

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

**GIÁO TRÌNH MÔ ĐUN
TIÊU THỤ SẢN PHẨM**

MÃ SỐ: MĐ05

NGHỀ: NUÔI NHÍM, CÂY HƯƠNG, CHIM TRÍ

Trình độ: Sơ cấp nghề

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

MÃ TÀI LIỆU: MĐ05

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Phát triển chương trình dạy nghề trình độ sơ cấp nhằm đáp ứng nhu cầu dạy nghề nông nghiệp cho lao động nông thôn của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, là nhu cầu cấp thiết của các cơ sở dạy nghề. Đối tượng người học là lao động nông thôn, đa dạng về tuổi tác trình độ văn hoá và kinh nghiệm sản xuất. Những năm gần đây, hoạt động dạy nghề của nước ta đã có những đổi mới, từ cách đào tạo theo truyền thống, hàn lâm chuyển sang đào tạo theo phương pháp mới dạng Môđun, giảng dạy công việc. Nhằm đáp ứng nhu cầu học tập, giảng dạy; nhóm biên soạn chúng tôi đã bám sát theo yêu cầu đào tạo, sản xuất, nhu cầu của người học và bản chất công việc để biên soạn tập tài liệu bài giảng tích hợp làm tài liệu giảng dạy cho giáo viên và tài liệu học tập cho học sinh trong quá trình đào tạo nghề.

Tập bài giảng tích hợp và bộ phiếu phân tích công việc sẽ là cẩm nang của người học nghề. Chúng tôi tin rằng tập bài giảng tích hợp sẽ góp phần đáp ứng công tác dạy nghề cho chương trình nghề Nuôi nhím, cây hương, chim trĩ

Giáo trình mô đun “Tiêu thụ sản phẩm” được biên soạn bao gồm các nội dung khái quát về hoạt động tiêu thụ sản phẩm, phương pháp tìm hiểu thị trường, tính toán giá thành sản phẩm, cách thức quảng bá sản phẩm, Biên soạn hợp đồng kinh tế về mua bán sản phẩm, tổ chức bán hàng và tính toán hiệu quả kinh tế của hoạt động chăn nuôi.

Giáo trình sử dụng các tài liệu liên quan đến các nội dung về nghiên cứu thị trường, kế toán tài chính, tiếp thị sản phẩm. Kết thúc khóa học, học viên sẽ có khả năng ước tính được giá thành sản xuất, tổ chức bán hàng, soạn thảo được một bản hợp đồng mua bán sản phẩm; thực hiện giao nhận sản phẩm đúng quy trình; thu thập được ý kiến khách hàng và đưa ra những dự báo tiêu thụ sản phẩm phù hợp.

Mô đun này được chia làm 3 bài

Bài 1: Tính giá thành sản phẩm

Bài 2: Tìm nơi tiêu thụ sản phẩm và tổ chức bán hàng

Bài 3: Tính hiệu quả kinh tế

Để hoàn thiện bộ giáo trình này chúng tôi đã nhận sự hợp tác, giúp đỡ của các nhà khoa học, cán bộ kỹ thuật của các Trường khối nông nghiệp, Ban Giám Hiệu và các thầy cô giáo Trường Cao đẳng Nông lâm Đông Bắc. Chúng tôi xin được gửi lời cảm ơn đến Vụ Tổ chức cán bộ – Bộ Nông nghiệp và PTNT, Tổng cục dạy nghề, Ban lãnh đạo các Trường, các cơ sở sản xuất, các nhà khoa học, các cán bộ kỹ thuật, các thầy cô giáo đã tham gia đóng góp nhiều ý kiến quý báu, tạo điều kiện thuận lợi để hoàn thành bộ giáo trình này.

Bộ giáo trình là cơ sở cho các giáo viên soạn bài giảng để giảng dạy, là tài liệu nghiên cứu và học tập của học viên học nghề “Nuôi nhím, cây hương, chim trĩ”. Các thông tin trong bộ giáo trình có giá trị hướng dẫn giáo viên thiết kế và tổ

chức giảng dạy các mô đun một cách hợp lý. Giáo viên có thể vận dụng cho phù hợp với điều kiện và bối cảnh thực tế trong quá trình dạy học.

Trong quá trình biên soạn chắc chắn không tránh khỏi những sai sót, chúng tôi mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp của các nhà khoa học, các cán bộ kỹ thuật, các đồng nghiệp để giáo trình hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

THAM GIA BIÊN SOẠN

1. Nguyễn Văn Dinh - Chủ biên
2. Vũ Việt Hà
3. Mai Anh Tùng

MỤC LỤC

ĐỀ MỤC	TRANG
TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN:	1
LỜI GIỚI THIỆU	2
MỤC LỤC	4
MÔ ĐUN: TIÊU THỤ SẢN PHẨM.....	7
Giới thiệu mô đun.....	7
Bài 1: Tính giá thành sản phẩm.....	8
A. Nội dung	8
1. Khảo sát thị trường.....	8
1.1. Mục đích	8
1.2. Thực hiện khảo sát thị trường	8
2. Lựa chọn thị trường và đối tác tiêu thụ	10
2.1. Lựa chọn thị trường	10
2.2 Chọn đối tác	10
2.3 Thỏa thuận giá cả.....	10
3. Tính giá thành sản phẩm	10
3.1. Khái niệm và ý nghĩa của giá thành sản phẩm	10
3.2. Tầm quan trọng của việc xác định giá thành sản phẩm	11
3.3. Phân loại giá thành sản phẩm	11
3.4. Phương pháp xác định giá thành sản phẩm dựa vào chi phí	13
4. Thu thập ý kiến khách hàng.	18
4.1. Ý nghĩa của việc thu thập thông tin về khách hàng	18
4.2. Nguồn lấy thông tin của cơ sở sản xuất kinh doanh	18
4.3. Soạn thảo phiếu thu thập ý kiến khách hàng	20
4.4. Thực hiện thu thập ý kiến khách hàng	21
4.5. Dự báo nhu cầu của người mua hàng từ thông tin thu thập.....	25
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	25
C. Ghi nhớ	28
Bài 2: Tìm nơi tiêu thụ sản phẩm và tổ chức bán hàng.....	29

A. Nội dung	29
1. Khái quát chung về tiêu thụ sản phẩm.	29
1.1. Khái niệm về tiêu thụ sản phẩm	29
1.2. Vai trò của tiêu thụ sản phẩm	29
1.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến tiêu thụ sản phẩm	30
2. Chuẩn bị địa điểm bán hàng.	31
2.1. Tìm hiểu kênh phân phối	31
2.2. Lựa chọn kênh phân phối	32
2.3. Các bước để chuẩn bị một địa điểm bán hàng.....	33
3. Quảng bá sản phẩm chăn nuôi.	34
3.1. Tham khảo tài liệu, công cụ quảng bá sản phẩm chăn nuôi.....	34
3.2. Tổ chức sản xuất chương trình, tài liệu công cụ, thiết kế tờ rơi, pano, áp phích.	36
3.3. Các bước giới thiệu, quảng bá sản phẩm.	36
4. Hợp đồng mua bán sản phẩm.....	37
4.1. Các yêu cầu cơ bản của bản hợp đồng	37
4.2. Các nội dung chính phải có trong một hợp đồng	37
4.3. Cách soạn thảo hợp đồng.....	38
4.4. Mẫu hợp đồng kinh tế.....	39
5. Tổ chức bán hàng và giao nhận sản phẩm	43
5.1. Chuẩn bị bán hàng	43
5.2. Quy trình thực hiện bán hàng	43
5.3. Kỹ năng bán hàng	43
5.4. Xác nhận các phương thức thanh toán	44
5.5. Giao nhận sản phẩm	44
B. Câu hỏi và bài tập thực hành:	46
Bài 3: Tính hiệu quả kinh tế.....	48
A. Nội dung	48
1. Tính tổng chi phí cho 1 chu kỳ sản xuất chăn nuôi.	48
1.1. Chi phí về tài sản khấu hao tài sản cố định:	48
1.2. Chi phí cho nguyên vật liệu:	49
1.3. Chi phí nhân công	49

1.4. Chi phí tiêu thụ sản phẩm	50
1.5. Chi phí tiền vay	50
2. Tính tổng doanh thu cho một chu kỳ sản xuất chăn nuôi.	51
3. Lợi nhuận.	52
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	52
C. Ghi nhớ:	52
HƯỚNG DẪN GIẢNG DẠY MÔ ĐUN.....	53
I. Vị trí, tính chất của mô đun:.....	53
II. Mục tiêu:.....	Error! Bookmark not defined.
- Kiến thức:.....	Error! Bookmark not defined.
- Kỹ năng:	Error! Bookmark not defined.
- Thái độ:	Error! Bookmark not defined.
III. Nội dung chính của Mô đun.....	53
IV. Hướng dẫn thực hiện bài tập thực hành	54
Bài 1: Tính giá thành sản phẩm.....	54
Bài 2: Tìm nơi tiêu thụ sản phẩm và tổ chức bán hàng.....	55
Bài 3: Tính hiệu quả kinh tế	56
V. Yêu cầu về đánh giá kết quả học tập	57
5.1. Bài 1: Tính giá thành sản phẩm.....	57
5.2. Bài 2: Tìm nơi tiêu thụ sản phẩm và tổ chức bán hàng	58
5.3. Bài 3: Tính hiệu quả kinh tế.....	58
VI. Tài liệu tham khảo.....	58
DANH SÁCH BAN CHỦ NHIỆM XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH, GIÁO TRÌNH	
DANH SÁCH HỘI ĐỒNG NGHIỆM THU CHƯƠNG TRÌNH, GIÁO TRÌNH	

MÔ ĐUN: TIÊU THỤ SẢN PHẨM

Mã mô đun: MD05

Giới thiệu mô đun

Mô đun 05: “**Tiêu thụ sản phẩm**” có thời gian đào tạo là 50 giờ, trong đó có 08 giờ lý thuyết, 38 giờ thực hành và 4 giờ kiểm tra. Mô đun này trang bị cho người học các kiến thức và kỹ năng nghề để thực hiện các công việc: Xây dựng kế hoạch tiêu thụ sản phẩm nhím, cây hương, chim trĩ, tính toán giá thành sản phẩm, tổ chức bán hàng, tìm hiểu nhu cầu thị trường và tính hiệu quả kinh tế của chu kỳ sản xuất chăn nuôi nhím, cây hương, chim trĩ.

Mô đun này được giảng dạy theo phương pháp dạy học tích hợp giữa lý thuyết và thực hành, kết thúc mô đun được đánh giá bằng phương pháp trắc nghiệm và làm bài tập thực hành.

Bài 1: Tính giá thành sản phẩm

Mã bài: MD05-01



Mục tiêu

- Nhận thức được ý nghĩa quan trọng của việc khảo sát thị trường đối với công tác tiêu thụ sản phẩm;
- Lựa chọn được các địa chỉ cần khảo sát và thu thập được các thông tin cần thiết từ việc khảo sát nghiên cứu thị trường;
- Nêu được các loại giá thành;
- Tính được các loại chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất;
- Xác định được giá thành tiêu thụ sản phẩm;

A. Nội dung

1. Khảo sát thị trường

1.1. Mục đích

- Khảo sát thị trường nhằm xác định khả năng tiêu thụ một loại sản phẩm nào đó của cơ sở sản xuất chăn nuôi trên địa bàn xác định. Trên cơ sở đó nâng cao khả năng thích ứng với thị trường, từ đó tiến hành tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của cơ sở kinh doanh có hiệu quả theo yêu cầu của thị trường.

- Khảo sát thị trường gồm:

+ Tìm hiểu khả năng thâm nhập sản phẩm của cơ sở sản xuất chăn nuôi vào thị trường.

+ Tìm hiểu các đối tượng tiêu dùng sản phẩm của cơ sở sản xuất chăn nuôi về giá cả, số lượng, chất lượng, cơ cấu chủng loại, thời gian và địa điểm.

+ Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh: số lượng, chất lượng, giá cả, mẫu mã chủng loại sản phẩm của đối thủ cạnh tranh và đối tượng khách hàng của đối thủ cạnh tranh.

- Qua công tác khảo sát thị trường, cơ sở sản xuất chăn nuôi sẽ đề ra những đối sách phù hợp với các đối thủ. Nhằm bắt, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu khách hàng để nâng cao hiệu quả tiêu thụ cũng như hiệu quả sản xuất chăn nuôi.

1.2. Thực hiện khảo sát thị trường

1.2.1. Thu thập thông tin về giá cả thị trường

- Khái niệm về giá cả thị trường: Giá bán của các loại sản phẩm chăn nuôi có trên thị trường trong một vùng hay một khu vực.

Tổ chức thu thập hợp lý các nguồn thông tin về nhu cầu của thị trường.

Các thông tin đó bao gồm:

- Thông tin về sản phẩm: Cá loại sản phẩm chăn nuôi từ Nhím, Cây hương, Chim trĩ.
- Thông tin về cơ sở sản xuất chăn nuôi: Có bao nhiêu cơ sở chăn nuôi trong vùng; Mức độ đáp ứng sản phẩm chăn nuôi của các cơ sở hiện có đối với nhu cầu thị trường, dịch vụ cung cấp sản phẩm của các cơ sở chăn nuôi.
- Thông tin về tiêu thụ sản phẩm: Các sản phẩm chăn nuôi Nhím, Cây hương, Chim trĩ được tiêu thụ như thế nào, bao nhiêu, ở đâu, hình thức bán hàng như thế nào, quảng cáo sản phẩm ra sao, giá bán của sản phẩm trên thị trường trong một vùng hay một khu vực và sự biến động của giá trên thị trường...
- Đối tượng tiêu thụ sản phẩm chăn nuôi Nhím, Cây hương, Chim trĩ: đối tượng khách hàng, thị hiếu, nhu cầu khách hàng, sức mua ..
- Thông tin về các chính sách của nhà nước về hỗ trợ phát triển sản xuất chăn nuôi cho nông dân ...

1.2.2. Phân tích và xử lý thông tin

Cần phân tích và xử lý đúng thông tin thu thập được về nhu cầu các loại thị trường. Cơ sở sản xuất chăn nuôi phải biết lựa chọn những thông tin đáng tin cậy để tránh sai lầm khi ra quyết định. Việc xử lý thông tin phải đảm bảo tính khả thi trên các điều kiện của cơ sở sản xuất chăn nuôi. Qua khảo sát thị trường phải giải quyết được các vấn đề sau:

- Xác định loại sản phẩm chăn nuôi mà khách hàng ưa thích và cơ cấu từng loại sản phẩm.
- Ước lượng giá cả từng loại sản phẩm mà người mua sẽ trả.
- Giá bình quân trên thị trường trong từng thời kỳ.
- Ước lượng có bao nhiêu khách hàng sẽ mua hàng trong thời gian tới và sẽ mua bao nhiêu.
- Xác định những nhu cầu thực sự ở địa bàn nào và sẽ mua như thế nào.
- Xác định quảng cáo như thế nào sao cho có hiệu quả.
- Tình hình hoạt động kinh doanh của đối thủ cạnh tranh về năng lực sản xuất chăn nuôi, chất lượng sản phẩm chăn nuôi, thị trường của đối thủ cạnh tranh trên thị trường.

1.2.3. Xác định nhu cầu thị trường mà cơ sở sản xuất chăn nuôi có khả năng đáp ứng

Kết quả của quá trình xử lý thông tin giúp đưa ra các quyết định, ví dụ như:

- Xác định sản phẩm đưa ra thị trường.
- Quyết định định giá bán.

- Số lượng hàng hóa dự trữ cho tiêu thụ.
- Xác định mạng lưới bán hàng và các hoạt động xúc tiến bán hàng

Nhu cầu thị trường rất lớn song cơ sở sản xuất chăn nuôi phải biết lựa chọn phù hợp với khả năng của mình.

2. Lựa chọn thị trường và đối tác tiêu thụ

2.1. Lựa chọn thị trường

- Khảo sát và tổng hợp số lượng các sản phẩm chăn nuôi Nhím, Cây hương, Chim trĩ tiêu thụ trên cơ sở kết quả khảo sát thị trường.
- Đánh giá và đưa ra con số về số lượng các sản phẩm chăn nuôi Nhím, Cây hương, Chim trĩ có khả năng tiêu thụ trong từng khu vực
- Trên cơ sở đó xác định thị trường tiêu thụ sản phẩm Nhím, Cây hương, Chim trĩ

2.2 Chọn đối tác

- Xác định các đối tác có khả năng tiêu thụ: dựa vào năng lực kinh doanh, khả năng tài chính.
- Chọn đối tác tiêu thụ dựa trên cơ sở thỏa thuận giá cả buôn bán và đưa ra quyết định bán hàng cho một Cơ sở hay một doanh nghiệp nào đó.

2.3 Thỏa thuận giá cả

Giá là thành phần tạo nên doanh thu. Vì vậy cần xác định đúng giá trên cơ sở tổng hợp và thống kê các địa chỉ khảo sát và cần chú ý sản phẩm chăn nuôi của mình có những đối thủ cạnh tranh nào.

Xác định giá một sản phẩm dựa trên căn cứ thu thập các thông tin từ các cơ sở dữ liệu, nhưng cũng cần phải chú ý các vấn đề sau:

- Dựa trên cơ sở chi phí
- Dựa trên cơ sở giá trị của sản phẩm
- Dựa vào đối thủ cạnh tranh

3. Tính giá thành sản phẩm

3.1. Khái niệm và ý nghĩa của giá thành sản phẩm

Giá thành sản phẩm là biểu hiện bằng tiền toàn bộ chi phí của cơ sở sản xuất kinh doanh để hoàn thành việc sản xuất và tiêu thụ một khối lượng sản phẩm nhất định.

Giá thành là thước đo mức chi phí sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của cơ sở kinh doanh, là căn cứ để cơ sở kinh doanh xác định hiệu quả sản xuất kinh doanh và đề ra các quyết định kinh doanh phù hợp.

Giá thành là một công cụ quan trọng để kiểm soát tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh.

Giá thành là một căn cứ quan trọng để cơ sở sản xuất kinh doanh xây dựng chính sách giá cả đối với từng loại sản phẩm.

3.2. Tầm quan trọng của việc xác định giá thành sản phẩm

- Cơ sở sản xuất chăn nuôi giải quyết vấn đề giá cả thông qua việc lựa chọn các phương pháp hình thành giá cả khác nhau. Khi quyết định lựa chọn một phương pháp hình thành giá cả bất kỳ nào đó, cơ sở sản xuất chăn nuôi phải chú ý những yếu tố sau:

- + Giá thấp dễ thu hút khách hàng nhưng không đạt về chỉ tiêu lợi nhuận.
- + Chất lượng tiêu chuẩn sản phẩm.
- + Tổng các chi phí.
- + Giá cả của đối thủ cạnh tranh.
- + Khách hàng và sự cảm nhận của khách hàng.
- + Giá cao thì có lợi nhuận nhưng có thể không có khách hàng.
- Việc xác định giá sẽ:
 - + Quyết định được tốc độ tiêu thụ sản phẩm chăn nuôi
 - + Ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận của cơ sở sản xuất chăn nuôi
 - + Quyết định đến khả năng cạnh tranh của cơ sở sản xuất chăn nuôi trên thị trường.

3.3. Phân loại giá thành sản phẩm

3.3.1. Giá thành cá biệt và giá thành bình quân

- Giá thành cá biệt là giá thành được hình thành ở từng cơ sở kinh doanh.
- Giá thành bình quân là giá thành trung bình của toàn ngành với điều kiện sản xuất hiện tại.

3.3.2. Giá thành sản xuất và giá thành tiêu thụ

- Giá thành sản xuất là bao gồm toàn bộ chi phí của doanh nghiệp để sản xuất ra sản phẩm, ví dụ như chi phí về tiền lương công nhân; chi phí mua giống, thức ăn, chi phí về chuồng trại, điện, nước; chi phí khấu hao máy móc thiết bị,...
- Giá thành tiêu thụ là giá thành toàn bộ của sản phẩm: bao gồm các chi phí mà cơ sở kinh doanh bỏ ra để hoàn thành việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm như chi phí về tiền lương công nhân chi phí mua giống, thức ăn, chi phí về chuồng trại, điện, nước; chi phí khấu hao máy móc thiết bị, chi phí cho quảng cáo, khuyến mãi; chi phí thuê mặt bằng giới thiệu sản phẩm chăn nuôi

3.3.3. Giá thành kế hoạch và giá thành thực tế

- Giá thành kế hoạch là giá thành dự kiến sản xuất dựa trên giá thành của các thời kỳ trước.

- Giá thành thực tế là tổng chi phí thực tế mà cơ sở kinh doanh bỏ ra để sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trong một kỳ nhất định.

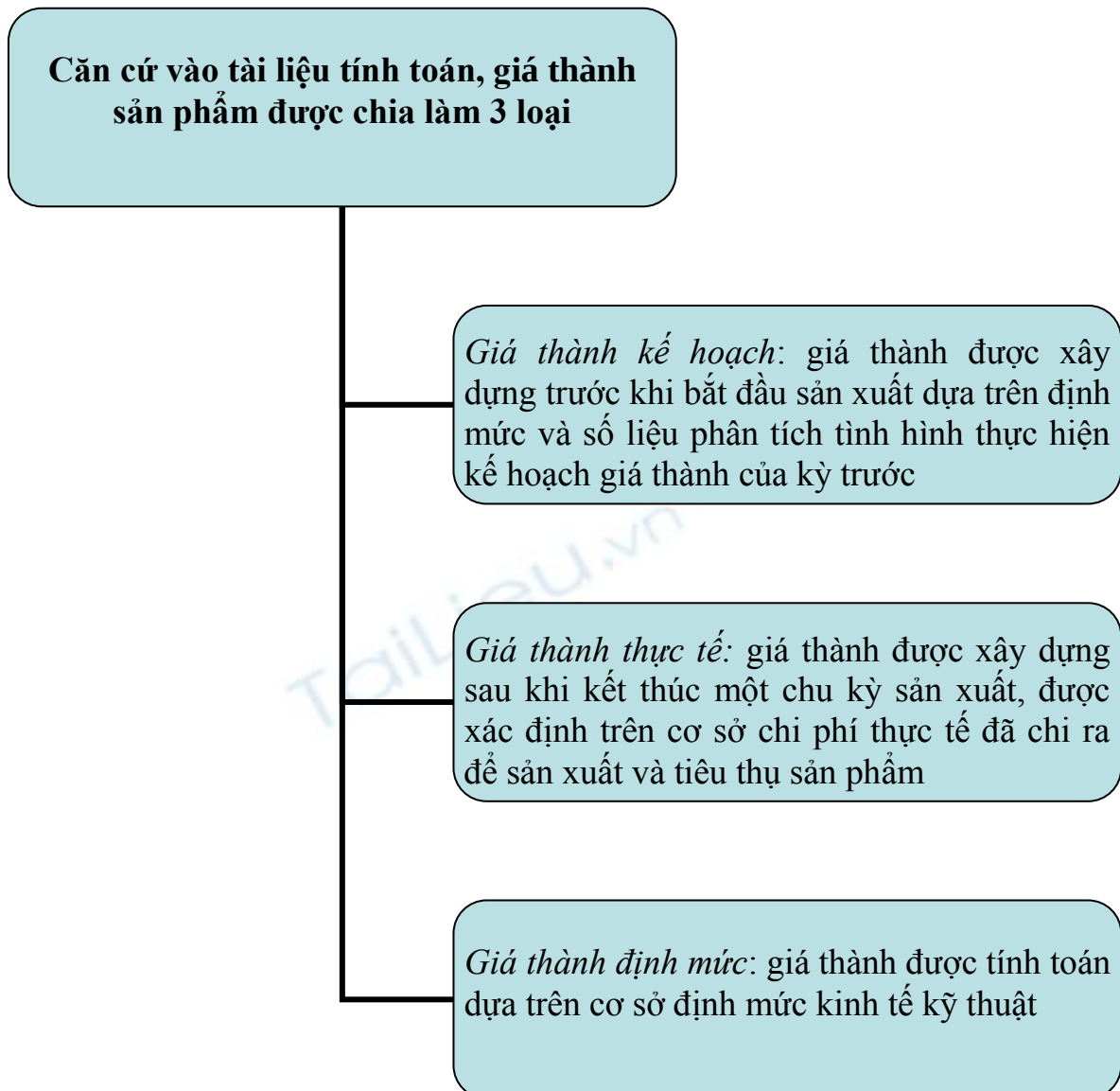
3.3.4. Phân loại khác

Căn cứ theo các giai đoạn sản xuất kinh doanh và phạm vi chi phí phát sinh: giá thành sản phẩm được phân làm 2 loại

Giá thành sản xuất: Bao gồm những chi phí phát sinh cho việc sản xuất sản phẩm

Giá thành toàn bộ: bao gồm toàn bộ chi phí phát sinh cho quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

Hình 5.1.1. Phân loại giá thành căn cứ theo các giai đoạn sản xuất kinh doanh và phạm vi chi phí phát sinh



Hình 5.1.2. Phân loại giá thành căn cứ vào tài liệu tính toán

Cách phân loại căn cứ vào tài liệu tính toán tạo cơ sở để phân tích, so sánh giữa giá thành thực tế và giá thành kế hoạch, qua đó rút ra những kết luận, những biện pháp cần thiết để quản lý cho phù hợp.

3.4. Phương pháp xác định giá thành sản phẩm dựa vào chi phí

Đây là phương pháp đơn giản nhất. Phương pháp này rất thích hợp với cơ sở sản xuất vừa và nhỏ bởi lẽ:

- Đơn giản, dễ tính vì chi phí sản xuất và tiêu thụ là những đại lượng mà cơ sở sản xuất kinh doanh có thể kiểm soát được.
- Khi nhiều cơ sở kinh doanh trong ngành sử dụng phương pháp này thì giá của họ sẽ tương tự như nhau, khả năng cạnh tranh về giá thấp.
- Việc định giá theo cách này nhiều người cảm nhận được, đảm bảo sự công bằng cho cả người mua và người bán.

- Các bước tính giá thành sản phẩm như sau:

3.4.1. Xác định các chi phí

a) Chi phí nguồn giống trực tiếp

Là giá trị con giống được sử dụng trong quá trình sản xuất chăn nuôi.

để tạo ra sản phẩm như chi phí về nguyên liệu đậu nành, chi phí về các hóa chất, bao bì...

Ví dụ: Một con chim trĩ con (20 ngày tuổi) mua ở trại giống về có giá khoảng 100.000 -150.000 đồng. Một con nhím giống (3-4 tháng tuổi) có giá ở thời điểm hiện tại khoảng 1.250.000 – 1.500.000 đồng. Một con cây hương giống (3-4 tháng tuổi) ở thời điểm hiện tại có giá khoảng 1.700.000 đồng.

b) Chi phí nhân công trực tiếp

Bao gồm chi phí cho công lao động trực tiếp cho tất cả công đoạn trong quy trình sản xuất sản phẩm.

Chi phí nhân công trực tiếp bằng tổng hợp chi phí lao động thực hiện các công việc trong quá trình sản xuất và chế biến các sản phẩm.

Chi phí nhân công trực tiếp = Tổng công lao động trực tiếp x đơn giá tiền lương của một ngày công.

c) Chi phí thức ăn

Là giá trị của tổng số thức ăn được đưa đến chuồng nuôi Nhím, Cây hương, Chim trĩ. Trong chăn nuôi chi phí thức ăn thường chiếm từ 60-70% giá thành sản phẩm. Vì vậy tìm mọi cách để giảm chi phí thức ăn mà không làm ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng của vật nuôi sẽ là giải pháp hữu hiệu nhất làm giảm chi phí và giá thành sản phẩm chăn nuôi. Giải pháp thực thi nhất là tận dụng triệt để các nguồn nguyên liệu, các phế phụ phẩm của nông nghiệp tại địa phương hay trồng các cây thức ăn gia súc như bắp vàng, khoai lang, khoai mì, các cây họ đậu, Các loại thức ăn chủ yếu là rau củ quả và rễ cây tự nhiên làm nguồn thức ăn thô xanh, các loại cám gạo, bột ngô làm thức ăn tinh và cám viên hỗn hợp.

Phối hợp khẩu phần hợp lý và giá tiền thấp. Nếu trong trang trại hoặc hộ nông dân tận dụng những sản phẩm nông nghiệp họ tự sản xuất ra thì sẽ giảm được chi phí thức ăn.

d) Chi phí sản xuất chung

Chi phí sản xuất chung bao gồm các loại chi phí như:

- Chi phí xây dựng chuồng trại
- Chi phí tiêu hao điện, nước cho sản xuất.
- Chi phí tiếp khách.

- Chi phí tiền lương cán bộ điều hành sản xuất
- Chi phí bảo vệ môi trường.
- Chi phí thuế

đ) Chi phí quản lý

Là các chi phí liên quan đến việc điều hành, quản lý chung toàn bộ cơ sở sản xuất như tiền lương cho cán bộ quản lý, chi phí đồ dùng văn phòng,...

e) Chi phí bán hàng

- Chi phí tư vấn và quản lý kỹ thuật.
- Chi phí cho quảng cáo, tiếp thị sản phẩm.

Ví dụ: Chi phí đóng gói; chuyên chở sản phẩm đến địa điểm giao hàng cho đơn vị mua; chi phí tiếp thị; chi phí thuê mặt bằng giới thiệu sản phẩm;...

g) Chi phí khác

Chi phí khác là chi phí phát sinh như: trả lãi vay khi vay tiền, chi phí hao hụt, mất mát khi con giống bị chết,... Các khoản chi phí này phải được tính toán trong giá thành của sản phẩm (nếu có).

3.4.2. Xác định giá thành đơn vị sản phẩm

Quy trình và cách thức thực hiện công việc như sau:

Bước 1. Thống kê số lượng các loại sản phẩm cần sản xuất

- Thống kê số lượng sản phẩm như Nhím, cây hương, chim trĩ thịt; Nhím, cây hương, chim trĩ dùng để bán giống, cần sản xuất theo các hợp đồng mua bán hoặc các thỏa thuận mua bán có tính khả thi.

- Thống kê số lượng Nhím, cây hương, chim trĩ dùng để thịt làm thức ăn hoặc làm giống cần sản xuất có thể phục vụ cho các nhu cầu khác của các hộ gia đình trong khu vực.

- Ghi các số liệu thống kê vào các bảng:

Bảng 1.1. Bảng thống kê số lượng Nhím, cây hương, chim trĩ các loại cần sản xuất

TT	Nội dung	Bán thịt	Bán giống	Bán trứng	Ghi chú
1	Đại lý	 kg	con	quả	
2	Đại lý	 kg	 con	 quả	
3	Cơ sở	 kg	 con	 quả	
4	Cửa hàng.....	 kg	 con	 quả	

...					
	Tổng cộng	 kg	 con	 quả	

Bước 2. Thống kê số lượng giống Nhím, cây hương, chim trĩ cần mua phục vụ cho việc chăn nuôi và giá cả của mỗi loại.

- Thống kê các loại giống theo từng chủng loại và theo Đơn vị cung cấp giống.
- Thống kê ngày tháng ký kết hợp đồng mua giống.
- Thống kê giá cả của mỗi loại giống.
- Ghi các số liệu thống kê vào bảng.

Bảng 1.2. Bảng thống kê số lượng giống Nhím, cây hương, chim trĩ cần mua phục vụ cho việc chăn nuôi và giá cả của mỗi loại

TT	Tên con giống	Đơn vị tính	Ngày mua	Đơn vị cung cấp giống	Số lượng con giống	Giá cả
1	Nhím	Con				
2	Cây hương	Con				
3	Chim trĩ	Con				
Tổng số						

Bước 3. Thống kê số lượng các loại thức ăn cần mua phục vụ cho việc chăn nuôi Nhím, cây hương, chim trĩ và giá cả của mỗi loại.

- Thống kê các loại thức ăn theo thực tế sản xuất.
- Thống kê số lượng thức ăn và nhà cung cấp
- Thống kê giá cả của mỗi loại thức ăn
- Ghi các số liệu thống kê vào bảng.

Bảng 1.3. Thống kê số lượng các loại thức ăn cần mua phục vụ cho việc chăn nuôi Nhím, cây hương, chim trĩ và giá cả của mỗi loại

TT	Loại thức ăn	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn vị cung cấp	Giá cả
1	Thức ăn tinh (cám bột, cám viên)				
2	Thức ăn thô xanh (các loại rau củ, quả)				
3	Thức ăn bổ sung				
4					
Tổng cộng					

Bước 4. Tính chi phí nhân công trực tiếp

Chi phí nhân công trực tiếp bằng tổng hợp chi phí lao động thực hiện các công việc trong quá trình chăm sóc và nuôi dưỡng Nhím, cây hương, chim trĩ.

Chi phí nhân công trực tiếp = Tổng công lao động trực tiếp x đơn giá tiền lương của một ngày công.

Bảng 1.4. Bảng tổng hợp chi phí nhân công trực tiếp

TT	Công việc	Số công	Đơn giá	Thành tiền	Ghi chú
1					
2					
3					
4					
...					
	Tổng cộng				

Bước 5. Tính chi phí gián tiếp (chi phí quản lý, chi phí bán hàng, chi phí sản xuất chung)

- Tính chi phí gián tiếp căn cứ các chi phí trong thực tế sản xuất

- Tính mức chi phí gián tiếp theo quy định (nếu có).

Bước 6. Tập hợp tất cả các loại chi phí khác

Bước 7. Tính giá thành đơn vị sản phẩm

Tổng chi phí sản xuất = tổng cộng tất cả các khoản chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất = chi phí mua giống + chi phí nhân công trực tiếp + chi phí về thức ăn + chi phí sản xuất chung + chi phí quản lý.

- Thống kê xác định số lượng sản phẩm đã sản xuất.
- Tính giá thành đơn vị sản phẩm.

Tổng chi phí sản xuất

Giá thành đơn vị sản phẩm (một loại) = $\frac{\text{Tổng chi phí sản xuất}}{\text{Số lượng sản phẩm đã sản xuất}}$

3.4.3. Xác định giá bán sản phẩm.

Giá bán đơn vị sản phẩm = giá thành đơn vị sản phẩm + chi phí bán hàng + chi phí lưu thông + lợi nhuận dự kiến.

Giá bán phải phù hợp với giá bình quân chung tại thị trường khu vực.

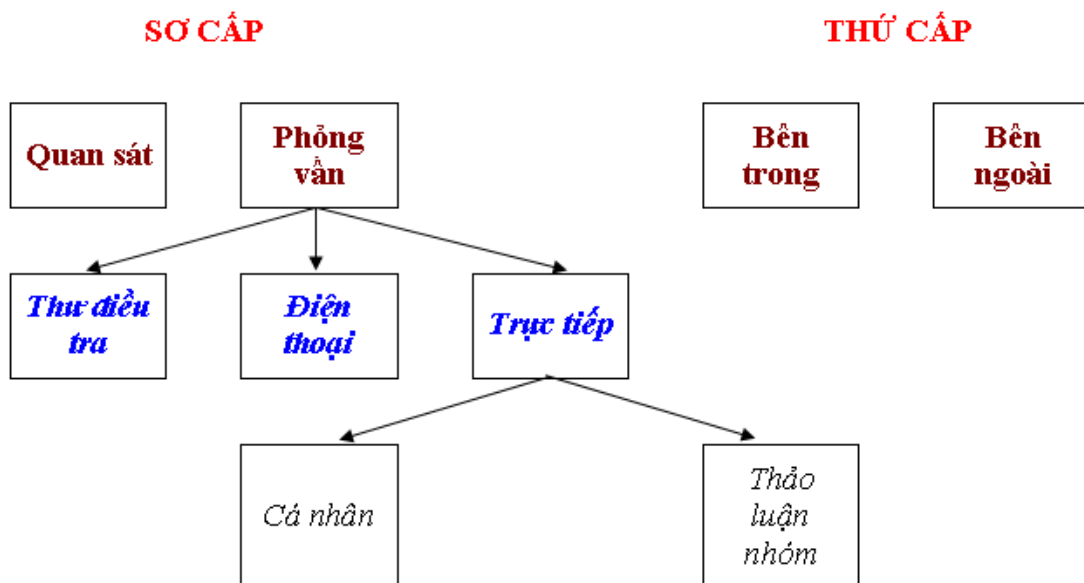
4. Thu thập ý kiến khách hàng.

4.1. Ý nghĩa của việc thu thập thông tin về khách hàng

Các cơ sở sản xuất kinh doanh đều cần thông tin về khách hàng để biết xem họ là ai, cần thỏa mãn những nhu cầu gì và mua hàng như thế nào. Thông thường, với cơ sở kinh doanh quy mô nhỏ, người chủ doanh nghiệp – nhà quản lý biết về khách hàng của họ ngay và có được thông tin nhờ tiếp xúc, quan sát, hỏi han khách hàng, điều này rất quan trọng, nhưng cũng cần phải có thông tin hoàn chỉnh hơn, đặc biệt khi thị trường càng trở nên cạnh tranh khốc liệt và thay đổi nhanh chóng. Dữ liệu về khách hàng sẽ hỗ trợ các cơ sở kinh doanh:

- Dự báo doanh số và tìm hiểu những xu hướng tiêu dùng mới.
- Thỏa mãn nhu cầu của khách hàng bằng sản phẩm của chính mình.

4.2. Nguồn lấy thông tin của cơ sở sản xuất kinh doanh

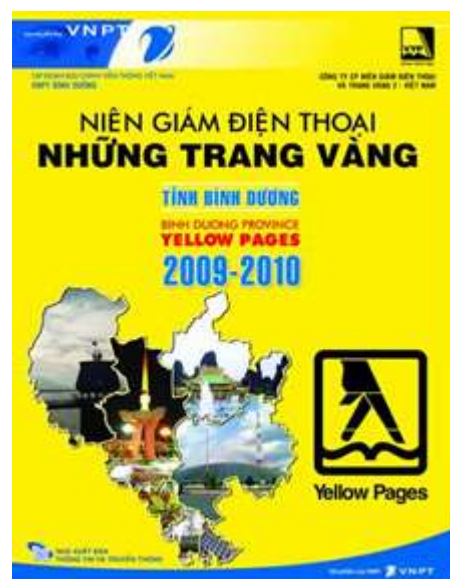


Hình 5.1.3. Nguồn lấy thông tin của cơ sở sản xuất kinh doanh

4.2.1. Nguồn dữ liệu thứ cấp

Nhiều thông tin được thu thập để phục vụ một mục đích nhưng đồng thời lại có thể sử dụng cho các mục đích khác. Loại thông tin này được gọi là dữ liệu thứ cấp.

Ví dụ: Một cơ sở sản xuất chăn nuôi nhím, cây hương, chim trĩ có thể sử dụng các thông tin trong cuốn niên giám điện thoại thành phố để tìm các nhà hàng, cơ sở chế biến sản phẩm chăn nuôi.



Hình 5.1.4. Một số tài liệu cung cấp dữ liệu thứ cấp từ bên ngoài

Dữ liệu thứ cấp có một số ưu điểm: đã có sẵn, không tốn kém, có thể tìm