

**BỘ NÔNG NGHIỆP
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN**

NGÂN HÀNG PHÁT TRIỂN Á CHÂU

DỰ ÁN HỖ TRỢ NÔNG NGHIỆP CÁC BÓN THẤP



GIÁO TRÌNH MÔ ĐUN TIÊU THỤ SẢN PHẨM MÃ SỐ: 05

**NGHỀ: SẢN XUẤT PHÂN HỮU CƠ TỪ CHẤT
THẢI CHĂN NUÔI GIA CẦM DẠNG RẮN SỬ DỤNG
TRỒNG RAU, HOA, CÂY CẢNH**

Trình độ: Nghề dưới 3 tháng



LỜI NÓI ĐẦU

Ô nhiễm môi trường chăn nuôi hiện đang là vấn đề bức xúc ở nhiều vùng nông thôn Việt Nam. Ở nhiều địa phương, nguồn nước quanh các khu vực dân cư có các trang trại chăn nuôi đang bị ô nhiễm nghiêm trọng, ảnh hưởng đến sức khỏe và môi trường sống của người dân.

Nhiều công nghệ xử lý ô nhiễm chất thải chăn nuôi đã và đang được áp dụng như công nghệ khí sinh học, ủ phân hữu cơ, nuôi giun, Do mỗi công nghệ có những ưu điểm và hạn chế riêng đòi hỏi phải được áp dụng ở những điều kiện phù hợp và nhiều khi cần phải có một tổ hợp các công nghệ khác nhau áp dụng cho một trang trại chăn nuôi nhằm xử lý toàn diện, triệt để các loại hình ô nhiễm của môi trường chăn nuôi.

Một trong những mục tiêu chính của Dự án Hỗ trợ Nông nghiệp Các bon thấp (LCASP) là hỗ trợ kỹ thuật cho các chủ trang trại, các hộ chăn nuôi xử lý bền vững môi trường chăn nuôi thông qua sử dụng chất thải chăn nuôi làm nguồn nguyên liệu tạo ra các sản phẩm có giá trị, vừa giúp nâng cao thu nhập của người dân, vừa giúp giảm ô nhiễm môi trường.

Hiện nay một số trang trại, hộ chăn nuôi đã ứng dụng các công nghệ để xử lý chất thải chăn nuôi trong đó có sử dụng phân gia cầm để sản xuất phân hữu cơ sinh học phục vụ cho trồng rau, hoa, cây cảnh. Tuy vậy, do chưa có tài liệu hướng dẫn chi tiết nên hiệu quả chưa cao. Xuất phát từ thực tế từ trước đến nay chưa có tài liệu đào tạo nghề về Sản xuất phân hữu cơ sinh học từ chất thải chăn nuôi gia cầm dạng rắn sử dụng cho trồng rau, hoa, cây cảnh. Dự án LCASP đã phối hợp với Cục Kinh tế hợp tác, Bộ Nông nghiệp và PTNT, biên soạn bộ giáo trình đào tạo sơ cấp nghề **“Sản xuất phân hữu cơ sinh học từ chất thải chăn nuôi dạng rắn sử dụng trồng rau, hoa, cây cảnh”** nhằm giúp các hộ chăn nuôi có thêm kiến thức và kỹ năng để xử lý hiệu quả môi trường chăn nuôi thông qua các hoạt động tạo thu nhập từ phân hữu cơ sinh học bón cho các đối tượng cây trồng phù hợp.

Bộ giáo trình được xây dựng với các mô đun, bao gồm các bài giảng lý thuyết và thực hành có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Các thông tin trong giáo trình này có giá trị hướng dẫn giáo viên thiết kế, tổ chức giảng dạy và vận dụng phù hợp với điều kiện, bối cảnh thực tế của từng vùng trong quá trình dạy học.

Quá trình biên soạn giáo trình mặc dù đã hết sức cố gắng nhưng chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được ý kiến đóng góp từ các chuyên gia, các độc giả để giáo trình được điều chỉnh, bổ sung ngày càng hoàn thiện hơn.

Để hoàn thiện được cuốn giáo trình này chúng tôi đã nhận được sự giúp đỡ của các nhà khoa học, các cán bộ phụ trách kỹ thuật nông nghiệp, các thành viên trong hội đồng nghiệm thu, các cán bộ và chuyên gia từ dự án Hỗ trợ nông nghiệp các bon thấp, Trường Cao đẳng Nông nghiệp và PTNT Bắc Bộ, Cục Kinh tế Hợp tác, ... đã tham gia đóng góp ý kiến chuyên môn và tạo mọi điều kiện tốt nhất để hoàn thành xây dựng chương trình và biên soạn giáo trình này.

Hà Nội, tháng 6 năm 2017

TS. Nguyễn Thế Hình, Giám đốc dự án LCASP

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

Trong những năm gần đây tình trạng ô nhiễm môi trường do chăn nuôi ở Việt Nam đang ở mức báo động, ảnh hưởng đến sức khỏe con người, chất lượng sản phẩm và biến đổi khí hậu. Việc quản lý chất thải chăn nuôi, sẽ giúp giảm thiểu ô nhiễm môi trường, tạo nguồn phân bón hữu cơ chất lượng tốt cho ngành trồng trọt, đồng thời giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người dân. Công nghệ sản xuất phân hữu cơ đơn giản dễ làm, mỗi gia đình đều có thể làm được phục vụ tại nông trại, cũng có thể xây dựng một cơ sở sản xuất công nghiệp tạo sản phẩm bán ra thị trường. Xuất phát từ nhu cầu trên việc phát triển chương trình, giáo trình dạy nghề trình độ dưới 3 tháng nhằm đáp ứng nhu cầu đào tạo nghề nông nghiệp cho lao động nông thôn là cần thiết.

Trên cơ sở phân tích nghề DACUM, chúng tôi soạn thảo chương trình dạy nghề dưới 3 tháng *Sản xuất phân hữu cơ sinh học từ chất thải chăn nuôi gia cầm dạng rắn sử dụng trồng rau, hoa, cây cảnh*. Chương trình được kết cấu thành 5 mô đun và sắp xếp theo trật tự lô gíc hành nghề.

Chương trình dạy nghề dưới 3 tháng “*Sản xuất phân hữu cơ sinh học từ chất thải chăn nuôi gia cầm dạng rắn sử dụng trồng rau, hoa, cây cảnh*”, được thiết kế thành bộ giáo trình gồm 5 quyển như sau:

- Mô đun 1. Lập kế hoạch sản xuất
- Mô đun 2. Chuẩn bị điều kiện sản xuất
- Mô đun 3. Sản xuất phân hữu cơ sinh học
- Mô đun 4. Bảo quản và sử dụng sản phẩm
- Mô đun 5. Tiêu thụ sản phẩm

Giáo trình được viết theo phương châm: đơn giản, cô đọng, dễ hiểu, dễ làm và phù hợp với trình độ của hầu hết những người nông dân.

Trong quá trình biên soạn, chúng tôi đã nhận được sự góp ý của Cục kinh tế hợp tác và PTNT - Bộ Nông nghiệp và PTNT; Ban quản lý dự án nông nghiệp (ADB), Ban lãnh đạo các Viện, Trường, các cơ sở sản xuất, các nhà chuyên môn, nhà khoa học và bà con nông dân.... Nhân dịp hoàn thành cuốn giáo trình này, chúng tôi xin chân thành cảm ơn sự đóng góp to lớn đó. Chúng tôi cũng nhận thức rằng, do thời gian và trình độ có hạn nên chắc chắn còn rất nhiều thiếu sót, mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc để giáo trình được hoàn thiện hơn.

Tham gia biên soạn

1. Kiều Văn Cương. Chủ biên
2. Nguyễn Thị Minh. Thành viên

MỤC LỤC

ĐỀ MỤC	TRANG
LỜI GIỚI THIỆU	2
MỤC LỤC	3
MÔ ĐUN TIÊU THỤ SẢN PHẨM.....	5
Bài 1: Xây dựng phương án tiêu thụ sản phẩm.....	5
A. Nội dung:.....	5
1. Dự tính doanh số bán hàng	5
2. Tìm hiểu khách hàng.....	6
3. Nắm thông tin về đối thủ cạnh tranh.....	7
4. Lập kế hoạch Marketing	8
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	10
1. Các câu hỏi.....	10
2. Các bài thực hành.....	10
C. Ghi nhớ.....	10
Bài 2: Định giá và giới thiệu sản phẩm.....	11
A. Nội dung:.....	11
1. Định giá sản phẩm.....	11
1.1. Liệt kê các chi phí để tiêu thụ sản phẩm.....	11
1.2. Dự phòng rủi ro	11
1.3. Tìm hiểu sức mua của thị trường	11
1.4. Khảo sát giá của sản phẩm tương đương.....	12
1.5. Lựa chọn chiến lược giá.....	12
1.6. Dự kiến lợi nhuận.....	12
1.7. Định giá bán của sản phẩm	14
2. Giới thiệu sản phẩm	16
2.1. Xác định các phương pháp quảng bá sản phẩm.....	16
2.1.1. Công cụ quảng bá sản phẩm	16
2.1.2. Thiết kế chương trình, tài liệu công cụ, tờ rơi, pano, áp phích.....	18
2.2. Tìm hiểu thông tin thị trường.....	19
2.3. Xác định chiến lược sản phẩm.....	19
2.3.1. Chiến lược tiếp thị sản phẩm	19
2.3.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu.....	20
2.4. Quảng bá sản phẩm	21
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	21
1. Các câu hỏi:.....	21
2. Các bài thực hành:.....	22
C. Ghi nhớ.....	22
Bài 3: Xây dựng phương thức bán hàng	23
A. Nội dung.....	23

1. Dự kiến địa điểm bán hàng	23
2. Dự kiến phương thức bán hàng.....	23
2.1. Phương thức bán buôn	23
2.2. Phương thức bán lẻ	23
2.3. Phương thức gửi đại lý bán	24
3. Dự kiến thời gian thực hiện hoạt động bán hàng.....	24
4. Lên bản kế hoạch bán hàng.....	24
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	26
1. Các câu hỏi:.....	26
2. Các bài thực hành:.....	26
C. Ghi nhớ:.....	26
Bài 4: Xác định địa điểm bán hàng	27
A. Nội dung.....	27
1. Tìm vị trí đặt gian hàng.....	27
2. Chuẩn bị dụng cụ, trang thiết bị phục vụ bán hàng	27
3. Sắp xếp bố trí gian hàng.....	28
4. Trang trí và khai trương gian hàng	28
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	30
1. Các câu hỏi:.....	30
2. Các bài thực hành:.....	30
C. Ghi nhớ:.....	30
Bài 5: Thực hiện bán hàng	31
A. Nội dung:.....	31
1. Nhận yêu cầu mua hàng.....	31
2. Thiết lập và hoàn thiện thủ tục mua bán	31
3. Chuẩn bị hàng	31
4. Giao hàng theo yêu cầu.....	31
5. Nghiệm thu, thanh toán và thu tiền.....	32
5.1. Nghiệm thu hợp đồng mua bán.....	32
5.2. Thanh toán và thu tiền.....	32
B. Câu hỏi và bài tập thực hành	33
1. Các câu hỏi:.....	33
2. Các bài thực hành:.....	33
C. Ghi nhớ.....	33
HƯỚNG DẪN GIẢNG DẠY MÔ ĐUN.....	34
I. Vị trí, tính chất của mô đun/môn học	34
II. Mục tiêu.....	34
III. Nội dung chính của mô đun	34
IV. Hướng dẫn thực hiện bài tập thực hành.....	35
V. Yêu cầu về đánh giá kết quả học tập.....	38
VI. Tài liệu tham khảo	41

MÔ ĐUN TIÊU THỤ SẢN PHẨM

Mã mô đun: MD05

Giới thiệu mô đun:

Mô đun 05: Tiêu thụ sản phẩm có thời gian học tập là 24 giờ, trong đó có 4 giờ lý thuyết, 16 giờ thực hành và 4 giờ kiểm tra. Mô đun này đảm bảo cho người học sau khi học xong có các kiến thức, kỹ năng, thái độ nghề để thực hiện được các công việc: Định giá sản phẩm; Giới thiệu sản phẩm; Xây dựng phương thức bán hàng; Xác định địa điểm bán hàng; Thực hiện bán hàng.

Bài 1: Xây dựng phương án tiêu thụ sản phẩm

Mã bài: MD 05-01

Mục tiêu: *Học xong bài này người học nghề có khả năng:*

- Nêu được các bước công việc xây dựng phương án tiêu thụ sản phẩm.
- Thực hiện được các bước công việc xây dựng phương án tiêu thụ sản phẩm.

A. Nội dung:

1. Dự tính doanh số bán hàng

Ước tính khối lượng hàng bán ra là phần quan trọng và khó khăn nhất khi chuẩn bị lập kế hoạch kinh doanh. Bán hàng thì thu được tiền về. Nhưng nếu doanh số không đủ lớn thì có thể sẽ không có lãi. Mọi người thường có xu hướng ước tính khối lượng hàng bán ra quá cao. Bạn đừng quá tham vọng khi ước tính khối lượng hàng bán ra. Bạn nên ước tính khối lượng hàng bán ra dựa trên cơ sở nghiên cứu thị trường. Ước tính khối lượng hàng bán ra chưa bao giờ là việc làm dễ dàng. Có 5 cách cơ bản để ước tính khối lượng hàng bán ra như sau;

- Dựa trên kinh nghiệm sẵn có: Có thể bạn đã từng làm việc cho một cơ sở kinh doanh mặt hàng tương tự hoặc cho đối thủ cạnh tranh. Chắc hẳn bạn đã thông hiểu thị trường này rồi. Vậy hãy vận dụng những hiểu biết đã có vào việc ước tính khối lượng bán hàng ra cho công việc kinh doanh hiện tại của mình. Khi so sánh với một doanh nghiệp đang hoạt động bạn cũng nên nhớ rằng phải mất một thời gian mới có thể đạt được mức doanh số và lợi nhuận như của họ.

- So sánh với các cơ sở kinh doanh cùng mặt hàng: Hãy so sánh các nguồn lực, tay nghề và kế hoạch marketing của bạn với các cơ sở kinh doanh khác. Trên cơ sở các số liệu của họ, bạn hãy tự đưa ra doanh số của mình. Đây là cách thông

dụng nhất để tính lượng hàng bán ra. Nếu không có đối thủ cạnh tranh trên cùng một địa bàn kinh doanh thì bạn phải tìm hiểu ở nơi khác xem họ hoạt động như thế nào.

- Bán thử trên thị trường: Bạn nên thử bán hàng hoá hoặc dịch vụ với quy mô nhỏ để xem mức tiêu thụ như thế nào. Cách này rất có hiệu quả đối với các nhà sản xuất và các cơ sở bán lẻ chuyên doanh. Nhưng nó không phù hợp với những chủ hàng có trữ lượng hàng lớn. Áp dụng phương pháp này, bạn hãy khởi sự kinh doanh quy mô nhỏ, thậm chí chỉ coi kinh doanh như việc tay trái và sau đó mới mở rộng dần.

- Thư đặt hàng hoặc thư hỏi hàng: Đó là những thư gần đây gửi đến cơ sở kinh doanh của bạn yêu cầu mua hàng hoá hoặc dịch vụ. Bạn cũng nên tận dụng cách tiếp cận này khi bạn còn có ít khách hàng. Cách này có thể áp dụng cho các doanh nghiệp kinh doanh khai thác mỏ, xuất khẩu, các đại lý và các nhà sản xuất lớn. Bạn có thể sử dụng đơn đặt hàng để ước tính khối lượng bán hàng ra cho mình. Bạn nên nhớ rằng bắt buộc phải có đơn đặt hàng dưới dạng văn bản chứ đừng tin vào những lời thỏa thuận suông.

- Tiến hành điều tra thị trường và nhu cầu của khách hàng: Bạn hãy tiến hành điều tra bằng cách tìm hiểu qua khách hàng về thói quen mua hàng của họ. Có được một cuộc điều tra chính xác là điều rất khó. Khi tung ra mẫu hàng đầu tiên bạn phải thử bằng cách tham khảo ý kiến bạn bè và người thân, sau đó phân tích kết quả và xem lại xem những câu hỏi này có giúp bạn thu thập các thông tin cần thiết cho việc ước tính khối lượng hàng bán ra hay không. Không thể hỏi tất cả những người có khả năng trở thành khách hàng của bạn được. Do đó, chỉ nên phỏng vấn một số người điển hình. Điều quan trọng là những người này phải thuộc nhóm khách hàng tiềm năng của bạn.

2. Tìm hiểu khách hàng

Khách hàng có ý nghĩa sống còn đối với công việc kinh doanh của bạn. Nếu bạn không cung cấp cho khách hàng thứ mà họ cần với giá phải chăng, họ sẽ tìm chỗ khác để mua hàng. Còn nếu khách hàng được đáp ứng tốt thì họ sẽ thường xuyên quay lại mua hàng của bạn. Họ sẽ tuyên truyền cho bạn bè và những người khác về doanh nghiệp của bạn. Đáp ứng được khách hàng bạn sẽ tăng được doanh số và lợi nhuận.

Thu thập thông tin về khách hàng của mình cũng giống như làm thám tử. Khâu này rất quan trọng đối với bất kỳ một kế hoạch khởi sự kinh doanh nào. Có thể đặt ra rất nhiều các câu hỏi:

Khách hàng của bạn là ai? Họ cần gì và muốn gì? Bạn có thể đáp ứng nhu

cầu và mong muốn của họ bằng các loại sản phẩm hoặc dịch vụ nào? Đối với mỗi sản phẩm đó bạn cần chú trọng đặc tính nào: kích cỡ, màu sắc, chất lượng, giá cả hay việc giao hàng?

Khách hàng của bạn ở độ tuổi nào?

Họ là nam hay nữ?

Họ ở đâu? Họ sống ở thành thị, gần thành thị hay ở các vùng nông thôn?

Hàng tháng họ kiếm được bao nhiêu tiền? Số tiền này họ dành bao nhiêu để tiêu dùng và bao nhiêu để tiết kiệm?

Họ thường mua hàng đâu, mua lúc nào và bao lâu thì mua hàng một lần?

Giá nào họ có thể chấp nhận được?

Họ mua với số lượng bao nhiêu? (Để tính quy mô thị trường hiện tại)

Số lượng khách hàng sẽ tăng, giảm hay không thay đổi trong tương lai? (Để tính quy mô thị trường trong tương lai)

Tại sao khách hàng lại mua loại sản phẩm/ dịch vụ đó? Họ mua vì đó là hàng tiêu dùng hàng ngày, vì đó là hàng xa xỉ hay chỉ vì thấy lạ thì mua mà thôi? (Để biết thói quen mua hàng và xu hướng tiêu dùng).

Bạn hãy nói chuyện với những người sẽ là khách hàng trong vùng. Đó là cách dễ nhất để trả lời các câu hỏi trên. Trong khi nói chuyện, bạn tìm cách hướng câu chuyện theo các chủ đề cần hỏi trong đầu mình. Những câu trả lời xác thực sẽ giúp bạn đánh giá được ý tưởng kinh doanh của mình. Việc này được gọi là *nghiên cứu thị trường*.

3. Nắm thông tin về đối thủ cạnh tranh

Số lượng các cửa hiệu ở nông thôn chưa nhiều, nhưng hàng hoá họ bán thì hầu hết lại giống nhau. Vì thế, rất có thể bạn sẽ phải cạnh tranh với những người hiện đang kinh doanh những mặt hàng hoặc dịch vụ giống như của bạn (trừ khi bạn triển khai một ý tưởng kinh doanh hoàn toàn mới lạ). Đó sẽ là các đối thủ cạnh tranh của bạn. Bạn có thể học được rất nhiều điều từ chính những người này.

Hãy tìm những câu trả lời cho các câu hỏi sau:

Khách hàng của họ là ai?

Chất lượng hàng hoá hoặc dịch vụ của họ như thế nào?

Hàng hoá dịch vụ của họ có **sẵn** không?

Họ có **dịch vụ phụ trợ** kèm theo hàng hoá/ dịch vụ chính không?

Giá bán của họ là bao nhiêu?

Họ có **bán chịu** không? Họ có hình thức **giảm giá** nào không (ví dụ như giảm giá khi mua số lượng lớn, khi trả tiền ngay, khi mua trái vụ v.v...)

Địa điểm của họ thế nào?

Họ có *giao hàng* tận nhà cho khách không? Họ làm sao để *phân phối* hàng hoá dịch vụ?

Trang thiết bị của họ có hiện đại không?

Những *người làm công* cho họ có được đào tạo tốt và hưởng lương cao không?

Họ có *quảng cáo* cho công việc kinh doanh của họ không?

Họ *khuếch trương* hàng hoá dịch vụ của họ như thế nào?

Hàng tháng họ *bán được bao nhiêu* tiền hàng?

Từ những thông tin này, hãy xây dựng một khuôn mẫu. Hãy trả lời các câu hỏi sau:

Các cơ sở kinh doanh thành đạt có cách hoạt động tương tự như nhau có phải không?

Các cơ sở kinh doanh thành đạt có cách định giá, phục vụ, bán hàng hoặc sản xuất tương tự như nhau có phải không?

Bạn vừa học cách thu thập thông tin về khách hàng ở phần trước. Với đối thủ cạnh tranh cũng thực hiện đúng như vậy. Hãy tìm cách bắt chuyện với các chủ kinh doanh khác trong vùng. Nếu vùng đó không có nhiều người làm kinh doanh hoặc không có ai cùng ngành hàng thì bạn nên sang xã khác hoặc lên thị xã gần đó để tìm hiểu. Điều cốt yếu là bạn phải tiến hành nghiên cứu thị trường và phát hiện các cơ hội thị trường.

4. Lập kế hoạch Marketing

Với các thông tin về khách hàng và các đối thủ cạnh tranh của mình, bạn có thể lập bản kế hoạch marketing. Nên viết kế hoạch này dựa theo 4P của marketing là:

Sản phẩm (Product)

Sản phẩm hoặc dịch vụ là cái bạn định đem bán. Nào, bây giờ bạn lấy một tờ giấy và kể tên hết ra đi. Kèm theo tên bạn ghi thêm:

- Chất lượng sản phẩm
- Mẫu mã, **màu sắc**, **kích cỡ** sản phẩm
- Bao gói sản phẩm
- Chất lượng dịch vụ