

Sản phẩm ngâm rửa rau thịt cá dạng bột và dạng nước Kochu

■ Tuệ Lâm

Nhận thấy hàng ngày mỗi gia đình Việt Nam vẫn luôn phải sử dụng những sản phẩm với thành phần hóa học cao, có nguy cơ gây hại đến sức khỏe, Tiến sĩ Nguyễn Hải Minh và cộng sự đã nghiên cứu và chế tạo ra các dòng sản phẩm tẩy rửa Kochu với thành phần hoàn toàn từ thiên nhiên, an toàn, lành tính mà vẫn đảm bảo hiệu quả sử dụng một cách tốt nhất. Nhóm đã dành nhiều thời gian để nghiên cứu công nghệ và liên tục cải tiến đưa ra thị trường những sản phẩm với chất lượng tối ưu nhất. Đặc biệt trong đó phải nói đến dòng sản phẩm rửa thực phẩm chuyên dụng là Nước rửa rau, củ, thịt, cá và Muối rửa thực phẩm tươi Kochu. Sản phẩm vừa được trao giải Ba Cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Nghệ An 2022.

Mong muốn bảo vệ an toàn sức khỏe cộng đồng và môi trường

Hiện nay, xu hướng sử dụng thực phẩm sạch đang là xu hướng lớn, tuy nhiên rau củ được trồng theo cách thuận tự nhiên rất dễ có thêm các loại vi sinh vật, sâu bọ bám vào và khó rửa trôi, khó tiêu diệt nếu chỉ rửa bằng nước thường; rất nhiều loại thực phẩm được tẩm ướp hoá chất, hoặc rau củ sử dụng thuốc trừ sâu... gây ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng. Theo nghiên cứu, thực phẩm vẫn có thể chứa nhiều vi khuẩn gây hại nếu không được làm sạch đúng cách. Tuy nhiên, việc sử dụng các phương pháp làm sạch truyền thống như ngâm muối, ngâm nước gạo... là chưa đủ và chỉ phù hợp với một số loại thực phẩm nhất định. Đặc biệt, việc lạm dụng ngâm muối quá đặc trong thời gian dài dễ làm rau bị dập nát, thậm chí khiến các chất bẩn thấm thấu ngược lại.

Lớn lên từ những bữa ăn đậm đà và được trải nghiệm sự phong phú của ẩm thực Việt

Nam từ Bắc tới Nam, anh Nguyễn Hải Minh nhận thấy rằng nhiều món ăn ngon dù có mùi vị đặc sắc nhưng mức độ an toàn thực phẩm không thể đảm bảo chắc chắn. Bởi lẽ rau củ quả Việt Nam thường có vi sinh vật, sâu bọ, thậm chí tồn dư lượng thuốc bảo vệ thực vật gây hại cho sức khỏe. Dù không có dư lượng thuốc bảo vệ thực vật thì khi được bày bán tại những khu chợ dân sinh hay siêu thị có đầy đủ hệ thống ủ lạnh, rau củ vẫn tiềm ẩn nguy cơ xuất hiện các loại sâu, sán, sên... nếu không được rửa sạch. Những điều này khiến anh suy nghĩ sâu sắc về việc “Làm thế nào rửa sạch thực phẩm để yên tâm chế biến?”, từ đó đảm bảo sức khỏe của người dân ngay trước cả khi lên mâm cơm. May mắn nhờ cơ hội được học tập nhiều công nghệ hiện đại và làm việc tại những đất nước phát triển hàng đầu thế giới như Nga, Nhật Bản... tiếp xúc với đa dạng những cách chế biến thực phẩm tiên tiến, mới lạ. Bản thân anh đúc kết được việc rõ ràng khâu sơ chế trước khi nấu ăn càng tốt bao nhiêu, thì chất lượng bữa ăn càng cao bấy nhiêu. Kochu ra đời chính là

một đứa con tinh thần mang nhiều tâm huyết của tiến sĩ Nguyễn Hải Minh và cộng sự với mong muốn giúp mọi người được sử dụng những sản phẩm xanh, sạch, bảo vệ an toàn sức khỏe cộng đồng và môi trường.

Nước rửa rau củ thịt cá Kochu ứng dụng công nghệ tiên tiến kết hợp kinh nghiệm bảo quản truyền thống làm sạch thực phẩm an toàn, bảo vệ sức khỏe cho mọi người trong gia đình. Với các thành phần tự nhiên và an toàn, từ những nguyên liệu thông thường trong nhà bếp như nước tinh khiết RO, muối ăn, bột nở, phụ gia thực phẩm, tinh bột gạo, tinh dầu thiên nhiên. Cách sử dụng rất đơn giản chỉ cần rửa sạch rau củ, thịt cá với nước từ 1-2 lần. Hòa 2-10ml sản phẩm đối với rau củ và 5-20ml đối với thịt cá cùng với 1-3 lít nước sạch. Khuấy đều hỗn hợp dung dịch sau đó ngâm 15 phút đối với rau củ và 3-4 phút đối với thịt cá, rửa lại bằng nước sạch. Cùng với sản phẩm nước rửa rau Kochu được khách hàng biết đến từ trước đến nay, Kochu phát triển thêm dòng sản phẩm rửa rau dạng muối. Muối rửa thực phẩm tươi Kochu với thành phần là tinh bột gạo, bột chanh, tinh bột nghệ, tinh dầu bạc hà, tinh dầu quế, muối ăn, bột nở. Sản phẩm được làm dưới dạng muối hoà tan, đóng gói 5gr dễ dàng sử

dụng, bảo quản và mang đi mọi nơi. Với các tính năng vượt trội giúp làm sạch và loại bỏ các vi khuẩn, sâu bọ, hoá chất độc hại, là sản phẩm sử dụng được trong gia dụng, nhưng cũng có thể ứng dụng trong việc kiểm soát bệnh cho cây trồng, và sơ chế nguyên liệu sau khi thu hoạch hay trước khi đem vào chế biến.

Đẩy mạnh tiếp cận khách hàng, phát triển thị trường

Theo tìm hiểu của nhóm nghiên cứu, thị trường nước rửa củ quả hiện nay cũng khá đa dạng. Khách hàng có thể sử dụng nhiều cách để làm sạch: muối, nước gạo... hoặc mua các sản phẩm rửa thực phẩm tại các siêu thị như Win-mart, Bách hoá Xanh, CoopMart... Hay, khách hàng cũng có thể mua các thiết bị xử lý nước, để tạo ra nước ozone, nước kiềm, nước acid để rửa thực phẩm. Một số các công ty sản xuất hoá chất công nghiệp cung cấp sản phẩm cho các công ty chế biến nông sản lớn. Tuy nhiên, nhu cầu và thị phần sản phẩm vẫn vô cùng lớn. Vì vậy, công ty đã xây dựng những phương án cần tiếp khách hàng, cũng như phát triển, mở rộng thị trường. Trước hết, Kochu tiếp cận những phụ nữ sống tại đô thị có thói quen mua thực



Sản phẩm của Kochu

phẩm sạch, từng biết về các loại sản phẩm rửa với giá trên 100.000 đồng và bán/tặng kèm các sản phẩm tẩy rửa chất lượng cao, tiếp đến hướng tới những công ty, đơn vị có nhu cầu làm sạch thực phẩm, từ đó mở rộng ra các nhu cầu tẩy rửa quy mô công nghiệp để sơ chế thực phẩm sau thu hoạch - tăng thời gian bảo quản; chất tẩy rửa làm sạch không gian, bề mặt nền - tường bên trong nhà xưởng.

Về lợi thế mà Kochu có được so với các sản phẩm trên thị trường, anh Nguyễn Hải Minh cho biết: Với mô hình tinh gọn, khả năng thích ứng linh hoạt, đã có hơn 5 năm nghiên cứu và sản xuất sản phẩm diệt khuẩn, bên cạnh đó thị trường còn tiềm năng tiếp tục phát triển. Đây là những lợi thế cạnh tranh nhất định để Kochu tiến xa hơn nữa trong tương lai. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi thế có được, Kochu gặp không ít khó khăn, vì là sản phẩm mới, thương hiệu mới, cho nên khách hàng còn ngần ngại khi mua, cần nhiều thời gian giải thích, cần tiến hành trình diễn sử dụng sản phẩm để thuyết phục khách hàng. Và khách hàng công nghiệp lớn đã có nguồn cung các sản phẩm ổn định. Để vượt qua, Kochu đẩy mạnh về truyền thông quảng cáo: thông qua quà tặng, bán combo với sản phẩm khác, giảm giá - khuyến mãi, tích điểm, thẻ khách hàng thân thiết... Cộng với khả năng tối ưu chi phí sản xuất từ công nghệ nano, tinh gọn trong đầu tư và chủ động trong chế tạo thiết bị nhằm nâng cao năng suất lên nhiều lần, giúp chi phí sản xuất giảm tối đa. Nằm trong chiến lược đưa sản phẩm đến gần hơn với người tiêu dùng, công ty đẩy mạnh truyền thông qua các web, social FB-Tiktok, sàn thương mại điện tử Shopee, Lazada, Tiki... Bên cạnh đó, hướng tới mảng truyền thông qua các KOC-KOL (người nổi tiếng, người có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội) để quảng bá sản phẩm. Về mảng khách hàng bán lẻ, tiếp tục quảng cáo và giới thiệu sản phẩm trực tiếp, song song đó đang tiến hành quảng cáo B2B để tìm thêm các khách hàng là hợp tác xã, doanh nghiệp

nhỏ và vừa. Đây là phân khúc khách hàng đã và đang gặp một số khó khăn khi sơ chế sau thu hoạch, làm sạch trước khi đóng gói, vệ sinh trước và sau khi sản xuất. Họ bắt đầu chú trọng vào công đoạn này do cũng còn yếu về kiến thức và quy trình chế biến thực phẩm.

Trong đại dịch Covid-19 vừa qua, chuỗi cung ứng - cách tiếp cận khách hàng cho thấy có nhiều điểm nhạy cảm, dễ bị đứt gãy. Vì vậy, Kochu cố gắng tạo ra sự khác biệt để xây dựng và liên kết để tạo ra hệ sinh thái sản phẩm với 4 nhóm chính: HomeCare - chăm sóc gia đình, hàng tẩy rửa gia dụng - công nghiệp; BodyCare - Mỹ phẩm có dược tính cao cấp: chăm sóc cơ thể, tắm, tẩy rửa trên người/trên thú cưng, hỗ trợ ngăn ngừa - điều trị bệnh ngoài da; Health-Care và Thực phẩm chức năng từ nguồn dược liệu sạch được trồng theo quy trình minh bạch: nước giải khát, sản phẩm lên men, sản phẩm ăn liền; Xử lý rác thải và tái chế thành phân bón hoặc vật dụng, làm sạch môi trường, xử lý đất đai - kiểm soát các loại bệnh/côn trùng trong nông nghiệp. Với 4 nhóm sản phẩm này Kochu có thể cung cấp các dịch vụ tư vấn, vật tư làm sạch chuyên dụng cho các cơ sở yêu cầu mức độ làm sạch cao cấp: nhà hàng khách sạn, trường học, nhà máy sản xuất..., cũng như cung cấp các loại nguyên vật liệu cho các ngành mỹ phẩm - dược phẩm.

Trong tương lai, anh Nguyễn Hải Minh và cộng sự mong muốn xây dựng Kochu trở thành thương hiệu được nhiều người biết đến, độ phủ rộng khắp. Thành công hơn khi Kochu đã đạt được chứng nhận FDA (Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Thuốc Hoa Kỳ). Đây là cơ sở quan trọng để các sản phẩm Kochu nâng tầm chất lượng, mang lại giá trị thật cho khách hàng, hướng tới một sản phẩm tiêu chuẩn quốc tế trong tương lai./.