

Chương 4: TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

1. VAI TRÒ ĐẶC ĐIỂM CỦA TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP
2. NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM CỦA CƠ SỞ KINH DOANH NÔNG NGHIỆP
3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP
 - 3.1. Nghiên cứu, dự báo thị trường
 - 3.2. Xác định giá cả tiêu thụ
 - 3.3. Tổ chức mạng lưới tiêu thụ sản phẩm
 - 3.4. Tổ chức thông tin quảng cáo, giới thiệu sản phẩm
 - 3.5. Xây dựng thương hiệu, chỉ dẫn địa lý đối với nông sản

1. VAI TRÒ ĐẶC ĐIỂM CỦA TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

1.1. Vai trò của tiêu thụ sản phẩm trong KDNN

Tiêu thụ sản phẩm là quá trình đưa sản phẩm ra khỏi quá trình sản xuất ra thị trường và đến người tiêu dùng. Vì vậy tiêu thụ sản phẩm vừa có vai trò đối với SXKD NN, vừa có vai trò đến đời sống xã hội....

- Đối với KDNN tiêu thụ sản phẩm là khâu của quá trình KD, có tác động tốt đến quá trình sản xuất và ngược lại.
- Đối với KDNN: Nhanh chóng thực hiện TSX, tránh ứ đọng vốn, rút ngắn tình trạng lưu kho, tránh ảnh hưởng chất lượng sản phẩm...
- Đối với tiêu dùng: cung cấp sản phẩm thiết yếu đến người dân, là nội dung của an ninh nông sản

1.2. Đặc điểm của tiêu thụ sản phẩm trong KDNN

- Sản phẩm NN là sản phẩm sinh học nên có khối lượng lớn, công kênh, dễ bị hư hỏng nếu không chế biến và tiêu thụ kịp thời. Vì vậy sự liên kết giữa SX, CB và TT chặt chẽ, tổ chức tiêu thụ đa dạng, linh hoạt...
- Tính thời vụ của sản xuất nông nghiệp ảnh hưởng rất lớn đến cung, cầu và giá nông sản. Việc chế biến, bảo quản dự trữ có vai trò quan trọng
- Sản phẩm NN và thị trường nông sản mang tính chất vùng, khu vực rõ rệt phụ thuộc vào
- Một bộ phận lớn nông sản được tiêu dùng nội bộ như lương thực, thực phẩm cho đời sống; cây, con giống... cho sản xuất như là các TLSX...

2. NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM CỦA CƠ SỞ KINH DOANH N.NGHIỆP

2.1. Nhóm nhân tố về thị trường

- Nhu cầu thị trường về nông sản phẩm: Nhu cầu theo thị hiếu, tập quán tiêu dùng (gạo, cá...), thu nhập và ngành nghề
- Phương thức cung cấp nông sản: ảnh hưởng mức độ lưu thông nông sản thuận lợi, khó khăn...
- Giá cả thị trường về nông sản và xu hướng biến động cung cầu khi biến động giá: Ảnh hưởng đến cung, cầu NS...theo các chiều khác nhau và theo các loại NS khác nhau

Nhóm nhân tố về thị trường không chỉ tác động đến cung cầu mà còn là các nhân tố ảnh hưởng mức độ thỏa dụng các sản phẩm đó để doanh nghiệp tổ chức cải tiến trong KDNN.

2. NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM CỦA CƠ SỞ KINH DOANH N. NGHIỆP

2.2. Nhóm nhân tố về cơ sở vật chất - kỹ thuật và công nghệ của sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

- Các nhân tố về cơ sở vật chất kỹ thuật gồm: Cơ sở hạ tầng giao thông (đường sá phương tiện vận tải, bến cảng...), hệ thống thông tin liên lạc...
- Các nhân tố về kỹ thuật và công nghệ sản xuất và tiêu thụ nông sản: Kỹ thuật giống, tưới nước, đặc biệt công nghệ sau thu hoạch liên quan đến xay sát, đánh bóng, chế biến tinh bảo quản và vận chuyển các nông sản
- Các nhân tố này ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm, mức độ cung ứng nông sản.

2. NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM CỦA CƠ SỞ KINH DOANH N.NGHIỆP

2.3. Nhóm nhân tố về chính sách vĩ mô

- Nhóm nhân tố này thể hiện vai trò tác động của Nhà nước đến thị trường nông sản.
- Bao gồm các chính sách chủ yếu:
 - + Chính sách kinh tế nhiều thành phần: Khai thác tiềm năng sản xuất và tiêu thụ nông sản phù hợp SXNS phân tán..
 - + Chính sách đầu tư và ứng dụng tiến bộ công nghệ vào sản xuất và tiêu thụ nông sản: Hỗ trợ nông nghiệp
 - + Chính sách giá, bảo trợ sản xuất và tiêu thụ nông sản
 - + Chính sách tiêu dùng nông sản trong nước....

Nhóm nhân tố chính sách chủ yếu tác động theo hướng khuyến khích, hỗ trợ là chủ yếu

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.1. Nghiên cứu và dự báo thị trường

- Nghiên cứu thị trường:

- + Vai trò: Là điều kiện tiên đề cho sản xuất và tiêu thụ nông sản, xác định khả năng tiêu thụ sản phẩm của sơ sở KD
- + Nghiên cứu thị trường, gồm: (1) Nghiên cứu khả năng thâm nhập và mở rộng thị trường của DN, (2) Số lượng, chất lượng, cơ cấu, chủng loại, thời gian và địa điểm tiêu dùng SP, (3) Nghiên cứu các đối tượng cạnh tranh.
- + Phương pháp nghiên cứu: Thông qua biến động giá cả, qua tiếp thị, tổ chức khách hàng...
- Dự báo thị trường: Dự báo theo thời gian, dự báo về khả năng, triển vọng về cung cầu, số lượng, chất lượng...

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.2. Xác định giá cả tiêu thụ

- Vai trò: Làm cơ sở cho hoạt động tiêu thụ, bảo toàn vốn và sản xuất kinh doanh có lãi...
- Phương pháp xác định giá bán cơ sở: Dựa vào chi phí và mức lợi nhuận hợp lý

$$\text{Giá bán} = \text{Chi phí SX} + \text{Chi phí LT} + \text{lợi nhuận hợp lý}$$

- Nhân tố ảnh hưởng đến giá bán thực tế: (1) Quan hệ cung cầu, (2) Tình trạng lạm phát, (3) Trạng thái sản phẩm, (4) Mùa vụ cung cấp nông sản...
- Các biện pháp tiêu thụ sản phẩm giá cao: Điều tiết mùa vụ, cung sản phẩm, đảm bảo chất lượng, an toàn vệ sinh nông sản...

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.3. Tổ chức mạng lưới tiêu thụ sản phẩm

- Vai trò: Là việc lựa chọn các kênh truyền tải nông sản thuận tiện, nhanh chóng đến người tiêu dùng. Vì vậy, với SX đưa SP tiêu thụ giá cao, thuận tiện; với người tiêu dùng kịp thời đảm bảo chất lượng, an toàn...
- Yên cầu: lựa chọn kênh đưa sản phẩm đến người tiêu dùng, nhanh, thuận lợi, chi phí thấp...
- Các kênh phân phối:
 - + Phân phối trực tiếp từ cơ sở SX đến người tiêu dùng tại các cửa hàng của cơ sở, tại chợ và bán rong... Ưu: trực tiếp nắm nhu cầu người tiêu dùng, chi phí thấp, nhanh...phù hợp quy mô nhỏ...
 - + Kênh phân phối trung gian: Qua người thu gom, cơ sở chế biến, các đại lý, bán lẻ... Ưu: chuyên nghiệp, quy mô lớn...

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.4. Tổ chức thông tin quảng cáo, giới thiệu sản phẩm

- Vai trò: Giới thiệu sản phẩm với khách hàng về chất lượng, về những đặc thù mang tính đặc sản của sản phẩm... Nâng cao giá trị sản phẩm...
- Nội dung và phương thức tổ chức: Quảng cáo, hội nghị khách hàng, triển lãm, tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng, phát tờ rơi... Tổ chức cửa hàng giới thiệu sản phẩm, quảng cáo, giới thiệu trên các bao bì, mẫu mã và nhãn sản phẩm; thi tìm hiểu sản phẩm, sử dụng sản phẩm: Nấu ăn,..., tài trợ các hoạt động thể thao, văn hóa quần chúng...

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.5. Xây dựng thương hiệu và chỉ dẫn địa lý đối với nông sản

- Xây dựng thương hiệu:

+ Thương hiệu: Là tài sản vô hình được xây dựng, tích tụ một cách có ý thức trong quá trình phát triển của CSKD. Thương hiệu có vai trò và ý nghĩa lớn, góp phần quyết định thành công của CSKD trong kinh doanh, minh chứng về truyền thống và chất lượng của NS của CSKD.

+ Xây dựng và đăng ký thương hiệu: (1) Để có thương hiệu cần phải xây dựng và đăng ký thương hiệu.

(2) Xây dựng thương hiệu có thể chủ động qua xây dựng quy trình SX, xác định tiêu chuẩn chất lượng... Có thể tự phát nhờ truyền

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.5. Xây dựng thương hiệu và chỉ dẫn địa lý đối với nông sản

- Xây dựng thương hiệu:

+ Xây dựng và đăng ký thương hiệu: (3) Để có thương hiệu pháp lý cần phải đăng ký thương hiệu. Việc đăng ký thương hiệu trong NN Việt nam thường theo cách thứ 2. Đặc ký thương hiệu cho những sản phẩm có truyền thống, có chất lượng, đặc biệt đã trở thành đặc sản như: Nước mắm Phú Quốc, Vải Thanh Hà

(4) Việc đăng ký thương hiệu theo cấp độ quốc gia và quốc tế. Với mỗi cấp độ các thủ tục hành chính và pháp lý được quy định khác nhau...

- Xây dựng và đăng ký chỉ dẫn địa lý:

3. TỔ CHỨC TIÊU THỤ SẢN PHẨM TRONG KINH DOANH NÔNG NGHIỆP

3.5. Xây dựng thương hiệu và chỉ dẫn địa lý đối với nông sản

- **Xây dựng và đăng ký chỉ dẫn địa lý:**
- + Chỉ dẫn địa lý là chỉ dẫn xác định xuất xứ của một sản phẩm từ lãnh thổ một nước thuộc WTO hay một vùng, một khu vực địa lý của nước đó, với điều kiện chất lượng, danh tiếng hay đặc tính đặc thù riêng có của sản phẩm chủ yếu do nguồn gốc địa lý này mang lại...
- + Vai trò: Xây dựng và đăng ký chỉ dẫn địa lý có vai trò như xây dựng và đăng ký thương hiệu.
- + Xây dựng và đăng ký chỉ dẫn địa lý: Việc xây dựng chỉ dẫn địa lý được coi nhẹ hơn, vì phần lớn tiêu chuẩn nông sản do đặc tính địa lý mang lại