

# KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ VÀ ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM



- **Mô đun 6: TIÊU THỤ SẢN PHẨM HOA**
- **Nghề đào tạo: TRỒNG HOA CÔNG NGHỆ CAO**
- **Trình độ: SƠ CẤP 3**



# MỤC TIÊU

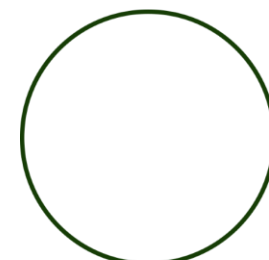
- ✓ Liệt kê được các hình thức thu thập thông tin; các thông tin cần thu thập về thị trường tiêu thụ
- ✓ Mô tả được các phương pháp định giá và điều chỉnh giá sản phẩm
- ✓ Cập nhật được chính xác các thông tin về: khách hàng, đối thủ cạnh tranh và giá cả các sản phẩm cùng loại trên thị trường
- ✓ Tính được giá thành sản phẩm và xác định được giá bán hợp lý
- ✓ Cẩn thận, tỉ mỉ trong tính toán và công việc.

# NỘI DUNG

1/ KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ

2/ ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM

# PHẦN 1. KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ



## 1.1 MỤC ĐÍCH KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ



- “
- Xác định khả năng tiêu thụ một loại sản phẩm nào đó của cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn cụ thể
  - Nâng cao khả năng thích ứng với thị trường, tiến hành tổ chức sản xuất và tiêu thụ sản phẩm có hiệu quả theo nhu cầu của thị trường

”

## 1.2 THỰC HIỆN KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ




Bước 1. Thu thập thông tin

Bước 2. Phân tích và xử lý thông tin

# BƯỚC 1. THU THẬP THÔNG TIN

*a/ Các thông tin cần thu thập:*



Thông tin khách hàng

Thông tin về sản phẩm cùng loại

Thông tin về đối thủ cạnh tranh trong ngành

Thông tin về tình hình tiêu thụ sản phẩm



Internet



Báo chí



Quảng cáo



Nhân viên bán hàng



Hội chợ triển lãm ngành, nghề



Hiệp hội ngành, nghề



Nhân viên giao hàng



**b/ Các nguồn thu thập thông tin**

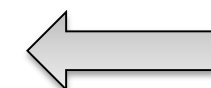




Tổng hợp các dữ liệu thứ cấp



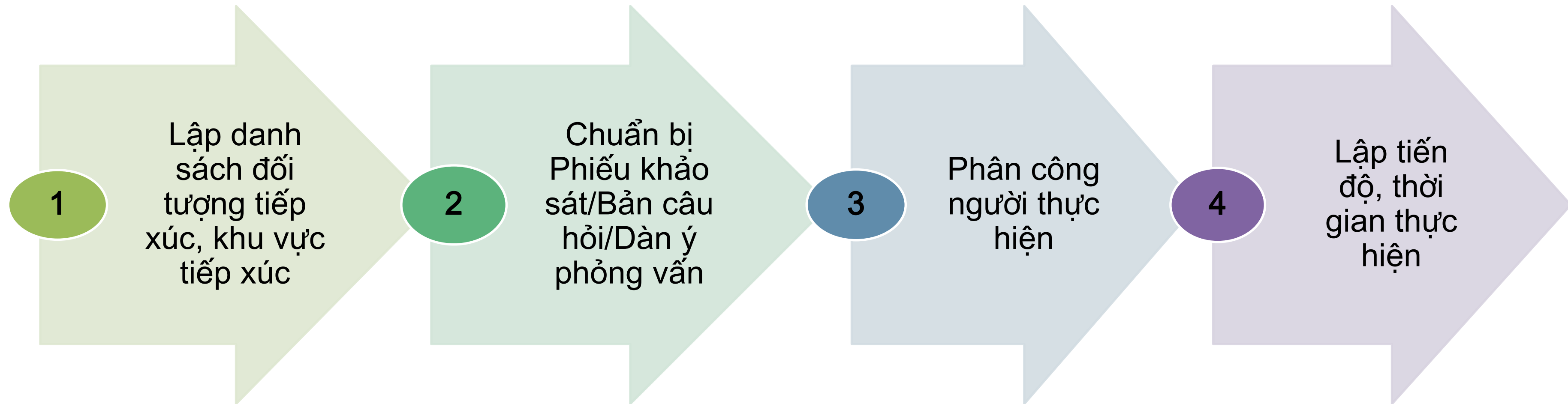
c/ Cách thức  
thu thập thông  
tin



Quan sát, phỏng vấn



## d/ Tổ chức thu thập thông tin



## BƯỚC 2. PHÂN TÍCH VÀ XỬ LÝ THÔNG TIN

- “ • Lựa chọn những thông tin đáng tin cậy để tránh sai lầm khi ra quyết định.
- Việc xử lý thông tin phải đảm bảo tính khả thi dựa vào điều kiện thực tế của cơ sở. ”



# BÀI TẬP



**Yêu cầu bài tập: Xây dựng kế hoạch tìm hiểu thị trường tiêu thụ của một loại hoa bất kỳ theo mẫu sau:**

KẾ HOẠCH TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ		
1	Nội dung thông tin	.....
2	Nguồn cung cấp thông tin	.....
3	Các phương pháp thu thập	.....
4	Người thực hiện	.....
5	Phương tiện thực hiện	.....
6	Thời hạn thực hiện: khi nào? Bao lâu?	.....

## PHẦN 2. ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM



=



## 2.1 ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM LÀ GÌ?



Định giá sản phẩm là định lượng giá trị của một sản phẩm/dịch vụ mà khách hàng phải chi trả để sở hữu nó tại một thời điểm.



Định giá sản phẩm không đơn thuần là cho sản phẩm một mức giá phù hợp mà còn là yếu tố mang lại giá trị của sản phẩm.



Định giá sản phẩm là số tiền doanh nghiệp đặt ra để khách hàng chi trả khi muốn sở hữu sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp.



Khi quyết định giá của sản phẩm, doanh nghiệp cần phải xem xét tới nhiều khía cạnh khác nhau.

## 2.2 VAI TRÒ CỦA ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM



Quyết định được tốc độ tiêu thụ sản phẩm



Ảnh hưởng đến lợi nhuận của cơ sở sản xuất kinh doanh



Quyết định khả năng cạnh tranh của cơ sở sản xuất kinh doanh



## 2.3 ĐỊNH GIÁ DỰA VÀO CHI PHÍ



# BƯỚC 1. XÁC ĐỊNH CÁC LOẠI CHI PHÍ

## CHI PHÍ SẢN XUẤT

- Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp
- Chi phí nhân công trực tiếp
- Chi phí khấu hao máy móc, thiết bị, nhà xưởng
  - Chi phí sản xuất chung



# BƯỚC 1. XÁC ĐỊNH CÁC LOẠI CHI PHÍ

## CHI PHÍ NGOÀI SẢN XUẤT

- Chi phí bán hàng
- Chi phí quản lý



# BƯỚC 1. XÁC ĐỊNH CÁC LOẠI CHI PHÍ

## TỔNG CHI PHÍ

*Tổng chi phí = Chi phí sản xuất + chi phí ngoài sản xuất*



## BƯỚC 2. XÁC ĐỊNH GIÁ THÀNH ĐƠN VỊ SẢN PHẨM

*Giá thành đơn vị sản phẩm = Tổng chi phí / Số lượng sản phẩm sản xuất*



# BƯỚC 3. XÁC ĐỊNH GIÁ BÁN SẢN PHẨM

*Giá bán đơn vị sản phẩm = Giá thành đơn vị sản phẩm + lợi nhuận dự kiến*



Khoản mục	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (đồng)	Thành tiền (đồng)
1. Chi phí nguyên vật liệu				
<i>Giống hoa (Lily thom Yelloween)</i>	Củ	10.000	11.000	110.000.000
<i>Phân bón</i>				
- Đạm (N)	kg	25	7.100	177.500
- Lân ( $P_2O_5$ )	kg	25	2.800	70.000
- Kali ( $K_2O$ )	kg	18	7.300	131.400
<i>Thuốc BVTV</i>				375.000
<i>Phân bón lá và thuốc kích thích sinh trưởng</i>				750.000
2. Chi phí nhân công	ngày	6	250.000	1.500.000
3. Chi phí khấu hao máy móc	cây	8.000	133,3	1.066.400
4. Chi phí sản xuất chung				500.000
5. Tổng chi phí sản xuất				<b>114.570.300</b>

## VÍ DỤ

Khoản mục	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (đồng)	Thành tiền (đồng)
6. Chi phí bán hàng (8% chi phí sản xuất)				9.165.624
7. Chi phí quản lý (5% chi phí sản xuất)				5.728.515
<b>Tổng chi phí</b>				<b>129.464.439</b>
Giá thành của 1 cây hoa Lily				16.183
Lợi nhuận dự kiến (15% giá thành đơn vị sản phẩm)				2.427
Giá bán dự kiến của 1 cây hoa Lily tại vườn				18.610
<b>Định giá 1 cây hoa Lily</b>				<b>20.000</b>

# BÀI TẬP





# Yêu cầu bài tập: Lập bảng chi phí và xác định giá bán 01 sản phẩm hoa mà cơ sở anh/chị đang kinh doanh

## *Hướng dẫn thực hiện*

- Tính tổng chi phí (chi phí sản xuất, chi phí ngoài sản xuất)
- Dự đoán số lượng sản phẩm được tạo ra
- Xác định chi phí (giá thành) cho 01 đơn vị sản phẩm
- Xác định mức lợi nhuận dự kiến
- Quyết định giá bán cho 01 đơn vị sản phẩm



## 2.4 ĐỊNH GIÁ THEO MỨC GIÁ HIỆN HÀNH CỦA THỊ TRƯỜNG



ÍT QUAN TÂM  
CHI PHÍ CỦA  
CƠ SỞ  
SXKD

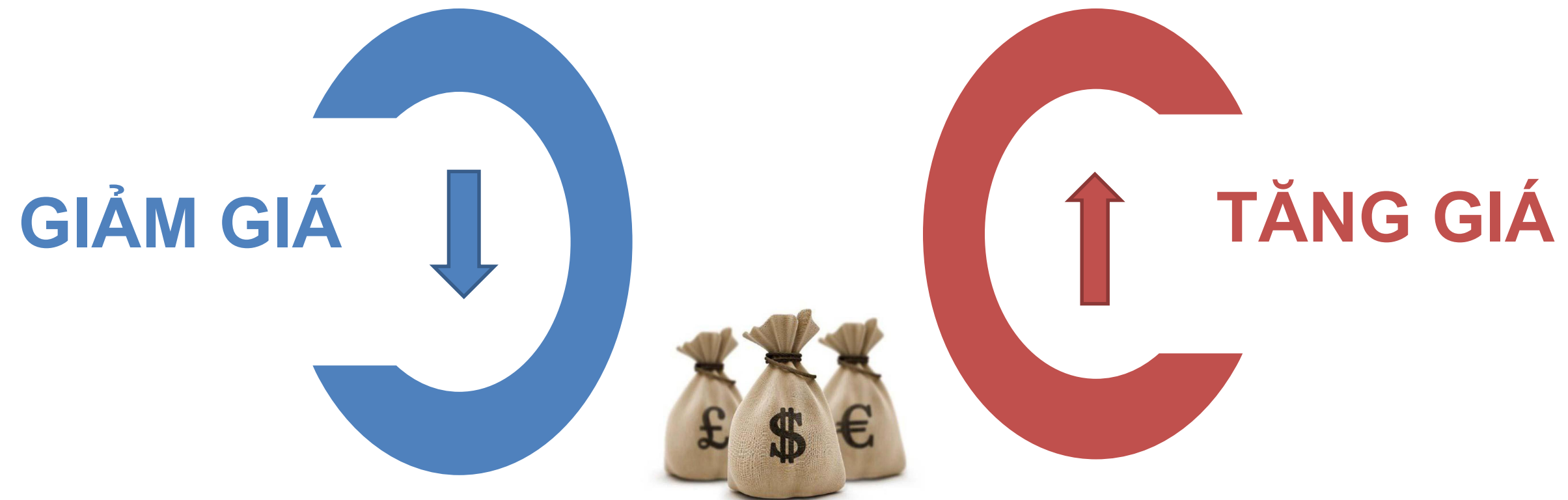


THEO MỨC  
GIÁ CỦA  
THỊ  
TRƯỜNG

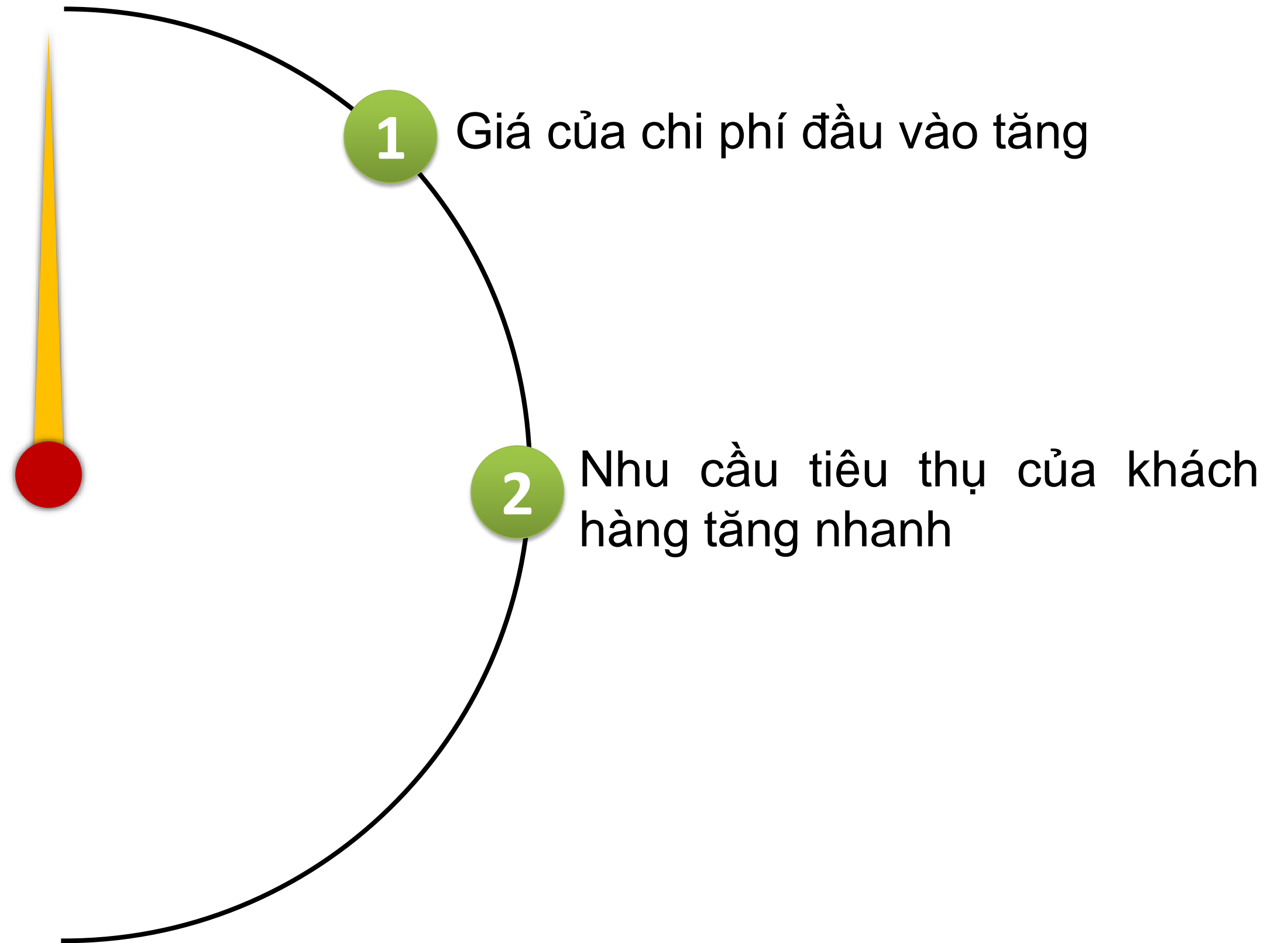


THEO MỨC  
GIÁ CỦA ĐỐI  
THỦ CẠNH  
TRANH

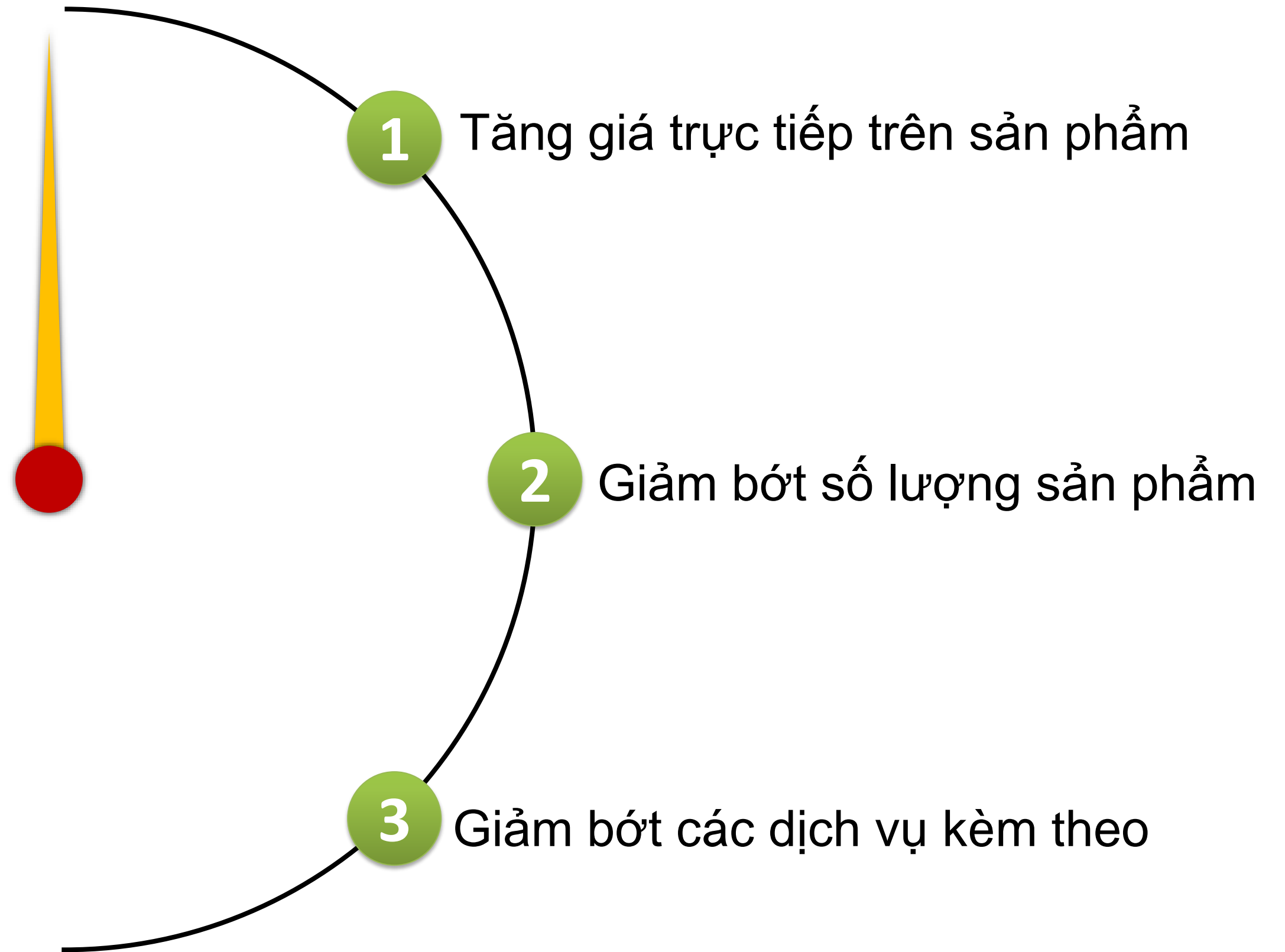
## 2.5 ĐIỀU CHỈNH GIÁ



## a/ CÁC TRƯỜNG HỢP TĂNG GIÁ



## MỘT SỐ CÁCH THỨC TĂNG GIÁ



## b/ CÁC TRƯỜNG HỢP GIẢM GIÁ

1

Dư thừa năng lực sản xuất

2

Đối phó với đối thủ cạnh tranh

3

Thị phần suy giảm, khả năng tiêu thụ thấp

4

Muốn chiếm ưu thế trên thị trường

# CỦNG CỐ KIẾN THỨC



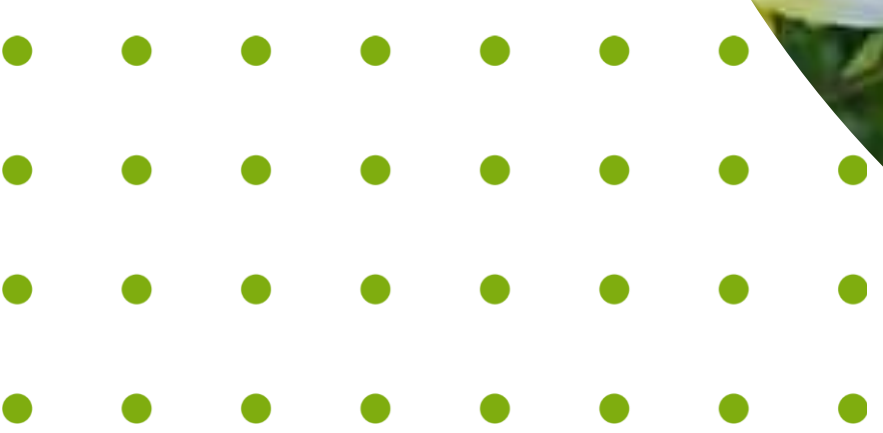
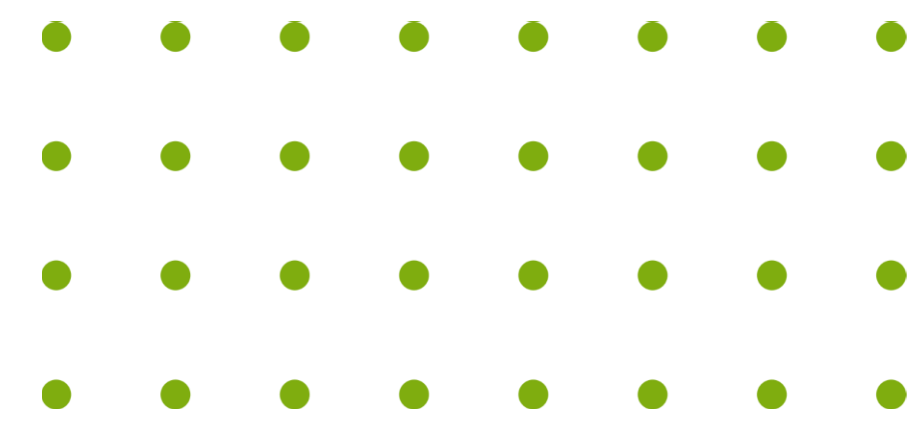
## Chọn câu trả lời “Đúng” hoặc “Sai”

<b>Câu hỏi</b>	<b>Đúng</b>	<b>Sai</b>
1. Khảo sát thị trường tiêu thụ giúp doanh nghiệp nắm bắt và thỏa mãn nhu cầu khách hàng tốt hơn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Doanh nghiệp có thể thu thập thông tin của khách hàng thông qua nhân viên giao hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Khi khảo sát thị trường tiêu thụ, không cần thiết phải thu thập thông tin giá cả của đối thủ cạnh tranh trong ngành	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Chi phí đóng gói, vận chuyển thuộc chi phí sản xuất chung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Doanh nghiệp có thể dựa vào mức giá bán của thị trường để xác định giá bán cho sản phẩm của mình	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Giảm bớt số lượng sản phẩm nhưng vẫn giữ nguyên giá cũ là một hình thức giảm giá	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Khách hàng hiện tại của doanh nghiệp cũng là nguồn cung cấp thông tin quan trọng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Doanh nghiệp nên tăng giá bán khi thị trường cạnh tranh gay gắt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## GHI NHỚ

- ✓ *Khảo sát thị trường tiêu thụ nhằm xác định khả năng tiêu thụ một loại sản phẩm nào đó của cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn cụ thể*
- ✓ *Khảo sát thị trường tiêu thụ giúp cơ sở sản xuất đề ra những chính sách tiêu thụ phù hợp; nâng cao vị thế cạnh tranh so với các đối thủ; nắm bắt, thỏa mãn tốt hơn nhu cầu khách hàng*
- ✓ *Định giá sản phẩm ảnh hưởng đến tốc độ tiêu thụ sản phẩm, khả năng cạnh tranh và lợi nhuận của doanh nghiệp*
- ✓ *Có 2 phương pháp định giá cơ bản: Định giá dựa vào chi phí và định giá theo thị trường*



XIN CẢM ƠN!

# DANH SÁCH NHÓM BIÊN SOẠN

1. Lê Thị Kim Phượng (Chủ biên)
2. Nguyễn Thị Duy Khoa
3. Đặng Thị Mộng Quyên
4. Lê Thị Hương Giang

