nhiều kênh online khác nhau để sử dụng và tăng nhận diện thương hiệu như: website, mạng xã hội, sàn thương mại điện tử... Trong đó, website được đánh giá cao hơn vì tính ổn định, lâu dài, đồng thời không bị phụ thuộc vào bên thứ ba cùng các quy định khắt khe như mạng xã hội hay sàn thương mại điện tử.

- Kế hoạch phát triển dự án:

+ *Tiềm năng của dự án:* Trong thời kỳ chuyển đổi công nghệ số đang là xu hướng hiện nay, sự thành công và phát triển tiềm năng của dự án là rất lớn.

+ *Những vấn đề cần quan tâm khi thực hiện dự án:*

Về doanh số, để xác minh mục tiêu doanh thu một cách hiệu quả, cần chia theo từng giai đoạn khác nhau theo từng tháng, quý, năm và trên từng công cụ kinh doanh online cụ thể như website, mạng xã hội, điện thoại, email, sàn thương mại điện tử,...

Về lợi nhuận, cần xác định lợi nhuận trên từng kênh bán hàng khác nhau và đảm bảo tổng thể lợi nhuận phải đạt được bao gồm cả tỷ số tương đối và tuyệt đối.

Về đối thủ cạnh tranh, cần xác định các đối thủ cạnh tranh trực tiếp và gián tiếp, xác định ưu điểm của mình so với đối thủ.

Về khách hàng, xác định các tiêu chí như: Số lượng khách hàng, tỷ lệ người quay lại mua và tỷ lệ khách cảm thấy hài lòng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ chăm sóc khách hàng của bạn. Ngoài việc đảm bảo thu hút các khách hàng mới, cần phải chú ý cách nào để có thể giữ chân người mua và biến họ trở thành những vị khách trung thành của mình.

* **Xác định các nội dung cần thực hiện khi xây dựng dự án:**

- Nghiên cứu thị trường dự định kinh doanh online.

- Lên ý tưởng kinh doanh online.
- Lập fanpage trên mạng xã hội.
- Tìm nguồn sản phẩm kinh doanh.
- Lập kế hoạch tài chính khi lên kế hoạch kinh doanh online.
- Kế hoạch giao hàng, vận chuyển.
- Lập kế hoạch marketing - chiến lược quảng bá.
- Thiết kế web bán hàng online.
- Giám sát và đánh giá kết quả thực thi.
- Bản kế hoạch kinh doanh online.

*** Nguồn lực thực hiện:**

NỘI DUNG	ĐVT	SL	THÀNH TIỀN
Máy tính	chiếc	1	15,000,000
Điện thoại	chiếc	1	5,000,000
Thuê nhà	tháng	1	3,000,000
Thuê NV	tháng	1	4,000,000
Chi phí điện + nước + internet	tháng	1	1,000,000
Tổng chi phí:			28,000,000
Doanh thu	tháng	1	200,000,000

Doanh thu tầm 200 triệu/tháng trung bình doanh thu ngày 6,5 triệu/ngày. Lãi xuất 10% đến 12%. Hàng tháng với mô hình này thu nhập tầm 20 triệu/tháng -> 24 triệu/ tháng qua các kênh online như sau:

+ 40% lợi nhuận từ online truyền thống (sự kết hợp giữa bán trực tiếp song song với trực tuyến để gia tăng chốt đơn).

+ 30% lợi nhuận từ CTV + đại lý (CTV sẽ có vai trò bán hàng online hộ cho những người ở khâu nhập hàng để đưa sản phẩm được phổ biến hơn trên thị trường).

+ 30% lợi nhuận trên các sàn thương mại điện tử.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI:

Tiêu thụ sản phẩm cho các hộ kinh doanh, nông sản cho người nông dân.

Hỗ trợ và tạo việc làm cho một số phụ nữ yếu thế.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN:

Đầu tư hoàn thiện mô hình hơn nữa, hỗ trợ các CTV, nhất là phụ nữ yếu thế kinh doanh tự chủ về tài chính, kinh tế. Hướng tới tạo công ăn việc làm cho tầm 200 CTV phát triển online trong năm thứ 2 và tăng lên cho các năm tiếp theo.

PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH SẢN XUẤT BÁNH NƯỚNG NHÂN BÍ XANH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LẠNG SƠN

(Giải Khuyến khích năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Nông Thị Linh

Địa chỉ: Huyện Tràng Định, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Bánh nướng hay bánh nướng trung thu ngày nay đang trở thành mặt hàng không thể thiếu đối với mỗi gia đình, đặc biệt là vào ngày lễ tết như tết trung thu của dân tộc. Trong khi đó, bí xanh có công dụng nhiệt lượng thấp, không có chất béo, vị ngọt nhạt, tính mát, có công dụng thanh nhiệt, giải nhiệt và làm tiêu đờm, làm mát ruột và hết khát, lợi tiểu, làm hết phù, giải độc và giảm béo. Nhận biết được điều này, tác giả đã không ngừng cải tiến kỹ thuật, cho ra loại bánh nướng nhân “bí xanh” sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

- *Tính mới, tính sáng tạo:* sản phẩm rất được nhiều người tiêu dùng ưa chuộng với mùi thơm của hương vị bí xanh, bùi, dẻo mà ăn không bị ngấy, chóng chán, không ngọt sặc như

các dòng bánh nhân khác. Đặc biệt, tác giả đã đưa ra loại mẫu mã độc quyền với bộ khuôn dập bánh mang tên “bí xanh” được dập trên mặt bánh mà chưa có cơ sở bánh nướng nào có.

- *Giải pháp, công nghệ:* Cơ sở sản xuất của tác giả đã dùng bằng hệ thống máy móc, bao gồm máy trộn bột và máy dập khuôn bánh có in logo trên mặt bánh tên bí xanh thay bằng làm thủ công, dẫn đến năng xuất sản lượng được nhanh và nhiều hơn và có thương hiệu riêng của cơ sở.

- *Sự khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường:* bánh nướng nhân bí xanh chỉ có ở huyện Tràng Định, được làm từ loại bí thơm đặc sản của huyện Tràng Định. Đồng thời, sản xuất nhiều loại bánh có khối lượng khác nhau thành loại 200g, 250g, 300g... so với loại bánh truyền thống chỉ có loại 150g.

- *Chiến lược kinh doanh:* Dự án ra đời nhằm mục đích mở ra hướng mới cho cơ sở sản xuất bánh nướng nhân bí xanh tại địa bàn tỉnh. Vì đây là sản phẩm có giá trị kinh tế cao, có khả năng xuất đi nhiều tỉnh trong nước như: Hà Nội, Thái Bình, Hải phòng, Hải Dương, Hà Nam, Nam Định, Hà Giang, Lai Châu, Sơn La... Đồng thời góp phần thúc đẩy phong trào thanh niên khởi nghiệp, tự làm giàu tại quê hương mình sẽ có thu nhập ổn định, an cư lập nghiệp mà không phải đi làm thuê ở nơi khác như đi công ty, đi nước ngoài làm thuê không có giấy phép, rủi ro cao. Phát triển nghề làm bánh nướng nhân bí xanh tạo việc làm và tăng thu nhập cho bà con trong huyện Tràng Định .

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* tuy mới ra đời trong vài năm gần đây, nhưng bánh nướng nhân bí xanh đã nhanh chóng được nhiều người ưa thích. Tính đến thời điểm hiện tại, bánh nướng nhân bí xanh đã xuất hiện trên thị trường các tỉnh trong nước như Lai Châu, Nam Định, Bình Dương, Bình phước... Qua tìm hiểu và thử nghiệm sản phẩm ngoài thị trường, dự án đã thu lại lợi nhuận cao, đem lại hiệu quả kinh tế cũng như mang giá trị cao đối với cộng đồng và xã hội.

- *Đối thủ cạnh tranh:* là các sản phẩm bánh nướng nhân truyền thống khác và các bánh nướng nhân hiện đại như: thập cẩm, đậu xanh, trà xanh, socola... Tuy nhiên, điểm mạnh của sản phẩm là giá cả thấp hơn so với các sản phẩm trên thị trường, khi ăn không bị ngấy và nhanh chán, mùi thơm dịu nhẹ...

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Để nắm bắt được nhu cầu mong muốn của khách về mẫu mã, chủng loại cũng như chất lượng của bánh nướng nhân bí xanh, tác giả đã sử dụng phương pháp điều tra chọn mẫu, với mẫu điều tra là người dân tích vào phiếu trả lời câu hỏi ở các mức độ rất thích, thích bình thường, không thích về bánh nướng nhân bí xanh. Việc sử dụng phiếu điều tra giúp tác giả có thể hiểu biết rõ ràng và chính xác hơn về thị hiếu của người tiêu dùng, từ đó có những đề xuất tốt hơn về việc kinh doanh bánh nướng nhân bí xanh.

- *Cách thức bán hàng:* Qua các kênh truyền thông như: Quảng bá tại các hội chợ

thương mại, tổ chức hội thảo, phương tiện thông tin như báo, phóng sự, truyền hình, mạng xã hội, phát tờ rơi, tổ chức hoạt động xã hội có ý nghĩa kết hợp quảng bá sản phẩm...

* Nguồn lực thực hiện:

- *Nhân lực:* Bản thân tác giả là người thực hiện chính trong khâu sơ chế nhân và trộn bột, 1 nhân viên phụ giúp nặn vỏ và cho nhân vào bên trong vỏ, 1 nhân viên phụ giúp đưa bánh đã có nhân bên trong vào khuôn máy để hệ thống máy dập tạo hình cho bánh, 1 nhân viên chuyên quyết trứng lên mặt trên vỏ bánh và đưa bánh vào lò. Khi xong các công đoạn trên tất cả các nhân viên cùng hỗ trợ cho bánh ra quạt nguội và đóng bánh vào khuôn bỏ vào trong vỏ. 1 nhân viên chuyên dập vỏ túi bánh.

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:* Trung bình một ngày cơ sở sản xuất và tiêu thụ được 1000 cái bánh nướng nhân bí xanh với giá trung bình 15.000đ /1 cái. Sau đây là hoạch toán thu chi về 1000 cái bánh nướng nhân bí xanh:

- Tiền mua bí xanh: $150\text{kg} \times 15.000\text{đ} = 2.250.000\text{đ}$
- Tiền mua đường : $100\text{kg} \times 20.000\text{đ} = 2000.000\text{đ}$
- Tiền mua bột mì : $50\text{kg} \times 20.000\text{đ} = 1000.000\text{đ}$
- Tiền mua trứng gà: $100 \text{ quả} \times 3000\text{đ} = 300.000\text{đ}$
- Tiền mua men nở: $1\text{kg} \times 5000\text{đ} = 50.000\text{đ}$
- Tiền công nhân 1 ngày 3 người $\times 400.000\text{đ} = 1.200.000\text{đ}$
- Tiền điện nướng 1000 cái bánh là 200.000đ
- Tiền phát sinh chi phí 500.000đ
- Trừ khấu hao máy móc: 1.500.000đ

Tổng chi phí: 9.000.000đ

Tổng sản lượng bánh nướng nhân bí xanh thu được là $1000 \text{ cái} \times 15000\text{đ} = 15.000.000\text{đ}$

Lãi: $15.000.000\text{đ} - 9.000.000\text{đ} = 6.000.000\text{đ}$

Vậy mỗi ngày sản xuất và tiêu thụ được 1000 cái bánh nướng nhân bí xanh thì cơ sở sản xuất bánh nướng của tôi sẽ thu được lãi là 6.000.000đ khi đã trừ toàn bộ chi phí.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI CỦA DỰ ÁN:

Người dân tăng thêm thu nhập và ổn định hơn.

Thúc đẩy ngành nông nghiệp ở địa phương phát triển mạnh mẽ hơn.

Mở rộng được thương hiệu bánh trên khắp các tỉnh thành trong nước.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN:

Hiện dự án đã và đang sản xuất được 2 năm. Mục tiêu phấn đấu năm thứ 3 sản phẩm bánh nướng nhân bí xanh sẽ được đưa đến và có mặt tại các tỉnh khác nhiều hơn. Sang năm thứ 4 sẽ mở thêm cơ sở sản xuất bánh nướng nhân bí xanh tại một số huyện trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn. Và tiến tới xa hơn là sẽ mở thêm cơ sở trên địa bàn Hà Nội và một số tỉnh khác.

MÔ HÌNH CHĂN NUÔI CHIM CU GÁY PHÁP SINH SẢN, CHIM CU GÁY PHÁP THƯƠNG PHẨM, CHIM CẢNH

(Giải Khuyến khích năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Ngô Văn Quang

Địa chỉ: Huyện Hữu Lũng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Chim cu gáy được biết đến là loài chim hiền lành gần gũi với con người, gắn bó với người nông dân và người chơi chim cảnh. Ngoài ra chim cu gáy còn được biết đến là thực phẩm giàu chất dinh dưỡng, có nhiều công dụng rất tốt cho sức khỏe con người. Tuy nhiên, sản phẩm chim cu gáy trong tự nhiên ngày càng khan hiếm và cần được bảo vệ nghiêm ngặt. Do đó, việc tổ chức chăn nuôi để phát triển bền vững loài chim cu gáy là hết sức cần thiết.

- *Lý do khai thác, phát triển:* Hiện nay, nhu cầu thị trường về sản phẩm thịt chim cu gáy tăng cao, trên địa bàn huyện Hữu Lũng cũng có 1 số hộ chăn nuôi chim cu gáy tuy nhiên các hộ còn chăn nuôi manh mún, nhỏ lẻ, cơ bản phục vụ người dân địa phương, chưa hình thành được thương hiệu cũng như chăn nuôi tập trung. Nhận thấy tiềm năng cũng như điều kiện tự nhiên thuận lợi để phát triển mô hình chăn nuôi chim cu gáy, tác giả đã phát triển mô hình chăn nuôi chim cu gáy pháp sinh sản, chim cu gáy pháp thương phẩm, chim cảnh quy mô trang trại khép kín, chăn nuôi tự động nhằm phát triển kinh tế, cung cấp thực phẩm cho địa phương và thị trường trong nước và xuất khẩu thực phẩm sạch ra nước ngoài.

- *Giải pháp, công nghệ:* Chuồng trại được lợp mái bằng pro xi-măng, nền lát xi-măng (có độ dốc 1-2%), bên xung quanh chuồng xây gạch có chiều cao 1m và được che chắn lưới xung quanh chuồng đảm bảo điều kiện thoáng mát về mùa hè, ấm áp vào mùa đông. Làm

đường đi xung quanh chuồng rộng 1m, máng ăn uống tự động ở 2 bên bề mặt lồng mặt trước được thiết kế lắp đặt máng uống tự động và máng ăn để thuận lợi cho chăm sóc.

* Thị trường:

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Đối tượng khách hàng hướng đến là mọi cá nhân, cơ sở ăn uống, kinh doanh trên địa bàn huyện và các vùng lân cận, các tỉnh bạn như Bắc Giang, Bắc Ninh.....

- *Đối thủ cạnh tranh:* là các loại chim thương phẩm khác, các cơ sở chăn nuôi chim cu gáy khác. Tuy nhiên, điểm mạnh của dự án là có đầy đủ giấy phép chăn nuôi, kinh doanh, đảm bảo theo quy định của pháp luật. Sản phẩm Chim cu gáy pháp được nuôi trong điều kiện chuồng trại đảm bảo để phát triển và sinh sản, theo quy trình, đảm bảo chất lượng khi xuất ra thị trường.

- *Cách thức bán hàng:* Các sản phẩm món ngon nhiều chất dinh dưỡng được chế biến từ chim cu gáy như: Món chim quay nướng, chim cu hầm kỷ tử hoàng tinh, chim cu hầm hoài sơn ngọc trúc, trứng chim cu hầm đông trùng hạ thảo... được quảng bá, giới thiệu sản phẩm qua Fanpage, mạng xã hội, thông tin đại chúng, giới thiệu trực tiếp sản phẩm tại các nhà hàng, gian hàng tại khu du lịch, homestay, khách du lịch, siêu thị...

* Nguồn lực thực hiện:

- *Nhân lực:* 02 lao động thường xuyên.

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:*

STT	Tên	Số lượng	Đơn vị	Đơn giá (VNĐ)	Thành tiền (VNĐ)
1	Con giống	30.000	Con	15.000	450.000.000
2	Thuốc phòng bệnh	30.000	Con	500	15.000.000
3	Thức ăn: cám	27.375	Kg/con/năm	12.000	328.500.000
4	Thức ăn: thóc	5.475	Kg/con/năm	8.000	43.800.000
5	Điện nước	30000	con	100	3.000.000
Tổng chi phí					840.300.000

Dự kiến doanh thu: Sau khi nuôi 365 ngày, tỉ lệ chim được xuất bán đạt 95% còn: 28.500 con, đơn giá: 38.000đ/kg con: 28.500 con x 38.000đ/con = 1.083.000.000 đồng/năm.

Lợi nhuận 1 lứa là: Doanh thu - Chi phí = 1.083.000.000đ - 840.300.000,đ = 242.700.000đ.

Vậy sau khi kết thúc dự án 1 năm, lợi nhuận thu được là: 242.700.000,đ

Thu nhập bình quân mỗi tháng của mỗi lao động là: 242.700.000đ : 12 tháng : 2 người = 10.112.500đ/tháng.

- *Phương án đầu tư:* Sử dụng nguồn tự lực của cá nhân và vốn vay ngân hàng, nguồn vốn hỗ trợ của gia đình. Chuồng trại xây dựng trên nền đất gia đình, ngoài đầu tư các vật liệu mua ngoài thị trường thì còn tận dụng các vật liệu tự nhiên gia đình có sẵn.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Sự thành công của mô hình sẽ tạo ra cách nhìn mới trong phát triển kinh tế trang trại, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế trang trại và sản xuất hàng hóa chất lượng cao, nông sản sạch trên địa bàn huyện. Từ đó, làm cơ sở mở rộng quy mô các vùng vệ tinh cung cấp sản phẩm an toàn, tạo công ăn việc làm cho người lao động trong địa phương.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN: Trong tương lai sẽ mở rộng thị trường, cung cấp thực phẩm cho các tỉnh lân cận và xuất khẩu thực phẩm sạch ra nước ngoài.

SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU MẦM HỮU CƠ

(Giải Khuyến khích năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hoàng Thị Phương

Địa chỉ: Trường Cao đẳng Nông lâm Đông bắc



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Rau là thực phẩm quan trọng, thiết yếu trong bữa cơm hằng ngày. Nhưng hiện nay vấn đề rau nhiễm độc thuốc bảo vệ thực vật, nhiễm độc do môi trường đang là mối quan tâm chung của toàn xã hội. Do đó, yêu cầu hiện nay là phải tìm ra một loại rau sạch cung cấp cho người tiêu dùng. Việc sản xuất rau mầm - một loại rau sạch theo tiêu chuẩn “Bốn không: không đất, không phân hóa học, không thuốc trừ sâu, tăng trưởng, và không dùng nước nhiễm bẩn” sẽ đem lại cho con người nhiều thuận lợi hơn trong việc lựa chọn nguyên liệu cho bữa ăn hàng ngày. Sau khi tìm hiểu về đặc điểm, giá trị của rau mầm, cũng như nhu cầu của thị trường hiện nay, cùng với những kiến thức kỹ năng tích lũy được trong quá trình học tập, nhóm tác giả hình thành ý tưởng dự án khởi nghiệp “Sản xuất và kinh doanh rau mầm hữu cơ”.

Lý do khai thác, phát triển: Xây dựng thành công và đi vào sản xuất rau mầm trên địa bàn huyện Hữu Lũng; hình thành sự hiểu biết sâu rộng cho người dân về rau mầm và tạo lập thói quen dùng rau mầm trong các bữa ăn hàng ngày. Từ đó, mở rộng quy mô sản xuất ở cơ sở hiện tại, có thể đa dạng các sản phẩm rau sạch khác ngoài rau mầm và nhân rộng mô hình ra các nơi khác ở trong và ngoài tỉnh nhằm cung ứng đủ rau sạch cho người dân.

* Thị trường:

- Tiềm năng quy mô thị trường: Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn và các tỉnh lân

cận như Bắc Giang, Bắc Ninh, đặc biệt là Hà Nội không nhiều cơ sở sản xuất và kinh doanh rau mầm, trong khi nhu cầu sử dụng rau mầm của người tiêu dùng ngày càng cao. Đồng thời, vốn đầu tư ban đầu không cao quá, giá thành sản phẩm hợp lý so với mức sống của người dân hiện nay nên thuận lợi trong việc tìm đầu ra cho sản phẩm.

- Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:

Kế hoạch truyền thông: Tham gia các hội chợ nông sản tại địa phương và các khu vực lân cận để giới thiệu sản phẩm; phát tờ rơi giới thiệu sản phẩm kèm những sản phẩm được giảm giá để thu hút khách hàng; tạo dựng những chương trình khuyến mại, tặng mã giảm giá,... vào các dịp lễ tết, ngày kỉ niệm,..., quảng cáo và xây dựng thương hiệu trên các nền tảng mạng xã hội đang được quan tâm hiện nay như: Facebook, Zalo, tiktok,...; giới thiệu người thân quen mua sản phẩm, khuyến khích họ giới thiệu thương hiệu đến nhiều người hơn và đừng quên tiếp thị cho cửa hàng để hưởng được nhiều ưu đãi cho lần sau.

Xây dựng công cụ truyền thông: Lập tài khoản Fanpage của nhóm để quảng cáo, giới thiệu sản phẩm; tạo cuốn cataloge cùng các loại tờ rơi quảng cáo, cuốn cataloge sẽ bao gồm các hình ảnh của các mẫu sản phẩm thực tế mô tả chi tiết về sản phẩm; thiết kế nhãn mác bao bì cuốn hút khách hàng.

Chiến lược quảng cáo và marketing: tạo nội dung hấp dẫn và sử dụng các kênh truyền thông xã hội. Đăng các mặt hàng trên các ứng dụng bán hàng online, thực hiện livestream quảng cáo, bán hàng, có chính sách ưu đãi đặc biệt cho khách hàng thân thiết, lâu năm.

* Nguồn lực thực hiện:

- Nhân lực: gồm 03 thành viên có kiến thức và kỹ thuật để sản xuất rau mầm hữu cơ, có đầy đủ kỹ năng để phát triển sản phẩm.

- Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án: Năm đầu dự án sẽ tận dụng mặt bằng nhà xưởng 50m2 đã có. Dự án chỉ bổ sung phần nền đổ nền bê tông, xung quanh che lưới đen tránh nắng và chống côn trùng. Các năm tiếp theo khi có vốn bổ sung, nhóm sẽ mở rộng diện tích nhà xưởng để tăng năng suất xuất sản phẩm.

Tổng vốn huy động ban đầu từ sự đóng góp của các thành viên là 250.000.000 đồng. Sau đó, nếu cần thêm nhiều có thể đi vay hoặc kêu gọi đầu tư. Dự kiến lợi nhuận như sau:

Thu, chi Năm	Tổng thu (đồng)	Tổng chi (đồng)	Lợi nhuận (đồng)
Năm 1	238.200.000	226.490.000	11.710.000
Năm 2	513.600.000	350.540.000	163.060.000
Năm 3	761.400.000	509.460.000	251.940.000

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Về kinh tế: Đem lại lợi nhuận cho dự án, góp phần phát triển kinh tế nông thôn, tăng trưởng kinh tế địa phương, đất nước. Thu nhập hàng năm từ việc trồng rau mầm hữu cơ là nguồn vốn để đầu tư cho lĩnh vực sản xuất khác góp phần mang lại hiệu quả kinh tế cao.

Về xã hội: Trong tương lai, dự án góp phần giải quyết việc làm cho một bộ phận lao động trên địa bàn và lân cận. Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Góp phần cung cấp nguồn thực phẩm sạch cho người tiêu dùng. Cổ vũ học sinh, sinh viên, thanh niên mạnh dạn đứng lên khởi nghiệp, vượt lên trên những khó khăn của cuộc sống, vươn tới một tương lai tốt đẹp hơn

Về môi trường: Tận dụng được các phế phẩm nông nghiệp như: Mùn xơ dừa, vỏ trấu. Nguyên liệu đầu ra như: Giá thể trồng rau có thể tận dụng tiếp làm phân hữu cơ cung cấp cho cây trồng (rau, cây ăn quả,...), gốc rau sau khi thu hoạch có thể dùng làm thức ăn cho gia cầm... Đảm bảo vệ sinh môi trường, không sử dụng tràn lan phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN: Sau 01 năm, dự án đi vào hoạt động sẽ mở rộng thêm các mô hình sản xuất ở các vùng lân cận. Sau 02 năm, sẽ thành lập chuỗi sản xuất liên kết các mô hình lại với nhau, từ đó đưa ra các phương án sản xuất mới.

DẦU GỘI MEN NGẢI

(Giải Khuyến khích năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Nguyễn Hoàng Lâm

Địa chỉ: Trường TH&THCS Lê Quý Đôn, TP Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Hiện nay trên thị trường, dầu gội đầu rất đa dạng với nhiều sản phẩm mẫu mã khác nhau cùng với sự góp mặt của nhiều thương hiệu nổi tiếng, tuy nhiên nhiều sản phẩm sử dụng các hóa chất thông thường để làm mượt tóc nên không tốt cho sức khỏe. Nhận thấy nhu cầu thị trường ngày càng ưa chuộng các sản phẩm sạch, có nguồn gốc thiên nhiên, nhóm tác giả đã nghĩ ra ý tưởng tạo ra sản phẩm dầu gội đầu thảo dược từ men ngải cứu và các loại thảo mộc giúp chăm sóc và nuôi dưỡng tóc bằng phương pháp truyền thống mà không mất nhiều thời gian, công sức, phù hợp với cuộc sống hiện đại. Một trong những loại thảo dược có thể giúp giảm bớt vấn đề rụng tóc, nấm và giúp duy trì sức khỏe của tóc chính là cây ngải cứu, loại cây mọc rất nhiều trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn. Dầu gội đầu thảo dược từ men ngải cứu sẽ giúp mái tóc suôn mượt khỏe mạnh, tinh chất từ men ngải giúp lưu thông các mạch máu dưới da đầu.

- *Tính mới, tính sáng tạo:* Tên sản phẩm độc đáo, kết hợp với men ngải cứu tạo sự mới mẻ cho sản phẩm.

- *Sự khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác trên thị trường:* sản phẩm có

sự khác biệt vì nguồn nguyên liệu sẵn có trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn, dễ kiếm dễ chế biến, bảo quản lâu dài, rất nhiều nguyên liệu có sẵn trong vườn. Nhóm tác giả có thể tự thu gom, dẫn đến sản phẩm có chi phí thấp. Sản phẩm sản xuất từ nguyên liệu sạch, tự nhiên và thân thiện với môi trường.

- *Chiến lược kinh doanh:*

Product - Chiến lược sản phẩm: Bằng các đáp ứng các nhu cầu của khách hàng, dầu gội Men Ngải có nguyên liệu hoàn toàn 100% từ thảo dược thiên nhiên, an toàn cho mái tóc và nuôi dưỡng chuyên sâu giúp phục hồi mái tóc. Chiến lược này giúp dầu gội Men Ngải có thể tăng lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu vì nó nhắm vào nhu cầu của một nhóm người được chọn và tạo ra một giải pháp cá nhân hóa cho họ.

Price - Chiến lược định giá: sản phẩm dầu gội Men Ngải hướng đến đối tượng người tiêu dùng có thu nhập tầm trung và khá. Do đó, chiến lược định giá của dầu gội Men Ngải khá cân bằng so với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Sản phẩm phù hợp với tất cả mọi đối tượng khách hàng có mức thu nhập tầm trung với giá dao động trong khoảng 299.000đ cho một sản phẩm với dung tích 300ml.

Place - Chiến lược phân phối: dầu gội Men Ngải cũng linh hoạt chủ động ở kênh phân phối sản phẩm. Vừa phân phối trực tiếp bán sản phẩm trực tiếp cho khách hàng không thông qua trung gian nào, bán hàng thông qua website bán hàng chính thức của mình. Đồng thời, vừa phân phối gián tiếp thông qua các kênh trung gian như siêu thị, cửa hàng, nhà hàng, các trang điện tử như Shopee, Tiki, Lazada...do tốc độ bao phủ thị trường của trung gian là rất lớn, kèm với các chi phí và rủi ro cũng được giảm thiểu đi ít nhiều.

Promotion - Chiến lược quảng bá: Dầu gội Men Ngải cũng tận dụng các điều kiện này để quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng thông qua các kênh review sản phẩm và chạy quảng cáo trên các ứng dụng xã hội, catalogue, hội chợ thương mại, bảng quảng cáo ngoài trời, thậm chí cả quảng cáo trên các phương tiện giao thông.

*** Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Sản phẩm dành cho người bận rộn, công hiến, nhưng biết cách tận hưởng và yêu thích các sản phẩm có nguồn gốc từ các loại thảo dược tự nhiên. Bán buôn: Để tổ chức hệ thống đại lý, nhóm tác giả đặt mục tiêu tiếp cận tới các siêu thị, hiệu thuốc và các gian hàng giới thiệu sản vật Lạng Sơn. Bán lẻ: phụ nữ thành thị, tuổi từ 18-55. Salon: Hợp tác cung cấp sản phẩm cho các salon chăm sóc tóc. Sản phẩm có khả năng áp dụng không chỉ trong tỉnh mà trong thời gian tới sẽ xuất sang các tỉnh đóng góp góp kinh tế cho xã hội, giải quyết việc làm cho người dân địa phương.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:*

Thiết kế thương hiệu: đặt tên thương hiệu, tên gọi “Dầu gội Men ngải” - tên gọi đơn giản, mộc mạc, an toàn cho sức khỏe và mùi hương cũng nhẹ nhàng, giúp người tiêu dùng liên tưởng đến những vùng cỏ xanh mát và tự nhiên nhất. Do đó sản phẩm cũng sẽ dễ dàng

chiếm được sự yêu thích của khách hàng từ tên gọi đơn giản và mộc mạc.

Sản phẩm: Nhóm tác giả sẽ đăng ký bảo hộ cho sản phẩm, không ngừng cải thiện chất lượng sản phẩm.

Thiết kế biểu tượng: Logo của dầu gội men ngải với hình ảnh chính là mái tóc của cô gái và cây cối với tông màu xanh lá cây và xanh mạ làm chủ đạo, tạo được cảm giác liên tưởng đến sản phẩm với nguồn gốc từ thiên nhiên.

Nhãn dán bao bì: Nhãn dán trên sản phẩm gội đầu Men ngải bao gồm các thông tin: tên sản phẩm được in với cỡ chữ to nhất trên mặt trước sản phẩm; tên và địa chỉ cơ sở sản xuất, chịu trách nhiệm sản phẩm; trọng lượng của sản phẩm; thành phần cấu tạo; số kiểm định; công dụng của sản phẩm; hướng dẫn sử dụng; ngày sản xuất; hạn sử dụng.

Thương mại hóa: Triển khai sản xuất hàng loạt và quyết định tung sản phẩm dầu gội Men ngải ra thị trường. Bên cạnh việc phát triển sản phẩm, việc xúc tiến, quảng cáo là điều cũng vô cùng cần thiết. Chúng em đưa ra những chiến dịch quảng cáo như phát tờ rơi, youtube, facebook Ads hoặc Google AdWords ... để quảng cáo sản phẩm trên mạng để tăng lượt hiển thị sản phẩm của mình.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Phát triển ngành nông nghiệp sản xuất cây dược liệu ở địa phương, đề cao giá trị của những loài cỏ cây đại thân thuộc với người dân Việt Nam.

Hứa hẹn một tương lai sử dụng sản vật địa phương, tạo ra sản phẩm giá trị cao, tạo công ăn việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân địa phương.

Đem lại phúc lợi cho xã hội, góp phần nâng cao sức khỏe cho con người, tiết kiệm nguồn tài nguyên, bảo vệ môi trường.

Hỗ trợ nông dân bằng cách thu mua 100% sản phẩm họ trồng được, nâng cao giá trị kinh tế đất nông nghiệp.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN: Trong thời gian tới, sẽ nghiên cứu sâu hơn nữa về thành phần sản phẩm để cải tiến chất lượng sản phẩm cũng như mẫu mã và mở rộng thị trường kinh doanh. Tiếp tục nghiên cứu để năm tới có thể ra mắt thêm các dòng sản phẩm như: Bột tắm men ngải, xà phòng ngải cứu, kem đánh răng tinh chất ngải cứu, dầu rửa bát ngải cứu.

HÀ THỦ Ô ĐỎ LẠNG SƠN

(Giải Chuyên đề năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Hoàng Thị Tình - Chủ cơ sở sản xuất và kinh doanh Hà Thủ Ô Đỏ Lạng Sơn

Địa chỉ: Huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Từ lâu, Hà thủ ô đỏ đã được xem là một trong những thảo dược quý của nền y học cổ truyền bởi các công dụng như: bổ gan thận, ích huyết khỏe gân cốt, làm đẹp da, chống lão hóa, sống lâu, làm đen râu tóc... Xuất phát từ xu hướng ưa chuộng những sản phẩm được bào chế thủ công nhưng vẫn giữ được giá trị dược liệu và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, nhóm tác giả đã tìm tòi, nghiên cứu khai thác giá trị của cây hà thủ ô đỏ. Hà Thủ Ô Đỏ Lạng Sơn với thành phần chính là củ hà thủ ô đỏ được thu củ từ 4 - 6 tuổi, thậm chí có củ hàng chục tuổi (hà thủ ô có vị đắng, chất tính ấm) kết hợp với đỗ đen xanh lòng (một loại hạt đỗ có vị mát, tính hàn), được bào chế thông qua phương pháp cừ chưng cừ sái. Qua đó, sản

phẩm đã gìn giữ, chất lọc những tinh túy của đông dược, nâng cao giá trị sản phẩm Hà Thủ Ô Đỏ Lạng Sơn, mang lại thu nhập cho gia đình và tạo công ăn việc làm cho một số công nhân.

- *Điểm mới điểm sáng tạo và giải pháp công nghệ:* Với nguồn gốc dược liệu tự nhiên và quá trình bào chế kỳ công và đảm bảo vệ sinh, Hà thủ ô đỏ Lạng Sơn là sản phẩm có tính chất sáng tạo và có tiềm năng phát triển, được xem là một trong những sản phẩm mở đường trên thị trường viên uống thực phẩm chức năng đông dược.

Viên Hà Thủ Ô Đỏ Lạng Sơn được bào chế từ củ hà thủ ô và đỗ đen xanh lòng, với 9 lần chưng, mỗi lần chưng 9 tiếng và bỏ ra sái sương đủ 9 lần cho miếng Hà thủ ô chuyển sang màu nâu đồng, đen lại mới đem ra sấy gọi là cửu chưng cửu sái. Mật ong lên men có tỉ lệ lợi khuẩn chiếm 85% tổng lượng vi sinh vật. Lợi khuẩn có vai trò tăng cường sức khỏe cho con người nhờ khả năng tổng hợp vitamin có trong hà thủ ô, hỗ trợ tiêu hóa và hấp thu dưỡng chất, ngăn ngừa tình trạng nhiễm khuẩn và tăng cường hệ thống miễn dịch của cơ thể. Viên hà thủ ô được sử dụng máy sấy lạnh công nghệ hiện đại, một trong những công nghệ tiên tiến nhất hiện nay. Quá trình sấy lạnh ứng dụng từ nguyên lý kết hợp giữa không khí khô với độ ẩm chỉ khoảng 10 - 30% và nhiệt độ thấp từ 3 - 80 độ C thấp hơn so với nhiệt độ sấy thông thường. Chính vì vậy, đảm bảo tỉ lệ lợi khuẩn có trong mật ong vi sinh sau khi viên hà thủ ô ko bị mất đi sau quá trình sấy khô.

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Đối tượng và nhu cầu sử dụng hà thủ ô đỏ lớn do sản phẩm có công dụng đa dạng, phù hợp với nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Trong thời gian vừa qua, Hà Thủ Ô đỏ được các ban, ngành, đoàn thể quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi để quảng bá, phát triển và mở rộng thị trường. Do đó, sản phẩm rất có tiềm năng phát triển trong tương lai.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Trong thời gian qua, nhóm tác giả luôn quan tâm đến hình thức quảng bá, phủ sóng sản phẩm trên thị trường nhằm tạo nên hiệu ứng tích cực tới khách hàng. Đại diện nhóm tác giả, bà Hoàng Thị Tình có thâm niên trong nghề bào chế hà thủ ô đỏ, đã tham gia các khóa học về marketing, tự học và bồi dưỡng bản thân về cách bào chế hà thủ ô và cách tiếp cận khách hàng. Để thu hút khách hàng và nhân rộng mô hình quảng cáo, tận dụng sức mạnh của truyền miệng, sức mạnh của truyền thông đa kênh (Facebook, Zalo, Youtube, Tiktok...), nhóm tác giả đã thường xuyên tổ chức hướng dẫn bán hàng, tổ chức các khóa học cộng đồng giúp đỡ các hộ dân kỹ thuật trồng cây hà thủ ô đỏ, tạo các sự kiện quy tụ đại lý để góp phần lan tỏa sản phẩm đến khách hàng cả nước. Đây là hướng đi mới, khác biệt và rất hiệu quả.

* **Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* chủ yếu sử dụng nhân lực sẵn có tại địa phương.

- *Kế hoạch tài chính:* Dự kiến mức lợi nhuận đạt được của dự án như sau:

Năm	Doanh thu (đồng)	Chi phí (đồng)	Lợi nhuận (đồng)
Năm đầu tiên	250.000.000	130.000.000	120.000.000
Năm thứ 2	500.000.000	2700.000.000	230.000.000
Năm thứ 3	800.000.000	4.200.000.000	3.800.000.000

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Nhóm tác giả đã tập trung mở rộng vùng nguyên liệu xen canh, tạo nên thảm thực vật xanh trên quy mô lớn, từ đó góp phần bảo vệ môi trường đất, môi trường không khí, đa dạng hóa môi trường sinh vật.

Các thành phần của sản phẩm được bào chế hoàn toàn từ tự nhiên có tác dụng trẻ hóa làn da, chống rụng tóc, hỗ trợ làm đen tóc, tăng cường chức năng gan và thận, thanh lọc máu, tăng cường sinh lí, cải thiện chứng mất ngủ, táo bón và ngăn ngừa các chứng bệnh xơ vữa động mạch...

Sản phẩm đã tạo điều kiện tăng thêm thu nhập cho người kinh doanh, các cửa hàng, người tham gia tiếp thị sản phẩm hà thủ ô đỏ Lạng Sơn trên cả nước. Đồng thời, góp phần làm thay đổi tư duy phụ nữ thời hiện đại, nhất là phụ nữ miền núi về ý thức: tự chủ về tài chính, yêu thương bản thân, khát vọng vươn lên trong cuộc sống, giữ gìn hạnh phúc gia đình...

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất, mở rộng dây chuyền sản xuất sản phẩm.

DỰ ÁN TRỒNG NẤM THẠCH TRÊN CƠ CHẤT BÃ CÂY THẠCH ĐEN GÓP PHẦN TÁI TẠO TÀI NGUYÊN VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG

(Giải Chuyên đề năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Cù Mạnh Hào

Địa chỉ: Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Diện tích cây thạch đen của tỉnh Lạng Sơn chiếm 80%, tiếp theo Cao Bằng chiếm 13%, Bắc Kạn chiếm 2% và các tỉnh khác chỉ chiếm 5% tổng diện tích cả nước. Hiện nay cây thạch đen được tập trung nhiều nhất ở huyện Tràng Định với khoảng 2.300 ha chiếm 74,3% diện tích thạch đen toàn tỉnh. Cây thạch đen huyện Tràng Định đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận nhãn hiệu tập thể “Thạch đen Tràng Định”; được Cục Trồng trọt cấp bằng bảo hộ giống cây trồng mới. Cây thạch đen là cây trồng xóa đói, giảm nghèo, mang lại hiệu quả kinh tế, nâng cao thu nhập của người dân, ổn định đời sống kinh tế - xã hội. Hiện nay trên địa bàn tỉnh, có một số cơ sở sản xuất thạch ăn truyền thống và 01 Công ty TNHH MTV Đức Quý đang sản xuất, chế biến các sản phẩm cung cấp (sản phẩm bột thạch như: Thạch đen, Thạch trắng, Quy linh cao...) cho thị trường trong tỉnh và một số tỉnh khác, xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc, Đài Loan và một số nước trong khu vực ASEAN như Lào, Campuchia, Thái Lan... Do đó, số lượng bã cây thạch đen được thải ra

tại các cơ sở sản xuất và chế biến thạch đen trong tỉnh mỗi ngày là rất lớn. Khi bã cây được thải trực tiếp vào đất, lâu ngày sẽ bị nấm mốc, vi khuẩn phân hủy làm ô nhiễm môi trường xung quanh. Việc sử dụng nguồn nguyên liệu này để sản xuất nấm thạch không chỉ góp phần bảo vệ môi trường, mà còn đa dạng hóa các loại nấm trồng tại Lạng Sơn, tăng thêm thu nhập cho các hộ dân sản xuất, kinh doanh. Do đó, việc nghiên cứu và ứng dụng triển khai dự án này là rất cần thiết.

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:*

Tổng sản lượng nấm trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn ước đạt trên 20 tấn/năm. Hiện nay, nhu cầu sử dụng của người dân đối với các loại nấm rất lớn, như: nấm đùi gà, nấm kim châm, nấm hương, đông trùng hạ thảo... Nấm thạch là loại nấm giàu dinh dưỡng, mọc tự nhiên dưới chất bã thải cây thạch đen. Giá bán trung bình từ 70.000 80.000đ/kg. Đây là một loại nấm dễ trồng và dễ bán, đầu tư vốn ban đầu ít nhưng mang lại lợi nhuận khá cao và ổn định cho người dân. Tuy nhiên hiện nay, loại nấm này chưa được quan tâm nuôi trồng, dẫn đến nguồn cung ứng khan hiếm. Đồng thời, chưa được nhiều người tiêu dùng biết đến.

Lạng Sơn là tỉnh tiếp giáp với nước bạn Trung Quốc, quốc gia sản xuất nấm lớn nhất thế giới. Sản phẩm khi tung ra thị trường sẽ phải cạnh tranh với các loại nấm được nhập khẩu từ nước bạn. Điểm khác biệt lớn nhất giữa nấm thạch và các sản phẩm nấm khác là không có chất bảo quản. Do đó, cần tập trung vào thế mạnh này để tăng khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường.

Người tiêu dùng sản phẩm hướng đến là người dân tỉnh Lạng Sơn, các chợ đầu mối. Tiếp đó là các nhà hàng địa phương, nhà hàng đặc sản, nhà hàng chay, khách sạn, các siêu thị. Tuy nhiên dự án xác định thị trường tiêu thụ chính là thành phố Lạng Sơn vì có dân số đông, lượng hàng hóa thực phẩm tiêu thụ lớn.

- *Phát triển thị trường:* Do thị trường tiêu thụ của dự án là trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn nên dự án giới thiệu thị trường thông qua: Tham dự các hội chợ, trưng bày để quảng bá sản phẩm, nắm bắt thông tin về nhu cầu, thị hiếu. Từ đó có các biện pháp thích hợp trong hoạt động sản xuất, tiêu thụ, quản lý nhằm mục tiêu gia tăng thị phần, doanh số bán hàng sản phẩm.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Đối với sản phẩm nấm thạch, hầu như không có đối thủ cạnh tranh vì đây là dự án đầu tiên trồng nấm thạch trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn. Do đó, đây là lợi thế để thu được lợi nhuận cao từ việc thực hiện dự án này.

- *Phương thức bán hàng:* Một trong những công cụ đang phát triển và có quy mô khắp hiện nay đó là internet. Dự án sẽ đưa các thông tin liên quan đến các website liên quan đến ẩm thực và thực phẩm để cho khách hàng biết đến. Lập fanpage trên facebook để cho khách hàng có thể tìm hiểu được quy trình trồng trọt và chế biến nấm thạch của dự án, điều này sẽ làm cho khách hàng cảm thấy yên tâm hơn khi sử dụng sản phẩm nấm thạch. Bên cạnh đó

lựa chọn các phương thức bán hàng linh hoạt để đẩy mạnh sức mua như phiếu thưởng, quà tặng, giảm giá, hàng miễn phí...

*** Nguồn lực thực hiện:**

- *Nguồn vốn:* Sử dụng nguồn vốn gia đình.

- *Trang thiết bị, mặt bằng, các chi phí khác có liên quan:* tận dụng, cải tạo cơ sở sẵn có và đầu tư hộ gia đình.

- *Nhân lực:* Tận dụng lao động gia đình, lao động nông nhàn để tăng thêm thu nhập của gia đình.

- *Kế hoạch tài chính:*

STT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
A	Chi phí đầu tư và công = I + II + III				40,020,000
I	Chi phí cố định				25,200,000
	Nhà nuôi trồng	Nhà	1	10,000,000	10,000,000
	Hệ thống tưới phun sương, hệ thống ủ bã thạch đen	Hệ thống	1	15,000,000	15,000,000
	Đồng hồ đo âm, nhiệt, giấy	Cái	1	200,000	200,000
II	Chi phí hàng tháng				4,820,000
	Nguyên liệu (bã thạch đen)	Kg	4000	500	2,000,000
	Chi phí giống nấm	Bịch	40	60,000	2,400,000
	Khấu hao dụng cụ	Tháng	1	300,000	300,000
	Chi phí ủ nấm (vôi)	Kg	40	3,000	120,000
III	Nhân công	Người	2	5,000,000	10,000,000
B	Thu hoạch	Kg	1,000	70,000	70,000,000
C	Lãi ròng = B-A (Lãi ròng/4 tấn nguyên liệu)	Đồng			29,980,000

Thời gian hoàn vốn và có lãi từ tháng thứ 2 trở đi.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

- *Đối với môi trường:* Trong những năm gần đây, các cơ sở chế biến thạch đen ngày càng nhiều do hiệu quả kinh tế mang lại khá cao, đảm bảo được thu nhập cũng như tận dụng thời gian nhàn rỗi của những người nông dân. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng tạo ra một sản lượng bã thải không nhỏ. Thông thường, người dân chỉ để bã thải thạch đen hoai mục tự nhiên kéo dài vài tháng đến vài năm sau đó bón trực tiếp cho cây trồng. Ở một số cơ sở sản xuất lớn, lượng bã thải để tồn đọng quá nhiều gây ảnh hưởng xấu đến môi trường, thẩm mỹ, cảnh quan nông thôn và ảnh hưởng đến sức khỏe của người dân.

Trong tương lai vấn đề xử lý rác thải trong sản xuất chế biến thạch đen sẽ phải tốn một khoản phí cho việc xử lý rác thải theo đúng Luật bảo vệ môi trường. Sử dụng bã thạch đen để trồng nấm phân nào sẽ giảm được đáng kể chi phí cho việc xử lý rác thải. Vì vậy, việc trồng nấm thạch sẽ giúp phần nào xử lý bã thải thạch đen, giúp bà con trồng nấm sử dụng hiệu quả nguồn phế phẩm này, đồng thời giảm thiểu được ảnh hưởng đến môi trường xung quanh.

- *Đối với kinh tế, xã hội:* Dự án làm tăng thu nhập cho người lao động, góp phần giải quyết việc làm cho người lao động địa phương, đặc biệt là những lao động vùng nông thôn.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Hỗ trợ thành lập HTX chế biến và tiêu thụ nấm thạch để hỗ trợ các hộ sản xuất về kỹ thuật và bao tiêu sản phẩm.

Giai đoạn đầu của dự án: tạo dựng uy tín với người dân và khách hàng. Tận dụng những ưu thế cạnh tranh vốn có tại địa phương. Tạo dựng các mối quan hệ, liên kết với các nhà hàng, khách sạn... có nhu cầu về nấm thạch để đảm bảo đầu ra cho sản phẩm. Ưu tiên chiến lược giá và xúc tiến quảng cáo. Đó nghiên cứu nhu cầu đa dạng các sản phẩm nấm của thị trường sẽ nghiên cứu, học tập kinh nghiệm và mở rộng sản xuất thêm các loại nấm khác có giá trị kinh tế cao.

Giai đoạn tiếp theo: Tiến hành mở rộng quy mô sản xuất, sử dụng dây chuyền công nghệ, máy móc hiện đại nhằm tăng năng suất và chất lượng nấm thạch từ đó tìm kiếm các thị trường lớn như Hà Nội và các tỉnh lân cận.

TRỒNG NẤM LIM DƯỚI TÁN RỪNG TỰ NHIÊN

(Giải Chuyên đề năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Lục Tiến Dũng

Địa chỉ: Chi cục Kiểm lâm tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Tổng diện tích đất có rừng của tỉnh Lạng Sơn tính đến 31/12/2021: 556,265,7 ha (bao gồm cả diện tích đã trồng rừng chưa thành rừng), trong đó: Rừng tự nhiên 290.223,15 ha (diện tích rừng trong quy hoạch lâm nghiệp là 279.104,35 ha; diện tích ngoài quy hoạch là 11.118,80 ha); rừng trồng: 266.042,6 ha (trong đó diện tích đã trồng rừng nhưng chưa thành rừng là 29.794,53 ha. Tổng diện tích đất có rừng đủ tiêu chí tính độ che phủ rừng (bao gồm cả rừng ngoài quy hoạch lâm nghiệp) là 526.471,2 ha, tỷ lệ che phủ rừng 63,4%. Rừng tự nhiên chủ yếu phân bố vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Việc đóng cửa rừng theo Chỉ thị số 13-CT/TW ngày 12/01/2017 của Ban Bí thư Trung ương Đảng ảnh hưởng không nhỏ đến kinh tế của người dân, đặc biệt là các hộ dân có nguồn thu nhập chính

dựa chủ yếu vào rừng. Do vậy, cần có những chính sách, những mô hình phát triển kinh tế hiệu quả để người dân không lệ thuộc vào rừng tự nhiên, hạn chế tình trạng phá rừng tự nhiên để trồng rừng, tác động tiêu cực đến hệ sinh thái tự nhiên.

Trong khi đó, đã có nhiều nghiên cứu chứng minh nấm lim có tác dụng chữa các bệnh về gan, bệnh ung thư, bệnh tai biến mạch máu não, bệnh gout và một số loại bệnh lý khác. Nhu cầu về nấm lim trên thị trường là rất lớn, giá nấm lim giao động từ 500.000-1.200.000 đồng/kg tươi. Do giá trị cao từ nấm lim đem lại, hiện nay việc khai thác quá mức nấm lim từ rừng tự nhiên không có lộ trình kế hoạch, đã và đang làm suy giảm nghiêm trọng sản lượng nấm lim trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn.

Do vậy, việc trồng nấm lim dưới tán rừng tự nhiên có nhiều thuận lợi như: Giá thể dễ kiếm, tận dụng được các điều kiện vốn có của rừng tự nhiên, nhiệt độ, độ ẩm, ánh sáng... nguồn vốn đầu tư thấp do không phải làm nhà kính hay hệ thống phun sương duy trì độ ẩm, phù hợp với hộ gia đình có mức vốn đầu tư còn hạn chế. Quy trình kỹ thuật có thể thuê các trung tâm nghiên cứu, viện nghiên cứu khoa học chuyên về nuôi cấy mô tế bào thực hiện, cấy các tế bào nấm lim vào các giá thể sẵn có trong rừng, hoặc giá thể là cây keo, để dưới tán rừng tự nhiên. Khi sản lượng khai thác nấm lim lớn, các hộ gia đình liên kết với nhau hoặc thành lập Hợp tác xã thu mua bao tiêu sản phẩm, đăng ký sản phẩm OCOP, đăng ký chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm của địa phương. Thực hiện quảng bá sản phẩm trên các nền tảng mạng xã hội: Facebook, Zalo, TikTok..., các Hội nghị về quảng bá sản phẩm địa phương do huyện, tỉnh tổ chức, phân phối sản phẩm đối với các nhà hàng, hiệu thuốc chuyên buôn bán dược liệu... từ đó mở rộng tiêu thụ đối với sản phẩm.

* **Thị trường:**

Khách hàng chủ yếu là những người bị các bệnh về gan, bệnh ung thư, bệnh tai biến mạch máu não, bệnh gout và một số loại bệnh lý khác. Kết quả nghiên cứu của các nhà khoa học trong nước cho thấy những tác dụng tuyệt vời của nấm lim, những người bị bệnh lý trên khi biết đến sẽ tin dùng sản phẩm có từ tự nhiên như nấm lim.

* **Nguồn lực thực hiện:**

Các thành viên của hộ gia đình, cá nhân có diện tích rừng tự nhiên đáp ứng đủ điều kiện thực hiện dự án, với sự giúp đỡ hướng dẫn về kỹ thuật của các trung tâm, viện nghiên cứu khoa học về nuôi cấy mô tế bào nấm lim.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

- Lợi ích về kinh tế: Đem lại nguồn thu nhập ổn định cho người dân, đặc biệt là các hộ gia đình, cá nhân có nguồn lợi kinh tế chủ yếu dựa vào rừng.

- Lợi ích về xã hội: Kinh tế hộ gia đình được cải thiện, đóng góp cho sự phát triển chung của xã hội, hạn chế được tình trạng phá rừng trái pháp luật xảy ra ở nhiều địa phương như hiện nay.

- Đóng góp về môi trường: Giúp bảo vệ tốt diện tích rừng tự nhiên hiện có hạn chế các vụ vi phạm pháp luật về Lâm nghiệp, giảm phát thải khí nhà kính, giảm sỏi mòn, lũ lụt thiên tai trên địa bàn.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Nếu Dự án được thực hiện thành công sẽ đem lại hiệu quả kinh tế cao cho người dân, dần dần các hộ gia đình sẽ quan tâm tham gia thực hiện. Khi sản lượng nấm linh khai thác đạt đến một mức nhất định, thu hút các Hợp tác xã, Công ty... trực tiếp đầu tư vào phát triển thị trường. Từ đó quảng bá nấm lim trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn đến khách hàng trong và ngoài nước.

Hiện nay, trên thực tế nguồn cung cấp sản phẩm nấm lim không đủ so với nhu cầu của xã hội, việc tăng sản lượng nấm lim sẽ giúp giảm giá sản phẩm, nấm lim sẽ có cơ hội tiếp cận nhiều hơn đối với các đối tượng có thu nhập thấp.

TRÀ VÀ CHI LĂNG

(Giải Chuyên đề năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: **Linh Thị Ánh Nguyệt**

Địa chỉ: **Huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn**



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Quả Vả có tên khoa học là *Ficus auriculata*, là một loại cây thuộc họ dâu tằm và có họ hàng với sung. Theo các nhà khoa học đã nghiên cứu dinh dưỡng chính có trong quả Vả rất đa dạng, phong phú, trung bình trong 100g Vả bao gồm: protein, chất béo, các vitamin nhóm B, vitamin C, canxi, magie và các khoáng chất khác như: phốt pho, sắt, kẽm, đồng, mangan. Hơn thế nữa, các nghiên cứu cũng chỉ ra nhiều hợp chất quý hiếm có trong Vả như: flavonoid, polyphenol và pectin. Do đó, quả Vả có rất nhiều tác dụng như: thanh nhiệt nhuận tràng, sinh tân chỉ khát, giải độc tiêu thũng, kiện tỳ khai vị theo y học cổ truyền, ngăn ngừa tế bào ung thư hiệu quả, chắc xương, giảm cholesterol trong máu, duy trì huyết áp ổn định, ngừa các bệnh về tim mạch, giảm nguy cơ mắc bệnh thiếu máu, hỗ trợ điều trị tốt cho người đái tháo đường, ngăn ngừa quá trình oxy hóa, có tác dụng giảm cân, điều trị mụn trứng cá, ổn định đường huyết, điều trị được các bệnh về đường hô hấp, ngăn lão hóa da.

Hiện nay, cây Vả được mọc tự nhiên rất nhiều ở huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn. Tại xã Hữu Kiên và xã Quan Sơn. Xuất phát từ kinh nghiệm dân gian, nguồn nguyên liệu dồi

đào, niềm đam mê với các loại cây, quả có nhiều tại địa phương, nhóm tác giả đã lên ý tưởng và nghiên cứu sản phẩm Trà Vả Chi Lăng. Trà được chế biến 100% từ quả Vả có mùi thơm, vị ngọt tự nhiên. Đây là sản phẩm hoàn toàn mới, trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn.

*** Thị trường:**

- Tiềm năng quy mô thị trường:

Sản phẩm tập trung vào khách hàng mọi lứa tuổi, không phân biệt giới tính, học tập và làm việc trên địa bàn Huyện Chi Lăng và các vùng miền trên cả nước (Trừ người có tiền sử huyết áp thấp...)

Sản phẩm dự kiến tiêu thụ chủ yếu hướng tới các cửa hàng, nhà hàng ẩm thực, dịch vụ ăn uống, hiệu thuốc, các hộ gia đình tại địa phương. Ngoài ra cũng có xu hướng thâm nhập vào thị trường buôn bán trong khu vực và trong cả nước, trên các trang mạng xã hội có nhiều người sử dụng như Facebook, Zalo...

- Đối thủ cạnh tranh: Sản phẩm hoàn toàn mới trên địa bàn tỉnh Lạng Sơn và một số địa bàn tỉnh lân cận.

- Phương pháp tổ chức quản lý: Công tác điều hành do tổ khởi nghiệp của Tung tâm GDNN-GDCTX quản lý, từ khâu thu mua nguyên liệu, chế biến sản phẩm đến bán.

- Kế hoạch phát triển thị trường:

Thực hiện bán hàng trên mạng xã hội và các trang bán hàng online, giới thiệu sản phẩm, thực hiện các chương trình quảng cáo thu hút sự quan tâm chú ý của khách hàng.

Liên hệ các đối tác cung cấp nguyên liệu, chất lượng đảm bảo cung cấp cho hoạt động của dự án. Liên hệ, tiếp thị sản phẩm đến các cửa hàng, cơ sở kinh doanh trong và ngoài địa bàn, nếu có thể sẽ kí kết luôn hợp đồng cung cấp sản phẩm, tại khu vực có đông du khách địa phương khác dừng chân như: Đền Châu Bát, Châu Mười, Suối Lân, Đền Quan, Đền Châu Lục.. trên địa bàn huyện Chi Lăng và tỉnh Lạng Sơn như Chùa Tam Thanh, Nhị Thanh, Đền Kì Cùng, Đền Mẫu...

Đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi nhằm thu hút khách hàng: giảm giá hoặc tặng quà nhân dịp các ngày đặc biệt: 20/10, 20/11, giáng sinh, năm mới, black friday (cuối tháng 11), 8/3... Quan tâm, dành nhiều ưu đãi cho các cộng tác viên, cơ sở kinh doanh tiêu thụ nhiều sản phẩm như: quà tặng các ngày lễ tết, % hoa hồng thỏa đáng, tổ chức du lịch (1-2 lần/năm)...

- *Doanh thu sản phẩm:* Doanh thu từ nguồn bán sản phẩm dự kiến công suất 1.000 kg sản phẩm/năm. Giá bán: 150.000đ/ kg; Doanh thu hàng năm khoảng 150 triệu đồng. Sau khi trừ các chi phí lợi nhuận đạt khoảng 16 triệu đồng/ năm.

*** Nguồn lực thực hiện:**

- *Nguồn lực tài chính:* từ các cá nhân đóng góp, gia đình hỗ trợ, nếu cần mở rộng kinh doanh có thể tiếp tục vay thêm vốn từ gia đình, người thân, bạn bè hoặc vay tín dụng thông

qua các nhân hàng.

- *Nguồn lực nhân sự:* Nguồn nhân lực cơ sở là 05 người trong nhóm trực tiếp tham gia vào quá trình thiết kế dự án, tìm hiểu thị trường, quản lý, điều hành hoạt động của dự án. Ngoài ra còn có sự ủng hộ, giúp đỡ lớn từ người thân, bạn bè và cộng đồng xung quanh.

- *Nguồn lực về kỹ thuật, công nghệ, nguyên liệu:* Năng lực, trình độ của nhân lực: có sự đam mê, óc thẩm mỹ, sáng tạo cao; Công nghệ máy móc hiện đại giúp chế biến, bảo quản với số lượng lớn dễ dàng và tốt hơn; Nguyên liệu địa phương sẵn có, giá cả phù hợp.

- *Kế hoạch tài chính:*

Đơn vị tính: Đồng

TT	Nội dung chi	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền
I	Chi nguyên liệu				
1	Quả Vả	Kg	7.000	5.000	35.000.000
2	Chi điện	Kw	5.000	1771	8.855.000
3	Nước	m ³	50	12.000	600.000
II	Chi phí nhân công				
1	Chi nhân công	Ngày	60	300.000	18.000.000
III	Chi khấu hao				
1	Máy móc thiết bị (5 năm)	Đồng			12.000.000
2	Nhà xưởng (10 năm)	Đồng			20.000.000
	Cộng chi phí sản xuất				99.255.000
IV	Chi khác				
1	Chi phí bao bì (10%) CPSX	Đồng		10%	9.925.500
2	Chi phí bao bì (10%) CPSX	Đồng		10%	9.925.500
	Tổng chi phí	Đồng			119.106.000
V	Doanh thu	Đồng			150.000.000
VI	Nộp thuế (10%)	Đồng			15.000.000
VII	Lợi nhuận sau thuế	Đồng			15.894.000

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Sử dụng được quả Vả có nhiều trên địa bàn trong tự nhiên để sản xuất sản phẩm trà Vả có nhiều công dụng cho thị trường.

Tạo việc làm, thu nhập ổn định cho người sản xuất và người dân khi bán quả Vả cho xưởng sản xuất. Về lâu dài người dân có thể trồng Vả bán cho đơn vị sản xuất đem lại một nghề mới có thu nhập ổn định cho lao động nông thôn.

Khởi dậy tính sáng tạo, khởi nghiệp trong học sinh học tại trung tâm, xây dựng được thương hiệu Trà Vả Chi Lăng.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Trên cơ sở tính toán năm đầu tiên sản xuất 1.000 kg sản phẩm sau khi tiếp cận thị trường có hướng tiêu thụ tốt với máy móc thiết bị đã đầu tư có thể nâng công suất lên 2.000 đến 3.000 kg sản phẩm /năm để cung cấp cho thị trường đem lại doanh thu tốt hơn cho cơ sở sản xuất và người lao động.

Sản xuất thêm các loại trà túi lọc và các sản phẩm khác được chế biến từ quả Vả như: Mứt Vả và các sản phẩm phục vụ chế biến đồ ăn.

BÚN KHÔ LỆ TRI

(Giải Chuyên đề năm 2022)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Lương Mỹ Lệ

Địa chỉ: Huyện Văn Quan, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Thực phẩm chế biến sẵn, sơ chế sẵn là những sản phẩm đi liền với đời sống hàng ngày của mỗi gia đình. Bún khô cũng như các món ăn truyền thống khác đã không ngừng thay đổi về chất lượng, hương vị, diện mạo, màu sắc, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày càng đi lên của khách hàng.

Bún khô nhiều màu với cách làm thủ công 100% của gia đình, chính là món bún độc đáo chỉ có ở xã Bắc Hùng, Lạng Sơn. Bún khô khi nấu lên ngoài hương vị, màu sắc đẹp, thì vẫn phải giữ được độ dai như bún truyền thống. Mỗi loại rau, củ, quả trộn với gạo sẽ cho ra sản phẩm bún với màu sắc khác nhau, ví như: Bí đỏ, ngô màu vàng, gấc màu cam, hoa đậu biếc màu xanh tím than, rau chùm ngây ra màu xanh lá, gạo lứt ra màu nâu nhạt, màu tím từ lá cẩm tím, màu đỏ từ lá cẩm đỏ và củ dền. Việc căn chỉnh liều lượng màu nhuộm, thời gian nhuộm rất quan trọng, quyết định đến độ đậm nhạt, tươi của màu bún. Sản phẩm được tạo ra trên cơ sở sản xuất theo phương pháp thủ công tại các khâu đòi hỏi sự tỉ mỉ, khéo léo; kết hợp sử dụng công nghệ máy móc hiện đại tại các khâu đơn giản, nhằm giảm bớt gánh nặng về sức lao động của nhân lực. Tất cả các khâu sản xuất đảm bảo chặt chẽ mọi yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy định của Nhà nước.

Với mong muốn tận dụng những nguyên liệu sạch, sẵn có tại địa phương như gạo, các loại cây làm hương liệu như gấc, lá cẩm, lá nếp... để tạo ra một sản phẩm an toàn với sức

khỏe người tiêu dùng. Tạo công ăn việc làm thêm cho bản thân và giúp đỡ, hỗ trợ một số chị em phụ nữ cùng chi hội tại địa phương. Chính vì vậy, tác giả đã mạnh dạn khởi nghiệp với dự án “Bún khô Lệ Tri” tại xã Bắc Hùng, huyện Văn Lãng, tỉnh Lạng Sơn.

*** Thị trường:**

- Tiềm năng quy mô thị trường: Sản phẩm hướng tới đông đảo người tiêu dùng ở mọi lứa tuổi, đặc biệt là nhóm khách hàng liên quan tới công việc nội trợ gia đình từ nông thôn đến thành thị. Đồng thời, cung cấp cho các siêu thị trong và ngoài tỉnh; các chợ nhỏ lẻ trên địa bàn xã, huyện; nhà hàng, quán ăn sáng, quán ăn nhanh, các quán ăn xào theo phong cách Ý, Nhật...

- *Đối thủ cạnh tranh:* chủ yếu là các loại bún tươi trên thị trường với giá thành thấp hơn và thời gian chế biến nhanh hơn. Tuy nhiên, bún khô có nhiều lợi thế như: không có vị chua tạo cảm giác ngon miệng, không bị đầy bụng hợp với người có hệ tiêu hóa kém; Dễ bảo quản, tiện lợi cho chế biến. Đồng thời, chất lượng sản phẩm luôn đảm bảo sạch, an toàn từ khâu chọn lựa nguyên liệu đến quá trình sản xuất, đáp ứng nhu cầu sử dụng các nguồn thực phẩm sạch của người tiêu dùng hiện nay.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:*

Phương thức phân phối: Trực tiếp bán lẻ cho người tiêu dùng, bán buôn cho các tiểu thương để phân phối sản phẩm đến tay người tiêu dùng; Quảng bá trên trang mạng xã hội như Zalo, Facebook, Google Ads, Shopee, Lazada, Tiki...; Nhờ người quen, khách hàng thân thiết giới thiệu sản phẩm; Tiếp thị trực tiếp thông qua các hội chợ nông sản Việt Nam tại Lạng Sơn, Hà Nội và các tỉnh thành lân cận như Thái Nguyên, Hải Dương...

Thông qua hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán hàng, nhận phản hồi từ khách hàng trực tiếp; Tổng hợp dữ liệu khách hàng, phân tích các yếu tố tác động đến nhu cầu của khách hàng về sản phẩm, từ đó đưa ra các giải pháp phát triển sản phẩm, phát triển dịch vụ phù hợp.

*** Nguồn lực thực hiện:**

Nguồn vốn góp của chủ cơ sở, và khả năng tiếp cận nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng ngân hàng.

Diện tích nhà xưởng sử dụng cho dự án là 150m² nằm tại thôn Lũng Vài, xã Bắc Hùng, huyện Văn Lãng, tỉnh Lạng Sơn, cùng hệ thống cấp nước, hệ thống cấp điện, khu phơi khô sản phẩm, hệ thống thoát nước thải tổng thể, hệ thống máy móc hiện đại (máy xay công suất lớn, máy ép sợi, máy đóng gói...)

Tác giả dự án trực tiếp quản lý triển khai thực hiện dự án. Nếu dự án đi vào hoạt động sẽ thành lập bộ phận điều hành hoạt động của dự án như sau: Người phụ trách chung (điều hành, quản đốc); Người quản lý các khoản chi phí; Bộ phận sản xuất; Bộ phận quảng bá sản phẩm, cụ thể:

Hoạt động	Thời gian	Người thực hiện	Địa điểm
Thu mua nguyên liệu	Sau thu hoạch vụ mùa	Người phụ trách chung, Công nhân sản xuất	Thu mua tại nhà
Chế biến	Tùy theo đơn, hợp đồng của khách	Công nhân sản xuất	Tại cơ sở sản xuất
Bao tiêu sản phẩm	Sau khi chế biến	Bộ phận quảng bá sản phẩm	Tại cơ sở sản xuất, trên các trang thông tin
Quản lý chi phí	Từ thu mua nguyên vật liệu đến chế biến và bao tiêu	Kế toán	Tại cơ sở sản xuất

Các vật tư đầu vào được chế biến từ các nguyên liệu tự nhiên có màu đặc trưng như ngô, lá chùm ngây, hoa đậu biếc, lá cẩm hay quả gấc. Đối với nguồn lao động phục vụ quá trình hoạt động của dự án sau này, dự kiến sử dụng nguồn lao động dồi dào tại địa phương. Nên cơ bản thuận lợi cho quá trình thực hiện dự án.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

Tăng thu nhập cho gia đình và tạo công ăn việc làm cho lao động địa phương

Xây dựng sản phẩm chế biến sẵn, thân thiện với người tiêu dùng, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm nông sản Việt tiêu dùng trong cuộc sống và xuất khẩu.

Thu mua, tiêu thụ sản lượng nông sản (gạo, ngô, gấc...), góp phần tiêu thụ nông sản, ổn định giá cả. Đồng thời, bã ngô, lá cẩm và gấc sau khi nghiền để có nước màu có thể dùng làm phân bón cho cây trồng, lõi ngô dùng để trồng nấm rất hiệu quả

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Bún khô Lê Tri đang hướng tới xây dựng thành sản phẩm OCOP và phát triển thương hiệu riêng, qua thời gian dài xây dựng đã tạo được vị thế, thương hiệu nhất định trên thị trường.

Tiếp tục tổ chức sản xuất kinh doanh theo chuỗi giá trị, đầu tư thêm máy móc, đổi mới công nghệ sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu hội nhập, tích cực thực hiện tốt các hoạt động xúc tiến thương mại để mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, từ đó mở rộng sản xuất, nâng cao thu nhập cho gia đình và lao động trên địa bàn.

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM NEM NƯỚNG "THÚY ANH" ĐẠT TIÊU CHUẨN OCOP

(Giải Chuyên đề năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Nguyễn Thị Thúy

Địa chỉ: Huyện Hữu Lũng, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Nem nướng huyện Hữu Lũng là một sản phẩm truyền thống đã có từ lâu đời, đến nay sản phẩm không chỉ được biết đến ở trong huyện mà đã được tiêu dùng rộng rãi trên thị trường. Hiện nay trên địa bàn huyện đã có khá nhiều hộ tham gia sản xuất, kinh doanh; phần lớn sản phẩm nem nướng của các hộ sản xuất, kinh doanh đều mang tính tự phát, nhỏ lẻ, chưa có sự liên kết và chưa có thương hiệu để người tiêu dùng biết và phân biệt với sản phẩm ở địa phương khác. Trước tình hình đó, việc xây dựng thương hiệu cho sản phẩm Nem nướng huyện Hữu Lũng là yêu cầu khách quan và cần thiết trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường như hiện nay, với mục tiêu nâng cao giá trị sản phẩm.

Tính mới, tính sáng tạo: Dựa trên phương pháp chế biến truyền thống và đúc kết kinh nghiệm của cá nhân trong nhiều năm để chế biến, sản xuất ra sản phẩm Nem nướng có uy tín chất lượng mang đậm nét văn hóa ẩm thực truyền thống địa phương. Tác giả vừa kết hợp sản xuất theo phương pháp thủ công tại các khâu đòi hỏi sự tỉ mỉ, khéo léo (đọc lá, rửa lá, gói nem thành phẩm, chọn loại thịt đảm bảo chất lượng), vừa kết hợp sử dụng công nghệ máy móc hiện đại tại các khâu đơn giản, nhằm giảm bớt gánh nặng về sức lao động của nhân lực (thái thịt, rang xay gạo thành thính). Tất cả các khâu sản xuất đảm bảo chặt chẽ mọi yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm.

*** Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Điểm mạnh của sản phẩm nem nướng Thuý Anh là sản phẩm đã có từ lâu, có thương hiệu và được người dân trên địa bàn sử dụng, biết đến. Đặc biệt là các nhà hàng, dịch vụ thường xuyên đặt hàng để bán lẻ, ngoài ra còn có rất nhiều khách hàng đặt hàng mang đi các tỉnh thành lân cận để tiêu thụ.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Cạnh tranh trực tiếp từ các sản phẩm nem nướng đã có trên địa bàn huyện Hữu Lũng đặc biệt là nem nướng Khôi Loan đã được cấp giấy chứng nhận thương hiệu. Sự cạnh tranh của các tiểu thương kinh doanh nhỏ lẻ tại các khu chợ.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:*

Tiếp thị trực tiếp thông qua các hội chợ nông sản Việt Nam tại thành phố Lạng Sơn, các tỉnh thành lân cận như Thái Nguyên, Bắc Giang, Bắc Ninh. Trong các Hội nghị, Đại hội có gian hàng trưng bày sản phẩm nông sản địa phương, qua các kênh bán hàng online trên các sàn thương mại điện tử, trang fanpage, Facebook, zalo, truyền thanh, truyền hình, báo đài.

Tiếp tục nghiên cứu thị trường, lồng ghép với hoạt động kinh doanh, phân phối nhằm xác định nhu cầu thị trường. Thông qua hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán hàng, nhận phản hồi từ khách hàng trực tiếp. Tổng hợp dữ liệu khách hàng, trên dữ liệu thu thập được. phân tích các yếu tố tác động đến nhu cầu của khách hàng về sản phẩm, đưa ra các giải pháp phát triển sản phẩm, phát triển dịch vụ phù hợp.

Áp dụng chiến lược thị trường đơn lẻ, là chiến lược áp dụng cho 1 sản phẩm, tập trung nguồn lực đầu tư vào 1 phân khúc thị trường (tệp khách hàng mua lẻ) để tạo lợi thế. Tập trung nguồn lực phát triển kinh doanh online để tiếp cận được nhiều khách hàng ở trên địa bàn rộng.

Mở thêm gian hàng trên các trang thương mại điện tử như: Voso, Postmart, shoope; Thiết kế logo nem nướng Thuý Anh; In túi đựng sản phẩm; Sử dụng “hiệu ứng” sản phẩm OCOP để quảng bá sản phẩm trên các trang truyền thông của huyện và của tỉnh.

*** Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* 06 người, trong đó: Quản lý (chủ doanh nghiệp): 01; Nhân viên gói nem: 03; Nhân viên giao hàng: 01; Nhân viên thái thịt: 01.

- *Kế hoạch tài chính để thực hiện thành công dự án:*

Tổng mức đầu tư của dự án: 485.000.000đ

- Cơ cấu vốn: + Vốn chủ dự án: 185.000.000đ

+ Vốn vay ngân hàng: 300.000.000đ

- *Phương án tài chính cho từng năm khi dự án đi vào hoạt động:*

- Năm thứ nhất: Mỗi ngày tiêu thụ 100 quả nem/ngày. Cho thu nhập bình quân 3tr đồng/ ngày, một tháng là 90tr đồng/ tháng, một năm là 1,08 tỷ/năm. Sau khi trừ đi chi phí, phụ phí, lương nhân công (05 người), triết khấu,... thu lãi về khoảng: 36000 quả nem X

3000đ (lãi đã trừ chi phí) = 108 triệu đồng/năm (tùy thuộc vào giá cả thực phẩm từng giai đoạn, từng năm).

- Năm thứ 2: Mỗi ngày tiêu thụ 150 quả nem/ngày. Cho thu nhập bình quân 4,5tr đồng/ngày, một tháng là 135tr đồng/ tháng, một năm là 1,62 tỷ đồng/năm. Sau khi trừ đi chi phí, phụ phí, lương nhân công (05 người), triết khấu,... thu lãi về khoảng: 54000 quả nem x 3000 đồng (lãi đã trừ chi phí) = 162tr đồng/năm (tùy thuộc vào giá cả thực phẩm từng giai đoạn, từng năm).

Trong đó phát triển thêm làm nem chua (nem cái to khoảng 300gam/cái), nem chua bé (10gam/cái, một bó 10 cái). Dự kiến lợi nhuận sẽ là 30tr đồng/năm.

- Năm thứ 3, thứ 4: Mỗi ngày tiêu thụ 200 - 250 quả nem/ngày. Cho thu nhập bình quân 6-7,5tr đồng/ ngày, một tháng là 180-225tr đồng/ tháng, một năm là 2.16 - 2.7 tỷ đồng/năm. Sau khi trừ đi chi phí, phụ phí, lương nhân công (05 người), triết khấu,... thu lãi về khoảng: 72000 - 90000 quả nem X 3000 đồng (lãi đã trừ chi phí) = 216 - 270 tr đồng/năm (tùy thuộc vào giá cả thực phẩm từng giai đoạn, từng năm).

Trong đó phát triển thêm làm nem chua (nem cái to khoảng 300gam/cái), nem chua bé (10gam/cái, một bó 10 cái). Dự kiến lợi nhuận sẽ là 40tr đồng/năm.

Sản xuất đã đi vào ổn định, lượng khách hàng mua lẻ, bán buôn cho nhà hàng đã ổn định trong huyện, tỉnh và trong nước. Sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP sẽ đưa đến nhiều khách hàng có nhu cầu thưởng thức các mặt hàng an toàn cho sức khỏe và là đặc sản vùng miền.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Nâng tầm sản phẩm lên đạt tiêu chuẩn OCOP 4 sao cho sản phẩm Nem nướng huyện Hữu Lũng nhằm nâng cao giá trị, danh tiếng của sản phẩm bản địa trên thị trường, góp phần đảm bảo đời sống cho người sản xuất và giữ gìn, phát huy các giá trị kinh tế, văn hoá - xã hội của sản phẩm nem nướng cho huyện Hữu Lũng.

Góp phần phát triển kinh tế địa phương, của tỉnh và của cả nước. Tạo ra việc làm cho người lao động mà trước tiên là những thành viên trong gia đình. Mở rộng sản xuất kinh doanh để góp phần thúc đẩy kinh tế, việc làm cho người dân.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN:

Mở rộng kinh doanh ra các vùng lân cận. Dự kiến mở cửa hàng bán buôn, bán lẻ và mở cơ sở kinh doanh tại các huyện khác trong tỉnh Lạng Sơn, sau đó là mở rộng có sở sản xuất ra các tỉnh để giới thiệu sản phẩm cho thực khách trong và ngoài nước. Ngoài ra còn mở lớp dạy nghề cho những cá nhân có mong muốn khởi nghiệp, yêu thích đặc sản ẩm thực Lạng Sơn và phát triển khởi nghiệp từ mô hình kinh doanh tại gia.

Liên kết giữa các cơ sở sản xuất kinh doanh trong huyện về sản phẩm Nem nướng, nem chua, giò, chả tạo thành HTX sản xuất tiêu thụ, cung ứng các mặt hàng, sản phẩm Nem an toàn thực phẩm đạt chất lượng cao.

NÂNG TẦM GIÁ TRỊ VÀ QUẢNG BÁ ĐẶC SẢN BÁNH KHẢO TRÀNG ĐỊNH LẠNG SƠN

(Giải Chuyên đề năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Ma Thị Mây

Địa chỉ: Huyện Tràng Định, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Bánh khảo Tràng định được biết đến là một trong những món bánh truyền thống của bà con dân tộc Tày, Nùng ở Lạng Sơn. Đây là loại bánh không chỉ mang hương vị ngọt ngào, màu sắc bắt mắt mà lại chứa đựng trong mình những tầng ý nghĩa sâu sắc của dân tộc. Bánh làm từ gạo nếp hương (nếp ong vàng) được trồng trên chính mảnh đất thung lũng màu mỡ trù phú nơi hội tụ của 3 sông 7 suối và đường mật mía Bình độ ngon có tiếng tại vùng. Tuy nhiên, bánh khảo hiện nay chưa thực sự phát triển được tiềm năng của nó: giá thành rẻ so với công sức làm bánh, hình thức mẫu mã, bao bì chưa phong phú... Chính bởi những lí do trên, tác giả đã triển khai dự án: “Nâng tầm giá trị và quảng bá đặc sản bánh khảo Tràng Định Lạng Sơn” với mong muốn gìn giữ, phát triển và nâng cao giá trị tài nguyên bản địa, phát triển kinh tế, tăng thu nhập và tạo sinh kế bền vững lâu dài cho người dân địa phương, thương mại hóa sản phẩm hướng tới phát triển du lịch địa phương.

Tính mới, tính sáng tạo: Bánh khảo được làm theo quy trình, cải tiến khuôn sản phẩm phù hợp hơn cho khách hàng. 1 hộp bánh sẽ chia thành 6 gói nhỏ mỗi gói nặng 80g, đóng gói đẹp mắt và trên mỗi bao bì sản phẩm có hình ảnh các di tích lịch sử hoặc phong cảnh nổi tiếng của Lạng Sơn. Từ đó, tạo cho khách hàng hài lòng khi mua sản phẩm, không chỉ đơn thuần mua chiếc bánh làm quà mà có cả câu chuyện lịch sử gắn liền trên đó

* Thị trường:

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Phân khúc khách hàng rất đa dạng từ lứa tuổi trẻ đến già, các hộ gia đình, giàu, nghèo... không chỉ làm lương khô sẵn bỏ túi mỗi khi đi làm nướng rẫy, đi làm xa, du lịch, hay là bữa ăn sáng v.v...Hưởng đến khách du lịch, khách cơ quan nhu cầu làm quà biếu người thân, bạn bè gần xa. Các chùa và điểm du lịch Lạng Sơn với hương vị bánh truyền thống địa phương, mang theo câu chuyện văn hóa đặc trưng quê hương Xứ Lạng. Với sự thuận lợi về nguồn nguyên liệu sẵn có tại địa phương, giá thành hợp lý sản phẩm đầu ra đáp ứng được mọi khách hàng, cho nên sự thành công và phát triển tiềm năng rất lớn.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Trong địa phương chưa có cơ sở nào đầu tư bài bản mẫu mã bao bì và ngoài tỉnh cũng có sản phẩm về bánh khảo như bánh khảo Cao Bằng cũng có thương hiệu nhưng để so sánh về chất lượng sản phẩm bánh khảo Tràng Định vẫn có độ thơm, ngon được khách hàng đánh giá cao vì được làm từ gạo nếp ong địa phương, và sản phẩm bánh khảo Cao Bằng cũng chưa chú trọng về mẫu mã bao bì.

- *Khả năng thương mại hóa sản phẩm:* Sản phẩm đã tham gia nhiều hội chợ trong và ngoài tỉnh và có một số mối khách hàng đại lý (15 đại lý), bước đầu đã có điểm gửi hàng và quảng bá sản phẩm như: các điểm dừng chân du lịch Chi Lăng, các cửa hàng ocop Lạng sơn như Minh Phát, Đền Mẫu, Chùa Thành, Chùa Tân Thanh, Mẫu Sơn.....

*** Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* 02 người. Trong đó: Quản lý: 01; Nhân viên bán hàng: 01.

- *Phương án đầu tư:*

TT	Danh mục máy móc thiết bị	ĐVT	Số	Xuất	Đơn giá	Thành tiền (VNĐ)
			lượng	Xứ		
1	Nhà xưởng	M2	300			400,000,000
2	Máy xay sát	Bộ	1	VN	50,000,000	50,000,000
3	Máy hút chân không	Bộ	1	VN	15,000,000	15,000,000
	Máy nghiền bột	Cái	1	VN	25,000,000	25,000,000
4	Máy nghiền đường	Cái	1	VN	25,000,000	25,000,000
5	Máy nhào đa năng (loại 30 l)	Cái	1	VN	16,000,000	16,000,000
	Máy hàn miệng túi	Cái	1	VN	5,000,000	5,000,000
6	khuôn đóng	Cái	20	VN	2,000,000	2,000,000
7	Dao cắt	Con	2	VN	500,000	1,000,000
	Tổng cộng					539,000,000

Giá bán lẻ: 8.000đ/hộp, lãi 2.920đ. 1 ngày làm ra 750 hộp nhỏ, 1 năm tầm 45.000 hộp. Như vậy lãi dự kiến tầm 788.000.000. Trong một (01) năm sẽ thu hồi vốn ban đầu bỏ ra.

Giá bán buôn: 6.500đ/hộp, lãi 920đ/hộp. Dự kiến thu hồi vốn hơn hai (02) năm (26 tháng)

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Tăng thu nhập, nâng cao vị thế và bình đẳng giới cho phụ nữ. Mang lại lợi ích cho người nông dân, cụ thể là người trồng lúa, giá cả cao thu nhập ổn định cuộc sống tốt hơn. Dự án được thực hiện giải quyết công ăn việc làm cho ít nhất 05 lao động địa phương trực tiếp và gần 100 lao động online tăng thu nhập với mức thu nhập bình quân khoảng 4.500.00-7.000.000 đồng/người/tháng.

Nâng cao giá trị đặc sản địa phương, quảng bá và thu hút khách du lịch.

Trồng lúa nếp và cả những nơi đất trống của bà con người dân địa phương, góp phần cải tạo chất lượng đất thông qua việc bón phân chuồng ủ hoai và phân xanh (cây họ đậu đổ) vào cây trồng. Vùng trồng mía làm đường mật mía (nhất là trong khu Bình độ sẽ được mở rộng). Là mô hình mẫu về phát triển nghề bánh truyền thống, giữ gìn văn hoá bản sắc dân tộc

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN: Mô hình điểm phát triển làng nghề làm bánh truyền thống tại địa phương, các năm sau khi dự án vào hoạt động ổn định. Dự kiến sẽ làm các loại bánh truyền thống khác của địa phương như: Bánh phồng, khẩu sli, bánh chưng nếp nướng, bánh sì ón (mochi làng).

Hướng tới tạo công ăn việc làm cho tầm 20 người trực tiếp tại địa phương năm thứ 2, và CTV phát triển online 200 thành viên, phủ rộng các điểm bán rộng nhất là các điểm du lịch trong tỉnh.

FARMSTAY

(Giải Chuyên đề năm 2023)

Tên tác giả/đại diện nhóm tác giả: Lâm Hồng Giang

Địa chỉ: Huyện Bình Gia, tỉnh Lạng Sơn



Du khách trải nghiệm tại Núi Nàng tiên

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Ý TƯỞNG:

Với tiềm năng du lịch tại địa bàn có điểm Núi Nàng Tiên (Lâm Luông, Thiện hòa, Bình gia, Lạng Sơn), là 1 đồi cỏ rộng 24ha có hệ sinh thái cảnh quan rất đẹp thích hợp cho các hoạt động cắm trại, dã ngoại, săn mây...thu hút vài nghìn lượt khách mỗi năm. Nhưng trên địa bàn chưa có nhà nghỉ, khách sạn nào để phục vụ nhu cầu lưu trú cho khách du lịch. Do đó homestay sẽ là 1 lựa chọn hợp lý vừa đáp ứng được nhu cầu lưu trú, vừa tạo được sự mới mẻ cho thị hiếu của khách du lịch. Tuy là 1 vùng nông thôn miền núi nhưng hầu hết các loại rau củ quả đều được nhập từ nơi khác về tiêu thụ, không tận dụng được lợi thế tài nguyên đất sẵn có. Cùng với đó địa bàn có những nông sản sẵn có như Ốc ruộng, rất được thực khách ưa chuộng nhưng chưa có mô hình nuôi trồng khai thác hợp lý, không tận dụng được tiềm năng sẵn có. Do đó việc xây dựng 1 khu nông trại để nuôi ốc, cá, trồng các loại rau củ quả vừa phục vụ nhu cầu khách du lịch cũng như cung cấp thực phẩm sạch cho ngay cả người dân trong vùng cũng là 1 nguồn thu nhập và là không gian để du khách trải nghiệm. Từ các yếu tố trên, mô hình farmstay là 1 nghiệm đúng cho bài toán vừa phát triển được du lịch, vừa phát triển nông nghiệp bền vững.

- Tính mới, tính sáng tạo: Mô hình farmstay là mô hình phát triển bền vững, không chỉ tối ưu hóa được nguồn đất, tài nguyên mà còn tránh bị “chảy” tài nguyên ra bên ngoài. Như ta thấy rất nhiều khu du lịch phát triển, giá đất ở đó tăng cao, hầu hết người dân chỉ bán đất lấy tiền, có những người bán mấy chục ha đất ở quê để ra phố mua vài trăm m² đất ở phố dựng nhà rồi đi làm thuê. Rồi đến khi họ thất nghiệp thì lại là 1 vòng luẩn quẩn. Còn

mô hình farmstay thì vừa tạo kế sinh nhai bền vững mà giá trị tài sản vẫn được giữ nguyên.

- *Chiến lược kinh doanh:* Người bản địa làm du lịch có lợi thế về am hiểu thổ địa, vào dịp vắng khách nhân viên của cơ sở vẫn có thể làm các công việc khác để phát triển kinh tế. Du lịch giúp nâng cao thương hiệu, giá trị của nông sản địa phương nên đầu ra và giá cả ra thị trường vẫn ổn hơn so với làm thuần nông.

* **Thị trường:**

- *Tiềm năng quy mô thị trường:* Dựa trên lượng khách 2 năm trở lại đây thì Núi Nàng Tiên thu hút đủ các tệp khách từ trẻ nhỏ, người già, người nước ngoài nhưng nhiều nhất vẫn là những người trẻ, ưa khám phá trải nghiệm. Tệp khách hàng mà farmstay có khả năng thu hút đó là những gia đình họ muốn đưa trẻ nhỏ đến những nơi yên bình, trong lành để trải nghiệm. Những nhóm bạn trẻ đam mê phượt, hoặc những cặp đôi tình nhân bởi trong vòng bán kính 30km, địa bàn chưa có nhà nghỉ, khách sạn phục vụ lưu trú. Đa phần khách thuộc nhóm 20- 35 tuổi, có nguồn thu nhập ổn định.

- *Đối thủ cạnh tranh:* Hiện tại địa bàn đang có 4 homestay đăng kí kinh doanh, cùng với sự phát triển của du lịch trong tương lai có thể có nhiều thêm mô hình cạnh tranh hơn nữa. Nhưng với mô hình farmstay vẫn có tính ưu việt hơn, vì sự đa dạng và không dễ bắt trước bởi phụ thuộc yếu tố vị trí địa lý, cũng như điều kiện tự nhiên thuận lợi hay không.

- *Kế hoạch tiếp thị, phát triển thị trường:* Tận dụng quảng bá trên các nền tảng MXH như facebook, tictok,... sử dụng dịch vụ của các công ty quảng cáo.

Quảng bá, marketing đưa các hình ảnh về điểm du lịch Núi Nàng Tiên (Lân Luông), hình ảnh trải nghiệm thác suối trong vùng, các phong tục tập quán độc đáo để thu hút sự chú ý của khách hàng. Sau khi nhận được sự chú ý của khách hàng tiềm năng, giới thiệu đến họ những dịch vụ của cơ sở.

Sau khi đã chốt và khách hàng đã có trải nghiệm, xin cảm nhận, và lời khuyên từ họ để hoàn thiện hơn về dịch vụ. Xin thông tin khách hàng để tạo mối gắn kết. Họ sẽ là khách hàng tiềm năng tiếp theo hoặc sẽ là cầu nối với những khách hàng tiềm năng khác.

* **Nguồn lực thực hiện:**

- *Nhân lực:* Tận dụng các thành viên trong gia đình để phục vụ hoạt động lưu trú của khách, hiện tại homestay có 3 thành viên thường trực. Về dịch vụ ăn uống, nếu đoàn đông đặt nhiều mâm thì sẽ thuê nhân công có tay nghề tại địa bàn theo buổi để tối đa hóa chi phí nhân công. Thường sẽ dao động tầm 6 người cho việc phục vụ ăn uống tại home và trên Núi.

- *Phương án đầu tư: Dự án cần 500 triệu để triển khai, trong đó:*

- 200 triệu cho việc cải tạo nhà sàn có sẵn để phục vụ lưu trú cộng đồng, dựng thêm 1 nhà sàn bằng tre để phục vụ ăn uống, tận dụng được nguồn tre dồi dào sẵn có, cũng như hợp với thị hiếu của khách hàng. Hiện tại phần cải tạo nhà sàn và dựng nhà tre đã hoàn thiện được thực hiện bằng nguồn vốn tự có và đã đón khách từ tháng 10 năm 2021.

- 300tr cho việc xây 2 phòng bungalow phục vụ nhu cầu cho các cặp đôi, gia đình cần sự riêng tư. Bungalow sẽ tạo nên sự mới mẻ thu hút ngay cả những khách trong vùng, bởi lẽ trong địa bàn bán kính 30km chưa có nhà nghỉ, khách sạn nào. Homestay nằm trên quốc

lộ 279, giáp ranh với huyện Na rì của Bắc Kạn nên cũng có rất nhiều khách vãng lai đi lại, nên bungalow sẽ có tính thương mại giống như nhà nghỉ, không quá phụ thuộc vào nguồn khách du lịch.

- Phương án tài chính cho từng năm khi dự án đi vào hoạt động:

Tạm tính lợi nhuận từ ăn uống là 10%, với doanh thu 1.200.000.000 đ

Lợi nhuận ăn uống sẽ là 120.000.000 đ/năm.

Lợi nhuận (ngủ nghỉ + nông sản) = Doanh thu (Ngủ nghỉ+nông sản) - Chi phí (lãi vay + điện nước) = (275.000.000 đ + 30.000.000 đ) - (30.000.000 đ + 15.000.000 đ) = 260.000.000 đ

Tổng lợi nhuận = Lợi nhuận ăn uống + Lợi nhuận (Ngủ nghỉ + Nông sản) = 120.000.000 đ + 260.000.000 đ = 380.000.000 đ/ năm

Trong khi vốn đầu tư ban đầu là 500 tr, vậy ước tính sau 2 năm sẽ thu hồi vốn.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

Đem lại nguồn thu nhập ổn định cho cá nhân chủ mô hình cũng như tạo thêm việc làm cho các nhân công trong vùng, góp phần tăng thêm nguồn thu cho ngân sách địa phương.

Tối đa hóa giá trị tài nguyên đất, cảnh quan, tài nguyên thiên nhiên. Góp phần cải tạo môi trường cảnh quan trên địa bàn, nông nghiệp định hướng phát triển theo hướng xanh - sạch, hạn chế tối đa các loại thuốc hóa học góp phần bảo vệ môi trường đất, nước.

Du lịch phát triển, tạo cơ hội cho những bản sắc, văn hóa của dân tộc, vùng miền được tôn tạo, gìn giữ và quảng bá đến bạn bè gần xa. Tạo cảm hứng cho các bạn trẻ nông thôn có cảm hứng làm giàu trên những tài nguyên sẵn có tại địa phương.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN:

Tập trung khai thác dịch vụ ăn uống, ngủ nghỉ tại home, các hoạt động trải nghiệm tại thác, suối, Núi Nàng Tiên. Hoàn thiện bungalow để đưa vào phục vụ khách hàng.

Thành lập HTX chăn nuôi ốc ruộng, Tập trung nghiên cứu để tăng sản lượng ốc bởi tiềm năng lớn, đầu ra ổn định và là nguồn thu không bị ảnh hưởng bởi lượng khách du lịch.

Định hướng sau 1 năm sẽ quảng bá được hình ảnh cũng như sản phẩm của farmstay ra thị trường toàn miền bắc, sau 2 năm phủ sóng toàn quốc và thu hồi vốn đầu tư.

PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI HUYỆN LỘC BÌNH

(Giải Chuyên đề năm 2023)

Tác giả: Nguyễn Bá Ngọc

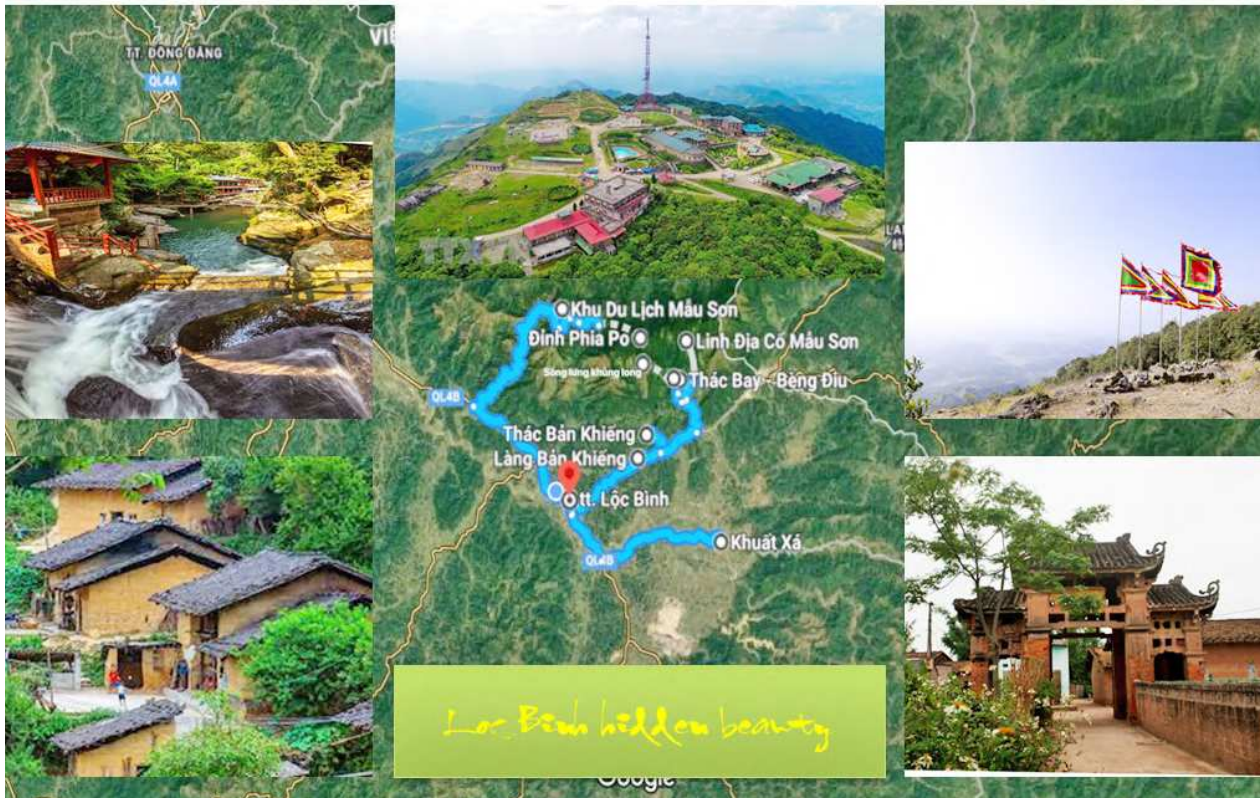
Địa chỉ: huyện Lộc Bình, tỉnh Lạng Sơn

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

1. Tính mới của Dự án:

- Mô hình du lịch sinh thái hoàn toàn mới và chưa có nhà đầu tư, đơn vị làm du lịch hợp tác liên kết mở rộng hình thức này tại huyện Lộc Bình.
- Dự án đã tạo ra được bản đồ số giúp phát triển du lịch sinh thái tại địa phương.
Hình ảnh và link sản phẩm: <https://goo.gl/maps/dMWUjM1kffDGQpk36>
- Các gói combo được đề xuất xây dựng trong dự án lần đầu tiên được hình thành tại huyện Lộc Bình.
- Ý tưởng mới có thể thực hiện được như sân khấu hóa các nghi lễ của người dân bản địa đến với du khách.

BẢN ĐỒ SỐ PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI TẠI HUYỆN LỘC BÌNH



Hình 1: Sản phẩm bản đồ số phát triển du lịch sinh thái tại huyện Lộc Bình

2. Tính sáng tạo

- Dựa trên ứng dụng Google map tạo ra đường link bản đồ tìm kiếm du lịch sinh thái tại huyện Lộc Bình, dễ dàng áp dụng chia sẻ lưu trữ trên các ứng dụng mạng xã hội như Facebook, Zalo, Instagram, Tiktok...

- Tạo ra được 3 gói sản phẩm du lịch giới thiệu và kết nối được các địa điểm văn hóa lịch sử và thắng cảnh đẹp trong huyện Lộc Bình tới du khách, từ khu du lịch quốc gia Mẫu Sơn, làng trình tường Bản Khiếng, suối thác Bản Khiếng, đỉnh Phia Pò tới di tích lịch sử nhà thờ tổ Họ Vi Bản Chu Khuất Xá...

3. Mô hình, giải pháp và chiến lược thực hiện dự án:

- Sản phẩm thứ nhất của dự án là: Bản đồ số cung cấp các tính năng tìm kiếm như:

+ Bản đồ cung cấp thông tin hình ảnh, cập nhật vị trí chính xác, dễ dàng tìm thấy quần thể các điểm du lịch sinh thái tại huyện Lộc Bình.

+ Bản đồ sử dụng tiện lợi dễ dàng thao tác trên điện thoại thông minh, dễ dàng chia sẻ ứng dụng với bạn bè, người thân. Du khách có thể đóng góp thông tin, hình ảnh video và đánh giá của cá nhân lên các vị trí trên bản đồ.

+ Giúp cập nhật, thêm mới những thông tin về sự thay đổi và phát triển của địa hình, dân cư giúp phát triển các tính năng lưu trữ thông tin của Google map.

- Sản phẩm thứ hai của dự án: tour trải nghiệm cho học sinh và giáo viên trường THPT Lộc Bình từ tháng 11 năm 2022.



Hình 2: Thầy cô, học sinh trường THPT Lộc Bình chinh phục đỉnh Phia Pò

- Nhóm khách du lịch tham quan: Tham quan là hành vi quan trọng của con người để nâng cao hiểu biết về thế giới xung quanh. Đối tượng tham quan có thể là một tài nguyên du lịch tự nhiên như một phong cảnh kỳ thú, cũng có thể là tài nguyên du lịch nhân văn như một di tích, một công trình đương đại hay một cơ sở nghiên cứu khoa học, cơ sở sản xuất... huyện Lộc Bình có Khu di tích lưu niệm dòng họ Vi, Đình Vàng Khắc, di tích Linh địa

cổ, làng trình tường Bản Khiếng và các cơ sở sản xuất rượu Mẫu Sơn, rượu A múi, hấp dẫn nhiều du khách tham quan và thưởng thức.

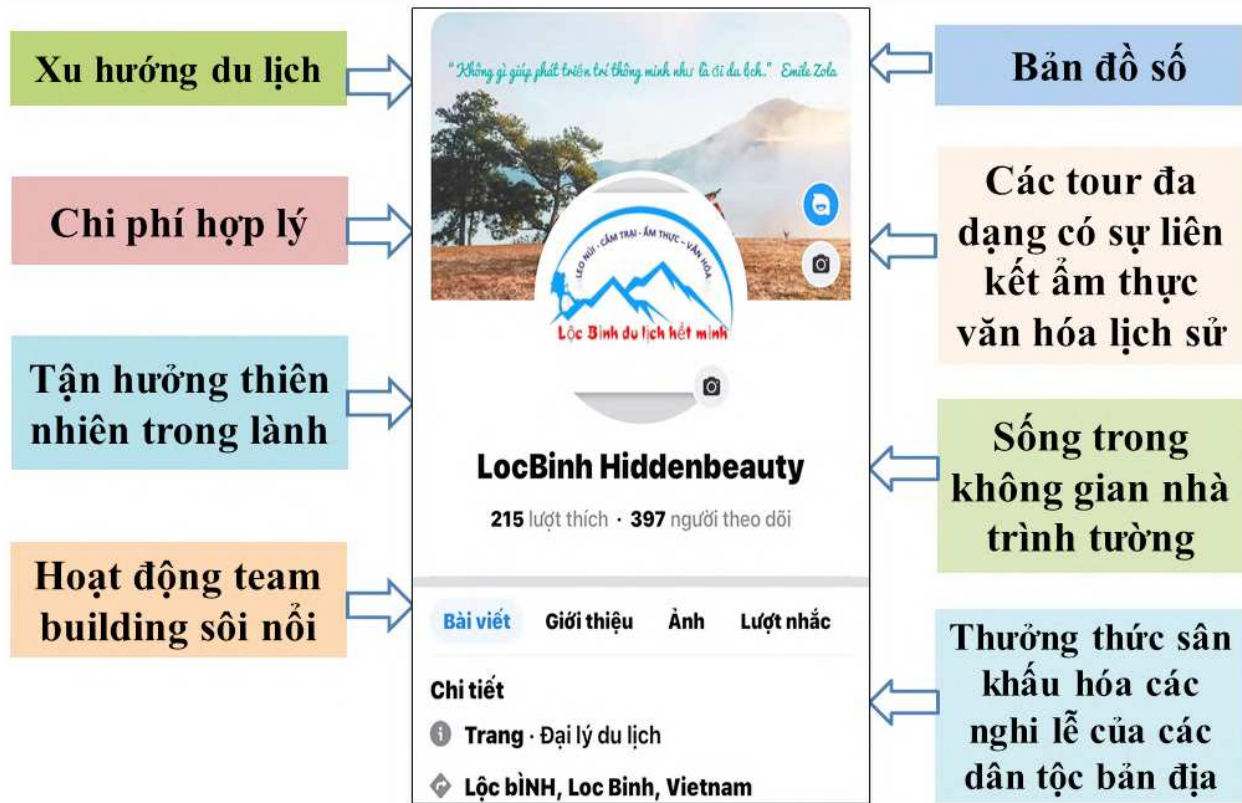
- *Nhóm khách du lịch thể thao:* Tham gia các hoạt động thể thao là một nhu cầu thường thấy ở con người. Để kinh doanh loại hình này yêu cầu điểm du lịch phải có các điều kiện tự nhiên thích hợp và có cơ sở trang thiết bị phù hợp cho từng loại hình cụ thể. Mặt khác hướng dẫn viên cũng cần được huấn luyện để có thể hướng dẫn và giúp đỡ cho khách du lịch tham gia hoạt động đúng quy cách. Du lịch thể thao chủ động là loại hình du lịch mà khách du lịch tham gia trực tiếp vào một hay nhiều môn thể thao, trong đó có cả những môn thể thao mạo hiểm, nhằm mục đích thể hiện bản thân, rèn luyện sức khỏe... như leo núi, săn bắn, câu cá, trượt cỏ... Du lịch thể thao thụ động là các chuyến đi để xem các cuộc thi đấu thể thao mà khách du lịch ưa thích. Trong trường hợp này các cổ động viên chính là khách du lịch. Huyện Lộc Bình cũng đã tổ chức nhiều giải chạy marathon chinh phục đỉnh Mẫu Sơn thu hút nhiều vận động viên và du khách tham gia.

- *Nhóm khách du lịch mạo hiểm:* Du lịch mạo hiểm dựa trên nhu cầu tự thể hiện mình, tự rèn luyện mình và tự khám phá bản thân của con người đặc biệt là giới trẻ. Những con suối chảy xiết, những thác ghềnh, những ngọn núi cao chót vót, những khu rừng rậm rạp, những hang động bí hiểm, những địa danh hoang vu hiểm trở... là địa chỉ lý thú cho những du khách ưa mạo hiểm. Lộc Bình có hệ thống dãy núi Mẫu Sơn với độ cao trung bình trên 1.000m so với mực nước biển, trong đó đỉnh Phia Pò cao 1.541m, là đỉnh núi cao nhất ở khu vực Đông Bắc Việt Nam, ngoài ra Lộc Bình còn có Thác Bay, Hồ Ngọc, thác Đồi, thác Nà Miu, thuộc xã Mẫu Sơn và xã Yên Khoái, huyện Lộc Bình, đây sẽ là những điểm đến rất hấp dẫn trong tương lai, nhất là với các bạn trẻ, những người ưa khám phá, mạo hiểm. Cảnh quan thiên nhiên khu vực này rất hoang sơ, hùng vĩ, khí hậu trong lành, mát mẻ. Tuy nhiên, đường dẫn tới các con thác rất khó đi, xuyên qua những cánh rừng, vách núi đòi hỏi du khách phải có sức khỏe và ý chí quyết tâm mới có thể chinh phục được.

- *Nhóm khách du lịch nghiên cứu, học tập:* Loại hình du lịch này ngày càng trở nên phổ biến do nhu cầu kết hợp học tập lý thuyết với tìm hiểu thực tiễn, học đi đôi với hành, nâng cao, củng cố kiến thức đã học hoặc tìm hiểu sâu về các vấn đề văn hóa, kinh tế, chính trị, xã hội, môi trường... ở điểm đến du lịch. Nhiều môn học, ngành học cần có hiểu biết thực tế như vật lý, địa chất, lịch sử, khảo cổ, môi trường, sinh học, kinh doanh, du lịch, hoạt động trải nghiệm hướng nghiệp, giáo dục địa phương... Để đáp ứng nhu cầu này, nhiều nhà cung ứng du lịch đã xây dựng những phòng học ngoài trời được thiết kế phù hợp với nội dung học tập. Thông thường hướng dẫn viên du lịch, các nhà điều hành tour, các nhà kinh doanh, các giáo viên lịch sử, các nhà khảo cổ là các thầy cô giáo phụ trách chuyên môn ở các trường.

- *Nhóm khách du lịch lễ hội, tôn giáo:* Ngày nay, lễ hội là yếu tố rất hấp dẫn khách du lịch. Chính vì vậy, việc khôi phục các lễ hội truyền thống, tổ chức các lễ hội mới không chỉ là mối quan tâm của các cơ quan, đoàn thể quần chúng, xã hội mà còn là một hướng quan trọng của ngành du lịch. Du khách đến với huyện Lộc Bình trong dịp lễ hội xuân có thể tham quan chụp ảnh tại các khu vườn hoa mạn, hoa đào rực rỡ tại xã Thống Nhất, xã Minh Hiệp của huyện Lộc Bình.

BẢNG PHÂN TÍCH KHÁCH HÀNG LỰU CHỌN SẢN PHẨM



Nguồn lực thực hiện

+ *Nguồn nhân lực* (Xác định vốn ban đầu là của cá nhân xây dự ý tưởng)

Tác giả được xác định là nguồn lực đầu vào chính trong việc xây dựng và thực hiện dự án với thu nhập cá nhân hàng tháng hiện tại là 8.600.000 VNĐ/tháng có thể huy động vốn vay ngân hàng khoảng 200.000.000 VNĐ để thực hiện dự án.

Ngoài ra trong quá trình thực hiện dự án cần sự cộng tác phối hợp với các đơn vị cá nhân hộ kinh doanh như đơn vị kinh doanh suất thức bản khiếng, các hộ gia đình có nhà trình tường tại làng Bản Khiếng huyện Lộc Bình và một đơn vị cam kết thực hiện việc vận chuyển khách du lịch tham quan trải nghiệm.

Những nguồn lực cộng tác kinh doanh trên sẽ được cam kết trong hợp đồng trước khi tiến hành mở rộng dự án. Lợi nhuận sẽ chia theo thoả thuận phù hợp với khối lượng công việc thực hiện và số lượng nguồn khách hàng.

Nguồn nhân lực thực hiện kinh doanh còn có thêm nhân viên và cộng tác viên thực hiện duy trì phát triển mở rộng dịch vụ.

+ *Nguồn lực tái tạo của dự án*

Các nguồn lực tái tạo là nguồn lực được dùng hết chẳng hạn như nguyên vật liệu hoặc thời gian được dùng cho dự án, những nguồn lực này được đưa đến một lần ngay từ ngày đầu thực hiện dự án và sẽ được sử dụng hết khi dự án kết thúc

- Chi phí mua lều trại:

- + 5 lều to x 8.000.000 = 40.000.000 VNĐ
- + 10 lều nhỏ x 500.000 = 5.000.000 VNĐ
- + 10 bộ dụng cụ: Bếp nấu ngoài trời = 4.000.000 VNĐ
- + 10 bộ bàn ghế xếp = 8.900.000 VNĐ
- + Các đối tác chính của dự án (Nguồn lực khai thác)

- Khu du lịch quốc gia Mẫu Sơn
- Điểm du lịch suối thác Bản Khiếng, ban quản lý các di tích lịch sử của huyện
- Làng nhà trình tường Bản Khiếng, đại lý du lịch offline, online...
- Các nhà cung cấp tour du lịch, hoạt động tại địa phương
- Cộng đồng dân cư, chính quyền địa phương và các cơ quan quản lý du lịch
- Các nhà cung cấp dịch vụ (Khách sạn, nhà nghỉ, spa, quán ăn...)

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG:

- Giá trị sản phẩm của dự án đối với cộng đồng và xã hội

Lợi ích của mô hình du lịch sinh thái tại huyện Lộc Bình

Không ai có thể phủ nhận được những lợi ích của du lịch sinh thái mang lại cho cuộc sống của con người. Dưới đây tôi chia ra làm ba phần để dễ hình dung rõ ràng hơn những tác động tích cực của mô hình du lịch sinh thái đến từng bộ phận bao gồm: lợi ích đối với những người làm du lịch và khách du lịch, lợi ích đối với dân cư địa phương và cuối cùng là lợi ích đối với môi trường và tài nguyên thiên nhiên.

- Lợi ích đối với người làm du lịch và khách du lịch

Mô hình du lịch sinh thái đem lại lợi nhuận cao cho nhà đầu tư làm du lịch. Nhờ tận dụng các nguồn tài nguyên thiên nhiên và các nguồn lực sẵn có tại địa phương, các nhà kinh doanh du lịch có thể tối đa hóa được lợi nhuận. Nâng cao hiểu biết và ý thức về bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên. Góp phần đem lại uy tín, tạo nên thương hiệu cho các đơn vị kinh doanh du lịch.

Thỏa mãn nhu cầu được khám phá, thám hiểm những vùng đất mới của những người yêu sự “xê dịch” và yêu môi trường tự nhiên. Làm tăng thêm hiểu biết về các địa điểm với các hệ sinh thái độc đáo, hiểu về sự tác động qua lại giữa các hệ sinh thái với nhau và với cuộc sống của con người.

- Giải tỏa căng thẳng, tạo cảm giác thư giãn giúp tăng cường sức khỏe
- Không tốn quá nhiều chi phí khi đi du lịch
- Nâng cao ý thức, hiểu biết và tình yêu đối với thiên nhiên và môi trường

Tiếp thu được nhiều nền văn hóa độc đáo, có sự hiểu biết về phong tục tập quán và các làng nghề thủ công truyền thống ở nhiều nơi.

- Lợi ích đối với dân cư địa phương địa phương

Tạo việc làm và cải thiện thu nhập cho người dân địa phương, nguồn nhân lực trong độ tuổi lao động của huyện Lộc Bình là rất lớn, ngoài ra khi phát triển du lịch sẽ tận dụng được lực lượng lao động là nông dân lúc nông nhàn việc tạo các khu lưu trú tại làng nhà trình

tường Bản Khiếng xã Hữu Khánh, huyện Lộc Bình sẽ giúp các hộ dân tại đây có thêm thu nhập đầu tư cải tạo và sửa chữa duy trì và bảo tồn những ngôi nhà trình tường.

- Việc mở tour dẫn khách từ danh thắng thác Bản Khiếng vào khu di tích lưu niệm nhà thờ tổ họ Vi và khu di tích dinh thự Vi Văn Định tại làng Bản Chu, xã Khuất Xá cũng đem đến một nguồn thu cho chính quyền địa phương và người dân nơi đây.

- Góp phần nâng cao ý thức bảo tồn, gìn giữ nguồn tài nguyên thiên nhiên tại địa phương. Cùng cố lòng tự hào và tình yêu đối với nơi mình sinh ra và lớn lên.

- Quảng bá hình ảnh đẹp của quê hương, địa phương mình đối với người dân tại các địa phương khác và bạn bè quốc tế.

- Góp phần giữ gìn và phát huy các truyền thống văn hóa, phong tục tập quán, làng nghề thủ công của địa phương. Song song với việc hướng dẫn du khách tham quan khám phá các địa điểm du lịch, nhóm chúng em có thêm ý tưởng sân khấu hóa các loại hình âm nhạc như hát then, hát sli, lượn và các nghi lễ cổ truyền riêng có của các dân tộc như lễ cấp sắc, lễ giải hạn, lễ cắt duyên cho du khách thưởng thức từ đó duy trì và phát triển được nét đặc trưng văn hóa của người dân huyện Lộc Bình.

- Tạo ra không gian trưng bày và bán quà lưu niệm cho du khách, người dân có thêm thu nhập từ những sản phẩm như áo chàm, trang phục tày, nùng, dao, các vật dụng trang trí, đồ handmade hoặc cho thuê trang phục chụp ảnh với hoa đào, hoa mận trong các dịp lễ hội xuân.

- Du lịch sinh thái góp phần bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên

Không chỉ mang đến cho du khách những trải nghiệm thú vị và tuyệt vời về khám phá thiên nhiên, đáp ứng nhu cầu về giải trí, thám hiểm và nghỉ dưỡng mà du lịch sinh thái huyện Lộc Bình còn giúp nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và các nguồn tài nguyên thiên nhiên, các hệ sinh thái của con người. Đây là một tác động vô cùng tích cực và đóng một vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền bảo vệ môi trường của du lịch sinh thái, góp phần to lớn bảo vệ môi trường và nguồn tài nguyên thiên nhiên. Trong phần mục tiêu của dự án chúng em có đề cập đến việc cho học sinh các trường học trên địa bàn huyện Lộc Bình đang học môn “Hoạt động trải nghiệm hướng nghiệp và Giáo dục địa phương” thuộc chương trình giáo dục phổ thông mới... tham gia vào một số tour trải nghiệm trong ngày để học sinh có kiến thức về lịch sử văn hóa địa phương từ đó khơi gợi lòng tự hào và tình yêu quê hương đất nước, có ý thức bảo vệ cảnh quan thiên nhiên.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Dự án tạo ra bản đồ số, công cụ tìm kiếm giúp phát triển DLST tại huyện Lộc Bình. Đề xuất và xây dựng được một giải pháp khai thác, sử dụng hợp lý tài nguyên nhằm phát triển bền vững DLST, bảo vệ cảnh quan, môi trường và văn hóa truyền thống tại huyện Lộc Bình, tỉnh Lạng Sơn.

Trong tương lai xây dựng hoàn thiện website du lịch sinh thái huyện Lộc Bình, Đăng ký kinh doanh, xây dựng cơ sở vật chất ban đầu. Tạo nhiều tour du lịch đa dạng...

Tiếp tục xây dựng chiến lược phát triển dự án và hoàn thiện mô hình kinh doanh.

HƯƠNG SẠCH TỪ THIÊN NHIÊN

(Giải Chuyên đề năm 2023)

Đại diện nhóm tác tác giả: Trần Thị Phương- Trường THPT Huyện Lộc Bình

Địa chỉ: Huyện Lộc Bình, tỉnh Lạng Sơn



Hình ảnh sản phẩm

I. MÔ TẢ TÓM TẮT VỀ DỰ ÁN/Y TƯỞNG:

Hiện nay, sản xuất công nghiệp quy mô lớn đang trở thành xu thế, để tạo ra các sản phẩm nhanh hơn, nhiều hơn đã dẫn tới việc sử dụng các chất hóa học trong sản xuất trở nên phổ biến. Các loại sản phẩm này thường chứa các hóa chất, chất bảo quản. Trong công nghệ sản xuất hương cũng không ngoại lệ. Nghiên cứu của Bệnh viện Đa Khoa Quốc tế Nam Sài Gòn đã chỉ ra như sau: “...Hiện nay, nhiều vật liệu hóa chất được thêm vào nhang để tăng hương thơm, khả năng đốt cháy như axit photphoric, benzen ... Các chất này có thể gây kích ứng mắt, mũi, chóng mặt, buồn nôn ...”, và theo Mike Hoaglin, chuyên gia y khoa kiêm được sĩ phụ trách khoa tim mạch tại Phòng cấp cứu khẩn cấp của bệnh viện Duke “những người thường xuyên sử dụng hương tại nhà có tỉ lệ mắc bệnh tim lên đến 12%. Các số liệu thống kê cũng cho thấy những người này sở hữu nguy cơ đột quỵ và bệnh mạch vành cao hơn 20% so với những người khác”. Với những tác động do thành phần của hương hóa học việc dừng tiêu thụ các sản phẩm hương này là cần thiết, người sản xuất và người tiêu dùng cần phải hướng tới tiêu dùng thông minh với sản xuất hương sạch.

Trên thực tế, hương là sản phẩm có tính truyền thống đối với văn hóa Á Đông. Việc sử dụng hương tự nhiên không gây hại, mà các tác hại nói trên phần lớn là do các hương liệu hóa học được pha trộn vào hương công nghiệp. Ở mỗi vùng miền khác nhau, việc sản xuất hương truyền thống lại sử dụng những nguyên liệu đặc trưng riêng. Trên địa bàn huyện Lộc Bình, tỉnh Lạng Sơn, một số loại cây trồng như: Ngũ gia bì, Dã hương, Hương nhu, Quế, Bàu vát, Xảo chén, ... được trồng hoặc mọc phổ biến được nhân dân sử dụng để làm hương. Các cây như cây Ngũ gia bì và cây Dã hương có khả năng đuổi các côn trùng nhỏ, cây Quế, cây Hương nhu có khả năng tạo hương thơm tự nhiên. Các loại cây này còn dùng làm dược liệu tốt cho sức khỏe.

Chính vì vậy, nhóm kinh doanh hương sạch từ thiên nhiên đến từ trường THPT Lộc Bình đã đưa ra ý tưởng “Sản xuất và kinh doanh hương sạch từ thiên nhiên”: mô hình kinh doanh sản phẩm hữu cơ, 100% tự nhiên trở thành xu thế. Loại hương sạch có tên Xuyên Xảo Hương (với ý nghĩa hương thơm của cây Xuyên gia bì - Ngũ gia bì và cây Xảo chén - chất kết dính). Nhóm muốn phát triển mô hình để không những khởi nghiệp cho bản thân, mà còn truyền lửa cho thế hệ trẻ tại địa phương cùng nuôi dưỡng khát vọng khởi nghiệp trên chính mảnh đất quê hương.

Tính mới, tính sáng tạo

- Về nguyên liệu sản xuất:

Nguyên liệu của các loại hương thông thường đều chứa mùn cưa hay gỗ mục và chất kết dính làm chủ đạo. Xuyên Xảo Hương bên cạnh lấy gỗ tự nhiên làm nguyên liệu chính, sản phẩm sử dụng lá cây xảo chén, bàu vát dùng làm chất kết dính. Đây là loài cây có nhiều tại địa phương nhưng có tác dụng như cây bời lời làm chất kết dính trên thị trường, dễ kiếm, dễ lấy, giúp giảm giá thành. Mùi hương của hương có sự thay đổi khi sử dụng lá ngũ gia bì, hương nhu, quế, các loại hương liệu này khi đốt có mùi hương dễ chịu và xua đuổi được các loại côn trùng. Theo kinh nghiệm dân gian các loại cây này còn dùng làm dược liệu tốt cho sức khỏe.

Nguồn nguyên liệu ban đầu không sử dụng thuốc trừ sâu, không chất bảo quản, an toàn cho sức khỏe con người, giá cả hợp lý. Sản phẩm có xuất xứ rõ ràng, nguồn nguyên liệu được kiểm tra nghiêm ngặt, sản phẩm có kiểm định chất lượng.

Sản phẩm Xuyên Xảo Hương sử dụng nguồn nguyên liệu thảo mộc thiên nhiên (cây, lá, hoa) và sử dụng phương pháp sấy ở nhiệt độ thấp 500C - 700C để giữ màu sắc, mùi hương thơm của các loại lá gần như nguyên vẹn.

Tiêu dùng xanh đã khá phổ biến ở các nước phát triển và có những bước tiến ban đầu ở các nước đang phát triển khi thu nhập cá nhân và ý thức tiêu dùng ngày càng tăng lên. Do đó, xu hướng sản xuất và sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường dự báo sẽ tăng trưởng mạnh trong thời gian tới. Hiện nay, người tiêu dùng trên thế giới đang dần hướng tới các sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường và coi đó như một tiêu chuẩn cho các sản phẩm và

dịch vụ chất lượng cao.

- *Về quy trình sản xuất sản phẩm:* Quá trình làm sản phẩm được thực hiện đầy đủ 7 công đoạn. Mỗi khâu làm hoàn toàn thủ công và tỉ mỉ, luôn trau dồi kinh nghiệm sản xuất sản phẩm.

- *Về công dụng của hương:*

Sản phẩm Xuyên Xảo Hương hoàn toàn được làm từ thiên nhiên an toàn cho sức khỏe, thân thiện với môi trường và có thể đáp ứng nhu cầu của người sử dụng, không chỉ là sản phẩm thấp bình thường mà còn dùng để xoa đuổi côn trùng, có lợi ích về sức khỏe, tạo nên quá trình sử dụng thoải mái, nhẹ nhàng, dễ chịu.

Hương của Xuyên Xảo Hương thơm, có mùi thảo mộc dễ chịu, thư giãn, đuổi các loại côn trùng và dễ ngủ nên phù hợp với nhiều đối tượng đặc biệt là trẻ em và người già, đem lại cảm giác thoải mái trong quá trình sử dụng.

Với tiêu chí tận dụng được nguồn nguyên liệu có sẵn ở địa phương, giá thành rẻ, sản phẩm hương sạch sử dụng bột cây xảo chèn, cây bầu vát làm chất kết dính. Sử dụng bột từ lá quế khô để thay thế vỏ quế. Sử dụng bột từ lá cây ngũ gia bì để xoa đuổi côn trùng.

Hương truyền thống có thời gian cháy khoảng từ 20 đến 30 phút. Việc ngâm que tre làm hương trong dung dịch dấm ăn theo các mốc thời gian từ 3 ngày đến nửa tháng có thể cho ra những sản phẩm hương cháy theo thời gian lâu hơn. Có thể sản xuất hương cháy theo giờ 1 tiếng, 2 tiếng tùy theo nhu cầu, mục đích sử dụng. Và có thể thương mại hóa sản phẩm này.

Để đảm bảo 100% sản phẩm được làm từ thiên nhiên chân hương cũng sẽ được nhuộm màu từ nước của lá cẩm thay thế cho việc sử dụng phẩm màu như hương truyền thống tại địa phương.

“*Không độc hại - Không hóa chất - Không hương liệu*”, với nguyên liệu như trên nên sản phẩm hoàn toàn tự nhiên, thân thiện với môi trường. Khi đốt mùi hương thơm dịu nhẹ, khói mỏng, không gây cay mắt nên không ảnh hưởng đến sức khỏe; giúp thư giãn tinh thần; cải thiện môi trường sống. Ngoài ra hương còn có tác dụng xoa đuổi muỗi, côn trùng gây hại cho con người, an toàn với cả mẹ bầu, trẻ em, người lớn tuổi.

*** Thị trường**

Dựa trên những tác dụng mà hương sạch đem lại cũng như nhu cầu sử dụng của khách hàng, nhóm nhận thấy khách hàng có 5 nhóm cơ bản:

- *Người tiêu dùng đại trà:* Tất cả mọi người đều có thể sử dụng hương phục vụ nhu cầu đời sống, phục vụ trong văn hóa, tín ngưỡng.

- *Khách hàng có lối sống xanh, bảo vệ môi trường:* Nhóm khách hàng này ưu tiên những sản phẩm sạch, chứa rất ít chất hóa học trong sản phẩm và quan trọng về cả vấn đề sản phẩm đó tác động xấu đến môi trường. Nhóm khách hàng này đa số là giới trẻ hiện nay, họ chọn sống theo xu hướng xanh để bảo vệ môi trường cũng như bảo vệ chính bản thân họ.

Nhận thấy xu hướng này ngày càng được phát triển mạnh mẽ, chúng em đã lựa chọn những hương liệu từ thiên nhiên để tạo nên sản phẩm.

- *Khách hàng có vấn đề về đường hô hấp:* Lượng khách hàng này có bệnh lí về đường hô hấp nên thường không ngửi được một số mùi hắc, nồng, mùi hương liệu hóa học mà lựa chọn sản phẩm tự nhiên. Những khách hàng này có thể cảm thấy khó chịu khi tiếp xúc với chất kích ứng nên việc sử dụng các nguyên liệu từ thiên nhiên có mùi hương dịu sẽ phù hợp với đối tượng khách hàng này.

- *Khách hàng ở chung cư, không gian sống hạn hẹp:* Với sự bất tiện của những hộ gia đình sống trong chung cư mang lại nhiều nguy cơ cháy nổ, vấn đề về sức khỏe và thẩm mỹ. Lựa chọn hương sạch, ít khói, khuếch tán nhanh không gây ngột ngạt, đem lại an toàn về sức khỏe và mang hương thơm tự nhiên là một sự lựa chọn hoàn hảo.

- *Khách hàng sử dụng ở nơi đền chùa, tâm linh:* Hiện nay nhu cầu sử dụng hương tại những ngôi đền, chùa rất nhiều. Nhất là vào những ngày lễ, tết. Mọi người đi đền, chùa thắp hương để cầu tài, cầu lộc. Vậy nên nhu cầu sử dụng sản phẩm cao dẫn đến lượng tiêu thụ sẽ lớn.

II. NHỮNG KẾT QUẢ, LỢI ÍCH VỀ KINH TẾ, XÃ HỘI VÀ MÔI TRƯỜNG

- Về kinh tế

Với đối tượng tham gia kinh doanh: sản phẩm Xuyên Xảo Hương, họ có khả năng thu được lợi nhuận triển vọng.

Thời gian hoàn vốn có liên quan trực tiếp đến sự mong muốn của khoản đầu tư. Theo đó, các dự án đầu tư có thời gian hoàn vốn càng ngắn thì độ hấp dẫn càng cao.

Với khả năng tăng trưởng lớn hơn 5% trên năm, sản xuất đã đóng góp vào tăng trưởng của ngành sản xuất kinh doanh cũng như tăng trưởng kinh tế của huyện.

Bên cạnh đó, khả năng duy trì lợi nhuận bền vững là một điều quan trọng trong bài toán kinh doanh các sản phẩm mới hiện nay. Vài năm trở lại đây, những mô hình kinh doanh theo phong trào được nhiều người lựa chọn để khởi nghiệp bởi sự kỳ vọng về doanh số và lợi nhuận. Đặc biệt là hiện nay hiện tượng kinh doanh các sản phẩm theo trào lưu khá phổ biến. Từ các món bánh, đồ uống, bao bì hay mô hình quán, tất cả đều có thể trở thành xu hướng. Xu hướng được phổ biến nhiều trong thời gian gần đây chủ yếu nhờ mạng xã hội - nơi thông tin lan truyền nhanh nhưng cũng dễ bị quên lãng. Có những xu hướng tồn tại được lâu dài như chè khúc bạch, chè sầu, trà sữa, bánh bập, nhưng cũng có nhiều xu hướng vòng đời ngắn ngủi và gây thiệt hại lớn cho các chủ quán, đặc biệt với các chủ quán đã bỏ vốn đầu tư lớn và lựa chọn xu hướng làm sản phẩm cốt lõi. Các loại sản phẩm theo phong trào này đều du nhập từ nước ngoài hay các vùng miền khác nên hầu như chỉ đáp ứng tính hiếu kì của khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định. Ngắn thì vài tháng đến nửa năm, còn dài thì cũng chỉ kéo dài từ một đến hai năm. Dòng hương sạch mà nhóm đang hướng đến không nằm trong xu thế trên. Bởi lẽ nó gắn liền với các nhu cầu có tính truyền thống (tâm linh) lẫn hiện đại (sức khỏe, sống xanh) của người tiêu dùng.

Với địa phương, dự án được mở rộng sẽ góp phần thúc đẩy tăng thêm việc làm, thu nhập cho người dân trên địa bàn vì nguyên liệu dễ tìm kiếm và quy trình sản xuất không phức tạp. Từ đó thúc đẩy sự phát triển của nền nông - lâm nghiệp sạch, bền vững.

Với người tiêu dùng, thay vì phải bỏ chi phí mua hương nhang thấp và mua hương đuổi muỗi riêng, thì bây giờ họ mua sản phẩm Xuyên Xảo Hương không chỉ là sản phẩm thấp bình thường mà còn dùng để xua đuổi côn trùng, có lợi ích về sức khỏe, giảm thiểu chi phí. Sản phẩm đã đem đến lợi ích kinh tế cho người tiêu dùng. Do được sản xuất từ nguyên liệu sạch, nói không với hóa chất, hương liệu độc hại tạo màu, tạo mùi nên hương xanh tuyệt đối an toàn cho sức khỏe. Mùi hương tự nhiên của quế, trầm hương giúp tinh thần thư giãn, chống lại những căng thẳng, âu lo, phục hồi sinh khí, tái tạo năng lượng tích cực. Các hoạt chất tự nhiên có trong hương xanh thảo dược giúp khử mùi hôi, ẩm mốc đem lại bầu không khí sạch sẽ, thông thoáng. Hương xanh ít khói, không đậu tàn nên không gây bụi bám, vết ố lên trần nhà bảo vệ thẩm mỹ cho không gian. Về lâu dài đây chính là những điều mang lại lợi ích kinh tế cho người tiêu dùng: Chi phí chăm sóc sức khỏe, Chi phí bảo vệ đồ nội thất gia đình...

Về xã hội

Với tâm linh, từ xa xưa thờ cúng tổ tiên và các vị thần đã trở thành một nét văn hóa của cộng đồng, nó còn là dịp để con cháu quây quần bên nhau cùng nhớ ơn về tổ tiên và thần linh. Ngoài một mâm cỗ đầy thì việc chọn hương cũng là điều rất quan trọng. Còn gì ý nghĩa hơn khi soạn một mâm cỗ cúng đi kèm với một bó hương sạch dâng lên bàn thờ tổ tiên để cầu mong một năm sung túc và thịnh vượng. Nhiều người cho rằng, đốt hương chính là cánh cửa dẫn đến tâm linh. Chọn loại hương sạch dâng lên bàn thờ thể hiện sự thành tâm cũng như sự chu toàn của mình và gia đình.

Vào những ngày lễ tết hoặc lễ chùa, hương thường được nhiều người thắp, chính vì vậy, nên lựa chọn loại hương sạch an toàn, ít khói và không ảnh hưởng đến không khí và sức khỏe. Theo một nghiên cứu mới đây cho thấy, khói hương của hương sạch an toàn, không gây ảnh hưởng cho những người bị hen suyễn hoặc tiền sử về bệnh phổi. Nó còn giúp cho đầu óc thư giãn và lọc không khí, loại bỏ côn trùng hiệu quả. Ngược lại, đối với khói hương có tẩm hóa chất, khi hương cháy, nó tạo ra rất nhiều chất gây ô nhiễm không khí và các chất hóa học có hại.

Các sản phẩm từ thảo mộc, thiên nhiên (ngũ gia bì, dã hương, hương nhu, lá cây quế, xảo chèn, bầu vát) có hương thơm nhẹ nhàng, dễ chịu, khiến người sử dụng cảm giác thoải mái, không gây đau đầu, khó chịu và có tác dụng đuổi muỗi, đuổi côn trùng, hỗ trợ chăm sóc sức khỏe.

Việc lan tỏa sản phẩm sạch tới cộng đồng là điều rất cần thiết vì nó không những mang lại sức khỏe chung cho mọi người mà giảm được sự ô nhiễm môi trường. Như vậy, việc chọn một loại hương sạch là việc rất cần thiết và quan trọng với chúng ta. Vừa đảm bảo an toàn sức khỏe cho người dùng và thân thiện với môi trường.

Việc sản xuất và kinh doanh các sản phẩm hương sạch từ thiên nhiên mở rộng đa dạng mặt hàng, góp phần thúc đẩy ngành nông nghiệp mở rộng quy mô, phát triển, từ đó tạo thêm việc làm cho nhiều người lao động (lao động tham gia sản xuất cây trồng, lao động trong sản xuất, chế biến và kinh doanh các sản phẩm hương sạch từ thiên nhiên). Mặt khác, việc sử dụng sản phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên sẽ thúc đẩy sự phát triển của ngành “nông - lâm nghiệp xanh sạch” vì sức khỏe của cộng đồng và xã hội.

Về môi trường:

+ Hương sạch từ thiên nhiên sẽ giảm bớt được một phần khí thải có hại khi sử dụng, góp phần gìn giữ các nguồn tài nguyên cũng như môi trường cho thế hệ tương lai.

+ Xuyên Xảo Hương thuộc dòng hương sạch, phổ biến lối sống xanh, xây dựng thói quen tiêu dùng bền vững.

*** Những thuận lợi trong sản xuất, kinh doanh**

+ Về nguyên liệu: Phần lớn các loại cây được sử dụng có nguồn gốc địa phương, dễ tìm kiếm; Cơ sở cung cấp nguyên liệu ở địa phương, kí cam kết kinh doanh nên dễ dàng kiểm tra nguồn nguyên liệu, điều chỉnh khi có sự cố; Khâu bảo quản nguyên liệu chủ yếu là bảo quản nguyên liệu sấy khô nên không quá phức tạp và dự trữ được lâu dài.

+ Về sản xuất: Các khâu sản xuất sản phẩm hương sạch từ thiên nhiên Xuyên Xảo Hương không phức tạp, chủ yếu tập trung vào công đoạn sấy khô và công đoạn làm hương, nên việc sản xuất dễ dàng.

+ Về tiêu thụ: Là sản phẩm cần thiết và quen thuộc với người tiêu dùng; đóng gói đẹp, dễ vận chuyển. Bên cạnh đó sản phẩm cũng có tính mới riêng, chưa quá phổ biến trên thị trường nên nhu cầu tiêu dùng vẫn còn lớn.

III. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Trong thời gian tới, chúng tôi sẽ tiến hành tìm hiểu mở rộng thêm các loại thực vật khác có tác dụng xua đuổi côn trùng, mang lại hương thơm dễ chịu khác. Ngoài hương thơm sử dụng quế, hương nhu, hướng phát triển của sản phẩm là hương thảo mộc từ lá hồi, lá đinh lăng ...

Để đáp ứng xu thế thị trường, tôi sẽ tiếp tục nghiên cứu để làm được hương đậu tằm đẹp bằng những nguyên liệu từ thiên nhiên.

Để phát triển với quy mô sản xuất lớn hơn tôi sẽ tiếp tục nghiên cứu thay thế việc sản xuất hương sạch thủ công bằng việc áp dụng máy móc trong sản xuất hương sạch.

Để mở rộng kinh doanh, nhóm bắt đầu thử nghiệm sản phẩm mới như hương sử dụng lá hồi, cây khuy nh diệp,... đang trồng nhiều ở Lộc Bình. Các dòng sản phẩm này để phù hợp với thị hiếu của nhiều người tiêu dùng hiện đại.

MỤC LỤC

GIỚI THIỆU

LỜI MỞ ĐẦU	3
KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CUỘC THI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TỈNH LẠNG SƠN GIAI ĐOẠN 2021 - 2023	5

TÓM TẮT CÁC DỰ ÁN/ Ý TƯỞNG ĐOẠT GIẢI CUỘC THI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TỈNH LẠNG SƠN (GIAI ĐOẠN 2021 - 2023)

SEAN - GIÁO DỤC HƯỚNG NGHIỆP DÀNH CHO HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG	8
HỒNG VÀNH KHUYÊN TREO GIÓ	11
ẨM THỰC THỊT LỢN HUN KHÓI VÀ SẤY KHÔ	14
MÔ HÌNH KHU SINH THÁI PHỤC VỤ HỌC TẬP, GIÁO DỤC MÔI TRƯỜNG, TRẢI NGHIỆM, THĂM QUAN, DU NGOẠI THIÊN NHIÊN ĐỂ NÂNG CAO NHẬN THỨC VỀ BẢO TỒN ĐA DẠNG SINH HỌC, BẢO TỒN BẢN SẮC VĂN HÓA BẢN ĐỊA TẠI KHU RỪNG ĐẶC DỤNG HỮU LIÊN	17
NGHIÊN CỨU CÔNG NGHỆ BẢO QUẢN VÀ LIÊN KẾT TIÊU THỤ SẢN PHẨM VỊT QUAY LẠNG SƠN	21
SẢN XUẤT DẦU GỘI VÀ DẦU XẢ TÓC TỪ THẢO MỘC THIÊN NHIÊN	24
MÔ HÌNH TRỒNG RAU HỮU CƠ	27
NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM VÀ TẬN DỤNG TỐI ĐA LỢI ÍCH TỪ CÂY THẠCH ĐEN	32
CÁC SẢN PHẨM TRIẾT XUẤT TỪ CÂY RAU BÒ KHAI “TRÀ - CỐM BÒ KHAI, MỠ KHÔ”	35
VƯỜN ƯƠM CÂY GIỐNG QUẾ	37
CỦ CẢI MUỐI CHU UYÊN	40
XÂY DỰNG CHUỖI GIÁ TRỊ HOA HỒI, DƯỢC LIỆU DƯỚI TÁN RỪNG HỒI TỪ TÀI NGUYÊN BẢN ĐỊA GẮN VỚI SINH KẾ CHO PHỤ NỮ DÂN TỘC THIỂU SỐ TRÊN ĐỊA BÀN XÃ TÂN VĂN, HUYỆN BÌNH GIA, TỈNH LẠNG SƠN	43
NHÂN RỘNG MÔ HÌNH CHĂN NUÔI “VỊT BẦU - VỊT CỔ XANH” AN TOÀN SINH HỌC GẮN VỚI LIÊN KẾT TIÊU THỤ SẢN PHẨM THEO CHUỖI GIÁ TRỊ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LẠNG SƠN	46
SẢN XUẤT DẦU LẠC TUẤN HƯNG BẮC SƠN	49
NÂNG CẤP, HOÀN THIỆN CÔNG NGHỆ SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN MIẾN DONG TẠI XÃ TRÀNG PHÁI, HUYỆN VĂN QUAN, TỈNH LẠNG SƠN	51
SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH TƯƠNG ỚT TẠI HUYỆN CHI LĂNG, TỈNH LẠNG SƠN	53

SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH MỘT SỐ SẢN PHẨM TỪ THẢO MỘC	56
CHẾ BIẾN VÀ KINH DOANH BÁNH LÁ MƠ, TỪ LÁ MƠ LÔNG	59
NHỤC TẨM XỨ LẠNG	61
LIÊN KẾT TRỒNG CÂY BÍ ĐỎ LẤY HẠT CUNG CẤP CHO CÔNG TY TNHH HẠT GIỐNG TÂN LỘC PHÁT	63
NUÔI VỊT BẢN ĐỊA THẢ SUỐI GẮN VỚI SINH KẾ CHO PHỤ NỮ THOÁT NGHÈO	65
PHÁT TRIỂN BÀI THUỐC CHỮA BỆNH TIỂU ĐƯỜNG KẾT HỢP TRỒNG CÂY DƯỢC LIỆU TẠI XÃ HỮU LIÊN	67
CHẾ BIẾN HEO DẺO MÁC MẬT	70
KINH DOANH CÁC SẢN PHẨM NÔNG SẢN LẠNG SƠN TRÊN NỀN TẢNG SỐ	74
PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH SẢN XUẤT BÁNH NƯỚNG NHÂN BÍ XANH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH LẠNG SƠN	76
MÔ HÌNH CHĂN NUÔI CHIM CU GÁY PHÁP SINH SẢN, CHIM CU GÁY PHÁP THƯƠNG PHẨM, CHIM CẢNH	79
SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH RAU MẮM HỮU CƠ	82
DẦU GỘI MEN NGẢI	85
HÀ THỦ Ô ĐỎ LẠNG SƠN	88
DỰ ÁN TRỒNG NẤM THẠCH TRÊN CƠ CHẤT BÃ CÂY THẠCH ĐEN GÓP PHẦN TÁI TẠO TÀI NGUYÊN VÀ BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG	91
TRỒNG NẤM LIM DƯỚI TÁN RỪNG TỰ NHIÊN	95
TRÀ VẢ CHI LĂNG	98
BÚN KHÔ LỆ TRI	102
PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM NEM NƯỚNG “THÚY ANH” ĐẠT TIÊU CHUẨN OCOP	105
NÂNG TẦM GIÁ TRỊ VÀ QUẢNG BÁ ĐẶC SẢN BÁNH KHẢO TRÀNG ĐỊNH LẠNG SƠN	108
FARMSTAY	111
PHÁT TRIỂN DU LỊCH SINH THÁI HUYỆN LỘC BÌNH	114
HƯƠNG SẠCH TỪ THIÊN NHIÊN	120

**KỶ YẾU CUỘC THI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO
TỈNH LẠNG SƠN GIAI ĐOẠN 2021 - 2023**

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

Nguyễn Thị Hà

Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Lạng Sơn

CHỊU TRÁCH NHIỆM NỘI DUNG

Bế Thị Thu Hiền

Phó Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Lạng Sơn

BIÊN TẬP

Bế Thị Thu Hiền - Trưởng ban

Nông Hà Thơ - Phó Trưởng ban

Đỗ Thu Hạnh - Thành viên

Hoàng Thị Hiên - Thành viên

Nguyễn Minh Huấn - Thành viên

Nguyễn Trịnh Minh Hằng - Thư ký

TRÌNH BÀY BÌA

Hoàng Văn Sen

In 200 Quyển, khổ 21 x 29,7 cm tại Công ty TNHH Thương mại Đông Nam.
Địa chỉ: Số 31, Ngõ 39, Phố Hòa Nam, Phường Ô Chợ Dừa, Quận Đống Đa, Thành phố
Hà Nội, Việt Nam.

Giấy phép xuất bản số 123/GP-STTTT do Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh
Lạng Sơn cấp ngày 05/12/2023. In xong và nộp lưu chiểu quý IV năm 2023.