

BỘ CÔNG CỤ

Hỗ trợ phát triển mô hình kinh doanh trên nền tảng di sản, văn hóa và phát triển bền vững

mục Lục

LÝ THUYẾT VÀ HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

Nhận diện di sản văn hóa theo phương pháp tiếp cận ABCD	4
Nội lực (tài sản) và nhu cầu của phương pháp tiếp cận ABCD	6
Các nguồn lực/tài sản của cộng đồng	7
Một số công cụ sử dụng nhận diện các nguồn lực cộng đồng	8
▪ Phòng vấn tích cực	9
▪ Thu thập câu chuyện thành công	11
▪ Khám phá tài sản cá nhân	13
▪ Lập sơ đồ tổ chức cộng đồng	15
Công cụ mô hình kinh doanh trên nền tảng di sản văn hóa	17
Mẫu mô hình kinh doanh trên nền tảng di sản văn hóa:	19
▪ Chân dung khách hàng	21
▪ Tuyên bố giá trị trong	23
▪ Các nhóm kênh	25
▪ Quan hệ khách hàng	27
▪ Các dòng doanh thu	29
▪ Các nguồn lực chính	31
▪ Các hoạt động chính	33
▪ Các đối tác chính	35
▪ Cấu trúc chi phí	37
▪ Các tác động	39
Một số lưu ý khi sử dụng các công cụ	41

VÍ DỤ THỰC HÀNH THÔNG QUA TRƯỜNG HỢP THỰC TẾ:

Plei Jrai	43
Hợp tác xã Mường Hoa	49
Nét Đẹp Múa Champa (KeMei Cham)	
Bản quyền tài liệu giảng dạy	53

GIỚI THIỆU CHUNG

Bạn đang tìm kiếm một mô hình kinh doanh trên nền tảng di sản văn hóa và mong muốn mô hình đó phát triển bền vững, đóng góp cho sự phát triển của cộng đồng về kinh tế, xã hội và đồng thời bảo tồn được các giá trị văn hóa, làm giàu di sản? Bộ công cụ được giới thiệu ở đây sẽ giúp bạn trên hành trình này.

Mục đích của bộ công cụ là gì?: Là để giúp các nhà sáng lập của các ý tưởng, dự án, các chủ doanh nghiệp kinh doanh trên nền tảng văn hóa và di sản có những công cụ phát triển mô hình kinh doanh của mình một cách hiệu quả.

Ai nên sử dụng ?

- ✓ Chủ dự án, ý tưởng kinh doanh trên nền tảng văn hóa và di sản và các thành viên trong dự án
- ✓ Chủ doanh nghiệp có sản phẩm, dịch vụ trên nền tảng văn hóa, di sản và các nhân sự trong doanh nghiệp
- ✓ Các tổ chức hỗ trợ cần công cụ để giúp các doanh nghiệp/dự án nâng cao năng lực

Bộ công cụ Hỗ trợ phát triển Mô hình kinh doanh trên nền tảng Di sản, Văn hóa và Phát triển bền vững được thực hiện dưới sự hỗ trợ của Hội đồng Anh và được xây dựng, thử nghiệm, đánh giá bởi KisImpact.



NHẬN DIỆN DI SẢN VĂN HÓA THEO PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN ABCD

LÀ GÌ?

- Phương pháp Phát triển cộng đồng dựa vào tài sản, tên tiếng Anh là Assets-Based Community Development, viết tắt là ABCD do ông John McKnight và Jody Kretzmann thuộc Viện nghiên cứu chính sách của Trường đại học Northwestern, Bang Illinois, Hoa Kỳ xây dựng từ năm 1993.
- Phương pháp được chuyển sang tên tiếng Việt là **Phát triển cộng đồng dựa vào nội lực và do người dân làm chủ**.
- Là công cụ giúp nhận diện các nguồn lực sẵn có và từng bước có chiến lược phát triển phù hợp
- Là phương pháp tiếp cận tích cực, không bắt đầu từ “cộng đồng cần gì”, mà bắt đầu từ “cộng đồng có gì”.



“Đối tượng thụ hưởng” có các nhu cầu và thiếu hụt

“Người cộng dân” có các năng lực và khả năng thiên phú

Ví dụ về cốc nước nửa đầy nửa vơi

NHẬN DIỆN DI SẢN VĂN HÓA THEO PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN ABCD

TẠI SAO NÊN SỬ DỤNG CÔNG CỤ NÀY?

- Cách tiếp cận “từ bên trong cộng đồng” chứ không phải là “tiếp cận từ bên ngoài dễ sinh ra “trông chờ, ỷ lại”, nếu dự án hết kinh phí hỗ trợ từ bên ngoài cộng đồng thì sẽ dừng hoạt động.
- Muốn phát triển một cách bền vững thì cần huy động nguồn lực cộng đồng:
 - ☐ Nhận diện nguồn lực:
 - ☐ Hiểu được nguồn lực.
 - ☐ Tự làm-Tự hưởng: Cộng đồng không thể phát triển từ sự trợ giúp không gắn liền với sự tự chủ người dân để nhằm thay đổi cuộc sống của chính họ. Phát triển dựa trên nguồn lực và điểm mạnh của cộng đồng thay vì dựa vào vấn đề của cộng đồng

NHƯ THẾ NÀO/BỐI CẢNH SỬ DỤNG?

- Các cá nhân, tổ chức muốn làm việc hiệu quả với cộng đồng
- Tiếp cận và phát triển bền vững cho cộng đồng
- Khích lệ, khơi dậy nội lực từ bên trong cộng đồng

NỘI LỰC (TÀI SẢN) VÀ NHU CẦU CỦA PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN ABCD



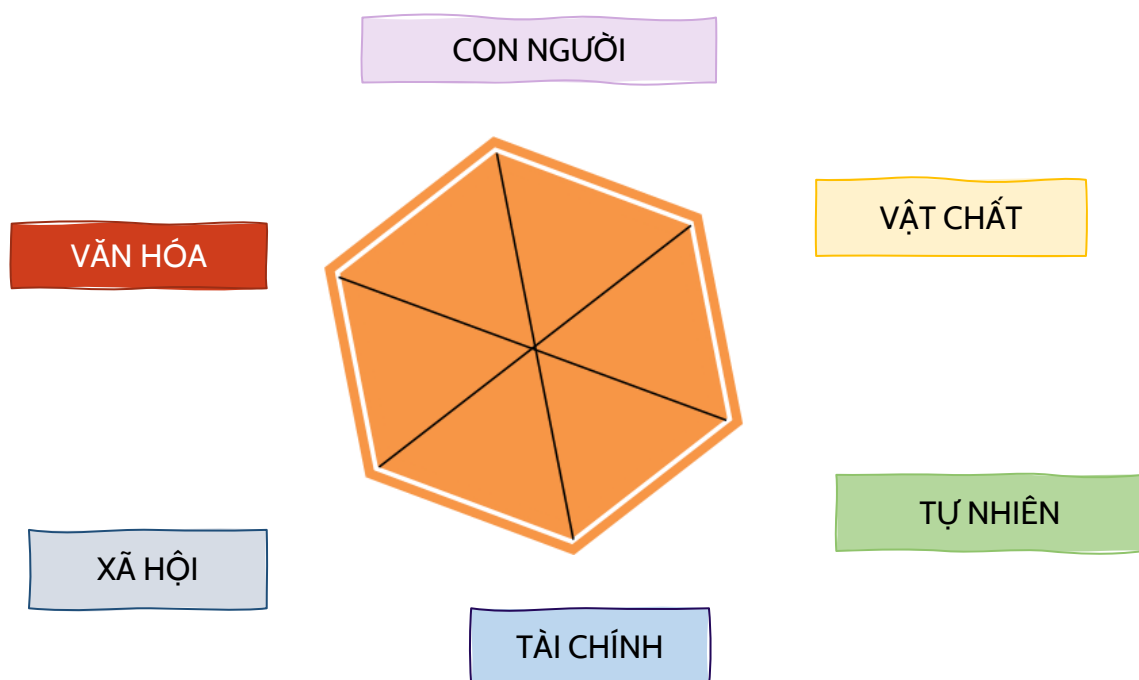
Khi tiếp cận từ "nhu cầu" thì tìm các dịch vụ để đáp ứng, cho các khách hàng hưởng thụ, và sẽ sinh ra "dự án là câu trả lời"; còn "Nội lực" (tài sản) thường tiếp cận từ kết nối, đóng góp, từ bên trong các cộng dân (cộng đồng) nên "con người là câu trả lời". Các đặc điểm của phát triển cộng đồng do người dân làm chủ.

- Nhiều người đã nhận ra rằng cho dù ở cộng đồng nghèo nhất vẫn luôn có các tài sản (nguồn lực hay nội lực) sẵn có để phát triển cộng đồng
- **Nguồn lực cộng đồng** được hiểu là tất cả những gì mà cộng đồng có thể sử dụng được để phát triển cộng đồng của mình, làm cho nó năng suất và hiệu quả hơn

CÁC NGUỒN LỰC/TÀI SẢN CỦA CỘNG ĐỒNG

TÀI SẢN (NGUỒN LỰC):

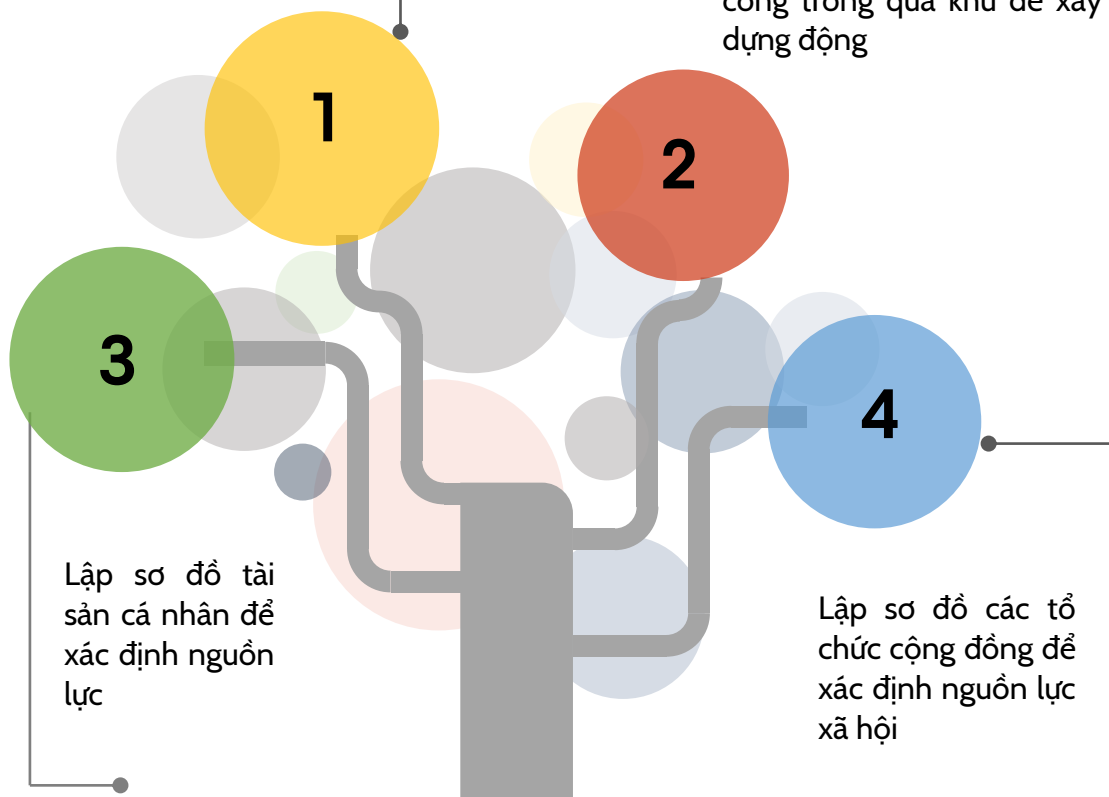
- **Con người:** là những người dân trong cộng đồng với các kiến thức, kỹ năng, chuyên môn, sáng kiến, như kiến thức bản địa, nấu ăn giỏi, kinh nghiệm đi rừng.
- **Tài nguyên thiên nhiên:** tài nguyên thiên nhiên như đất đai, khí hậu, nguồn nước, sông ngòi
- **Vật chất:** cơ sở hạ tầng/vật lực, như nhà rông/nhà cộng đồng, trường học, đường xá,...
- **Tài chính (tài lực):** các nguồn tài chính, như quỹ bảo tồn văn hóa, quỹ khuyến học, tiết kiệm của gia đình,...
- **Xã hội:** thể chế/ các mối quan hệ, như HTX dệt thổ cẩm, đoàn thanh niên, hội phụ nữ, UBND xã,...
- **Di sản văn hóa:** vật thể và phi vật thể, như văn hóa dân tộc, không gian văn hóa công chiêng Tây Nguyên, di tích văn hóa, làng nghề truyền thống...



MỘT SỐ CÔNG CỤ SỬ DỤNG NHẬN DIỆN CÁC NGUỒN LỰC CỘNG ĐỒNG

Phỏng vấn tích cực là bước khởi đầu xây dựng quan hệ cộng đồng

Thu thập câu chuyện thành công trong quá khứ để xây dựng động



PHỎNG VẤN TÍCH CỰC

TRONG NHẬN DIỆN NGUỒN LỰC CỘNG ĐỒNG

Ý NGHĨA & MỤC ĐÍCH

Ý NGHĨA

Phỏng vấn tích cực là bước đầu tiên để xây dựng quan hệ cộng đồng



MỤC ĐÍCH

- Phát hiện những điểm mạnh, kinh nghiệm, sáng kiến của cá nhân và của cộng đồng
- Khơi dậy niềm tự hào và tự tin của cá nhân vào bản thân và cộng đồng



CÔNG CỤ PHỎNG VẤN TÍCH CỰC ĐƯỢC SỬ DỤNG TRONG:



- Kể chuyện thành công
- Phát hiện kỹ năng cá nhân (tài sản con người)
- Phát hiện tài sản của tổ chức (tài sản xã hội/văn hóa)
- Phát hiện tài sản tài chính và các tài sản cơ sở vật chất khác
- Lập kế hoạch dựa trên nguồn lực

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- PHÒNG VẤN TÍCH CỰC

01

TẠO SỰ QUAN TÂM CỦA MỌI NGƯỜI

Ví dụ: Chia sẻ các quan tâm của cộng đồng về chủ đề như xây dựng nhóm phụ nữ dệt thổ cẩm, du lịch cộng đồng, hợp tác xã...

ĐẶT CÂU HỎI PHÒNG VẤN TÍCH CỰC VỀ CHỦ ĐỀ QUAN TÂM

02

Ví dụ:

☐ Điều gì làm anh/chị tự hào là người dân tộc(điền tên dân tộc mình)?

.....

.....

☐ Anh/chị hãy kể về một đóng góp cho cộng đồng mình mà anh/chị rất tự hào?

.....

.....

☐ Điều gì đã khích lệ anh/chị làm công việc này?

.....

.....

☐ Anh/chị thấy thay đổi gì tại cộng đồng mình có ý nghĩa nhất với anh/chị?

.....

.....

THU THẬP CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG TRONG NHẬN DIỆN NGUỒN LỰC CỘNG ĐỒNG

Ý NGHĨA

Kể chuyện thành công là bước đầu tiên để phát hiện tài sản của cộng đồng khi người dân chủ động triển khai các hoạt động phát triển, hoặc cải thiện hiện trạng cộng đồng mà không có hoặc có rất ít sự hỗ trợ từ bên ngoài.



MỤC ĐÍCH

Kể lại các câu chuyện thành công trong quá khứ sẽ khơi dậy niềm tự hào, các giá trị và tinh thần cộng đồng của người dân để khuyến khích họ phát huy sáng kiến tham gia tích cực vào các hoạt động phát triển trong hiện tại và tương lai



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG



Đặt những câu hỏi giúp người dân có thể nhớ lại và kể chuyện thành công

Xem câu hỏi trong phần ví dụ



Phân tích câu chuyện thành công bằng cách gợi mở mối liên hệ giữa nguồn lực trong cộng đồng và thành quả đạt được.



Thảo luận các điểm chung của các câu chuyện thành công và chọn những câu chuyện thành công tiêu biểu để chia sẻ tại cộng đồng, cùng nhau ghi nhận những nguồn lực đã tạo nên thành công.

Ví dụ:

- ☐ Trong những năm vừa qua, các anh/chị đã cùng nhau thực hiện các công việc nào trong cộng đồng mà chúng ta thấy tự hào nhất?

.....
.....

- ☐ Anh/chị hãy kể về một sáng kiến phát triển cộng đồng thành công mà không có hoặc có ít sự hỗ trợ từ bên ngoài?

.....
.....

KHÁM PHÁ TÀI SẢN CÁ NHÂN TRONG NHẬN DIỆN NGUỒN LỰC CỘNG ĐỒNG

LÀ GÌ?

- Nguồn lực/tài sản về con người có thể nói đến hai nguồn lực chính:

□ Nguồn lực là sức lao động chân tay;

□ Nguồn lực lao động trí óc.

- Tài sản cá nhân trong phần này được hiểu là những kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng, khả năng của cá nhân làm tốt một công việc nào đó.

- Từ “kỹ năng cá nhân” được hiểu rộng là tài sản con người của cá nhân và của các thành viên trong cộng đồng.



Ý NGHĨA & MỤC ĐÍCH

Ý NGHĨA

Tài sản cá nhân là những kiến thức, kinh nghiệm, kỹ năng, khả năng của cá nhân làm tốt một công việc nào đó.

MỤC ĐÍCH

□ Khám phá điểm mạnh, kỹ năng, năng lực của cá nhân trong cộng đồng để lập sơ đồ tài sản cá nhân

□ Khuyến khích các cá nhân (thành viên trong cộng đồng) sử dụng/huy động các kỹ năng, kinh nghiệm...nêu trên tham gia vào các hoạt động vì lợi ích chung



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- KHÁM PHÁ TÀI SẢN CÁ NHÂN

01 TỪ CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG:

- ❑ Liệt kê ra những kiến thức, kỹ năng gì mà người khởi xướng có để vận động cộng đồng tham gia vào câu chuyện thành công này?

.....

.....

.....

.....

- ❑ Liệt kê ra những kiến thức, kỹ năng từ người khác trong cộng đồng để góp phần làm nên thành công của câu chuyện này?

.....

.....

.....

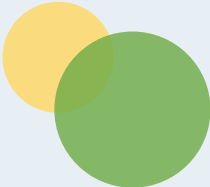
.....

02 MỞ RỘNG ĐẾN NHỮNG CÁ NHÂN KHÁC TRONG CỘNG ĐỒNG

03 NHÓM CÁC TÀI SẢN THEO NHÓM:

Ví dụ: Nhóm tài sản theo hình tượng:

- ❖ **Bàn tay:** biết dệt thổ cẩm, chế tác nhạc cụ, đan lát...
- ❖ **Trái tim:** tinh thần giúp đỡ nhau, yêu văn hóa của mình
- ❖ **Đầu:** bán hàng, truyền dạy, quản lý



LẬP SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CỘNG ĐỒNG TRONG NHẬN DIỆN NGUỒN LỰC CỘNG ĐỒNG

Ý NGHĨA

Sơ đồ tổ chức cộng đồng thể hiện tài sản xã hội của cộng đồng. Đó là các mối quan hệ và vai trò của các tổ chức khác nhau trong cộng đồng và các liên hệ với tổ chức bên ngoài trong các hoạt động phát triển.

Ví dụ:

- ❖ **Các thể chế:** cơ quan chính quyền, hợp tác xã, tổ chức phi chính phủ.
- ❖ **Tổ chức chính trị-xã hội:** Hội nông dân, hội phụ nữ, hội văn hóa dân gian...
- ❖ **Các nhóm cộng đồng:** Nhóm bảo tồn văn hóa, câu lạc bộ dân ca,...



MỤC ĐÍCH

- ❑ Phát hiện nhóm tình nguyện, các hiệp hội, các tổ chức đang hoạt động trong cộng đồng và mối quan hệ của họ với nhau và với cộng đồng.
- ❑ Tìm hiểu cơ hội hợp tác giữa các nhóm, các hiệp hội, tổ chức với cộng đồng



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- LẬP SƠ ĐỒ

TỔ CHỨC CỘNG ĐỒNG

01

BẮT ĐẦU TỪ CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG

- Có những tổ chức, đoàn thể hay nhóm nhỏ nào bên trong hay bên ngoài cộng đồng tham gia vào câu chuyện thành công này?

MỞ RỘNG ĐẾN CÁC TỔ CHỨC CÓ HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN TẠI CỘNG ĐỒNG

02

☐ Có những tổ chức, đoàn thể hay nhóm nhỏ nào bên trong hay bên ngoài cộng đồng có hoạt động phát triển tại cộng đồng?

.....

.....

☐ Thể hiện trên bản đồ

03

TÌM HIỂU TIỀM NĂNG CÁC TỔ CHỨC

Liệt kê vai trò các tổ chức, các nhóm đối với cộng đồng và điền vào bảng **PHÂN TÍCH NGUỒN LỰC CÁC TỔ CHỨC**:

STT	TÊN TỔ CHỨC	MỤC ĐÍCH TỔ CHỨC	NGUỒN LỰC: CƠ SỞ VẬT CHẤT, KINH PHÍ, KINH NGHIỆM	QUAN HỆ VỚI CỘNG ĐỒNG
1				
2				
3				

CÔNG CỤ MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG DI SẢN VĂN HÓA

LÀ GÌ?

- Là công cụ giúp người sử dụng minh họa một cách trực quan dễ hiểu về cách doanh nghiệp/tổ chức/dự án sẽ tạo ra doanh thu và các giá trị từ các hoạt động trên nền tảng di sản văn hóa
- Công cụ được xây dựng trên nền của công cụ mô hình kinh doanh canvas của Alexander Osterwalder vào năm 2005 và hiện đang được sử dụng rộng rãi trên khắp thế giới
- Di sản và giá trị của di sản là nền tảng, trái tim của mô hình kinh doanh
- Sự phù hợp giữa giá trị văn hóa di sản và khách hàng
- Di sản như một nguồn lực quan trọng để phát triển mô hình kinh doanh bền vững



Ví dụ: Đây là công việc kinh doanh của bạn



Ví dụ: Đây là khách hàng của bạn

CÔNG CỤ MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG DI SẢN VĂN HÓA

TẠI SAO NÊN SỬ DỤNG CÔNG CỤ NÀY?

- Chủ doanh nghiệp/dự án cần hình dung và thuyết trình cụ thể, rõ ràng về cách mình sẽ hình thành doanh thu cho từ hoạt động kinh doanh của mình
- Các nhân sự trong dự án cần có chung hiểu biết về doanh nghiệp một cách nhanh chóng hiệu quả
- Các đối tác, khách hàng, nhà tài trợ cần nắm được hoạt động và mô hình kinh doanh của doanh nghiệp một cách nhanh chóng, hiệu quả

NHƯ THẾ NÀO/BỐI CẢNH SỬ DỤNG?

- Trong thuyết trình với
 - nhân sự trong công ty
 - đối tác, khách hàng
 - Nhà tài trợ
- Trong điều chỉnh và thích nghi với những bối cảnh mới của thị trường
- Trong phát triển sản phẩm, dịch vụ mới

MẪU MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG DI SẢN VĂN HÓA

8. Các đối
tác chính

7. Các hoạt động
chính

2. Tuyên
bố giá trị

4. Quan hệ khách
hàng

1. Phân
khúc
khách
hàng

6. Các nguồn lực
chính

3. Kênh

9. Cấu trúc chi phí

10. Tác động

5. Các dòng doanh thu

CÔNG CỤ MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG DI SẢN VĂN HÓA - GỒM NHỮNG GÌ?

- 1 Các phân khúc khách hàng
- 2 Các tuyên bố giá trị
- 3 Các nhóm kênh
- 4 Các quan hệ khách hàng
- 5 Các dòng doanh thu
- 6 Các nguồn lực chính
- 7 Các hoạt động chính
- 8 Các đối tác chính
- 9 Cấu trúc chi phí
- 10 Tác động

CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG

TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH

TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN

ĐẶC ĐIỂM CỦA KHÁCH HÀNG (TIỀM NĂNG NHẤT)



Tuổi:.....

Nghề nghiệp:.....

Thu nhập:.....

Nơi sống:.....

Điện thoại sử dụng:.....

Gia đình (con cái, bố mẹ v.v.):.....

.....

KHÓ KHĂN VẤN ĐỀ GẶP PHẢI (ĐẶT MÌNH VÀO VAI TRÒ CỦA KHÁCH HÀNG ĐỂ MÔ TẢ):



Tôi cảm thấy + Các từ mô tả tiêu cực

(Ví dụ: Tôi cảm thấy buồn chán khi không có
những trải nghiệm thực tế ở nơi đến)

Tôi cảm thấy

.....

.....

HỌ THƯỜNG LÀM GÌ ĐỂ GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ



Ai là người họ hay hỏi ý kiến?

.....

Ai là người họ hay làm theo ?

.....

Họ thường tham gia cộng đồng nào :

.....

Họ thường tham khảo thông tin ở đâu

.....

KỶ VỌNG CỦA KHÁCH HÀNG



Tôi cảm thấy + Các từ mô tả tích cực

(Ví dụ: Tôi cảm thấy trải nghiệm trọn vẹn
hơn khi được đi thăm quan và trải nghiệm)

Tôi cảm thấy

.....

.....

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CHÂN DUNG KHÁCH HÀNG

BƯỚC 1

Mô tả đặc điểm của khách hàng mà bạn cho là tiềm năng nhất (có khả năng chi trả cao nhất cho sản phẩm, dịch vụ của bạn)

01

02

03

04

05

BƯỚC 2

Mô tả những khó khăn/vấn đề/ sự khó chịu mà khách hàng gặp phải

BƯỚC 3

Cách khách hàng thường làm để giải quyết sự khó chịu

BƯỚC 4

Mô tả những kỳ vọng/mong muốn của khách hàng

BƯỚC 5

Ước lượng số lượng những khách hàng như vậy có khoảng bao nhiêu doanh nghiệp/dự án có thể tiếp cận và khả năng chi trả của những người này cho sản phẩm dịch vụ

Tuyên bố giá trị trong mô hình kinh doanh trên nền tảng văn hóa di sản



Bạn chọn khó khăn nào của khách hàng để giải quyết?

.....

.....

.....

.....

.....

Bạn làm gì để giải quyết khó khăn đó?

.....

.....

.....

.....

.....

Khách hàng của bạn sẽ cảm thấy thế nào với sản phẩm, dịch vụ trên nền tảng văn hóa, di sản của bạn?

Mô tả ngắn bằng 12 từ

.....

.....

.....

.....

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

– CÁC TUYÊN BỐ GIÁ TRỊ

BƯỚC 1

Kể tên những giá trị nào giá trị cốt lõi của sản phẩm dịch vụ

BƯỚC 2

Kể tên những giá trị khác biệt của sản phẩm dịch vụ (khác với những sản phẩm, dịch vụ khác đang có trên thị trường) khiến khách hàng đón nhận và lựa chọn

BƯỚC 3

Kể tên những giá trị được tôn vinh lên nhờ có nền tảng văn hóa, di sản

BƯỚC 4

Hãy hỏi tối thiểu khách hàng:

- . Khách hàng thích NHẤT điều gì ở sản phẩm, dịch vụ của bạn?
- . Khách hàng có giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của bạn cho người khác không?

BƯỚC 5

Tìm điểm chung trong câu trả lời về những giá trị mà họ thích từ sản phẩm, dịch vụ của bạn

BƯỚC 6

Tổng hợp lại và truyền thông những giá trị này trong khoảng 12 từ

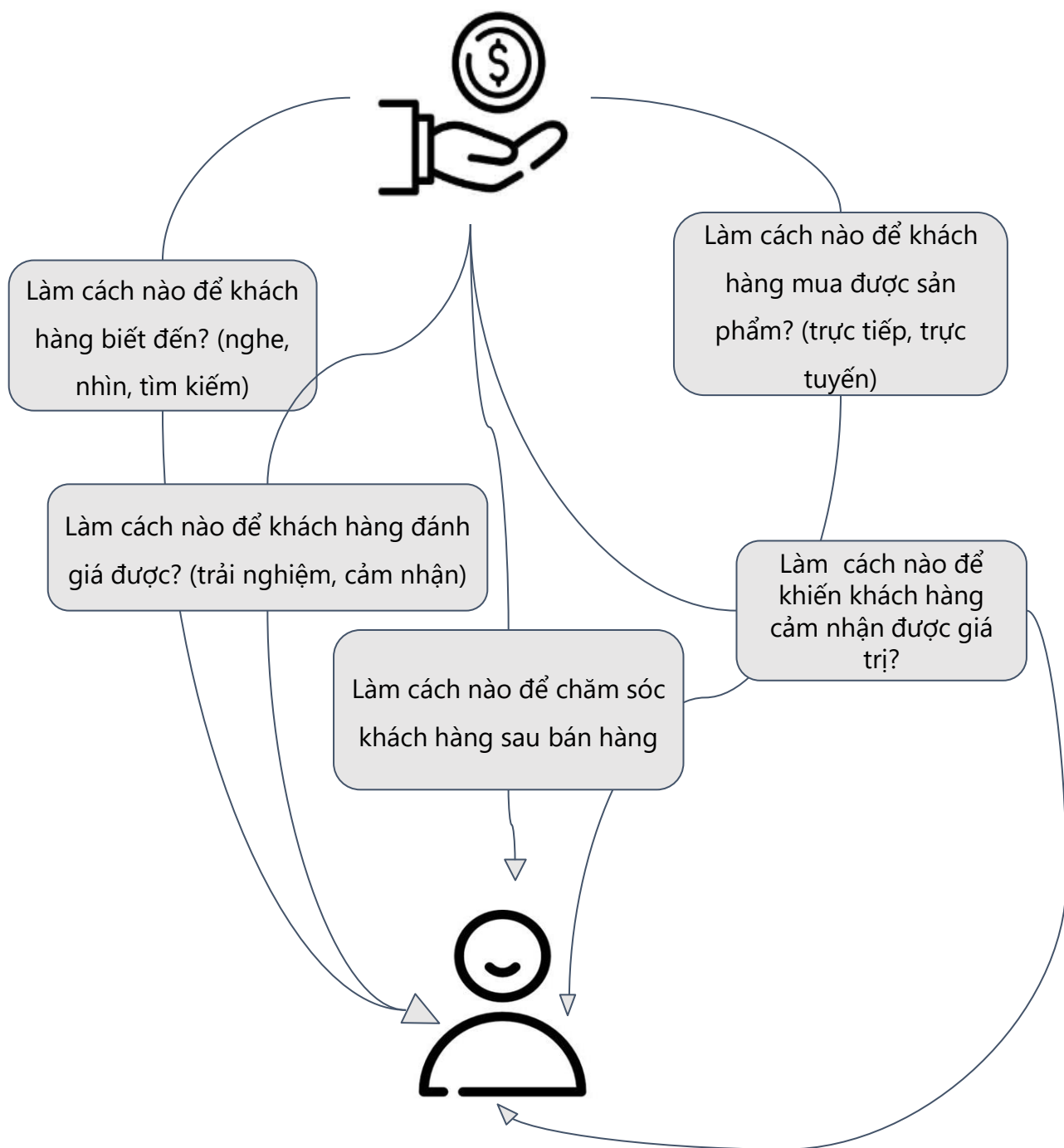
BƯỚC 7

Mang 12 từ này đi hỏi tiếp khoảng 10 khách hàng, 10 người trong cộng đồng quan tâm đến văn hóa và di sản của bạn khác xem họ có hiểu, đồng tình hoặc gợi ý khác không

BƯỚC 8

Nếu vẫn thấy cần sửa, bạn cứ tiếp tục phỏng vấn và điều chỉnh

Các nhóm kênh trong mô hình kinh doanh trên nền tảng văn hóa di sản



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

– CÁC NHÓM KÊNH

BƯỚC 1

Kể tên các cách bạn đang làm để khách hàng biết đến? Còn cách làm nào hiệu quả hơn không? Bạn có thể học thêm các cách làm của các bên tương tự.
Ví dụ: Các kênh mạng xã hội (Facebook, Instagram, Tiktok)

BƯỚC 4

Làm cách nào để khiến khách hàng cảm nhận được giá trị? Câu chuyện nào bạn đang kể cho khách hàng nghe, bao bì sản phẩm thể hiện giá trị của bạn như thế nào?

BƯỚC 2

Kể tên các kênh bạn đang làm/muốn làm để khách hàng đánh giá được? (trải nghiệm, cảm nhận). Hãy suy nghĩ về hiệu quả của các kênh?
Ví dụ: Đi hội chợ, Tại gian hàng, các đánh giá của những người khác

BƯỚC 3

Kể tên cách nào để khách hàng mua được sản phẩm? (trực tiếp, trực tuyến) Ví dụ qua sàn thương mại điện tử, qua website, qua mạng xã hội v.v.

BƯỚC 5

Làm cách nào để chăm sóc khách hàng sau bán hàng? Bạn đang chăm sóc khách hàng như thế nào? Bằng email, bằng Zalo, bằng nhắn tin trên Facebook, bằng quà tặng

BƯỚC 6

Tự trả lời một số câu hỏi :

- Kênh nào bạn đã thực hiện? Có khách hàng đặt hàng qua kênh đó không? Tạo ra bao nhiêu doanh thu qua kênh đó?
- Kênh nào bạn muốn thực hiện mà chưa thực hiện được? Kênh đó cần đầu tư bao nhiêu tiền? Người phụ trách là ai?
- Kênh nào bạn sở hữu? Kênh nào bạn phải đi thuê/ trả phí? Trả phí bao nhiêu?
- Kênh nào hiệu quả nhất (Ví dụ: chi phí ít nhất và hiệu quả cao nhất)? Tại sao?
- Bạn định làm gì tiếp theo?
- Kênh nào không hiệu quả nhất? Tại sao? Bạn định làm gì tiếp theo?



QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH

TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN



Chọn một hoặc một vài cách quan hệ với khách hàng mà bạn đang thực hiện:

- ☐ **Giao dịch:** Không thiết lập quan hệ nào với khách hàng
- ☐ **Tự động** (khách hàng không cần gặp bạn, có thể tự tìm hiểu, tự mua hàng)
- ☐ **Dài hạn:** Tương tác trên cơ sở định kỳ với doanh nghiệp
- ☐ **Hỗ trợ cá nhân:** Có sự tương tác giữa con người và người, ví dụ: gọi điện, nhắn tin hỗ trợ
- ☐ **Hỗ trợ cá nhân chuyên biệt:** Một/nhiều nhân viên chăm sóc đặc biệt
- ☐ **Tự phục vụ:** Để khách hàng tự phục vụ, doanh nghiệp của bạn chỉ cung cấp công cụ, nền tảng
- ☐ **Cộng đồng:** Tạo cộng đồng người dùng để tham gia nhiều hơn với khách hàng/khách hàng tiềm năng và để tạo điều kiện kết nối giữa các thành viên trong cộng đồng.
- ☐ **Cùng sáng tạo:** mời khách hàng viết đánh giá và do đó tạo ra giá trị cho những người yêu sách khác hoặc thu hút khách hàng để hỗ trợ thiết kế các sản phẩm mới và sáng tạo các dịch vụ mới

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

01 Phân loại quan hệ theo bảng đã nêu ở trên

02 Trả lời một số câu hỏi sau:

☐ Loại mối quan hệ nào mà mỗi Phân khúc khách hàng của chúng ta mong đợi chúng ta thiết lập và duy trì với họ?

.....

☐ Những cách nào bạn đã thực hiện?

.....

☐ Các cách quan hệ này có tốn kém (về thời gian, nhân lực)

.....

☐ Làm thế nào đưa các quan hệ này vào phần còn lại của mô hình kinh doanh?

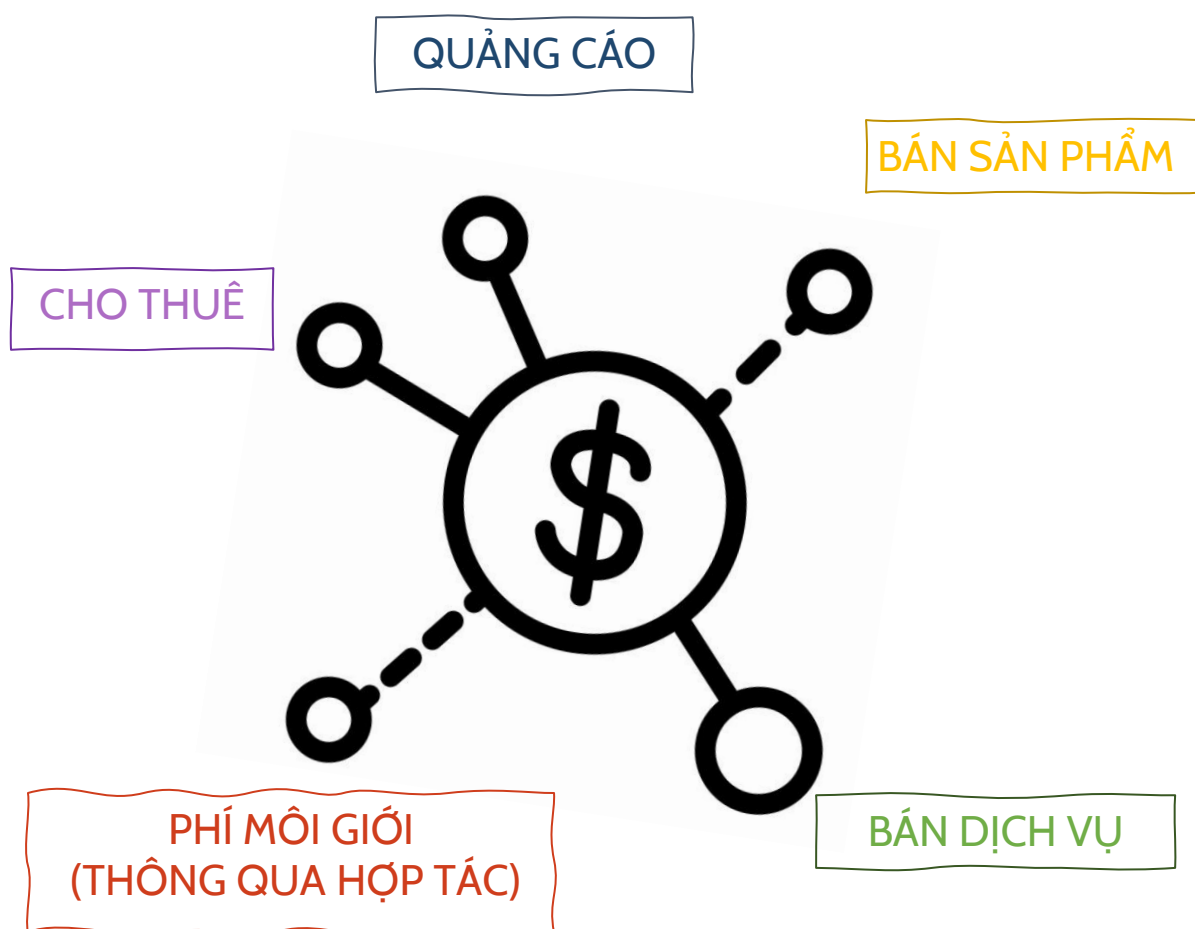
.....

03 Lựa chọn tập trung tối đa 2 quan hệ cho mỗi nhóm khách hàng

04 Đánh giá hiệu quả của từng loại quan hệ



CÁC DÒNG DOANH THU – TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CÁC DÒNG DOANH THU

BƯỚC 1

Trả lời các câu hỏi sau:

- ☐ Khách hàng của chúng ta thực sự sẵn sàng trả cho giá trị, trải nghiệm văn hóa di sản nào?

.....

.....

- ☐ Họ muốn trả tiền như thế nào?

.....

.....

- ☐ Mỗi dòng doanh thu đóng góp bao nhiêu vào tổng doanh thu tính theo tỷ lệ phần trăm của tổng số?

.....

.....

BƯỚC 2

Dòng doanh thu từ sản phẩm nào cao nhất?

.....

.....

BƯỚC 3

Dòng doanh thu nào tiềm năng đang tăng trong tổng doanh thu?

.....

.....

CÁC NGUỒN LỰC CHÍNH - TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN

Là những gì doanh nghiệp/tổ chức/dự án/hộ kinh doanh sử dụng trong quá trình sản xuất kinh doanh của mình

- ☐ Tài sản vật lý (nhà xưởng, máy móc, đất đai v.v.)
- ☐ Con người
- ☐ Sở hữu trí tuệ: nhãn hiệu, sáng chế, giải pháp hữu ích



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CÁC NGUỒN LỰC CHÍNH



BƯỚC 1

Kể tên những gì bạn cần để tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh hoặc phát triển sản phẩm, dịch vụ



BƯỚC 2

Phân loại vào những nhóm được nêu trên: tài sản hữu hình, con người, tài chính.

Đối với mô hình kinh doanh trên nền tảng văn hóa di sản, đặc biệt lưu ý những tài sản vô hình phục vụ sản xuất kinh doanh, những chất liệu văn hóa. Ví dụ:

- Nghệ nhân
- Bài hát/điệu múa cổ truyền
- Sử thi v.v.



BƯỚC 3

Đặc biệt lưu ý những nguồn lực chính nào có nguy cơ bị mai một, bị mất hoặc quý hiếm để từ đó có phương án bảo tồn và phát triển

CÁC HOẠT ĐỘNG CHÍNH - TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN

- Là những gì bạn làm để mô hình kinh doanh của bạn có thể vận hành được
- Bạn cần trả lời các câu hỏi:

☐ Bạn cần thực hiện những hoạt động gì để sản xuất, kinh doanh và tạo ra giá trị như khách hàng muốn? *(phần tuyên bố giá trị ở trước đó)*

.....

☐ Bạn cần thực hiện những gì để khách hàng biết đến bạn và giá trị sản phẩm dịch vụ? *(phần kênh ở trước đó)*

.....

☐ Bạn cần thực hiện gì để xây dựng quan hệ với khách hàng *(phần quan hệ khách hàng trước đó)*

.....

☐ Bạn cần làm gì để tạo ra doanh thu cho từng hoạt động?

.....

☐ Bạn cần làm gì để củng cố sự bền vững của nền tảng văn hóa di sản?

.....

- Hoạt động chính là những gì bạn tự thực hiện
- Hoạt động nào bạn không thực hiện thì chuyển sang tìm kiếm các đối tác thuê ngoài

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CÁC HOẠT ĐỘNG CHÍNH



BƯỚC 1

Kể tên các hoạt động bạn đang tự mình thực hiện trong công việc kinh doanh



BƯỚC 2

Đối chiếu với các câu hỏi đã nêu ở trên và xem:

- Hoạt động nào bạn đã thực hiện hiệu quả?
.....
- Hoạt động nào bạn chưa thực hiện hiệu quả?
.....
- Hoạt động nào bạn cần tự thực hiện tốt hơn?
.....
- Hoạt động nào bạn cần thuê ngoài?
.....
- Có hoạt động nào bạn nên hợp tác với cộng đồng của bạn?
.....



BƯỚC 3

Đặc biệt lưu ý những nguồn lực chính nào có nguy cơ bị mai một, bị mất hoặc quý hiếm để từ đó có phương án bảo tồn và phát triển

CÁC ĐỐI TÁC CHÍNH - TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN

- Đối tác chính là đối tác sẽ thực hiện những công việc quan trọng cùng với bạn để mô hình kinh doanh chạy một cách hiệu quả
- Họ sẽ thực hiện những việc bạn không thực hiện
- Họ sẽ tham gia chuỗi giá trị và chuỗi hoạt động của bạn trong vai trò người cung cấp (sản phẩm, dịch vụ nào đó) cho hoạt động của bạn
- Bạn sẽ chia sẻ một phần doanh thu với họ hoặc tiết kiệm chi phí nhờ hợp tác với họ



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CÁC ĐỐI TÁC CHÍNH



BƯỚC 1

Kể tên các hoạt động mà bạn không tự mình thực hiện, và những người bạn đang hợp tác để thực hiện những hoạt động đó



BƯỚC 2

Trả lời các câu hỏi tại sao mình cần hợp tác với họ? Nguồn lực mình sẽ bỏ ra khi hợp tác với họ? Việc hợp tác tiết kiệm được bao nhiêu chi phí



BƯỚC 3

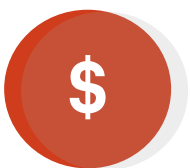
Cân nhắc xem cách nào sẽ hiệu quả hơn? Tiết kiệm chi phí hơn? Bền vững hơn cho di sản văn hóa, cộng đồng?

Bạn có thể sử dụng bảng sau đây để phân tích:

Các hoạt động của mô hình kinh doanh	Hoạt động chính (tự bạn thực hiện)	Hoạt động sẽ hợp tác	Đối tác hợp tác	Tại sao hợp tác? (Chi phí tiết kiệm được? Hiệu quả đạt được?)	Có bền vững hơn cho sự phát triển của di sản, môi trường không?

CẤU TRÚC CHI PHÍ - TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN

- Là những chi phí mà doanh nghiệp phải trả để mô hình kinh doanh vận hành được và tạo ra giá trị cho khách hàng?
- Có các loại mô hình kinh doanh quyết định cấu trúc chi phí:
 - Tối ưu chi phí: Chi phí ở mức tiết kiệm nhất. Ở đây, bạn theo đuổi việc chi phí ở mức tối thiểu, giá thấp (có thể là phục vụ nhóm khách hàng đại trà, nhạy cảm về giá)
 - Tối ưu giá trị: Chi phí ở mức tạo ra giá trị cao nhất cho khách hàng. Ở đây, bạn theo đuổi việc tạo ra giá trị cao nhất cho khách hàng (trải nghiệm dịch vụ, sản phẩm v.v) (phục vụ khách hàng ở phân khúc cao, khả năng chi trả cao)
- Các loại chi phí:
 - Chi phí cố định: Chi phí không thay đổi bất chấp khối lượng hàng hóa hoặc dịch vụ được sản xuất. Ví dụ bao gồm tiền lương, tiền thuê nhà và các cơ sở sản xuất vật chất. Một số doanh nghiệp, chẳng hạn như các công ty sản xuất, được đặc trưng bởi tỷ lệ chi phí cố định cao.
 - Chi phí biến đổi: Chi phí thay đổi tỷ lệ thuận với khối lượng hàng hóa hoặc dịch vụ được sản xuất. Một số doanh nghiệp, chẳng hạn như lễ hội âm nhạc, được đặc trưng bởi tỷ lệ chi phí biến đổi cao.



HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CẤU TRÚC CHI PHÍ

01 Trả lời câu hỏi bạn có ghi chép đầy đủ các chi phí bạn đã chi cho doanh nghiệp/dự án không?

☐ Nếu có: Hãy phân loại theo các nhóm nêu trên

☐ Nếu không: Hãy ghi chép ngay từ hôm nay

02 Trả lời câu hỏi, phân khúc khách hàng bạn đang bán hàng thuộc nhóm quan tâm nhiều hơn đến giá sản phẩm hay quan tâm đến giá trị họ nhận được ?

.....

.....

.....

03 Với cấu trúc chi phí mà bạn chọn, có gì bạn cần làm tốt hơn không?

.....

.....

.....

Chi phí nào bạn đang chi hiệu quả? Chi phí nào đang chi không hiệu quả?

.....

.....

.....



CÁC TÁC ĐỘNG - TRONG MÔ HÌNH KINH DOANH TRÊN NỀN TẢNG VĂN HÓA DI SẢN



- Là những tác động **tích cực** và **tiêu cực** mà hoạt động sản xuất kinh doanh của bạn gây ra cho môi trường, xã hội, di sản, cộng đồng
- Bạn cần phải trung thực với chính mình và đội ngũ của mình về những tác động tiêu cực để từ đó có phương án đo lường, khắc phục với những tác động tiêu cực
- Với những tác động tích cực, việc đo lường là rất cần thiết kể từ đó nhân rộng ra, và hỗ trợ tích cực cho bạn trong việc kể chuyện sản phẩm dịch vụ trên nền tảng văn hóa di sản

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG

- CÁC TÁC ĐỘNG

01

Kể tên các tác động do mô hình kinh doanh của bạn tạo ra theo bảng sau:

		TÁC ĐỘNG TÍCH CỰC	TÁC ĐỘNG TIÊU CỰC
1	Đối với môi trường		
2	Đối với xã hội		
3	Đối với cộng đồng		
4	Đối với di sản		

02

☐ Các tác động nào bạn đã đo lường?

.....

.....

.....

☐ Tác động nào bạn chưa đo lường?

.....

.....

.....

03

Với các tác động tích cực, hãy đưa ra phương án nhân rộng

04

Với các tác động tiêu cực, hãy đưa ra phương án khắc phục

MỘT SỐ LƯU Ý KHI SỬ DỤNG CÁC CÔNG CỤ

- ❖ Công cụ chỉ mang tính chất gợi ý, không phải là điều bắt buộc thực hiện
- ❖ Các công cụ hoàn toàn có thể sáng tạo thêm để thích ứng với hoàn cảnh thực tế của doanh nghiệp
- ❖ Kết quả khi sử dụng các công cụ chỉ có tính thời điểm, không cố định mà nên điều chỉnh theo thời gian đối với từng thành phần.
- ❖ Mô hình kinh doanh của doanh nghiệp sẽ thay đổi nếu hoàn cảnh thực tế bên ngoài và bên trong của doanh nghiệp thay đổi
- ❖ Các nguồn lực di sản văn hóa cũng thay đổi theo hướng tích cực/tiêu cực nên việc theo dõi và điều chỉnh là rất cần thiết



Nguồn ảnh: PLEI/JAI

VÍ DỤ THỰC HÀNH

Thông qua
trường hợp thực tế

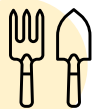


Không gian trải nghiệm văn
hóa người Giáy Tả Van



PLEI JRAI

DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ BẢO TỒN VĂN HÓA – PLEI JRAI



CỘNG ĐỒNG JRAI & NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN

- ❖ Nghề dệt thổ cẩm hình thành, tồn tại và phát triển gắn liền với cuộc sống thường ngày của người Jrai. Tuy nhiên, hiện nay chỉ còn số ít phụ nữ biết dệt thổ cẩm với hoa văn truyền thống và đa số không biết chữ, thường chỉ dệt cho nhu cầu trong gia đình và không truyền dạy ra bên ngoài.
- ❖ Mặc dù Ting-ning và K'ni trước kia là những loại nhạc cụ rất phổ biến trong cộng đồng người Jrai, hiện nay chúng đang đứng trước nguy cơ ngày càng bị mai một. Tại làng Plei Jut 1, làng có 100% hộ gia đình là người dân tộc Jrai, chỉ còn 1 nghệ nhân RơChâm Tih biết cách chế tác và diễn tấu.
- ❖ Tượng nhà mồ hình thành, tồn tại và phát triển gắn liền với lễ Pơ Thi (lễ bỏ mã) của người Jrai. Tuy nhiên hơn 10 năm trở lại đây việc tạc tượng nhà mồ cũng không còn được thực hiện một cách rộng rãi. Nghệ nhân Ksor Hnao là một trong số rất ít người Jrai trên địa bàn tỉnh Gia Lai còn thông thạo việc tạc tượng nhà mồ.



ABCD – TIẾP CẬN CHO PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

- ❖ Phát triển dựa trên tài sản của và điểm mạnh của cộng đồng thay vì dựa vào nhu cầu và vấn đề cộng đồng.
- ❖ Xây dựng cộng đồng từ bên trong.
- ❖ Kết nối nguồn lực là sức mạnh phát triển.
- ❖ Cộng đồng trở nên mạnh mẽ nhất khi sức mạnh mỗi cá nhân được kết nối.
- ❖ Cộng đồng không thể phát triển từ sự trợ giúp không gắn liền sự tự chủ người dân để nhằm thay đổi cuộc sống của chính họ.

MỤC TIÊU MÔ HÌNH PLEI JRAI

- ❖ Phát triển du lịch cộng đồng, bảo tồn văn hóa
- ❖ Nâng cao nhận thức về giá trị của văn hóa và giá trị bảo tồn văn hóa của người Jrai
- ❖ Tạo thêm công ăn, việc làm, cải thiện đời sống cư dân bản địa

HOẠT ĐỘNG TRIỂN KHAI

Truyền dạy nghề dệt thổ cẩm truyền thống của người Jrai:

- ❖ Mở lớp truyền dạy nghề dệt thổ cẩm truyền thống của người Jrai
- ❖ Định hình và tài liệu hóa hình ảnh hoa văn và ý nghĩa của hoa văn cổ truyền

Truyền dạy cách chế tác và diễn tấu đàn Ting – ning và đàn K'ni:

- ❖ Mở lớp truyền dạy cách chế tác và diễn tấu đàn Ting - ning và đàn K'ni; và lớp truyền dạy chế tác chuông gió.
- ❖ Định hình và tài liệu hóa hình ảnh cách chế tác đàn và cách diễn tấu đàn Ting - ning và đàn K'ni

Truyền dạy tạc tượng nhà mồ truyền thống của người Jrai:

- ❖ Mở lớp truyền dạy cách tạc tượng nhà mồ.
- ❖ Định hình và tài liệu hóa hình ảnh cách tạc một số loại tượng nhà mồ truyền thống của người Jrai

KẾT NỐI TÀI SẢN CỘNG ĐỒNG – KẾT QUẢ BAN ĐẦU

- ❖ Học viên dự án thổ cẩm: Cơ sở dệt thổ cẩm, quầy hàng lưu niệm đồ thổ cẩm tại nhà nghề nhân
- ❖ Học viên dự án nhạc cụ: Biểu diễn nhạc cụ truyền thống Jrai cho khách tham quan tại các không gian thưởng thức ẩm thực truyền thống Jrai, và đi biểu diễn nhiều nơi trong nước và nước ngoài.
- ❖ Học viên dự án tạc tượng: trang trí các không gian ẩm thực Jrai, các café đặt tạc tượng, bảo tàng Gia Lai, ra đời không gian ẩm thực, kết hợp trưng bày tượng gỗ để thu hút khách của gia đình nghề nhân Ksor Hnao.
- ❖ Thiết kế các tour trải nghiệm văn hóa dựa vào nguồn lực của cộng đồng

KẾT NỐI CÁC MÔ HÌNH ABCD

- ❖ Xây dựng được ít nhất 2 ấn phẩm về bảo tồn văn hóa dân tộc bản, xuất bản được quyển Truyện cổ và sử thi Jrai.
- ❖ Phát triển mô hình bảo tồn văn hóa dân tộc bản địa gắn với du lịch cộng đồng và không gian ẩm thực của người Jrai với ít nhất 10 hộ dân tham gia.
- ❖ Tiếp tục mở rộng các lớp tập huấn, như lớp dệt thổ cẩm giai đoạn 2, chế tác đàn và biểu diễn đàn T'rưng.
- ❖ Hoàn thiện thủ tục tiến tới việc phát triển mô hình dưới hình thức tổ, nhóm hợp tác.
- ❖ Tài liệu hóa mô hình, chia sẻ tại các diễn đàn phát triển trong khu vực và quốc tế.



PLEI JRAI ỨNG DỤNG CÔNG CỤ ABCD

PHÒNG VẤN TÍCH CỰC

Khơi gợi tính tự hào về giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc của mình

01

THU THẬP CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG

Câu chuyện gắn kết cộng đồng trong công việc dựng nhà rông, đánh công chiêng trong các lễ hội, đám ma; dọn bến nước giọt của làng

02

KHÁM PHÁ TÀI SẢN CÁ NHÂN

Trong nhóm có nhiều nghệ nhân có kỹ năng dệt thổ cẩm, hoa văn thổ cẩm đặc trưng của người Jrai, nghệ nhân giỏi chế tác và biểu diễn nhạc cụ truyền thống, nghệ nhân đan lát, tạc tượng gỗ nhà mồ.

03

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CỘNG ĐỒNG

Chính quyền xã, phường, đoàn thanh niên, hiệp hội đoàn thể xã, huyện,... tổ chức phi chính phủ, người dân trong cộng đồng, nghệ nhân dệt thổ cẩm, HTX Dệt thổ cẩm, cộng đồng thu mua thổ cẩm, các hộ kinh doanh ẩm thực truyền thống kết hợp với biểu diễn công chiêng, nhạc cụ truyền thống của người Jrai, các doanh nghiệp kinh doanh homestay ở xung quanh cộng đồng,

04

PLEI JRAI ỨNG DỤNG MÔ HÌNH KINH DOANH

8. Các đối tác chính

- Nghệ nhân dệt thổ cẩm, nhạc cụ, tác tượng, đan lát
- Cộng đồng thu mua thổ cẩm
- Nhà hàng ẩm thực Jrai, các homestay trong vùng...

7. Các hoạt động chính

- Dệt thổ cẩm truyền thống; Sản xuất sản phẩm; Marketing sản phẩm, dịch vụ (thông qua sáng tạo nội dung trên fanpage)
- Tổ chức dịch vụ: tour du lịch trải nghiệm, biểu diễn nhạc cụ,

6. Các nguồn lực chính

Nghệ nhân dệt thổ cẩm; Nghệ nhân biểu diễn nhạc cụ truyền thống, công chiêng, xoang Jrai, hát các giai điệu; Hoa văn thổ cẩm đặc trưng của người Jrai; nghệ nhân tạc tượng gỗ nhà mồ Jrai, nhóm chuyên chế biến ẩm thực Jrai.

2. Tuyên bố giá trị

Trải nghiệm văn hóa người Jrai độc đáo qua hoạt động trải nghiệm học chế tác và biểu diễn nhạc cụ, làm chuông gió và làm công đoạn dệt thổ cẩm, tạc tượng gỗ nhà mồ, ẩm thực truyền thống Jrai kết hợp biểu diễn nhạc cụ truyền thống.

4. Quan hệ khách hàng

- Trực tiếp: Trực tiếp phục vụ khách hàng

3. Kênh

- Website, Facebook: Đăng tải hình ảnh sản phẩm, dịch vụ, trải nghiệm, kể chuyện sản phẩm dịch vụ
- Zalo: Giao tiếp với khách hàng

1. Phân khúc khách hàng

Các nhà sưu tầm, nghệ sĩ biểu diễn nhạc cụ truyền thống, khách hàng mua sản phẩm làm quà tặng, khách du lịch người nước ngoài, đề cao trải nghiệm văn hóa.

9. Cấu trúc chi phí

- Chi phí nguyên vật liệu
- Chi phí nhân sự (chi trả cho những nghệ nhân, người biểu diễn)
- Chi phí sản xuất khác

10. Tác động

- Tạo công ăn việc làm và thu nhập cho cộng đồng
- Bảo tồn các hoa văn cổ của người Jrai
- Phụ nữ dệt thổ cẩm luôn tương trợ, động viên nhau vượt qua khó khăn trong cuộc sống

5. Các dòng doanh thu

- Bán dịch vụ tour trải nghiệm văn hóa
- Bán sản phẩm thổ cẩm truyền thống, đồ lưu niệm được chế tác từ văn hóa
- Không gian ẩm thực truyền thống kết hợp với biểu diễn nhạc cụ do nghệ nhân thực hiện.

HTX Mường Hoa

HANDICRAFTS 24

HTX MƯỜNG HOA ỨNG DỤNG CÔNG CỤ ABCD

PHÒNG VẤN TÍCH CỰC

Tự hào về giá trị văn hóa đặc trưng của dân tộc H'Mông của mình

01

02

THU THẬP CÂU CHUYỆN THÀNH CÔNG

Câu chuyện cộng đồng tự thành lập HTX

KHÁM PHÁ TÀI SẢN CÁ NHÂN

Trong HTX có nhiều nghệ nhân có kỹ năng dệt thổ cẩm, nhuộm chàm, vẽ sáp ong, múa, hát các giai điệu, bài múa cổ; hoa văn thổ cẩm đặc trưng của người H'Mông

03

04

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CỘNG ĐỒNG

Người dân trong cộng đồng, nghệ nhân dệt thổ cẩm, HTX Dệt thổ cẩm, cộng đồng thu mua thổ cẩm tái chế, các gia đình cung cấp dịch vụ homestay ở xung quanh cộng đồng, chính quyền địa phương, nhóm thanh niên, hiệp hội đoàn thể xã, huyện,...

HTX MƯỜNG HOA ỨNG DỤNG MÔ HÌNH KINH DOANH

8. Các đối tác chính

- Nghệ nhân dệt thổ cẩm
- Cộng đồng thu mua thổ cẩm tái chế
- Các gia đình cung cấp dịch vụ homestay ở xung quanh cộng đồng

7. Các hoạt động chính

- Thu gom thổ cẩm tái chế; Sản xuất sản phẩm; Marketing sản phẩm, dịch vụ (thông qua sáng tạo nội dung trên fanpage)
- Tổ chức dịch vụ: trải nghiệm, văn nghệ

2. Tuyên bố giá trị

Trải nghiệm văn hóa người Mông độc đáo qua hoạt động vẽ sáp ong và làm công đoạn dệt thổ cẩm

4. Quan hệ khách hàng

- Trực tiếp: Trực tiếp phục vụ khách hàng

1. Phân khúc khách hàng

Khách du lịch người nước ngoài, đề cao trải nghiệm văn hóa

6. Các nguồn lực chính

Nghệ nhân dệt thổ cẩm; Nghệ nhân múa, hát các giai điệu, bài múa cổ; Hoa văn thổ cẩm đặc trưng của người H'Mông

3. Kênh

- Facebook: Đăng tải hình ảnh sản phẩm, dịch vụ, trải nghiệm, kể chuyện sản phẩm dịch vụ
- Zalo: Giao tiếp với khách hàng

9. Cấu trúc chi phí

- Chi phí nguyên vật liệu
- Chi phí nhân sự (chi trả cho những nghệ nhân, người biểu diễn)
- Chi phí sản xuất khác

10. Tác động

- Tạo công ăn việc làm và thu nhập cho cộng đồng
- Bảo tồn các hoa văn cổ của người H'Mông
- Bảo vệ môi trường do tái sử dụng

5. Các dòng doanh thu

- Bán dịch vụ trải nghiệm văn hóa
- Bán sản phẩm thổ cẩm tái chế





“

Fanpage từ tháng 02.2023, sau 7 tháng xây dựng fanpage đạt gần 200 người theo dõi KisStartup hướng dẫn cầm tay chỉ việc cùng dự án từ bước xây dựng fanpage cơ bản đến quá trình quản lý trang và phát triển nội dung, cụ thể:

- Hướng dẫn cấu trúc bài viết Fanpage đầy đủ thông tin và chia sẻ PR trang đến cộng đồng
- Hướng dẫn chụp hình, cắt ghép video và đăng tải
- Cùng lên chủ đề bài viết và hướng dẫn viết bài và chữa bài trong giai đoạn đầu
- Hướng dẫn tìm kiếm thông tin và lồng ghép thông điệp văn hóa Champa vào các bài viết

Đến nay, các thành viên nhóm đã thực hiện các nội dung bài đăng đa dạng và phong phú, tăng mức độ nhận diện và chủ động trao đổi với các khách hàng tiềm năng thông qua kênh Fanpage

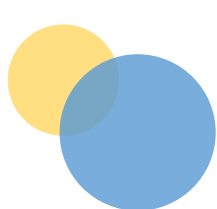
NÉT ĐẸP MÚA CHAMPA

BẢN QUYỀN TÀI LIỆU CÔNG CỤ

Bản quyền và hướng dẫn trích nguồn

BẢN QUYỀN TÀI LIỆU GIẢNG DẠY

CC BY-SA 4.0



Tài liệu được xây dựng, thử nghiệm và đánh giá bởi KisImpact trong chương trình Tập huấn Di sản và Kết nối do Hội đồng Anh tại Việt Nam hỗ trợ.

Bản quyền tài liệu giảng dạy thuộc về Quỹ ICM Falk. Quyền tác giả thuộc về KisImpact. Bộ tài liệu giảng dạy được cấp phép cho bạn theo [CC BY-SA 4.0](#). Điều này có nghĩa bạn được phép sử dụng, điều chỉnh, xây dựng tài liệu của bạn dựa trên tài liệu giảng dạy này dưới bất kỳ hình thức nào với điều kiện bắt buộc trích dẫn nguồn gốc của tài liệu (Xem trang tiếp theo). Chúng tôi cũng cho phép bạn sử dụng vì mục đích thương mại. Nếu bạn điều chỉnh hoặc xây dựng dựa trên tài liệu, bạn cần sử dụng chứng chỉ (license) tương tự.



BẢN QUYỀN TÀI LIỆU CÔNG CỤ

Cách trích nguồn

Vui lòng sử dụng cách trích dẫn nguồn dưới đây:

Tiếng Việt:

- Ngắn gọn: *Hội đồng Anh Việt Nam (2022) [CC BY-SA 4.0]*
- Đầy đủ: *Bộ tài liệu công cụ nằm trong Chương trình tập huấn Di sản Kết nối tài trợ bởi Hội đồng Anh, xây dựng, thử nghiệm, đánh giá bởi KisImpact*

Tiếng Anh:

- Ngắn gọn: *British Council Vietnam [CC BY-SA 4.0]*
- Đầy đủ: *The toolkit is part of the Linking Heritage Training Program supported by the British Council, developed, tested and evaluated by KisImpact*

Bộ công cụ được thực hiện bởi:

Tác giả: Công ty TNHH DNXH KisImpact

Chuyên gia biên soạn (Tên được sắp xếp theo thứ tự Alphabet):

Hril Siu, Nguyễn Đăng Anh Minh, Nguyễn Đăng Tuấn Minh

Thiết kế trình bày: Phạm Thị Mai

Tài trợ thực hiện: Hội đồng Anh Việt Nam