

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN

GIÁO TRÌNH MÔ ĐUN
**LẬP KẾ HOẠCH SẢN XUẤT
VÀ TIÊU THỤ SẢN PHẨM**
MÃ SỐ: MĐ 01

NGHỀ: TRỒNG QUẾ, HỒI, SẢ LẤY TINH DẦU

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: MĐ 01

LỜI GIỚI THIỆU

Hiện nay, nhân dân đã hiểu rõ sự gắn bó mật thiết giữa rừng cây và cuộc sống con người, đặc biệt là các cây đặc sản, cây đa tác dụng. Quế, Hồi là những cây có giá trị kinh tế lớn dùng trong nước và xuất khẩu, lá, hoa và quả đều có tinh dầu thơm, gỗ quế sau khi khai thác vỏ được dùng chế biến hàng thủ công mỹ nghệ cao cấp. Tinh dầu sả được sử dụng nhiều trong y dược và chế biến mỹ phẩm, ngoài ra còn được sử dụng làm gia vị trong chế biến thực phẩm. Sau khi phát triển chương trình dạy nghề trình độ sơ cấp “*Trồng quế, hồi, sả lấy tinh dầu*” phục vụ đào tạo nghề cho lao động nông thôn của đề án 1956 thì việc biên soạn tài liệu dùng cho học viên nhằm đáp ứng trong giảng dạy, học tập, thực hành và tham khảo là một nhu cầu hết sức cần thiết.

Giáo trình mô đun “Lập kế hoạch sản xuất và tiêu thụ sản phẩm” là một trong số những giáo trình phục vụ cho mục đích nói trên. Giáo trình này được biên soạn một cách ngắn gọn, kết cấu hợp lý giữa lý thuyết và thực hành nhằm cung cấp những kiến thức về thị trường, kỹ năng về lập kế hoạch sản xuất, tiêu thụ sản phẩm và hạch toán sản xuất. Giáo trình “Lập kế hoạch sản xuất và tiêu thụ sản phẩm” gồm 3 bài và trình bày theo trình tự:

Bài 01: Lập kế hoạch sản xuất

Bài 02: Tiêu thụ sản phẩm

Bài 03: Hạch toán sản xuất

Để hoàn thành giáo trình này, chúng tôi chân thành cảm ơn sâu sắc đến Vụ Tổ chức Cán bộ - Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Tổng cục Dạy nghề - Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, lãnh đạo Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông lâm Đông Bắc, các bạn đồng nghiệp đã tạo điều kiện và giúp đỡ chúng tôi trong quá trình thu thập tài liệu và biên soạn giáo trình này, song vì thời gian có hạn nên không thể tránh khỏi những sai sót rất mong được sự đóng góp và xây dựng của bạn đọc để giáo trình được hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng giới thiệu giáo trình!

Tham gia biên soạn

1. Kỹ sư: Nguyễn Khắc Quang - Chủ biên

2. Thạc sỹ: Hoàng Thị Thắm – Tham gia

3. Kỹ sư: Bùi Thọ Tiến – Tham gia

MỤC LỤC

| ĐỀ MỤC | TRANG |
|--|--------------|
| <u>LỜI GIỚI THIỆU.....</u> | <u>3</u> |
| <u>Bài 1: Lập kế hoạch sản xuất.....</u> | <u>10</u> |
| <u>1. Nhu cầu thị trường.....</u> | <u>11</u> |
| <u>1.1. Một số khái niệm về thị trường</u> | <u>11</u> |
| <u>2. Trình tự các bước xác định nhu cầu thị trường.....</u> | <u>13</u> |
| <u>2.1. Xác định loại thông tin cần thu thập.....</u> | <u>13</u> |
| <u>2.1.1. Thông tin về khách hàng.....</u> | <u>13</u> |
| <u>2.1.2. Thông tin về đối thủ cạnh tranh.....</u> | <u>13</u> |
| <u>2.1.3. Thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất.....</u> | <u>14</u> |
| <u>2.2. Xác định nguồn cung cấp thông tin.....</u> | <u>15</u> |
| <u>2.2.1. Các trung gian và nhà sản xuất kinh doanh nông lâm nghiệp.....</u> | <u>15</u> |
| <u>2.2.2. Nông dân</u> | <u>16</u> |
| <u>2.2.3. Cán bộ khuyến nông.....</u> | <u>16</u> |
| <u>2.2.4. Các nhà nghiên cứu thị trường.....</u> | <u>16</u> |
| <u>2.2.5. Sách báo.....</u> | <u>17</u> |
| <u>2.2.6. Tạp chí, bản tin.....</u> | <u>17</u> |
| <u>2.2.7. Truyền thanh, phát thanh, truyền hình.....</u> | <u>17</u> |
| <u>2.2.8. Internet.....</u> | <u>17</u> |
| <u>2.2.9. Các nguồn thông tin khác.....</u> | <u>18</u> |
| <u>2.3. Xác định phương pháp thu thập thông tin.....</u> | <u>18</u> |
| <u>2.3.2. Phương pháp hiện trường.....</u> | <u>19</u> |
| <u>2.3.2.2. Quan sát.....</u> | <u>20</u> |
| <u>2.3.2.3 Phiếu điều tra.....</u> | <u>20</u> |
| <u>2.3.2.4. Phương pháp sử dụng công cụ phân tích chiến lược (SWOT).....</u> | <u>21</u> |
| <u>2.3.2.5. Phương pháp khác.....</u> | <u>22</u> |
| <u>2.4. Thu thập thông tin thị trường.....</u> | <u>23</u> |
| <u>2.5. Xử lý các số liệu thu thập.....</u> | <u>23</u> |
| <u>3. Khái niệm kế hoạch sản xuất.....</u> | <u>24</u> |
| <u>4. Lợi ích của việc lập kế hoạch sản xuất</u> | <u>25</u> |

| | |
|---|----|
| 5. Căn cứ để lập kế hoạch sản xuất..... | 25 |
| 5.1. Nhu cầu thị trường..... | 25 |
| 5.2. Căn cứ vào điều kiện tự nhiên..... | 26 |
| 5.3. Căn cứ vào điều kiện của hộ gia đình..... | 26 |
| 5.4. Căn cứ vào quy mô sản xuất..... | 27 |
| 6. Nội dung lập kế hoạch sản xuất..... | 27 |
| 6.1. Xác định diện tích sản xuất..... | 27 |
| 6.2. Xác định kế hoạch trồng trọt | 29 |
| 6.2.1. Kế hoạch làm đất..... | 30 |
| 6.2.2. Kế hoạch phân bón..... | 32 |
| 6.2.3. Kế hoạch về giống cây trồng..... | 33 |
| Biểu 06: Tổng hợp kế hoạch giống cây trồng..... | 33 |
| 6.2.4. Kế hoạch trồng cây, chăm sóc và bảo vệ cây trồng..... | 34 |
| 6.3. Dự tính năng suất, sản lượng cây trồng..... | 36 |
| 6.3.1. Căn cứ để xác định năng suất, sản lượng cây trồng..... | 36 |
| 6.3.2. Xác định khả năng về năng suất, sản lượng cây trồng..... | 37 |
| 6.4. Kế hoạch tài chính..... | 37 |
| 6.4.1. Kế hoạch vốn sản xuất | 37 |
| 6.4.2. Kế hoạch thu, chi, lợi nhuận..... | 38 |
| B. Câu hỏi và bài tập thực hành..... | 41 |
| 1. Đặc điểm của sản phẩm Quế, Hồi, Sả..... | 53 |
| 1.1. Đặc điểm của sản phẩm Quế, Hồi, Sả..... | 53 |
| 1.2. Thị trường tiêu thụ sản phẩm Quế, Hồi, Sả..... | 61 |
| 2. Giới thiệu sản phẩm..... | 61 |
| 2.1. Các cách thức giới thiệu sản phẩm | 61 |
| 2.2. Các hình thức giới thiệu sản phẩm..... | 62 |
| 2.2.1. Giới thiệu sản phẩm trực tiếp..... | 62 |
| 2.2.2. Giới thiệu sản phẩm gián tiếp | 63 |
| 2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến tiếp thị sản phẩm..... | 65 |
| 2.3.1. Yếu tố về kinh tế..... | 65 |
| 2.3.2. Yếu tố về xã hội..... | 65 |
| 2.3.3. Yếu tố về chính trị | 66 |
| 3. Bán sản phẩm..... | 66 |
| 3.1. Lựa chọn địa điểm..... | 66 |
| 3.1.1. Mật độ lưu thông..... | 66 |
| 3.1.2. Vị trí thuận tiện cho quảng cáo..... | 67 |
| 3.1.3. Giao thông thuận tiện | 67 |
| 3.1.4. Khoảng cách với đối thủ cạnh tranh..... | 67 |
| 3.2. Các hình thức bán hàng..... | 68 |
| 3.2.1. Căn cứ vào địa điểm giao hàng cho khách hàng..... | 68 |

| | |
|---|-----|
| 3.2.2. Căn cứ vào khâu lưu chuyển hàng hóa..... | 68 |
| 3.2.3. Căn cứ vào phương thức bán..... | 69 |
| 3.2.4. Căn cứ theo mối quan hệ thanh toán..... | 69 |
| 3.2.5. Căn cứ theo mức độ truyền thông tin của hàng hóa..... | 69 |
| 3.3. Soạn thảo hợp đồng mua bán sản phẩm..... | 70 |
| 3.3.1. Khái niệm hợp đồng mua bán sản phẩm..... | 70 |
| 3.3.2. Đặc điểm của hợp đồng mua bán hàng hóa..... | 70 |
| 3.3.3. Nội dung của hợp đồng mua bán hàng hóa..... | 71 |
| 3.3.4. Mẫu hợp đồng mua bán hàng hóa..... | 74 |
| HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HÓA | |
| Số: /HĐMB..... | 74 |
| 3.3.5. Mẫu hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa..... | 79 |
| B. Câu hỏi và bài tập thực hành..... | 84 |
| Bài 3. Hạch toán sản xuất..... | 87 |
| 1. Khái niệm, ý nghĩa và nguyên tắc hạch toán..... | 87 |
| 1.1. Khái niệm..... | 87 |
| 1.2. Ý nghĩa của hạch toán..... | 88 |
| 1.3. Nguyên tắc hạch toán..... | 88 |
| 1.3.3. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc bảo toàn và phát triển được vốn. | 88 |
| 1.3.4. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc tiết kiệm và có hiệu quả.. | 88 |
| 2. Hạch toán chi phí sản xuất..... | 89 |
| 2.1. Khái niệm chi phí sản xuất..... | 89 |
| 2.2. Các loại chi phí sản xuất..... | 89 |
| 2.3. Phương pháp tính chi phí sản xuất..... | 92 |
| 3. Tính giá thành sản phẩm..... | 93 |
| 3.1. Khái niệm giá thành sản phẩm..... | 93 |
| 3.2. Phương pháp tính giá thành sản phẩm..... | 93 |
| 3.3. Một số giải pháp để hạ giá thành sản phẩm..... | 94 |
| 4. Tính hiệu quả sản xuất..... | 94 |
| 4.1. Xác định doanh thu..... | 94 |
| B. Câu hỏi và bài tập thực hành..... | 98 |
| C. Ghi nhớ..... | 100 |
| HƯỚNG DẪN GIẢNG DẠY MÔ ĐUN | 102 |
| IV. Hướng dẫn đánh giá kết quả học tập | 103 |
| Tiêu chí đánh giá..... | 103 |
| Cách thức đánh giá..... | 103 |
| Tiêu chí 1: Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất phù hợp và có khả năng phát triển ở địa phương..... | 103 |
| Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận..... | 103 |

| | |
|---|------------|
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận..... | 103 |
| - Dưa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra..... | 103 |
| <u>Tiêu chí 3: Xác định được đối tượng phỏng vấn.....</u> | <u>103</u> |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận..... | 103 |
| - Dưa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra..... | 103 |
| <u>Tiêu chí 4: Xây dựng được bảng câu hỏi với các cụm thông tin cần thiết, câu hỏi ngắn gọn, rõ ràng và dễ trả lời.....</u> | <u>103</u> |
| <u>Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi.....</u> | <u>103</u> |
| - Dưa vào kết quả bảng câu hỏi của nhóm đưa ra..... | 104 |
| <u>Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng đặt câu hỏi, nội dung bảng câu hỏi sát thực tiễn</u> | <u>104</u> |
| <u>Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra đánh giá thông qua kết quả từng bước. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp.....</u> | <u>104</u> |
| <u>Tiêu chí đánh giá.....</u> | <u>104</u> |
| <u>Cách thức đánh giá.....</u> | <u>104</u> |
| <u>Tiêu chí 1: Xác định được sản phẩm dự định phát triển sản xuất.....</u> | <u>104</u> |
| <u>Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi.....</u> | <u>104</u> |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi..... | 104 |
| - Dưa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra..... | 104 |
| <u>Tiêu chí 3: Dự kiến những thông tin cần thu thập: loại sản phẩm, số lượng tiêu thụ, mẫu mã sản phẩm, giá cả, cách thức tiêu thụ.....</u> | <u>104</u> |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận..... | 104 |
| - Dưa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra..... | 104 |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống..... | 104 |
| - Dưa vào nội dung bảng câu hỏi của nhóm đưa ra..... | 104 |
| <u>Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng đặt câu hỏi, nội dung bảng câu hỏi sát thực tiễn và dễ trả lời.....</u> | <u>104</u> |
| <u>Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả từng bước. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp.....</u> | <u>104</u> |
| <u>Tiêu chí đánh giá.....</u> | <u>105</u> |
| <u>Cách thức đánh giá.....</u> | <u>105</u> |
| <u>Tiêu chí 1: Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất.....</u> | <u>105</u> |
| <u>Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm.....</u> | <u>105</u> |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm, đặt câu hỏi | 105 |
| - Dưa vào bảng kết quả xác định của nhóm..... | 105 |
| <u>Tiêu chí 3: Phân tích được những ảnh hưởng của các đặc điểm ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh</u> | <u>105</u> |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống..... | 105 |

| | |
|--|-----|
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống..... | 105 |
| - Dựa vào kết quả xây dựng chiến lược của các nhóm..... | 105 |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích của các thành viên | 105 |
| Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua sản phẩm của các nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp..... | 105 |
| Tiêu chí đánh giá..... | 106 |
| Cách thức đánh giá..... | 106 |
| Tiêu chí 1: Xác định loài cây dự định phát triển sản xuất..... | 106 |
| Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm..... | 106 |
| Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm, đặt câu hỏi để xác định tính chính xác của các căn cứ..... | 106 |
| - Dựa vào các căn cứ của nhóm đưa ra..... | 106 |
| Tiêu chí 3: Xây dựng được mục tiêu phát triển sản xuất kinh doanh với những tiêu chí cụ thể: loại sản phẩm chính, sản phẩm phụ, quy mô hàng năm..... | 106 |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống..... | 106 |
| - Dựa vào các nội dung của mục tiêu của nhóm đưa ra..... | 106 |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống..... | 106 |
| - Dựa vào mẫu biểu kế hoạch sản xuất chung..... | 106 |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích về các thông tin cũng như kinh nghiệm thực tiễn trong sản xuất của các thành viên..... | 106 |
| Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả từng bước thực hiện. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp..... | 106 |
| Tiêu chí đánh giá..... | 106 |
| Cách thức đánh giá..... | 106 |
| Tiêu chí 1: Lựa chọn được sản phẩm để quảng cáo..... | 107 |
| Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm..... | 107 |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm..... | 107 |
| - Dựa vào các nội dung thông tin nhóm đưa ra..... | 107 |
| Tiêu chí 3: Hình ảnh sản phẩm và bố cục hợp lý, đủ nhưng không quá nhiều thông tin, thông tin ngắn gọn và dễ nhớ..... | 107 |
| - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống..... | 107 |
| - Dựa vào sản phẩm tờ rơi của nhóm để đánh giá..... | 107 |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích về các thông tin tính sáng tạo của các thành viên..... | 107 |
| Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp..... | 107 |

| | |
|--|------------|
| <u>Tiêu chí đánh giá.....</u> | <u>107</u> |
| <u>Cách thức đánh giá.....</u> | <u>107</u> |
| <u>Tiêu chí 1: Lựa chọn được sản phẩm để thực hiện bài tập.....</u> | <u>107</u> |
| <u>Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm.....</u> | <u>107</u> |
| <u>Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm, đặt câu hỏi cho các thành viên của nhóm.....</u> | <u>107</u> |
| <u>Tiêu chí 3: Thảo luận và xây dựng được các nội dung của 02 loại hợp đồng theo mẫu cho sẵn với ẩn phẩm đã lựa chọn.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống và đưa vào mẫu hợp đồng.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và thương thảo của các thành viên.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra nội dung theo mẫu cho sẵn. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Tiêu chí đánh giá.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Cách thức đánh giá.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Tiêu chí 1: Phân loại được các chi phí cho hoạt động gieo trồng</u> | <u>108</u> |
| <u>- Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm.....</u> | <u>108</u> |
| <u>- Đưa vào đặc điểm của mỗi loại chi phí để so sánh đánh giá.....</u> | <u>108</u> |
| <u>- Căn cứ vào công thức xác định giá trị hao mòn để đánh giá kết quả của mỗi nhóm.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và sự hiểu biết của các thành viên.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp.....</u> | <u>108</u> |
| <u>Tiêu chí đánh giá.....</u> | <u>109</u> |
| <u>Cách thức đánh giá.....</u> | <u>109</u> |
| <u>Tiêu chí 1: Xác định và tính đúng các chi phí sản xuất (theo giả định của nhóm)</u> | <u>109</u> |
| <u>- Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm.....</u> | <u>109</u> |
| <u>- Đưa vào kết quả của nhóm.....</u> | <u>109</u> |
| <u>- Đưa vào công thức tính giá thành của sản phẩm để so sánh kết quả bài tập của mỗi nhóm.....</u> | <u>109</u> |
| <u>Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và sự hiểu biết và vận dụng kiến thức vào thực tiễn của các thành viên.....</u> | <u>109</u> |
| <u>Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp.....</u> | <u>109</u> |

| | |
|--|------------|
| <u>Tiêu chí đánh giá.....</u> | <u>109</u> |
| <u>Cách thức đánh giá.....</u> | <u>109</u> |
| <u>Tiêu chí 1: Hạch toán được doanh thu của 01 hoạt động sản xuất trồng quế, hồi, sả.....</u> | <u>109</u> |
| <u>- Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm.....</u> | <u>109</u> |
| <u>- Dựa vào công thức tính doanh thu để xem xét tính chính xác của các bài tập nhóm và đưa ra kết luận.....</u> | <u>109</u> |
| <u>- Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm.....</u> | <u>109</u> |
| <u>- Dựa vào công thức tính lợi nhuận để so sánh kết quả bài tập của mỗi nhóm</u> | <u>109</u> |
| <u>Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và sử dụng kiến thức và vận dụng kiến thức vào thực tiễn của các thành viên.....</u> | <u>110</u> |
| <u>Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp.....</u> | <u>110</u> |
| <u>V. Tài liệu tham khảo.....</u> | <u>110</u> |

Bài 1: Lập kế hoạch sản xuất

Mục tiêu:

- Trình bày được một số khái niệm cơ bản về thị trường, lợi ích của việc lập kế hoạch sản xuất và các căn cứ để lập kế hoạch sản xuất;
- Thu thập và xử lý được thông tin để xác định nhu cầu của thị trường làm căn cứ lập kế hoạch sản xuất;
- Lập được kế hoạch sản xuất phù hợp với điều kiện sản xuất của gia đình, điều kiện tự nhiên và nhu cầu của thị trường;
- Có nhận thức đúng đắn trong việc lựa chọn sản phẩm sản xuất.

A. Nội dung:

1. Nhu cầu thị trường

1.1. Một số khái niệm về thị trường

Thị trường ra đời gắn liền với nền sản xuất hàng hoá, nó là môi trường để tiến hành các hoạt động giao dịch mang tính chất thương mại. Xã hội phát triển, thị trường không nhất thiết chỉ là địa



điểm cụ thể gặp gỡ trực tiếp giữa người mua và người bán mà doanh nghiệp và khách hàng có thể chỉ giao dịch, thỏa thuận với nhau thông qua các phương tiện thông tin viễn thông hiện đại. Hiện nay có rất nhiều khái niệm về thị trường, nhưng ở đây chỉ nêu ra khái niệm chủ yếu:



Hình 1.1. Hoạt động mua bán trong siêu thị **Hình 1.2. Hoạt động mua bán tại**

thị trường nông sản

+ Thị trường là một hình thức biểu hiện sự phân công lao động xã hội (ở đâu có sự phân công lao động ở đó có thị trường)

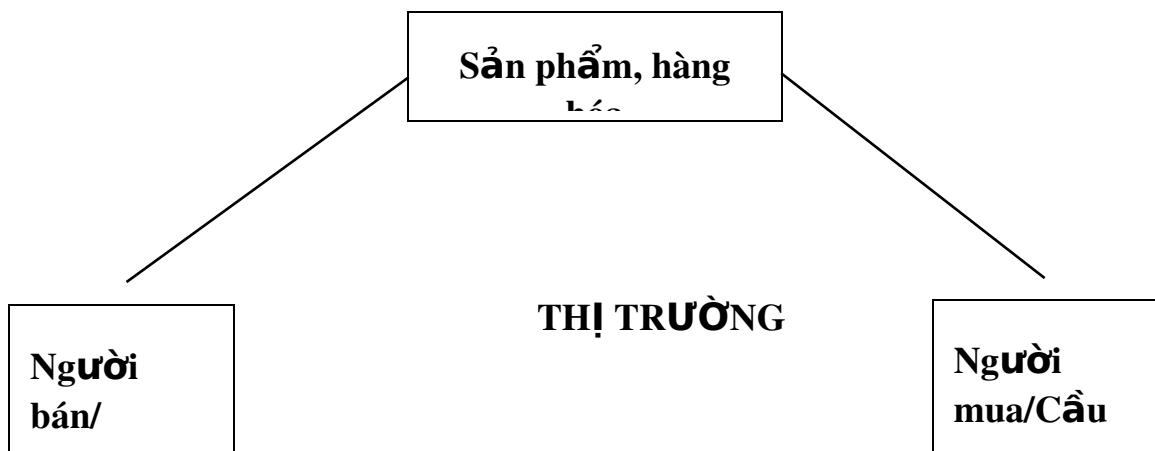
+ Thị trường là nơi, địa điểm diễn ra các hoạt động chuyển nhượng, mua bán, trao đổi hàng hoá, dịch vụ.

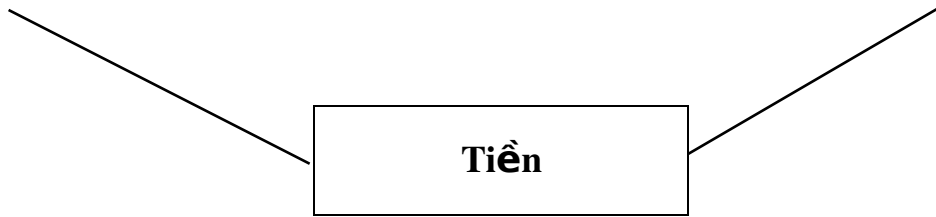
+ Thị trường là nơi gặp nhau giữa cung và cầu.

+ Thị trường là tổng hợp các quan hệ kinh tế hình thành trong hoạt động mua và bán.

+ Thị trường là bao gồm tất cả những khách hàng tiềm ẩn cùng có nhu cầu hay mong muốn cụ thể, sẵn sàng và có khả năng tham gia trao đổi để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn đó.

Sơ đồ 01: Mô tả thị trường sản phẩm, hàng hóa





*** Tóm lại:**

- + Thị trường là nơi gặp nhau giữa người mua và người bán.
- + Thị trường là biểu hiện sự thu gọn của quá trình mà thông qua đó các quyết định của các gia đình về tiêu dùng những mặt hàng nào, số lượng bao nhiêu và các quyết định của các công ty về sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào? giá cả ra sao?

1.2. Mục đích, ý nghĩa của việc xác định nhu cầu thị trường

- Tìm ra đúng nhu cầu của khách hàng, của thị trường về một hoặc một số sản phẩm cây trồng, vật nuôi.
- Tìm ra tất cả các đối thủ phải cạnh tranh, tiềm lực, thủ đoạn, hành vi mà họ sẽ sử dụng trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm có thể gây hậu quả xấu đến hoạt động sản xuất kinh doanh của nhà sản xuất.
- Hiểu biết tổng quát thị trường chung của địa phương, của vùng và thậm chí ở nước ngoài.
- Hàng hoá của mình được tiêu thụ ở thị trường nào? Trong nước hay ngoài nước, thị trường cạnh tranh hay hỗn loạn.
- Xác định cho đúng thị trường kinh doanh cụ thể, thị trường trực tiếp thực hiện những mặt hàng sản xuất kinh doanh của mình cụ thể là:
 - + Mặt hàng là con giống hay cây giống, sản phẩm chưa qua chế biến hay đã qua chế biến, hay mặt hàng gì?
 - + Loại sản phẩm nào được tiêu thụ ở nông thôn, loại nào tiêu thụ qua dịch vụ, bán buôn...
 - + Hàng hoá bán buôn nào bị cạnh tranh, bị o ép, độc quyền.
 - + Những sự kiện biến động về giá cả do quan hệ cung và cầu.
 - + Đánh giá phân tích các bạn hàng hiện có, tìm kiếm bạn hàng mới.

2. Trình tự các bước xác định nhu cầu thị trường

2.1. Xác định loại thông tin cần thu thập

Mục đích của hoạt động xác định thông tin cần thu thập là liệt kê được toàn bộ các thông tin thị trường cần thu thập. Việc xác định nhu cầu thị trường cần rất nhiều thông tin khác nhau, nhưng có thể chia ra thành một số loại thông tin chủ yếu sau:

2.1.1. Thông tin về khách hàng

Trong quá trình khảo sát nhu cầu về sản phẩm hàng hóa chúng ta cần thu thập các thông tin về khách hàng. Khi thu thập thông tin về khách hàng cần phải trả lời được một số câu hỏi sau:

- Khách hàng là ai? Là người cần mua phục vụ cho tiêu dùng với số lượng nhỏ hay người cần thu mua với số lượng lớn để bán buôn?.
- Khách hàng cần những loại sản phẩm gì? Sản phẩm thô hay đã qua sơ chế, chế biến...
- Khách hàng mua khi nào? Cần bao nhiêu trong một năm?
- Khách hàng mua ở đâu? Giá cả thế nào? Quy cách, số lượng, chất lượng sản phẩm như thế nào?
- Nhu cầu về sản phẩm trong tương lai như thế nào? (sự thay đổi của thị trường trong tương đối lai)

2.1.2. Thông tin về đối thủ cạnh tranh

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, việc nắm bắt được các thông tin về đối thủ cạnh tranh là hết sức quan trọng vì nhờ có những thông tin đó chúng ta sẽ đưa ra những quyết định, những phương hướng sản xuất kinh doanh có lợi thế hơn các đối thủ cạnh tranh, từ đó có thể chiếm lĩnh thị trường, thu hút khách hàng mua sản phẩm của mình. Những thông tin về đối thủ cạnh tranh cần phải trả lời được một số câu hỏi sau:

- Trên thị trường có những nhà sản xuất nào?
- Loại sản phẩm của họ là gì? Có giống sản phẩm của cơ sở sản xuất mình hay không?
- Số lượng, chủng loại sản phẩm sản xuất của họ trong 1 năm là bao nhiêu?
- Giá bán sản phẩm? Quy cách, chất lượng sản phẩm của họ như thế nào?
- Họ bán sản phẩm của họ ở đâu?

- Trong tương lai thì quy mô sản xuất của họ sẽ mở rộng hay thu hẹp?
- Họ sản xuất ra làm sao? Khả năng tài chính của họ như thế nào?...

2.1.3. Thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất

Việc sản xuất hàng hóa nói chung mà đặc biệt là trong sản xuất nông lâm nghiệp thường chịu tác động bởi các yếu tố sau:

- Chính sách, chủ trương của Đảng, Nhà nước như: Luật, pháp lệnh, nghị định, thông tư, quyết định, nghị quyết, chiến lược phát triển của ngành, chiến lược phát triển của địa phương. Các chính sách, chủ trương của Đảng và Nhà nước sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh, khả năng tiêu thụ sản phẩm mà chúng ta sản xuất. Những tác động của chính sách và chủ trương thường trên các mặt sau:

- + Cung cầu sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi trên thị trường.
- + Việc huy động vốn của hộ sản xuất kinh doanh.

Ví dụ: Nhà nước có chính sách hỗ trợ các hộ trang trại, các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc vay vốn (vay vốn không cần thế chấp) sẽ giúp các hộ dễ dàng hơn trong việc vay vốn ngân hàng để sản xuất và mở rộng sản xuất.

- + Tác động về mặt kỹ thuật sản xuất.

Ví dụ: Khi quyết định 1956 của Chính phủ ra đời, nông dân có thể để nghị các cơ sở dạy nghề đào tạo cho mình những kiến thức, kỹ năng và chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật về trồng trọt, chăn nuôi phù hợp với phương hướng sản xuất kinh doanh hiện nay.

+ Tác động đến cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất: Nhờ sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, của các địa phương và các chương trình hỗ trợ, các địa phương được Nhà nước đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng như: đường giao thông, cầu cống, hệ thống thông tin... sẽ giúp cho việc sản xuất kinh doanh được thuận lợi hơn...

- Nguồn cung cấp đầu vào cho sản xuất:

Nguồn cung cấp đầu vào bao gồm: vốn, lao động và lao động kỹ thuật, vật tư, nguyên liệu, nhiên liệu, cây con giống... Khi sản xuất kinh doanh các nhà sản xuất, các hộ trang trại cần phải chú ý đến những vấn đề này vì nếu thị trường có khả năng tiêu thụ sản phẩm nhưng nguồn cung cấp nguyên liệu phục vụ cho sản xuất gặp khó khăn thì chúng ta sẽ khó có thể tiến hành sản xuất kinh doanh một cách thuận lợi.

- Các rủi ro thường gặp khi sản xuất kinh doanh

Các rủi ro có thể xuất phát từ việc thay đổi các chính sách của Đảng và Nhà nước, sự biến đổi của nền kinh tế trong nước, khu vực và quốc tế hoặc đơn cử như mất cắp, mất trộm, dịch bệnh, lũ lụt, hạn hán, hỏa hoạn ...

* *Chú ý:* Trong sản xuất kinh doanh việc xác định nhu cầu thị trường một cách toàn diện thì chúng ta cần phải có hầu như toàn bộ các thông tin đã nêu ở trên. Nhưng trong thực tế khi xác định nhu cầu thị trường chúng ta chỉ cần một hoặc một số thông tin quan trọng đã nêu trên.

2.2. Xác định nguồn cung cấp thông tin

Sau khi đã xác định được các loại thông tin cần thu thập, người thu thập thông tin cần phải xác định các nguồn cung cấp thông tin cho từng loại thông tin.

Mục đích của hoạt động xác định nguồn cung cấp thông tin là xác định được các nguồn cung cấp thông tin thích hợp cho từng loại thông tin cần thu thập, độ chính xác và tin cậy của thông tin cần thu thập.

Việc xác định nguồn cung cấp thông tin hợp lý sẽ giúp cho các cơ sở sản xuất xác định nhu cầu thị trường thu được đầy đủ các thông tin cần thiết, tiết kiệm tiền, thời gian và các nguồn lực khác.

Mỗi nguồn cung cấp thông tin khác nhau có thể cung cấp cho chúng ta số lượng và độ chính xác của thông tin là khác nhau. Để kiểm tra mức độ chính xác và hoàn chỉnh của thông tin chúng ta cần có nhiều nguồn thông tin khác nhau.

Trong sản xuất nông lâm nghiệp các thông tin thị trường sản xuất kinh doanh cây trồng, vật nuôi chúng ta có thể thu thập từ các nguồn cung cấp sau:

2.2.1. Các trung gian và nhà sản xuất kinh doanh nông lâm nghiệp

Các trung gian thị trường và các nhà sản xuất nông lâm nghiệp là những người mua bán các sản phẩm từ trồng trọt, chăn nuôi hàng ngày do vậy họ nắm bắt rất chắc những thông tin về khách hàng cũng như đối thủ cạnh tranh. Họ là những nguồn cung cấp thông tin tuyệt vời.

Vì vậy, khi thu thập thông tin thị trường, chúng ta nên bắt đầu bằng cách trao đổi với các trung gian thị trường và các nhà sản xuất kinh doanh nông lâm nghiệp.

Các trung gian và nhà sản xuất kinh doanh cây trồng, vật nuôi khác nhau có thể cung cấp nhiều loại thông tin khác nhau. Một số thành viên có thể có thông tin về nhiều loại sản phẩm, trong khi số khác chỉ có thông tin tập trung vào một hoặc một số loại sản phẩm sản xuất từ trồng trọt, chăn nuôi nhất định. Những thành viên này có thể đang buôn bán các sản phẩm từ trồng trọt, chăn nuôi tại địa phương hoặc ở các vùng khác.

2.2.2. Nông dân

Nông dân cũng là một nguồn cung cấp thông tin về thị trường sản phẩm nông lâm nghiệp, đặc biệt những nông dân là khách hàng cần mua các sản phẩm từ trồng trọt, chăn nuôi. Họ chính là những người nắm bắt tốt nhất về cung và cầu, giá cả của các loại sản phẩm sản xuất từ trồng trọt, chăn nuôi trên thị trường.

Chúng ta có thể gặp gỡ nông dân ngay ở địa phương hoặc nông dân ở những khu vực lân cận nơi mà họ đã từng làm hoặc đang làm việc hoặc buôn bán để có được những thông tin cần thiết về thị trường nông lâm ngư nghiệp.

2.2.3. Cán bộ khuyến nông

Cán bộ khuyến nông là người bạn thân thiết và gần gũi nhất với nông dân, họ có thể cung cấp các thông tin hữu ích về thị trường nông lâm sản trong khu vực họ phụ trách. Để có được các thông tin về thị trường nông lâm sản chúng ta nên trao đổi thường xuyên với cán bộ khuyến nông dưới nhiều hình thức khác nhau như qua điện thoại, qua thư từ, trong các cuộc họp với sự tham gia của một số nông dân tiêu biểu, trong các buổi hướng dẫn chuyển giao kỹ thuật cho nông dân hoặc thông qua trò chuyện tại cơ quan khuyến nông ...

2.2.4. Các nhà nghiên cứu thị trường

Hiện nay, chúng ta đã có các cơ quan chuyên nghiên cứu về thị trường nhưng việc đáp ứng các nhu cầu trực tiếp về thông tin thị trường cho người dân trực tiếp sản xuất nông lâm nghiệp còn chưa được nhiều. Tuy nhiên, chúng ta có thể liên hệ với một số nhà nghiên cứu tại các trường đại học, viện nghiên cứu, tổ chức và dự án phát triển để thu thập tài liệu, thông tin liên quan và hiểu sâu hơn về thị trường sản xuất nông lâm nghiệp.

2.2.5. Sách báo

Thông tin thị trường, đặc biệt là các thông tin về sản phẩm và xu thế giá cả của một số mặt hàng cụ thể thường được đăng tải trên các báo Trung ương và địa phương. Một số bài báo còn cung cấp thông tin và phân tích về cung và cầu, thông tin về các doanh nghiệp và những đầu tư gần đây...

Một trong những điểm quan trọng nhất của nguồn thông tin này là chúng cho phép chúng ta tiếp cận thông tin về thị trường ở các vùng miền trong nước và các nước khác với chi phí thấp và thời gian ngắn (chi phí mua báo thấp và chúng ta chỉ mất vài phút để đọc qua các mục).

Khi đọc báo, chúng ta cần chú ý tới các bài cung cấp thông tin và phân tích về thị trường, khách hàng.

2.2.6. Tạp chí, bản tin

Có rất nhiều tạp chí, bản tin định kỳ cung cấp thông tin và phân tích về thị trường nông lâm sản trong nước cũng như nước ngoài. Một số tạp chí, bản tin chuyên về các vấn đề kinh tế và kinh doanh, trong khi một số khác lại tập trung vào lĩnh vực nông lâm nghiệp cụ thể. Một số tạp chí mang tính chuyên môn, tuy nhiên cũng có nhiều tạp chí phổ thông. Cũng giống như báo chí, các tạp chí và bản tin định kỳ cung cấp cơ hội tiếp cận các thông tin của nhiều loại thị trường khác nhau.

Tạp chí và bản tin do các ban thông tin thị trường xuất bản thường rất bổ ích. Bộ Công thương, Bộ Tài chính, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Kế hoạch và Đầu tư... đều có các bản thông tin thị trường riêng và xuất bản định kỳ. Nhiều tỉnh cũng đang tiến hành phát triển hệ thống thông tin thị trường, họ cũng sẽ cho ra đời các tạp chí và bản tin riêng của địa phương mình.

2.2.7. Truyền thanh, phát thanh, truyền hình

Nghe đài và xem truyền hình thường xuyên là một cách để tiếp cận các thông tin và nắm bắt thị trường giá cả, sản phẩm hàng hóa nông lâm sản. Các đài truyền thanh và truyền hình địa phương thường phát các bản tin chuyên đề về sản xuất nông lâm nghiệp, kinh tế... cung cấp rất nhiều thông tin hữu ích về thị trường sản phẩm và giá cả. Thời gian phát sóng của các chương trình có thể thay đổi, vì vậy chúng ta nên truy cập trang web liên quan của đài phát thanh và đài truyền hình Việt Nam và các đài địa phương để nắm được lịch phát sóng chính xác của các chương trình.

2.2.8. Internet

Ngày nay Internet đã phát triển mạnh và được sử dụng phổ biến trong quá trình thu thập thông tin. Chúng ta có thể truy cập Internet tại bất cứ đâu trên đất nước Việt Nam, kể cả ở những vùng sâu, vùng xa, biên giới và hải đảo. Với một máy tính có thể kết nối Internet hoặc điện thoại di động đời mới, chúng ta có thể thu thập được rất nhiều thông tin về thị trường sản xuất nông lâm ngư nghiệp trong nước và quốc tế.

Hiện nay ở Việt Nam có rất nhiều trang web với các thông tin hữu ích về thị trường hàng hóa nông lâm sản, trong đó có một vài diễn đàn trực tuyến và chuyên đề nơi người sử dụng có thể đưa các câu hỏi và yêu cầu thông tin cụ thể. Có thể thu thập các thông tin cụ thể bằng cách sử dụng các công cụ tìm kiếm như google (<http://www.google.com.vn>). Bằng các từ khóa liên quan đến nhu cầu thông tin, ví dụ “thị trường nông sản”, “Giá cả thị trường” hoặc “Thị trường hoa quả”...., chúng ta sẽ có một danh sách các trang web hoặc có các thông tin liên quan một cách nhanh chóng.

2.2.9. Các nguồn thông tin khác

Ngoài các nguồn cung cấp thông tin thị trường sản xuất nông lâm ngư nghiệp ở trên, chúng ta còn có thể có các nguồn cung cấp thông tin khác như: Từ các hội hay câu lạc bộ: Hội nông dân, hội làm vườn, hội cựu chiến binh, hội phụ nữ, câu lạc bộ cùng sở thích....

2.3. Xác định phương pháp thu thập thông tin

Sau khi xác định được các thông tin cần thu thập và nguồn cung cấp thông tin cho từng loại thông tin cụ thể, chúng ta cần xác định phương pháp thu thập thông tin hợp lý cho từng loại thông tin.

Mục đích của hoạt động xác định các phương pháp thu thập thông tin là chỉ ra được các biện pháp thu thập thông tin sẽ sử dụng cho từng loại thông tin và nguồn cung cấp cụ thể nhằm thu thập đầy đủ các thông tin cần thiết, tiết kiệm thời gian, tiền của và các nguồn lực khác.

Để thu thập thông tin trên thị trường có thể sử dụng các phương pháp sau:

2.3.1. Phương pháp tài liệu (phương pháp bàn giấy)

Là phương pháp xác định nhu cầu thị trường thông qua việc sử dụng các nguồn thông tin, tài liệu sẵn có khác nhau không phải do tự người thu thập thông tin điều tra như: bản tin thị trường, báo cáo của các nhà sản xuất, báo cáo thống kê của các cơ quan quản lý, kết quả nghiên cứu của các đề tài khoa học, số liệu và báo cáo của các dự án, số liệu niên giám thống kê..., các văn bản luật, thông tư, nghị định, nghị quyết... của Đảng, Nhà nước, các quy hoạch và chiến lược phát triển của quốc gia, ngành, địa phương để thu thập các thông tin thị trường.

Phương pháp này đòi hỏi người thu thập thông tin phải có kỹ năng tổng hợp, kỹ năng phân tích và nhận định tốt thì mới có thể thu thập được thông tin một cách chính xác.

Phương pháp này ít tốn kém nhưng độ tin cậy không cao.

2.3.2. Phương pháp hiện trường

Nguồn thông tin thu thập bằng phương pháp tài liệu nhiều khi không thỏa mãn được mục đích nghiên cứu thị trường như cách thức tổ chức sản xuất kinh doanh, thái độ, sở thích thị hiếu, mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng... vì những thông tin loại này mang tính đặc thù, không có sẵn. Do vậy, cần phải tiến hành trực tiếp thu thập thông tin thị trường và được gọi là phương pháp hiện trường.

Phương pháp hiện trường là thu thập thông tin thị trường qua phỏng vấn trực tiếp, quan sát, phiếu điều tra... Do phải tự tổ chức thu thập thông tin, nên chi phí cao hơn so với phương pháp tài liệu.

2.3.2.1. Phỏng vấn (trưng cầu ý kiến):

- Phỏng vấn là gì? Là phương thức hỏi đáp trong hội thoại nhằm thu nhận trực tiếp thông tin từ một đối tượng xung quanh một số vấn đề cụ thể.

Phỏng vấn công khai xung quanh một số vấn đề hoặc chủ đề cụ thể là phương pháp thu thập thông tin phù hợp. Loại phỏng vấn như vậy đôi khi trở thành cuộc thảo luận, trao đổi không chính thức và cho phép thu thập thông tin một cách linh hoạt và nhanh chóng.

- Một số chú ý trong quá trình phỏng vấn

Để cho cuộc phỏng vấn được thành công, người phỏng vấn cần chuẩn bị thật kỹ các nội dung sau:

+ Xác định chủ đề, nội dung thông tin phỏng vấn: Trước khi phỏng vấn, người phỏng vấn cần xác định rõ chủ đề phỏng vấn, các thông tin cần thu thập để tránh tình trạng phỏng vấn lan man sang các vấn đề khác không thuộc vấn đề cần tìm hiểu, xác định.

+ Xác định câu hỏi phỏng vấn: Câu hỏi phỏng vấn tốt được thể hiện ở một số yêu cầu sau: ngắn gọn, rõ ý hỏi, mỗi câu hỏi chỉ có một ý hỏi, dùng từ ngữ phù hợp đơn giản thích hợp với các đối tượng phỏng vấn khác nhau.

+ Xác định đối tượng phỏng vấn: Với mỗi chủ đề, thông tin khác nhau thì cần phỏng vấn các đối tượng khác nhau. Do đó cần xác định rõ các đối tượng phỏng vấn tương ứng cho mỗi vấn đề và thông tin cần thu thập.

- Một số dạng câu hỏi trong phỏng vấn

+ Câu hỏi đóng: là những câu hỏi mà chỉ có một phương án trả lời, thường là những câu hỏi tìm hiểu thực tế và câu trả lời thường ngắn, có một đáp án như "Có" hoặc "Không", "Đúng" hoặc "Sai".

Ví dụ:

Ông/bà đã bao giờ mua gạo ở cửa hàng của ông C không?

+ Câu hỏi mở: là những câu hỏi không có câu trả lời cố định, chúng kích thích suy nghĩ và mở ra những trao đổi hoặc tranh luận.

Ví dụ: Ông/bà hãy cho biết trang trại nhà ông D trồng và nuôi những gì?

Từ những nội dung trả lời, người phỏng vấn có thể dựa vào đó đặt tiếp những câu hỏi khác để có được nhiều thông tin hơn.

2.3.2.2. Quan sát

- Quan sát trực tiếp là gì? Là quá trình thu thập các thông tin định tính thông qua quan sát như: chất lượng, màu sắc, hình dáng của sản phẩm; phương thức trao đổi, mua bán...

- Quan sát trực tiếp là một phương pháp thu thập thông tin quan trọng và nên kết hợp sử dụng cùng với phỏng vấn. Có thể biết được rất nhiều thông qua quan sát.

Ví dụ: Khi đến các khu chợ, có thể quan sát các loại sản phẩm hàng hóa nông lâm sản và chất lượng của từng loại sản phẩm, số lượng sản phẩm; phương tiện vận chuyển của người nông dân, thương nhân sử dụng, cũng như ước tính số lượng đối thủ cạnh tranh, người mua; xác nhận thời điểm mua bán cao điểm hoặc thời điểm ít mua bán nhất, ước tính khối lượng hàng được mua bán...

2.3.2.3 Phiếu điều tra

Đây là phương pháp thu thập thông tin thị trường bằng cách gửi cho khách hàng hoặc những người cung cấp thông tin một tấm phiếu có ghi sẵn những câu hỏi để họ điền câu trả lời của mình vào khoảng trống rồi gửi lại cho người phát phiếu.

Theo phương pháp này, nhà sản xuất kinh doanh phải xây dựng được phiếu điều tra. Nội dung của phiếu điều tra gồm những câu hỏi cụ thể, đơn giản, dễ hiểu, phù hợp với yêu cầu của nhà sản xuất kinh doanh theo từng vấn đề. Cách đặt câu hỏi chủ yếu ở đây chủ yếu là câu hỏi đóng để khách hàng dễ trả lời hoặc trả lời theo cách đánh dấu.

Phiếu điều tra có thể gửi trực tiếp đến tay khách hàng hoặc theo đường bưu điện. Phương pháp này thường có hiệu quả không cao.

2.3.2.4. Phương pháp sử dụng công cụ phân tích chiến lược (SWOT)

Đây là một phương pháp hiện đại phù hợp với làm việc và phân tích theo nhóm, được sử dụng trong việc lập kế hoạch sản xuất kinh doanh, xây dựng chiến lược, đánh giá đối thủ cạnh tranh, tiếp thị, phát triển sản phẩm và dịch vụ... Phương pháp này tiến hành phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và rủi ro, trong các tài liệu khác gọi là phương pháp phân tích SWOT.

SWOT là các chữ viết tắt của các từ tiếng Anh: Điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), Thời cơ (Opportunities), rủi ro hay Thách thức (Threats). Các yếu tố trên được sắp xếp một cách trật tự trong một khung được gọi là sơ đồ phân tích SWOT.

| | |
|---------------|----------------|
| Điểm mạnh (S) | Thời cơ (O) |
| Điểm yếu (W) | Thách thức (T) |

Trong đó:

Điểm mạnh, điểm yếu là những yếu tố nội tại, bên trong, sẵn có tạo nên hoặc làm giảm giá trị của cơ sở sản xuất như: tài sản, nguồn lực về tài chính, đất đai, về cơ sở vật chất, nhân lực, kinh nghiệm tổ chức, kỹ năng và kinh nghiệm sản xuất... của cơ sở so với các đối thủ cạnh tranh.

Thời cơ, thách thức là những yếu tố bên ngoài tạo nên hoặc làm giảm giá trị và nằm ngoài tầm kiểm soát của cơ sở sản xuất. Thời cơ và thách thức nảy sinh từ môi trường kinh doanh cạnh tranh, yếu tố địa lý, kinh tế, chính trị, xã hội, sự phát triển của công nghệ, luật pháp hay văn hóa...

Quá trình phân tích chiến lược (SWOT) gồm các bước chính sau đây:

1. Lập một bảng gồm bốn ô, tương ứng với bốn yếu tố của mô hình SWOT (như sơ đồ trên).

2. Trong mỗi ô, nhóm phân tích cần nhìn nhận lại và viết ra các đặc điểm có ảnh hưởng đến mục tiêu phát triển của cơ sở sản xuất. Mỗi yếu tố viết một dòng, liệt kê càng đầy đủ và rõ ràng càng tốt.

3. Mọi người cần thẳng thắn và không bỏ sót đặc điểm, yếu tố nào trong quá trình thống kê, quá trình thực hiện phân tích cần nên quan tâm đến tất cả những ý kiến, quan điểm của mọi người.

4. Biên tập lại tất cả các ý kiến đã liệt kê, xóa bỏ những đặc điểm trùng lặp, gạch chân những đặc điểm riêng biệt, quan trọng.

5. Tiến hành phân tích ý nghĩa của các đặc điểm.

6. Hoạch định rõ những hành động cần làm như củng cố các kỹ năng quan trọng, loại bỏ các mặt còn hạn chế, khai thác các cơ hội, bảo vệ cơ sở sản xuất tránh khỏi các nguy cơ và rủi ro.

7. Định kỳ cập nhật biểu đồ SWOT, làm tăng thêm tính hoàn thiện và hiệu quả cho kế hoạch và chiến lược gây dựng và phát triển cơ sở sản xuất.

Sau khi phân tích cần xem xét để đưa ra các chiến lược phát triển của cơ sở

sản xuất gồm:

- Chiến lược S-O (Điểm mạnh và Thời cơ): Nhằm theo đuổi những cơ hội phù hợp với những điểm mạnh sẵn có của cơ sở sản xuất.

- Chiến lược W-O (Điểm yếu và Thời cơ): Nhằm khắc phục các điểm yếu để theo đuổi và nắm bắt cơ hội.

- Chiến lược S-T (Điểm mạnh và Thách thức): Nhằm xác định những cách thức mà cơ sở sản xuất có thể sử dụng những điểm mạnh của mình để làm giảm khả năng bị thiệt hại vì các nguy cơ từ bên ngoài đem lại.

- Chiến lược W-T (Điểm yếu và Thách thức): Nhằm hình thành một kế hoạch phòng thủ để ngăn không cho các điểm yếu của chính cơ sở sản xuất làm cho cơ sở bị suy thoái trước các nguy cơ từ bên ngoài.

2.3.2.5. Phương pháp khác

- Truyền tin trên đài truyền thanh, phát thanh: Trong phương pháp này nhà sản xuất kinh doanh cần viết một đoạn thông tin về những thông tin cần thu thập gửi đài truyền thanh xã hoặc đài phát thanh địa phương để phát tin. Yêu cầu của bản tin cần rõ ràng, ngắn gọn và cung cấp một địa chỉ, số điện thoại để người cung cấp thông tin gửi thông tin đến.

- Dùng bản tin khuyến nông: Gửi những thông tin cần thu thập và địa chỉ cho cơ quan khuyến nông hoặc đề nghị đăng trên bản tin khuyến nông của địa phương để thông báo những thông tin cần thu thập.

- Điều tra thị trường thông qua các tổ chức xã hội: Là phương pháp sử dụng các tổ chức chính trị, xã hội như: Đoàn thanh niên, hội nông dân, hội làm vườn, hội cựu chiến binh, hội phụ nữ ..., để thu thập thông tin bằng cách cung cấp cho các tổ chức này những thông tin cần thu thập để họ nhờ các thành viên của tổ chức thu thập giúp và gửi lại cho người điều tra.

2.4. Thu thập thông tin thị trường

Là quá trình sử dụng các phương pháp thu thập thông tin để thu thập toàn bộ các thông tin cần thiết về thị trường.

Mục đích: Hoạt động thu thập thông tin thị trường là thu thập được toàn bộ thông tin về nhu cầu sản phẩm, giá cả, thị hiếu của khách hàng cũng như các

| TT | đối thủ cạnh tranh | chỉ | phẩ m | lượng sản xuất | cách, chất lượng | bán | bán | sản xuất tương lai |
|-----|--------------------|-----|----------|----------------|------------------|-----|-----|--------------------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) | (9) |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

3. Khái niệm kế hoạch sản xuất

Kế hoạch sản xuất luôn có vai trò quan trọng trong sản xuất, kinh doanh trong nền kinh tế nói chung, đặc biệt quan trọng trong nền kinh tế thị trường vì nó là một trong những công cụ quản lý sản xuất đem lại hiệu quả cao nhất.

Kế hoạch sản xuất đúng sẽ giúp cho các cơ sở sản xuất có phương hướng đầu tư để sản xuất đúng hướng, là căn cứ điều hành quá trình sản xuất kinh doanh đồng thời là cơ sở để kiểm tra, đánh giá các hoạt động, tìm ra các điểm mạnh, điểm yếu. Trên cơ sở đó có những biện pháp điều chỉnh phù hợp nhằm tăng hiệu quả của quá trình sản xuất, đem lại lợi nhuận cao và tránh được các rủi ro.

Vậy, Kế hoạch sản xuất là tập hợp các hoạt động dự kiến thực hiện được sắp xếp theo một trình tự nhất định nhằm đạt được mục tiêu đã đặt ra trong một khoảng thời gian, nguồn lực nhất định.

Trong hệ thống kế hoạch sản xuất thường có kế hoạch dài hạn và kế hoạch ngắn hạn.

- Kế hoạch dài hạn nhằm xác định một định hướng cho sự phát triển sản xuất và kinh doanh mà gia đình (cơ sở sản xuất) cần theo đuổi trong một khoảng thời gian tương đối dài (thường từ 4 – 5 năm hoặc 10 – 15 năm).

- Kế hoạch ngắn hạn thường được xây dựng cho thời gian ngắn (kế hoạch ngày, tuần, tháng,...) là toàn bộ các hoạch động xây dựng lịch trình sản xuất, tiêu thụ sản phẩm, kế hoạch tài chính, phân công công việc cho từng người, nhóm người nhằm đảm bảo hoàn thành công việc đúng tiến độ đã xác định trong lịch trình sản xuất trên cơ sở sử dụng hiệu quả khả năng sản xuất của gia đình (cơ sở sản xuất).

4. Lợi ích của việc lập kế hoạch sản xuất

Kế hoạch sản xuất là điều kiện cơ bản để thực hiện có hiệu quả chiến lược sản xuất, là công cụ quan trọng giúp chủ doanh nghiệp chỉ đạo sản xuất có cơ sở khoa học. Mặt khác kế hoạch giúp cho các doanh nghiệp tập trung khai thác mọi tiềm năng của mình để nâng cao năng lực và hiệu quả sản xuất.

Mặt khác, nhờ tính toán có kế hoạch mà cơ sở sản xuất tránh được những rủi ro, đồng thời chủ động ứng phó với những sự biến động bất thường của thị trường. Kế hoạch sản xuất còn giúp các cơ sở sản xuất có cơ sở để kiểm tra các hoạt động của mình, tìm ra những điểm mạnh, điểm yếu của mình, của các đối thủ cạnh tranh để có các giải pháp thích hợp.

Đối với hộ nông dân kế hoạch sản xuất là công cụ để thay đổi tư duy, suy nghĩ kiểu cũ sang tư duy có tính toán, cân nhắc. Trong quá trình xây dựng và thực hiện kế hoạch, họ biết nên sản xuất mặt hàng? Sản xuất như thế nào? Tiêu thụ ở đâu và cho ai để có nhiều lãi nhất. Một kế hoạch sản xuất tốt nó mô tả tất cả từ những thứ nhỏ nhất như ghi chép sổ sách đến những thứ quan trọng như chi phí tiến hành sản xuất hàng năm của gia đình, lợi nhuận và tình hình tiêu thụ sản phẩm...

Tóm lại, lập kế hoạch sản xuất sẽ có những lợi ích sau:

- Đáp ứng được nhu cầu của thị trường;
- Phát huy hết tiềm năng nguồn lực của cơ sở trong sản xuất;
- Khắc phục được những nhược điểm của phân tích tình hình thực tiễn kế hoạch trong sản xuất năm trước;
- Thích ứng với kỳ kinh doanh tiếp theo.

5. Căn cứ để lập kế hoạch sản xuất

5.1. Nhu cầu thị trường

Xác định nhu cầu thị trường là phương thức để cơ sở sản xuất xác định nên sản xuất sản phẩm gì? Sản xuất như thế nào? Sản xuất cho ai?

Để biết sản xuất sản phẩm gì, các cơ sở sản xuất cần phải tìm hiểu kỹ thị trường, bởi vì trong nền kinh tế thị trường các cơ sở sản xuất chỉ sản xuất những gì mà thị trường cần chứ không phải là những gì mà mình có thể sản xuất. Không những vậy mục tiêu của các cơ sở sản xuất là tối đa hóa lợi nhuận như vậy họ không chỉ quan tâm đến nhu cầu của thị trường mà còn phải quan tâm đến các vấn đề khác của thị trường như đối thủ cạnh tranh, giá cả, sản phẩm thay thế, không chỉ quan tâm đến phân tích thị trường hiện tại mà cần quan tâm đến thị trường tương lai, cung – cầu dài hạn để ổn định hướng sản xuất lâu dài.

5.2. Căn cứ vào điều kiện tự nhiên

Điều kiện tự nhiên của vùng là yếu tố quan trọng quyết định đến phương hướng sản xuất cũng như các kế hoạch sản xuất ngắn và dài hạn của cơ sở sản xuất nông lâm nghiệp.

Các yếu tố của điều kiện tự nhiên ảnh hưởng trực tiếp sản xuất nông lâm nghiệp gồm: khí hậu (nhiệt độ, chế độ nắng, mưa...), đất đai, địa hình, nguồn nước. Mỗi vùng có điều kiện tự nhiên khác nhau nên cần phải phân tích kỹ để xác định và lựa chọn cây trồng phù hợp theo nguyên tắc “đất nào cây ấy” và kết hợp nguyên tắc tối đa hóa lợi nhuận trên 1 đơn vị diện tích bằng các sản phẩm cây trồng vật nuôi khác.

Để xác định các yếu tố tự nhiên có thể lấy thông tin ở các cơ quan chuyên môn hoặc sự quan sát và thống kê nhiều năm của người dân, hoặc dựa vào kinh nghiệm thực tiễn của người dân địa phương có thể giúp cơ sở sản xuất quyết định lựa chọn cây trồng vật nuôi phù hợp.

5.3. Căn cứ vào điều kiện của hộ gia đình

Đất đai, vốn, lao động, kỹ thuật là những yếu tố quyết định đến năng lực sản xuất thực tế của các cơ sở sản xuất, quyết định quy mô sản xuất của từng sản phẩm, khả năng mở rộng, khả năng chuyển hướng sản xuất của các cơ sở sản xuất nông lâm nghiệp. Việc xác định được các yếu tố nguồn lực của cơ sở sẽ là căn cứ hữu ích cho các chủ cơ sở trong việc cân đối các nguồn lực để xây dựng kế hoạch sản xuất cho từng công việc, từng công đoạn, từng sản phẩm hay cho toàn bộ cơ sở sản xuất.

Ngoài những yếu tố nêu trên, để lập kế hoạch sản xuất cũng cần lưu tâm đến tình hình phân bố các xí nghiệp chế biến, các trung tâm công nghiệp, tình hình tiêu thụ và vận chuyển hàng hóa cũng như các chính sách phát triển kinh tế của Nhà nước đặc biệt là các chính sách liên quan đến sản xuất nông lâm nghiệp. Đây cũng được coi là một trong những căn cứ rất quan trọng cho quá trình lập kế hoạch sản xuất nông lâm nghiệp bởi vì các yếu tố này sẽ là một trong những điều kiện quan trọng để cơ sở sản xuất cân nhắc nên sản xuất sản phẩm gì? quy mô sản xuất ra sao? cách thức tiêu thụ thế nào?...

Đối với kế hoạch sản xuất cho cây trồng, sau khi căn cứ vào nhu cầu thị trường, căn cứ vào điều kiện tự nhiên cần phân tích chi tiết các nội dung sau:

- Những số liệu cơ bản về tình hình sản xuất và các chỉ tiêu thực hiện trong năm.

- Năm được diện tích và tính chất đất trồng của cơ sở: diện tích đất đã đưa vào sản xuất? diện tích còn chưa đưa vào sản xuất; năm vững từng vùng, từng khoảnh, hạng đất để tiến hành lên kế hoạch cụ thể.

- Năm vững được cơ sở vật chất, kỹ thuật, nguồn vốn và khả năng vay vốn để sản xuất và mở rộng sản xuất.

- Năm được số lượng và chất lượng lao động của cơ sở.

- Năm vững các định mức trong sản xuất: số loài cây trồng, vật nuôi; định mức chi phí vật tư và nhân công cho mỗi loài làm cơ sở cho quá trình xây dựng kế hoạch cho từng loại cây trồng, vật nuôi.

5.4. Căn cứ vào quy mô sản xuất

Ngoài những căn cứ nêu trên khi lập kế hoạch sản các cơ sở sản xuất kinh doanh cần cần phải lưu tâm đến quy mô sản xuất, tức là căn cứ vào nhu cầu thị trường về sản phẩm và các điều kiện nguồn lực của cơ sở để quyết định sản xuất những loại sản phẩm gì? số lượng và sản lượng cho từng loại sản phẩm? ... để từ đó lập kế hoạch đảm bảo về nhân lực và các phương tiện, điều kiện phục vụ sản xuất chung và cho từng loại sản phẩm.

6. Nội dung lập kế hoạch sản xuất

Trên cơ sở phân tích nguồn lực hiện tại, căn cứ vào phương hướng sản xuất, tiến hành lập kế hoạch sản xuất bao gồm một số kế hoạch cơ bản sau:

6.1. Xác định diện tích sản xuất

Xây dựng kế hoạch sử dụng đất cần thực hiện theo một số bước sau:

Bước 1: Phân tích nguồn đất đai của các cơ sở:

- Vấn đề quyền sử dụng đất: Trước hết phải xác định rõ quyền sử dụng đất của cơ sở sản xuất thuộc loại hình sở hữu nào? đất sở hữu đã được cấp giấy chứng nhận, đất thuê mướn, đất đấu thầu, đất khai hoang, phục hóa... Trong đó, đối với đất chưa thuộc quyền sở hữu cần xác định cụ thể về diện tích và thời gian sử dụng, thuê mướn.

- Tổng diện tích đất đang được quyền sử dụng là bao nhiêu và đang sử dụng cho sản xuất là bao nhiêu?

- Điều kiện đất đai, thổ nhưỡng tốt hay xấu, hiện trạng rừng, độ tàn che, hiện trạng sử dụng trước đó? Trồng cây gì, năng suất ra sao?...

- Vị trí địa lý của từng lô đất, thửa đất: Diện tích đất dự kiến đưa vào sản xuất có liền nhau hay cách xa nhau? Độ cao bình quân? Có thuận lợi giao thông hay không?....

- Đối với đất chưa sử dụng: Nêu rõ lý do chưa sử dụng (do vị trí địa lý, do thổ nhưỡng, điều kiện giao thông, thủy lợi? hay do các hộ thiếu lao động, thiếu vốn hay các nguồn lực khác).

- Đối với đất đang sử dụng: Nêu rõ tình trạng sử dụng khu đất đó thế nào? Hiện đang trồng gì? năng suất hoặc giá trị sản xuất ra sao? Có những thuận lợi và khó khăn gì khi sử dụng các khu đất đó?.

Kết quả cuối cùng của bước này được thống kê vào biểu dưới đây

Biểu 03 : Phân tích hiện trạng đất đai của cơ sở sản xuất

| Loại đất | ĐVT | Số lượng | Chất lượng | Hình thức sử dụng | Hiện trạng sử dụng | Năng suất/giá trị SX | Ghi chú |
|----------|-----|----------|------------|-------------------|--------------------|----------------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Sau khi tiến hành phân tích nguồn và tình hình sử dụng nguồn đất đai hiện tại, các cơ sở sản xuất sẽ tìm ra các phương án để sử dụng hợp lý đất đai, để làm được điều này các cơ sở sản xuất cần phải giải quyết các câu hỏi như:

- Căn cứ vào cây trồng hiện tại, xem xét khu đất hiện tại đã sử dụng hợp lý hay chưa? Diện tích nào sử dụng hợp lý và chưa hợp lý? Nếu chuyển sang cây trồng khác thì loại nào là hợp lý và có lợi nhất?

- Đối với các diện tích hiện tại đang sử dụng có thể chuyển sang trồng cây khác không? Nếu chuyển sang các loại cây trồng khác thì điều kiện cần đầu tư, bổ sung là gì? Điều kiện nào có thể làm, điều kiện nào không thể làm?

Từ những câu hỏi đặt ra như trên, cùng với việc phân tích và nắm bắt nhu cầu của từng loại sản phẩm trên thị trường, các cơ sở sản xuất sẽ quyết định loài cây và diện tích trồng cây hợp lý để sử dụng có hiệu quả nguồn đất hiện tại của cơ sở.

Bước 2: Xác định cơ cấu diện tích gieo trồng kỳ kế hoạch:

Xác định một cơ cấu diện tích trồng hợp lý cho kỳ kế hoạch là mục đích rất quan trọng khi lập kế hoạch diện tích sản xuất. Một cơ cấu diện tích trồng hợp lý phù hợp với điều kiện sản xuất của cơ sở sản xuất sẽ đem lại hiệu quả kinh tế cao.

Có thể có nhiều phương án xây dựng cơ cấu diện tích gieo trồng, mỗi một phương án sẽ đem lại hiệu quả riêng biệt. Nhưng vấn đề là phải xây dựng cơ cấu diện tích gieo trồng mang lại hiệu quả kinh tế cao nhất, hợp lý nhất và phải mang tính bền vững. Các căn cứ dưới đây sẽ giúp các cơ sở sản xuất xác định được cơ cấu diện tích gieo trồng trong kỳ kế hoạch:

- Căn cứ vào điều kiện khí hậu của vùng.
- Căn cứ vào đặc điểm của mỗi loại cây trồng.
- Căn cứ vào nhiệm vụ của kế hoạch sản xuất (về đơn đặt hàng, về nhu cầu thị trường, khả năng...) đã đặt ra.
- Căn cứ vào phương hướng sản xuất, vào tính chất chuyên môn hóa của cơ sở sản xuất.
- Căn cứ vào hiện trạng đất, lao động, cơ sở kỹ thuật của cơ sở sản xuất.
- Căn cứ vào nhu cầu và giá trị kinh tế của các loại cây trồng và thích ứng với kỳ kinh doanh tiếp theo....

(Kết quả của bước này: Phải trả lời được hộ, cơ sở sản xuất có diện tích đất là bao nhiêu đất để sản xuất Quế, Hồi Sả)

6.2. Xác định kế hoạch trồng trọt

Áp dụng quy trình kỹ thuật cho từng loại cây trồng để xác định kế hoạch trồng trọt có một tầm quan trọng đặc biệt trong sản xuất nông lâm nghiệp. Để xây dựng được quy trình kỹ thuật phải căn cứ vào đặc điểm sinh lý của cây trồng, vào điều kiện tự nhiên (khí hậu, đất đai) của khu vực, các mức năng suất cần đạt được trong kỳ kế hoạch và điều kiện nguồn lực khác của cơ sở sản xuất.

Trong kế hoạch trồng trọt cần phải xác định toàn bộ chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật chủ yếu để tiến hành sản xuất cây trồng đó trong năm kế hoạch. Quy trình kỹ thuật (hay quy trình sản xuất) tốt sẽ làm cơ sở để lập kế hoạch biện pháp trồng trọt, làm cơ sở để cân đối lao động, vật tư kỹ thuật. Nội dung chính của kế hoạch trồng trọt phải thể hiện được một số đặc điểm chủ yếu sau:

- Tiêu chuẩn kỹ thuật và thời gian hoàn thành từng khâu canh tác: chuẩn bị giống, làm đất, trồng cây, chăm sóc, nuôi dưỡng...
- Định mức và hao phí vật tư chủ yếu: Hạt giống, phân bón, thuốc trừ sâu, phương tiện và dụng cụ...
- Định mức và hao phí lao động: Số nhân công trực tiếp, kỹ thuật, gián tiếp.
- Định mức và hao phí sức kéo: Có thể là máy móc hoặc gia súc.

Năng suất cây trồng cao hay thấp phụ thuộc vào các biện pháp kỹ thuật liên hoàn như: Biện pháp canh tác, biện pháp làm đất, biện pháp thủy lợi, biện pháp chăm sóc, mật độ trồng, phòng trừ sâu bệnh, ... cho nên muốn đảm bảo kế hoạch sản xuất thực hiện tốt, nhất thiết phải có các kế hoạch biện pháp hoàn

chính. Kế hoạch biện pháp ngành trồng trọt bao gồm một số các kế hoạch biện pháp chủ yếu sau:

6.2.1. Kế hoạch làm đất

Kế hoạch làm đất như cày, bừa, cuốc lấp hố... đây là một trong những yêu cầu quan trọng của các loại kế hoạch vì thông qua đó cơ sở sản xuất điều hành đảm bảo yêu cầu về thời vụ giúp cây trồng sinh trưởng và phát triển tốt, hạn chế sâu bệnh, cỏ dại, tăng năng suất cây trồng.

Căn cứ vào diện tích đất, vào biện pháp canh tác và yêu cầu kỹ thuật của cây trồng... để xây dựng kế hoạch làm đất. Xây dựng kế hoạch làm đất là xác định:

- Diện tích làm đất theo từng loại cây trồng
- Thời gian làm đất
- Yêu cầu kỹ thuật làm đất
- Qui trình làm đất
- Khối lượng công việc làm đất (có thể qui ra đơn vị tiêu chuẩn)
- Công cụ lao động
- Số công làm đất cho từng loài cây trồng

Kết quả phân tích và tổng hợp được thể hiện ở ví dụ và bảng dưới đây:

Ví dụ: Kế hoạch làm đất trồng Hối

- Thời gian: Từ tháng 12 đến tháng 3 năm sau.
- Yêu cầu về đất: Đất còn tính chất đất rừng, lượng mùn cao (>3%), độ pH=4,5, độ cao < 600m so với mực nước biển.

- Qui trình làm đất: Phát dọn sạch thực bì, đánh hết gốc cây, cuốc hố kích thước 60 x 60 x 60 cm, mật độ cuốc hố 500 cây/ha (cây cách cây 5 m, hàng cách hàng 4 m), hố được bố trí so le theo hình nanh sấu.

- Khối lượng công việc làm đất :
 - + Phát dọn thực bì, đánh gốc cây: 25 -30 công/ha
 - + Cuốc hố: 45 - 50 công/ha
 - + Lấp hố: 18 - 20 công/ha

Biểu 04: Kế hoạch làm đất

| TT | Diện tích làm đất | Thời gian | Yêu cầu kỹ thuật | Quy trình làm đất | Khối lượng công việc | Công cụ lao động | Số công lao động |
|-------------|---------------------|-------------------------------|---|---|--|---|---|
| 1 | Trồng hồi 3 ha | Tháng 12 đến tháng 02 năm sau | - Phát trắng - Cuốc hố 60x60x60 cm. Hố bố trí theo hình nanh sấu - Lắp hố cao hơn mặt đất. Vun gốc rộng 1,2-1,5m | - Lắp đất, vun hố trước khi trồng từ 1-1,5 tháng. | - Phát dọn: 3 ha - Cuốc hố 1.500 hố - Lắp, vun hố hố: 1.500 hố | - Dao phát, Cuốc bàn nt nt | 300 công 90 công 150 công 60 công |
| 2 | Trồng rừng Keo 2 ha | | | | | | |
| Cộng | | | | | | | |

6.2.2. Kế hoạch phân bón

Phân bón là yếu tố quan trọng góp phần cải tạo đất và nâng cao năng suất của cây trồng. Bón phân đúng liều lượng, chất lượng, bón đúng lúc, đúng kỹ thuật sẽ làm cho năng suất cây trồng tăng lên nhanh chóng, chi phí cho 1 đơn vị sản phẩm giảm và hiệu quả kinh tế của 1 kg phân bón sẽ tăng. Khi lập kế hoạch về phân bón chúng ta cần căn cứ theo yêu cầu kỹ thuật trồng.

Căn cứ để xác định khối lượng phân bón

- + Diện tích gieo trồng từng loài cây hoặc số lượng cây trồng của từng loài
- + Đặc điểm lý hoá tính đất
- + Loại phân bón cho từng loài cây trồng
- + Mức (liều lượng) bón cho từng loài cây, loại đất
- + Tổng hợp kế hoạch phân bón theo biểu 05

Ví dụ: Yêu cầu về phân bón cho 1 ha trồng Hối thâm canh (2.250 cây)

Năm thứ nhất:

- Bón lót 10 kg phân chuồng hoai, 04 kg vôi bột bón cùng với lấp hố, tổng số (22.500 kg phân chuồng hoai, 900 kg vôi bột).

- Bón thúc NPK (0,3 kg/cây) vào cuối thu (sau khi trồng 6-7 tháng) tổng số 675 kg

Năm thứ 2: Phân NPK (0,2 kg/cây) bón vào tháng 4 hoặc tháng 5, tổng là 450 kg

Năm thứ 3: Phân NPK (0,3 kg/cây) bón vào tháng 3 hoặc tháng 4, tổng là 675kg

Biểu 05 : Tổng hợp kế hoạch phân bón năm đầu

| TT | Loại phân bón Cây trồng | Số lượng cây trồng | Phân đạm | | | NPK | Phân lân | Phân chuồng g | Vôi bột | Ghi chú |
|----|----------------------------|--------------------|----------|----------|--------|-----|----------|---------------|---------|---------|
| | | | Urê | Sun phát | Nitrat | | | | | |
| 1 | Hối | 2.250 cây | 0 | 0 | 0 | 675 | 0 | 22.500 | 900 | |
| 2 | Quế | | | | | | | | | |
| 3 | Sả | | | | | | | | | |
| | Tổng số | | | | | | | | | |

6.2.3. Kế hoạch về giống cây trồng

Giống là yếu tố quan trọng, là tiền đề tạo ra năng suất cây trồng, giống tốt sẽ cho năng suất cao, chất lượng sản phẩm tốt và ngược lại. Mặt khác trong sản xuất nông lâm nghiệp thì tỷ lệ cây sống phụ thuộc rất nhiều vào thời vụ gieo trồng, do vậy yêu cầu các cơ sở sản xuất cần phải chuẩn bị đầy đủ số cây giống để trồng kịp thời vụ. Để đáp ứng yêu cầu về giống cây trồng cho mỗi loại cây cần phải lập kế hoạch về giống cây trồng.

Khi xây dựng kế hoạch giống cây trồng cần căn cứ vào: loại cây trồng phù hợp với điều kiện tự nhiên và đáp ứng nhu cầu thị trường, diện tích và mật độ trồng của từng loại cây, thời gian gieo trồng, yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật từng loại, dự tính tỷ lệ hao hụt của từng loại... để xác định chính xác số lượng của từng loại cây trồng.

Xác định số lượng giống cây trồng ta cần chú ý đến các yêu cầu: chất lượng, qui cách giống, thời gian sử dụng từng loại giống, nguồn cung ứng giống. Dự tính số lượng giống theo công thức:

$$SLcG = (DTGT \times MĐ GT) + (DTGT \times MĐ GT) \times \text{Tỷ lệ \% hao hụt}$$

Trong đó:

SLcG: Số lượng cây giống cần sản xuất trong kỳ kế hoạch

DTGT: Diện tích gieo trồng trong kỳ kế hoạch

MĐ GT: Mật độ trồng theo thiết kế

Tổng hợp kế hoạch giống cây trồng theo mẫu biểu sau:

Biểu 06: Tổng hợp kế hoạch giống cây trồng

| TT | Giống cây trồng | Số lượng giống kế hoạch | | | | | | Yêu cầu chất lượng | Quy cách gieo | Thời gian sử dụng | Nguồn giống cung cấp |
|----|-----------------|-------------------------|-------------------|----------------------|----------|--------|-----------------|---|----------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| | | Diện tích gieo trồng | Mật độ gieo trồng | số lượng cây con cần | Dự phòng | | Tổng số cây cần | | | | |
| | | | | | Tỷ lệ % | Số cây | | | | | |
| 1 | Hồi | 4,5ha | 500 cây/ha | 2.250 cây | 10 | 225 | 1.650 cây | Cây sản xuất từ hạt, xanh tốt, không sâu bệnh | Cao 25 30 cm, (D) cổ rễ 1-1,2 cm | 15/3 đến hết tháng 4/2013 | Tự gieo ươm |
| 2 | Quế | 2 ha | 3.300 cây/ha | 6.600 cây | 10 | 660 | 7260 cây | Cây sản xuất từ hạt, | Cao 25 30 cm, (d) cổ | 15/3 đến hết tháng | Mua tại Trung tâm giống |

| | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------------------|------------|--------|-------|
| | | | | | | | | xanh tốt, không sâu bệnh | rể 1 cm | 4/2013 | huyện |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------------------|------------|--------|-------|

6.2.4. Kế hoạch trồng cây, chăm sóc và bảo vệ cây trồng

Kế hoạch trồng cây: Căn cứ vào đặc điểm của từng loài cây trồng để xây dựng lịch trồng cây cũng như xác định kỹ thuật trồng cho từng loài. Với các loài cây lâm nghiệp thường trồng vào vụ xuân hoặc vụ thu nhưng trong kế hoạch cần chỉ rõ ngày bắt đầu trồng và ngày kết thúc.

Để xác định rõ khoảng thời gian hoàn thành công việc trồng cây các cơ sở sản xuất cũng cần phải căn cứ vào diện tích trồng từng loài cây, định mức trồng cho từng loài để có kế hoạch và điều tiết nhân công. Như vậy, khi lập kế hoạch trồng cây chủ cơ sở sản xuất cần phải trả lời được các câu hỏi sau:

- Loại cây trồng
- Tiêu chuẩn cây con
- Phương thức trồng
- Thời vụ trồng
- Mật độ trồng

Các thông tin chi tiết được tổng hợp vào biểu dưới đây.

Ví dụ: Quy trình trồng rừng Hổi

Biểu 07. Quy trình trồng rừng Hổi

| TT | Hạng mục | Nội dung kỹ thuật |
|----|--------------------|---|
| 1 | Loại cây trồng | Hổi |
| 2 | Tiêu chuẩn cây con | - Cây con giống có tuổi xuất vườn từ 12 – 16 tháng. Cây có chiều cao trên 50-70 cm, đường kính gốc > 0,8 - 1cm. - Hình thái cây xanh tốt, khỏe mạnh, không sâu |

| | | |
|---|--|---|
| | | bệnh, không cụt ngọn, không vỡ bầu, hệ rễ phát triển cân đối. - Tỷ lệ cây sống sau khi trồng dặm đạt $\geq 95\%$ |
| 3 | Phương thức trồng: | Trồng thuần loại |
| 4 | Thời vụ trồng | Vụ xuân (vụ chính) trồng từ 15/2 đến 15/5 |
| 5 | Mật độ trồng +Cự ly hàng (m) + Cự ly cây (m) | 500 cây/ha Theo cự ly 5m, hàng nằm trên đường đồng mức hoặc từ chân lên đỉnh lô, theo hướng Đông - Tây. Theo cự ly 4 m, trong hàng (tính từ tâm hố) |

Kế hoạch kiểm tra, trồng dặm: Phải xây dựng kế hoạch cho trồng dặm. Đối với hầu hết các loài cây, sau trồng xong 2-3 tuần phải tiến hành kiểm tra nếu cây nào chết trồng dặm ngay. Định kỳ 03 tháng kiểm tra, phát hiện cây chết, tiếp tục trồng dặm. Thông thường tỷ lệ trồng dặm đối với các loài cây lâm nghiệp khoảng 10%.

Kế hoạch chăm sóc: Các cơ sở sản xuất căn cứ vào đặc điểm của từng loại cây trồng, mức độ đầu tư để xây dựng kế hoạch chăm sóc cây trồng. Để xây dựng kế hoạch chăm sóc cần trả lời các câu hỏi sau:

- Số năm chăm sóc
- Số lần chăm sóc cho từng năm
- Nội dung chăm sóc

Đối với cây lâm nghiệp thông thường năm thứ nhất thực hiện 02 lần đối với trồng vụ xuân và 01 lần đối với trồng vụ thu. Tùy thuộc khí hậu và đất đai mà thời gian và số lần chăm sóc khác nhau, nhưng nhìn chung lần chăm sóc thứ nhất thường tiến hành sau khi trồng từ 4-6 tháng. Năm thứ hai và thứ ba thường thực hiện chăm sóc 02 lần (lần 1 vào tháng 3 đến tháng 4 và lần 2 vào tháng 8 đến tháng 10).

Nội dung của chăm sóc: Phát thực bì toàn diện, cuốc xới đất, nhặt cỏ, vun gốc cây và kết hợp bón phân.

Kế hoạch phòng trừ sâu bệnh: Cơ sở sản xuất cần phải dự trữ một số thuốc cần thiết để có thể dập tắt sâu, bệnh hại trong thời gian ngắn nhất với

quy mô tương đối lớn. Việc chuẩn bị và dự trữ thuốc trừ sâu, bệnh hại cần thực hiện cho cả giai đoạn gieo ươm. Tất nhiên không phải đợi sâu, bệnh lan ra và phát thành dịch mới diệt mà phải có kế hoạch phòng ngừa trước. Phải có kế hoạch bảo quản thuốc và các dụng cụ, thiết bị để lúc cần thiết là có thể dùng được ngay.

Để xây dựng được kế hoạch phòng trừ sâu bệnh là cơ sở sản xuất cần căn cứ vào đặc điểm sinh trưởng và phát triển của từng loại cây trồng, căn cứ vào từng loại sâu bệnh thường xuất hiện trong vùng là loại nào, thời gian phát sinh, thời gian phá hoại nghiêm trọng để xác định các loại thuốc phòng trừ có hiệu quả. Các cơ sở sản xuất cũng cần phải có kế hoạch kiểm tra thường xuyên để phát hiện, dự báo kịp thời và chủ động nhằm khắc phục sự lây lan dịch bệnh trên diện rộng cho các loại cây trồng khác.

Kế hoạch phòng trừ sâu bệnh bao gồm việc dự đoán tình hình sâu bệnh có thể diễn ra đối với cây trồng (cả giai đoạn gieo ươm và sau khi trồng) và xác định các phương pháp phòng trừ thích hợp.

6.3. Dự tính năng suất, sản lượng cây trồng

Xác định khả năng về năng suất, sản lượng cây trồng là một việc làm cần thiết và quan trọng để cơ sở sản xuất dự đoán được khả năng đáp ứng của cơ sở mình cho thị trường hoặc các đơn đặt hàng.

6.3.1. Căn cứ để xác định năng suất, sản lượng cây trồng

- Căn cứ mật độ cây trồng.
- Căn cứ vào phương thức gieo trồng và kế hoạch sử dụng đất trong kỳ kế hoạch.
- Căn cứ vào kết quả điều tra, khảo sát đo đếm để tính toán sản lượng/năng suất cho một cây.
- Căn cứ vào nhu cầu thị trường (hoặc đơn đặt hàng) của sản phẩm để tính toán sản lượng cây trồng dự kiến trong kỳ kế hoạch.

6.3.2. Xác định khả năng về năng suất, sản lượng cây trồng

Khi xác định khả năng sản xuất trong kỳ kế hoạch của sản phẩm, chúng ta cần tính đến khả năng hiện có và khả năng tiềm tàng có thể khai thác được trong kỳ kế hoạch. Phải xem xét đến tình hình khí hậu, thời tiết, đất đai, lao động, cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở sản xuất có phù hợp với loại cây trồng hay không?.. Sản lượng được tính theo công thức:

$$\text{Sản lượng} = \text{Diện tích} \times \text{năng suất}$$

6.4. Kế hoạch tài chính

6.4.1. Kế hoạch vốn sản xuất

Để lập xây dựng kế hoạch về vốn sản xuất trong nông lâm nghiệp cần căn cứ vào những chỉ tiêu sau :

- Xác định tổng nhu cầu vốn sản xuất kinh doanh trong kỳ kế hoạch gồm: vốn cho từng ngành sản xuất (trồng trọt, chăn nuôi...); vốn cho các hoạt động dịch vụ và vốn cho kế hoạch tiêu thụ sản phẩm.

- Cân đối nhu cầu với các nguồn vốn gồm: vốn của cơ sở sản xuất đã có dành cho sản xuất, vốn còn thiếu và dự định vay hoặc huy động (có thể vay ngân hàng, vay người khác hoặc vốn nợ các nhà cung cấp dịch vụ hoặc vốn ứng trước của khách hàng...).

Ví dụ: Trang trại gia đình ông A ở Văn Lãng – Lạng Sơn thực hiện kế hoạch sản xuất năm 2011 như sau :

- Trồng 4,5 ha rừng Hổi và 4 ha rừng Bạch đàn cao sản sản xuất từ mô dự toán chi phí 1 ha hổi hết 14.000.000 đ, chi phí trồng 1 ha bạch đàn hết 8.500.000 đ. Trong đó tiền cây giống (kể cả cây dự phòng cho trồng dặm): Hổi là 1.210.000 đ/ha và bạch đàn là 1.996.000 đ/ha nhưng được cơ sở sản xuất giống cho nợ đến năm sau, cơ sở bán phân bón cho gia đình nợ 10.000 đ cho trồng hổi đến cuối năm 2012, số vốn còn lại là của gia đình đã chuẩn bị đủ và không phải vay ngân hàng.

Tổng hợp kế hoạch về vốn theo biểu sau:

Biểu 08: Kế hoạch vốn sản xuất kinh doanh trong năm

Đơn vị tính: 1000 đồng

| Chỉ tiêu | Tổng nhu cầu vốn SXKD trong năm | Trong đó cân đối | | |
|-------------------|---------------------------------|------------------|---------------|---------------------------------|
| | | Vốn tự có | Vay ngân hàng | Vay người khác/ nợ nhà cung cấp |
| Ngành sản xuất | | | | |
| 1. Hổi | 63.000 | 47.555 | 0 | 15.445 |
| 2. Trồng bạch đàn | 34.000 | 26.080 | 0 | 7.896 |

| | | | | |
|------------------|---------------|---------------|-------|---------------|
| 3. Dịch vụ | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Tổng cộng | 97.000 | 73.635 | | 23.341 |

Như vậy, trong năm 2011 gia đình ông A chỉ cần huy động 73.635.000/ 97.000.000 đ để trồng hồi và bạch đàn theo kế hoạch, được cơ sở sản xuất giống và dịch vụ phân bón cho nợ 23.341.000 đ. Căn cứ vào đó ông sẽ biết rõ từng món nợ và thời gian phải trả để có kế hoạch đầu tư tiếp theo và trả nợ.

6.4.2. Kế hoạch thu, chi, lợi nhuận

- Các khoản thu: Thu từ kết quả trồng trọt, chăn nuôi dịch vụ, lãi tiền gửi ngân hàng.

- Các khoản chi: Chi mua vật tư, công cụ, trả công lao động, dịch vụ, khấu hao tài sản cố định.

Ví dụ: Một hộ gia đình thực hiện trồng rừng gồm: 4,5 ha rừng hồi và 2 ha rừng bạch đàn cao sản. Sau khi lập kế hoạch cho 5 năm đầu (bắt đầu được thu hoạch hồi và hết 1 chu kỳ trồng bạch đàn) chi phí chi tiết cho từng loại cây trồng và dự kiến thu, chi và lợi nhuận của từng loài trong kỳ kinh doanh. Các số liệu được tổng hợp vào biểu dưới đây.

Biểu 09 : Dự toán chi, thu và lợi nhuận ngành trồng trọt

Đơn vị tính: 1000 đồng

| TT | Loại SP diện tích | Các loại chi phí và thu nhập | Thời gian | Số lượng | Đơn giá | Chi | Thu | Lợi nhuận |
|----|-----------------------|------------------------------|-----------|----------|---------|---------|-----|-----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Trồng rừng Hồi 4,5 ha | A. Chi phí | | | | 164.040 | | 339.960 |
| | | 1) Chi phí cố định | | | | 2.500 | | |
| | | - Khấu hao TS | | | | 2.500 | | |
| | | 2) Chi phí biến đổi | | | | 18.810 | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------|------------|---------------|-----|---------|--|--|
| - Giống | 3/201 1 | 2.475 cây | 2,2 | 5.445 | | |
| - Phân NPK | | 1.800 kg | 4,5 | 8.100 | | |
| - Phân lân | | 0 | | | | |
| - Phân kaly | | 0 | | | | |
| - Phân chuồng | | 2.250 kg | 1,7 | 3.825 | | |
| - Vôi bột | | 900 kg | 1,5 | 1.350 | | |
| - Thuốc trừ sâu | | 06 lọ | 15 | 90 | | |
| 3) Chi phí nhân công | | 1.168 Công | | 132.650 | | |
| - Phát dọn TB | | 135 Công | 110 | 14.850 | | |
| - Cuốc hố | | 225 Công | 110 | 24.750 | | |
| - Lắp hố, bón lót | | 90 Công | 100 | 9.000 | | |
| - Trồng cây | | 23 Công | 100 | 2.300 | | |
| - Chăm sóc 3 năm đầu | | 450 Công | 120 | 54.000 | | |
| - Bảo vệ 5 năm | | 45 Công | 110 | 4.950 | | |
| - Thu hoạch năm đầu, chế biến | | 180 công | 110 | 19.800 | | |
| - Bán sản phẩm | | 20 công | 150 | 3.000 | | |

| | | | | | | | | |
|---|-------------------------|----------------------------|--|--------------|-----|--------|-------------|--------|
| | | 4) Chi khác | | | | 10.080 | | |
| | | - Thuế nông sản | | 2% GTSP | | 10.080 | | |
| | | B. Thu | | | | | | |
| | | - Bán hoa hồng | | 4.500 kg | 112 | | 504.00 0 | |
| 4 | Trồng rừng bạch đàn 2ha | A. Chi phí | | | | 38.908 | | 42.092 |
| | | 1) Chi phí cố định | | | | 100 | | |
| | | 2) Chi phí biến đổi | | | | 3.008 | | |
| | | - Giống cây trồng | | 3.520 Cây | 0,4 | 1.408 | | |
| | | - Phân bón | | 320 kg | 5 | 1.600 | | |
| | | - Thuốc trừ sâu | | 0 | | 0 | | |
| | | 3) Chi phí nhân công | | 350 | | 34.200 | | |
| | | - Công làm đất | | 170 Công | 100 | 17.000 | | |
| | | - Chuyển cây | | 40 Công | 80 | 3.200 | | |
| | | - Công trồng | | 40 Công | 100 | 4.000 | | |
| | | - Công chăm sóc, khai thác | | 100 Công | 100 | 10.000 | | |
| | | 4) Chi khác | | | | 1.600 | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|-------------------------|--|------------------|-------|-------|--------|--|
| | | - Thuê xe chở cây về | | 2 Ca | 800 | 1.600 | | |
| | | B. Thu | | | | | 81.000 | |
| | | - Bán gỗ | | 60m ³ | 1.200 | | 72.000 | |
| | | - Bán củi | | 30 Ste | 300 | | 9.000 | |

Như vậy, sau 5 năm thực hiện kế hoạch trên gia đình bắt đầu được thu hoạch hồi và hết 1 chu kỳ trồng rừng bạch đàn. Nếu nhìn vào bảng dự toán trên cho thấy việc đầu tư trồng hồi hiệu quả hơn trồng rừng lấy gỗ vì:

- Lợi nhuận bình quân 1 năm thu từ 1ha hồi cao hơn bạch đàn.
- Sản lượng quả hồi bắt đầu tăng và dần đi vào ổn định.
- Hồi không phải đầu tư trồng lại từ đầu, thời gian khai thác dài có thể vài chục năm.

B. Câu hỏi và bài tập thực hành

1. Các câu hỏi

Câu hỏi 1: Trình bày khái niệm về thị trường? nêu mục đích và ý nghĩa của việc xác định nhu cầu thị trường?

Câu hỏi 2. Liệt kê trình tự các bước xác định nhu cầu thị trường?

Câu hỏi 3. Kế hoạch sản xuất là gì? Nêu lợi ích của việc lập kế hoạch sản xuất?

Câu hỏi 4. Nêu những căn cứ để lập kế hoạch sản xuất?

Câu hỏi 5. Liệt kê những nội dung chính trong lập kế hoạch sản xuất nông lâm nghiệp?

2. Các bài thực hành

2.1. Bài thực hành số 1.1.1

Anh (chị) hãy thực hiện việc xây dựng bảng câu hỏi để tiến hành phỏng vấn thu thập thông tin thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản ở địa phương?

- Mục tiêu: Giúp cho học viên thiết kế được bảng câu hỏi phỏng vấn để điều tra về nhu cầu thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản mà dự định mình sẽ phát triển sản xuất trong tương lai.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 12 tờ

+ Giấy A4: 60 tờ

+ Bút dạ: 6 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (4-5 HV /nhóm) để thực hiện bài tập.

- Nhiệm vụ:

+ Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất

+ Xác định và dự kiến những thông tin cần thu thập

+ Xác định đối tượng phỏng vấn

+ Xây dựng bảng câu hỏi được viết trên giấy A4 và A0

+ Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 90 phút chuẩn bị và 10 phút trình bày.

- Kết quả: Mỗi nhóm có 01 bảng câu hỏi trên giấy A0 và A4 để phỏng vấn nhằm xác định nhu cầu thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản mà nhóm dự định phát triển sản xuất.

2.2. Bài thực hành số 1.1.2

Anh (chị) hãy thực hiện thiết kế mẫu phiếu điều tra gửi cho người tiêu dùng để thu thập thông tin thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản ở địa phương?

- Mục tiêu: Giúp cho học viên thiết kế được phiếu điều tra nhu cầu thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản mà dự định nhóm sẽ phát triển sản xuất trong tương lai.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 12 tờ

+ Giấy A4: 60 tờ

+ Bút dạ: 6 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (4-5 HV /nhóm) để thực hiện bài tập.

- Nhiệm vụ:

- + Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất
- + xác định được đối tượng cần điều tra
- + Xác định và dự kiến những thông tin cần thu thập
- + Xây dựng bảng câu hỏi theo từng nội dung được viết trên giấy A4 và A0
- + Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 90 phút chuẩn bị và 10 phút trình bày.

- Kết quả: Mỗi nhóm có 01 phiếu điều tra nhu cầu trường thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản trên giấy A4 và A0 mà nhóm dự định phát triển sản xuất trong tương lai.

2.3. Bài thực hành số 1.1.3

Anh (chị) hãy thực hiện phân tích chiến lược (SWOT) để phục vụ cho việc xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh về một loại sản phẩm nông lâm sản ở địa phương?

- Mục tiêu: Giúp cho học viên rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phân tích được những yếu tố nội tại và các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển loại sản phẩm mà dự định nhóm sẽ phát triển sản xuất.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 10 tờ

+ Giấy A4: 30 tờ

+ Bút dạ: 5 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (5-6 HV /nhóm) để thực hiện bài tập.

- Nhiệm vụ:

+ Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất

+ Xác định và phân tích được các điểm mạnh, điểm yếu liên quan đến lĩnh vực sản xuất mà nhóm lựa chọn.

+ Xác định và phân tích được các yếu tố về thời cơ, thách thức có ảnh hưởng đến dự định phát triển sản xuất mà nhóm lựa chọn.

+ Xây dựng được các chiến lược phát triển của nhóm, nội dung được viết trên giấy A4 và A0

+ Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 50 phút chuẩn bị và 10 phút trình bày.

- Kết quả: Mỗi nhóm có 01 bảng kết quả phân tích chiến lược SWOT và bảng kế hoạch phát triển chiến lược theo kết quả phân tích trên giấy A4 và A0.

2.4. Bài thực hành số 1.1.4

Xây dựng kế hoạch sản xuất trồng một trong các loài cây hồi, quế hoặc sả để lấy tinh dầu.

- Mục tiêu: Giúp các học viên nắm được nội dung và phương pháp xây dựng kế hoạch sản xuất trồng cây hồi, quế hoặc sả để lấy tinh dầu dự kiến đưa vào trồng tại địa phương. Vận dụng các kiến thức và kỹ năng để xây dựng kế hoạch sản xuất cho các loài cây khác.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 36 tờ

+ Giấy A4: 100 tờ

+ Bút dạ: 18 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm. Lớp chia thành 03 nhóm, mỗi nhóm sẽ lập kế hoạch trồng một loại cây theo mẫu cho sẵn.

- Nhiệm vụ: Lập được kế hoạch sản xuất khi trồng hồi, quế, sả để lấy tinh dầu.

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 180 phút chuẩn bị và 30 phút trình bày kết quả.

- Kết quả: Các nhóm sẽ lập được kế hoạch trên giấy A0 và A4 về trồng một trong các loài cây hồi, quế, sả để lấy tinh dầu.

Mẫu Lập kế hoạch sản xuất

KẾ HOẠCH TRỒNG CÂY LẤY TINH DẦU

Cây trồng:

Hộ gia đình:.....

Địa chỉ:.....

.....

I. Đặt vấn đề (Lý do tại sao lại lựa chọn loại cây trồng đó)

.....

.....

.....

.....

II. Mục tiêu

.....

.....

.....

.....

III. Nội dung

1. Kế hoạch diện tích

- Tổng diện tích: -----
- Địa điểm: -----
- Số lô, khoảnh: -----
- Địa hình: -----
- Thành phần cơ giới của đất ; -----
-
- Thực bì; -----
-
-

2. Kế hoạch làm đất

| TT lô | Diện tích làm đất | Thời gian | Yêu cầu kỹ thuật | Quy trình làm đất | Khối lượng công việc | Công cụ lao động | Số công lao động |
|-------|-------------------|-----------|------------------|-------------------|----------------------|------------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

| | | | | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|--|--|----------|
| 1 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | |
| Tổng số công | | | | | | | X |

3. Kế hoạch giống cây trồng

| TT lô | Giống cây trồng | Số lượng giống kế hoạch | | | | | | Yêu cầu chất lượng | Quy cách gieo | Thời gian sử dụng | Nguồn giống cung cấp |
|----------------|-----------------------|-------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|-----------|--------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------------------|-------------------------------|
| | | Diện tích gieo trồng | Mật độ gieo trồng | số lượng cây con cần | Dự phòng | | Tổng số cây cần | | | | |
| | | | | | Tỷ lệ % | Số cây | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | |
| Tổng số | | | | | | | | | | | |

4. Kế hoạch phân bón

- Loại phân bón: NPK
- Mật độ trồng: cây/ha (tổng số cây.....)

| | | | | |
|--|------------------|---------------|-----------------------------|----------------|
| <div style="text-align: center;"> Chỉ tiêu Thời điểm </div> | Diện tích | Số cây | Mức bón (kg/cây) | Tổng số |
| | | | | |

| | | | | |
|------------------|--|--|--|--|
| Bón lót | | | | |
| Bón lần 1 | | | | |
| Bón lần 2 | | | | |
| Bón lần 3 | | | | |
| Tổng cộng | | | | |

5. Trồng rừng

- Phương thức trồng:
- Thời vụ trồng;
- Cự ly trồng:

| Thời gian | Nội dung công việc | Yêu cầu vật tư, phân bón, giống cho trồng rừng | Yêu cầu lao động (công) |
|-----------|----------------------------|--|-------------------------|
| | Phát dọn thực bì | | |
| | Cuốc hố (40x40x40 cm) | | |
| | Lấp hố | | |
| | Vận chuyển phân và bón lót | | |
| | Vận chuyển và bốc cây con | | |
| | Vận chuyển và trồng cây | | |
| | Làm đường ranh cản lửa | | |

6. Kế hoạch chăm sóc và phòng trừ sâu bệnh

| | | | |
|--|--|------------------------|----------------|
| | | Yêu cầu vật tư, | Yêu cầu |
|--|--|------------------------|----------------|

| Thời gian | Nội dung công việc | phân bón, thuốc trừ sâu | lao động |
|------------------|---------------------------|--------------------------------|-----------------|
| | Chăm sóc năm thứ nhất | | |
| | - Lần 1 | | |
| | - Lần 2 | | |
| | Chăm sóc năm thứ hai | | |
| | - Lần 1 | | |
| | - Lần 2 | | |
| | Chăm sóc năm thứ hai | | |
| | - Lần 1 | | |
| | - Lần 2 | | |

7. Kế hoạch bảo vệ và khai thác

| Thời gian | Nội dung công việc | Yêu cầu dụng cụ | Yêu cầu lao động |
|------------------|---------------------------|------------------------|-------------------------|
| | Bảo vệ | | |
| | Khai thác lần 1 | | |
| | Khai thác lần 2 | | |
| | | | |

8. Kế hoạch về nhân lực

| TT | Tên công việc | ĐVT | Tính | Tổng | Tổng | Ghi |
|-----------|----------------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | | | | | | |

| | | | cho 1ha | diện tích | cộng | chú |
|---|----------------------------|------|------------|--------------|------|-----|
| 1 | Phát dọn thực bì | công | | | | |
| 2 | Cuốc hố (40x40x40) | công | | | | |
| 3 | Lấp hố | công | | | | |
| 4 | Vận chuyển phân và bón lót | công | | | | |
| 5 | Vận chuyển và bốc cây con | công | | | | |
| 5 | Vận chuyển và trồng cây | công | | | | |
| 6 | Làm đường ranh cản lửa | công | | | | |
| 7 | Phòng trừ sâu bệnh | công | | | | |
| 8 | Trồng giặm | công | | | | |
| 9 | Nghiệm thu | công | | | | |
| | TỔNG SỐ CÔNG | | | | | |

9. Kế hoạch về vốn

Biểu 1. Dự toán chi phí

| TT | Tên công việc | ĐVT | Tính cho 1ha | Diện tích trồng | Yêu cầu vốn | Ghi chú |
|----|------------------|------|--------------------|-----------------------|-------------------|---------|
| 1 | Chi phí cố định | | | | | |
| | Khấu hao tài sản | đồng | | | | |
| 2 | Chi phí biến đổi | đồng | | | | |
| | - Cây giống | - | | | | |

| | | | | | | |
|---|------------------------------|-------------|--|--|--|--|
| | - Phân chuồng | - | | | | |
| | - Phân NPK | - | | | | |
| | - Vôi bột | - | | | | |
| | - Thuốc trừ sâu | - | | | | |
| 3 | Chi phí nhân công | đồng | | | | |
| | - Phát dọn | - | | | | |
| | - Cuốc hố | - | | | | |
| | - Lắp hố, bón lót | - | | | | |
| | - Vận chuyển cây con | - | | | | |
| | - Trồng cây | - | | | | |
| | - Kiểm tra, trồng dặm | - | | | | |
| | - Chăm sóc 3 năm đầu | - | | | | |
| | - Bảo vệ | - | | | | |
| 4 | Chi phí khác | đồng | | | | |
| | - Thiết kế | - | | | | |
| | - Thuế đất | - | | | | |
| | - Thuê máy chở cây (nếu có) | - | | | | |
| | - Chi phí quản lý, giao dịch | - | | | | |
| | TỔNG DỰ TOÁN | đồng | | | | |

Biểu 2. Kế hoạch vốn

| Chỉ tiêu | Tổng nhu cầu vốn SXKD trong năm | Trong đó cân đối | | |
|------------------|--|-------------------------|--------------------------|--|
| | | Vốn tự có (đ) | Vay ngân hàng (đ) | Vay người khác/ nợ nhà cung cấp |
| Năm thứ | | | | |
| - Năm thứ nhất | | | | |
| - Năm thứ hai | | | | |
| - Năm thứ ba | | | | |
| - Năm thứ tư | | | | |
| - Năm thứ năm | | | | |
| Tổng cộng | | | | |

V. Kết luận

....., Ngày....tháng.....năm 20

Người lập kế hoạch

(Ký và ghi rõ họ tên)

C. Ghi nhớ:

- Thị trường là nơi gặp nhau giữa người mua và người bán để thực hiện việc mua bán, trao đổi hàng hóa;

- Xác định nhu cầu thị trường nhằm mục đích:

+ Tìm ra đúng nhu cầu của khách hàng, của thị trường về một hoặc một số sản phẩm.

+ Tìm ra tất cả các đối thủ phải cạnh tranh.

+ Hàng hoá của mình được tiêu thụ ở đâu.

- Kế hoạch sản xuất là tập hợp các dự kiến thực hiện được sắp xếp theo một trình tự nhất định nhằm đạt được mục tiêu đã đặt ra.

- Lập kế hoạch sản xuất bao gồm: kế hoạch diện tích, kế hoạch giống, kế hoạch trồng và chăm sóc; kế hoạch năng suất, sản lượng; kế hoạch vốn; kế hoạch thu, chi, lợi nhuận.

- Lập kế hoạch sản xuất hợp lý là yếu tố quan trọng góp phần vào sự thành công hoạt động sản xuất.

Bài 2: Tiêu thụ sản phẩm

Mục tiêu:

- Trình bày được các đặc điểm của sản phẩm và thị trường tiêu thụ sản phẩm quế, hồi, sả lấy tinh dầu;
- Lựa chọn được phương pháp giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm đảm bảo hiệu quả, phù hợp với điều kiện thực tiễn.
- Có ý thức, trách nhiệm và sự nhanh nhạy trong tiêu thụ sản phẩm.

A. Nội dung:

1. Đặc điểm của sản phẩm Quế, Hồi, Sả

1.1. Đặc điểm của sản phẩm Quế, Hồi, Sả

1.1.1. Cây Quế (*Cinnamomum cassia*.BL)

Ở nước ta cây quế tự nhiên mọc hỗn giao trong các khu rừng tự nhiên nhiệt đới ẩm, từ Bắc vào Nam. Tuy nhiên cho đến nay quế tự nhiên đã không còn nữa và thay vào đó cây quế đã được thuần hoá thành cây trồng. Ở nước ta có 4 vùng trồng quế, mỗi vùng có những sắc thái riêng về tự nhiên, nguồn lợi thu được từ quế và tên gọi khác nhau gắn với vùng, tên dân tộc như: Quế Thanh, Quế Quỳ, Quế Quảng, Quế Yên Bái, Quế Bì, Mạ quế...



Hình 2.1. Rừng quế ở Văn Yên - Yên Bái

Sử dụng và công dụng của quế:

Sản phẩm chính của cây quế là vỏ quế và tinh dầu quế được sử dụng nhiều trong công nghiệp y dược, công nghiệp chế biến thực phẩm, hương liệu và chăn nuôi. Ngoài lợi ích về mặt kinh tế, cây quế còn đóng góp vào bảo vệ môi trường sinh thái, làm tăng độ che phủ rừng, giữ đất, giữ nước ở các vùng đất đồi núi dốc, bảo tồn và phát triển sự đa dạng các nguồn gen quý cây bản địa – cây quế còn đóng góp vào định canh – định cư, xoá đói giảm nghèo tạo thêm công ăn việc làm cho nông dân miền núi nước ta.

Vỏ và tinh dầu quế được sử dụng làm thuốc để chữa một số bệnh đường tiêu hoá, đường hô hấp, kích thích sự tuần hoàn của máu, lưu thông huyết mạch, làm cho cơ thể ấm lên chống lại giá lạnh và có tính chất sát trùng. Quế được nhân dân coi như một trong bốn vị thuốc rất có giá trị: Sâm, Nhung, Quế, Phụ.

Theo tác giả Lê Trần Đức trong: “Cây thuốc Việt Nam” trang 263 “... Nhục quế vị ngọt cay tính nóng, thông huyết mạch, làm mạnh tim, tăng sức nóng, chữa các chứng trúng hàn, hôn mê, mạch chạy chậm, nhỏ, tim yếu (trụy mạch, huyết áp hạ) và bệnh dịch tả nguy cấp...”



Hình 2.2. Phơi vỏ quế sau khi thu hoạch



Hình 2.3. Sản phẩm tinh dầu quế

Theo tài liệu y học, quế có những tác dụng trong điều trị một số bệnh sau:

- Làm giảm Cholesterol: Chỉ cần dùng nửa thìa quế trong bữa ăn hàng ngày có thể giúp giảm lượng cholesterol. Quế cũng giúp giảm lượng cholesterol LDL xấu và Triglycerids (acid béo trong máu).

- Giảm lượng đường trong máu và trị bệnh tiểu đường tuýp 2: Dùng nửa thìa quế mỗi ngày giúp cải thiện mức độ nhạy cảm insulin và điều chỉnh lượng glucose trong máu. Khi mức insulin được cải thiện, cân nặng và bệnh tim mạch cũng sẽ được kiểm soát.

- Trị bệnh tim mạch: Quế giúp củng cố sức khỏe hệ tim mạch vì thế tránh cho cơ thể khỏi các rắc rối liên quan tới tim mạch. Cho 1 lượng quế nhỏ khi chế biến đồ ăn rất tốt cho những người mắc bệnh động mạch vành và bệnh cao huyết áp.

- Phòng chống bệnh ung thư: Một nghiên cứu của Bộ Nông nghiệp Mỹ cho thấy quế có tác dụng khống chế sự sinh sôi của các tế bào ung thư bạch cầu. Chất xơ và canxi trong quế giúp loại bỏ các dịch mật thừa, ngăn ngừa những ảnh hưởng không tốt với tế bào ruột, từ đó giảm nguy cơ ung thư ruột kết.

- Ngừa sâu răng và làm sạch miệng: Quế từ lâu đã được biết đến là một trong những thảo dược có tác dụng điều trị sâu răng và giữ cho miệng được hơi thở thơm tho.

- Điều trị các vấn đề về hô hấp: Những người bị cảm lạnh, ho dai dẳng, viêm xoang nên dùng ăn hỗn hợp 1 thìa mật ong trộn với 1/4 thìa quế hàng ngày trong 3 ngày liên tục. Quế cũng giúp điều trị cảm cúm và chứng sung huyết.

- Bổ não: Quế kích thích hoạt động của não như một loại thuốc bổ, giúp loại trừ sự căng thẳng thần kinh cũng như suy giảm trí nhớ.

- Giảm các bệnh truyền nhiễm: Với khả năng chống khuẩn, chống nấm, chống vi rút, chống các vật ký sinh và là chất khử trùng nên quế rất hữu hiệu trong việc chống viêm nhiễm cả bên trong và ngoài. Quế được xem là rất hiệu quả trong việc chống lại bệnh nấm âm đạo, nấm vòm họng, ngừa bệnh viêm nhiễm vùng âm đạo, nhiễm trùng vòm họng, loét dạ dày và chấy trên đầu.

- Giảm đau do viêm khớp: Trong quế có chứa nhiều hợp chất chống viêm có tác dụng giảm đau và viêm do bệnh thấp khớp gây ra. Một nghiên cứu của trường đại học Copenhagen cho thấy: nếu dùng nửa thìa bột quế và 1 thìa mật ong mỗi sáng sẽ giúp giảm đau khớp đáng kể (sau 1 tuần sử dụng) và có thể đi lại không đau (sau 1 tháng sử dụng).

- Chống nghẽn mạch: Hợp chất cinnamaldehyde trong quế rất hiệu quả trong việc ngăn ngừa máu vón cục vì thế rất tốt với những người bị bệnh tim mạch. Quế còn giúp làm sạch thành mạch máu và tăng cường lưu thông máu, đảm bảo cung cấp ôxy cho các tế bào trong cơ thể, giúp tăng cường trao đổi chất, giảm nguy cơ mắc bệnh tim mạch.

Ngoài ra, quế còn có tác dụng tốt cho hệ tiêu hóa, lợi tiểu tự nhiên và hỗ trợ bài tiết nước tiểu, giảm ngứa, làm lành vết thương...

Quế được sử dụng để làm gia vị vì quế có vị thơm, cay và ngọt có thể khử bớt được mùi tanh, gây của cá, thịt, làm cho các món ăn hấp dẫn hơn, kích thích được tiêu hoá. Quế còn được sử dụng làm hương liệu trong sản xuất bánh kẹo, rượu.

Bột quế được trộn với các vật liệu khác để làm hương khi đốt lên có mùi thơm được sử dụng nhiều trong các lễ hội, đền chùa, thờ cúng trong nhiều nước châu á nhất là các nước có đạo phật, đạo Khổng Tử, đạo Hồi.

Gỗ quế, vỏ quế để làm ra các sản phẩm thủ công mỹ nghệ như bộ khay, ấm, chén bằng vỏ quế, đĩa quế, tấm và hộp đựng tấm, hộp đựng đồ trang sức, đế lót dây có quế.

Gần đây bột quế còn được dùng trong thức ăn gia súc để làm tăng chất lượng thịt các loại gia súc, gia cầm.



Hình 2.4. Quế thanh và bột quế

Hình 2.5. Hàng thủ công mỹ nghệ từ quế

quế



Hình 2.6. Các sản phẩm hộp đựng tấm bằng gỗ quế

1.1. 2. Cây Hôi (*Illicium verum*)

Ở nước ta đến nay vẫn chưa gặp hồi sinh trưởng ở trạng thái tự nhiên, hoang dại. Hiện nay hồi được trồng chủ yếu ở Lạng Sơn (Văn Quan, Bình Gia, Cao Lộc, Bắc Sơn, Chi Lăng, Văn Lãng, Thành phố Lạng Sơn, Lộc Bình, Đình Lập, Tràng Định...) và Quảng Ninh (Bình Liêu). Gần đây hồi đã được đưa về trồng ở Cao Bằng (Đông Khê) và Bắc Kạn (Na Rì).



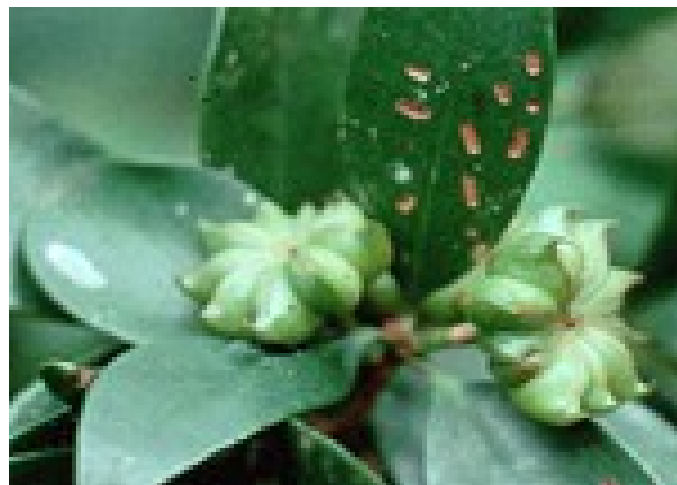
Trên thế giới hồi cũng được trồng nhiều tại miền Nam Trung Quốc (Quảng Đông, Quảng Tây, Vân Nam, đảo Hải Nam), gần đây đã được nhập trồng tại Nhật Bản, Ấn Độ.

Son

Hình 2.7. Thu hoạch hồi ở Văn Lãng - Lạng Sơn

Sử dụng và công dụng:

Sản phẩm chính của hồi là tinh dầu ở quả và lá. Thành phần chủ yếu của tinh dầu là transanethol (80-98%); ngoài ra còn có khoảng trên 20 hợp chất khác. Tinh dầu hồi được sử dụng nhiều làm gia vị, làm thuốc, sử dụng nhiều trong công nghệ chế biến rượu khai vị, rượu mùi, nước ngọt và bánh kẹo. Hương vị hấp dẫn của hồi vừa có tác dụng kích thích tiêu hoá, vừa gây cảm hứng ngon miệng.



Hình 2.8. Cành lá và quả hồi

Ngoài lợi ích về mặt kinh tế, cây hồi còn đóng góp vào bảo vệ môi trường sinh thái, làm tăng độ che phủ rừng, giữ đất, giữ nước ở các vùng đất đồi núi dốc, bảo tồn và phát triển sự đa dạng các nguồn gen quý cây bản địa, cây hồi

còn đóng góp vào định canh – định cư, xoá đói giảm nghèo tạo thêm công ăn việc làm cho nông dân miền núi nước ta.

Trong y học dân tộc ở nước ta cũng như tại Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ..., hồi được dùng làm thuốc gây trung tiện, kích thích tiêu hoá, chữa đau bụng, giảm đau, giảm co bóp trong dạ dày, trong ruột, lợi sữa, chữa trị nôn mửa, đau cơ, thấp khớp, đau lưng, ngộ độc thịt cá và chữa trị khi bị rắn độc cắn...



Hình 2.9. Quả hồi sau khi sơ chế

Tây y coi tinh dầu hồi có tính kích thích, tăng cường nhu động ruột, dùng chữa đau bụng, tăng tiết dịch đường hô hấp, giúp tiêu hoá, giảm đau, khử đờm. Tinh dầu hồi có tác dụng kháng khuẩn, ức chế sự phát triển của vi khuẩn lao và nhiều loại vi khuẩn khác, nên được dùng làm thuốc sát khuẩn, trị nấm ngoài da và ghẻ lở. Hồi còn được dùng trong việc sản xuất, chế biến thuốc trừ sâu có nguồn gốc thảo mộc, diệt chấy, rận, rệp, và một số loại ký sinh trùng ở gia súc.

Gần đây, các nhà khoa học đã nghiên cứu và chiết xuất được acid shikimic từ quả hồi là thành phần chính để bào chế thuốc kháng virus Tamiflu dùng trong phòng chống dịch cúm H5N1.



Hình 2.10. Tinh dầu hồi

1.1.3. Cây Sả (*Cymbopogon citratus*)

Sả là một loại cây thân thảo, thường mọc thành từng bụi cao khoảng 0,8-1,0 m. Thân rễ có màu trắng hoặc hơi tím, có nhiều đốt, lá hẹp dài, mép lá hơi

nhám. Bẹ lá ôm chặt với nhau rất chắc tạo thành một thân giả (mà ta thường gọi là củ).

Sả được trồng phổ biến ở trong cả nước và được dùng làm gia vị trong chế biến nhiều món ăn, lá để chưng cất tinh dùng trong y học và chế biến mỹ phẩm. Ngoài ra sả còn là vị thuốc dân gian trong đông y, xua đuổi muỗi và côn trùng, rắn....

Sử dụng và công dụng:

Theo Đông y, sả được dùng với tên thuốc là hương mao hay hương thảo sả có vị the, mùi thơm, tính ấm, có tác dụng làm ra mồ hôi, sát khuẩn, chống viêm, hạ khí, thông tiểu, tiêu đờm, đầy bụng, tiêu chảy

Phổ biến nhất trong nhân dân là nồi nước xông lá sả phối hợp với một số lá khác như lá tre, lá cúc tần, lá bưởi, lá tía tô... mỗi thứ một nắm, đem nấu nước xông cho ra mồ hôi để chữa cảm sốt, nhức đầu.

Phụ nữ cũng thường nấu nước lá sả để gội đầu cho trơn tóc, sạch gàu và có thể tránh được một số bệnh về tóc.



Hình 2.11. Thân giả (củ sả)

Hình 2.12. Vườn sả

Tinh dầu sả được chưng cất chủ yếu từ lá, thành phần chủ yếu của tinh dầu sả là geraniol và citronellol do vậy có mùi thơm đặc biệt phảng phất mùi thơm của chanh.



Tinh dầu sả bôi lên da hoặc phun trong nhà có thể xua đuổi được ruồi, muỗi và các loài côn trùng khác như đỉn, bọ chét... do đó thường được dùng làm thuốc trừ muỗi và khử mùi hôi.

Hình 2.13: Sản phẩm tinh dầu sả

1.2. Thị trường tiêu thụ sản phẩm Quế, Hồi, Sả

Với giá trị nhiều mặt và công dụng về công nghiệp thực phẩm, y dược, mỹ phẩm của các sản phẩm từ quế, hồi, sả. Đặc biệt trong xu thế sử dụng các sản phẩm thuốc chữa bệnh từ thảo dược nên các sản phẩm trên đang được người dân trong nước và nước ngoài ưa chuộng và sử dụng nhiều. Vì vậy, các loài cây trên đã và đang được mở rộng vùng canh tác góp phần vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo cho đồng bào miền núi. Nhiều vùng các loài cây trên đã trở thành loài cây trồng chiến lược giúp nhân dân làm giàu như cây Hồi ở Lạng Sơn, Quế ở Yên Bái và Quảng Nam.

Sản phẩm có thể tiêu thụ ở dạng thô như quế thanh, nhục quế, hoa hồi, củ và lá sả cho tiêu dùng trong chế biến thực phẩm, làm các vị thuốc trong đông y. Cả ba loài cây trên đều có thể chế biến chưng cất tinh dầu dùng trong công nghiệp thực phẩm, y học, chế biến mỹ phẩm... Vì vậy, thị trường tiêu thụ các loại sản phẩm từ quế, hồi và sả cũng đa dạng ở tại các địa phương trong nước và xuất khẩu.

2. Giới thiệu sản phẩm

2.1. Các cách thức giới thiệu sản phẩm

Đây chính là nội dung quan trọng trong chính sách giới thiệu, quảng bá sản phẩm của các cơ sở sản xuất, kinh doanh. Hiện nay có hai cách tiếp cận để giới thiệu sản phẩm ra thị trường:

- Cách tiếp cận sản phẩm đi trước: Dùng chính sản phẩm của cơ sở sản xuất để tạo ra thị trường hoặc tìm ra nhu cầu của thị trường và đáp ứng bằng sản phẩm mới của chính cơ sở sản xuất. Cách tiếp cận này phù hợp với những cơ sở sản xuất lớn, có tiềm lực kinh tế mạnh tuy nhiên sẽ chịu nhiều rủi ro và chỉ hiệu quả nếu công ty sẵn sàng chấp nhận thất bại nhưng nếu thành công sẽ đem lại tỉ lệ lợi nhuận cao.

- Cách tiếp cận nghiên cứu thị trường đi trước: Nghiên cứu kỹ thị trường trên mọi mặt để tìm ra lỗ hổng của thị trường và lấp khoảng trống đó bằng chính sản phẩm phù hợp. Cách tiếp cận này giảm thiểu rủi ro, chi phí nhưng

doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với việc cạnh tranh một cách quyết liệt với những sản phẩm sẵn có trên thị trường. Hiện nay, đa số các cơ sở sản xuất và doanh nghiệp đều thực hiện theo cách này.

2.2. Các hình thức giới thiệu sản phẩm

2.2.1. Giới thiệu sản phẩm trực tiếp

Tổ chức họp báo: Cơ sở sản xuất, doanh nghiệp tổ chức mời một số các nhà phân phối lớn trên thị trường, đại diện các tầng lớp nhân dân... tổ chức các cuộc họp báo để thông báo về sự xuất hiện của sản phẩm trên thị trường.

Tổ chức hội chợ: Cơ sở sản xuất, doanh nghiệp tự tổ chức hội chợ hoặc tham gia các hội chợ do các ngành chức năng, các địa phương tổ chức nhằm giới thiệu trực tiếp tới người tiêu dùng, các nhà phân phối các sản phẩm của mình.

Ví dụ: hàng năm Bộ Nông nghiệp và PTNT thường tổ chức Hội chợ Nông sản và thủ công mỹ nghệ để các cơ sở sản xuất nông, lâm, ngư nghiệp và các làng nghề giới thiệu sản phẩm, ký kết các hợp đồng mua bán hàng hóa.



**Hình 2.14. Sản phẩm Su su Tam Đảo
tại Hội chợ nông sản và TCMN năm 2012**



**Hình 2.15. Hàng thủ công mỹ nghệ
tại Hội chợ nông sản và TCMN năm 2012**

Sử dụng đội ngũ nhân viên kinh doanh của cơ sở sản xuất, doanh nghiệp trực tiếp đến các khu vực đông dân cư, thị trường mục tiêu để giới thiệu về sản phẩm.

Phương pháp giới thiệu sản phẩm trực tiếp có những ưu, nhược điểm như sau:

*Ưu điểm: Nếu thành công sẽ mang lại hiệu quả kinh tế rất cao bởi chính các doanh nghiệp, nhà sản xuất, người tiêu dùng được chứng kiến và xem xét về sản phẩm mà doanh nghiệp muốn giới thiệu.

* Nhược điểm: Tốn kém về chi phí cho công tác tổ chức, tập hợp đồng thời rủi ro cũng cao nếu không nhận được sự ủng hộ của người tiêu dùng, các doanh nghiệp, các nhà phân phối khác.

2.2.2. Giới thiệu sản phẩm gián tiếp

Phát tờ rơi, dán áp phích quảng cáo: Cơ sở sản xuất, doanh nghiệp in ấn các tờ rơi hoặc áp phích lớn để giới thiệu về sản phẩm của mình với các nội dung như: hình ảnh, tính ưu việt, khả năng và cách thức cung cấp, giá cả, chính sách ưu đãi... địa chỉ của doanh nghiệp. Tờ rơi được đội ngũ nhân viên gửi trực tiếp tới người tiêu dùng hoặc các nhà phân phối khác. Áp phích được treo, dán ở những nơi công cộng, đông người, dễ nhìn để mọi người có thể đọc được.

Quảng cáo qua mạng Internet, các trang quảng cáo trực tuyến: Cơ sở sản xuất, doanh nghiệp lập trang Website riêng hoặc công cụ google search để giới thiệu về sản phẩm của mình trên mạng internet. Phương pháp này hiện nay đang được ứng dụng nhiều và đang đem lại những hiệu quả nhất định vì nó giúp

người tiêu dùng có thể tương tác với quảng cáo, có thể lấy thông tin (mẫu mã, giá cả...) hoặc mua sản phẩm trên quảng cáo đó.

Ví dụ. Trang web caphedaklak.com là trang thông tin trực tuyến của Hiệp hội cà phê Đắk Lắk, khi vào trang này chúng ta có thể tìm hiểu được các thông tin: Thị trường cà phê, các doanh nghiệp cà phê, giá cả cà phê hàng ngày, dịch vụ báo giá cà phê qua điện thoại....



Hình 2.16. Trang website caphedaklak.com

Sử dụng hệ thống truyền thông đa phương tiện: Cơ sở sản xuất, doanh nghiệp có thể sử dụng các phương tiện truyền thông đại chúng như: báo, đài phát thanh, đài truyền thanh, đài truyền hình để quảng cáo, giới thiệu sản phẩm của cơ sở mình.

Phương pháp giới thiệu sản phẩm gián tiếp có những ưu, nhược điểm như sau:

* Ưu điểm: Ít tốn kém về chi phí so với phương pháp trực tiếp, hiệu quả tác động tương đối cao do sản phẩm được giới thiệu một cách rộng rãi, trực

quan, sinh động, nhiều người chú ý, gây hiệu quả mạnh, đến được nhiều đối tượng.

* Nhược điểm: Rủi ro khá cao nếu không nhận được sự ủng hộ của người tiêu dùng, các doanh nghiệp, các nhà phân phối khác. Một số địa phương chưa có mạng internet, một bộ phận lớn người dân chưa có thói quen sử dụng internet, xem và nghe các chương trình quảng cáo trên đài truyền thanh, đài phát thanh và ti vi....

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến tiếp thị sản phẩm

2.3.1. Yếu tố về kinh tế

Các cơ sở sản xuất, doanh nghiệp khi đưa ra các chính sách giới thiệu sản phẩm nhất thiết phải căn cứ vào năng lực tài chính hiện có của mình.

- Đối với các cơ sở sản xuất vừa và nhỏ, sản phẩm được đầu tư hạn chế thì nên sử dụng các hình thức giới thiệu ít tiêu tốn chi phí, chủ yếu là các phương pháp giới thiệu gián tiếp sản phẩm.

- Đối với các cơ sở sản xuất lớn, sản phẩm được đầu tư nhiều, quy mô thị trường rộng, năng lực tài chính lớn có thể áp dụng cả hai hình thức giới thiệu sản phẩm trực tiếp và gián tiếp. Ưu tiên hơn hình thức trực tiếp.

2.3.2. Yếu tố về xã hội

Yếu tố về xã hội ở đây có ảnh hưởng lớn đến sự hình thành lên thị trường và đặc điểm của thị trường tiêu thụ, tức là chi phối mạnh mẽ sự hình thành cơ hội thương mại và khả năng thực hiện mục tiêu của bất kỳ cơ sở sản xuất, doanh nghiệp nào. Do vậy, khi đưa ra các chính sách giới thiệu sản phẩm các cơ sở sản xuất, doanh nghiệp cần phải nghiên cứu những tiêu thức của yếu tố xã hội để đưa ra phương pháp giới thiệu sản phẩm phù hợp.

Yếu tố dân số và mật độ dân số: Nếu mật độ dân số đông, tập trung có thể áp dụng cả hai hình thức giới thiệu sản phẩm trực tiếp và gián tiếp, nếu mật độ thưa thì nên áp dụng phương pháp trực tiếp.

Khu vực dân số có thu nhập cao, có hệ thống truyền thông tốt nên áp dụng phương pháp gián tiếp và ngược lại.

Ngoài ra, các cơ sở sản xuất, doanh nghiệp khi thực hiện giới thiệu sản phẩm cũng cần phải chú ý đến các yếu tố khác như: độ tuổi bình quân của khu vực, thành phần nghề nghiệp, yếu tố văn hóa và thị hiếu trong tiêu dùng sản phẩm liên quan tới sản phẩm của doanh nghiệp để quyết định các phương pháp giới thiệu cho phù hợp để tránh lãng phí và nâng cao hiệu quả tiếp thị.

2.3.3. Yếu tố về chính trị

Yếu tố về chính trị bao gồm các chủ trương của Đảng và chính sách, quy định của Nhà nước, chiến lược phát triển của các địa phương, các chính sách liên quan tới sản xuất kinh doanh nông, lâm, ngư nghiệp.... Nắm bắt và phân tích kỹ các yếu tố này sẽ giúp cho các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp thích ứng tốt hơn với những thay đổi có lợi hoặc bất lợi của điều kiện chính trị cũng như mức độ hoàn thiện và thực thi pháp luật trong nền kinh tế.

Ví dụ: Nhằm khuyến khích sản xuất của các hợp tác xã, hộ nông dân, trang trại nông lâm nghiệp gắn với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hoá để phát triển sản xuất ổn định và bền vững, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng .

Ngoài các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp tới tiếp thị sản phẩm nêu trên, các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp khi giới thiệu sản phẩm của mình cũng cần phải phân tích kỹ các yếu tố khác như: Vị trí địa lý khu vực giới thiệu, điều kiện mùa vụ của sản phẩm, yếu tố công nghệ (mẫu mã và chất lượng sản phẩm) của cơ sở mình, các chính sách giới thiệu sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh... để hoạch định chiến lược giới thiệu sản phẩm cho phù hợp.

3. Bán sản phẩm

3.1. Lựa chọn địa điểm

Bán sản phẩm là khâu cuối cùng và là mục tiêu chính của các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp. Việc thành công hay thất bại của hầu hết các doanh nghiệp phụ thuộc vào sự lựa chọn một địa điểm bán hàng phù hợp vì yếu tố giá cả, cách phục vụ và những nét đặc biệt của sản phẩm cũng rất quan trọng nhưng yếu tố vị trí riêng biệt, thuận lợi cho giao dịch, vận chuyển mới là yếu tố chính để thu hút người tiêu dùng.

Vì vậy, khi lựa chọn địa điểm bán hàng các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp cần lưu ý những chỉ tiêu sau.

3.1.1. Mật độ lưu thông

Đây là chỉ tiêu quan trọng mà chủ cơ sở sản xuất, kinh doanh cần phải khảo sát và biết được những thông tin trước khi quyết định lựa chọn địa điểm bán hàng: số lượng xe và người lưu thông trong khu vực phải lớn, có như vậy số lượng khách hàng tiềm năng mới lớn.

Địa điểm bán hàng tốt nhất thường là phải gần đường giao lộ nối các địa phương với nhau, nằm ở trung tâm của địa phương như thị tứ, thị trấn, trung tâm mua bán của khu vực, nằm ở gần các khu đông dân cư...

3.1.2. Vị trí thuận tiện cho quảng cáo

Ngoài việc lựa chọn địa điểm bán hàng có lượng khách hàng đông nhưng cũng cần phải chú ý tới việc thuận tiện cho việc đặt biển quảng cáo để mọi người đi từ mọi phía đều có thể nhận thấy cửa hàng. Thông thường, địa điểm thuận lợi nhất cho quảng cáo là ở phía cuối hoặc góc đường, như vậy từ mọi phía khách hàng đều có thể nhìn thấy cửa hàng.

3.1.3. Giao thông thuận tiện

Lối đi thuận tiện và có đủ chỗ cho việc đỗ xe là địa điểm tốt nhất cho việc kinh doanh. Đặc biệt là đối với các doanh nghiệp kinh doanh lớn, nhiều sản phẩm, hàng hóa có kích cỡ lớn và nhiều thường khách hàng phải chuyên chở bằng ô tô thì lối đi thuận tiện và có chỗ đỗ xe càng quan trọng.

Trong việc lựa chọn địa điểm bán hàng nên tránh những phố có sử dụng dải phân cách hoặc phố giao thông một chiều, chỗ có biển cấm đỗ, cấm dừng xe.

3.1.4. Khoảng cách với đối thủ cạnh tranh

Việc lựa chọn địa điểm bán hàng ở nơi có nhiều cơ sở cùng kinh doanh một mặt hàng (đối thủ cạnh tranh) là việc các chủ cơ sở kinh doanh không mong muốn, nhưng việc đó vẫn xảy ra do quy hoạch và sắp xếp của ban quản lý. Khi địa điểm ở gần với các đối thủ cạnh tranh thì có ưu điểm là sự tập trung nhiều cửa hàng sẽ thu hút nhiều khách hàng khác nhau. Nhưng nếu như các cửa hàng hiện hữu đã có đủ sức cung ứng cho người mua hàng trong khu vực và đã có nhiều khách hàng quen thuộc thì cửa hàng mới sẽ phải cạnh tranh mãnh liệt và có thể phải đóng cửa.

Để khắc phục nhược điểm này mỗi cơ sở kinh doanh cần có chính sách giới thiệu sản phẩm, chính sách khuyến mại và thái độ phục vụ tốt thì sẽ thành công trong tương lai.

Ví dụ. Trong khu vực có nhiều cửa hàng cùng kinh doanh gạo, nhưng cửa hàng nào có tiếng trong kinh doanh: gạo ngon, cân đủ, giá cả hợp lý, giao hàng nhanh và đúng thời hạn, lịch thiệp với khách hàng, có nhân viên giúp khách hàng khi cần thiết, có chính sách khuyến mại khi mua số lượng lớn... thì sẽ bán hàng chạy hơn các cửa hàng khác.

Ngoài các yếu tố nêu trên, các cơ sở sản xuất kinh doanh khi lựa chọn địa điểm bán hàng cũng cần phải tính toán đến những yếu tố khác như: Mặt bằng cửa hàng phải đủ lớn, thời hạn thuê địa điểm phù hợp với mục tiêu kinh doanh lâu dài, có đủ cơ sở hạ tầng phù hợp phục vụ cho việc kinh doanh (nhà kho, hệ thống phòng chống cháy nổ...), có sẵn lực lượng lao động khi cần thiết...

3.2. Các hình thức bán hàng

Hình thức bán hàng phản ánh mối quan hệ giữa người mua, người bán, phương thức thanh toán, vận chuyển... Trong hoạt động kinh doanh, người mua cũng như người bán đều có quyền lựa chọn những hình thức bán hàng thuận tiện và phù hợp với điều kiện của mình. Thực tiễn hoạt động kinh doanh thương mại hiện nay có các hình thức bán hàng sau:

3.2.1. Căn cứ vào địa điểm giao hàng cho khách hàng

- Bán tại kho của người cung ứng hoặc của doanh nghiệp: Thích hợp với khách hàng có nhu cầu lớn về sản phẩm, lượng hàng hóa và chu kỳ tiêu thụ ổn định, người mua có sẵn phương tiện vận chuyển hàng hóa. Khách hàng thông thường là các doanh nghiệp thương mại.

- Bán qua cửa hàng, quầy hàng: Thích hợp với khách hàng có nhu cầu nhỏ, danh mục hàng hóa nhiều, chu kỳ tiêu dùng không ổn định. Khách hàng thường là người tiêu dùng trực tiếp.

- Bán tận đơn vị tiêu dùng, bán tại nhà theo yêu cầu: Tạo thuận lợi cho người mua, phương thức này chủ yếu nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng và cạnh tranh lẫn nhau giữa các người bán. Khách hàng có thể là cá nhân hoặc đơn vị có nhu cầu tiêu dùng trực tiếp hoặc cũng có thể là các doanh nghiệp thương mại.

3.2.2. Căn cứ vào khâu lưu chuyển hàng hóa

- Bán buôn: Là bán với khối lượng lớn theo hợp đồng hoặc bán theo đơn đặt hàng và thanh toán không dùng tiền mặt. Kết thúc quá trình bán buôn, hàng hoá vẫn nằm trong khâu lưu thông chưa bước vào tiêu dùng. Do không phải lưu kho, bảo quản và sắp xếp lại hàng hoá tại cửa hàng nên giá bán thường rẻ hơn và doanh số thường cao hơn so với bán lẻ

Bán buôn có ưu điểm là năng suất lao động cao, chi phí hoạt động bán hàng thấp, doanh số tăng nhanh. Nhưng bán buôn cũng có nhược điểm là doanh nghiệp không có sự liên hệ trực tiếp với người tiêu dùng nên không nắm rõ được thông tin từ người tiêu dùng.

- Bán lẻ: Là bán cho khách hàng có nhu cầu nhỏ lẻ thường là người tiêu dùng, đáp ứng yêu cầu kịp thời của khách hàng và thanh toán ngay. Trong bán lẻ hàng hoá phải qua khâu bán buôn, lưu kho, chi phí cho bán hàng cao nên giá bán lẻ thường cao hơn bán buôn, việc tăng doanh số của doanh nghiệp thương mại chậm hơn, nhưng lại nhận được thông tin trực tiếp từ người tiêu dùng.

3.2.3. Căn cứ vào phương thức bán

- Bán theo hợp đồng và đơn hàng: Đối với hàng hoá quan trọng, bán với khối lượng lớn và theo yêu cầu của người bán có thể người mua phải ký kết hợp đồng và gửi đơn hàng cho người bán để tạo điều kiện cho người bán chuẩn bị hàng hoá theo yêu cầu của người mua. Trong quá trình thực hiện hợp đồng, hai bên cùng thể hiện trách nhiệm và tôn trọng lợi ích của nhau.

- Thuận mua vừa bán: Đối với hàng hoá không quan trọng có thể mua bán không cần ký kết hợp đồng, không cần gửi đơn hàng.

- Đấu giá: Một số loại hàng hoá cần bán với số lượng lớn, hàng khó tiêu chuẩn hoá, hàng chuyên dùng hoặc theo yêu cầu của các đơn vị mua hàng quy định có thể dùng phương pháp đấu giá để tìm người mua với giá cao nhất.

3.2.4. Căn cứ theo mối quan hệ thanh toán

- Mua đứt bán đoạn: Là mua bán và thanh toán ngay sau khi giao nhận hàng hóa. Hình thức này có ưu điểm là doanh nghiệp thu được tiền ngay, đảm bảo an toàn trong kinh doanh, nhưng cũng gây trở ngại cho những khách hàng không có tiền ngay mà nhất là khi họ không có đủ tiền mà muốn mua trả góp.

- Bán hàng trả chậm, trả góp: Đối với một số hàng hóa thông thường, tiêu dùng rộng rãi, phân tán người ta sử dụng hình thức qua đại lý trả chậm tùy theo từng loại hàng hóa như tivi, tủ lạnh, xe gắn máy... Bán hàng trả chậm, trả góp đang là hình thức bắt đầu được khách hàng ưa chuộng.

3.2.5. Căn cứ theo mức độ truyền thông tin của hàng hóa.

- Bán hàng từ xa: Hiện nay các doanh nghiệp tăng cường bán hàng từ xa có thể qua điện thoại, qua thư điện tử cho người tiêu dùng, tuy doanh số thấp nhưng họ lại nhận được rất nhiều thông tin về nhu cầu thị trường từ phía khách hàng.

- Bán hàng qua môi giới: phù hợp với doanh nghiệp lần đầu tham gia thị trường hoặc thị trường biến động nhanh mà người bán lại có ít kinh nghiệm hoặc thị trường mà việc tuyên truyền quảng cáo gặp nhiều khó khăn.

- Thương mại điện tử: giao dịch nhằm mục đích thương mại được thực hiện bằng các phương pháp điện tử trên Internet.

Trên đây là những hình thức bán hàng tiêu biểu chứ không phải là tất cả. Tùy thuộc đặc điểm hàng hoá, quy mô kinh doanh, môi trường kinh doanh, tiềm năng đội ngũ nhân viên bán hàng mà cơ sở sản xuất, kinh doanh chủ động vận dụng các hình thức bán hàng khác nhau nhằm giữ vững, mở rộng thị trường, tăng nhanh doanh số và lợi nhuận cho doanh nghiệp.

3.3. Soạn thảo hợp đồng mua bán sản phẩm

Trong những năm gần đây, Nhà nước đã thực hiện đường lối đổi mới cơ chế kinh tế với sự thừa nhận đa hình thức sở hữu, đa hình thức kinh doanh. Quá trình đổi mới và hội nhập kinh tế ở nước ta hiện nay đã và đang đạt được những thành tựu nổi bật, nhưng cũng bộc lộ những những vấn đề mới cần giải quyết để tránh gian lận kinh doanh, thương mại.... Vì vậy, đòi hỏi Nhà nước phải có khung pháp lý thương mại hoàn chỉnh để điều chỉnh các hoạt động đó đúng với chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, Hiến pháp và pháp luật của Nhà nước, đó chính là lý do ra đời của Luật Thương mại (năm 1997), Luật Thương mại sửa đổi, bổ sung năm 2005, Luật Dân sự năm 2005... để quy định chi tiết về trách nhiệm dân sự của các cá nhân, đơn vị cũng như quy định đầy đủ về chi tiết mua bán hàng hóa, hợp đồng mua bán sản phẩm...

3.3.1. Khái niệm hợp đồng mua bán sản phẩm

- Mua bán hàng hóa: Là hoạt động thương mại mà bên bán có nghĩa vụ giao hàng, chuyển quyền sở hữu hàng hóa cho bên mua và nhận thanh toán; bên mua có nghĩa vụ thanh toán cho bên bán, nhận hàng và quyền sở hữu hàng hoá theo thỏa thuận (Điều 3-Luật Thương mại 2005).

- Hợp đồng: Là sự thỏa thuận giữa các bên (bên mua, bên bán) nhằm xác lập, thay đổi hoặc chấm dứt các quyền và nghĩa vụ pháp lý giữa các bên với nhau.

Theo điều 428-Bộ luật dân sự thì: Hợp đồng mua bán tài sản là sự thỏa thuận giữa các bên, theo đó bên bán có nghĩa vụ giao tài sản cho bên mua và nhận tiền, còn bên mua có nghĩa vụ nhận tài sản và trả tiền cho bên bán "

Như vậy, để đảm bảo tính pháp lý trong giao dịch thương mại (mua bán), tránh được những tranh chấp dân sự phát sinh thì cơ sở sản xuất khi bán sản phẩm cần thiết phải thiết lập hợp đồng mua bán hàng hóa để xác định rõ các trách nhiệm và làm căn cứ để thực hiện trách nhiệm của mỗi bên.

3.3.2. Đặc điểm của hợp đồng mua bán hàng hóa

Theo quy định của pháp luật thì khi thiết lập hợp đồng mua bán hàng hóa giữa các bên, hợp đồng phải đảm bảo 4 đặc điểm cơ bản sau:

- Mục đích kinh doanh: Nội dung hợp đồng mua bán hàng hóa mang tính thương mại (mua và bán, trao đổi hàng hóa) giữa các bên, do vậy thực chất nội dung công việc mà các bên thỏa thuận trong hợp đồng mang tính kinh doanh.

- Chủ thể của hợp đồng: Chủ thể của hợp đồng mua bán hàng hóa là bên mua và bên bán hàng hóa. Theo quy định của pháp luật thì ít nhất một trong các

bên chủ thể của hợp đồng mua bán hàng hóa là thương nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên và có đăng ký kinh doanh.

Bên cạnh đó, họ là các tổ chức, cá nhân có các hoạt động liên quan đến thương mại hoặc không phải là thương nhân tham gia hợp đồng mua bán không nhằm mục đích lợi nhuận.

- Đối tượng của hợp đồng: Là hàng hóa, sản phẩm nông lâm nghiệp không thuộc danh mục những đối tượng mà nhà nước cấm kinh doanh. Trong hợp đồng hàng hóa phải được xác định rõ (nếu là vật) và phải có căn cứ xác thực chứng minh thuộc quyền sở hữu của bên bán.

- Hình thức của hợp đồng: Có thể được thể hiện bằng lời nói, bằng văn bản:

+ Trường hợp pháp luật không quy định loại hợp đồng đó phải được thể hiện bằng một hình thức nhất định, thì các bên có thể được giao kết bằng lời nói, văn bản cụ thể của các bên. Văn bản hợp đồng có thể do các bên thỏa thuận lập hoặc có thể lập theo mẫu, phụ lục hợp đồng cũng được coi là một trong những hình thức của hợp đồng và có hiệu lực như hợp đồng.

+ Trường hợp pháp luật quy định loại hợp đồng đó phải được thực hiện bằng một hình thức nhất định như văn bản có công chứng hoặc chứng thực, phải đăng ký hoặc xin phép thì phải tuân theo quy định đó.

3.3.3. Nội dung của hợp đồng mua bán hàng hóa

Khi thực hiện soạn thảo hợp đồng mua bán hàng hóa thì nội dung của hợp đồng phải phản ánh đầy đủ các quyền và nghĩa vụ pháp lý của các chủ thể (các bên tham gia hợp đồng) trong quan hệ mua bán hàng hóa. Nội dung của hợp đồng mua bán hàng hóa gồm những điều khoản chủ yếu sau:

1. Tên gọi của hàng hóa

Trong điều khoản này, hàng hóa phải được ghi một cách đầy đủ, rõ ràng, chính xác. Nếu việc mua bán gồm nhiều mặt hàng khác nhau thì phải ghi rõ danh mục của mặt hàng đó, danh mục các loại mặt hàng này có thể được coi là phụ lục của hợp đồng.

2. Số lượng hàng hóa

Đây là một trong những điều khoản quan trọng của hợp đồng bởi vì nó liên quan đến việc xác định rõ đối tượng của hợp đồng mua bán cũng như trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên. Số lượng của hàng hóa có thể được xác định bởi một số liệu cụ thể hoặc có thể được quy định trong một giới hạn.

Ví dụ: số lượng gạo là đối tượng của việc mua bán là 1.000 tấn (2%).

3. Chất lượng của hàng hóa

Đây là điều khoản quan trọng nhất của mọi hợp đồng mua bán hàng hóa, là thỏa thuận của các bên liên quan đến việc xác định chất lượng và cách thức kiểm tra chất lượng của hàng hóa. Thông thường điều khoản này cần phải quy định cụ thể:

Thứ nhất, những yếu tố chủ yếu về quy cách, phẩm chất của hàng hóa và phương pháp xác định.

Thứ hai, nghĩa vụ của các bên trong việc xác định thời gian, địa điểm và cách thức kiểm tra chất lượng. Thông thường địa điểm kiểm tra chất lượng của hàng hóa do các bên tự thỏa thuận có tính đến tính chất của từng loại hàng và điều kiện giao hàng. Hàng hóa có thể kiểm tra toàn bộ hay một phần theo xác xuất tùy theo tính chất của hàng hóa.

4. Thời gian, địa điểm giao hàng

Việc quy định thời gian giao hàng có ý nghĩa hết sức quan trọng không những về mặt pháp lý mà còn trong khía cạnh thương mại và phụ thuộc vào chủng loại hàng hóa, bởi vì hàng hóa vận chuyển xa thì phí vận chuyển thường chiếm tỷ trọng cao trong giá trị của hàng hóa, hàng hóa nông sản, tươi sống thời gian bảo quản thường ngắn....

Việc quy định địa điểm và điều kiện giao hàng do các bên thống nhất quy định.

5. Giá cả

Là điều khoản gắn liền với các điều khoản đối tượng hợp đồng. Giá trong hợp đồng thường được xác định dựa trên những căn cứ như đơn giá, điều kiện cơ sở tính giá, điều khoản bảo lưu về giá hàng hóa... Việc ghi giá cả trong hợp đồng phải được quy định rõ, đúng và chính xác tránh các trường hợp bên mua đề nghị ghi giá thấp hơn hoặc cao hơn.

Nếu ghi giá thấp hơn giá thực tế sẽ dẫn đến việc thất thu thuế của Nhà nước (nếu có), ngược lại nếu ghi giá cao hơn giá thực tế thì dễ dẫn đến bên mua sẽ hưởng một phần chênh lệch giá khi thanh toán với cơ quan, đơn vị.

6. Phương thức thanh toán

Là điều khoản quy định về phương thức và thời hạn thanh toán, điều khoản này cần phải quy định hết sức rõ ràng và chặt chẽ.

Phương thức thanh toán trong hợp đồng phải ghi rõ trả bằng tiền mặt hay chuyển khoản, thanh toán một lần hay nhiều lần, tỷ lệ thanh toán cho mỗi lần...

Thời hạn thanh toán phải được thỏa thuận và ghi rõ ngày giờ thanh toán hoặc khoảng thời gian thanh toán (từ ngày ... đến ngày....) để tránh bất lợi cho bên bán. Trong hợp đồng thời hạn thanh toán không bao giờ sử dụng từ “sau”.

Ví dụ: Trong một hợp đồng mua bán hàng thủy sản giữa 2 công ty quy định rằng bên mua phải thanh toán cho bên bán sau 3 ngày tính từ ngày hàng đến cảng. Rõ ràng thời hạn thanh toán được quy định không rõ ràng như trên hoàn toàn bất lợi cho người bán. Theo điều khoản này thì trong khoảng thời gian 3 ngày sau khi hàng cập cảng, việc thanh toán không thể xảy ra mà việc thanh toán chỉ được thực hiện khi hết thời hạn 3 ngày đó nhưng chính thức vào ngày nào thì không thể xác định được.

7. Bao bì đóng gói

Đối với mỗi loại hàng hóa đòi hỏi phải có một loại bao bì hoặc được đóng gói phù hợp bởi vì bao bì và quy cách đóng gói ảnh hưởng đến chất lượng và nhiều khi đến cả giá cả của hàng hóa. Do vậy, khi thỏa thuận cần phải xác định rõ trong hợp đồng về quy cách bao bì đóng gói, nhãn mác bao bì. Trong trường hợp hợp đồng không có quy định khác, người bán có nghĩa vụ đóng gói bằng cách nào đó để hàng đến nơi an toàn cũng như có thể dễ dàng xếp dỡ.

Trong một số trường hợp người mua có thể từ chối nhận hàng nếu chúng không được đóng gói phù hợp với chỉ dẫn hay tập quán thương mại. Hiện nay ở nhiều nước việc gắn nhãn hiệu lên bao bì được quy định một cách nghiêm ngặt, do vậy người bán nên thỏa thuận về bao bì và đóng gói với người mua khi đàm phán và ký kết hợp đồng.

8. Trách nhiệm vật chất do vi phạm hợp đồng

Đây là điều khoản các bên thỏa thuận mức phạt do chậm thực hiện nghĩa vụ. Ngoài ra các bên nên thỏa thuận điều khoản miễn trừ trách nhiệm trong trường hợp bất khả kháng.

Ví dụ. Trong điều khoản của hợp đồng có ghi: bên bán cam kết giao hàng cho bên mua tại sau 15 ngày kể từ ngày hợp đồng được ký kết, nếu quá ngày trên mà không có lý do chính đáng (thiên tai, bão, lũ,...) thì sẽ bị phạt 10 % giá trị hợp đồng.

9. Các điều khoản khác

Ngoài các điều khoản nêu trên, khi thỏa thuận hợp đồng hai bên cần bàn bạc và đưa vào hợp đồng một số điều khoản khác, tuy nhiên các điều khoản đó không được trái với quy định của pháp luật Việt Nam về thương mại như: thủ tục giải quyết tranh chấp hợp đồng; các thỏa thuận khác (nếu cần)...

3.3.4. Mẫu hợp đồng mua bán hàng hóa

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HÓA****Số: /HĐMB**

- Căn cứ Pháp lệnh Hợp đồng kinh tế ngày 25-9-1989 của Hội đồng Nhà nước (nay là Chính phủ) và các văn bản hướng dẫn thi hành của các cấp, các ngành.

- Căn cứ vào đơn chào hàng (đặt hàng hoặc sự thỏa thuận của hai bên).

Hôm nay, ngày... ..tháng.....năm.....

Tại địa điểm:.....

Chúng tôi gồm:

Bên A

- Tên doanh nghiệp:.....

- Địa chỉ trụ sở chính:.....

- Điện thoại:.....Telex:.....Fax:.....

- Tài khoản số:..... Mở tại ngân hàng:.....

- Đại diện là:..... Chức vụ:.....

- Giấy ủy quyền số:.....(nếu có).

Viết ngày. tháng..... năm.....

do.....chức vụ..... ký.

Bên B

- Tên doanh nghiệp:.....

- Địa chỉ trụ sở chính:.....

- Điện thoại:.....Telex:.....Fax:.....

- Tài khoản số:..... Mở tại ngân hàng:.....

- Đại diện là:..... Chức vụ:.....

Viết ngày. tháng..... năm.....

do.....chức vụ..... ký.

Hai bên thống nhất thỏa thuận nội dung hợp đồng như sau:

Điều 1: Nội dung công việc giao dịch:

1. Bên A bán cho bên B:

| STT | Tên hàng | Đơn vị tính | Số lượng | Đơn giá | Thành tiền (đ) | Ghi chú |
|-----|----------|----------------|-------------|---------|-------------------|---------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Cộng.....

.....

Tổng giá trị (bằng chữ):.....

.....

2. Bên B bán cho bên A:

| STT | Tên hàng | Đơn vị tính | Số lượng | Đơn giá | Thành tiền (đ) | Ghi chú |
|-----|----------|----------------|-------------|---------|-------------------|---------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Cộng.....

Tổng giá trị(bằng chữ):.....

Điều 2: Giá cả:

3. Phương tiện vận chuyển và chi phí vận chuyển do bên..... chịu.

4. Chi phí bốc xếp (mỗi bên chịu một đầu hoặc (do bên chịu).

5. Qui định lịch giao nhận hàng hóa mà bên mua không đến nhận hàng thì phải chịu chi phí lưu kho bãi là.....đồng/ ngày. Nếu phương tiện vận chuyển bên mua đến mà bên bán không có hàng giao thì bên bán phải chịu chi phí thực tế cho việc điều động phương tiện

6. Khi mua hàng, bên mua có trách nhiệm kiểm nhận phẩm chất, quy cách hàng hóa tại chỗ. Nếu phát hiện hàng thiếu hoặc không đúng tiêu chuẩn chất lượng v.v... thì lập biên bản tại chỗ yêu cầu bên bán xác nhận. Hàng đã ra khỏi kho bên bán không chịu trách nhiệm (trừ loại hàng có quy định thời hạn bảo hành).

Trường hợp giao nhận hàng theo nguyên đai, nguyên kiện, nếu bên mua sau khi chở về nhập kho mới phát hiện có vi phạm thì phải lập biên bản và gọi cơ quan kiểm tra trung gian (Vina control) đến xác nhận và phải gửi đến bên bán trong thời hạn 10 ngày tính từ khi lập biên bản. Sau 15 ngày nếu bên bán đã nhận được biên bản mà không có ý kiến gì coi như đã chịu trách nhiệm bồi thường lô hàng đó.

7. Mỗi lô hàng khi giao nhận phải có xác nhận chất lượng bằng phiếu hoặc biên bản kiểm nghiệm; khi đến nhận hàng người nhận phải có đủ:

- Giấy giới thiệu của cơ quan bên mua;
- Phiếu xuất kho của cơ quan bên bán;
- Giấy chứng minh nhân dân.

Điều 6: Bảo hành và hướng dẫn sử dụng hàng hóa:

1. Bên bán có trách nhiệm bảo hành chất lượng và giá trị sử dụng loại hàng..... cho bên mua trong thời gian là:.. tháng tính từ ngày giao hàng.

2. Bên bán phải cung cấp đủ mỗi đơn vị hàng hóa một giấy hướng dẫn sử dụng (nếu cần).

Điều 7: Phương thức thanh toán:

1. Bên A thanh toán cho bên B bằng hình thức.....trong thời gian.....

2. Bên B thanh toán cho bên A bằng hình thức.....trong thời

gian.....

Điều 8: Các biện pháp bảo đảm thực hiện hợp đồng (nếu cần)

Lưu ý: Chỉ ghi ngắn gọn cách thức, tên vật bảo đảm và phải lập biên bản riêng.

Điều 9: Trách nhiệm vật chất trong việc thực hiện hợp đồng:

1. Hai bên cam kết thực hiện nghiêm túc các điều khoản đã thỏa thuận trên, không đơn phương thay đổi hoặc hủy bỏ hợp đồng, bên nào không thực hiện hoặc đơn phương đình chỉ thực hiện hợp đồng mà không có lý do chính đáng thì sẽ bị phạt tới.....
% giá trị phần hợp đồng bị vi phạm (cao nhất là 12 %).

2. Bên nào vi phạm các điều khoản trên đây sẽ phải chịu trách nhiệm vật chất theo quy định của các văn bản pháp luật có hiệu lực hiện hành về phạt vi phạm chất lượng, số lượng, thời gian, địa điểm, thanh toán, bảo hành v.v... mức phạt cụ thể do hai bên thỏa thuận dựa trên khung phạt Nhà nước đã quy định trong các văn bản pháp luật về hợp đồng kinh tế.

Điều 10: Thủ tục giải quyết tranh chấp hợp đồng:

1. Hai bên cần chủ động thông báo cho nhau tiến độ thực hiện hợp đồng. Nếu có vấn đề gì bất lợi phát sinh các bên phải kịp thời thông báo cho nhau biết và tích cực bàn bạc giải quyết (cần lập biên bản ghi toàn bộ nội dung).

2. Trường hợp các bên không tự giải quyết được mới đưa vụ tranh chấp ra tòa án.

Điều 11: Các thỏa thuận khác (nếu cần):

Các điều kiện và điều khoản khác không ghi trong này sẽ được các bên thực hiện theo quy định hiện hành của các văn bản pháp luật về hợp đồng kinh tế.

Điều 12: Hiệu lực của hợp đồng:

Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày..... đến ngày.....

Hai bên sẽ tổ chức họp và lập biên bản thanh lý hợp đồng này sau khi hết hiệu lực không quá 10 ngày. Bên.....có trách nhiệm tổ chức và chuẩn bị thời gian, địa điểm họp thanh lý.

Hợp đồng này được làm thành.....bản, có giá trị như nhau, mỗi bên giữ..... bản, gửi cơ quan.....bản (nếu cần) .

ĐẠI DIỆN BÊN A**Chức vụ:**

Ký tên

(Đóng dấu)

ĐẠI DIỆN BÊN B**Chức vụ:**

Ký tên

(Đóng dấu)

3.3.5. Mẫu hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa

Nhằm khuyến khích gắn sản xuất với chế biến và tiêu thụ nông sản hàng hoá để phát triển sản xuất ổn định và bền vững (bao gồm nông sản, lâm sản, thuỷ sản và muối) với người sản xuất (hợp tác xã, hộ nông dân, trang trại, đại diện hộ nông dân), ngày 24 tháng 6 năm 2002 Chính phủ đã ban hành Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng.

Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg đã quy định rõ:

Hợp đồng sau khi đã ký kết là cơ sở pháp lý để gắn trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp giữa người sản xuất nguyên liệu và các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh, chế biến và xuất khẩu theo các quy định của hợp đồng (Điều 1 của Quyết định).

Hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá phải được ký với người sản xuất ngay từ đầu vụ sản xuất, đầu năm hoặc đầu chu kỳ sản xuất. Trước mắt, thực hiện việc ký kết hợp đồng tiêu thụ đối với các sản phẩm là các mặt hàng chủ yếu để xuất khẩu: gạo, thuỷ sản, chè, cà phê, hồ tiêu, cao su, hạt điều, quả, dâu tằm, thịt,... và các sản phẩm chủ yếu để tiêu dùng trong nước có thông qua chế biến công nghiệp: bông, mía, thuốc lá, cây rừng nguyên liệu cho công nghiệp giấy, công nghiệp chế biến gỗ, sữa và muối... (Điều 2 của Quyết định).

Hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hoá được Ủy ban nhân dân xã xác nhận hoặc phòng công chứng huyện chứng thực (Điều 2 của Quyết định).

Căn cứ vào Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg, ngày 28 tháng 08 năm 2002 Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và PTNT đã ban hành Thông tư số Số: 77/2002/BNN-TT về mẫu hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa như sau:

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**HỢP ĐỒNG TIÊU THỤ NÔNG SẢN HÀNG HOÁ**

Hợp đồng số HĐTT/20.....

- Căn cứ Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg ngày 24 tháng 6 năm 2002 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích tiêu thụ nông sản hàng hoá thông qua hợp đồng.

- Căn cứ biên bản thoả thuận số.....ngày.....tháng.....năm.....giữa Công ty, Tổng công ty, cơ sở chế biến thuộc các thành phần kinh tế với HTX, hộ nông dân, (đại diện hộ nông dân, trang trại, v.v...)

Hôm nay, ngày.....tháng.....năm.....tại.....

Chúng tôi gồm:

1. Tên doanh nghiệp mua hàng (gọi là Bên A)

- Địa chỉ trụ sở chính:

-

Điện

thoại:.....FAX:.....

- Tài khoản số.....Mở tại Ngân

hàng.....

- Mã số thuế

DN

- Đại diện bởi ông (bà): chức

vụ:

(Giấy uỷ quyền số.....Viết

ngày.....tháng.....năm.....bởi ông (bà).....Chức

vụ.....ký).

2. Tên người sản xuất (gọi là Bên B)

- Đại diện bởi ông (bà):.....Chức

vụ:.....

- Địa chỉ

-

Điện

thoại:.....FAX:.....

- Tài khoản số (nếu có).....Mở tại Ngân hàng:.....

- Số CMND:.....cấp ngày.....tháng.....nămtại.....

- Mã số thuế.....(nếu có)

Hai bên thống nhất thoả thuận nội dung hợp đồng như sau:

Điều 1: Bên A nhận mua của Bên B

Tên hàng:.....số lượng

Trong đó:

- Loại:, số lượng, đơn giáthành tiền.....

- Loại:, số lượng, đơn giáthành tiền.....

- Loại:, số lượng, đơn giáthành tiền.....

Tổng trị giá hàng hoá nông sản.....đồng (viết bằng chữ)

Điều 2: Tiêu chuẩn chất lượng và quy cách hàng hoá Bên B phải đảm bảo:

1. Chất lượng hàng theo quy định

2. Quy cách hàng hoá.....

3. Bao bì đóng gói.....

4.

Điều 3: Bên A ứng trước cho Bên B (nếu có)

- Vật tư:

+Tên vật tư....., số lượng....., đơn giáthành tiền.....

+Tên vật tư....., số lượng....., đơn giáthành tiền.....

Tổng trị giá vật tư ứng trước.....đồng (viết bằng chữ)

+ Phương thức giao vật tư

- Vốn:

+Tiền Việt Nam đồng.....Thời gian ứng vốn.....

+Ngoại tệ USD (nếu có):..... Thời gian ứng vốn.....

- Chuyển giao công nghệ:.....

Điều 4: Phương thức giao nhận nông sản hàng hoá.

1. Thời gian giao nhận: Bên A và Bên B thỏa thuận thời gian giao nhận hàng hoá. Bên A thông báo lịch nhận hàng cụ thể cho Bên B trước thời gian thu hoạch ít nhất 5 ngày để Bên B chuẩn bị. Nếu "độ chín" của hàng nông sản sớm lên hay muộn đi so với lịch đã thỏa thuận trước thì Bên B đề nghị Bên A xem xét chung toàn vùng để có thể điều chỉnh lịch giao hàng có lợi nhất cho hai bên.

2. Địa điểm giao nhận: do hai bên thỏa thuận sao cho hàng nông sản được vận chuyển thuận lợi và bảo quản tốt nhất (Trên phương tiện của Bên A tại....., hoặc tại kho của Bên A tại.....)

3. Trách nhiệm của 2 bên:

- Nếu Bên A không đến nhận hàng đúng lịch đã thỏa thuận thì phải chịu chi phí bảo quản nông sản.....đ/ngày và bồi thường thiệt hại% giá trị sản phẩm do để lâu chất lượng hàng hoá giảm sút.

- Nếu địa điểm thỏa thuận giao hàng tại nơi thu hoạch, Bên B có trách nhiệm chuẩn bị đủ hàng. Khi Bên A đến nhận hàng đúng theo lịch mà Bên B không có đủ hàng giao để Bên A làm lỗ kế hoạch sản xuất và lỗ phương tiện vận chuyển thì Bên B phải bồi hoàn thiệt hại vật chất gây ra (bồi thường do hai bên thỏa thuận).

- Khi đến nhận hàng: người nhận hàng của Bên A phải xuất trình giấy giới thiệu hoặc giấy uỷ quyền hợp pháp do Bên A cấp. Nếu có sự tranh chấp về số lượng và chất lượng hàng hoá thì phải lập biên bản tại chỗ, có chữ ký của người đại diện mỗi bên.

- Sau khi nhận hàng: Các bên giao và nhận hàng phải lập biên bản giao nhận hàng hoá xác nhận rõ số lượng, chất lượng hàng có chữ ký và họ tên của người giao và người nhận của hai bên. Mỗi bên giữ một bản.

Điều 5: Phương thức thanh toán.

- Thanh toán bằng tiền mặtđồng hoặc ngoại tệ.....

- Thanh toán bằng khấu trừ vật tư, tiền vốn ứng trướcđồng hoặc ngoại tệ.....

- Trong thời gian và tiến độ thanh toán:.....

Điều 6: Về chia sẻ rủi ro bất khả kháng và biến động giá cả thị trường

1. Trường hợp phát hiện hoặc có dấu hiệu bất khả kháng thì mỗi bên phải thông báo kịp thời cho nhau để cùng bàn cách khắc phục và khẩn trương cố gắng phòng tránh, khắc phục hậu quả của bất khả kháng. Khi bất khả kháng

xây ra, hai bên phải tiến hành theo đúng các thủ tục quy định của pháp luật lập biên bản về tổn thất của hai bên, có xác nhận của UBND xã (huyện) nơi xảy ra bất khả kháng để được miễn trách nhiệm khi thanh lý hợp đồng.

- Ngoài ra, Bên A còn có thể thoả thuận miễn giảm.....% giá trị vật tư, tiền vốn ứng trước cho Bên B theo sự thoả thuận của hai bên.

2. Trường hợp giá cả thị trường có đột biến gây thua thiệt quá khả năng tài chính của Bên A thì hai bên bàn bạc để Bên B điều chỉnh giá bán nông sản hàng hoá cho Bên A so với giá đã ký tại Điều 1 của hợp đồng này.

- Ngược lại, nếu giá cả thị trường tăng có lợi cho Bên A thì hai bên bàn bạc để Bên A tăng giá mua nông sản cho Bên B.

Điều 7: Trách nhiệm vật chất của các bên trong việc thực hiện hợp đồng.

- Hai bên cam kết thực hiện nghiêm túc các điều khoản đã được thoả thuận trong hợp đồng, bên nào không thực hiện đúng, thực hiện không đầy đủ hoặc đơn phương đình chỉ thực hiện hợp đồng mà không có lý do chính đáng thì bị phạt bồi thường thiệt hại vật chất.

- Mức phạt vi phạm hợp đồng về số lượng, chất lượng, giá cả, thời gian và địa điểm phương thức thanh toán do hai bên thoả thuận ghi vào hợp đồng.

+ Mức phạt về không đúng số lượng: (.....% giá trị hoặc..... đ/đơn vị)

+ Mức phạt về không đảm bảo chất lượng.....

+ Mức phạt về không đảm bảo thời gian.....

+ Mức phạt về sai phạm địa điểm.....

+ Mức phạt về thanh toán chậm

Bên A có quyền từ chối nhận hàng nếu chất lượng hàng hoá không phù hợp với quy định của hợp đồng.

Điều 8: Giải quyết tranh chấp hợp đồng.

- Hai bên phải chủ động thông báo cho nhau về tiến độ thực hiện hợp đồng. Những vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng có nguy cơ dẫn tới không đảm bảo tốt cho việc thực hiện hợp đồng, các bên phải kịp thời thông báo cho nhau tìm cách giải quyết. Trường hợp có tranh chấp về hợp đồng thì Ủy ban nhân dân xã có trách nhiệm phối hợp với Hội nông dân Việt Nam cùng cấp và Hiệp hội ngành hàng tổ chức và tạo điều kiện để hai bên thương lượng, hoà giải. Trường hợp có tranh chấp về chất lượng hàng hoá, hai bên mời cơ quan giám định có thẩm quyền tới giám định, kết luận của cơ quan giám định là kết luận cuối cùng.

- Trường hợp việc thương lượng, hoà giải không đạt được kết quả thì các bên đưa vụ tranh chấp ra toà án kinh tế để giải quyết theo pháp luật.

Điều 9: Hiệu lực của hợp đồng.

- Hợp đồng có hiệu lực kể từ ngày.....tháng.....năm.....đến ngày.....tháng.....năm.....

- Mọi sửa đổi, bổ sung (nếu có) liên quan đến hợp đồng này chỉ có giá trị pháp lý khi được sự thoả thuận của các bên và lập thành biên bản có chữ ký của các bên xác nhận.

- Hai bên sẽ tổ chức họp và lập biên bản thanh lý hợp đồng này sau khi hết hiệu lực không quá 10 ngày. Bên mua có trách nhiệm tổ chức và chuẩn bị thời gian, địa điểm họp thanh lý.

- Hợp đồng này được làm thành.....bản, có giá trị như nhau, mỗi bên giữ.....bản.

Đại diện Bên bán (B)

Chức vụ

(Chữ ký và ghi rõ họ tên)

dấu)

Đại diện Bên mua (A)

Chức vụ

(Ký tên và đóng

Xác nhận của UBND xã hoặc Phòng công chứng huyện chứng thực.

B. Câu hỏi và bài tập thực hành

1. Các câu hỏi

Câu hỏi 1: Nêu những sản phẩm chính và công dụng của cây hồi, quế, sả?

Câu hỏi 2. Có mấy hình thức giới thiệu sản phẩm? Nêu ưu, nhược điểm của các hình thức giới thiệu đó?

Câu hỏi 3. Kể tên các chỉ tiêu cần thiết khi lựa chọn địa điểm bán sản phẩm?

Câu hỏi 4. Hợp đồng là gì? tại sao phải thiết lập hợp đồng mua bán hàng hóa?

Câu hỏi 5. Trình bày chủ thể và đối tượng của hợp đồng? cho ví dụ?

2. Các bài thực hành

2.1. Bài thực hành số 1.2.1

Anh (chị) hãy thiết kế tờ rơi để giới thiệu về một trong các sản phẩm từ quế, hồi hoặc sả.

- Mục tiêu: Giúp cho học viên thiết kế và xây dựng được tờ rơi để giới thiệu về một loại sản phẩm từ quế, hồi hoặc sả mà mình đang sản xuất.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 10 tờ

+ Giấy A4: 30 tờ

+ Bút dạ: 10 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (3-4 HV /nhóm) để thực hiện bài tập.

- Nhiệm vụ:

+ Lựa chọn sản phẩm để quảng cáo

+ Xác định và dự kiến những thông tin về sản phẩm để quảng cáo

+ Xây dựng nội dung, hình ảnh để quảng cáo trên giấy A4 và A0

+ Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 60 phút chuẩn bị và 5 phút trình bày.

- Kết quả: Mỗi nhóm có 01 tờ rơi quảng cáo sản phẩm trên giấy A0 và A4.

2.2. Bài thực hành số 1.2.2

Anh (chị) hãy soạn thảo 01 hợp đồng mua bán hàng hóa và 01 hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa theo mẫu đã được giới thiệu với 1 trong 3 loại sản phẩm quế, hồi, sả hoặc cả 3 loại sản phẩm đó.

- Mục tiêu: Giúp cho học viên xác định được chủ thể, đối tượng và nội dung của hợp đồng; soạn thảo được 02 loại hợp đồng (mua bán hàng hóa và tiêu thụ nông sản hàng hóa) theo quy định để có thể áp dụng vào thực tiễn sản xuất kinh doanh của mình.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A4: 300 tờ

+ Bút dạ: 10 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm 2 người, mỗi người đóng vai là người bán và người mua 1 lần để thực hiện bài tập.

- Nhiệm vụ:

+ Lựa chọn sản phẩm để thực hiện bài tập.

+ Phân chia nhiệm vụ, phân vai

- + Thảo luận các nội dung của hợp đồng
- + Soạn thảo và hoàn chỉnh hợp đồng trên giấy A4.
- + Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 240 phút chuẩn bị và 15 phút trình bày kết quả.

- Kết quả: Mỗi nhóm có 02 bản hợp đồng theo mẫu được soạn thảo trên giấy A4 (có thể viết tay hoặc đánh máy).

C. Ghi nhớ:

- Mua bán hàng hóa: Là hoạt động mà bên bán có nghĩa vụ giao hàng, chuyển quyền sở hữu hàng hóa cho bên mua và nhận thanh toán từ bên mua.

- Hợp đồng: Là sự thỏa thuận giữa bên mua và bên bán nhằm lập, thay đổi quyền và nghĩa vụ pháp lý giữa các bên.

- Hợp đồng có thể được thể hiện bằng lời nói hoặc bằng văn bản cụ thể.

Bài 3. Hạch toán sản xuất

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm, ý nghĩa và các nguyên tắc của hạch toán sản xuất.
- Tính được giá thành sản phẩm, doanh thu và hiệu quả của quá trình sản xuất.
- Rèn luyện tính cẩn thận, trung thực trong tính toán.

A. Nội dung:

1. Khái niệm, ý nghĩa và nguyên tắc hạch toán

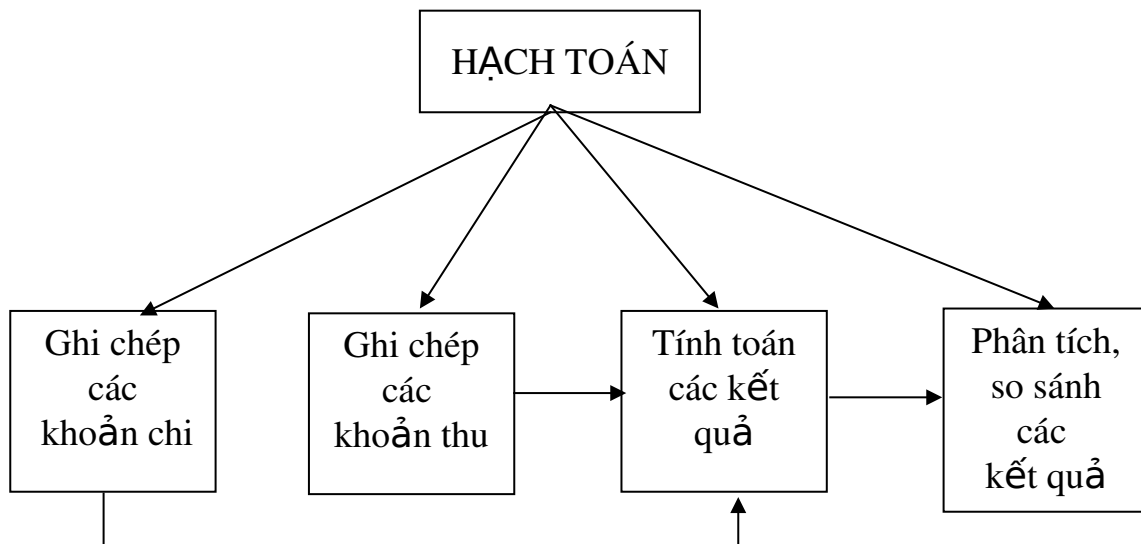
1.1. Khái niệm

Mọi hoạt động sản xuất của cơ sở sản xuất bao giờ cũng có 2 mặt: Chi phí vật tư, kỹ thuật, lao động (đầu vào) và kết quả, lợi nhuận (đầu ra) do hoạt động đó đem lại. Hai mặt này luôn có quan hệ chặt chẽ với nhau, nếu đầu vào mua giá cao sẽ tăng chi phí sản xuất và do đó sẽ làm giảm lợi nhuận, vì vậy hạch toán là phương tiện quan trọng không thể thiếu được để điều chỉnh lựa chọn và hướng sản xuất của cơ sở sản xuất hoạt động có hiệu quả.

Hạch toán sản xuất là một công cụ của quản lý kinh tế nhằm giúp cho cơ sở sản xuất tính toán, phân tích và giám sát mọi khoản thu - chi để sản xuất có lãi, tiết kiệm được vật tư, tiền vốn, công lao động và mở rộng được sản xuất.

Như vậy, hạch toán sản xuất là toàn bộ việc ghi chép, phản ánh đầy đủ các khoản chi phí, thu nhập trong kỳ sản xuất để tổng hợp, tính toán và so sánh kết quả.

Từ khái niệm trên, chúng ta có thể mô tả khái niệm hạch toán theo sơ đồ



1.2. Ý nghĩa của hạch toán

Ý nghĩa chung nhất và tổng hợp nhất của hạch toán sản xuất là tiết kiệm và giảm được chi phí sản xuất, tăng năng suất, sản lượng và lợi nhuận. Cụ thể:

- Hạch toán giúp cơ sở sản xuất có những quyết định đúng đắn, kịp thời trong quá trình điều hành sản xuất, phát huy tính năng động sáng tạo.

- Hạch toán giúp xác định các yếu tố đầu vào hợp lý, tính đúng, tính đủ các khoản chi phí.

- Hạch toán giúp kinh doanh có lãi, tăng tích lũy, phát triển vốn mở rộng sản xuất, nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống.

- Nâng cao trình độ về tổ chức điều hành sản xuất kinh doanh.

1.3. Nguyên tắc hạch toán

Hạch toán sản xuất phải tuân thủ theo 4 nguyên tắc cơ bản sau đây.

1.3.1. Toàn bộ các khoản thu - chi trong hạch toán đều quy ra đồng Việt Nam.

1.3.2. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc tự bù đắp, tự trang trải chi phí sản xuất để sản xuất có lãi và mở rộng sản xuất.

Muốn vậy, cơ sở sản xuất phải tính toán chặt chẽ và cân nhắc thật kỹ lưỡng các khoản đầu tư và chi phí cho từng loại cây trồng, vật nuôi, cho từng sản phẩm, bảo đảm tăng trưởng và sinh lời.

1.3.3. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc bảo toàn và phát triển được vốn.

Vốn là một trong các yếu tố đầu vào quan trọng nhất. Vốn bao gồm cả bằng tiền và tài sản, vật tư, thiết bị, sức kéo trâu bò, đất đai, vườn rừng, vườn cây có sẵn... Trong quá trình sản xuất, hạch toán phải giúp cho cơ sở sản xuất bảo toàn được vốn và làm cho đồng vốn không ngừng tăng lên. Có như vậy thì hoạt động sản xuất của họ mới có thể tiếp tục và mở rộng được.

1.3.4. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc tiết kiệm và có hiệu quả.

Muốn hoạt động sản xuất có được hiệu quả kinh tế cao đòi hỏi cơ sở sản xuất phải quán triệt nguyên tắc tiết kiệm về vật tư, tiền của, thời gian và sức người nhưng vẫn đảm bảo hoàn thành mục tiêu đề ra.

2. Hạch toán chi phí sản xuất

2.1. Khái niệm chi phí sản xuất

Khi tiến hành sản xuất, cơ sở sản xuất phải đầu tư những khoản tiền nhất định để xây dựng nhà xưởng, mua sắm máy móc thiết bị, công cụ, dụng cụ và mua nguyên nhiên liệu, nhân công... nhằm cung cấp các yếu tố đầu vào cho sản xuất. Nhiệm vụ đầu tiên của hạch toán là phải xác định được các khoản chi phí này.

Như vậy, có những chi phí chỉ được sử dụng trong một kỳ sản xuất để tạo ra sản phẩm như: vật tư, nguyên liệu, giống, nhân công các loại... nhưng cũng có những chi phí đầu tư một lần nhưng được sử dụng lâu dài, nhiều lần như: nhà xưởng, máy móc, thiết bị, dụng cụ.

Khái niệm: Chi phí sản xuất kinh doanh là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các khoản chi có liên quan tới việc tạo ra sản phẩm, quản lý sản phẩm và tiêu thụ sản phẩm.

Các khoản chi phí được tổng hợp vào biểu dự toán chi phí dưới đây:

Biểu 1: Dự toán chi phí sản xuất

| STT | Các loại chi phí | Đơn vị tính | Số lượng | Đơn giá (đ) | Thành tiền (đ) |
|-----|------------------|-------------|----------|-------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

- Tổng chi phí sản xuất kinh doanh được tính theo công thức:

$$\text{Tổng chi phí sxkd} = \text{Tổng chi phí khấu hao} + \text{Tổng chi phí biến đổi}$$

2.2. Các loại chi phí sản xuất

Các loại chi phí mà nhà sản xuất đầu tư vào sản xuất kinh doanh là rất khác nhau. Để hạch toán được thuận lợi, dễ thực hiện thì nhiệm vụ đầu tiên của việc hạch toán là phân loại được các chi phí.

- Xét theo yếu tố cấu thành doanh thu có:

(1) Chi phí cố định: Máy móc, dụng cụ, công cụ phân bố giá trị của nó theo thời gian và cho từng sản phẩm (khấu hao tài sản).

(2) Chi phí biến đổi: Giống, phân bón, thuốc trừ sâu dùng vào sản phẩm nào tính cho sản phẩm đó.

(3) Chi phí nhân công: Tất cả các công lao động của gia đình phục vụ sản xuất tính theo giá thị trường, theo giá từng địa phương.

(4) Chi phí khác: Thuế, thủy lợi, vận chuyển, tìm hiểu thị trường, trả lãi vay ngân hàng.

- Xét theo mối quan hệ với các yếu tố cấu thành doanh thu thì thông thường các khoản chi phí sản xuất kinh doanh phát sinh theo hai hình thức, đó là: các khoản chi phí biến đổi (2) và các khoản chi phí cố định (1).

+ Chi phí biến đổi:

Đây là các khoản chi phí tỷ lệ thuận với sản lượng của sản phẩm sản xuất ra, nó sẽ bị thay đổi khi có sự thay đổi về số lượng sản phẩm sản xuất.

Đối với sản xuất kinh doanh đây là các khoản chi phí bằng hiện vật và bằng tiền theo giá thị trường đối với các loại vật tư kỹ thuật. Trong sản xuất nông lâm nghiệp khoản chi phí này gồm: nguyên vật liệu, nhiên liệu, giống, phân bón, thuốc trừ sâu, công lao động, thủy lợi, thuế, cước vận chuyển ...

Những khoản chi phí này có liên quan trực tiếp đến sản lượng đầu ra, nghĩa là khi cơ sở sản xuất tiến hành sản xuất kinh doanh với sản lượng nhiều hơn thì khoản chi phí này cũng tăng theo và ngược lại.

+ Chi phí cố định:

Là các khoản chi phí rất ít hoặc không thay đổi khi số lượng sản phẩm sản xuất thay đổi.

Đối với sản xuất kinh doanh đây là các khoản chi phí bằng hiện vật và bằng tiền theo giá thị trường đối với các tài sản phục vụ cho quá trình sản xuất mà chỉ cần đầu tư một lần nhưng thời gian sử dụng thường dài, qua nhiều chu kỳ sản xuất. Trong sản xuất nông lâm nghiệp khoản chi phí này gồm: nhà xưởng, chuồng trại, máy móc, thiết bị, dụng cụ...

Để có thể hạch toán đúng và chính xác các khoản chi phí này, cơ sở sản xuất cần quan tâm đến đặc điểm cơ bản của các khoản chi phí đó. Đặc điểm cơ bản đó được thể hiện như sau: Đây là các khoản chi phí được cơ sở sản xuất đầu tư một lần nhưng thời gian sử dụng thường dài, qua nhiều chu kỳ sản xuất kinh doanh. Do đó để có thể tính toán chính xác chi phí cố định vào giá thành sản phẩm cần phân bổ chi phí theo thời gian và mức độ sử dụng.

Công thức xác định giá trị hao mòn (mức khấu hao hàng năm) và mức độ hao mòn của các khoản chi phí này như sau :

$$(1) \quad G_{hm} = \frac{G_{bd} + C}{T}$$

$$(2) \quad M_{hm} = \frac{G_{hm}}{G_{bd}} \times 100$$

Trong đó:

G_{hm} : Giá trị hao mòn (đồng /năm)

M_{hm} : Mức độ hao mòn (% /năm)

G_{bd} : Giá trị mua ban đầu của tài sản (đồng)

C : Các khoản chi phí bổ sung nếu có (đồng)

T : Tổng số thời gian sử dụng (năm)

Ví dụ 1: Để phục sảng đất đóng bầu gieo ươm cây giống, gia đình ông A mua 01 máy nghiền đất với giá là 30.000.000 đồng. Với mức độ sản xuất như hiện nay thì thời gian sử dụng trung bình là 10 năm.

Như vậy, giá trị hao mòn mỗi năm là:

$$30.000.000 \text{ đ} : 10 \text{ năm} = 3.000.000 \text{ đ}$$

Và mức độ hao mòn là:

$$(3.000.000 \text{ đ} : 30.000.000 \text{ đ}) \times 100 = 10\% \text{ trong một năm}$$

(giá trị đào thải không đáng kể)

Ví dụ 2: Một hộ trồng Sả mua 01 máy cày Bông Sen về để làm đất. Giá mua 28.000.000 đ. Thời gian sử dụng trong 10 năm. Trong quá trình sử dụng có 05 lần sửa chữa lớn với số tiền là 12.000.000 đ. Hãy tính giá trị hao mòn của máy theo năm sử dụng.

Áp dụng công thức (1) ta có giá trị hao mòn của máy là:

$$(28.000.000 \text{ đ} + 12.000.000 \text{ đ}) : 10 = 4.000.000 \text{ đ/năm}$$

2.3. Phương pháp tính chi phí sản xuất

Chi phí sản xuất được hiểu là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các khoản chi có liên quan tới việc tạo ra sản phẩm, quản lý sản phẩm và tiêu thụ sản phẩm.

Do vậy, tính chi phí sản xuất là cơ sở để hoạch toán giá thành đơn vị sản phẩm, giúp cho cơ sở sản xuất sử dụng tiết kiệm và hiệu quả các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất như vật tư, nguyên liệu, nhiên liệu, lao động, đất đai... nghĩa là phải tìm mọi cách sử dụng đầy đủ và có hiệu quả nhất các yếu tố này để chi phí sản xuất nhỏ nhất.

Đối với sản xuất nông lâm nghiệp khi tính toán các chi phí sản xuất cần phải đề cập đến cả hai loại chi phí biến đổi và chi phí cố định:

- Chi phí bằng hiện vật và bằng tiền theo giá thị trường đối với các loại vật tư kỹ thuật: giống, phân bón, thuốc trừ sâu..., đó là các khoản chi phí thuộc về chi phí biến đổi.

- Chi phí giờ công, ngày công lao động, tiền công lao động bao gồm cả lao động của các thành viên trong hộ gia đình và lao động thuê ngoài, đó là các khoản chi phí thuộc về chi phí biến đổi.

- Chi phí về tài sản, nhà xưởng, thiết bị, dụng cụ, công cụ (chỉ tính phần khấu hao), đó là các khoản chi phí thuộc về chi phí cố định.

* Công thức chung tính chi phí sản xuất kinh doanh: $C_{sxd} = C_k + C_{bd}$

Trong đó:

C_{sxd} : Chi phí sản xuất kinh doanh

C_k : Chi phí khấu hao

C_{bd} : Chi phí biến đổi

Ví dụ 1: Để sản xuất giống cây quế cung cấp cho người dân trong vùng, hộ gia đình ông Nguyễn Văn A đã phải bỏ ra 25.000.000 đồng chi phí biến đổi (mua túi bầu, đất, phân bón, hạt giống, thuốc trừ sâu, thuê lao động và tính cả lao động của gia đình) và 625.000 đồng chi phí khấu hao (dụng cụ, máy bơm nước, xe rùa, bình bơm, vòi tưới...) tính cho 6 tháng/đợt gieo ươm.

Như vậy, chi phí sản xuất kinh doanh là: $C_{sxd} = C_k + C_{bd}$

25.000.000 đồng + 625.000 đồng = 25.625.000 đồng

3. Tính giá thành sản phẩm

3.1. Khái niệm giá thành sản phẩm

Giá thành đơn vị sản phẩm là tập hợp tất cả các chi phí sản xuất biểu hiện dưới hình thái tiền tệ theo giá thị trường đối với từng đơn vị sản phẩm.

Như vậy giá thành đơn vị sản phẩm là chỉ tiêu kinh tế tổng hợp phản ánh hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của cơ sở sản xuất. Nếu giá bán lớn hơn giá thành thì cơ sở sản xuất kinh doanh có lãi và ngược lại nếu giá bán nhỏ hơn giá thành thì cơ sở sản xuất bị lỗ.

3.2. Phương pháp tính giá thành sản phẩm

Đó là toàn bộ chi phí sản xuất bao gồm chi phí cố định, chi phí biến đổi và chi phí khác để sản xuất ra một đơn vị sản phẩm.

Công thức tính giá thành sản phẩm

$$(1) \quad G_t = \frac{TC}{Q}$$

Nếu có giá trị sản phẩm phụ như chất đốt, củi... thì công thức tính giá thành sản phẩm như sau:

$$(2) \quad G_t = \frac{TC - G_p}{Q}$$

Trong đó:

G_t: Giá thành sản phẩm

TC: Tổng chi phí

G_p: Giá trị sản phẩm phụ

Q: Số lượng đơn vị sản phẩm

Ví dụ 1: Để sản xuất 35.000 cây quế giống, hộ gia đình trên đã phải bỏ ra 25.000.000 đồng chi phí biến đổi (mua túi bầu, đất, phân bón, hạt giống, thuốc trừ sâu, thuê lao động và tính cả lao động của gia đình) và 625.000 đồng chi phí khấu hao (dụng cụ, máy bơm nước, xe rùa, bình bơm, vòi tưới...) tính cho 6 tháng/đợt gieo ươm. Hãy tính giá thành một cây quế giống?

Áp dụng công thức 1, giá thành sản phẩm là: $G_t = TC/Q$
 $= (25.000.000\text{đồng} + 625.000\text{ đồng})/35.000\text{ cây} = 732\text{ đồng 1cây}$

Ví dụ 2: Tổng chi phí cho sản xuất 1000 kg lúa nếp nương là 15.500.000 đồng. Khi thu hoạch bán được 500.000 đồng tiền rơm cho các cơ sở trồng nấm. Hãy tính giá thành 01 kg lúa nếp nương?

Áp dụng công thức 2, giá thành 01 kg lúa nếp nương là:
 $= (15.500.000\text{ đ} - 500.000\text{ đ}) : 1000\text{ kg} = 15.000\text{ đ/kg}$

3.3. Một số giải pháp để hạ giá thành sản phẩm

Hạ giá thành sản phẩm vừa là mục tiêu vừa động lực của các nhà sản xuất vì có hạ giá thành sản phẩm thì lãi do sản xuất mới tăng, phù hợp với tâm lý người tiêu dùng.

Xuất phát từ mối quan hệ giữa sản lượng, chi phí và lợi nhuận, các cơ sở sản xuất muốn có lợi nhuận cao phải tăng năng suất và sản lượng, tiết kiệm, giảm chi phí sản xuất. Muốn vậy các cơ sở sản xuất cần thực hiện tốt ba giải pháp vừa cơ bản vừa cụ thể sau:

- Không ngừng nâng cao năng suất và sản lượng cây trồng bằng thâm canh và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật. Mạnh dạn đưa công nghệ mới vào sản xuất.

- Sử dụng có hiệu quả chi phí cố định, giảm mức chi phí cố định cho đơn vị sản phẩm.

- Sử dụng đầy đủ, tiết kiệm và có hiệu quả các chi phí biến đổi, xác định và lựa chọn các yếu tố đầu vào tối ưu.

4. Tính hiệu quả sản xuất

4.1. Xác định doanh thu

Doanh thu của hoạt động sản xuất là toàn bộ các khoản thu từ việc bán các sản phẩm của hoạt động sản xuất kinh doanh mang lại.

Như vậy, doanh thu của cơ sở sản xuất được hình thành từ việc bán các sản phẩm của cơ sở trên thị trường, do đó nó phụ thuộc nhiều vào giá bán sản phẩm và khối lượng sản phẩm hàng hoá mà cơ sở bán ra trên thị trường.

Doanh thu được tính theo công thức: $DT = GB_{sp} \times S_{sp}$

Trong đó:

DT: Doanh thu

GB_{sp} : Giá bán một sản phẩm

S_{sp} : Số lượng sản phẩm bán ra

Ví dụ 1: Hộ sản xuất cây giống quế gieo ươm một vụ được 35.000 cây giống, giá bán bình quân năm 2011 là 1.200 đồng/cây. Như vậy, doanh thu là:

$$DT = GB_{sp} \times S_{sp} = 1.200 \text{ đ/cây} \times 35.000 \text{ cây} = 42.000.000 \text{ đồng}$$

Thông thường giá bán ở cơ sở sản xuất được xác định như sau: Giá bán sản phẩm bằng giá thành sản xuất cộng với chi phí vận chuyển và cộng với 1 tỷ lệ lợi nhuận nhất định. Nếu giá bán xác định theo hướng này trùng với giá bán trên thị trường thì cơ sở sản xuất có lãi và tồn tại được. Ngược lại, cơ sở sản xuất sẽ gặp khó khăn, thậm chí còn có nguy cơ phá sản.

Ví dụ 2: Giá thành sản xuất 1 cây quế giống đủ tiêu chuẩn là 732 đồng, cước phí vận chuyển cho 1.000 cây quế giống đi tiêu thụ là 100.000 đồng, lợi nhuận ấn định cho 1cây quế giống là 368 đ/cây. Hãy tính doanh thu cho hoạt động sản xuất 35.000 cây quế giống trên?

Bài giải:

Ta biết giá thành là 732 đ/cây; cước vận chuyển đi tiêu thụ là 100 đ/cây; lợi nhuận ấn định là 368 đ/cây. Vậy giá bán 1 cây quế giống đủ tiêu chuẩn được xác định là:

$$732 \text{ đ} + 100 \text{ đ} + 368 \text{ đ} = 1.200 \text{ đ/cây}$$

Nếu nhà nước đánh thuế thì chi phí cho 1 cây giống sẽ tăng lên và lợi nhuận sẽ giảm đi. Tuy nhiên, nếu giá bán là 1.200 đ/cây thì hộ gia đình sản xuất được 35.000 cây quế giống sẽ có doanh thu là:

$$35.000 \text{ cây} \times 1.200 \text{ đ/cây} = 42.000.000 \text{ đồng.}$$

4.2. Xác định lợi nhuận (lãi)

Lợi nhuận (lãi) là khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí sản xuất kinh doanh.

Như vậy, lợi nhuận là kết quả cuối cùng của hoạt động sản xuất kinh doanh, là chỉ tiêu chất lượng để đánh giá hiệu quả kinh tế các hoạt động sản xuất kinh doanh của cơ sở sản xuất. Có thể tính lợi nhuận của cơ sở sản xuất như sau:

$$\text{Công thức tính lợi nhuận (lãi): (1) } LN = DT - C_{s\text{xkd}}$$

$$\text{Hoặc: (2) } LN = LN_{sp} \times S_{sp}$$

Trong đó:

LN: Lợi nhuận

DT: Doanh thu

C_{sxxd} : Chi phí sản xuất kinh doanh

LN_{sp} : Lợi nhuận của 1 đơn vị sản phẩm

S_{sp} : Số lượng sản phẩm bán ra

Ví dụ 1: Từ tháng 9/2010 đến 3/2011 gia đình nhà ông Nguyễn Văn A ở Văn Lãng – Lạng Sơn sản xuất được 25.000 cây hồi giống từ hạt. Sau 7 tháng gieo ươm ông đã xuất bán tại vườn và thu được 55.000.000 đồng và chi phí cho quá trình sản xuất hết 24.750.000 đồng. Tính lợi nhuận sau 7 tháng gieo ươm giống hồi của gia đình ông A.

Như vậy, lợi nhuận từ sản xuất giống hồi sau hơn 7 tháng là:

$$\text{Áp dụng công thức (1)} \quad LN = DT - C_{sxxd}$$

$$LN = 55.000.000 \text{ đồng} - 24.750.000 \text{ đồng} = 30.250.000 \text{ đồng.}$$

Ví dụ 2: Từ tháng 9/2010 đến 3/2011 gia đình nhà ông Nguyễn Văn A ở Văn Lãng – Lạng Sơn sản xuất được 25.000 cây hồi giống từ hạt. Sau 7 tháng gieo ươm ông đã xuất bán tại vườn với giá bán bình quân 2.200 đ/cây. Sau khi tính toán bình quân mỗi cây ông lãi 1.210 đồng 1 cây. Tính lợi nhuận sau 7 tháng gieo ươm giống hồi của gia đình ông A.

$$\text{Áp dụng công thức (2)} \quad LN = LN_{sp} \times S_{sp}$$

$$LN = 1.210 \text{ đ/cây} \times 25.000 \text{ cây} = 30.250.000 \text{ đồng}$$

Như vậy lợi nhuận của sản xuất là khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí mà cơ sở sản xuất đã chi ra để có được doanh thu.

- Nếu khoản chênh lệch này lớn hơn không (Lợi nhuận > 0) hoạt động sản xuất kinh doanh của cơ sở sản xuất đang trong đà phát triển và có lãi. Trong trường hợp này cơ sở sản xuất có thể đầu tư mở rộng sản xuất trong kỳ tiếp theo.

- Nếu khoản chênh lệch này bằng không (Lợi nhuận = 0) có nghĩa là hoạt động sản xuất kinh doanh của cơ sở sản xuất không phát triển và họ hòa vốn. Cơ sở sản xuất không nên đầu tư mở rộng sản xuất, cần tìm ra nguyên nhân và các giải pháp khắc phục.

- Nếu khoản chênh lệch này nhỏ hơn không (Lợi nhuận < 0) thì hoạt động sản xuất kinh doanh của cơ sở sản xuất đang trong tình trạng suy thoái và làm ăn thua lỗ. Nếu tình trạng này kéo dài họ phải đóng cửa và ngừng mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của mình.

Như vậy, nhờ có hạch toán kinh doanh, cơ sở sản xuất thấy được một cách chính xác tình hình sản xuất kinh doanh của mình, từ đó có thể đưa ra các

giải pháp hữu hiệu nhằm hạn chế những khó khăn và không ngừng phát huy những mặt tích cực của mình để đạt được hiệu quả cao trong các kỳ kinh doanh tiếp theo.

Để giúp làm rõ hơn và củng cố cách tính hiệu quả sản xuất chúng ta có thể tham khảo ví dụ ở ngành chăn nuôi như sau:

Ví dụ 3: Hộ gia đình ông ĐỖ VĂN CỬ ở Minh Sơn - Hữu Lũng – Lạng Sơn nuôi ong mật dưới tán rừng, năm 2011 gia đình ông nuôi 25 tổ ong. Các khoản thu - chi cho 01 tổ ong như sau:

- Các khoản thu của một tổ ong:
 - + Bán mật ong: 5 chai, mỗi chai giá 45.000 đ;
 - + Đàn ong tách mới: 2 đàn, mỗi đàn bán được 75.000 đ.
- Các khoản chi phí:
 - + Dụng cụ nuôi ong cho 01 tổ: Mái che mưa (sử dụng trong 01 năm) giá 8.000 đ/chiếc; thùng ong, cầu ong, giá đỡ...(sử dụng trong 03 năm) giá 90.000 đ/bộ; thùng quay và lưới lọc mật sử dụng chung cho tất cả các tổ ong (sử dụng trong 10 năm) giá 450.000 đ/bộ.
 - + Giống (sử dụng được trong 3 năm): 90.000 đ/tổ
 - + Đường: 05 kg/1 tổ/1 năm (giá 11.000 đ/kg)
 - + Tiền công; 160.000 đ/tổ/năm
 - + Thuốc chữa bệnh bình quân 8.000 đ/tổ/năm
 - + Chai và nhãn dán: 1.000 đ/chai.

Hãy tính doanh thu và lợi nhuận của hoạt động nuôi ong của gia đình ông ĐỖ VĂN CỬ trong năm 2011?

Như vậy doanh thu cho cả 25 tổ ong trong năm 2011 là:

- Bán mật ong: 5 chai x 45.000 đ/chai x 25 tổ = 5.625.000 đ
- Bán đàn mới: 2 đàn x 75.000 đ/đàn x 25 tổ = 3.750.000 đ

Tổng thu là: 9.375.000 đồng

Tổng chi phí cố định: 995.000 đ (cho năm sản xuất).

- Mái che mưa: 8.000 đ/chiếc x 25 tổ = 200.000 đ
- Thùng, cầu, giá đỡ: 90.000 đ/bộ x 25 tổ/3 năm = 750.000 đ
- Thùng quay và lưới lọc mật: 450.000 đ/bộ/10 năm = 45.000 đ

Tổng chi phí biến đổi: 6.450.000 đ

- Mua giống: 90.000 đ/tổ x 25 tổ/3năm = 750.000 đ
- Mua đường: 5 kg/tổ x 11.000 đ/kg x 25 tổ = 1.375.000 đ
- Tiền công: 160.000 đ/tổ/năm x 25 tổ = 4.000.000 đ
- Chai + nhãn: 1.000 đ/chai x 5 chai /tổ x 25 tổ = 125.000 đ
- Thuốc chữa bệnh: 8.000 đ/tổ/năm x 25 tổ = 200.000 đ

Vậy tổng chi phí là: 995.000 đ + 6.450.000 đ = 7.445.000 đ

Lợi nhuận nuôi ong năm 2011 là: 9.375.000 đ - 7.445.000 đ = 1.930.000 đ

B. Câu hỏi và bài tập thực hành**1. Các câu hỏi**

Câu hỏi 1: Hạch toán sản xuất là gì? Nêu ý nghĩa của hạch toán sản xuất?

Câu hỏi 2. Điền các từ đúng vào chỗ trống trong các câu sau đây?

1. Toàn bộ các khoản thu - chi trong hạch toán đều quy ra.....
2. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc tự bù đắp, tự trang trải chi

phí sản xuất để sản xuất..... và mở rộng sản xuất.

3. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc và phát triển được vốn.

4. Hạch toán sản xuất phải đảm bảo nguyên tắc tiết kiệm và.....

Câu hỏi 3. Nêu khái niệm chi phí sản xuất? liệt kê các loại chi phí sản xuất xét theo yếu tố cấu thành doanh thu? Cho ví dụ?

Câu hỏi 4. Hãy cho biết ý nghĩa của lợi nhuận trong các trường hợp sau đây?

- Lợi nhuận = 0
- Lợi nhuận < 0
- Lợi nhuận > 0

2. Các bài thực hành**2.1. Bài thực hành số 1.3.1**

Anh (chị) hãy phân loại và hạch toán chi phí khấu hao tài sản cố định cho một hoạt động gieo, trồng hồi, quế và sả (bài tập giả định).

- Mục tiêu: Giúp các học viên nắm được phương pháp xác định khấu hao cho một số tài sản, dụng cụ đưa vào sản xuất kinh doanh.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 10 tờ

+ Giấy A4: 30 tờ

+ Bút dạ: 10 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (3-4 HV /nhóm) để tìm hiểu và thực hiện bài tập.

- Nhiệm vụ:

+ Các loại thiết bị, công cụ, dụng cụ phục vụ cho hoạt động giao, trồng

+ Xác định giá của các thiết bị, công cụ, dụng cụ

+ Xác định thời gian sử dụng

+ Chi phí sửa chữa, bảo dưỡng (nếu có)

+ Giá trị còn lại

+ Hạch toán khấu hao, kết quả được ghi chép trên giấy A4 và giấy A0

+ Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 60 phút chuẩn bị và 10 phút trình bày.

- Kết quả: Mỗi nhóm có bản hạch toán khấu hao tài sản cố định trên giấy A0 và A4.

2.2. Bài thực hành số 1.3.2

Anh (chị) hãy hạch toán giá thành cho một hoạt động sản xuất trồng trồng hồi, quế và sả (bài tập giả định).

- Mục tiêu: Giúp các học viên nắm được phương pháp hạch toán giá thành của hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 10 tờ

+ Giấy A4: 30 tờ

+ Bút dạ: 10 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (3-4 HV /nhóm) để tìm hiểu và thực hiện bài tập

- Nhiệm vụ:

- + Thu thập tổng chi phí cho hoạt động sản xuất của sản phẩm
- + Hạch toán giá thành cho một sản phẩm
- + Kết quả được ghi chép trên giấy A4 và giấy A0
- + Đại diện nhóm trình bày kết quả
- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 60 phút chuẩn bị và 10 phút trình bày.
- Kết quả: Mỗi nhóm có bản kết quả trên giấy A0 và A4.

2.3. Bài thực hành số 1.3.3

Anh (chị) hãy hạch toán doanh thu và xác định lợi nhuận cho một hoạt động sản xuất trồng trồng hổi, quế và sả (bài tập giả định).

- Mục tiêu: Giúp các học viên xác định được doanh thu và lợi nhuận của hoạt động gieo, trồng hổi, quế và sả và áp dụng cho các loài cây trồng khác.

- Nguồn lực: Tính cho 1 lớp 30 người

+ Giấy A0: 30 tờ

+ Giấy A4: 90 tờ

+ Bút dạ: 10 chiếc

- Cách thức tiến hành: Làm việc theo nhóm, lớp chia thành các nhóm từ (3-4 HV /nhóm) để tìm hiểu và thực hiện bài tập

- Nhiệm vụ:

+ Tính sản phẩm sản xuất ra bán trên thị trường

+ Xác định giá bán của sản phẩm.

+ Hạch toán doanh thu

+ Hạch toán lợi nhuận

+ Kết quả được ghi chép trên giấy A4 và giấy A0

+ Đại diện nhóm trình bày kết quả

- Thời gian hoàn thành: Mỗi nhóm có 60 phút chuẩn bị và 10 phút trình bày.

- Kết quả: Mỗi nhóm có bản kết quả trên giấy A0 và A4.

C. Ghi nhớ

- Chi phí khấu hao: Là phần giá trị đã hao mòn của chi phí cố định trong quá trình sản xuất kinh doanh.

- Chi phí sản xuất kinh doanh: Là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các khoản chi liên quan tới việc tạo ra sản phẩm, quản lý sản phẩm và tiêu thụ sản phẩm.

- Giá thành sản phẩm: Là tập hợp tất cả các chi phí sản xuất biểu hiện dưới hình thái tiền tệ theo giá thị trường đối với từng đơn vị sản phẩm.

- Hạch toán sản xuất: là toàn bộ việc ghi chép, phản ánh đầy đủ các khoản chi phí, thu nhập trong kỳ sản xuất để tổng hợp, tính toán và so sánh kết quả. Như vậy để hạch toán chính xác thì việc ghi chép, phản ánh đầy đủ các khoản chi phí, thu nhập cần phải đầy đủ và chính xác.

- Chi phí: Là những khoản tiền mà nhà sản xuất phải chi ra để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Chi phí biến đổi: Là những khoản chi phí tỷ lệ thuận với sản lượng của sản phẩm sản xuất ra, nó sẽ bị thay đổi khi có sự thay đổi về số lượng sản phẩm sản xuất.

- Chi phí cố định: Là những khoản chi phí rất ít hoặc không thay đổi khi số lượng sản phẩm sản xuất thay đổi

- Doanh thu: Là toàn bộ các khoản thu từ việc bán các sản phẩm của hoạt động sản xuất kinh doanh trên thị trường.

- Lợi nhuận (lãi): Là khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí sản xuất.

HƯỚNG DẪN GIẢNG DẠY MÔ ĐUN

I. Vị trí, tính chất của mô đun:

- *Vị trí:* Mô đun “Lập kế hoạch sản xuất và tiêu thụ sản phẩm” là mô đun được bố trí giảng dạy đầu tiên trong chương trình dạy nghề “Trồng Quế, Hồi, Sả lấy tinh dầu” trình độ sơ cấp. Việc giảng dạy mô đun này nhằm tạo tiền đề cho việc giảng dạy các mô đun tiếp theo của chương trình. Mô đun cũng có thể được lựa chọn để giảng dạy độc lập trong các chương trình dạy nghề cho lao động nông thôn nhóm nghề Nông lâm nghiệp.

- *Tính chất:* Là mô đun cơ sở, được tích hợp giữa kiến thức và kỹ năng về lập kế hoạch sản xuất, nên tổ chức giảng dạy tại cơ sở đào tạo và tại thị trường trên khu vực để điều tra, thu thập thông tin xác định nhu cầu của thị trường. Thời điểm để tổ chức mô đun nên tiến hành vào đầu mùa vụ sản xuất hoặc trong thời gian thu hoạch, tiêu thụ sản phẩm để nắm bắt được tình hình thực tế của sản xuất và thị trường tiêu thụ sản phẩm.

II. Mục tiêu:

Kết thúc mô đun này người học có khả năng:

- Trình bày được khái niệm cơ bản về thị trường; đặc điểm của sản phẩm quế, hồi, sả lấy tinh dầu; ý nghĩa và các nguyên tắc của hạch toán sản phẩm;

- Thu thập và xử lý được thông tin để xác định nhu cầu của thị trường làm căn cứ lập kế hoạch sản xuất;

- Lập được kế hoạch sản xuất, kế hoạch tiêu thụ sản phẩm phù hợp với điều kiện sản xuất của gia đình, điều kiện tự nhiên và nhu cầu của thị trường;

- Liệt kê được đầy đủ các loại chi phí sản xuất, tính được giá thành sản phẩm, doanh thu và hiệu quả của quá trình sản xuất.

- Có ý thức, trách nhiệm trong công việc và linh hoạt trong tiêu thụ sản phẩm.

III. Nội dung chính của mô đun:

| Mã bài | Tên bài | Loại bài dạy | Địa điểm | Thời lượng | | | |
|--------|------------|--------------|----------|------------|-----------|-----------|----------|
| | | | | Tổng số | Lý thuyết | Thực hành | Kiểm tra |
| MĐ | Bài 1: Lập | Tích | Lớp học | 26 | 10 | 16 | 0 |

| | | | | | | | |
|--------------|---------------------------|----------|---------|----|----|----|----|
| 01- 01 | kế hoạch sản xuất | hợp | | | | | |
| MĐ 01- 02 | Bài 2. Tiêu thụ sản phẩm | Tích hợp | Lớp học | 30 | 8 | 20 | 02 |
| MĐ 01- 03 | Bài 3. Hạch toán sản xuất | Tích hợp | Lớp học | 30 | 12 | 16 | 02 |
| | Kiểm tra hết mô đun | | | 06 | | | 06 |

IV. Hướng dẫn đánh giá kết quả học tập

4.1. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.1.1

Anh (chị) hãy thực hiện việc xây dựng bảng câu hỏi để tiến hành phỏng vấn thu thập thông tin thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản ở địa phương?

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|---|---|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất phù hợp và có khả năng phát triển ở địa phương | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Những thông tin cần thu thập phù hợp và cần thiết cho việc tìm hiểu thị trường | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận. - Dựa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra. |
| <i>Tiêu chí 3:</i> Xác định được đối tượng phỏng vấn | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận. - Dựa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra. |
| <i>Tiêu chí 4:</i> Xây dựng được bảng câu hỏi với các cụm thông tin cần thiết, câu | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi. |

| | |
|---|--|
| hỏi ngắn gọn, rõ ràng và dễ trả lời | - Dựa vào kết quả bảng câu hỏi của nhóm đưa ra |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng đặt câu hỏi, nội dung bảng câu hỏi sát thực tiễn | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra đánh giá thông qua kết quả từng bước. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.2. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.1.2

Anh (chị) hãy thực hiện thiết kế mẫu phiếu điều tra gửi cho người tiêu dùng để thu thập thông tin thị trường về một loại sản phẩm nông lâm sản ở địa phương?

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|--|---|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Xác định được sản phẩm dự định phát triển sản xuất | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Xác định được đối tượng cần điều tra là những đối tượng trực tiếp và gián tiếp sử dụng sản phẩm. | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi. - Dựa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra. |
| <i>Tiêu chí 3:</i> Dự kiến những thông tin cần thu thập: loại sản phẩm, số lượng tiêu thụ, mẫu mã sản phẩm, giá cả, cách thức tiêu thụ.... | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận. - Dựa vào kết quả thảo luận của nhóm đưa ra. |
| <i>Tiêu chí 4:</i> Xây dựng được bảng câu hỏi đầy đủ các thông tin, câu hỏi ngắn gọn, rõ ràng và dễ trả lời | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống. - Dựa vào nội dung bảng câu hỏi của nhóm đưa ra. |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng đặt câu hỏi, nội dung bảng câu hỏi sát thực tiễn và dễ trả lời | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả từng bước. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên |

| | |
|--|---|
| | đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |
|--|---|

4.3. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.1.3

Anh (chị) hãy thực hiện phân tích chiến lược (SWOT) để phục vụ cho việc xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh về một loại sản phẩm nông lâm sản ở địa phương?

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|---|---|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Xác định sản phẩm dự định phát triển sản xuất | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Xác định được các điểm mạnh, yếu, thời cơ, rủi ro có ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm, đặt câu hỏi . - Dựa vào bảng kết quả xác định của nhóm |
| <i>Tiêu chí 3:</i> Phân tích được những ảnh hưởng của các đặc điểm ảnh hưởng đến sản xuất kinh doanh | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống |
| <i>Tiêu chí 4:</i> Xây dựng được 4 chiến lược phát triển theo kết quả phân tích | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống. - Dựa vào kết quả xây dựng chiến lược của các nhóm. |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua sản phẩm của các nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.4. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.1.4

Anh (chị) hãy thực hiện xây dựng kế hoạch sản xuất trồng một trong các loài cây hồi, quế hoặc sả để lấy tinh dầu ?

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|--|---|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Xác định loài cây dự định phát triển sản xuất | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Nêu được lý do để lựa chọn loài cây trồng dựa trên các căn cứ: thông tin thị trường, điều kiện tự nhiên của khu vực, điều kiện sẵn có và dự kiến quy mô phát triển. | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm, đặt câu hỏi để xác định tính chính xác của các căn cứ. - Dựa vào các căn cứ của nhóm đưa ra |
| <i>Tiêu chí 3:</i> Xây dựng được mục tiêu phát triển sản xuất kinh doanh với những tiêu chí cụ thể: loại sản phẩm chính, sản phẩm phụ, quy mô hàng năm... | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống. - Dựa vào các nội dung của mục tiêu của nhóm đưa ra |
| <i>Tiêu chí 4:</i> Lập được kế hoạch sản xuất theo mẫu cho sẵn với các thông tin và số liệu phù hợp với thực tiễn, phù hợp với loài cây trồng | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống. - Dựa vào mẫu biểu kế hoạch sản xuất chung. - Căn cứ vào các nội dung trong kế hoạch của các nhóm để so sánh và đánh giá. |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích về các thông tin cũng như kinh nghiệm thực tiễn trong sản xuất của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả từng bước thực hiện. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.5. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.2.1

Anh (chị) hãy thiết kế tờ rơi để giới thiệu về một trong các sản phẩm từ quế, hồi hoặc sả.

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|-------------------|--------------------|
|-------------------|--------------------|

| | |
|--|--|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Lựa chọn được sản phẩm để quảng cáo | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Xác định được những thông tin cần quảng cáo: tên và chủng loại sản phẩm, công dụng, giá cả, phương thức giao bán hàng, chính sách khuyến mại, các thông tin khác... | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm. - Dựa vào các nội dung thông tin nhóm đưa ra. |
| <i>Tiêu chí 3:</i> Hình ảnh sản phẩm và bố cục hợp lý, đủ nhưng không quá nhiều thông tin, thông tin ngắn gọn và dễ nhớ.. | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống. - Dựa vào sản phẩm tờ rơi của nhóm để đánh giá |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích về các thông tin tính sáng tạo của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.6. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.2.2

Anh (chị) hãy soạn thảo 01 hợp đồng mua bán hàng hóa và 01 hợp đồng tiêu thụ nông sản hàng hóa theo mẫu.

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|---|---|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Lựa chọn được sản phẩm để thực hiện bài tập | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Phân vai và giao nhiệm vụ cho các thành viên trong nhóm gồm: bên bán, bên mua, các cơ quan đại diện khác. Các thành viên hiểu rõ nhiệm vụ của mình trong nhóm. | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận nhóm, đặt câu hỏi cho các thành viên của nhóm. |

| | |
|---|---|
| <i>Tiêu chí 3:</i> Thảo luận và xây dựng được các nội dung của 02 loại hợp đồng theo mẫu cho sẵn với ấn phẩm đã lựa chọn. | Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận, đặt câu hỏi tình huống và dựa vào mẫu hợp đồng. |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và thương thảo của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra nội dung theo mẫu cho sẵn. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.7. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.3.1

Anh (chị) hãy phân loại và hạch toán chi phí khấu hao tài sản cố định cho một hoạt động gieo, trồng hồi, quế và sả (bài tập giả định).

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|---|--|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Phân loại được các chi phí cho hoạt động gieo trồng | - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. - Dựa vào đặc điểm của mỗi loại chi phí để so sánh đánh giá |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Hạch toán được chi phí khấu hao tài sản cố định trong hoạt động gieo trồng | - Căn cứ vào công thức xác định giá trị hao mòn để đánh giá kết quả của mỗi nhóm |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và sự hiểu biết của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.8. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.3.2

Anh (chị) hãy hạch toán giá thành cho một hoạt động sản xuất trồng trồng hồi, quế và sả (bài tập giả định).

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|---|--|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Xác định và tính đúng các chi phí sản xuất (theo giả định của nhóm) | <ul style="list-style-type: none"> - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. - Dựa vào kết quả của nhóm |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Tính đúng giá thành sản phẩm | <ul style="list-style-type: none"> - Dựa vào công thức tính giá thành của sản phẩm để so sánh kết quả bài tập của mỗi nhóm |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và sự hiểu biết và vận dụng kiến thức vào thực tiễn của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

4.9. Đánh giá Bài tập/thực hành 1.3.3

Anh (chị) hãy hạch toán doanh thu và xác định lợi nhuận cho một hoạt động sản xuất trồng trồng hồi, quế và sả (bài tập giả định).

| Tiêu chí đánh giá | Cách thức đánh giá |
|--|---|
| <i>Tiêu chí 1:</i> Hạch toán được doanh thu của 01 hoạt động sản xuất trồng quế, hồi, sả | <ul style="list-style-type: none"> - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm. - Dựa vào công thức tính doanh thu để xem xét tính chính xác của các bài tập nhóm và đưa ra kết luận. |
| <i>Tiêu chí 2:</i> Hạch toán lợi nhuận của 01 hoạt động sản xuất trồng quế, hồi, sả. | <ul style="list-style-type: none"> - Quan sát và theo dõi quá trình thảo luận của nhóm - Dựa vào công thức tính lợi nhuận để so sánh kết quả bài tập của mỗi |

| | |
|---|--|
| | nhóm |
| Cách thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng phân tích và sự hiểu biết và vận dụng kiến thức vào thực tiễn của các thành viên | Quan sát, theo dõi quá trình thực hiện và kiểm tra, đánh giá thông qua kết quả của nhóm. Các nhóm tự đánh giá kết quả và giáo viên đưa ra nhận xét cho từng nhóm và cả lớp |

V. Tài liệu tham khảo

- Lê Đức Sửu, năm 2000 - *Giáo trình Quản lý kinh tế hộ trang trại*, Nhà xuất bản Nông nghiệp.
- Hướng dẫn lập dự án đầu tư lâm sinh-Bộ Nông nghiệp và PTNT, Tổng cục lâm nghiệp, Trung tâm khuyến nông Quốc gia năm 2010, *Nhà xuất bản Nông nghiệp*.
- Tài liệu Kinh tế hộ Nông Lâm nghiệp, năm 1995 - *Chương trình hợp tác Lâm nghiệp Việt Nam – Thụy Điển*, NXB Nông nghiệp.
- Giáo trình quản lý kinh tế hộ, trang trại, năm 2006 - *Dự án Phát triển nông thôn tổng hợp giảm nghèo tỉnh Phú Thọ*.
- Isabel Lecup và Biện Quang Tú, năm 2011- *Phương pháp phân tích thị trường và phát triển kinh doanh...*

DANH SÁCH BAN CHỦ NHIỆM XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DẠY NGHỀ TRÌNH ĐỘ SƠ CẤP NGHỀ: TRỒNG QUẾ, HỒI, SẢ LẤY TINH DẦU

(Theo Quyết định số 874 /QĐ-BNN-TCCB ngày 20 tháng 6 năm 2012
của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn)

1. Chủ nhiệm: Ông Nguyễn Thành Vân - Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc

2. Phó Chủ nhiệm: Bà Đào Thị Hương Lan - Phó trưởng phòng Vụ Tổ chức cán bộ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

3. Thư ký: Ông Nguyễn Quang Chung - Phó trưởng phòng Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc

4. Các Ủy viên

- Ông Nguyễn Khắc Quang, Trưởng phòng Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc

- Ông Nguyễn Tiên Phong, Giáo viên Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc

- Ông Trần Thế Hanh, Phó trưởng khoa Trường Đại học Nông - Lâm Bắc Giang

- Bà Đỗ Thị Tĩnh, Trạm trưởng Trạm Khuyến nông Hữu Lũng, Lạng Sơn./.

**DANH SÁCH HỘI ĐỒNG NGHIỆM THU
CHƯƠNG TRÌNH, GIÁO TRÌNH DẠY NGHỀ TRÌNH ĐỘ SƠ CẤP
NGHỀ: TRỒNG QUẾ, HỒI, SẢ LẤY TINH DẦU**

*(Kèm theo Quyết định số 2034 /QĐ-BNN-TCCB ngày 24 tháng 8 năm 2012
của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn)*

1. Chủ tịch: Ông Nguyễn Văn Thực, Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Phú Thọ

2. Thư ký: Ông Hoàng Ngọc Thịnh, Chuyên viên chính Vụ Tổ chức cán bộ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

3. Các Ủy viên:

- Ông Phùng Huệ Giang, Trưởng phòng Trường Trung học Lâm nghiệp Tây Nguyên

- Ông Trần Minh Cảnh, Phó trưởng khoa Trường Đại học Nông Lâm Bắc Giang

- Bà Trần Thị Tám, Kỹ sư Trạm nghiên cứu sản xuất giống cây Lâm nghiệp Đông Bắc./.