

# TIÊU THỤ VÀ PHÂN PHỐI TỔNG SẢN PHẨM TRONG DNNN

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.1 Khái niệm

Tiêu thụ sản phẩm là quá trình thực hiện giá trị của sản phẩm, là giai đoạn làm cho sản phẩm ra khỏi quá trình sản xuất và bước vào lưu thông, đưa sản phẩm từ lĩnh vực lưu thông sang lĩnh vực tiêu dùng.

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.2 Nguyên tắc tiêu thụ sản phẩm

- Tổ chức tiêu thụ sản phẩm nhằm đạt được mục đích và mục tiêu của doanh nghiệp.
- Tổ chức tiêu thụ sản phẩm phải thường xuyên gây dựng và giữ vững được uy tín của sản phẩm trên thị trường.
- Tổ chức tiêu thụ sản phẩm phải nhanh gọn, đáp ứng đầy đủ, kịp thời yêu cầu của thị trường.
- Phải nhanh chóng thu hồi tiền bán hàng

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.3 Đặc điểm của tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

- Sản phẩm nông nghiệp và thị trường nông sản mang nặng tính chất vùng và khu vực
- Tính chất mùa vụ của sản xuất nông nghiệp có tác động mạnh mẽ đến cung, cầu của thị trường và giá cả nông sản
- Sản phẩm nông nghiệp rất đa dạng và là nhu cầu tối thiểu hàng ngày của mỗi người; thị trường nông sản rất rộng nên tổ chức tiêu thụ phải hết sức linh hoạt.
- Một bộ phận lớn nông sản được tiêu dùng nội bộ hoặc sử dụng làm tư liệu sản xuất

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.4. Nghiên cứu thị trường

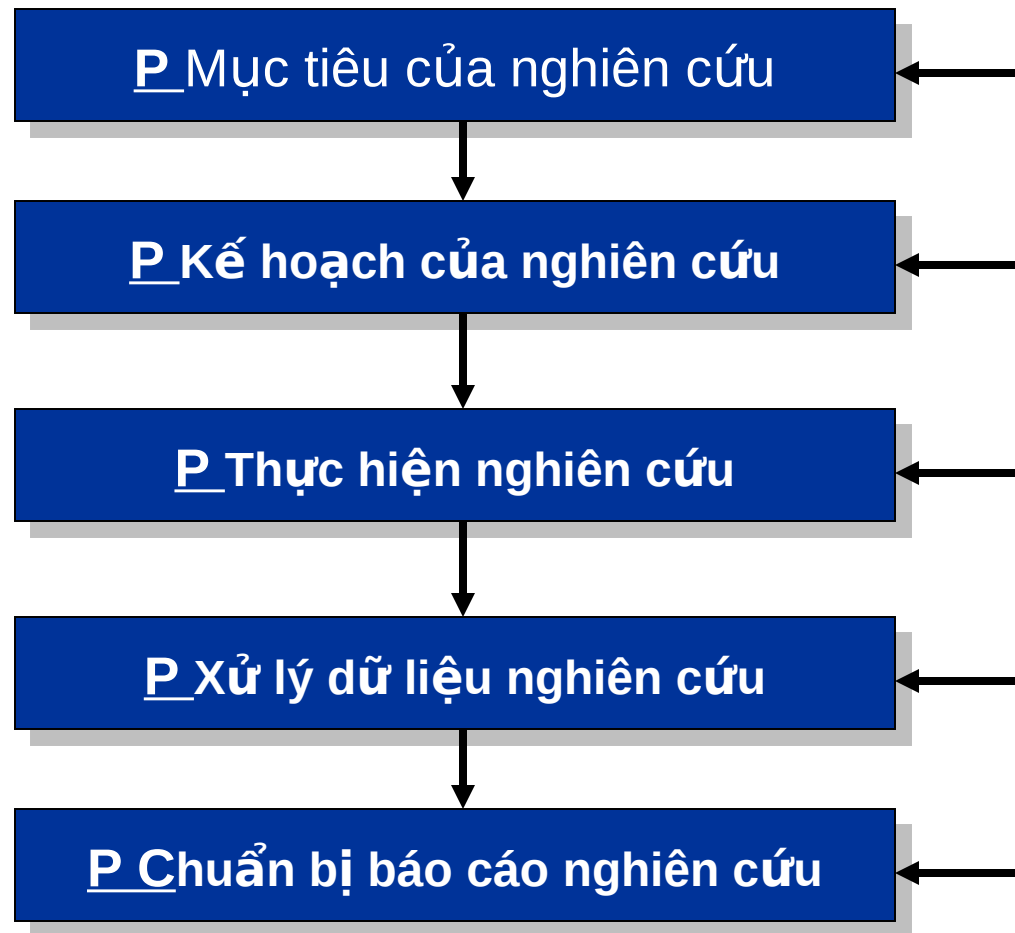
**Khái niệm:** là quá trình thu thập, lưu giữ và phân tích thông tin về khách hàng, đối thủ cạnh tranh và thị trường một cách có hệ thống

### **Ứng dụng:**

- Phân tích nhu cầu khách hàng
- Nhận diện và xác định các cơ hội kinh doanh
- Giám sát môi trường (thị trường, đối thủ cạnh tranh hay ngành)

# 1.4. Nghiên cứu thị trường

- Quá trình nghiên cứu: 5P



# 1.4. Nghiên cứu thị trường

## **P1: Xác định mục tiêu nghiên cứu**

- Mô tả vấn đề
- Thiết lập mục tiêu nghiên cứu
- Xây dựng các câu hỏi nghiên cứu
- Chuẩn bị các câu hỏi nhỏ

# 1.4. Nghiên cứu thị trường

## P2: Lên kế hoạch nghiên cứu

- Lựa chọn mô hình nghiên cứu
  - Nghiên cứu thăm dò (thu thập những thông tin một cách không chính thống)
  - Nghiên cứu mô tả: liên quan tới các biện pháp và qui trình, ai trả lời, cái gì, tại sao và như thế nào
  - Nghiên cứu thử nghiệm: được thực hiện bằng cách kiểm soát những nhân tố khác nhau để xác định xem nhân tố nào gây ra kết quả, thường cần sự thử nghiệm khá phức tạp và đắt tiền.
- Lên kế hoạch về thời gian



## 1.4. Nghiên cứu thị trường

### P3: Thực hiện nghiên cứu

- Chuẩn bị cho việc thu thập số liệu
- Thu thập dữ liệu
  - Số liệu sơ cấp: số liệu được thu thập lần đầu tiên: điều tra, quan sát, thảo luận bàn tròn, thử nghiệm
  - Số liệu thứ cấp: Là những thông tin sẵn có và cần được xác minh bởi nhiều nguồn khác nhau để so sánh.
  - Dữ liệu định tính: thường thu được qua phỏng vấn trực tiếp với người trả lời để hiểu rõ những suy nghĩ và cảm giác của họ.
- Lập bảng số liệu

# 1.4. Nghiên cứu thị trường

- **P4: Xử lý và phân tích dữ liệu**
  - Phân tích thống kê để đánh giá định lượng
  - Phân tích nội dung để đánh giá định tính
- **P5: Chuẩn bị báo cáo nghiên cứu, với các nội dung chính**
  - Trang bìa, mục lục, tóm tắt
  - Giới thiệu
  - Cách tiến hành nghiên cứu
  - Phân tích số liệu
  - Các kết quả
  - Hạn chế
  - Kết luận và kiến nghị
  - Tài liệu tham khảo, phụ lục

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm

## 1.5 Dự báo thị trường

- Ý nghĩa: dự báo đúng đắn thị trường giúp cho DN vạch ra hướng chiến lược và triển vọng tham gia thị trường, từ đó có những quyết định đúng đắn đối với việc tiêu thụ sản phẩm.
- Thời gian dự báo thị trường: dự báo dài hạn, trung hạn và ngắn hạn.

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm

## 1.5 Dự báo thị trường

- Nội dung dự báo:
  - Dự báo khả năng và triển vọng về cung cầu sản phẩm đang sản xuất và những loại sản phẩm mới
  - Dự báo về khách hàng: để lựa chọn khách hàng chủ lực, thường xuyên hoặc khách hàng mới của doanh nghiệp.
  - Dự báo về số lượng và cơ cấu sản phẩm có triển vọng.
  - Dự báo về thời gian, không gian tiêu thụ sản phẩm... và dự báo về xu thế biến động của giá

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.6. Tổ chức mạng lưới tiêu thụ nông sản phẩm của doanh nghiệp nông nghiệp

- Khái niệm: Kênh tiêu thụ sản phẩm là sự kết hợp qua lại giữa doanh nghiệp sản xuất với các trung gian để nông sản vận động một cách hợp lý đến tay người tiêu dùng và đáp ứng yêu cầu của họ.
- Phân loại kênh tiêu thụ sản phẩm:
  - Kênh tiêu thụ sản phẩm trực tiếp
  - Kênh tiêu thụ sản phẩm gián tiếp: kênh ngắn và dài (kênh cấp 1 – cấp 3)

# Ưu và nhược điểm

	<b>Ưu điểm</b>	<b>Nhược điểm</b>
<b>Kênh trực tiếp</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tốc độ lưu thông SP nhanh</li> <li>- Nâng cao quyền chủ động của doanh nghiệp</li> <li>- Chi phí thấp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tổ chức tiêu thụ và quản lý sản phẩm khá phức tạp,</li> <li>- Vốn và nhân lực của doanh nghiệp bị phân tán</li> </ul>
<b>Kênh ngắn</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình độ chuyên môn hóa cao</li> <li>- Phát huy năng lực sản xuất của doanh nghiệp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tốc độ quay vòng vốn chậm</li> <li>- Làm chậm vòng quay vốn cho DN khi quy mô DN lớn và khối lượng sản phẩm nhiều.</li> </ul>
<b>Kênh dài</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiêu thụ được khối lượng lớn sản phẩm</li> <li>- Quay vòng vốn nhanh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Khó khăn, phức tạp cho công tác quản lý sản phẩm của DN</li> <li>- Điều hành các trung gian theo yêu cầu của doanh nghiệp khó</li> <li>- Chi phí trung gian cao, rủi ro lớn</li> </ul>

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.7. Chính sách hỗ trợ tiêu thụ

- Chính sách chiêu thị
  - Chào hàng
  - Bán trực tiếp
  - Quảng cáo tuyên truyền
  - Chiêu hàng
  - Biện pháp vĩ mô
- Chính sách tín dụng

# **1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN**

## **1.8 Các yếu tố ảnh hưởng đến tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN**

### **1.8.2 Các nhân tố bên ngoài**

### **1.8.2 Các nhân tố bên trong**



# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## 1.9. Định giá sản phẩm

### a) *Khái niệm*

Giá cả sản phẩm tiêu thụ là số tiền mà doanh nghiệp mong muốn nhận được từ người tiêu dùng sau khi đã giao quyền sở hữu và sử dụng một đơn vị sản phẩm sản phẩm.

### b) *Mục tiêu của định giá*

Nhằm tiêu thụ được sản phẩm với khối lượng nhiều nhất một cách nhanh chóng, kịp thời, đảm bảo hoạt động sản xuất và dịch vụ của doanh nghiệp tiến hành bình thường và lợi nhuận không ngừng tăng lên

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

- Công thức xác định giá bán sản phẩm:

**Giá bán = CPSX + CP lưu thông + Lợi nhuận hợp lý**

- Tăng giá bán khi:
  - Tăng chi phí sản xuất
  - Tăng cầu quá mức
  - Lạm phát

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

## *c) Phương pháp định giá sản phẩm*

- Căn cứ định giá
- Xác định giá sản phẩm từ chi phí
- Xác định giá sản phẩm theo phương pháp hệ số
- Xác định giá sản phẩm theo phương pháp tỉ giá

# 1. Tổ chức tiêu thụ sản phẩm trong DNNN

- Căn cứ để xác định giá cả sản phẩm tiêu thụ
  - Mỗi quan hệ cung cầu của sản phẩm trên thị trường.
  - Số lượng, chất lượng và chủng loại sản phẩm tham gia trên thị trường.
  - Thời điểm và địa điểm mà sản phẩm tham gia.
  - Hình thức thị trường mà doanh nghiệp sẽ bán sản phẩm.

## 8.2. PHÂN PHỐI TỔNG GIÁ TRỊ SẢN XUẤT TRONG DNNN

### 8.2.1. Khái niệm và ý nghĩa

#### a) Khái niệm:

- Giá trị sản xuất là toàn bộ của cải vật chất và dịch vụ được tạo ra trong một thời kỳ nhất định (thường là một năm) của doanh nghiệp nông nghiệp.
- Giá trị sản xuất gồm toàn bộ giá trị sản phẩm chính, sản phẩm phụ và sản phẩm dở dang của các ngành trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản và các ngành nghề thủ công khác, gồm giá trị mới tăng thêm của các công trình xây dựng cơ bản, giá trị các hoạt động dịch vụ phi vật chất.

# Cơ cấu tổng giá trị sản xuất

- Theo C. Mác, tổng giá trị sản xuất bao gồm 3 bộ phận:

$$G = C + V + m$$

Trong đó:

- C: Giá trị vật chất các TLSX đã tiêu hao trong quá trình sản xuất, gồm khấu hao TSCĐ, nguyên nhiên vật liệu.
  - V: giá trị công lao động và các chi phí cho lao động tiêu hao trong quá trình sản xuất
  - m: Bộ phận giá trị thặng dư, là bộ phận còn lại của doanh nghiệp để thực hiện chức năng tái sản xuất mở rộng.
- Theo FAO: Tổng giá trị sản xuất của DN nông nghiệp ký hiệu GO (Gross Outputs) bao gồm chi phí trung gian ký hiệu IC (Intermediary Costs) và giá trị tăng thêm ký hiệu VA (Value Added).  
$$GO = VA + IC$$

# Chi phí trung gian IC

- IC: là chi phí của các nhân tố bị tiêu hao trong một chu kỳ sản xuất. Những chi phí này được chuyển vào giá trị sản phẩm và được bù lại sau mỗi kỳ sản xuất để tái sản xuất.
- Chi phí trung gian, bao gồm: chi phí về hạt giống, phân bón, thuốc trừ sâu, nhiên liệu, chi phí vận chuyển, thức ăn gia súc, thuốc thú y, chi phí bảo dưỡng sửa chữa, các chi phí thuê mướn, chi phí dụng cụ, chi phí quản lý và các chi phí khác.
- Trong chi phí trung gian cũng bao gồm các chi phí do doanh nghiệp tự sản xuất được tính quy đổi theo giá trị hiện hành tại thời điểm tính và các chi phí thuê mướn bên ngoài (thuê mướn dịch vụ hoặc thuê mướn lao động thời vụ...).

# Giá trị tăng thêm VA (Value Added)

- Giá trị tăng thêm VA (Value Added) là bộ phận quan trọng nhất trong tổng giá trị sản xuất của DN, được tạo ra do tiêu dùng các yếu tố ban đầu (tiêu dùng trung gian) VA bao gồm:
  - W (Wages): Chi phí lao động thường xuyên (tiền công, tiền lương). Trường hợp thuê lao động ngoài có tính thời vụ, không thường xuyên thường gắn liền với dịch vụ được tính vào chi phí trung gian.
  - ff (finance fees): Các chi phí về dịch vụ tài chính, thuế, bảo hiểm, lãi vay ngân hàng.
  - T (Tax): Các khoản thuế và lệ phí mà doanh nghiệp phải đóng góp,
  - A (Amortization): khấu hao tài sản cố định dùng vào sản xuất trong năm
  - Pr (profit): Lợi nhuận ròng (lợi nhuận thuần) của doanh nghiệp được sử dụng cho việc đầu tư tăng thêm, tiêu dùng hay tích lũy để tái sản xuất mở rộng



## b) Ý nghĩa của phân phối giá trị sản xuất kinh doanh trong DN

- Phân phối giá trị sản xuất trong doanh nghiệp là một khâu quan trọng không thể thiếu được của quá trình tái sản xuất.
- Thông qua phân phối, giá trị sản xuất được phân chia đúng đắn sẽ giải quyết hài hoà các lợi ích, đáp ứng hợp lý cho các bộ phận, các khâu sản xuất, đảm bảo điều kiện cho quá trình tái sản xuất.

## 8.2.2 Nội dung phân phối giá trị sản xuất

### a) Nguyên tắc

Thực hiện nguyên tắc phân phối tổng sản phẩm xã hội của Mác:

- Toàn bộ tổng sản phẩm xã hội phải khấu trừ:
  - Phần tư liệu sản xuất đã dùng rồi (C)
  - Một phần thêm vào để mở rộng sản xuất
  - Một phần để dự trữ bảo hiểm để phòng thiên tai
- Phần còn lại để tiêu dùng, nhưng trước khi tiến hành phân phối cho cá nhân thì phải khấu trừ đi:
  - Chi phí chung về quản lý
  - Chi phí dùng để thoả mãn nhu cầu chung (như trường học, bệnh viện, vệ sinh nơi công cộng...)
  - Trích nuôi dưỡng những người không có khả năng lao động
  - Trích cho quốc phòng

## a) Nguyên tắc (tiếp)

- Trên cơ sở nguyên tắc phân phối của Mác các doanh nghiệp nông nghiệp tập trung giải quyết các mối quan hệ có tính nguyên tắc sau:
  - Giải quyết tốt mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng
  - Giải quyết mối quan hệ giữa tích lũy và tiêu dùng để đảm bảo tái sản xuất mở rộng
  - Giải quyết hài hoà lợi ích kinh tế nhà nước doanh nghiệp và người lao động.

## b) Nội dung phân phối giá trị sản xuất trong DNNN

- Bù đắp được các yếu tố tiêu hao
- Đảm bảo mở rộng tái sản xuất và tiêu dùng
- Phân phối nhằm thực hiện được nghĩa vụ đối với nhà nước và đảm bảo hài hoà các lợi ích kinh tế.

# Bù đắp các yếu tố tiêu hao

- Các giá trị tiêu dùng trung gian (IC) phải được tính đầy đủ, chính xác cho từng loại sản phẩm hoặc dịch vụ của DN và phải được bù đắp ngay sau mỗi chu kỳ sản xuất.
- Bù đắp hao phí lao động dưới hình thức tiền lương hay trả tiền công thuê lao động theo chế độ tiền lương hay hợp đồng thuê lao động, thể hiện quan hệ giữa lợi ích của DN và người lao động, thể hiện mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng.
- Các chi phí tài chính bao gồm lệ phí, lãi vay ngân hàng... thể hiện mối quan hệ của doanh nghiệp với các tổ chức tài chính.
- Các chi phí về các loại thuế thể hiện mối quan hệ của doanh nghiệp với Nhà nước.
- Khấu hao: là phần bù đắp hao mòn của tài sản cố định để tái đầu tư và bảo tồn vốn sản xuất của doanh nghiệp.

# Đảm bảo mở rộng tái sản xuất và tiêu dùng

- Lợi nhuận ròng của doanh nghiệp (Pr) được sử dụng cho việc đầu tư tăng thêm để mở rộng sản xuất kinh doanh hay tiết kiệm, trích lập các quỹ của doanh nghiệp, đặc biệt quan trọng là quỹ phát triển sản xuất và quỹ dự phòng.
- Tăng quy mô giá trị sản phẩm tăng thêm là cơ sở cho việc giải quyết một cách hợp lý và hài hoà các mối quan hệ trong phân phối: quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng, sản xuất và tích lũy, sản xuất và đầu tư và các lợi ích kinh tế trong nền kinh tế quốc dân.

## c) Yêu cầu phân phối tổng giá trị sản xuất trong doanh nghiệp

- Các yếu tố chi phí sản xuất phải được tính đúng, tính đủ, đặc biệt lưu ý đến yếu tố giá cả được sử dụng trong tính toán.
- Phân chi phí thù lao lao động phải được quan tâm đúng mức, có tính đến sự khác nhau về hao phí lao động giữa các ngành, các hoạt động. Bảo đảm bình đẳng và công bằng cho người lao động trong quá trình tham gia lao động.
- Thực hiện đúng trách nhiệm và nghĩa vụ thuế theo Luật định.
- Cần đảm bảo sự dân chủ và công khai trong phân phối tổng sản phẩm, đặc biệt là trong các doanh nghiệp nông nghiệp Nhà nước và các hợp tác xã nông nghiệp.