

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

**GIÁO TRÌNH  
XÁC ĐỊNH NHU CẦU THỊ  
TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN SẢN  
 PHẨM NÔNG LÂM KẾT HỢP  
MÃ SỐ:MĐ01**

**NGHỀ SẢN XUẤT NÔNG LÂM KẾT HỢP**  
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, Đảng và Nhà nước ta rất quan tâm đến người dân, khuyến khích và tạo mọi điều kiện cho người dân làm giàu, dân có giàu thì nước mới mạnh. Đề án 1956 “Đào tạo nghề cho lao động nông thôn đến năm 2020” của Chính phủ nhằm nâng cao chất lượng lao động nông thôn, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn. Trong điều kiện kinh tế thị trường, hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả là một trong những yêu cầu cấp bách của các ngành nghề trong đó nghề “Sản xuất nông lâm kết hợp” phục vụ công tác đào tạo nghề cho lao động nông thôn thì việc biên soạn tài liệu dùng cho người học nghề trình độ Sơ cấp là hết sức cần thiết.

Giáo trình mô đun “Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp” là một trong những tài liệu phục vụ cho nghề sản xuất nông lâm kết hợp. Giáo trình này được biên soạn một cách ngắn gọn phân bổ hợp lý giữa lý thuyết và thực hành nhằm cung cấp những kiến thức, kỹ năng về xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp.

Để phổ cập kiến thức về xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp trong thực tiễn sản xuất cho nông dân. Chúng tôi xin giới thiệu giáo trình “Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp”. Giáo trình được tổ chức giảng dạy đầu tiên của nghề sản xuất nông lâm kết hợp; Giáo trình này gồm các nội dung chính sau:

Bài 1: Kiến thức cơ bản về thị trường

Bài 2: Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp

Chúng tôi biên soạn giáo trình này với mục đích: Làm giáo trình giảng dạy; Tài liệu cho người học trình độ Sơ cấp nghề; Tài liệu tham khảo cho những người có nhu cầu xác định nhu cầu thị trường, lựa chọn cây trồng, vật nuôi trong hệ thống nông lâm kết hợp.

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 ngày càng hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng giới thiệu giáo trình!

Tham gia biên soạn

1. Ths. Trần Đình Mạnh - Chủ biên

2. Ths. Hoàng Thị Thắm

3. Kỹ sư Trần Quang Minh

## MỤC LỤC

ĐỀ MỤC	TRANG
<b><u>LỜI GIỚI THIỆU</u></b> .....	<b>1</b>
<b><u>MỤC LỤC</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>MÔ ĐUN: XÁC ĐỊNH NHU CẦU THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN SẢN PHẨM NÔNG LÂM KẾT HỢP</u></b> .....	<b>5</b>
Giới thiệu mô đun: .....	5
<b><u>BÀI 1: KIẾN THỨC CƠ BẢN VỀ THỊ TRƯỜNG</u></b> .....	<b>6</b>
Mục tiêu: .....	6
A. Nội dung .....	6
1. Các khái niệm cơ bản .....	6
2. Thị trường và kinh tế thị trường .....	7
3. Marketing .....	10
B. Câu hỏi kiểm tra nhận thức .....	11
C. Ghi nhớ .....	12
<b><u>BÀI 2: XÁC ĐỊNH NHU CẦU THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN SẢN PHẨM NÔNG LÂM KẾT HỢP</u></b> .....	<b>13</b>
Mục tiêu: .....	13
A. Nội dung .....	13
1. Xác định nhu cầu thị trường trong sản xuất nông lâm kết hợp .....	13
2. Lựa chọn sản phẩm sản xuất trong nông lâm kết hợp .....	24
B. Các bước và cách thức thực hiện công việc: .....	25
C. Câu hỏi nhận thức, bài tập và sản phẩm thực hành của học viên .....	27
D. Ghi nhớ .....	27
<b><u>HƯỚNG DẪN GIẢNG DẠY MÔ ĐUN XÁC ĐỊNH NHU CẦU THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN SẢN PHẨM NÔNG LÂM KẾT HỢP:</u></b> .....	<b>28</b>
I. Vị trí, tính chất của mô đun: .....	28
II. Mục tiêu của mô đun: .....	28
III. Nội dung chính của mô đun: .....	28
IV. Hướng dẫn thực hiện bài tập, bài thực hành .....	28
V. Yêu cầu về đánh giá kết quả học tập .....	29
VI. Tài liệu tham khảo .....	30

## **MÔ ĐUN: XÁC ĐỊNH NHU CẦU THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN SẢN PHẨM NÔNG LÂM KẾT HỢP**

**Mã mô đun: MĐ01**

### **Giới thiệu mô đun:**

Mô đun “ Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp” là mô đun khởi đầu của nghề sản xuất nông lâm kết hợp;

Mục tiêu của mô đun giúp người học nắm được những kiến thức cơ bản về thị trường, xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm sản xuất trong nông lâm kết hợp. Qua đó xác định vai trò, trách nhiệm của bản thân người học đối với việc học nghề để tự tạo việc làm và phát triển kinh tế gia đình, địa phương;

Phương pháp học tập: Người học đọc trước tài liệu; nghe giáo viên trình bày bài giảng, suy nghĩ, nhận thức về kiến thức thu nhận được; học viên thảo luận theo nhóm và làm bài tập kiểm tra định kỳ và kiểm tra hết môn;

Phương pháp đánh giá kết quả học tập của mô đun:

- Phương pháp kiểm tra:

+ Lần 1: Sau khi kết thúc bài 1, nội dung kiểm tra bài 1; Hình thức kiểm tra: Lý thuyết; Thời gian kiểm tra 01 giờ.

+ Lần 2: Sau khi kết thúc bài 2, nội dung kiểm tra bài 2; Hình thức kiểm tra: 01 bài tập về xác định nhu cầu thị trường; Thời gian kiểm tra 01 giờ.

+ Kiểm tra hết mô đun: Sau khi kết thúc cả 2 bài, nội dung kiểm tra bài 1 và bài 2; Hình thức kiểm tra: Kết hợp cả lý thuyết và thực hành; Thời gian kiểm tra 02 giờ.

- Nội dung đánh giá:

+ Thời gian tham gia học tập nhiều hơn 80% tổng số giờ qui định

+ Người học phải qua kiểm tra 02 bài định kỳ, 01 bài kiểm tra hết môn và đạt kết quả từ 5 điểm trở lên

+ Trình bày kiến thức, kỹ năng theo mục tiêu mô đun

+ Hình thức kiểm tra: Viết

+ Kết quả kiểm tra đánh giá theo thang điểm 10. Phần lý thuyết chiếm 60%, bài tập thực hành chiếm 40%.

## Bài 1: Kiến thức cơ bản về thị trường

### Mục tiêu:

Học xong bài này học viên có khả năng:

- Trình bày được các khái niệm cơ bản về thị trường, bản chất của thị trường;
- Phân biệt được các đặc trưng của thị trường, chức năng và nhiệm vụ marketing;
- Có tinh thần trách nhiệm, có thái độ cầu thị và tiến bộ, hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm.

### A. Nội dung

#### 1. Các khái niệm cơ bản

##### 1.1. Nhu cầu

Là hình thức thể hiện sự tồn tại (sự sống) và sự vận động của con người trong cuộc sống

##### 1.2. Mong muốn

Là nhu cầu phù hợp với nét tính cách văn hóa của con người (thói quen, đặc điểm tâm sinh lý, giới tính, dân tộc, tôn giáo...)

##### 1.3. Cầu (yêu cầu)

Là mong muốn phù hợp với khả năng thanh toán của con người ở trên thị trường

Nói cách khác: Cầu phải thỏa mãn hai điều kiện từ cả hai phía, phía người mua (người có yêu cầu) và phía người bán (người đáp ứng yêu cầu thông qua trao đổi ở trên thị trường)

##### 1.4. Sản phẩm

Là những hàng hóa, dịch vụ, tiện nghi mà người bán mong muốn và cần đem đáp ứng cho người tiêu dùng



Hình 01: Sản phẩm rau xanh, củ quả và cây giống

### 1.5. Khách hàng

Là những người đi mua sản phẩm trên thị trường để đáp ứng nhu cầu của mình



Hình 02: Khách hàng mua gạo trong siêu thị

### 1.6. Người bán

Là người sở hữu sản phẩm với mong muốn đáp ứng cho khách hàng (người mua) vì mục đích thu lợi

### 1.7. Cung

Là bên bán (một loại sản phẩm tương tự) cùng khối lượng sản phẩm mà họ có thể đáp ứng cho bên cầu

### 1.8. Giá cả

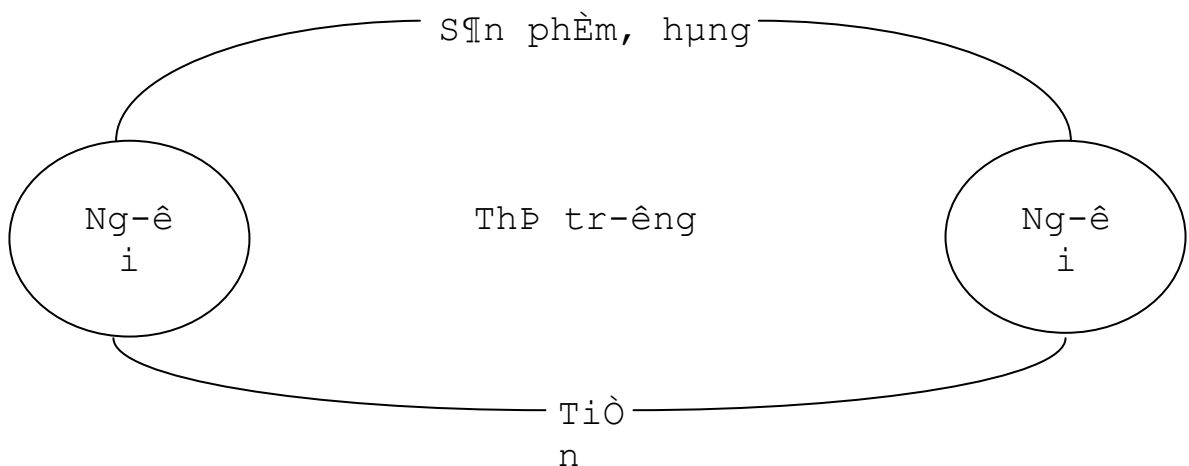
Là biểu hiện bằng tiền của giá trị của sản phẩm, là sự đối thoại giữa sản phẩm với khách hàng.

## 2. Thị trường và kinh tế thị trường

### 2.1. Thị trường

#### 2.1.1. Khái niệm thị trường

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



Hiện nay có rất nhiều khái niệm về thị trường, nhưng ở đây chỉ nêu ra khái niệm chủ yếu:

+ 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.

**\* 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, các quyết định của các công ty về sản xuất cái gì? sản xuất như thế nào?

### 2.1.2. Bản chất của thị trường

Bản chất của thị trường là chịu sự chi phối của các quy luật giá trị, cung cầu, cạnh tranh và quy luật lưu thông tiền tệ.

### 2.1.3. Các loại thị trường:

- Thị trường hàng hoá;
- Thị trường tài chính;
- Thị trường lao động;
- Thị trường bất động sản;
- Thị trường chứng khoán...

### 2.2. Kinh tế thị trường

- Kinh tế thị trường là kinh tế hàng hoá phát triển ở trình độ cao, khi tất cả các quan hệ kinh tế trong quá trình sản xuất xã hội đều được tiền tệ hoá. Cụ thể các yếu tố sản xuất như: Vốn, tài sản, sức lao động, chất xám, các sản phẩm, dịch vụ làm ra đều có giá, mà giá cả hình thành bởi quy luật cung cầu trên thị trường quyết định.

- Những điều kiện của kinh tế thị trường:

+ Tính tự chủ cao của các chủ thể kinh tế, hộ độc lập với nhau và toàn quyền quyết định với hoạt động kinh doanh của mình, sản xuất ra cái gì? Sản xuất như thế nào? Sản xuất cho ai?.

+ Người bán và người mua tự do giao dịch với nhau.

+ Mua bán theo giá cả thị trường.

+ Đảm bảo có đủ thông tin về thị trường.



## 2. 3. Đặc trưng của thị trường cân đối

### 2.3.1. Đặc trưng số 1

- Giá trị trung bình là hạt nhân để vận hành thị trường có lợi cho cả hai (bên bán và mua)
- Giá trị thấp: Dẫn đến cạnh tranh giữa người bán với nhau
- Giá trị cao: Dẫn đến cạnh tranh giữa người mua với nhau.

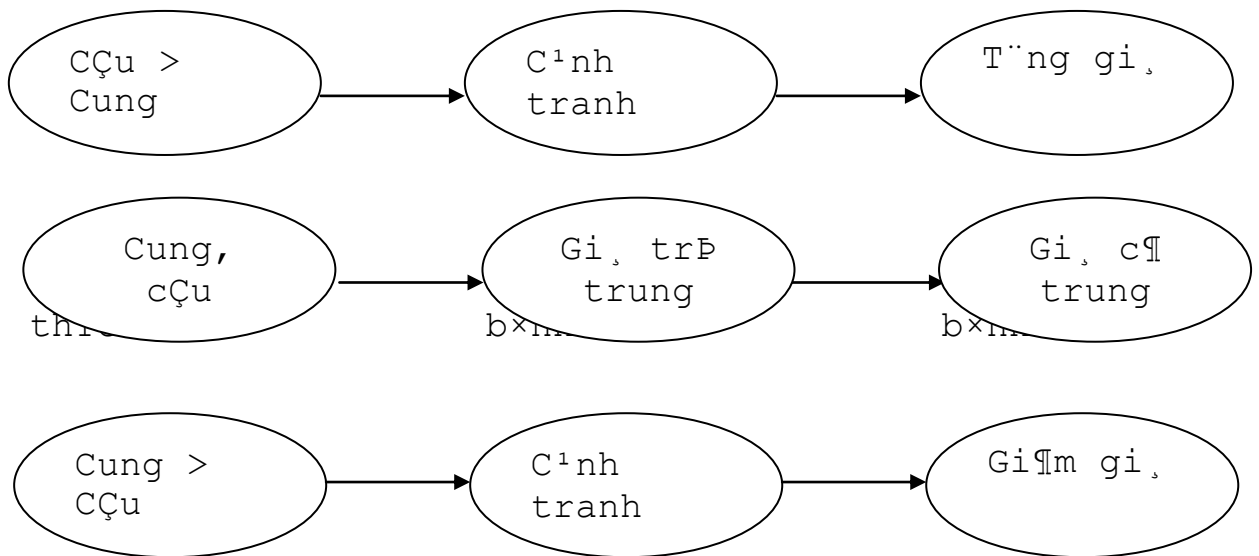
### 2.3.2. Đặc trưng số 2

Giá cả trung bình là hình thức trao đổi cụ thể của giá trị trung bình, giá trị trung bình lại thông qua tác dụng nảy sinh của giá cả trung bình. Vận hành thị trường giao động xây dựng xung quanh giá trị trung bình là đặc trưng thứ hai của thị trường thể cân bằng.

### 2.3.3. Đặc trưng số 3

Cung - cầu thích hợp

#### Sơ đồ 02: Mô tả quan hệ cung cầu



## 2.4. Quy luật và đặc tính cơ bản của thị trường

### 2.4.1. Quy luật cạnh tranh

Trong cơ chế thị trường có nhiều quy luật hoạt động như quy luật cung cầu, quy luật giá trị... nhưng quan trọng và là đặc trưng cơ bản của thị trường là quy luật cạnh tranh.

#### 1) Hoạt động của quy luật cạnh tranh

Trong cơ chế thị trường hàng hoá sản xuất ra là để bán, muốn bán được hàng ai cũng tìm cách để cạnh tranh, giành giật khách hàng chiếm lĩnh thị trường làm sao để hàng của mình bán được nhiều, làm sao người ta chỉ mua

hàng của mình mà không mua hàng của người khác. Nếu bán được hàng là kinh doanh thành đạt, còn nếu không bán được hàng là thua lỗ. Tình trạng ở trên diễn ra phổ biến và ngày càng gay gắt trong cơ chế thị trường.

## 2) Các yếu tố quyết định cạnh tranh

- Một câu hỏi đặt ra: Tại sao người ta mua hàng của người này mà lại không mua hàng của người khác;

- Có 4 yếu tố quyết định thắng lợi của cạnh tranh;

+ Sản phẩm và chất lượng sản phẩm

+ Giá cả

+ Sự tiêu thụ, địa điểm trao đổi

+ Thái độ dịch vụ

### 2.4.2. Quy luật về hiệu quả của sản xuất hàng hoá

Chúng ta đều biết giữa các yếu tố chi phí (hao phí lao động, chi phí vật tư...) và sản lượng cây trồng, vật nuôi có quan hệ chặt chẽ.

Nhưng trong phương thức sản xuất hàng hoá (sản xuất là để bán) điều nông dân quan tâm là đầu tư như thế nào để thu được nhiều lãi (lợi nhuận) nhất trên một đơn vị đầu tư.

## 3. Marketing

### 3.1. Nguyên nhân ra đời Marketing

Vào cuối thế kỷ XIX đầu thế kỷ XX, chủ nghĩa tư bản vấp phải những cuộc khủng hoảng triền miên, việc bán hàng giảm sút nhanh chóng, cạnh tranh giữa những người bán diễn ra gay gắt. Thị trường từ chỗ do người bán khống chế trở thành thị trường do người mua quyết định. Một nhà kinh tế phương tây là Marshal Fiel đã nhận xét "khách hàng bao giờ cũng có lý" hoặc như người ta vẫn nói "người mua là bà Hoàng của người bán". Mặt khác do khoa học công nghệ phát triển như vũ bão, sản phẩm được sử dụng trong xã hội ngày một phong phú và đa dạng hơn, thị hiếu của người tiêu dùng cũng thay đổi nhanh chóng, đã làm cho sản phẩm trở nên lạc hậu, việc bán hàng ngày một khó khăn.

Trải qua gần 1 thế kỷ các nhà tư bản mới dựng ra một hệ thống quan điểm triết lý của nền kinh tế hàng hoá, có thể tóm tắt như sau:

+ Người tiêu dùng chỉ ưu thích những sản phẩm phù hợp với thị trường của họ, tức là:

- Chỉ nên bán cái thị trường cần hơn là nên bán cái mình có

- Người mua là "bà Hoàng" của người bán.

- Người mua nói chung các đòi hỏi của họ luôn đúng

- Người tiêu dùng chỉ ưu thích những sản phẩm có chất lượng với giá cả phải chăng, cách bán hợp lý, tức là thị trường luôn có sự cạnh tranh.

### 3.2. Khái niệm Marketing

Marketing là khoa học nghiên cứu các quy luật cung cầu, giá cả trên thị trường và hệ thống các phương pháp, các nghệ thuật, các thủ đoạn làm cho quá trình sản xuất phù hợp với yêu cầu và đạt hiệu quả kinh tế xã hội cao nhất.

Marketing bắt nguồn từ tiếng Anh "To market" là làm thị trường và "ing" biểu thị sự kết thúc một công việc.

### 3.3. Nhiệm vụ của Marketing

- Làm cho sản xuất phù hợp với tiêu dùng
- Tổ chức tốt lưu thông hàng hoá.

### 3.4. Chức năng của Marketing

#### 3.4.1. Chức năng làm thích ứng sản phẩm với nhu cầu thị trường.

Người sản xuất phải nghiên cứu thị trường và đáp ứng nhu cầu thị trường, phải có chính sách sản phẩm toàn diện và linh hoạt để thích ứng thị trường.

#### 3.4.2. Chức năng phân phối hàng hoá

Bao gồm các hoạt động phân phối hàng hoá đến người tiêu dùng (ché biễn, bán buôn, bán lẻ, đại lý).

#### 3.4.3. Chức năng tiêu thụ hàng hoá

Làm cho người mua vừa lòng, hài lòng, biểu hiện chính sách giá cả khuyến khích người mua và nâng cao nghệ thuật nghiệp vụ bán hàng để hấp dẫn người mua.

#### 3.4.4. Chức năng yểm trợ và khuyến khích trưng

Nhằm lôi kéo khách hàng về phía mình, nâng cao uy tín của hàng hoá và tăng cường khả năng tiêu thụ hàng hoá.

Nội dung: Quảng cáo, giới thiệu sản phẩm, hội trợ, hội thảo, hội nghị khách hàng

**Chú ý:** Các chức năng trên luôn gắn bó có mối quan hệ hữu cơ với nhau. Trong đó chức năng thứ 1 giữ vai trò thứ 1.

### **B. Câu hỏi kiểm tra nhận thức**

Câu 1: Trình bày các khái niệm cơ bản, khái niệm về thị trường và kinh tế thị trường?

Câu 2: Cho biết nhà sản xuất nên tăng hay giảm số lượng sản phẩm trong các trường hợp sau:

- a) Tổng cung > Tổng cầu;
- b) Tổng cung < Tổng cầu;
- c) Tổng cung = Tổng cầu;

Câu 3: Cho biết chức năng của Marketing?

### **C. Ghi nhớ**

- Nhu cầu: Là hình thức thể hiện sự tồn tại (sự sống) và sự vận động của con người trong cuộc sống
- Mong muốn: Là nhu cầu phù hợp với nét tính cách văn hóa của con người (thói quen, đặc điểm tâm sinh lý, giới tính, dân tộc, tôn giáo...)
- Cầu (yêu cầu): Phải thỏa mãn hai điều kiện từ cả hai phía, phía người mua và phía người bán
- Sản phẩm: Là những hàng hóa, dịch vụ, tiện nghi mà người bán mong muốn và cần đem đáp ứng cho người tiêu dùng
- Khách hàng: Là những người đi mua sản phẩm trên thị trường để đáp ứng nhu cầu của mình
- Người bán: Là người sở hữu sản phẩm với mong muốn đáp ứng cho khách hàng (người mua) vì mục đích thu lợi
- Thị trường là nơi gặp nhau giữa người mua và người bán.
- Nhiệm vụ của Marketing;
  - + Làm cho sản xuất phù hợp với tiêu dùng
  - + Tổ chức tốt lưu thông hàng hoá.

## **Bài 2: Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp**

### **Mục tiêu:**

Học xong bài này học viên sẽ:

- Trình bày được khái niệm, mục đích ý nghĩa và trình tự các bước xác định nhu cầu thị trường.
- Lựa chọn được sản phẩm nông lâm kết hợp để tổ chức sản xuất phù hợp với điều kiện tự nhiên và đặc thù của địa phương và nhu cầu của thị trường;
- Có thái độ nhận thức đúng việc lựa chọn sản phẩm

### **A. Nội dung chính**

#### **1. Xác định nhu cầu thị trường trong sản xuất nông lâm kết hợp**

##### **1.1. Khái niệm**

Là quá trình thu thập, xử lý thông tin về khách hàng, các nhà sản xuất để xác định khả năng sản xuất, tiêu thụ một hoặc một số sản phẩm cây trồng, vật nuôi trong sản xuất nông lâm kết hợp

##### **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 xã hội, của vùng và 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, lúa gạo, hay mặt hàng gì?
  - + Loại sản phẩm nào được tiêu thụ ở nông thôn, loại nào qua dịch vụ, bán buôn...
  - + Hàng hoá bán buôn số nào bị cạnh tranh, số nào bị o ép, số nào 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
  - + Tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh của mình, để hạn chế rủi ro.

##### **1.3. Trình tự các bước xác định nhu cầu thị trường**

### 1.3.1. Xác định 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

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:

#### 1) Thông tin về khách hàng

Trong quá trình khảo sát nhu cầu về sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi chúng ta cần thu thập các thông tin sau về khách hàng;

- Khách hàng là ai?
- Khách hàng cần những loại sản phẩm gì?
- Người ta cần bao nhiêu trong một năm?
- Người ta mua ở đâu? Giá cả thế nào? Quy cách, số lượng, chất lượng sản phẩm như thế nào?
- Người ta mua khi nào?
- Nhu cầu về sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi trong tương lai như thế nào? (sự thay đổi của thị trường trong tương lai)

#### 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. Thông tin về đối thủ cạnh tranh cần thu thập:

- Trên thị trường có những nhà sản xuất nào?
- Loại sản phẩm gì?
- Số lượng, chủng loại sản phẩm sản xuất trong 1 năm?
- 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 trông trọng, chăn nuôi ra làm sao? Khả năng tài chính của họ như thế nào?...

#### 3) Thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất

Việc sản xuất nông lâm kết hợp chịu tác động bởi các yếu tố sau:

- Chính sách, chủ trương của Đảng, Nhà nước như: Luật, nghị định, quyết định, thông tư, pháp lệnh, nghị quyết, chiến lược phát triển của ngành, địa phương. Các chính sách, chủ trương của Đảng và Nhà nước sẽ ảnh hưởng đến nhu cầu, hoạt động sản xuất kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm nông lâm kết hợp 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 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.

+ Tác động về mặt kỹ thuật sản xuất; Ví dụ: Khi quyết định 1956 ra đời, nông dân có thể đề nghị các cơ sở dạy nghề đào tạo cho mình những kiến thức về trồng trọt, chăn nuôi trong hệ thống nông lâm kết hợp phù hợp với phương hướng sản xuất kinh doanh hiện nay.

+ Tác động đến cơ sở hạ tầng phục vụ sản xuất: Nhờ chương trình 135 các địa phương được Nhà nước đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng giúp cho việc sản xuất kinh doanh được thuận lợi hơn...

- Nguồn cung cấp đầu vào cho sản xuất nông lâm kết hợp

Nguồn cung cấp đầu vào bao gồm: vốn, lao động kỹ thuật, vật tư, nhiên liệu, cây con giống... Khi sản xuất kinh doanh các nhà sản xuất 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.

- Các rủi ro thường gặp khi sản xuất kinh doanh

Các rủi ro có thể đến từ việc thay đổi các chính sách của Đảng và Nhà nước, mất cắp, chộm, dịch bệnh, lũ lụt, hạn hán, hỏa hoạn...

\* *Chú ý:* Việc xác định nhu cầu thị trường toàn diện thì chúng ta cần có hầu như toàn bộ các thông tin đã giới thiệu ở trên. Nhưng trong thực tế khi xác định nhu cầu thị trường chúng ta chỉ cần một hoặc một số thông tin trên.

### 1.3.2. Xác định nguồn cung cấp thông tin

Sau khi đã xác định được các nguồn thông tin cần thu thập, các nhà xác định nhu cầu thị trường 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;

Việc xác định nguồn cung cấp thông tin hợp lý sẽ giúp cho các nhà 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.

Để thu thập 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:

### 1) Các trung gian và nhà sản xuất kinh doanh cây trồng, vật nuôi

Các trung gian thị trường và các nhà sản xuất cây trồng, vật nuôi 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 cây trồng, vật nuôi.

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) Nông dân

Nông dân cũng là một nguồn cung cấp thông tin về thị trường nông lâm ngư 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 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 ở khu vực lân cận nơi mà họ đã từng làm việc để có được những thông tin về thị trường nông lâm sản.

### 3) Các cán bộ khuyến nông

Cán bộ khuyến nông 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, trong các cuộc họp với sự tham gia của một số nông dân tiêu biểu, thông qua trò chuyện...

### 4) Các nhà nghiên cứu thị trường

Hiện nay, chúng ta vẫn chưa có nhiều nhà nghiên cứu thị trường có kinh nghiệm. 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 kết hợp.

### 5) Sách báo

Thông tin thị trường, đặc biệt là các thông tin về 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 thú vị 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. 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

#### 6) Tạp chí, bản tin

Có rất nhiều tạp chí, bản tin định kỳ cung cấp thông tin và phân tích có ích về thị trường nông lâm sản. 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 Thương mại, Bộ Tài chính và Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đều có các ban thông tin thị trường riêng và xuất bản định kỳ các bản tin. 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 mình.

#### 7) Truyền thanh, truyền hình

Chúng ta có thể tiếp cận thông tin và nắm bắt thị trường giá cả, sản phẩm hàng hóa nông lâm sản qua nghe đài và xem truyền hình thường xuyên. Các đài truyền thanh và truyền hình địa phương thường phát các bản tin chuyên đề về nông lâm nghiệp, kinh tế, cung cấp rất nhiều thông tin hữu ích về thị trường. 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 tiếng nói và đài truyền hình Việt Nam để nắm được lịch phát sóng chính xác của các chương trình.

#### 8) Internet

Internet ngày càng được sử dụng phổ biến trong quá trình thu thập thông tin. Hiện nay, chúng ta có thể truy cập Internet tại bất cứ đâu ở Việt Nam, kể cả ở những vùng sâu, vùng xa. Với một máy tính có thể kết nối Internet, 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 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](http://www.google.com.vn)) . Bằng các từ khóa liên quan đến nhu cầu thông tin, ví dụ “ thị trường lúa gạo” hoặc “thị trường hoa quả” , chúng ta sẽ có một danh sách các trang web có các thông tin liên quan.

### 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. Ví dụ các đoàn thể chính trị xã hội như: Đoàn thanh niên, hội nông dân, hội cựu chiến binh, các câu lạc bộ cùng sở thích, hội phụ nữ, hội làm vườn...

#### 1.3.3. 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 nhằm thu thập đầy đủ các thông tin cần thiết, tiết kiệm thời gian, tiền của và các nguồn lực khác.

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

1) Phương pháp tài liệu: Là phương pháp mà người xác định nhu cầu thị trường sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng, các báo cáo của các nhà sản xuất, các cơ quan quản lý, các văn bản luật, thông tư, nghị định, nghị quyết... của Đảng, Nhà nước, các quy hoạch và chiến lược phát triển của ngành, địa phương, quốc gia để thu thập các thông tin thị trường;

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

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

#### 2) Phương pháp hiện trường

##### a) Phỏng vấn (trung câu ý kiến):

- Phỏng vấn là gì? Là thảo luận (đặt những câu hỏi bán công khai) 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 miên man sang các vấn đề khác không thuộc vấn đề cần tìm hiểu, xác định.

+ Xác định câu hỏi phỏng vấn: Câu hỏi phải chính xác, ngắn gọn, thích hợp với các loại 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

#### b) 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;

- Quan sát trực tiếp là một phương pháp thu thập thông tin quan trọng và nên 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, được mua, bán và kiểm chứng 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,...

#### c) 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. 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.

#### d) Phương pháp khác

- Truyền tin trên đài truyền thanh xã; trong phương pháp này nhà sản xuất kinh doanh cần viết một đoạn thông tin về những thông tin cần thu thập để đọc trên truyền thanh xã và cung cấp một địa chỉ, số điện thoại để người cung cấp thông tin gửi thông tin đến.

- Dùng bản tin khuyến nông: để thông báo những thông tin cần thu thập và để lại một địa chỉ để những người cung cấp thông tin có thể gửi thông tin đến.

- Điều tra thị trường thông qua các tổ chức xã hội: Là phương pháp sử dụng các tổ chức chính trị, xã hội như: Khuyến nông, đoàn thanh niên, 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.

### 1.3.4. 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, thị hiếu của khách hàng cũng như các đối thủ cạnh tranh khác làm cơ sở xác định nhu cầu thị trường, khả năng tiêu thụ sản phẩm trong sản xuất nông lâm kết hợp;

Khi thu thập thông tin chúng ta cần chú ý đến một số vấn đề sau:

- Sử dụng một vài nguồn cung cấp thông tin để thu thập cùng một loại thông tin nhằm kiểm tra độ chính xác và hoàn chỉnh của thông tin.
- Cần khai thác nhiều thông tin từ một nguồn cung cấp thông tin
- Khi thu thập thông tin cần ghi chép rõ những thông tin thu được, địa chỉ, cách liên lạc để có thể liên hệ lại nếu cần thiết.

#### 1.3.5. Xử lý thông tin (số liệu)

Sau khi thu thập thông tin, bước tiếp theo chúng ta tiến hành xử lý các thông tin thu thập được;

Mục đích của việc xử lý thông tin sau khi thu thập là chúng ta kiểm tra lại độ chính xác, hoàn chỉnh của thông tin, phân loại và thống kê các loại thông tin đã thu thập được.

Sản phẩm cuối cùng của bước này là bảng thống kê nhu cầu của khách hàng về các sản phẩm sản xuất từ cây trồng, vật nuôi trong nông lâm kết hợp và bảng thống kê các thông tin về đối thủ cạnh tranh;

**Bảng 01: Bảng thống kê nhu cầu của khách hàng**

Số TT	Họ và tên khách hàng	Các thông tin về khách hàng, sản phẩm						
		Địa chỉ	Sản phẩm	Số lượng mua	Quy cách, chất lượng	Giá mua	Thời điểm mua	Nhu cầu trong tương lai
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)

**Bảng 02: Bảng thông kê thông tin về đối thủ cạnh tranh**

Số TT	Họ và tên đối thủ cạnh tranh	Các thông tin về khách hàng, sản phẩm						
		Địa chỉ	Sản phẩm	Số lượng sản xuất	Quy cách, chất lượng	Giá bán	Nơi bán	Quy mô sản xuất tương lai
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)

### 1.3.6. Xác định khả năng tiêu thụ sản phẩm

Xác định khả năng tiêu thụ sản phẩm trên thị trường chính là quá trình trả lời một số câu hỏi mà nhà sản xuất gặp phải trong quá trình sản xuất, đó là:

- 1) Trồng cây gì? Nuôi con gì?
- 2) Số lượng sản xuất bao nhiêu?
- 3) Quy cách, chất lượng sản phẩm như thế nào?
- 4) Sản xuất ra rồi bán ở đâu?
- 5) Giá bán sản phẩm là bao nhiêu?

Để trả lời cho các câu hỏi ở trên, chúng ta cần tiến hành một số hoạt động sau:

- a) Lập bảng kê khả năng tiêu thụ sản phẩm

**Bảng 03: Bảng kê khả năng tiêu thụ sản phẩm**

Số TT	Sản phẩm	Nhu cầu	Cung	Khả năng tiêu thụ	Ghi chú
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

\* Ghi chú: Bảng 03: Trả lời được câu hỏi 1 và 2

Cột (1): Ghi số thứ tự

Cột (2): Ghi tên các loại sản phẩm (lấy số liệu ở cột 4 - Bảng 01)

Cột (3): Ghi tổng nhu cầu của khách hàng (lấy số liệu ở cột 5 - Bảng 01)

Cột (4): Ghi tổng cung của thị trường (lấy số liệu ở cột 5 - Bảng 02)

Cột (5): Ghi số lượng chênh lệch giữa cột 3 và cột 4

Cột (6): Ghi giải thích nếu cần thiết

b) Lập bảng kê quy cách, chất lượng sản phẩm

**Bảng 04: Bảng kê quy cách, chất lượng sản phẩm**

Số TT	Sản phẩm	Quy cách chất lượng theo thị trường	Quy cách chất lượng của đối thủ cạnh tranh	Quy cách chất lượng dự định sản xuất
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

\* Ghi chú: Bảng 04: Trả lời được câu hỏi 3

Cột (1): Ghi số thứ tự

Cột (2): Ghi tên các loại sản phẩm (xem xét lấy số liệu ở cột (2),(5) - Bảng 03)

Cột (3): Ghi quy cách, chất lượng sản phẩm mà khách hàng yêu cầu (lấy số liệu ở cột 6 - Bảng 01)

Cột (4): Ghi quy cách, chất lượng sản phẩm đối thủ cạnh tranh sản xuất (lấy số liệu ở cột 6 - Bảng 02)

Cột (5): Ghi quy cách sản phẩm mình dự định sản xuất (quy cách chất lượng đáp ứng yêu cầu khách hàng)

c) Lập bảng kê địa điểm và giá bán của sản phẩm

**Bảng 05: Bảng kê địa điểm và giá bán của sản phẩm**

Số TT	Sản phẩm	Địa điểm khách hàng cần	Địa điểm đối thủ bán	Địa điểm dự kiến bán hàng	Giá bán của khách hàng	Giá bán của đối thủ	Giá dự kiến
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

\* **Ghi chú:** Bảng 05: Trả lời được câu hỏi 4 và 5

Cột (1): Ghi số thứ tự

Cột (2): Ghi tên các loại sản phẩm (xem xét lấy số liệu ở cột (2),(5) - Bảng 03)

Cột (3): Ghi các địa điểm mà khách hàng yêu cầu (lấy số liệu ở cột 3 - Bảng 01)

Cột (4): Ghi các địa điểm mà đối thủ cạnh tranh đã bán hàng (lấy số liệu ở cột 8 - Bảng 02)

Cột (5): Ghi địa điểm dự kiến bán hàng (bám vào địa điểm mua hàng của khách)

Cột (6): Ghi giá mà khách hàng dự kiến trả tại khu vực dự kiến bán (lấy số liệu ở cột 7 - Bảng 01)

Cột (7): Ghi giá bán của đối thủ cạnh tranh đang bán tại địa điểm chúng ta dự kiến ((lấy số liệu ở cột 7 - Bảng 02)

Cột (8): Ghi giá bán chúng ta dự kiến tại các địa điểm chúng ta định bán

d) Lập bảng kê khả năng tiêu thụ sản phẩm trên thị trường

**Bảng 06: Bảng kê khả năng tiêu thụ sản phẩm trên thị trường**

Số TT	Sản phẩm	Số lượng sản xuất	Địa điểm tiêu thụ	Quy cách chất lượng	Giá bán
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

\* **Ghi chú:**

Cột (1): Ghi số thứ tự

Cột (2): Ghi tên các loại sản phẩm có thể sản xuất (lấy số liệu ở cột 2,5 - Bảng 03)

Cột (3): Ghi số lượng sản phẩm sản xuất (lấy số liệu ở cột 5 - Bảng 03)

Cột (4): Ghi địa điểm tiêu thụ cho từng loại sản phẩm (lấy số liệu ở cột 5 - Bảng 05)

Cột (5): Ghi quy cách, chất lượng sản phẩm dự định sản xuất (lấy số liệu ở cột 5 - Bảng 04)

Cột (6): Ghi giá bán dự kiến cho các địa điểm khác nhau (lấy số liệu ở cột 8 - Bảng 05)

## 2. Lựa chọn sản phẩm sản xuất trong nông lâm kết hợp.

### 2.1. Sự cần thiết phải lựa chọn sản phẩm trong sản xuất kinh doanh

Trong nền kinh tế thị trường. Với mục tiêu: Sản xuất không chỉ đủ tiêu dùng trong gia đình mà phải tìm kiếm xem loại cây trồng, vật nuôi nào có tính hàng hóa cao, có thể phát triển phù hợp với khả năng và điều kiện tự nhiên trong khu vực nhằm tăng thu nhập cho gia đình.

Như vậy, việc lựa chọn sản phẩm sản xuất kinh doanh trên cơ sở lựa chọn loại cây trồng, vật nuôi trong hệ thống nông lâm kết hợp là rất cần thiết có vai trò quan trọng như:

- Nó quyết định việc đầu tư và sử dụng vốn, lao động, đất đai cơ sở vật chất một cách hợp lý và có hiệu quả;

- Sản xuất nông lâm kết hợp phát triển bền vững tăng tích lũy và tái sản xuất;

### 2.2. Những căn cứ để lựa chọn sản phẩm sản xuất trong nông lâm kết hợp

- Nhu cầu thị trường và thông tin thị trường;

- + Xem thị trường cần gì? Sản phẩm đó bán có chạy không?

- + Số lượng, chủng loại mà thị trường trong nước, nước ngoài cần hiện nay và tương lai?

- + Chất lượng sản phẩm yêu cầu từng loại thị trường?

- + Giá cả nông sản theo chất lượng và thời vụ?

- Căn cứ vào khả năng nguồn lực của nhà sản xuất;

- + Điều kiện tự nhiên: Đất đai, thủy lợi, khí hậu, thời tiết

- + Điều kiện: Vốn, máy móc thiết bị, vườn cây, đàn gia súc, kỹ thuật, lao động...

- Căn cứ vào kinh nghiệm truyền thống sản xuất của địa phương;

- Triển vọng chiếm lĩnh thị trường của các đối thủ cạnh tranh;

- Căn cứ vào cơ chế, chính sách của Đảng và Nhà nước có liên quan đến lĩnh vực sản xuất nông lâm ngư nghiệp;

### 2.3. Cơ cấu sản xuất kinh doanh trong nông lâm kết hợp

- Ngành sản xuất chính: Thường có tỷ trọng hàng hóa cao nhất gắn liền với tên mô hình sản xuất trong nông lâm kết hợp và nó quyết định quy mô kinh tế;

- Ngành sản xuất bổ sung: Lựa chọn để bổ sung hỗ trợ cho ngành sản xuất chính phát triển nhằm khai thác, sử dụng hợp lý đất đai, lao động, tiền vốn mà ngành sản xuất chính chưa sử dụng hết, có tỷ trọng sản phẩm hàng hóa thấp hơn ngành chính;



- Ngành sản xuất phụ: Phục vụ cho ngành chính phát triển, nhằm khai thác sử dụng triệt để hơn nữa về đất đai, lao động, vốn góp phần tăng thu nhập nâng cao đời sống cho mọi thành viên trong gia đình.

#### 2.4. Tiêu chuẩn lựa chọn một số cây trồng vật nuôi phổ biến trong sản xuất NLKH

Sản phẩm sản xuất kinh doanh trong nông lâm kết hợp là nuôi con gì, trồng cây gì để bán sản phẩm thu được.

\* Ví dụ:

+ Bán cây, bán củ, quả, hoa, hạt, thân cây...

+ Bán vật nuôi, sản phẩm thịt, sữa, trứng, giống vật nuôi, phân vật nuôi, bán lấy giống vật nuôi và công vật nuôi đi làm thuê...

##### 2.4.1. Cây lâm nghiệp

- Cây lâu năm: Keo lai; Trám; Mít; Nhãn; Tràm; Dầu rái; Đước; Giẻ; Tre luồng; Phi Lao; Quế; Thông....;

##### 2.4.2. Cây công nghiệp

- Cây: Chè; Cà phê;

##### 2.4.3. Cây ăn quả

- Cam; Quýt; Bưởi; Chanh;

##### 2.4.4. Cây che phủ mặt đất

- Cây che phủ đất: Đậu thiều; Cỏ Ghine; Cỏ Ruzi;

##### 2.4.5. Cây cải tạo đất

- Cây ngắn ngày: Dứa; Lạc dại....

##### 2.4.6. Vật nuôi

- Giống trâu: Việt Nam; Murrahi

- Giống bò: Việt Nam; Bò Lai Sindhi; Bò H'Mông; Bò Hà Lan; Brahman

- Giống dê: Dê cỏ; Dê Bách Thảo

- Giống lợn: Lợn Móng cái; Mừng Khương; Yorkshire; Landrace

- Giống gà: Gà ri; Gà đông tảo; Gà hồ; Gà mía; Gà Tam hoàng; Lương Phượng; Sasso; Kabir; Ai cập;

- Giống vịt: Vịt cỏ; Vịt bầu; Vịt Bắc Kinh; Vịt Khaki Campbell

- Giống cá: Trắm; Trôi; Chép; Mè; rô phi....;

- Giống ong mật;

#### **B. Các bước và cách thức thực hiện công việc:**

*Xác định nhu cầu thị trường*

Bước 1: Xác định thông tin cần thu thập;

- 1) Thông tin về khách hàng
- 2) Thông tin về đối thủ cạnh tranh
- 3) Thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất

Bước 2: . Xác định nguồn cung cấp thông tin;

- 1) Nhà sản xuất kinh doanh và những người mua, bán các sản phẩm từ cây trồng, vật nuôi
- 2) Nông dân
- 3) Các cán bộ khuyến nông
- 4) Các nhà nghiên cứu thị trường
- 5) Sách báo
- 6) Tạp chí, bản tin
- 7) Truyền thanh, truyền hình
- 8) Internet
- 9) Các nguồn thông tin khác

Bước 3: Xác định phương pháp thu thập thông tin

- 1) Phương pháp tài liệu
- 2) Phương pháp hiện trường
  - a) Phỏng vấn (trung cầu ý kiến)
  - b) Quan sát
  - c) Phiếu điều tra
  - d) Phương pháp khác

Bước 4: Thu thập thông tin thị trường

Bước 5. Xử lý thông tin (số liệu)

Bước 6: Xác định khả năng tiêu thụ sản phẩm

Xác định khả năng tiêu thụ sản phẩm trên thị trường chính là quá trình trả lời một số câu hỏi mà nhà sản xuất gặp phải trong quá trình sản xuất, đó là:

- 1) Trồng cây gì? Nuôi con gì?
- 2) Số lượng sản xuất bao nhiêu?
- 3) Quy cách, chất lượng sản phẩm như thế nào?
- 4) Sản xuất ra rồi bán ở đâu?
- 5) Giá bán sản phẩm là bao nhiêu?

Bước 7: Hoạt động sau khi xác định nhu cầu thị trường

### C. Câu hỏi nhận thức, bài tập và sản phẩm thực hành của học viên

#### 1) Câu hỏi kiểm tra nhận thức

Câu 1: Nêu mục đích, ý nghĩa của việc xác định nhu cầu thị trường?

Câu 2: Cho biết các nguồn cung cấp thông tin về thị trường sản xuất kinh doanh cây trồng, vật nuôi?

Câu 3: Nêu những căn cứ để lựa chọn sản phẩm sản xuất trong nông lâm kết hợp?

#### 2) Bài tập và sản phẩm thực hành của học viên

Bài tập	Hình thức thực hiện	Thời gian	Kết quả và sản phẩm
1. Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm trong sản xuất kinh doanh nông lâm kết hợp	Nhóm	28 giờ	- Khả năng tiêu thụ sản phẩm cây trồng, vật nuôi trong nông lâm kết hợp

### D. Ghi nhớ

Xác định nhu cầu thị trường là quá trình thu thập thông tin và xử lý dữ liệu về khách hàng, đối thủ cạnh tranh, thị trường để sản xuất kinh doanh trong nông lâm kết hợp đạt hiệu quả về mặt kinh tế, xã hội và môi trường;

## HƯỚNG DẪN GIẢNG DẠY MÔ ĐUN MÔ ĐUN: XÁC ĐỊNH NHU CẦU THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN SẢN PHẨM NÔNG LÂM KẾT HỢP

### I. Vị trí, tính chất của mô đun:

- Đây là mô đun khởi đầu của nghề sản xuất nông lâm kết hợp, được giảng dạy đầu tiên cho các học viên tham gia học nghề sản xuất nông lâm kết hợp;

- Mô đun này cung cấp cho học viên những kiến thức, kỹ năng về xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp;

### II. Mục tiêu của mô đun:

*Kết thúc mô đun này người học sẽ:*

Xác định được nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp;

### III. Nội dung chính của mô đun:

Mã bài	Tên các bài trong mô đun	Loại bài dạy	Địa điểm	Thời lượng			
				Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Kiểm Tra *
MĐ01- 01	Kiến thức cơ bản về thị trường	Tích hợp	Lớp học	12	3	8	1
MĐ01- 02	Xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm nông lâm kết hợp	Tích hợp	Lớp học hiện trường	40	9	30	1
	<i>Kiểm tra hết mô đun</i>			4			4
	<b>Cộng</b>			<b>56</b>	<b>12</b>	<b>38</b>	<b>6</b>

\* Ghi chú: *Kiểm tra tích hợp giữa lý thuyết và thực hành nên thời gian kiểm tra được tính trong tổng số giờ thực hành.*

### IV. Hướng dẫn thực hiện bài tập, bài thực hành

#### 4.1. Các hoạt động

- 1) Học viên đọc tài liệu trước
- 2) Nghe giáo viên trình bày (hướng dẫn ban đầu)
- 3) Chia nhóm trao đổi thảo luận câu hỏi, bài tập thực hành (4 – 5 nhóm)

4) Thực hành xác định nhu cầu thị trường và lựa chọn sản phẩm sản xuất trong nông lâm kết hợp

#### 4.2. Điều kiện cơ sở vật chất, nguyên vận liệu

- 1) Phòng học, hiện trường tham quan học tập
- 2) Giấy A<sub>0</sub>; Giấy A<sub>4</sub>; Bút dạ; Thước kẻ; Máy tính tay;

Nguyên vật liệu	Số lượng
- Giấy A <sub>0</sub>	56 tờ
- Giấy A <sub>4</sub>	0,5gam
- Bút dạ	24 cái
- Thước kẻ	7 cái
- Máy tính tay	7 chiếc
- Băng dán giấy	2 cuộn

2) Phiếu phỏng vấn, sổ ghi chép;

3) Bản mẫu bảng kê thu tập thông tin (thị trường, sản phẩm, khách hàng, đối thủ cạnh tranh)

#### V. Yêu cầu về đánh giá kết quả học tập

Tiêu chí đánh giá	Cách thức đánh giá
Thông tin về khách hàng	Kiểm tra danh sách các thông tin khách hàng
Thông tin về đối thủ cạnh tranh	Kiểm tra danh sách các thông tin đối thủ cạnh tranh
Nguồn cung cấp thông tin	Kiểm tra sự phù hợp giữa các nguồn cung cấp thông tin
Thu đủ thông tin, nguồn thông tin đảm bảo	So sách các thông tin đã thu, cần thu
Bảng kê đầy đủ nhu cầu và thông tin đối thủ cạnh tranh	Kiểm tra, đối chiếu
Lựa chọn được loài cây trồng, vật nuôi trong nông lâm kết hợp	Kiểm tra, đối chiếu các thông tin với khả năng thiêu thụ sản phẩm

## **VI. Tài liệu tham khảo**

1. Năm 1993. *Kinh tế trang trại gia đình trên Thế giới và Châu Á*, NXB Khoa học xã hội.
2. Năm 1995. *Kinh tế hộ Nông, Lâm nghiệp*, Nhà xuất bản Nông nghiệp.
3. Năm 1997. *Kinh tế hộ, lịch sử và triển vọng phát triển*, Nhà xuất bản Khoa học xã hội .
4. GS-TS. Đỗ Hoàng Toàn Viện Đại học mở Hà Nội, 1997. *Marketing* .
5. Năm 1999. *Tài liệu tập huấn Khuyến Nông*, NXB Nông nghiệp.
6. Năm 1999. *Hỏi - đáp về luật kinh tế của luật gia, Luật doanh nghiệp*. NXB Chính trị Quốc gia .
7. Năm 2000. Lê Đức Sửu . *Giáo trình Quản lý kinh tế hộ trang trại*, nhà xuất bản Nông nghiệp.

**DANH SÁCH BAN CHỦ NHIỆM XÂY DỰNG  
CHƯƠNG TRÌNH DẠY NGHỀ TRÌNH ĐỘ SƠ CẤP**

*(Kèm theo Quyết định số 2744 /BNN-TCCB ngày 15 tháng 10 năm 2010  
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:** Ông Nguyễn Ngọc Thụy - Trưởng phòng Vụ Tổ chức cán bộ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
- 3. Thư ký:** Ông Nguyễn Quang Chung - Phó giám đốc Trung tâm Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc
- 4. Các ủy viên:**
  - Ông Nguyễn Tiên Phong, Giáo viên Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc
  - Bà Lê Thị Tình, Giáo viên Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Phú Thọ
  - Bà Nguyễn Thị Duyên, Giáo viên Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Đông Bắc
  - Ông Nguyễn Kế Tiếp, Chuyên viên Trung tâm Khuyến nông Khuyến ngư Quốc gia./.

**DANH SÁCH HỘI ĐỒNG NGHIỆM THU  
CHƯƠNG TRÌNH, GIÁO TRÌNH DẠY NGHỀ TRÌNH ĐỘ SƠ CẤP**

*(Theo Quyết định số 3495 /QĐ-BNN-TCCB ngày 29 tháng 12 năm 2010  
của Bộ trưởng 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:** Bà Đào Thị Hương Lan - Phó trưởng phòng Vụ Tổ chức cán bộ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
- 3. Các ủy viên:**
  - Ông Phan Thanh Minh, Trưởng khoa Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Nam Bộ
  - Bà Phạm Thanh Thủy - Phó trưởng khoa Trường Cao đẳng nghề Công nghệ và Nông Lâm Phú Thọ
  - Ông Nguyễn Tuấn Hào - Viện nghiên cứu cây nguyên liệu giấy Phù Ninh./.