



SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HÀ NỘI

GIÁO TRÌNH

Nghệp vụ kinh doanh thương mại - dịch vụ

DÙNG TRONG CÁC TRƯỜNG TRUNG HỌC CHUYÊN NGHIỆP

Tập 1



NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI

SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO HÀ NỘI

NGUYỄN THỊ LỤC (*Chủ biên*)

GIÁO TRÌNH
**NGHIỆP VỤ KINH DOANH
THƯƠNG MẠI - DỊCH VỤ**

TẬP I

(Dùng trong các trường THCN)

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI - 2005

Chủ biên:
Cử nhân **NGUYỄN THỊ LỰC**

Tập thể tác giả:
Cử nhân **NGUYỄN MẠNH DŨNG**
Cử nhân **NGUYỄN QUỐC HÙNG**
Cử nhân **NGUYỄN THỊ LỰC**

Mã số: $\frac{373-373.7}{\text{HN} - 04}$ 37/512/05

Lời giới thiệu

Nước ta đang bước vào thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa nhằm đưa Việt Nam trở thành nước công nghiệp văn minh, hiện đại.

Trong sự nghiệp cách mạng to lớn đó, công tác đào tạo nhân lực luôn giữ vai trò quan trọng. Báo cáo Chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam tại Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ IX đã chỉ rõ: “Phát triển giáo dục và đào tạo là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, là điều kiện để phát triển nguồn lực con người - yếu tố cơ bản để phát triển xã hội, tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững”.

Quán triệt chủ trương, Nghị quyết của Đảng và Nhà nước và nhận thức đúng đắn về tầm quan trọng của chương trình, giáo trình đối với việc nâng cao chất lượng đào tạo, theo đề nghị của Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội, ngày 23/9/2003, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội đã ra Quyết định số 5620/QĐ-UB cho phép Sở Giáo dục và Đào tạo thực hiện đề án biên soạn chương trình, giáo trình trong các trường Trung học chuyên nghiệp (THCN) Hà Nội. Quyết định này thể hiện sự quan tâm sâu sắc của Thành ủy, UBND thành phố trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực Thủ đô.

Trên cơ sở chương trình khung của Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành và những kinh nghiệm rút ra từ thực tế đào tạo, Sở Giáo dục và Đào tạo đã chỉ đạo các trường THCN tổ chức biên soạn chương trình, giáo trình một cách khoa học, hệ

thống và cập nhật những kiến thức thực tiễn phù hợp với đối tượng học sinh THCS Hà Nội.

Bộ giáo trình này là tài liệu giảng dạy và học tập trong các trường THCS ở Hà Nội, đồng thời là tài liệu tham khảo hữu ích cho các trường có đào tạo các ngành kỹ thuật - nghiệp vụ và đồng đảo bạn đọc quan tâm đến vấn đề hướng nghiệp, dạy nghề.

Việc tổ chức biên soạn bộ chương trình, giáo trình này là một trong nhiều hoạt động thiết thực của ngành giáo dục và đào tạo Thủ đô để kỷ niệm "50 năm giải phóng Thủ đô", "50 năm thành lập ngành" và hướng tới kỷ niệm "1000 năm Thăng Long - Hà Nội".

Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội chân thành cảm ơn Thành ủy, UBND, các sở, ban, ngành của Thành phố, Vụ Giáo dục chuyên nghiệp Bộ Giáo dục và Đào tạo, các nhà khoa học, các chuyên gia đầu ngành, các giảng viên, các nhà quản lý, các nhà doanh nghiệp đã tạo điều kiện giúp đỡ, đóng góp ý kiến, tham gia Hội đồng phản biện, Hội đồng thẩm định và Hội đồng nghiệm thu các chương trình, giáo trình.

Đây là lần đầu tiên Sở Giáo dục và Đào tạo Hà Nội tổ chức biên soạn chương trình, giáo trình. Dù đã hết sức cố gắng nhưng chắc chắn không tránh khỏi thiếu sót, bất cập. Chúng tôi mong nhận được những ý kiến đóng góp của bạn đọc để từng bước hoàn thiện bộ giáo trình trong các lần tái bản sau.

GIÁM ĐỐC SỞ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

Lời nói đầu

Nghiep vụ kinh doanh thương mại – dịch vụ là một trong những hoạt động cơ bản của ngành Thương mại, trải qua những thay đổi nhanh chóng của đất nước, ngành Thương mại từ khi vận hành theo cơ chế thị trường có sự định hướng xã hội chủ nghĩa đến nay, trong hoạt động kinh doanh thương mại – dịch vụ cũng cần có những thay đổi để phù hợp với thực tiễn của ngành Thương mại.

Đứng trước sự đòi hỏi đó, tập thể tác giả chúng tôi gồm cử nhân Nguyễn Thị Lực; cử nhân Nguyễn Mạnh Dũng; cử nhân Nguyễn Quốc Hùng giáo viên trường THPT – DL Hà Nội đã biên soạn bộ giáo trình nghiệp vụ kinh doanh Thương mại – Dịch vụ. Với sự giúp đỡ tận tình của các nhà khoa học: tiến sĩ Nguyễn Hoàng Long, tiến sĩ Nguyễn Thị Mão giảng viên trường ĐH Thương mại Hà Nội và các đồng nghiệp, các cán bộ trong ngành Thương mại. Giáo trình Nghiệp vụ kinh doanh Thương mại - dịch vụ biên soạn ra để giảng dạy cho các chuyên ngành Trung học Kinh doanh Thương mại và dịch vụ và các chuyên ngành khác có liên quan, đồng thời là tài liệu tham khảo cho cán bộ nhân viên trong ngành Thương mại.

Bộ giáo trình này được soạn ra trên cơ sở kế thừa những kiến thức cơ bản cập nhật tình hình thực tiễn và đón bắt xu hướng phát triển của ngành Thương mại trong tương lai. Nội dung của giáo trình nhằm trang bị cho người học một hệ thống kiến thức cần thiết nhất và những kỹ năng thực hành cơ bản để hình thành nên kỹ năng tay nghề buôn – bán.

Giáo trình gồm 2 tập: Tập 1 gồm 12 chương, từ chương 1 đến chương 12, với những kiến thức lý luận cơ bản về hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại và các tác nghiệp cụ thể trong mua bán, vận chuyển và bảo quản hàng hoá.

Tập 2 gồm 7 chương, từ chương 13 đến chương 19, đây chính là phần mềm của môn học, là những chuyên đề ứng dụng nhằm nâng cao khả năng thực hành tiếp xúc nghề cho học sinh và là những kiến thức bổ sung cần thiết cho các nguyên lý cơ bản ở tập 1, đồng thời giúp cho người học có thể thích ứng với sự phát triển của hoạt động kinh doanh thương mại trong thời kỳ mới.

Tuỳ theo từng giai đoạn chuyển đổi ngành Thương mại, tuỳ theo thời lượng của môn học mà có thể bổ sung và lựa chọn các chuyên đề phục vụ giảng dạy. Đây là giáo trình được tổ chức biên soạn lần đầu, nên không thể tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, chúng tôi rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của quý độc giả để giáo trình lần sau xuất bản được hoàn thiện hơn.

TÁC GIẢ

BÀI MỞ ĐẦU

1. Đối tượng, nội dung nghiên cứu của môn học Nghiệp vụ kinh doanh Thương mại

Nghiệp vụ kinh doanh thương mại là môn khoa học kinh tế, nó được biên soạn lại dựa trên cơ sở môn học tổ chức và kỹ thuật thương nghiệp. Đây là môn học chuyên môn và chủ yếu trong kế hoạch đào tạo nhân viên trung học kinh doanh thương mại - dịch vụ của nhà trường. Nó nghiên cứu những mâu thuẫn trong các khâu mua, bán, dự trữ, vận chuyển, bảo quản của các doanh nghiệp thương mại.

Như đã biết, doanh nghiệp thương mại là các đơn vị tổ chức được thành lập để thực hiện các hoạt động kinh doanh thương mại. Xét về mặt nghiệp vụ, các doanh nghiệp thương mại phải thực hiện hai loại nghiệp vụ chủ yếu, đó là nghiệp vụ hạch toán và nghiệp vụ kinh doanh.

Xét về nghiệp vụ kinh doanh có rất nhiều các hoạt động cụ thể để nhằm mục đích sinh lợi trong khuôn khổ của pháp luật. Tuy nhiên môn học này chỉ đề cập tới các nghiệp vụ mua, bán, vận chuyển, dự trữ, bảo quản hàng hoá ở các doanh nghiệp thương mại. Nó giúp cho người học hiểu về các hoạt động kinh doanh thương mại, trang bị cho người học những kiến thức để hình thành nên kỹ năng về nghề buôn bán. Tuy vậy các hoạt động kinh doanh thương mại cũng không thể tách rời các hoạt động chung của doanh nghiệp thương mại và của ngành thương mại. Chính vì vậy môn học cũng đề cập tới một số vấn đề về tổ chức bộ máy, tổ chức lao động của doanh nghiệp thương mại cũng như tới yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành thương mại.

Ngoài ra các kiến thức khác xung quanh việc mua bán hàng hoá như tiếp thị, quảng cáo, hợp đồng mua bán... cũng sẽ được giới thiệu ở đây.

Ngoài ra môn học cũng trang bị cho học sinh những kỹ năng tay nghề cơ

bản giúp cho học sinh có thể làm được những công việc chủ yếu trên các quầy hàng, cửa hàng thương mại.

Phạm vi nghiên cứu của môn học là ở các doanh nghiệp thương mại, môn học này không đề cập tới các hoạt động kinh doanh ở các doanh nghiệp khác thuộc các lĩnh vực khác như ăn uống, vận tải, lương thực, du lịch khách sạn, y tế giáo dục...

2. Nội dung cụ thể của môn học

Gồm 250 tiết trong đó chia thành 2 tập.

TẬP I: Từ chương 1 đến chương 12, cụ thể như sau:

PHẦN I: TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

Chương 1. Tổ chức doanh nghiệp thương mại.

Chương 2. Tổ chức lao động ở doanh nghiệp thương mại.

PHẦN II: SỬ DỤNG VÀ QUẢN LÝ CƠ SỞ VẬT CHẤT KỸ THUẬT THƯƠNG MẠI.

Chương 3. Quy hoạch diện tích cửa hàng và kho hàng.

Chương 4. Thiết bị thương mại.

PHẦN III. NGHIỆP VỤ KINH DOANH THƯƠNG MẠI.

Chương 5. Nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng và xây dựng mặt hàng kinh doanh ở cửa hàng bán lẻ.

Chương 6. Nghiệp vụ mua hàng.

Chương 7. Hợp đồng mua bán hàng hoá.

Chương 8. Nghiệp vụ kho.

Chương 9. Bao bì và nghiệp vụ bao bì hàng hoá.

Chương 10. Nghiệp vụ vận chuyển hàng hoá.

Chương 11. Quảng cáo thương mại.

Chương 12. Nghiệp vụ bán hàng và phục vụ khách hàng.

TẬP II: Có 7 chương, từ chương 13 đến chương 19. Cụ thể như sau:

Chương 13. Mã số, mã vạch và ứng dụng trong sản phẩm kinh doanh hàng hoá.

Chương 14. Phương tiện quảng cáo chủ yếu ngoài cơ sở kinh doanh của Việt Nam hiện nay.

Chương 15. Một số kiến thức cơ bản về phương tiện thanh toán trong kinh doanh thương mại hiện nay của Việt Nam.

Chương 16. Phương thức bán buôn hàng hoá và hợp đồng mua bán ngoại thương.

Chương 17. Công tác kiểm kê hàng hoá.

Chương 18. Telemarketing.

Chương 19. Những giải pháp phát triển mạng lưới siêu thị ở Việt Nam tới năm 2010.

3. Phương pháp nghiên cứu

Đây là môn học mang tính chất cụ thể, vì vậy khi nghiên cứu nó cần phải kết hợp giữa lý luận với thực tiễn, với những xu hướng đang diễn ra trên thương trường và xã hội.

Đồng thời cần liên hệ với kiến thức của các môn học có liên quan khác như pháp luật, kinh tế thương mại và khoa học về hàng hoá...

Chương 1

TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

I. TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC

1. Khái niệm

Doanh nghiệp thương mại nhà nước là tổ chức kinh doanh thương mại, thực hiện hạch toán kinh tế độc lập, do nhà nước thành lập, đầu tư vốn và quản lý với tư cách là chủ sở hữu. Doanh nghiệp hoạt động theo định hướng của nhà nước và theo pháp luật.

2. Chức năng của doanh nghiệp thương mại

2.1. Tổ chức các quá trình nghiệp vụ kinh doanh thương mại

Đây là chức năng trực tiếp tổ chức kinh doanh của doanh nghiệp thương mại, bao gồm các nội dung sau:

- Tiến hành công tác nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng, nắm vững các nhu cầu của người tiêu dùng ở khu vực doanh nghiệp phục vụ về số lượng, chất lượng, cơ cấu hàng hoá, thị hiếu tiêu dùng và đặc điểm thời vụ của nhu cầu, để xây dựng cơ cấu mặt hàng mà doanh nghiệp kinh doanh cho hợp lý.

- Tổ chức nguồn hàng: bao gồm cả việc tổ chức mua và nhập hàng cho doanh nghiệp, xây dựng quan hệ hợp đồng với các tổ chức cung cấp hàng hoá để đảm bảo nhập hàng chính xác.

- Tổ chức dự trữ hợp lý để đảm bảo cho công tác bán ra của doanh nghiệp được liên tục. Tổ chức bảo quản hàng hoá dự trữ, giữ gìn giá trị sử dụng của hàng hoá, tiến hành các công việc chọn lựa, phân loại, chỉnh lý hàng hoá chuẩn bị cho khâu bán ra.

- Tổ chức vận chuyển hàng hoá một cách hợp lý, đảm bảo an toàn cho người và hàng hoá, tốc độ vận chuyển nhanh và cước phí vận chuyển thấp.

- Tổ chức tuyên truyền, quảng cáo, giới thiệu hàng hoá và phương thức phục vụ của doanh nghiệp với người tiêu dùng.

- Tổ chức bán hàng và phục vụ khách hàng theo yêu cầu, nâng cao trình độ văn minh thương mại, nâng cao chất lượng phục vụ, có nhiều hình thức phục vụ bổ sung trong quá trình bán hàng.

- Cung cấp đều đặn và hợp lý hàng hoá cho các cơ sở trực thuộc doanh nghiệp.

- Tổ chức gia công chế biến để tăng thêm mặt hàng kinh doanh cho doanh nghiệp.

2.2. Chức năng quản lý về mọi mặt

Thực hiện chức năng quản lý nhằm kết hợp có hiệu quả các yếu tố trong doanh nghiệp để đạt hiệu quả kinh tế cao, đảm bảo cho doanh nghiệp hoạt động nhịp nhàng. Việc quản lý bao gồm các nội dung sau:

Quản lý về kế hoạch: hướng dẫn và giúp đỡ các cơ sở kinh doanh trực thuộc lập kế hoạch, đôn đốc thực hiện kế hoạch, giúp đỡ biện pháp để họ hoàn thành kế hoạch.

Quản lý về kế toán – tài vụ: căn cứ vào chế độ kế toán, tài chính của nhà nước, các định mức kinh tế – kỹ thuật của ngành mà xác định các chỉ tiêu: vòng quay vốn, lợi nhuận...

Trong quá trình tổ chức thực hiện, phải hướng dẫn, giúp đỡ các cơ sở trực thuộc thực hiện kiểm tra, đôn đốc việc chấp hành các chế độ về kế toán – tài vụ, bảo đảm, bảo toàn vốn được giao, thực hiện phân tích hoạt động kinh tế để đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Quản lý về lao động: xây dựng kế hoạch lao động dựa trên các định mức lao động đã quy định: xác định cơ cấu tổ chức bộ máy doanh nghiệp, phân công lao động giữa các bộ phận trong doanh nghiệp, tổ chức thực hiện các định mức lao động, lựa chọn, sắp xếp, đào tạo và bồi dưỡng cán bộ, đôn đốc chấp hành đúng đắn các chế độ tiền lương, tiền thưởng, quỹ phúc lợi, áp dụng những biện pháp nhằm tăng năng suất lao động, tổ chức thực hiện điều lệ về kỷ luật lao động và thi đua xã hội chủ nghĩa.

Quản lý về kỹ thuật nghiệp vụ kinh doanh:

+ Lãnh đạo và chỉ đạo các đơn vị cơ sở thực hiện mọi đường lối, chính sách, chế độ, thể lệ kinh doanh thương mại.

+ Kiểm tra, đôn đốc việc thực hiện các nguyên tắc, các quá trình nghiệp vụ kỹ thuật kinh doanh, các quá trình kỹ thuật...

+ Đầu tư nghiên cứu thị trường, tăng cường công tác tuyên truyền, quảng cáo để đẩy mạnh bán ra, tăng hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

3. Nhiệm vụ của doanh nghiệp thương mại

- Thực hiện đúng mục đích thành lập doanh nghiệp và kinh doanh đúng ngành hàng được giao.

- Thực hiện nghĩa vụ đối với nhà nước.

- Bảo toàn và phát triển vốn được giao.

- Tổ chức và quản lý tốt lao động trong doanh nghiệp.

4. Các loại hình tổ chức bộ máy quản lý của doanh nghiệp thương mại

4.1. Loại hình tổ chức trực tuyến (hay còn gọi là loại hình tổ chức theo chế độ đường thẳng).

Theo loại hình này, thủ trưởng doanh nghiệp trực tiếp lãnh đạo, chỉ đạo công tác đối với từng bộ phận, từng cá nhân trong doanh nghiệp theo một đường thẳng, không qua một khâu trung gian nào cả.

Ưu điểm:

+ Bảo đảm sự lãnh đạo tập trung thống nhất, mọi mệnh lệnh, chỉ thị của thủ trưởng được truyền đạt trực tiếp, nhanh, chính xác.

+ Thực hiện tốt chế độ thủ trưởng phụ trách, có khả năng hạn chế tác phong quan liêu của thủ trưởng doanh nghiệp.

Nhược điểm:

+ Trình độ chuyên môn hoá bị hạn chế.

+ Khó phát huy được đầy đủ tác dụng của các chức vụ trung gian.

+ Thủ trưởng phải có trình độ chuyên môn, có kiến thức và kinh nghiệm tương đối toàn diện mới có thể lãnh đạo và quản lý một cách bao quát.

Do đó loại hình này chỉ có thể áp dụng trong những doanh nghiệp có quy mô nhỏ, phạm vi hoạt động hẹp.

4.2. Loại hình tổ chức trực tuyến – chức năng (hay còn gọi là loại hình tổ chức quản lý theo chế độ sản xuất khu vực): nghĩa là căn cứ vào đặc điểm nghiệp vụ kinh doanh, đặc điểm sản xuất và sự phân chia khu vực để tổ chức kết cấu bộ máy doanh nghiệp.

- Theo loại hình này:

+ Thủ trưởng doanh nghiệp là người đứng đầu về mặt nghiệp vụ kinh doanh

và về mặt hành chính của doanh nghiệp. Tất cả các bộ môn chuyên môn được phân công theo chức năng của doanh nghiệp đều đặt dưới sự lãnh đạo và quản lý của thủ trưởng doanh nghiệp, đều phải phục tùng tuyệt đối sự lãnh đạo và chỉ đạo của thủ trưởng doanh nghiệp.

+ Các bộ phận chức năng không có quyền chỉ thị cho các thủ trưởng các cơ sở kinh doanh mà chỉ là dưới sự lãnh đạo và chỉ đạo trực tiếp của thủ trưởng doanh nghiệp, tiến hành về nghiệp vụ – kỹ thuật đối với các bộ môn chuyên ngành của cấp dưới.

+ Tất cả các bộ phận chức năng khác nhau, những cơ sở kinh doanh có loại hình khác nhau, cùng hoạt động trong một phạm vi khu vực nhất định phải liên hệ hợp tác với nhau dưới sự lãnh đạo trực tiếp, toàn diện của thủ trưởng trực tiếp của mình và dưới sự lãnh đạo thống nhất của thủ trưởng doanh nghiệp.

Ưu điểm:

+ Kết hợp được sự phân công chuyên môn hoá với hợp tác toàn diện; kết hợp sự lãnh đạo chung, toàn diện với sự chỉ đạo riêng, đi sâu từng mặt, từng bộ phận, từng cơ sở; đề cao được trách nhiệm cá nhân đi đôi với việc tăng cường trách nhiệm tập thể. Do đó, loại hình này được áp dụng rộng rãi trong tổ chức bộ máy các doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn. Thích ứng với loại hình này có: hình thức tổ chức bộ máy 2 khâu, hình thức tổ chức bộ máy 3 khâu.

II. TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP TƯ NHÂN

1. Khái niệm

Doanh nghiệp thương mại tư nhân là đơn vị kinh doanh thương mại có mức vốn không thấp hơn vốn pháp định, do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ số tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp.

2. Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp

2.1. Quyền hạn của doanh nghiệp

- Tự lựa chọn ngành hàng kinh doanh và chủ động trong các hoạt động kinh doanh đã đăng ký.
- Lựa chọn hình thức, cách thức vay vốn và sử dụng phần thu nhập còn lại.
- Lựa chọn khách hàng, trực tiếp giao nhận, ký kết hợp đồng với khách hàng.
- Tuyển dụng và thuê mướn lao động theo yêu cầu kinh doanh.
- Sử dụng ngoại tệ thu được.

2.2. Nghĩa vụ của doanh nghiệp

- Khai báo đúng số vốn đầu tư để kinh doanh.
- Kinh doanh đúng ngành hàng đã đăng ký.
- Ghi chép sổ sách kế toán và quyết toán theo quy định của pháp luật về kế toán, thống kê và chịu sự kiểm tra của cơ quan tài chính.
- Nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.
- Tuân thủ quy định của nhà nước về bảo vệ môi trường, trật tự an toàn xã hội.

III. TỔ CHỨC CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN VÀ CÔNG TY CỔ PHẦN

1. Khái niệm

Là doanh nghiệp trong đó các thành viên cùng góp vốn, cùng chia nhau lợi nhuận, cùng chịu lỗ tương ứng với phần vốn góp và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn mình góp vào công ty.

2. Quyền và nghĩa vụ của công ty

2.1. Quyền hạn của công ty

- Lựa chọn ngành hàng, quy mô kinh doanh và chủ động trong mọi hoạt động kinh doanh.
- Lựa chọn hình thức và cách thức huy động vốn.
- Lựa chọn khách hàng, trực tiếp giao dịch, ký kết hợp đồng với khách hàng.
- Tuyển dụng và thuê mướn lao động theo yêu cầu kinh doanh.
- Sử dụng ngoại tệ thu được.

2.2. Nghĩa vụ của công ty

- Kinh doanh đúng ngành hàng ghi trong giấy phép.
- Ưu tiên sử dụng lao động trong nước, bảo đảm quyền lợi của người lao động theo quy định của pháp luật.
- Tuân thủ quy định của nhà nước về bảo vệ môi trường và trật tự an toàn xã hội.
- Ghi chép sổ sách kế toán và quyết toán theo quy định của pháp luật về kế toán, thống kê và chịu sự kiểm tra của cơ quan tài chính.
- Nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

- Trích 5% lãi ròng hàng năm để lập quỹ dự trữ bắt buộc cho đến mức bằng 10% vốn điều lệ của công ty.

3. Quyền và nghĩa vụ của thành viên công ty

3.1. Quyền của thành viên công ty

- Có quyền sở hữu một phần tài sản của công ty tương ứng với phần đóng góp vào công ty.

- Được tham dự đại hội đồng, tham gia thảo luận, biểu quyết các vấn đề thuộc thẩm quyền của đại hội đồng; có biểu quyết tương ứng với phần đóng góp vào công ty.

- Được chia lợi nhuận hoặc chịu lỗ tương ứng với phần vốn góp vào công ty.

- Nhóm thành viên đại diện cho ít nhất 1/4 số vốn điều lệ có quyền yêu cầu triệu tập đại hội đồng để xem xét giải quyết những việc mà hội đồng quản trị hoặc giám đốc bỏ qua; trong trường hợp này, hội đồng quản trị hoặc giám đốc phải triệu tập đại hội đồng trong thời hạn 30 ngày, kể từ ngày nhóm thành viên yêu cầu.

3.2. Nghĩa vụ của thành viên công ty

- Góp đủ, góp đúng hạn số vốn đã cam kết và chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi vốn đã cam kết góp vào công ty.

- Tuân thủ điều lệ công ty.

- Chấp hành nghị quyết của Hội đồng thành viên.

- Thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định về điều lệ công ty.

4. Đặc điểm của tổ chức công ty trách nhiệm hữu hạn

4.1. Về vốn góp và chuyển nhượng vốn góp

Phần vốn góp của tất cả các thành viên phải được đóng góp đủ ngay khi thành lập công ty. Các phần vốn góp được ghi rõ trong điều lệ công ty. Công ty không được phép phát hành bất kỳ một loại chứng khoán nào.

- Thành viên muốn chuyển nhượng một phần hoặc toàn bộ phần vốn góp phải chào bán phần vốn góp đó cho tất cả các thành viên còn lại theo tỷ lệ tương ứng với phần vốn góp của họ trong công ty với cùng điều kiện. Chỉ chuyển nhượng cho người không phải là thành viên công ty nếu các thành viên còn lại của công ty không mua hoặc không mua hết.

4.2. Về cơ cấu tổ chức

- Công ty có từ 2 thành viên trở lên phải có: Hội đồng thành viên, chủ tịch Hội đồng thành viên, Giám đốc (Tổng giám đốc).
- Công ty có từ 11 thành viên trở lên phải có ban kiểm soát. Quyền, nghĩa vụ và chế độ làm việc của ban kiểm soát, trường ban kiểm soát do điều lệ công ty quy định.

5. Quy trình cổ phần hoá các doanh nghiệp thương mại nhà nước

5.1. Cổ phần hoá - một giải pháp cơ bản tổ chức lại kinh tế quốc doanh theo yêu cầu đổi mới

Từ sau Cách mạng tháng Tám (1945) thành công, nhất là từ năm 1960 trở lại đây, Đảng và Chính phủ ta đã quan tâm xây dựng và phát triển các cơ sở kinh tế quốc doanh. Đến nay nhìn chung kinh tế quốc doanh đã đóng góp vai trò chủ đạo trong nhiều ngành kinh tế quốc dân như tài chính, ngân hàng, công nghiệp xây dựng, giao thông vận tải, bưu điện; trong thương mại - dịch vụ, tuy kinh tế quốc doanh chiếm tỷ trọng thấp song đã chi phối những mặt hàng lưu thông chủ yếu như sắt thép, xi măng, xăng dầu, lương thực...

Tuy nhiên, do yêu cầu khách quan trong những năm chiến tranh và do hậu quả của cơ chế quản lý tập trung quan liêu bao cấp kéo dài, kinh tế quốc doanh đã phát triển tràn lan trong điều kiện thấp kém của lực lượng sản xuất và tổ chức quản lý.

Trước yêu cầu của công cuộc đổi mới, kinh tế quốc doanh càng bộc lộ những nhược điểm, thể hiện tập trung và rõ nhất là Nhà nước đầu tư lớn, nắm phần lớn vốn và tài sản xã hội, lao động trình độ cao... song việc quản lý và sử dụng lại kém hiệu quả.

Từ năm 1990 trở lại đây, Nhà nước đã xoá bỏ các chế độ bao cấp cho các xí nghiệp quốc doanh. Bên cạnh một số xí nghiệp dần thích nghi với cơ chế mới, số đông xí nghiệp, nhất là các xí nghiệp thuộc quận, huyện vẫn bị thua lỗ lớn, không thể tồn tại được. Hiện nay số xí nghiệp quốc doanh hoạt động kém hiệu quả chiếm khoảng 40%. Trong số đó, xí nghiệp bị thua lỗ trực thuộc trung ương có khoảng 15 - 25%, trực thuộc tỉnh, thành phố khoảng 50%, trực thuộc quận huyện khoảng 70%.

Một nguyên nhân quan trọng của tình trạng kém hiệu quả, lãng phí, thất thoát lớn tài sản; chi tiêu, phân phối tùy tiện, bất công ở số lớn doanh nghiệp nhà nước (xí nghiệp quốc doanh) lâu nay là vấn đề sở hữu. Chế độ "sở hữu toàn

dân" mở rộng tràn lan trong điều kiện thấp kém của lực lượng sản xuất và tổ chức quản lý đã triệt tiêu động lực và trách nhiệm của người lao động, không những không thể phát huy được tính ưu việt vốn có của nó, mà ngược lại, ngày càng phát sinh thêm nhiều tiêu cực không thể nào ngăn chặn nổi.

Để lập lại trật tự trong sản xuất kinh doanh và phân phối, một nhiệm vụ cấp bách và cũng rất cơ bản đối với kinh tế quốc doanh ở nước ta hiện nay là phải giải quyết vấn đề sở hữu. Cùng với việc xác định rõ quyền sở hữu và quyền sử dụng đối với tài sản ở các doanh nghiệp thật sự phải tồn tại dưới hình thức kinh tế quốc doanh, cần phải chuyển hàng loạt doanh nghiệp nhà nước hiện nay thành những doanh nghiệp với nhiều hình thức sở hữu khác nhau: một hình thức sẽ trở nên phổ biến là công ty cổ phần. Đồng thời phải huy động ngày càng đông đảo người lao động tham gia đầu tư kinh doanh. Chỉ khi nào trở thành người chủ thực sự thì họ mới quan tâm đầy đủ đến việc bảo vệ và sử dụng tài sản, vốn liếng có hiệu quả; mới kiên quyết ngăn chặn và loại bỏ những hiện tượng tiêu cực trong hoạt động kinh doanh và phân phối của doanh nghiệp.

Với tinh thần nêu trên, trong điều kiện nền kinh tế nước ta hiện nay, cần sắp xếp lại kinh tế quốc doanh theo hướng: Củng cố số ít đơn vị cơ sở thực sự đòi hỏi phải duy trì là doanh nghiệp nhà nước do chúng có vị trí then chốt trong nền kinh tế như những xí nghiệp làm nhiệm vụ trực tiếp phục vụ quốc phòng, những cơ sở thuộc những ngành, lĩnh vực xã hội cần, nhưng hiệu quả thấp hoặc vốn lớn mà tư nhân không muốn kinh doanh hoặc không đủ sức đầu tư... Còn số lớn các cơ sở kinh tế quốc doanh với quy mô vừa và nhỏ, nên chuyển hình thức sở hữu như bán toàn bộ hoặc bán từng phần theo cổ phần cho các cá nhân hoặc tập thể và các tổ chức trong nước và nước ngoài. Cũng có thể huy động các thành phần kinh tế khác tham gia vốn với nhà nước để củng cố những doanh nghiệp có các thành phần liên doanh, thường là đối với các doanh nghiệp quy mô lớn đòi hỏi nhiều vốn. Tuỳ theo ý nghĩa của doanh nghiệp đối với nền kinh tế, hoặc khả năng huy động vốn ngoài quốc doanh mà tỷ lệ vốn (cổ phần hoặc liên doanh) của nhà nước có thể cao hoặc thấp, tiến tới nhiều doanh nghiệp không nhất thiết phải có vốn của nhà nước. Khi đã hình thành công ty cổ phần thì mọi người lao động, mọi cổ đông đều góp vốn, tham gia quản lý doanh nghiệp với tư cách người chủ thực sự bằng các hình thức: đại hội cổ đông, hội đồng quản trị, ban kiểm soát (do Hội đồng cổ đông bầu ra)... Giám đốc điều hành công ty phải là người có năng lực và tín nhiệm do Hội đồng quản trị xét chọn hoặc thay thế khi cần thiết. Mọi công tác kế hoạch kinh doanh, hạch toán thu nhập, chi phí lãi lỗ, ăn chia... đều phải công khai, theo

quy chế chặt chẽ của công ty và trong khuôn khổ của pháp luật nhà nước. Trong công ty cổ phần, mọi người lao động - cổ đông cũng gặp rủi ro, lãi cùng hưởng, lỗ cùng chịu. Ngoài tiền lương, thưởng gắn liền với kết quả lao động, họ còn được hưởng lãi cổ phần theo số cổ phiếu tham gia. Như vậy thu nhập của họ được đảm bảo hơn, đồng thời còn tùy thuộc trực tiếp vào hiệu quả kinh doanh và sự phân phối công bằng của công ty. Điều này đòi hỏi mọi người không những quan tâm đến lao động mà còn quan tâm đến tham gia vốn đầu tư và quản lý công ty. Khi đó chắc chắn sẽ không còn tình trạng "người chủ" lại lấy cấp phung phí, hoặc thờ ơ với tài sản của chính mình. Mọi người lao động - cổ đông cũng tự nguyện quan tâm, giám sát, đấu tranh với những sai trái của bộ máy quản lý. Giám đốc và các nhân viên quản lý cũng không thể chi tiêu tùy tiện hoặc tự đặt ra cho mình những chế độ đãi ngộ quá hạn định được.

5.2. Quy trình cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước

Thực chất cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước mà lâu nay chỉ dưới một hình thức sở hữu nhà nước thành công ty cổ phần với nhiều hình thức sở hữu khác nhau: nhà nước, tư nhân, hỗn hợp.

Theo Quyết định số 01- CPH ngày 4.5.1996 của Bộ trưởng, trưởng ban Ban chỉ đạo trung ương cổ phần hoá, quy trình chuyển doanh nghiệp nhà nước thành công ty cổ phần hoá được tiến hành theo các bước sau:

Bước 1: Chuẩn bị cổ phần hoá.

A- Các Bộ, cơ quan ngang Bộ, cơ quan trực thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, Hội đồng quản trị các công ty nhà nước do Chính phủ quyết định thành lập, hoạt động theo nội dung Quyết định số 91-TTG ngày 7 tháng 3 năm 1994 của Thủ tướng Chính phủ (gọi tắt là tổng công ty 91):

1- Ra quyết định thành lập Ban chỉ đạo cổ phần hoá của Bộ, địa phương theo khoản 1 điều 3 của Quyết định số 548-TTG ngày 13 tháng 8 năm 1996 của Thủ tướng Chính phủ.

2- Nghiên cứu các điều kiện, tình hình kinh doanh và nguyện vọng của doanh nghiệp nhà nước để lựa chọn doanh nghiệp, bộ phận của doanh nghiệp đưa ra để cổ phần hoá.

3- Thống nhất với tổ chức Đảng cùng cấp, Hội đồng nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương để quyết định đưa các doanh nghiệp, bộ phận của doanh nghiệp vào danh sách cổ phần hoá theo phụ lục số 1 đính kèm, gửi về Ban chỉ đạo trung ương cổ phần hoá và Bộ Tài chính.

Danh sách các loại doanh nghiệp nhà nước cổ phần hoá chia làm 2 loại:

- Loại doanh nghiệp, bộ phận của doanh nghiệp có vốn nhà nước (vốn ngân sách cấp, vốn có nguồn gốc từ ngân sách và vốn do doanh nghiệp tự tích lũy) từ 3 tỉ đồng trở xuống theo quyết toán tại thời điểm cổ phần hoá.

- Loại doanh nghiệp, bộ phận của doanh nghiệp có vốn nhà nước (vốn ngân sách cấp, có nguồn gốc từ ngân sách và vốn do doanh nghiệp tự tích lũy) trên 3 tỉ đồng theo quyết toán tại thời điểm cổ phần hoá.

Các doanh nghiệp được lựa chọn để cổ phần hoá phải bảo đảm các điều kiện sau:

- Phải là đơn vị hạch toán phụ thuộc, tính được giá thành trên cơ sở định mức kinh tế - kỹ thuật, có báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh (ít nhất là 1 năm cuối cùng của thời điểm cổ phần hoá).

- Phải độc lập tương đối về tài sản, tiền vốn, công nghệ sản xuất, tiêu thụ sản phẩm, địa điểm làm việc.

- Phải bảo đảm điều kiện về vốn pháp định theo ngành nghề kinh doanh đối với doanh nghiệp chính sau khi đã tách một bộ phận để cổ phần hoá.

4- Thông báo cho từng doanh nghiệp được lựa chọn về quyết định tiến hành cổ phần hoá tại doanh nghiệp đó.

5- Ra quyết định thành lập Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp. Thành phần của Ban được quy định tại khoản 3 điều 3 của Quyết định số 548-TTG ngày 13 tháng 8 năm 1996 của Thủ tướng Chính phủ.

6- Tổ chức tập huấn cho các Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp và các cán bộ có liên quan.

B- Các doanh nghiệp trong danh sách cổ phần hoá thực hiện các việc sau:

1- Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp:

- Tuyên truyền, phổ biến, giải đáp cho mọi người lao động trong doanh nghiệp về chủ trương, chính sách và quy định của Chính phủ, của các bộ về cổ phần hoá.

- Chuẩn bị các tài liệu, số liệu có liên quan đến sản xuất, tài chính, lao động của doanh nghiệp gồm: báo cáo quyết toán 3 năm cuối cùng đến thời điểm cổ phần hoá. Báo cáo tình hình công nợ; tài sản, vật tư; hàng hoá ứ đọng, kém, mất phẩm chất; phân tích rõ nguyên nhân và dự kiến hướng giải quyết. Báo cáo danh sách lao động của doanh nghiệp đến thời điểm cổ phần hoá, trong đó nêu rõ số lượng, chất lượng, thời gian công tác của từng người lao động.

- Lập dự toán chi phí cho việc cổ phần hoá theo các khoản mục chi tiết như thông tư hướng dẫn của Bộ Tài chính cho đến khi họp xong đại hội cổ đông lần thứ nhất.

- Kiểm kê tài sản, vật tư, tiền vốn, công nợ của doanh nghiệp; dự kiến phân loại tài sản: tài sản đang dùng, tài sản không cần dùng, tài sản xin thanh lý, tài sản (hiện vật) được hình thành từ quỹ khen thưởng, quỹ phúc lợi của doanh nghiệp để chuẩn bị bàn giao cho Công đoàn công ty quản lý.

2. Giám đốc doanh nghiệp:

- Ký hợp đồng với cơ quan kiểm toán hợp pháp để kiểm toán kết quả hoạt động kinh doanh làm cơ sở xác định giá trị doanh nghiệp. Việc chọn cơ quan kiểm toán phải có sự thống nhất của cơ quan quản lý vốn và tài sản nhà nước tại doanh nghiệp.

- Tổ chức thanh toán công nợ đã xác định, xử lý tài sản, vật tư ứ đọng, thanh lý tài sản thuộc thẩm quyền.

- Đăng ký với Kho bạc nhà nước để mở tài khoản tiền nộp bán cổ phần doanh nghiệp cổ phần hoá.

- Mở sổ đăng ký các cổ đông định mua cổ phần doanh nghiệp. Đăng ký mua ấn chỉ cổ phiếu tại Kho bạc nhà nước.

Bước 2: Xây dựng phương án cổ phần hoá doanh nghiệp, bộ phận doanh nghiệp.

A- Bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, Hội đồng quản trị Tổng công ty 91:

1- Chỉ đạo Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp trong việc: kiểm kê, xác định giá trị thực tế của doanh nghiệp. Xây dựng phương án cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước. Dự thảo điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty cổ phần.

2- Chủ trì, phối hợp với các ngành có liên quan giải quyết những kiến nghị, những vướng mắc của doanh nghiệp thể hiện trong phương án cổ phần hoá doanh nghiệp.

3- Tiến hành thẩm tra giá trị doanh nghiệp do Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp trình; ra văn bản thoả thuận mức giá thực tế của doanh nghiệp gửi Bộ Tài chính (hệ thống tổng cục quản lý vốn và tài sản nhà nước tại doanh nghiệp) quyết định.

B- Bộ Tài chính (hệ thống tổng cục quản lý vốn và tài sản nhà nước tại doanh nghiệp):

1- Kết hợp với Bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật hoặc Ủy ban nhân dân

tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc Hội đồng quản trị Tổng công ty 91 hướng dẫn doanh nghiệp trong các việc sau: ký hợp đồng với cơ quan kiểm toán hợp pháp. Xử lý những vấn đề về tài chính vượt quá quyền hạn của doanh nghiệp: nợ khó đòi, tài sản tổn thất thuộc mọi nguyên nhân.

2- Ban hành văn bản nghị quyết định giá trị thực tế của doanh nghiệp.

Trong thời hạn 30 ngày kể từ khi nhận đủ hồ sơ đề nghị xác định giá trị doanh nghiệp và có văn bản thoả thuận của Bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc Hội đồng quản trị của Tổng công ty 91, Bộ Tài chính phải ban hành văn bản quyết định giá trị thực tế của doanh nghiệp (theo quy định tại điều 13, Nghị định số 28-CP ngày 7 tháng 5 năm 1996 của Chính phủ).

C- Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp:

1- Lập dự án (dự kiến) về:

- Phân phối quỹ khen thưởng và phúc lợi (bằng tiền) cho người lao động trong doanh nghiệp (nếu có).

- Xác định số cổ phiếu cấp cho người lao động để hưởng cổ tức theo thâm niên và chất lượng công tác của từng người lao động đang làm việc.

- Xác định số tiền cho vay để mua chịu cổ phiếu với lãi suất 4% năm đối với từng người lao động.

Phổ biến hoặc niêm yết công khai các dự kiến phương án nêu trên cho người lao động trong doanh nghiệp được biết và thảo luận để thống nhất thực hiện.

Căn cứ kết quả kiểm toán và hướng dẫn của Bộ Tài chính, ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp lập hội đồng xác định giá trị của doanh nghiệp gồm các thành viên ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp, đại diện có thẩm quyền của cơ quan quản lý vốn và tài sản của nhà nước tại doanh nghiệp và một số cán bộ kinh tế-kỹ thuật theo đặc điểm từng doanh nghiệp do trưởng ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp làm chủ tịch để dự kiến giá trị thực tế của doanh nghiệp. Sau khi giá trị thực tế của doanh nghiệp đã được dự kiến, ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp báo cáo bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc Hội đồng quản trị Tổng công ty 91 để thông qua trước khi trình duyệt Bộ Tài chính quyết định.

Lập phương án cổ phần hoá (nội dung chính của phương án cổ phần hoá, xem phụ lục số 2 đính kèm).

Tổ chức đại hội công nhân viên chức (bất thường) để lấy ý kiến về phương án cổ phần hoá doanh nghiệp.

Hoàn chỉnh phương án cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước (sau khi đã có ý kiến đóng góp của người lao động).

Trình cơ quan có thẩm quyền duyệt phương án cổ phần hoá của doanh nghiệp.

Dự thảo điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty cổ phần và báo cáo xin ý kiến của Bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc Hội đồng quản trị Tổng công ty 91 về dự thảo Điều lệ.

Bước 3: Duyệt và triển khai thực hiện phương án cổ phần hoá.

A- Bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật, Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương:

1- Xét duyệt phương án cổ phần hoá đối với những doanh nghiệp có vốn nhà nước từ 3 tỉ đồng trở xuống. Báo cáo phương án cổ phần hoá lên Ban chỉ đạo trung ương cổ phần hoá và Bộ Tài chính (những doanh nghiệp có vốn nhà nước trên 3 tỉ đồng phải trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt).

2- Thỏa thuận với hệ thống tổng cục quản lý vốn và tài sản của nhà nước tại doanh nghiệp về nhân sự tham gia hội đồng quản trị của công ty cổ phần, để quản lý vốn nhà nước trước khi đưa ra bầu tại đại hội cổ đông của công ty cổ phần, hình thành từ việc cổ phần hoá doanh nghiệp độc lập. Đối với doanh nghiệp là thành viên tổng công ty hoạt động theo nội dung quyết định số 90-TTG ngày 4 tháng 3 năm 1994 của Thủ tướng Chính phủ (gọi tắt là Tổng công ty 90), công ty lớn có hội đồng quản trị tiến hành cổ phần hoá thì Hội đồng quản trị Tổng công ty 90 hoặc công ty lớn có hội đồng quản trị cử người tham gia hội đồng quản trị của công ty cổ phần để trực tiếp quản lý phần vốn nhà nước tại công ty cổ phần.

3- Chỉ đạo Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp tổ chức đại hội cổ đông lần thứ nhất để bầu hội đồng quản trị và thông qua điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty cổ phần.

4- Ban hành quyết định chuyển doanh nghiệp nhà nước thành công ty cổ phần theo thẩm quyền.

B- Hội đồng quản trị của Tổng công ty 91:

1- Báo cáo phương án cổ phần hoá của doanh nghiệp và các doanh nghiệp thành viên lên Ban chỉ đạo trung ương cổ phần hoá và Bộ Tài chính để trình Thủ tướng Chính phủ hoặc bộ trưởng được uỷ quyền phê duyệt.

2- Thực hiện nhiệm vụ như đối với các bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật

nêu tại bước 3 mục A điểm 3: cử người trực tiếp quản lý phần vốn nhà nước tại công ty cổ phần được thành lập từ cổ phần hoá doanh nghiệp thành viên của công ty.

3- Trình Thủ tướng Chính phủ quyết định chuyển doanh nghiệp, bộ phận doanh nghiệp thành công ty cổ phần.

C- Bộ Tài chính (hệ thống tổng cục quản lý vốn và tài sản nhà nước tại doanh nghiệp):

1- Kho bạc được Bộ Tài chính uỷ quyền bán tờ cổ phiếu in sẵn để công ty phát hành cho các cổ đông đủ điều kiện nhận cổ phiếu, chậm nhất là 30 ngày kể từ khi kết thúc thời hạn phát hành.

2- Ra quyết định chuyển tài sản và tiền vốn của doanh nghiệp nhà nước thành tài sản và tiền vốn của công ty cổ phần.

D- Ban cổ phần hoá của doanh nghiệp:

1- Thông báo công khai tình hình tài chính của doanh nghiệp trước khi cổ phần hoá.

2- Thông báo việc bán cổ phần, tổ chức cho các cổ đông trong và ngoài doanh nghiệp đăng ký mua cổ phần.

3- Tổ chức bán cổ phần và nộp tiền vào tài khoản đã mở tại Kho bạc nhà nước.

4- Báo cáo tình hình thực hiện bán cổ phiếu theo phương án cổ phần hoá doanh nghiệp nhà nước đã được duyệt với Bộ quản lý ngành kinh tế – kỹ thuật hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc Hội đồng quản trị Tổng công ty 91.

5- Dự kiến nhân sự của hội đồng quản trị và báo cáo xin ý kiến của Bộ ngành quản lý kinh tế - kỹ thuật hoặc Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương hoặc Hội đồng quản trị Tổng công ty 91 và cơ quan quản lý vốn và tài sản nhà nước tại doanh nghiệp về nhân sự tham gia hội đồng quản trị.

6- Triệu tập đại hội đồng cổ đông lần thứ nhất để bầu hội đồng quản trị, thông qua điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty cổ phần.

Bước 4: Ra mắt công ty cổ phần, đăng ký kinh doanh.

1- Giám đốc, kế toán trưởng doanh nghiệp có chứng kiến của ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp và cơ quan quản lý vốn và tài sản của nhà nước tại doanh nghiệp, bàn giao cho hội đồng quản trị của công ty cổ phần, lao động, tài sản, tiền vốn theo quyết định giá trị doanh nghiệp; danh sách hồ sơ cổ đông và toàn bộ hồ sơ, tài liệu, sổ sách của doanh nghiệp. Ban cổ phần hoá tại doanh nghiệp bàn giao những công việc còn lại khác (nếu có) cho hội đồng quản trị và tự giải thể.

2- Hội đồng quản trị hoàn tất những công việc còn lại:

- Xin khắc dấu công ty cổ phần. Nộp lại con dấu cũ của doanh nghiệp nhà nước chuyển thành công ty cổ phần hoặc con dấu cũ của bộ phận doanh nghiệp nhà nước (nếu có) chuyển thành công ty cổ phần theo quy định của Bộ Nội vụ.

- Làm thủ tục chuyển quyền sở hữu nhà nước về tài sản từ doanh nghiệp nhà nước đã cổ phần hoá sang sở hữu của công ty cổ phần (được miễn nộp lệ phí trước bạ đối với những tài sản này).

- Tổ chức ra mắt công ty cổ phần, đăng báo theo quy định và công bố trên phương tiện thông tin đại chúng hoặc thông báo bằng văn bản thời điểm hoạt động của công ty cổ phần theo con dấu mới.

3- Công ty cổ phần có trách nhiệm đăng ký kinh doanh với Sở Kế hoạch và đầu tư tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương nơi công ty đóng trụ sở chính. Hồ sơ đăng ký kinh doanh như quy định tại điều 16 nghị định số 28-CP ngày 7 tháng 5 năm 1996 của Chính phủ. Trong thời hạn 15 ngày kể từ khi nhận đủ hồ sơ đăng ký kinh doanh, Sở Kế hoạch và đầu tư có trách nhiệm cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh cho công ty cổ phần.

6. Đặc điểm và cơ cấu của công ty cổ phần

6.1. Công ty cổ phần

Là doanh nghiệp trong đó:

- Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần. Chứng chỉ do công ty cổ phần phát hành, xác định quyền sở hữu một hoặc một số cổ phần của công ty đó gọi là cổ phiếu. Giá trị mỗi cổ phần gọi là mệnh giá cổ phiếu. Mỗi cổ đông có thể mua một hoặc nhiều cổ phiếu.

- Cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của doanh nghiệp trong phạm vi số vốn đã góp vào doanh nghiệp.

- Cổ phiếu phát hành có thể có ghi tên hoặc không ghi tên. Cổ phiếu của sáng lập viên, của thành viên của hội đồng quản trị phải là những cổ phiếu có ghi tên.

- Cổ phiếu không ghi tên được tự do chuyển nhượng. Cổ phiếu có ghi tên chỉ được chuyển nhượng khi có sự đồng ý của hội đồng quản trị.

- Cổ đông có thể là tổ chức, cá nhân: số lượng cổ đông tối thiểu là 3 và không hạn chế số lượng tối đa.

- Công ty cổ phần có quyền phát hành chứng khoán ra công chúng theo quy định của pháp luật về chứng khoán.

- Công ty cổ phần phải có hội đồng cổ đông, hội đồng quản trị và giám đốc (tổng giám đốc); đối với công ty cổ phần có trên 11 cổ đông phải có ban kiểm soát.

6.2. Đại hội đồng cổ đông

Đại hội đồng cổ đông bao gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết, là cơ quan quyết định cao nhất của công ty cổ phần.

Đại hội đồng cổ đông có các quyền và nhiệm vụ sau đây:

- Quyết định loại cổ phần và tổng số cổ phần được quyền chào bán của từng loại, quyết định mức cổ tức hàng năm của từng loại cổ phần.

- Bầu, miễn nhiệm, bãi nhiệm thành viên hội đồng quản trị và ban kiểm soát gây thiệt hại cho công ty và cổ đông của công ty.

- Quyết định tổ chức lại và giải thể công ty.

- Quyết định sửa đổi, bổ sung điều lệ công ty, trừ trường hợp điều chỉnh vốn điều lệ do bán thêm cổ phần mới trong phạm vi số lượng cổ phần được quyền chào bán quy định tại điều lệ công ty.

- Thông qua báo cáo tài chính hàng năm.

- Thông qua định hướng phát triển của công ty, quyết định bán số tài sản có giá trị bằng hoặc lớn hơn 50% tổng giá trị tài sản được ghi trong sổ sách kế toán của công ty.

- Quyết định mua lại hơn 10% tổng số cổ phần đã bán của mỗi loại.

6.3. Hội đồng quản trị

Là cơ quan quản lý công ty, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định mọi vấn đề liên quan đến mục đích, quyền lợi của công ty, trừ những vấn đề thuộc thẩm quyền của đại hội đồng cổ đông.

Hội đồng quản trị có các quyền và nhiệm vụ sau:

- Quyết định chiến lược phát triển của công ty.

- Kiến nghị loại cổ phần và tổng số cổ phần được quyền chào bán của từng loại.

- Quyết định huy động vốn theo hình thức khác.

- Quyết định phương án đầu tư.

- Quyết định giải pháp phát triển thị trường, tiếp thị và công nghệ, thông qua hợp đồng mua bán, vay, cho vay và hợp đồng khác có giá trị bằng hoặc lớn hơn 50% tổng giá trị ghi trong sổ kế toán của công ty.

- Bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức giám đốc (tổng giám đốc) và các cán bộ quản lý quan trọng khác của công ty; quyết định mức lương và lợi ích khác của các cán bộ đó.

- Quyết định cơ cấu tổ chức, quy chế quản lý nội bộ công ty; quyết định thành lập công ty con, lập chi nhánh, văn phòng đại diện và việc góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp khác.

- Trình báo cáo quyết toán hàng năm lên đại hội đồng cổ đông.

- Kiến nghị mức cổ tức được trả, quyết định thời hạn và thủ tục trả cổ tức hoặc xử lý các khoản lỗ phát sinh trong quá trình kinh doanh.

- Quyết định giá chào bán cổ phần và trái phiếu công ty; định giá tài sản góp vốn không phải là tiền Việt Nam, ngoại tệ tự do chuyển đổi, vàng.

- Duyệt chương trình, nội dung tài liệu phục vụ họp hội đồng cổ đông, triệu tập họp hội đồng cổ đông hoặc thực hiện các thủ tục hỏi ý kiến để đại hội đồng cổ đông thông qua quyết định.

- Quyết định mua lại không quá 10% số cổ phần đã bán của từng loại

- Kiến nghị việc tổ chức lại hoặc giải thể công ty.

Hội đồng quản trị thông qua quyết định bằng biểu quyết tại cuộc họp, lấy ý kiến bằng văn bản hoặc hình thức khác do điều lệ công ty quy định, mỗi thành viên hội đồng quản trị có một phiếu biểu quyết.

6.4. Giám đốc (tổng giám đốc) công ty

Hội đồng quản trị bổ nhiệm một người trong số họ hoặc người khác làm giám đốc (tổng giám đốc), chủ tịch hội đồng quản trị có thể kiêm giám đốc công ty. Giám đốc là người điều hành mọi hoạt động của công ty và chịu trách nhiệm trước hội đồng quản trị về việc thực hiện các quyền và nghĩa vụ được giao. Giám đốc có các quyền và nhiệm vụ sau đây:

- Quyết định tất cả các vấn đề liên quan đến hoạt động hàng ngày của công ty.

- Tổ chức thực hiện các quyết định của hội đồng quản trị.

- Tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và phương án đầu tư của công ty.

- Kiến nghị phương án bố trí cơ cấu tổ chức, quy chế quản lý nội bộ công ty.

- Bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức các chức danh quản lý trong công ty, trừ các chức danh do hội đồng quản trị bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức.

- Quyết định lương và phụ cấp (nếu có) đối với người lao động trong công ty, kể cả cán bộ quản lý thuộc thẩm quyền bổ nhiệm của giám đốc.

6.5. Ban kiểm soát công ty

- Công ty cổ phần có trên 11 cổ đông phải có ban kiểm soát từ 3 đến 5 thành viên, trong đó ít nhất phải có một thành viên có chuyên môn về kế toán. Ban kiểm soát bầu 1 thành viên làm trưởng ban (trưởng ban kiểm tra phải là cổ đông). Ban kiểm soát có các quyền và nhiệm vụ sau:

+ Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, trong ghi chép sổ kế toán và báo cáo tài chính.

+ Thẩm định báo cáo tài chính hàng năm của công ty, kiểm tra những vấn đề cụ thể liên quan đến quản lý, điều hành hoạt động của công ty khi xét thấy cần thiết hoặc theo quyết định của đại hội đồng cổ đông, theo yêu cầu của cổ đông hoặc nhóm cổ đông sở hữu trên 10% số cổ phần phổ thông trong thời hạn liên tục ít nhất 6 tháng.

+ Thường xuyên thông báo với hội đồng quản trị về kết quả hoạt động; tham khảo ý kiến của hội đồng quản trị trước khi trình các báo cáo, kết luận và kiến nghị lên đại hội đồng cổ đông.

+ Báo cáo đại hội đồng cổ đông về tính chính xác, trung thực, hợp pháp của việc ghi chép, lưu trữ chứng từ và lập sổ kế toán, báo cáo tài chính, các báo cáo khác của công ty, tính trung thực, tính hợp pháp trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh của công ty.

IV. TỔ CHỨC ĐẠI LÝ MUA - BÁN HÀNG

1. Khái niệm

- Đại lý mua bán hàng hoá là tổ chức, cá nhân thực hiện hành vi thương mại, theo đó bên giao đại lý và bên đại lý thoả thuận việc bên đại lý nhân danh mình mua hoặc bán hàng hoá cho bên giao đại lý để nhận thù lao.

- Hàng hoá của đại lý mua bán hàng hoá phải phù hợp với giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh của các bên.

- Bên giao đại lý là thương nhân giao hàng hoá cho đại lý bán hoặc giao tiền mua hàng cho đại lý mua.

- Bên đại lý là thương nhân nhận hàng hoá để làm đại lý bán hoặc nhận tiền mua hàng để làm đại lý mua.

2. Các hình thức đại lý

2.1. Đại lý hoa hồng

Là hình thức đại lý mà bên đại lý thực hiện việc mua, bán hàng theo giá mua, giá bán do bên giao đại lý ấn định để được hưởng hoa hồng. Mức hoa hồng được tính theo tỷ lệ phần trăm do các bên thoả thuận trên giá mua hoặc giá bán hàng hoá.

2.2. Đại lý bao tiêu

Là hình thức đại lý thực hiện việc mua, bán trọn vẹn một khối lượng hàng theo giá do bên đại lý ấn định để được hưởng thù lao. Mức thù lao được hưởng là mức chênh lệch giữa giá mua, giá bán thực tế so với giá do bên giao đại lý ấn định.

2.3. Đại lý độc quyền

Là hình thức đại lý mà tại một khu vực nhất định bên giao đại lý chỉ giao cho một đại lý mua, bán một hoặc một số mặt hàng.

2.4. Tổng đại lý mua bán hàng hoá

Là hình thức đại lý mà bên đại lý tổ chức một hệ thống đại lý trực thuộc để thực hiện việc mua, bán hàng hoá cho bên giao đại lý.

Tổng đại lý đại diện cho hệ thống đại lý trực thuộc. Các đại lý trực thuộc hoạt động dưới sự quản lý của tổng đại lý và với danh nghĩa của tổng đại lý.

3. Hợp đồng đại lý

Việc làm đại lý mua bán hàng hoá phải được xác lập bằng hợp đồng. Hợp đồng đại lý phải được lập thành văn bản với những nội dung chủ yếu sau:

- Tên và địa chỉ của các bên.
- Hàng hoá đại lý.
- Hình thức đại lý.
- Thù lao đại lý.
- Thời hạn hiệu lực của hợp đồng đại lý.

4. Quyền và nghĩa vụ của bên giao đại lý

4.1. Quyền của bên giao đại lý

- Lựa chọn bên đại lý, hình thức đại lý.
- Ấn định giá mua, giá bán hàng hoá đại lý.
- Nhận ký quỹ hoặc giấy tờ về tài sản thế chấp của bên đại lý nếu có thỏa thuận trong hợp đồng đại lý.
- Yêu cầu bên đại lý thanh toán tiền hoặc giao hàng theo hợp đồng đại lý.
- Kiểm tra, giám sát việc thực hiện hợp đồng của bên đại lý.
- Được hưởng các quyền và lợi ích hợp pháp do hoạt động đại lý mang lại.

4.2. Nghĩa vụ của bên giao đại lý

- Hướng dẫn cung cấp thông tin, tạo điều kiện cho bên đại lý thực hiện hợp đồng đại lý.

- Thực hiện đúng các cam kết trong hợp đồng đại lý.
- Chịu trách nhiệm về chất lượng, quy cách hàng giao đối với đại lý bán hoặc hàng nhận đối với đại lý mua trong hợp đồng đại lý, nếu bên đại lý không có lỗi.
- Trả thù lao cho bên đại lý.
- Hoàn trả cho bên đại lý tiền ký quỹ hoặc giấy tờ về tài sản thế chấp khi kết thúc hợp đồng.
- Chịu trách nhiệm trước pháp luật về sự lựa chọn, sử dụng bên đại lý và liên đới chịu trách nhiệm trong trường hợp bên đại lý vi phạm pháp luật mà nguyên nhân do bên giao đại lý gây ra hoặc do các bên cố ý làm trái pháp luật.

5. Quyền và nghĩa vụ của bên đại lý

5.1. Quyền của bên đại lý

- Lựa chọn và ký hợp đồng đại lý với một hoặc nhiều bên giao đại lý.
- Yêu cầu bên giao đại lý giao hàng hoặc tiến theo hợp đồng đại lý, nhận lại tiền ký quỹ hoặc giấy tờ về tài sản thế chấp nếu có khi kết thúc hợp đồng đại lý.

5.2. Nghĩa vụ của bên đại lý

- Mua, bán hàng theo giá do bên giao đại lý và bên đại lý thoả thuận trong hợp đồng đại lý.
- Thực hiện đúng các cam kết trong hợp đồng đại lý về giao nhận tiền, hàng với bên giao đại lý.
- Ký quỹ hoặc thế chấp tài sản nếu có cho bên giao đại lý theo thoả thuận trong hợp đồng đại lý.
- Thanh toán cho bên giao đại lý tiền bán hàng đối với đại lý bán; giao hàng đối với đại lý mua.
- Ghi tên thương mại, biển hiệu của bên giao đại lý và tên hàng hoá đại lý tại địa điểm mua, bán hàng.
- Bảo quản hàng hoá, chịu trách nhiệm về số lượng chất lượng, quy cách hàng hoá sau khi nhận đối với đại lý bán hoặc trước khi giao đối với đại lý mua theo hợp đồng đại lý.
- Chịu sự kiểm tra giám sát của bên giao đại lý và báo cáo tình hình hoạt động đại lý với bên giao đại lý.
- Chịu trách nhiệm trước bên giao đại lý và pháp luật về thực hiện hợp đồng đại lý.

V. CÁC LOẠI HÌNH CƠ SỞ KINH DOANH

1. Theo nghiệp vụ mua - bán

- Cơ sở mua hàng.
- Cơ sở bán hàng.
- Cơ sở mua bán hàng.

2. Theo địa điểm kinh doanh

2.1. Cơ sở cố định

Là cơ sở có địa điểm doanh nghiệp cố định. Nó có đặc điểm chung là: có kiến trúc và thiết bị tương đối hoàn chỉnh đảm bảo cho việc bảo quản, sắp xếp, trưng bày, giới thiệu hàng hoá và bán hàng được tốt. Quản lý kinh tế tài chính, quản lý nghiệp vụ được tập trung, làm cho việc tổ chức và quản lý lao động được tiến hành thuận lợi, hiệu quả hơn. Có điều kiện hợp tác lao động và nâng cao năng suất lao động. Mặt hàng phong phú, khối lượng hàng hoá lưu chuyển lớn, có khả năng thoả mãn cao nhu cầu của người tiêu dùng.

- Tuy vậy cơ sở cố định có nhược điểm là: kém linh hoạt, không đi sâu được vào các khu dân cư; không cơ động trong việc phục vụ các nhu cầu đột xuất và nhu cầu thời vụ. Vì vậy, nó phải được bổ sung bằng các cơ sở lưu động.

- Cơ sở cố định thường bao gồm: cửa hàng, các cơ sở bán lẻ nhỏ (các điểm bán hàng, căng tin, ki ốt). Cửa hàng là cơ sở bán lẻ chủ yếu, đại bộ phận hàng hoá được bán lẻ qua cửa hàng. Đặc điểm chung của cửa hàng: có một số nơi công tác, có diện tích dành cho khách mua hàng, có kho dành riêng, có văn phòng làm việc của lãnh đạo cửa hàng và bộ phận giúp việc.

- So với các cơ sở bán lẻ nhỏ thì cửa hàng có ưu điểm: Có khả năng kinh doanh một khối lượng hàng hoá lớn, mặt hàng phong phú. Có điều kiện trang thiết bị hoàn chỉnh và hiện đại. Có điều kiện áp dụng phương pháp bán hàng tiến bộ. Vì vậy, trình độ bán hàng văn minh cao hơn.

- Điểm bán hàng, căng tin, ki ốt là loại cơ sở cố định nhỏ, bổ sung cho cửa hàng. Đặc điểm của nó là: Số nơi công tác ít. Không có diện tích dành cho khách. Không có kho riêng. Ưu điểm của các cơ sở này là: Vốn đầu tư xây dựng ít, dễ khai trương. Đặt ở gần khu dân cư, xa nơi cửa hàng hoặc chưa có cửa hàng. Có thể mở cửa vào những lúc cửa hàng nghỉ bán hàng.

Nhược điểm:

- Vì quy mô nhỏ nên khối lượng hàng hoá ít, mặt hàng không phong phú, trang thiết bị không đầy đủ như cửa hàng.

2.2. Cơ sở lưu động

Là cơ sở không có địa điểm doanh nghiệp cố định, phải lưu động, tìm khách để bán hàng. Loại hình này gồm có: xe đẩy tay, ô tô bán hàng lưu động, ngựa thồ hàng, gánh hàng... Cơ sở bán hàng lưu động thường phục vụ tại những nơi tụ tập đông người, trên các sân ga bến tàu, tại các cơ quan xí nghiệp trường học... thậm chí đi sâu vào các thôn xóm, bản làng, khu dân cư... để phục vụ khách hàng. Mặt hàng kinh doanh thuộc loại hàng đơn giản, phục vụ nhu cầu hàng ngày. Thời gian hoạt động rất linh hoạt. Cơ sở lưu động có ưu điểm về tính linh hoạt, cơ động. Song nó bị hạn chế về trình độ thoả mãn nhu cầu tiêu dùng, trình độ phục vụ văn minh. Việc quản lý kinh tế tài chính, quản lý lao động đối với loại cơ sở này cũng gặp khó khăn.

3. Theo mặt hàng kinh doanh

3.1. Cơ sở hỗn hợp

Là cơ sở kinh doanh có quy mô tương đối nhỏ và thường kinh doanh những mặt hàng thông dụng hàng ngày, có khả năng đi sâu vào khu vực dân cư, thuận tiện cho việc đi mua sắm của khách. Cơ sở hỗn hợp bao gồm: hỗn hợp thực phẩm, hỗn hợp công nghệ phẩm hay hỗn hợp thực phẩm và công nghệ phẩm.

3.2. Cơ sở liên hợp

Là cơ sở kinh doanh một số mặt hàng có liên quan với nhau trong tiêu dùng. Tại đây có tổ chức bán hàng hay quầy hàng chuyên doanh theo nhóm hàng, nhưng trong giới hạn của mỗi nhóm hàng kinh doanh thì mặt hàng kinh doanh phong phú nên trình độ thoả mãn nhu cầu của khách cao hơn cơ sở hỗn hợp và quy mô của cơ sở liên hợp cũng lớn hơn cơ sở hỗn hợp. Trong thực tế có nhiều cơ sở liên hợp như: liên hợp thực phẩm hay liên hợp công nghệ phẩm.

3.3. Cơ sở chuyên doanh

Là cơ sở kinh doanh một nhóm, một phân nhóm hoặc một thứ hàng nhất định. Loại cơ sở này chia ra: cơ sở chuyên doanh rộng (kinh doanh một nhóm hàng như: quần - áo, văn phòng phẩm); cơ sở chuyên doanh hẹp (kinh doanh một phân nhóm hay một thứ hàng như: nhạc cụ, đồng hồ, xe đạp).

Do trình độ chuyên môn hoá cao nên cơ sở chuyên doanh có ưu điểm:

- Trong phạm vi nhóm hàng, phân nhóm hàng hoặc loại hàng kinh doanh có quy cách cỡ số, màu sắc, thứ hạng phong phú, thoả mãn cao nhu cầu lựa chọn của khách hàng.

- Có điều kiện nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng, nắm vững đặc điểm tiêu dùng của nhóm hàng, do đó có tác dụng tích cực thúc đẩy sản xuất.
- Có điều kiện trang bị kỹ thuật hoàn bị và hiện đại.
- Trình độ nghiệp vụ kinh doanh, nhất là trình độ bán hàng và phục vụ khách hàng được nâng cao.

Tuy vậy, không phải điều kiện nào và bất cứ ở đâu, các cơ sở chuyên doanh đều có ưu điểm trên, nó chỉ mang lại hiệu quả kinh doanh cao trong điều kiện: tình hình sản xuất và cung ứng nhóm hàng đó cho phép, khu vực mà cơ sở phục vụ có mật độ dân cư cao. Nói chung, các mặt hàng có khối lượng bán ra lớn, có tính lựa chọn cao, có tính chất lý hoá đặc biệt thì có điều kiện chuyên doanh hơn các hàng hoá khác...

3.4. Cơ sở kinh doanh tổng hợp

Là cơ sở kinh doanh hầu hết các nhóm hàng công nghiệp thực phẩm hoặc cả hàng công nghiệp và thực phẩm. Cơ sở tổng hợp kinh doanh cả hàng công nghiệp và thực phẩm gọi là bách hoá tổng hợp. Cơ sở tổng hợp thường có quy mô lớn, được phân chia ra thành các gian hàng, các tổ bán thường xuyên bán từng nhóm, phân nhóm hàng nhất định. Vì vậy, thực chất cơ sở kinh doanh tổng hợp là cơ sở tổng hợp nhiều cơ sở chuyên doanh quy mô nhỏ lại.

Cơ sở tổng hợp vừa có ưu điểm của một cơ sở quy mô lớn, kinh doanh nhiều mặt hàng, vừa có ưu điểm của cơ sở chuyên doanh. Nó vừa tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng có thể mua nhiều thứ hàng ở cùng một nơi, vừa thoả mãn nhu cầu lựa chọn của khách. Do mức bán ra lớn, mặt hàng phong phú, số lao động nhiều... nên có điều kiện sử dụng hợp lý tiền vốn, thiết bị, nâng cao năng suất lao động bán hàng, giảm chi phí lưu thông, tăng hiệu quả kinh doanh.

Tuy vậy, cơ sở tổng hợp thường có bán kính phục vụ lớn, không đi sâu được vào khu dân cư mà thường chỉ đặt ở trung tâm thành phố, thị xã. Vì vậy, cơ sở tổng hợp không thể thay thế được các loại hình kinh doanh bán lẻ khác.

Phần thực hành

- 1/ Cho biết những điểm giống và khác nhau giữa doanh nghiệp thương mại nhà nước, doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần.
- 2/ Phân biệt các hình thức đại lý mua bán hàng hoá của doanh nghiệp thương mại.

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích các chức năng của doanh nghiệp thương mại nhà nước?
- 2/ Trình bày đặc điểm của các loại hình tổ chức bộ máy quản lý của doanh nghiệp thương mại nhà nước?
- 3/ Trình bày quyền hạn và nghĩa vụ của doanh nghiệp thương mại tư nhân?
- 4/ Trình bày đặc điểm của tổ chức công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần?
- 5/ Trình bày quyền và nghĩa vụ của bên giao đại lý và bên đại lý?
- 6/ Trình bày đặc điểm của các loại hình cơ sở kinh doanh?

Chương 2

TỔ CHỨC LAO ĐỘNG TRONG DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

I. Ý NGHĨA CỦA TỔ CHỨC LAO ĐỘNG TRONG DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

1. Khái niệm

Tổ chức lao động trong doanh nghiệp thương mại là hệ thống các biện pháp sử dụng có kế hoạch và hợp lý sức lao động để sử dụng hợp lý thời gian lao động nhằm tăng năng suất lao động của doanh nghiệp và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

2. Ý nghĩa của tổ chức lao động hợp lý

- Tăng nhanh tốc độ thực hiện kế hoạch lưu chuyển hàng hoá, giảm chi phí lưu thông, góp phần làm tăng lợi nhuận của doanh nghiệp.

Bằng các biện pháp như: tăng cường lực lượng nhân viên bán hàng và nhân viên phục vụ cho bán hàng, bố trí ca kíp hợp lý bán hàng, thời gian mở cửa bán hàng, hợp lý hoá quy trình nghiệp vụ bán, giảm động tác thừa và thời gian chết... sẽ giảm thời gian một lần bán hàng, tăng năng suất lao động của nhân viên bán hàng, góp phần đẩy mạnh bán ra, tăng tốc độ lưu chuyển hàng hoá, giảm chi phí lưu thông, góp phần làm tăng doanh lợi cho doanh nghiệp.

- Làm giảm thời gian mua sắm của khách hàng, góp phần nâng cao năng suất lao động xã hội:

Năng suất lao động tăng lên không những mang lại hiệu quả kinh tế cho

cửa hàng, mà còn có ý nghĩa làm giảm thời gian mua sắm của khách hàng, tăng thời gian nhàn rỗi của người lao động, làm cho họ có điều kiện nghỉ ngơi, tái sản xuất sức lao động.

Vì vậy, tổ chức lao động hợp lý ở cửa hàng bán lẻ không chỉ là vấn đề tổ chức sử dụng tiết kiệm và có hiệu quả lực lượng lao động ở một cửa hàng mà còn tiết kiệm thời gian lao động của toàn xã hội, góp phần tổ chức tốt cuộc sống và công tác của hàng triệu người lao động.

- Sử dụng hợp lý lực lượng lao động trong cửa hàng, tiết kiệm lao động thương mại:

+ Lao động thương mại là một bộ phận của lao động xã hội. Lao động thương mại nói chung và lao động trong các cửa hàng bán lẻ nói riêng phải được sử dụng hợp lý và tiết kiệm trên cơ sở bảo đảm chất lượng phục vụ người tiêu dùng.

+ Tổ chức tốt lao động trong cửa hàng bán lẻ sẽ hợp lý hoá phân công lao động và hợp tác lao động; sẽ tăng cường lực lượng lao động trực tiếp (bán hàng, tiếp nhận, vận chuyển, bảo quản) và giảm bớt lao động gián tiếp, thực hiện phân công lao động đúng sở trường và khả năng của các loại cán bộ, nhân viên; sẽ tăng cường sự hợp tác lao động giữa các bộ phận và cá nhân trong cửa hàng; đồng thời luôn bồi dưỡng cho người lao động trong cửa hàng về chính trị, chuyên môn, văn hoá, kỹ thuật...

+ Trong điều kiện đó, với số lượng cán bộ, nhân viên không tăng, điều kiện thiết bị không đổi vẫn có thể tăng mức lưu chuyển hàng hoá và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

II. PHÂN CÔNG LAO ĐỘNG TRONG DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

1. Yêu cầu của phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại

1.1. Đảm bảo thực hiện được mục tiêu chung của doanh nghiệp

Mục tiêu của doanh nghiệp thương mại là thu lợi nhuận và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Muốn vậy, phân công lao động phải hợp lý, đúng khả năng và sở trường của người lao động, tạo điều kiện tăng năng suất lao động, đẩy mạnh tốc độ bán hàng, tăng mức lưu chuyển hàng hoá, giảm phí lưu thông, tăng doanh lợi cho doanh nghiệp, đồng thời đáp ứng nhu cầu muôn màu, muôn vẻ của người tiêu dùng, nâng cao trình độ văn minh thương mại.

1.2. Phát huy được năng lực, sở trường của cán bộ, nhân viên trong doanh nghiệp

Muốn vậy, cần phải bố trí đúng ngành nghề họ đã được đào tạo, đúng chức vụ họ phải đảm nhiệm và hợp sở trường của họ (công việc làm lâu nhất, địa phương quen thuộc, kinh nghiệm công tác và năng khiếu vốn có...); chỉ có như vậy mới có thể phát huy được khả năng của người lao động, tránh sự bở ngỡ, mò mẫm đối với công việc. Phân công đúng năng lực, sở trường còn làm cho người lao động tự bồi dưỡng. Cần phải ổn định sự phân công hợp lý, làm cho người lao động có thời gian tích lũy kinh nghiệm nghề nghiệp. Sự thay đổi nhiều lần về công việc của người lao động sẽ không có lợi về năng suất lao động và cả về tâm lý, tư tưởng của họ.

1.3. Tăng cường được trách nhiệm cá nhân và sự hợp tác lao động

Yêu cầu này đòi hỏi khi phân công, giao việc hoặc đề bạt, cất nhắc cán bộ, nhân viên phải dựa vào trình độ chính trị, nghiệp vụ, thậm chí cả tác phong sinh hoạt, phong cách của từng người. Phong cách của cán bộ, nhân viên ảnh hưởng rất lớn đến kết quả công việc của họ. Ví dụ: Người làm công tác kho phải có tính thận trọng, tỉ mỉ. Người làm công tác mua hàng phải nhanh nhẹn, tháo vát. Người bán hàng phải lịch sự, kiên nhẫn và chu đáo với khách.

Lựa chọn cẩn thận cán bộ, nhân viên sẽ bảo đảm cho họ hoàn thành trách nhiệm được giao, quản lý được tiền, hàng và tài sản được giao, tránh được những thiếu sót và tổn thất do trình độ chuyên môn kém gây ra.

1.4. Sử dụng có hiệu quả phương tiện, thiết bị của doanh nghiệp

Hiệu quả sử dụng thiết bị của doanh nghiệp phụ thuộc vào trình độ thành thạo của người sử dụng. Do vậy, cần phải dựa vào trình độ thành thạo của từng người mà phân công sử dụng thích hợp, nhất là các thiết bị kỹ thuật phức tạp. Đồng thời phân công ca, kíp hợp lý để sử dụng hết thời gian làm việc của thiết bị.

Nâng cao hiệu quả sử dụng thiết bị sẽ làm tăng năng suất lao động ở doanh nghiệp, ngược lại, tăng năng suất lao động đòi hỏi phải nâng cao hiệu quả sử dụng thiết bị.

1.5. Bảo đảm thực hiện đúng pháp luật, chính sách, chế độ đối với người lao động

2. Hình thức phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại

2.1. Theo tính chất nội dung công việc

Là phân công lao động theo công việc chính, phụ khác nhau trong doanh

nghiệp. Mục đích của việc phân công này là nhằm bố trí lao động hợp lý cho các công việc khác nhau của doanh nghiệp. Cần tăng cường lực lượng lao động trực tiếp, lao động làm những công việc chính, bảo đảm tỷ lệ thích đáng lao động gián tiếp. Theo hình thức phân công này, cán bộ, nhân viên của doanh nghiệp được phân ra: bộ phận trực tiếp, bộ phận quản lý và bộ phận phục vụ.

Bộ phận trực tiếp là bộ phận lao động chủ yếu ở doanh nghiệp thương mại, bao gồm: nhân viên bán hàng, nhân viên mua hàng, nhân viên trang trí – quảng cáo, thủ kho, công nhân bốc dỡ, khuôn vác. Trong đó, nhân viên bán hàng chiếm vị trí quan trọng nhất trong việc thực hiện chức năng của doanh nghiệp thương mại.

Bộ phận quản lý bao gồm: cửa hàng trưởng, cửa hàng phó, các nhân viên chức năng (kế toán, thống kê, kế hoạch...).

Bộ phận phục vụ bao gồm: lái xe, thợ điện, thợ máy, bảo vệ...

2.2. Theo mặt hàng kinh doanh

Là thực hiện chuyên môn hoá việc bán những nhóm hoặc phân nhóm hàng khác nhau. Phân công lao động theo hình thức này giúp người bán hàng có điều kiện đi sâu nghiên cứu một nhóm hoặc phân nhóm hàng về các mặt: tính chất thương phẩm, đặc điểm tiêu dùng và phương pháp bán hàng... để có điều kiện nâng cao chất lượng phục vụ và năng suất bán hàng.

Phải căn cứ vào quy mô của doanh nghiệp, số lượng nhân viên bán hàng, tính chất của hàng hoá mà phân công cho từng người bán những nhóm hàng hoặc phân nhóm hàng khác nhau, thậm chí chỉ phân công bán một mặt hàng.

2.3. Theo cấp bậc quản lý, trình độ nghề nghiệp

Là phân biệt cấp bậc nghề nghiệp của cán bộ, nhân viên theo học vị được đào tạo và năng lực thực tế, chất lượng công tác của họ.

Mục đích của việc phân loại này là để phân công công việc cho phù hợp với trình độ của từng loại cán bộ, nhân viên, nâng cao trách nhiệm cá nhân và bảo đảm nguyên tắc phân phối theo lao động. Nó có tác dụng khuyến khích người lao động chăm lo bồi dưỡng chuyên môn, nâng cao tay nghề, nâng cao năng suất lao động.

3. Phương pháp phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại

Phương pháp phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại được tiến hành theo trình tự sau:

- Xác định công việc: theo tính chất, nội dung công việc, số lượng, chất lượng cần đạt tới (cho toàn doanh nghiệp, cho từng khâu công tác và cho từng người lao động).

- Xác định năng lực lao động: theo nghề nghiệp, trình độ lành nghề, theo học vị được đào tạo, theo sức khoẻ, theo khả năng, sở trường.

- Bố trí lao động: khi bố trí lao động trong doanh nghiệp thương mại phải căn cứ vào:

+ Yêu cầu của phân công lao động trong thương mại và tính chất nội dung công việc; định mức khối lượng và chất lượng công việc.

+ Môi trường làm việc, thiết bị hiện có.

+ Năng lực, sở trường của người lao động.

+ Pháp luật về lao động của nhà nước.

III. NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG VÀ ĐỊNH MỨC LAO ĐỘNG TRONG DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

1. Năng suất lao động trong doanh nghiệp thương mại

1.1. Khái niệm về năng suất lao động trong doanh nghiệp thương mại

Là mức lưu chuyển hàng hoá bình quân của một nhân viên công tác hoặc một nhân viên bán hàng trong một đơn vị thời gian.

1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng suất lao động trong doanh nghiệp thương mại

Năng suất lao động trong doanh nghiệp thương mại phụ thuộc vào nhiều yếu tố chủ quan và khách quan.

- Những yếu tố chủ quan là:

+ Trình độ chính trị và chuyên môn của người bán hàng;

+ Trình độ tổ chức quản lý của doanh nghiệp.

+ Trình độ cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp.

- Những yếu tố khách quan là:

+ Nguồn hàng.

+ Giá cả.

+ Sức mua.

+ Sự thay đổi của nhu cầu tiêu dùng.

1.3. Biện pháp nâng cao năng suất lao động trong doanh nghiệp thương mại

- Thực hiện đúng đắn phân công lao động và mở rộng hợp tác lao động, định mức lao động:

Phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại cần phải tăng cường nhân viên trực tiếp, nhất là nhân viên bán hàng. Chỉ có tăng cường nhân viên trực tiếp bán hàng thì mới nâng cao mức lưu chuyển hàng hoá bình quân của một nhân viên công tác trong doanh nghiệp.

Mở rộng hợp tác lao động trong tổ bán hàng, làm cho các nhân viên trong tổ có thể giúp đỡ, thay thế nhau phục vụ việc bán hàng, nhất là lúc đông khách. Cần mở rộng hợp tác lao động giữa người bán hàng và các nhân viên phục vụ cho bán hàng như: phân loại chỉnh lý, bao gói sẵn... nhằm tạo điều kiện cho người bán hàng nâng cao hiệu suất công tác và chất lượng phục vụ khách hàng.

Định mức lao động là mốc phấn đấu của người bán hàng và là căn cứ đánh giá năng suất lao động. Cần phải định mức lao động đúng đắn cho từng cấp bậc kỹ thuật, từng nhóm hàng.

- Sử dụng có hiệu quả nhất thời gian làm việc của người bán hàng.

Để thực hiện tốt biện pháp này, một mặt phải hợp lý hoá kết cấu thời gian làm việc của người bán hàng trong một ngày: tăng tỷ lệ thời gian làm công việc chính, giảm tỷ lệ thời gian làm công việc phụ, hạn chế đến mức thấp nhất thời gian lãng phí; mặt khác phải rút ngắn thời gian trung bình một lần bán hàng trong ca (ngày bán hàng), phục vụ được nhiều khách hàng, bán được nhiều hàng.

- Cải tiến các khâu nghiệp vụ trong doanh nghiệp làm thành một dây chuyền liên tục và hợp lý:

Các khâu nhập hàng, bảo quản, chuẩn bị hàng hoá bán ra... đều phải phục vụ và tạo thuận lợi cho khâu bán hàng. Công tác nhập hàng phải bảo đảm có được những lô hàng chất lượng tốt và hợp thị hiếu, bảo đảm cho dự trữ thường xuyên, bán ra liên tục. Công tác kho phải bảo đảm thuận tiện cho việc giao nhận giữa kho và quầy hàng được nhanh chóng. Công tác chuẩn bị hàng hoá bán ra phải tạo điều kiện thuận lợi cho người bán hàng. Đối với những hàng hoá phải cân đo, đóng, bao gói mất nhiều thời gian cần có bộ phận chuẩn bị trước.

- Tăng cường nghiệp vụ quảng cáo, giới thiệu hàng hoá và cải tiến phương thức kinh doanh của doanh nghiệp cũng có tác dụng trực tiếp đến năng suất lao động trong doanh nghiệp.

Cần đặc biệt chú ý cải tiến nghiệp vụ bán hàng, như lựa chọn phương pháp

bán hàng phù hợp với từng nhóm hàng, áp dụng phương pháp bán hàng tiến bộ sẽ góp phần tăng năng suất bán hàng.

- Cải tiến kỹ thuật, hoàn thiện trang thiết bị của doanh nghiệp sẽ tạo điều kiện vật chất – kỹ thuật để nâng cao năng suất lao động.

Quy hoạch hợp lý phòng bán hàng, lựa chọn đúng đắn loại hình nơi công tác sẽ tạo điều kiện thuận lợi cả cho người bán và người mua, tăng khả năng phục vụ và mức bán ra của doanh nghiệp.

Các loại thiết bị như: quầy, tủ, giá, cân, thước... càng hoàn thiện và hiện đại càng giảm cường độ lao động bán hàng và tăng tốc độ bán hàng.

Cải tiến và hoàn thiện trang thiết bị trong doanh nghiệp là một trong những biện pháp quan trọng để nâng cao năng suất lao động bán hàng và là một nội dung của cách mạng khoa học kỹ thuật trong thương mại.

- Hợp lý hoá thời gian làm việc của doanh nghiệp: bao gồm thời gian mở cửa bán hàng và thời gian biểu của người bán hàng. Đây là biện pháp kéo dài thời gian phục vụ của doanh nghiệp trong ngày, tăng người phục vụ tại doanh nghiệp trong giờ đông khách nhằm tăng mức bán ra trong điều kiện không tăng số nhân viên công tác.

- Mở rộng mặt hàng kinh doanh, xây dựng mặt hàng kinh doanh hợp lý: vừa nhằm thoả mãn nhu cầu tiêu dùng, vừa nhằm đẩy mạnh tốc độ bán ra.

- Tăng cường kỷ luật lao động, đẩy mạnh thi đua xã hội chủ nghĩa.

- Bồi dưỡng về tinh thần và vật chất, cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động:

Muốn có năng suất lao động cao trong doanh nghiệp, phải bồi dưỡng cho người bán hàng yêu nghề, có tinh thần trách nhiệm trước người tiêu dùng. Mặt khác, phải nâng cao trình độ văn hoá, kỹ thuật, chuyên môn bao gồm: trình độ hiểu biết và thành thạo về hàng hoá, về tính toán, về sử dụng thiết bị, về tâm lý khách hàng cho người bán hàng. Luôn quan tâm đến chế độ tiền lương, tiền thưởng, phúc lợi xã hội, khuyến khích đúng mức quyền lợi vật chất.

Tạo cho người bán hàng điều kiện làm việc, nghỉ ngơi hợp lý sẽ có tác dụng giữ gìn sức khoẻ, tái sản xuất sức lao động cho họ. Phải quan tâm thường xuyên đến các điều kiện ở phòng bán hàng như: ánh sáng, nhiệt độ, độ ẩm, tình trạng vệ sinh và không ngừng cải thiện các điều kiện theo hướng có lợi cho việc nâng cao năng suất lao động.

2. Định mức lao động trong doanh nghiệp thương mại

2.1. Khái niệm

Định mức lao động của nhân viên bán hàng là quy định lượng thời gian lao động hao phí bình quân để thực hiện một lần bán hàng hoặc quy định số lần bán hàng phải phục vụ trong một ca hoặc một ngày và mức lưu chuyển hàng hoá mà một nhân viên bán hàng phải thực hiện trong một ca hoặc một ngày.

2.2. Ý nghĩa

Định mức lao động là mục tiêu phấn đấu cụ thể của người bán hàng, có tác dụng thúc đẩy họ hoàn thành công việc được giao với chất lượng tốt trên cơ sở định mức và phấn đấu tăng năng suất lao động.

Định mức lao động là một căn cứ quan trọng để xây dựng kế hoạch lao động và tiền lương, để quản lý lao động chặt chẽ và thực hiện đúng đắn nguyên tắc phân phối theo lao động.

2.3. Phương pháp định mức lao động

Định mức lao động bán hàng được tiến hành chủ yếu bằng hai phương pháp:

2.3.1. Phương pháp thống kê kinh nghiệm

Là phương pháp dựa vào số liệu thống kê của các thời kỳ trước, những kinh nghiệm tích lũy được mà xác định mức lao động hiện tại, có xét đến khả năng và tình hình mới. Số liệu thống kê về mức lao động trong thời gian trước phải là mức trung bình tiên tiến. Các yếu tố ảnh hưởng đến định mức lao động thời gian tới là: tình hình cung cấp hàng hoá, tình hình mở rộng mặt hàng kinh doanh của doanh nghiệp, sự biến động của sức mua, trình độ hoàn chỉnh về thiết bị...

Phương pháp này dễ làm, tốn kém ít, khá phù hợp với đặc điểm của lao động bán hàng.

Tuy vậy, phương pháp thống kê kinh nghiệm không chính xác, không loại trừ hết những tổn thất thời gian lao động, không khai thác hết khả năng tiềm tàng và năng lực mới nảy sinh trong lao động.

Theo phương thức này, mức lao động có thể tính bằng công thức:

$$M_1 = M_0 (1 \pm X\%)$$

Trong đó: M_1 là mức kì này (tính bằng mức lưu chuyển: đồng).

M_0 là mức bình quân các kì trước (tính bằng mức lưu chuyển: đồng).

Có thể lấy số liệu thống kê nhiều năm hoặc lấy số liệu cùng kỳ năm trước.

X% là tỷ lệ biến động so với kì trước được ước tính theo kinh nghiệm.

2.3.2. Phương pháp kinh tế kỹ thuật

Là phương pháp xác định mức lao động trên cơ sở tính toán hiệu suất lao động của người bán hàng.

Đây là phương pháp định mức tiên tiến, nó tính toán một cách khoa học thời gian làm việc của người bán, loại trừ thời gian vô hiệu quả do chủ quan gây ra. Tuy vậy, hiệu suất lao động của người bán hàng còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố, nên phương pháp này cũng chỉ áp dụng để xác định mức bán những mặt hàng có quan hệ cung cầu ổn định, người mua tương đối đều đặn trong thời gian dài. Phương pháp này có nhiều tốn kém và khó khăn.

Theo phương pháp này, mức lao động có thể tính bằng công thức:

$$M_2 = \frac{T_{ca} \cdot (T_{ck} + T_{pv} + T_{gd} + T_{nn})}{\bar{T}_{BH}} \times g$$

Trong đó:

g: giá trị bình quân một lần bán hàng

M_2 : mức lao động (tính bằng mức lưu chuyển: đồng).

T_{ca} : thời gian của một ca bán hàng.

T_{ck} : thời gian chuẩn bị và kết thúc bán hàng.

T_{pv} : thời gian phục vụ nơi bán hàng.

T_{gd} : thời gian gián đoạn do không có khách mua hàng hoặc thiếu hàng bán.

T_{nn} : thời gian nghỉ ngơi do nhu cầu tự nhiên.

$\bar{T}_{BH}$: thời gian bình quân để thực hiện một lần bán hàng, được xác định bằng cách đo thời gian nhiều lần bán hàng và tính thời gian bình quân theo công thức bình quân số học:

$$\bar{T}_{BH} = \frac{\sum T_i}{N(\text{lần})}$$

($\sum T_i$: tổng thời gian bán hàng / ngày)

(N: số lần bán hàng trong ngày)

Vấn đề quan trọng để bảo đảm cho định mức được hợp lý là xác định thời gian trung bình cần thiết cho một lần bán hàng. Người ta tiến hành bấm giờ đo

thời gian cho một lần bán hàng của nhiều người bán hàng cùng cấp bậc kỹ thuật, bán cùng một loại hàng, đo nhiều lần khác nhau và lấy mức bình quân tiên tiến.

Thực tế hiện nay doanh nghiệp thương mại còn áp dụng một số phương pháp định mức lao động đối với người bán hàng như sau:

- *Định mức lao động theo thời gian làm việc:*

Theo hình thức này người bán hàng phải thực hiện đầy đủ giờ công trong một ngày (ca) bán mà không cần biết là bán được bao nhiêu hàng. Lương trả cho họ theo ngày công thực tế (hoặc theo tháng).

Hình thức này hiện nay rất ít áp dụng, nó chỉ còn áp dụng cho những nơi bán hàng mang tính chất giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất, hoặc các nhà cung cấp, phân phối (Ví dụ: hãng Samsung, LG...)

Ưu điểm: người bán hàng luôn được đảm bảo về thu nhập.

Nhược điểm: không có hiệu quả kinh tế, không phát huy được tính sáng tạo, chủ động trong kinh doanh cho người bán hàng.

- *Định mức theo khối lượng (kết quả) công việc:*

Hình thức này căn cứ vào hiệu suất bán hàng, mức độ hiệu quả kinh tế của việc bán hàng để giao định mức lao động giao khoán cho người bán. Có thể có 3 hình thức khoán sau:

+ *Khoán doanh số bán ra:* theo hình thức này doanh nghiệp giao khoán cho người bán hàng, nhóm bán hàng phải bán ra được một doanh số nhất định trong một tháng (quý, năm), hàng hoá và các chi phí kinh doanh do doanh nghiệp quản lý và chi trả. Nếu hoàn thành được doanh số bán đó thì người bán hàng được hưởng 100% lương, thưởng theo quy định. Nếu không hoàn thành thì hưởng theo % mức lương, thưởng theo quy định. Nếu vượt được theo tỷ lệ vượt.

Ưu điểm: dễ áp dụng và quản lý nhân viên bán hàng.

Nhược điểm: không tạo được tính sáng tạo, chủ động cho người bán hàng trong việc kinh doanh theo nhu cầu thị trường.

+ *Khoán lãi:* theo hình thức này doanh nghiệp cho phép các quầy hàng và người bán hàng được tự do mua, tự định giá, tự bán hàng theo nhu cầu thị trường, các thủ tục hành chính, pháp lý do doanh nghiệp lo liệu, các chi phí kinh doanh cho quầy hàng tự chịu và phải nộp một khoản lãi nhất định hàng tháng (quý, năm) cho doanh nghiệp.

Ưu điểm: phát huy tính sáng tạo, chủ động trong kinh doanh cho các quầy hàng.

Nhược điểm: khó quản lý hàng hoá, người bán hàng và dễ dẫn tới khoản trắng. Có thể ảnh hưởng tới uy tín của doanh nghiệp.

+ *Khoán quán:* tương tự như khoán lãi nhưng hàng hóa kinh doanh của các quầy hàng phải chịu sự quản lý về quy cách, chất lượng, chủng loại của doanh nghiệp.

Ưu điểm: tạo điều kiện cho người bán chủ động trong việc định giá và kinh doanh. Quản lý được hàng hoá, giữ được uy tín với khách hàng.

Nhược điểm: khó áp dụng.

IV. THỜI GIAN MỞ CỬA HÀNG VÀ THỜI GIAN BIỂU LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN BÁN HÀNG

1. Thời gian mở cửa hàng

Xác định thời gian mở cửa hàng bao gồm việc:

- Xác định thời điểm mở cửa hàng.
- Số giờ làm việc của cửa hàng trong ngày.

Xác định hợp lý thời gian làm việc của cửa hàng có tác dụng tạo điều kiện thuận tiện cho khách mua hàng; mở rộng mức lưu chuyển hàng hoá.

Căn cứ xác định:

- Mật độ khách hàng theo giờ trong ngày, ngày trong tuần, và theo các mùa khác nhau.
- Thời gian làm việc và nghỉ làm việc của doanh nghiệp sản xuất, cơ quan hành chính sự nghiệp và của khách hàng.
- Đặc điểm mặt hàng kinh doanh trong cửa hàng.
- Đặc điểm của địa phương về dân cư, sức mua và nhu cầu tiêu dùng, điều kiện đi lại, ánh sáng ban đêm.

Chú ý: giờ mở đóng cửa hàng do Sở Thương mại, Ủy ban nhân dân thành phố quy định, cửa hàng phải nghiêm chỉnh chấp hành quy định, không được tự ý thay đổi.

2. Thời gian biểu làm việc của nhân viên bán hàng

Thời gian mở cửa hàng phải liên hệ chặt chẽ với thời gian biểu của người bán hàng, nó quyết định thời gian biểu làm việc của người bán hàng.

Ý nghĩa của thời gian biểu: Sắp xếp hợp lý sẽ tạo điều kiện kéo dài thời gian làm việc của cửa hàng. Nâng cao tỷ lệ thời gian làm việc có hiệu quả (trong tổng số thời gian làm việc). Đảm bảo hợp lý thời gian làm việc và nghỉ ngơi của người bán hàng.

Yêu cầu của thời gian biểu:

- Đảm bảo cho người bán hàng, hàng ngày làm việc 8 giờ (40 giờ / tuần).
- Đảm bảo phục vụ khách hàng ngoài số giờ làm việc đã quy định (khi cửa hàng mở cửa bán quá 8 giờ / 1 ngày).
- Đảm bảo tập trung nhân viên bán hàng vào những ngày giờ đông khách.

2.1. Thời gian biểu làm việc một ca

Thời gian làm việc của người bán hàng đồng nhất với thời gian mở cửa bán hàng (có ngày nghỉ chung, nghỉ luân phiên). Áp dụng cho những cửa hàng mở cửa bán hàng 8 giờ / ngày. Tất cả nhân viên bán hàng đều bắt đầu và kết thúc công việc hàng ngày cùng một lúc hoặc liên tục 8 giờ (không nghỉ) hoặc gián đoạn ở giữa (do có khoảng thời gian đóng cửa không bán hàng như nghỉ trưa, ăn trưa...). Áp dụng cho cửa hàng có quy mô nhỏ, có ít người bán hàng, mặt hàng kinh doanh tương đối đơn giản, đối tượng phục vụ tương đối ổn định.

- *Ưu điểm*: thuận tiện cho việc quy định trách nhiệm vật chất và tổ chức học tập sinh hoạt.

- *Nhược điểm*: thời gian mở cửa hàng tương đối ngắn, khó thích ứng với số lượng khách hàng lúc đông, lúc thưa trong ngày, khó khai thác hết khả năng tiềm tàng nhằm nâng cao năng suất lao động.

2.2. Thời gian biểu làm việc hai ca

Tổ bán hàng được phân làm hai ca, nối tiếp nhau trong ngày, luân phiên nhau giữa ca sáng và ca chiều. Người bán hàng cùng ca, bắt đầu và kết thúc công việc cùng một lúc (có ngày nghỉ chung hoặc luân phiên như đối với một ca). Áp dụng: cửa hàng có quy mô lớn cần kéo dài thời gian mở cửa bán hàng trong ngày, tại nơi dân cư đông đúc và có khách hàng qua lại tương đối nhiều.

Ưu điểm: kéo dài thời gian mở cửa bán hàng. Thuận tiện cho khách hàng đến mua hàng và cũng thuận tiện cho việc học tập, nghỉ ngơi, sinh hoạt tập thể và gia đình của những người bán hàng.

Nhược điểm: tốn người bán hàng và khó thích ứng với số lượng khách lúc thưa, việc tổ chức giao nhận ca tốn thời gian, dễ sinh nhầm lẫn mất mát, trách nhiệm không rõ ràng (đang bán phải dừng để giao nhận ca).

2.3. Thời gian biểu làm việc theo giai đoạn

Thời gian làm việc trung bình trong ngày của người bán hàng vẫn là 8 giờ/ngày. Thời gian làm việc của mỗi người trong một ngày dài, ngắn khác nhau. Thời gian bắt đầu và kết thúc bán hàng của những người bán hàng trong cùng một cửa hàng không giống nhau. Áp dụng: Cửa hàng có quy mô nhỏ, có ít người bán hàng. Thời gian mở cửa hàng dài, nhưng khách đến mua tập trung vào những khoảng thời gian nhất định trong ngày.

2.4. Thời gian biểu làm việc hỗn hợp

Sử dụng nhiều loại thời gian biểu trong cùng một cửa hàng.

Cần vẽ biểu đồ giờ giấc làm việc của nhân viên bán hàng.

Ưu điểm: có thể tận dụng được mọi ưu điểm của các loại thời gian biểu khác nhau như: bố trí lao động đúng với yêu cầu mở cửa liên tục kéo dài thời gian, phù hợp với quy luật mua hàng của khách hàng. Áp dụng cho những cửa hàng có quy mô lớn.

Phần thực hành

- 1/ Cho biết những điểm giống và khác nhau giữa ba hình thức phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại.
- 2/ Cho biết những điểm giống và khác nhau giữa các loại thời gian biểu làm việc của doanh nghiệp thương mại.
- 3/ Làm bài tập tính định mức lao động của nhân viên bán hàng:

Bài 1:

Tính định mức lao động theo phương pháp thống kê kinh nghiệm với số liệu sau: mức lưu chuyển hàng hoá bình quân kì trước: 10.000.000 đồng. Tỷ lệ biến động so với kỳ trước ước tính là 15%

Hãy tính mức lưu chuyển hàng hoá kì này.

Giải

$$M_0 = 10.000.000 \text{ đồng}$$

$$x\% = 15\% M_0 = 1.500.000 \text{ đồng}$$

$$M_1 = 10.000.000 \text{ đồng} + 1.500.000 \text{ đồng} = 11.500.000 \text{ đồng}$$

Luyện tập: $M_0 = 10.000.000 \text{ đồng}, x\% = 11\% M_0$, tính M_1 ?

Bài 2:

Tính định mức lao động theo phương pháp kinh tế kỹ thuật với số liệu sau:

- Thời gian làm việc của một ca bán hàng 8 giờ. Thời gian chuẩn kết 60 phút. Thời gian phục vụ 20 phút. Thời gian gián đoạn 15 phút. Thời gian nghỉ ngơi 30 phút. Thời gian bình quân một lần bán hàng 5 phút. Giá trị bình quân một lần bán: 25.000 đồng. Tính định mức lao động kì này?

Giải:

$$M_2 = \frac{480 \text{ phút} - (60 \text{ phút} + 20 \text{ phút} + 15 \text{ phút} + 30 \text{ phút})}{5 \text{ phút}} \times 25000 \text{ đồng}$$

$$M_2 = 1.775.000 \text{ đồng}$$

Luyện tập:

Thời gian làm việc của một ca bán hàng 8 giờ. Thời gian chuẩn kết 40 phút. Thời gian phục vụ 15 phút. Thời gian gián đoạn 30 phút. Thời gian nghỉ ngơi 30 phút. Thời gian bình quân một lần bán hàng 25 phút. Giá trị bình quân một lần bán: 12.000 đồng. Tính định mức lao động kì này?

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Trình bày ý nghĩa của tổ chức lao động trong kinh doanh thương mại?
- 2/ Trình bày yêu cầu và hình thức phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại? Theo anh/chị, ngành thương mại Hà Nội hiện nay đang áp dụng các hình thức phân công lao động nào?
- 3/ Trình bày những biện pháp chủ yếu để đảm bảo nâng cao năng suất lao động trong doanh nghiệp thương mại?
- 4/ Trình bày các phương pháp định mức lao động?
- 5/ Trình bày thời gian mở cửa hàng và thời gian biểu làm việc của nhân viên bán hàng?

Chương 3

QUY HOẠCH DIỆN TÍCH CỦA HÀNG VÀ KHO HÀNG

I. QUY HOẠCH DIỆN TÍCH CỦA HÀNG

1. Yêu cầu kinh doanh thương mại đối với việc quy hoạch diện tích cửa hàng

Các cửa hàng bán lẻ có thể khác nhau về mặt hàng kinh doanh, về quy mô, về đối tượng phục vụ, nhưng những nghiệp vụ cơ bản được tiến hành trong các cửa hàng cơ bản đều giống nhau. Vì vậy yêu cầu của quy hoạch cũng giống nhau về cơ bản. Những yêu cầu đó là:

1.1. Đảm bảo nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng

Muốn vậy, khi quy hoạch diện tích cửa hàng phải có đầy đủ diện tích phòng bán hàng, bao gồm: diện tích nơi công tác của người bán và diện tích dành cho khách hàng (đặc biệt diện tích dành cho khách hàng phải thuận tiện cho khách đi lại, quan sát, lựa chọn và mua hàng), cần có đủ diện tích để trưng bày, quảng cáo, thử hàng. Phải chú ý đến điều kiện ánh sáng, vệ sinh, thông hơi, thông gió. Ở các cửa hàng lớn cần phải giải quyết các yêu cầu như nơi vứt rác, khay nhỏ, tiểu tiện... của khách hàng.

1.2. Bảo đảm không ngừng nâng cao năng suất lao động của nhân viên cửa hàng, đặc biệt là nhân viên bán hàng

Muốn thoả mãn yêu cầu này, khi quy hoạch cửa hàng cần phải bố trí các bộ phận diện tích trong cửa hàng hợp lý nhất, sao cho hàng hoá từ khi nhập vào đến khi đưa ra bán được thuận tiện nhất, hao phí lao động ít nhất. Có nghĩa là: các bộ phận diện tích tiếp nhận, bảo quản hàng hoá và chuẩn bị hàng hoá phải

phục vụ tốt nhất cho khách hàng, làm cho nhân viên bán hàng nâng cao được năng suất lao động và chất lượng phục vụ khách hàng.

Quy hoạch phải tạo điều kiện cho nhân viên cửa hàng, nhất là nhân viên bán hàng áp dụng được những phương pháp lao động tiên tiến, phương pháp bán hàng tiên tiến, giảm nhẹ lao động trong quá trình thực hiện nhiệm vụ của mình.

Mặt khác, quy hoạch cửa hàng phải chú ý tạo điều kiện cho việc nghỉ ngơi, ăn ở, học tập của nhân viên trong cửa hàng nhằm bồi dưỡng sức lao động.

1.3. Bảo đảm yêu cầu dự trữ, bảo quản hàng hoá tài sản của cửa hàng

Phần lớn hàng hoá dự trữ trong thương mại bán lẻ được bảo quản tại cửa hàng. Dự trữ hàng hoá đầy đủ có tác dụng rất lớn trong việc bảo đảm số lượng hàng hoá bán ra liên tục, nhất là những mặt hàng thiết yếu.

Trong khi phân bố diện tích các bộ phận trong cửa hàng phải chú ý đầy đủ đến diện tích dự trữ hàng, diện tích này rộng hay hẹp tùy theo mức bán ra của cửa hàng nhiều hay ít, ngành hàng kinh doanh, nhóm hàng kinh doanh sẽ được mở rộng hay thu hẹp...

Sau khi xác định diện tích dự trữ hàng hoá hợp lý, phương án quy hoạch phải bảo đảm yêu cầu giữ gìn nguyên vẹn phẩm chất hàng hoá dự trữ, muốn thế phải căn cứ vào tính chất lý, hoá, sinh vật học của hàng hoá mà có phương án xử lý kỹ về nền, trần, tường, mái, cột... để đề phòng và chống nóng, ẩm, bẩn, bị côn trùng gặm nhấm ở kho hàng.

2. Căn cứ để quy hoạch diện tích cửa hàng

2.1. Mức lưu chuyển hàng hoá và cấu thành lưu chuyển hàng hoá

Muốn quy hoạch diện tích cửa hàng trước hết phải tìm hiểu xem loại cửa hàng và quy mô cửa hàng như thế nào. Quy mô của cửa hàng thường biểu hiện trên 3 mặt:

- Mức lưu chuyển hàng hoá và cấu thành lưu chuyển hàng hoá.
- Số nơi công tác và số lượng cán bộ, nhân viên.
- Số lượng khách của cửa hàng trong một thời gian nhất định.

Mức lưu chuyển hàng hoá và cấu thành lưu chuyển hàng hoá là yếu tố quyết định nhất. Mức lưu chuyển hàng hoá càng lớn thì quy mô cửa hàng càng lớn, thường là diện tích cửa hàng phải lớn. Mức lưu chuyển hàng hoá không những quyết định diện tích phòng bán hàng mà còn quyết định diện tích các phòng nghiệp vụ khác và phòng hành chính sinh hoạt của cửa hàng.

Căn cứ vào cấu thành lưu chuyển hàng hoá và căn cứ vào tính chất vật lý, hoá học, đặc tính riêng của các loại hàng hoá sẽ được kinh doanh trong cửa hàng. Những mặt hàng, những nhóm hàng sẽ kinh doanh đơn giản hay phức tạp đòi hỏi các diện tích để bảo quản, chuẩn bị hàng và bán hàng cũng đơn giản hay phức tạp tương ứng để phù hợp với tính chất của chúng.

2.2. Quá trình nghiệp vụ kinh doanh của cửa hàng

Khi quy hoạch diện tích của cửa hàng phải căn cứ vào quá trình nghiệp vụ tiến hành trong cửa hàng và nó quyết định các cơ cấu bộ phận kiến trúc trong cửa hàng.

Quá trình nghiệp vụ được tiến hành trong cửa hàng bán lẻ thường có hai loại: Hàng nhập từng lô lớn, có bao gói. Nhưng khi bán lại theo lô nhỏ hoặc bán lẻ (ví dụ: vải, xà phòng...). Quá trình nghiệp vụ có 3 khâu: Nhập hàng – Bảo quản – Bán ra. Hàng nhập từng lô lớn, khi bán ra phải chỉnh lý, bao gói, lắp ráp như: xe đạp, đường kính... Quá trình nghiệp vụ có 4 khâu: Nhập hàng – Bảo quản – Chuẩn bị hàng hoá – Bán ra.

Như vậy, mỗi loại hàng hoá do có tính chất khác nhau nên quá trình nghiệp vụ hình thành khác nhau dẫn đến đòi hỏi hình thức quy hoạch diện tích cửa hàng khác nhau.

2.3. Phương pháp bán hàng của cửa hàng

Phương pháp bán hàng là căn cứ quan trọng để quy hoạch diện tích cửa hàng. Thích ứng với mỗi phương pháp bán hàng cần có phương án quy hoạch diện tích cửa hàng riêng.

Trong việc bán lẻ hàng hoá cho người tiêu dùng, các cửa hàng thường dùng phương pháp bán hàng thông thường và các phương pháp bán hàng tiến bộ.

Bán hàng thông thường là phương pháp mà trong đó người bán hàng trực tiếp thu tiền và giao hàng ngay tại chỗ, hoặc khách hàng giao tiền trước, nhận phiếu lấy hàng rồi mang đến lấy hàng tại quầy. Áp dụng phương pháp bán hàng này, phân bố diện tích phải có một số nơi công tác kín, có diện tích cho khách.

Bán hàng tiến bộ là phương pháp bán hàng nâng cao được tính chủ động lựa chọn hàng hoá của khách. Áp dụng phương pháp bán hàng tiến bộ thì hầu như toàn bộ phòng bán hàng là nơi trưng bày hàng hoá để khách xem hàng, chọn hàng và lấy hàng.

3. Các phòng trong cửa hàng, hình thức bố trí nơi công tác trong phòng bán hàng

3.1. Các phòng trong cửa hàng

Phòng nghiệp vụ chính (phòng bán hàng): là bộ phận chính của cấu trúc cửa hàng, là nơi bán hàng và phục vụ khách hàng, là bộ mặt của cửa hàng. Tại phòng bán hàng: hàng hoá được trưng bày, giới thiệu: phương thức, chế độ mua, bán được thông báo. Các trang thiết bị được bố trí nhằm thu hút khách hàng và tạo điều kiện cho khách mua, bán hàng hoá. Do đó được bố trí ở nơi thuận tiện nhất cho khách.

Phòng nghiệp vụ phụ: trực tiếp phục vụ cho phòng bán hàng, bao gồm:

- Nơi tiếp nhận hàng hoá: được bố trí ở vị trí đầu mối của đường vận động của hàng hoá vào kho. Diện tích này được xác định căn cứ vào khối lượng và cấu thành hàng hoá của mỗi lần nhập hàng.

- Kho hàng: kho bảo quản hàng hoá của cửa hàng thông thường được bố trí ở gần nơi bán hàng, tiện cho việc giao hàng từ kho ra quầy. Diện tích kho được xác định dựa trên mức dự trữ bình quân lớn nhất và cấu thành hàng hoá dự trữ.

- Nơi chuẩn bị hàng hoá bán ra: bao gồm nơi tháo mở bao bì, nơi phân loại hàng hoá, nơi chỉnh lý, bao gói, chia lẻ hàng hoá. Nó được đặt ở vị trí gần kho và gần phòng bán hàng. Diện tích nơi chuẩn bị hàng hoá bán ra được xác định dựa vào khối lượng hàng hoá bán ra bình quân một ngày, nội dung công việc phải chuẩn bị và thiết bị để chuẩn bị hàng hoá.

- Nơi bảo quản thiết bị và bao bì: là nơi chứa các thiết bị thông hơi thoáng gió, trang trí quảng cáo, lắp ráp, kiểm tra máy móc, phòng chống cháy (ở cửa hàng lớn có loại phòng này).

- Phòng hành chính – sinh hoạt: bao gồm văn phòng (các phòng chức năng, phòng cửa hàng trưởng, các cửa hàng phó, các diện tích phục vụ đời sống (nhà ăn, nhà ở, câu lạc bộ...)).

3.2. Tính diện tích phòng bán hàng

Diện tích phòng bán hàng là tổng hợp diện tích các nơi công tác, diện tích dành cho khách, một số diện tích khác như hành lang, cầu thang...

Diện tích phòng bán hàng được tính theo công thức sau:

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Diện tích phòng} & & & & & & \\ \text{bán hàng} & = & \text{Diện tích các nơi} & + & \text{Diện tích dành} & + & \text{Diện tích} \\ & & \text{bán hàng} & & \text{cho khách} & & \text{khác} \end{array}$$

Trước tiên phải tính diện tích các nơi công tác:

Diện tích các nơi bán hàng = Số nơi bán hàng x Diện tích một nơi bán hàng

Số nơi bán hàng cần thiết trong phòng bán hàng được tính bằng công thức:

$$\text{Số nơi bán hàng} = \frac{\text{Tổng mức lưu chuyển hàng hoá (KH)}}{\text{Mức lưu chuyển bình quân (KH) của một nơi bán hàng}}$$

Khi áp dụng công thức này phải chú ý 2 trường hợp:

+ *Trường hợp 1*: Cửa hàng mở cửa không quá 8 giờ một ngày, không chia ca kíp bán hàng, hàng tuần có ngày nghỉ chung; mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH) của một nơi bán hàng = mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH) của một người bán hàng. Như vậy:

$$\text{Số nơi bán hàng} = \frac{\text{Tổng số mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH)}}{\text{Mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH) của người bán hàng}}$$

+ *Trường hợp 2*: Cửa hàng mở cửa hơn 8 giờ một ngày, có chia ca kíp bán hàng, hàng tuần không có ngày nghỉ chung; mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH) của một nơi bán hàng > mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH) của một người bán hàng. Như vậy:

$$\text{Số nơi bán hàng} = \frac{\text{Tổng mức lưu chuyển hàng hoá bình quân (KH)}}{\text{Mức lưu chuyển hàng hoá bình quân} \times \text{Hệ số đổi ca} \times \text{Hệ số liên tục của 1 người bán hàng}}$$

Trong đó :

$$\text{Hệ số đổi ca} = \frac{\text{Số giờ làm việc của cửa hàng trong ngày}}{\text{Số giờ làm việc của người bán hàng trong ngày}}$$

Ví dụ: Cửa hàng làm việc 12 giờ một ngày và người làm việc làm 8 giờ một ngày thì hệ số đổi ca là $12:8=1,5$.

$$\text{Hệ số liên tục} = \frac{\text{Số ngày làm việc của cửa hàng trong tháng}}{\text{Số ngày làm việc của người bán hàng trong tháng}}$$

Ví dụ: Cửa hàng làm việc 30 ngày trong tháng, người bán hàng chỉ làm việc 24 ngày thì hệ số liên tục là 30: 24 = 1, 25.

Giả sử: Có một cửa hàng bách hoá có mức lưu chuyển hàng hoá kì kế hoạch dự tính là 450 triệu đồng/tháng. Mức bán ra bình quân một người bán hàng là 60 triệu đồng tháng. Cửa hàng mở cửa 12 giờ/ngày và 30 ngày/tháng. Người bán hàng làm việc 8 giờ ngày và 24 ngày/ tháng. Vậy cửa hàng có số nơi bán hàng cần thiết là:

$$\text{Số nơi bán hàng} = \frac{450.000.000 \text{ đồng}}{60.000.000 \text{ đồng} \times 1, 5 \times 1, 25} = 4$$

Diện tích một nơi bán hàng được quy định căn cứ vào mặt hàng bán, thiết bị sử dụng và quy trình bán hàng:

Diện tích nơi bán hàng = Chiều dài nơi bán hàng x Chiều rộng nơi bán hàng.

Trong đó: Chiều rộng nơi bán hàng, bằng tổng chiều rộng của quầy, tủ giá đựng hàng và lối đi lại của người bán hàng.

Ví dụ: Một nơi bán hàng có chiều dài 3m, chiều rộng của quầy 0, 9m, của lối đi lại người bán hàng 0, 8m, của tủ giá 0, 8m thì diện tích của một nơi bán hàng là: (A)

$$A = 3 \times (0, 9 \times 0, 8 \times 0, 8) = 7, 5m^2$$

Và diện tích của cửa hàng bách hoá trong ví dụ trên là: (B)

$$B = 7, 5m^2 \times 4(\text{nơi}) = 30m^2$$

Sau khi tính diện tích các nơi bán hàng phải tính diện tích dành cho khách. Diện tích dành cho khách bao giờ cũng lớn hơn diện tích các nơi bán hàng. Ở nước ta, diện tích dành cho khách thường chiếm 55% đến 65% diện tích phòng bán hàng.

Có 2 cách tính diện tích dành cho khách:

+ Cách thứ nhất:

$$\begin{array}{l} \text{Diện tích dành} \\ \text{cho khách} \end{array} = \text{Diện tích phòng bán hàng} - \text{Diện tích các nơi bán hàng.}$$

+ Cách thứ 2:

$$\begin{array}{l} \text{Diện tích dành} \\ \text{cho khách} \end{array} = \text{Diện tích các nơi} \times \frac{\% \text{Diện tích dành cho khách}}{\% \text{Diện tích các nơi bán hàng}}$$

Cũng lấy ví dụ ở cửa hàng bách hoá trên, nếu diện tích dành cho khách là 65% thì diện tích các nơi bán hàng là 35%. Vậy diện tích dành cho khách là:

$$30\text{m}^2 \times \frac{65\%}{35\%} = 55\text{m}^2$$

Vậy diện tích của cửa hàng trong ví dụ nói trên là: $30\text{m}^2 + 55\text{m}^2 = 85\text{m}^2$

Còn các diện tích khác bao gồm: diện tích để điện thoại, hành lang, cầu thang... được tính theo phương pháp riêng.

Bài tập ứng dụng:

Một cửa hàng thực phẩm có mức lưu chuyển hàng hoá theo kế hoạch là: 1.224.000.000đ (VN), mức bán ra bình quân 1 người là 120.000.000đ (VN). Cửa hàng mở cửa 12 giờ/ngày và 30 ngày/tháng.

Người bán hàng làm việc 8 giờ/ngày và 22 ngày/tháng, diện tích 1 người công tác là 6m^2 , biết rằng diện tích dành cho là 70%, diện tích nơi công tác 30%.

Hãy tính diện tích phòng bán hàng.

Bài giải:

Vận dụng công thức: Hệ số đổi ca = $12 : 8 = 1,5$

 Hệ số liên tục = $30 : 22 = 1,36$

$$\text{Số nơi công tác} = \frac{1.224.000.000}{(120.000.000 \times 1,5 \times 1,36)} = 5$$

Diện tích các nơi công tác = $5 \times 6 = 30\text{m}^2$

Diện tích dành cho khách = $(70\% : 30\%) \times 30(\text{m}^2) = 70\text{m}^2$

Diện tích phòng bán hàng = $30\text{m}^2 + 70\text{m}^2 = 100\text{m}^2$

3.3. Các hình thức bố trí trong phòng bán hàng

3.3.1. Hình thức bố trí theo kiểu đường thẳng

Là bố trí các nơi bán hàng liên tiếp nhau chạy dọc theo tường của cửa hàng. Nó bao gồm các loại: Một đường thẳng. Hai đường thẳng. Góc vuông. Kiểu 3 mặt. Kiểu 4 mặt.

Hình thức kiểu đường thẳng được áp dụng rộng rãi nhất. Nó có ưu điểm là dự trữ được nhiều hàng hoá để bán, có liên hệ chặt chẽ giữa kho và quầy nên

chuyển hàng từ kho ra quầy được nhanh chóng và không bị chổng chéo với lối đi lại của khách, để bố trí nơi bán hàng ở tất cả các cửa hàng có quy mô khác nhau. Nhưng nó cũng có nhược điểm là chu vi quầy hàng tiếp xúc với khách bị hạn chế.

3.3.2. Hình thức bố trí kiểu hòn đảo

Là bố trí các nơi bán hàng ở giữa phòng bán hàng, trong đó: chu vi nơi bán hàng là quầy hàng, giữa nơi bán hàng (tâm đảo) là nơi dự trữ, trưng bày hàng hoá, khoảng cách giữa quầy và tâm đảo là lối đi lại của người bán hàng. Hình thức này có ưu điểm là chu vi tiếp xúc với khách lớn, thuận tiện cho việc giới thiệu hàng hoá, việc chọn hàng và mua hàng của khách, đồng thời làm tăng vẻ đẹp của cửa hàng. Nhưng nó cũng có nhược điểm là hàng hoá dự trữ được ít, xa kho nên bổ sung hàng hoá khó khăn và đường vận chuyển hàng hoá trùng với đường đi của khách. Do vậy hình thức này chỉ thích hợp với cửa hàng có quy mô lớn và bán những mặt hàng nhỏ, gọn như tạp phẩm, đồ trang sức...

Trong quy hoạch diện tích cửa hàng, để khắc phục được nhược điểm của kiểu hòn đảo và đường thẳng, phát huy ưu điểm của chúng, kiểu hòn đảo thường được kết hợp với kiểu đường thẳng trong phòng bán hàng.

3.3.3. Hình thức bố trí kiểu trưng bày

Hàng hoá trong phòng bán hàng được trưng bày theo kiểu bỏ ngỏ, không có sự cách biệt giữa diện tích nơi bán hàng và diện tích dành cho khách. Nó áp dụng để quy hoạch diện tích phòng bán hàng ở cửa hàng bán hàng theo phương pháp tự chọn và tự phục vụ. Hình thức này có ưu điểm là nâng cao khả năng phục vụ của phòng bán hàng và thoả mãn nhu cầu lựa chọn của khách. Nhưng nó có nhược điểm là chỉ áp dụng được với một số mặt hàng lớn, công kênh dễ quản lý và áp dụng với cửa hàng bán hàng theo phương pháp tiến bộ.

3.4. Các loại hình công tác – bán hàng

Nơi công tác có vách ngăn: (kín) là nơi công tác mà trong đó người bán hàng với khách hàng được ngăn cách bởi quầy hàng, khách không được vào nơi làm việc của nhân viên bán hàng.

Thích hợp với loại hình nơi công tác này là hình thức bố trí phòng bán hàng theo kiểu đường thẳng và hòn đảo. Loại hình này có ưu điểm là bảo đảm an toàn về tài sản hàng hoá, giữ trật tự, vệ sinh, nhất là ở các phòng thực phẩm chế biến. Nó có nhược điểm là hạn chế việc xem hàng và chọn hàng của khách hàng.

Nơi công tác không ngăn cách (hở): là nơi công tác mà diện tích nơi bán hàng nối liền với diện tích dành cho khách, giữa hai loại diện tích hoàn toàn không có sự ngăn cách. Loại hình này có ưu điểm là thoả mãn cao nhu cầu lựa chọn của khách, giảm bớt lao động bán hàng, tăng năng suất lao động nhưng có nhược điểm là khó khăn trong việc quản lý hàng hoá.

3.5. Phân bố nơi công tác – bán hàng

Đây là việc phân chia các khu vực (địa điểm) bán những mặt hàng khác nhau trong cửa hàng. Trong một cửa hàng, nhất là những cửa hàng có quy mô lớn, kinh doanh nhiều mặt hàng, có nhiều nơi bán hàng thì việc phân bố hợp lý các nơi bán hàng sẽ góp phần thiết thực cho việc nâng cao năng suất lao động bán hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng và sử dụng có hiệu quả diện tích bán hàng. Khi phân bố các nơi công tác trong cửa hàng phải đảm bảo các nguyên tắc sau:

- Thuận tiện nhất cho việc mua sắm của khách.
- Phù hợp với tính chất thương phẩm và đặc điểm tiêu dùng của hàng hoá sẽ bán ở nơi công tác.
- Sử dụng có hiệu quả diện tích phòng bán hàng và đảm bảo mỹ quan cửa hàng.

Để thực hiện được những nguyên tắc này, khi phân bố các nơi công tác cần phải kết hợp nhiều yếu tố như: tính chất lý, hoá của hàng hoá, đặc điểm tiêu dùng của từng mặt hàng, địa thế của từng nơi công tác trong phòng bán hàng, điều kiện di chuyển hàng hoá ra khỏi cửa hàng.

Để kết hợp được các yếu tố trên, các nơi công tác được bố trí như sau:

- Nơi bán hàng tiêu dùng hàng ngày, hàng đơn giản, hàng nhỏ, hàng dễ quen, hàng có tốc độ mua bán nhanh cần bố trí ở các nơi dễ tiếp xúc với khách hàng (gần cửa ra vào, tầng dưới của nhà nhiều tầng).
- Nơi bán những hàng có giá trị, lựa chọn phức tạp, tốc độ mua bán chậm, bố trí ở sâu trong phòng bán hàng, ở tầng trên của nhà nhiều tầng.
- Nơi bán những hàng nặng, cồng kềnh bố trí ở tầng dưới của nhà nhiều tầng, gần lối di chuyển hàng hoá ra ngoài.
- Hàng hoá có liên quan với nhau trong tiêu dùng bố trí bán ở một nơi, hoặc bố trí bán ở những quầy gần nhau nhằm kích thích tiêu dùng và thuận tiện cho việc mua sắm.
- Hàng hoá có thể gây ảnh hưởng xấu tới nhau cần bố trí bán riêng.
- Có thể bố trí các nơi công tác theo nhóm hàng; tức là những hàng hoá cùng nhóm, có cùng công dụng cho một loại nhu cầu được bán ở một quầy

hàng. Ví dụ: Cửa hàng bách hoá có thể gồm các quầy: dụng cụ gia đình, văn hoá phẩm, da - cao su... phương pháp này tốn ít nơi công tác, áp dụng rộng rãi cho các cửa hàng có quy mô vừa và nhỏ.

- Cũng có thể phân bố kết hợp các nơi công tác hỗn hợp, liên hợp và chuyên doanh. Những mặt hàng nhỏ, lật vạt bán ở quầy hỗn hợp, những mặt hàng liên quan trong tiêu dùng bán tại quầy liên hợp. Còn quầy chuyên doanh dành để bán những mặt hàng có giá trị cao, hàng phức tạp hoặc những mặt hàng có tính chất đặc biệt. Phương pháp phân bố này làm cho cửa hàng có nhiều nơi bán hàng, đáp ứng nhiều loại nhu cầu, có điều kiện sử dụng tốt diện tích và thiết bị, điều hoà dòng khách hàng và thường thích hợp với cửa hàng có quy mô lớn.

II. QUY HOẠCH DIỆN TÍCH KHO HÀNG HOÁ

1. Yêu cầu đối với việc quy hoạch kho hàng hoá

1.1. Đảm bảo giữ gìn tốt số lượng và chất lượng hàng hoá

Để bảo đảm yêu cầu này, khi quy hoạch diện tích kho phải căn cứ vào tính chất của hàng hoá để xác định loại hình kho, kết cấu và cấu trúc, kỹ thuật xây dựng kho nhằm tạo điều kiện bảo quản hàng hoá tốt nhất.

1.2. Tạo điều kiện thực hiện tốt quá trình nghiệp vụ kho

Trong cả 3 khâu: tiếp nhận, bảo quản và phát hàng, bảo đảm cho các nghiệp vụ đó liên hệ hữu cơ với nhau thành một dây chuyền, liên tục hợp lý, bảo đảm cho dòng hàng di chuyển không cắt chéo nhau, khoảng cách di chuyển ngắn nhất, chất xếp bốc dỡ thuận tiện nhất với hao phí lao động thấp nhất.

1.3. Kết hợp tốt giữa kho và vận chuyển hàng hoá

Tiếp nhận và phát hàng là hai nghiệp vụ có liên hệ với chất lượng của công tác vận chuyển, bốc dỡ hàng, bảo quản có liên hệ với chất xếp, bốc dỡ cũng liên hệ với di chuyển, vận chuyển. Vì vậy khi quy hoạch diện tích kho phải bảo đảm cho công tác kho và vận chuyển hàng hoá kết hợp một cách tốt nhất – vận chuyển hàng từ phương tiện vận tải dỡ xuống đưa vào kho, vận chuyển hàng hoá từ kho lên phương tiện vận tải. Muốn thế, diện tích nghiệp vụ chính và phụ phải liên hệ với nhau, bề rộng và cấu tạo mặt đường đi lối lại trong kho thích hợp với kích thước và cấu tạo của thiết bị dùng để bốc dỡ, di chuyển hàng hoá trong và ngoài khu vực kho, các loại phương tiện vận tải và thuận tiện cho việc bốc dỡ, chất xếp, bảo đảm nâng cao năng suất lao động.

2. Căn cứ để quy hoạch diện tích kho hàng

2.1. Khối lượng và cấu thành hàng hoá lưu chuyển qua kho

Khối lượng hàng hoá qua kho lớn hay nhỏ, cấu thành hàng hoá lưu chuyển qua kho đơn giản hay phức tạp - đòi hỏi việc quy hoạch diện tích kho phải đơn giản hay phức tạp thích ứng. Vì vậy khi quy hoạch diện tích kho phải căn cứ vào khối lượng và cấu thành hàng hoá lưu chuyển qua kho để tính toán diện tích của kho và bố trí các diện tích đó cho phù hợp, để đảm bảo cho việc thực hiện kế hoạch tiếp nhận, dự trữ, bảo quản và xuất hàng.

2.2. Đặc tính thương phẩm và hình thức bao bì, đóng gói hàng hoá

Tính chất thương phẩm và hình thức bao bì, đóng gói hàng hoá quyết định điều kiện dự trữ và phương pháp bảo quản hàng hoá khác nhau, chẳng hạn xăng dầu là chất lỏng, dễ bay hơi thì phải bảo quản trong phuy, xéc hay bể kín. Hàng vải sợi, điện máy thì bảo quản trong điều kiện khô ráo, trong kho kín.

Mặt khác, hình thức bao bì và đóng gói hàng hoá quyết định phương pháp bảo quản hàng hoá trong kho như: hàng vải sợi xếp thành chồng, hàng trong hòm kiện xếp trên bục, kệ...

Vì vậy, khi quy hoạch diện tích kho phải căn cứ vào tính chất thương phẩm và hình thức bao bì, đóng gói hàng hoá để đảm bảo yêu cầu giữ gìn số lượng, chất lượng hàng hoá trong thời gian bảo quản.

2.3. Quá trình nghiệp vụ kho

Quá trình nghiệp vụ kho có ảnh hưởng đến cấu thành và sự phân bố diện tích kho. Các loại kho khác nhau thì quá trình nghiệp vụ cũng khác nhau, tùy theo nhiệm vụ của kho và đặc điểm của từng loại hàng lưu chuyển qua kho. Ví dụ:

- Kho trung chuyển: hàng hoá lưu chuyển qua kho khi nhập kho nhận nguyên bao, nguyên kiện, khi xuất cũng nguyên bao, nguyên kiện. Như vậy quá trình nghiệp vụ kho đơn giản: nhập – bảo quản – phát hàng.

- Kho cung ứng: hàng hoá khi nhập cả lô hàng lớn, nhưng lại bán lẻ, trong đó có loại hàng đòi hỏi phải phân loại, làm đồng bộ, đóng gói rồi mới xuất, như vậy quá trình nghiệp vụ kho phức tạp: nhập – dự trữ – bảo quản – chuẩn bị hàng hoá – xuất hàng.

Vì vậy, khi quy hoạch diện tích kho phải căn cứ vào quá trình nghiệp vụ kho để đảm bảo thực hiện thuận tiện tốt công việc, phục vụ tốt yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp thương mại bán lẻ.

3. Các loại diện tích kho, phương pháp tính diện tích nghiệp vụ chính của kho

3.1. Các loại diện tích kho

Kho thương mại bao gồm các loại diện tích sau:

- Diện tích nghiệp vụ chính dùng để tiến hành các nghiệp vụ kho như: diện tích bảo quản, giao nhận, đóng gói, di chuyển hàng.

- Diện tích nghiệp vụ phụ dùng để thực hiện các nghiệp vụ phụ có liên hệ với nghiệp vụ chính như diện tích dùng để chứa các phương tiện dụng cụ làm việc ở kho, diện tích chứa bao bì, phòng mẫu hàng, phòng thí nghiệm. Diện tích nghiệp vụ phụ là diện tích cần thiết để đảm bảo cho các hoạt động nghiệp vụ phục vụ cho các nghiệp vụ chính hoạt động thuận lợi.

- Diện tích bố trí thiết bị kỹ thuật như chỗ để máy lạnh, thiết bị điều hoà không khí, phòng cháy, chữa cháy.

- Diện tích hành chính sinh hoạt gồm văn phòng (các phòng chức năng) và các diện tích dùng để phục vụ những nhu cầu về sinh hoạt cho cán bộ, nhân viên ở kho như: hội trường, nhà ăn, nhà ở, câu lạc bộ...

3.2. Tính diện tích nghiệp vụ chính

3.2.1. Tính diện tích bảo quản

Lấy mức dự trữ cao nhất tính bằng tấn hoặc toa xe nhân với tiêu chuẩn diện tích bảo quản cho một tấn hoặc một toa xe.

Công thức tính:

$$\text{Diện tích bảo quản} = D_{cn} \times S_{tc} \text{ (m}^2\text{)}$$

Trong đó:

D_{cn} là mức dự trữ cao nhất (tấn hoặc toa xe).

S_{tc} là tiêu chuẩn diện tích bảo quản cho một tấn hàng (hoặc cho một toa xe hàng).

Nếu có nhiều nhóm hàng hoá khác nhau, áp dụng nhiều phương pháp chất xếp khác nhau, thì diện tích bảo quản cần tính riêng cho từng nhóm hàng và từng phương pháp chất xếp, cuối cùng tổng hợp tất cả diện tích bảo quản của các nhóm hàng hoá khác nhau đó lại.

Cũng có thể tính theo tải trọng trên 1 m^2 . Đây là phương pháp tính đơn giản. Nó được sử dụng khi đã biết tải trọng trên 1 m^2 diện tích nền kho đối với loại hàng xếp đồng trong kho. Trong trường hợp này được tính theo công thức sau:

$$S_{bq} = \frac{Q_{trb} \times t_{cn}}{\alpha.k}$$

Trong đó:

S bq là diện tích bảo quản hàng hoá (m²)

Q trb là khối lượng hàng hoá xuất kho trung bình/ngày.

t_{cn} là số ngày dự trữ cao nhất.

α là tải trọng trên 1 m² diện tích nền kho (tấn/m²)

k là hệ số sử dụng kho (%), đây là tỷ lệ diện tích chất xếp chiếm trong diện tích bảo quản.

$$k = \frac{S \text{ chất xếp}}{S \text{ bảo quản}} \times 100$$

3.2.2. Tính diện tích tiếp nhận và xuất hàng

Muốn tính đúng đắn diện tích nơi tiếp nhận hàng hoá cần phải xác định chính xác các yếu tố sau:

Q nh là khối lượng hàng hoá nhập kho trong một khoảng thời gian nhất định (năm) tính bằng tấn.

K kd là hệ số không đều của hàng hoá nhập kho.

K sn là hệ số sử dụng diện tích tiếp nhận.

t là thời gian quy định hàng hoá lưu nơi tiếp nhận.

Nếu ký hiệu S nh là diện tích tiếp nhận thì công thức sẽ có dạng sau:

$$S_{nh} = \frac{Q_{nh} \times K_{kd} \times t}{365 \times K_{sn}}$$

Diện tích dùng làm nơi xuất hàng cũng được tính theo công thức tương tự như tính diện tích tiếp nhận các yếu tố của việc xuất hàng như: khối lượng hàng hoá xuất kho trong năm, hệ số không đều của hàng hoá xuất kho, hệ số sử dụng diện tích xuất hàng...

Sau khi tính toán được các loại diện tích trên, tổng hợp lại sẽ được diện tích nghiệp vụ chính.

Phần thực hành

- 1/ Cho biết những điểm giống và khác nhau giữa căn cứ quy hoạch diện tích cửa hàng và diện tích kho.
- 2/ Cho biết những điểm lưu ý cần thiết khi tính diện tích phòng bán hàng và diện tích nghiệp vụ chính ở kho.

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích yêu cầu kinh doanh thương mại đối với việc quy hoạch diện tích cửa hàng?
- 2/ Trình bày căn cứ để quy hoạch diện tích cửa hàng? Cho ví dụ minh họa?
- 3/ Trình bày các phòng trong cửa hàng và hình thức bố trí nơi công tác trong phòng bán hàng?
- 4/ Trình bày yêu cầu và căn cứ quy hoạch diện tích kho hàng hoá?
- 5/ Trình bày các loại diện tích kho và phương pháp tính diện tích nghiệp vụ chính của kho?

Chương 4

THIẾT BỊ THƯƠNG MẠI

I. TÁC DỤNG CỦA THIẾT BỊ THƯƠNG MẠI

1. Khái niệm

- Thiết bị của cửa hàng bán lẻ là những phương tiện vật chất, kỹ thuật để thực hiện toàn bộ quá trình nghiệp vụ của cửa hàng. Nó bao gồm các loại dụng cụ dùng để bảo quản, trưng bày và bán hàng: các loại công cụ dùng để cân, đóng, đo, cắt thái, tháo mở bao bì và các loại máy móc khác...

- Thiết bị kho hàng là các phương tiện, công cụ lao động để thực hiện toàn bộ quá trình nghiệp vụ kho. Nó bao gồm các dụng cụ thiết bị để tiếp nhận, đo lường, bảo quản, chất xếp, di chuyển và xuất hàng, thiết bị phòng cháy chữa cháy, thiết bị đóng mở bao bì...

2. Tác dụng

Thiết bị trong kinh doanh thương mại phải thích ứng với quy hoạch cửa hàng và kho. Nếu quy hoạch là vỏ thì thiết bị là ruột, giữa quy hoạch và thiết bị thương mại có mối quan hệ mật thiết với nhau, ràng buộc lẫn nhau, cùng nhau phục vụ cho việc kinh doanh của doanh nghiệp có hiệu quả. Thiết bị trong kinh doanh thương mại bao gồm thiết bị của cửa hàng và thiết bị kho hàng.

2.1. Tác dụng của thiết bị trong cửa hàng bán lẻ

Thiết bị của cửa hàng bán lẻ được trang bị đầy đủ, hoàn chỉnh và hiện đại sẽ có ý nghĩa sau đây:

- Trước hết, nó tạo điều kiện nâng cao trình độ phục vụ văn minh thương

mại, phục vụ tốt khách hàng. Nhờ đó, cửa hàng có điều kiện vật chất để bảo quản hàng hoá được tốt, trưng bày quảng cáo hàng hoá được đẹp mắt; cân, đong, đo được chính xác và bán hàng được nhanh chóng. Nó không những tạo điều kiện cho khách mua hàng được thuận tiện mà còn giải quyết những nhu cầu cần thiết trong quá trình mua hàng.

- Thiết bị đầy đủ và có chất lượng tốt sẽ tạo điều kiện để thực hiện tốt quá trình nghiệp vụ kinh doanh thương mại, nâng cao năng suất lao động và cải thiện điều kiện làm việc của người lao động trong doanh nghiệp thương mại. Thiết bị đầy đủ, chất lượng tốt sẽ góp phần giảm nhẹ lao động nặng nhọc trong việc di chuyển, phân loại, bao gói hàng hoá; giúp cho việc xuất nhập hàng nhanh, chính xác ít tốn kém nhân lực; tạo điều kiện cho việc bán hàng được dễ dàng, thoải mái. Ngoài ra một số thiết bị như thông hơi, thoáng gió, hút bụi, chiếu sáng... còn có tác dụng bảo vệ sức khoẻ và giữ gìn an toàn trong lao động để có thể làm việc lâu dài với năng suất cao.

- Thiết bị đầy đủ và chất lượng tốt sẽ tạo điều kiện tốt để bảo quản hàng hoá và tài sản của doanh nghiệp bởi vì thiết bị đầy đủ và hoàn chỉnh sẽ nâng cao được hiệu quả sử dụng diện tích cửa hàng, hạ thấp hao hụt hàng hoá, bảo vệ được chất lượng hàng hoá không bị ảnh hưởng xấu của môi trường xâm nhập, ngăn chặn được hàng kém phẩm chất lọt vào lĩnh vực lưu thông, quản lý tiền - hàng - tài sản chặt chẽ, tránh được hiện tượng trộm cắp tài sản của kẻ xấu...

- Việc cải tiến công cụ tiến tới cơ giới hoá, hiện đại hoá thiết bị trong cửa hàng là một nội dung quan trọng của cách mạng khoa học kỹ thuật trong ngành thương mại. Đó cũng là nhiệm vụ bức thiết của ngành nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, tiến lên sản xuất và kinh doanh lớn XHCN.

2.2. Tác dụng của thiết bị kho hàng thương mại

- Trang bị đầy đủ các thiết bị kho có ý nghĩa rất lớn: nâng cao năng suất lao động ở kho, nâng cao hiệu quả sử dụng diện tích kho, hạ thấp hao hụt và bảo vệ được chất lượng hàng hoá bảo quản trong kho, đồng thời còn thể hiện được nội dung của cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật trong ngành.

- Từng bước cải tiến và cơ giới hoá các quá trình nghiệp vụ kho, nhất là với những công tác nặng nhọc như bốc dỡ, chất xếp, vận chuyển hàng hoá trong kho. Đây là vấn đề có ý nghĩa rất lớn đối với việc nâng cao năng suất lao động ở kho, đẩy mạnh toàn bộ quá trình nghiệp vụ để đạt hiệu quả kinh tế cao trong công tác kho.

II. CÁC LOẠI THIẾT BỊ TRONG CỬA HÀNG THƯƠNG MẠI

Căn cứ vào công dụng và tính năng, thiết bị trong cửa hàng bán lẻ được chia thành: thiết bị cố định trong cửa hàng, thiết bị thu tính tiền, thiết bị ướp lạnh, thiết bị đo lường, thiết bị quảng cáo và thiết bị khác.

1. Thiết bị bán hàng cố định

Là những thiết bị có vị trí cố định trong phòng bán hàng và phòng nghiệp vụ phụ của cửa hàng để kiểm nghiệm, bảo quản, trưng bày, chuẩn bị hàng và bán hàng. Nó bao gồm thiết bị cố định trong phòng bán hàng (quầy, tủ, giá hàng, bàn ghế để làm việc của nhân viên công tác, kiểm nhận và chuẩn bị hàng) thiết bị ướp lạnh, thiết bị đo lường và thiết bị thu tính tiền (hòm đựng tiền, máy tính, máy soi tiền...)

- Yêu cầu chung của thiết bị cố định là tiện dụng, mỹ quan, phù hợp với tính chất và vóc dáng người đứng bán hàng.

- Yêu cầu cụ thể của thiết bị cố định trong cửa hàng là: tạo điều kiện không ngừng nâng cao năng suất lao động của nhân viên bán hàng, giúp khách hàng lựa chọn, mua sắm hàng hoá nhanh chóng, thuận tiện, đảm bảo đủ sức chứa để tiến hành các nghiệp vụ trong quá trình hoạt động kinh doanh của cửa hàng, đồng thời phù hợp với đặc tính vật lý và hoá học của hàng hoá.

Kích thước của thiết bị cố định phải phù hợp với yêu cầu kinh doanh, yêu cầu của các nhóm hàng và người phục vụ. Kích thước quá hẹp hoặc quá rộng đều làm tăng cường độ lao động, sức chứa của các nơi công tác khi thừa khi thiếu làm cho việc thực hiện các hoạt động kinh doanh khó khăn, năng suất lao động không cao.

Để khắc phục tình trạng bất hợp lý trên, phát huy được hiệu quả kinh tế của thiết bị, phải thực hiện tiêu chuẩn hoá các thiết bị cố định. Việc tiêu chuẩn hoá các thiết bị phải tuân theo nội dung cơ bản sau:

+ Phù hợp với kích thước, hình dáng của mặt hàng kinh doanh và tầm vóc của người phục vụ.

+ Kích thước, kết cấu của thiết bị cố định đối với những mặt hàng kinh doanh cùng nhóm thì giống nhau.

+ Tiện cho việc tháo, lắp ghép bộ, di chuyển và thay thế lẫn nhau.

Thiết bị cố định trong cửa hàng chia làm 2 nhóm: thiết bị cố định trong phòng bán hàng và thiết bị cố định trong phòng nghiệp vụ phụ.

1.1. Thiết bị cố định trong phòng bán hàng

Thiết bị cố định trong phòng bán hàng gồm có quầy tủ, giá hàng, tủ kính trưng bày, thiết bị thu tính tiền, bàn ghế để phục vụ khách hàng.

- Quầy bán hàng: dùng để dự trữ hàng lúc bán, trưng bày hàng hoá và bán hàng. Quầy bán hàng gồm nhiều loại: Phân theo mặt hàng kinh doanh có quầy hỗn hợp, quầy liên doanh và chuyên doanh. Phân theo vật liệu chế tạo: có quầy bằng gỗ, bằng kim loại bằng thuỷ tinh, gạch men, bằng đá hoa. Phân theo đặc điểm cấu tạo có các loại quầy hàng phẳng, dốc nghiêng, uốn cong, vừa phẳng vừa dốc nghiêng, quầy thông thường, quầy ướp lạnh. Tùy theo hàng hoá bán ra mà lựa chọn loại quầy hàng thích hợp. Song quầy phải đảm bảo các yêu cầu cụ thể sau:

Kích thước của quầy hàng được quy định căn cứ vào tầm vóc trung bình của người bán hàng, vào các động tác của người bán và đặc điểm, hình dáng của hàng hoá và đặc điểm kỹ thuật bán ra của từng loại hàng.

Chiều cao của quầy hàng chủ yếu phụ thuộc vào chiều cao trung bình của người bán hàng. Nếu quầy quá thấp người bán phải cúi, nếu quầy cao quá: người bán phải vịn tay sẽ làm cho họ bị mệt mỏi, thao tác không nhanh nhẹn năng suất bán hàng thấp. Trung bình quầy hàng cao từ 0,8 - 0,9m là vừa.

Chiều rộng của quầy hàng phụ thuộc vào kích thước của mặt hàng kinh doanh. Hàng nhỏ gọn thì quầy hẹp; hàng cồng kềnh, phải cân, đo, bao gói.. thì yêu cầu quầy rộng (ví dụ như mặt quầy bán vải, bán quần áo...). Tuy vậy, quầy hàng không nên quá rộng để dễ tiếp xúc với khách hàng và tiết kiệm diện tích nơi công tác song cũng không nên quá hẹp để tiện cho việc dự trữ hàng bán ra.

Chiều rộng quầy hàng đảm bảo cho người bán hàng với tay ra $\frac{2}{3}$ mặt quầy là có thể đưa hàng cho khách một cách thoải mái và không phải với sâu khi lấy hàng trong quầy. Chiều rộng trung bình của quầy hàng khoảng 0,6m - 0,8m.

Chiều dài của quầy hàng trung bình khoảng 1- 2m, thường tùy thuộc vào kích thước của mặt hàng kinh doanh và phương pháp bán hàng. Đồng thời phải tiện cho việc di chuyển, ghép bộ, thay thế lẫn nhau khi cần thiết.

Mặt quầy phải kết hợp được các yêu cầu giới thiệu hàng hoá, chọn lựa hàng hoá thu tiền, giao hàng và phải thích ứng với tính chất của hàng hoá sẽ bán. Quầy bán những hàng tương đối nặng (như dụng cụ gia đình, kim khí...) thì mặt quầy bằng gỗ, bán những hàng nhẹ, nhỏ (hàng dệt kim, tạp phẩm...) thì mặt quầy bằng kính; còn bán những mặt hàng ẩm ướt (rau quả, nước chấm, hoa quả các loại...) thì mặt quầy bằng gạch men, đá hoa...

Kết cấu quầy hàng thường chia làm 2 ngăn. Ngăn trên trưng bày hàng hoá và được ghép bằng kính, ngăn dưới dùng để dự trữ hàng hoá; ở ngăn dưới này có thể ghép thành những ô nhỏ để dự trữ những hàng hoá khác nhau.

- Tủ, giá, xích đông dùng để dự trữ và bày hàng để bán. Tủ bao gồm các loại: tủ thông thường và tủ ướp lạnh. Tủ thông thường có nhiều loại khác nhau với những hình dáng khác nhau như: trên dưới bằng nhau hoặc trên nhỏ dưới to, tủ có cửa kính và không có cửa kính. Nếu phân theo vật liệu chế tạo: có tủ bằng kính, bằng gỗ, bằng kim loại hoặc khung nhôm kính. Phân theo vị trí có tủ áp tường, tủ ôm cột, tủ giữa gian.

Chiều cao của tủ (kể từ nền đến ngăn trên cùng), chiều cao của giá, xích đông phải đảm bảo vừa trưng bày vừa dự trữ hàng hoá, nếu tủ cao quá hay rộng quá sẽ trở ngại cho việc lấy hàng giao cho khách và ảnh hưởng đến năng suất lao động. Chiều cao thông thường của tủ, giá hàng từ 1,7 đến 1,8m. Chiều rộng của tủ giá thường từ 0,4 đến 0,6m.

Chiều dài của tủ giá tương tự với chiều dài của quầy hàng. Chiều dài của tủ phải đảm bảo yêu cầu dự trữ đủ hàng để bán và phù hợp với kích thước của hàng hoá.

Kết cấu của tủ, giá thường chia làm 3 phần: phần trên để trưng bày, giới thiệu hàng mẫu; phần giữa (ngang tầm tay với của người bán) để đựng hàng bán; phần dưới của tủ, giá để hàng hoá dự trữ, phần này tốt nhất là có cánh cửa và được đóng kín lại. Trong mỗi phần của tủ, giá lại được chia ra các ô nhỏ để những hàng hoá khác nhau.

- Ngoài ra, thiết bị cố định trong phòng bán hàng còn có: thiết bị quảng cáo hàng hoá; nó bao gồm các loại tủ kính quảng cáo như: tủ kính cửa sổ, tủ kính giữa gian, tủ kính ôm cột và các dụng cụ bày hàng ở tủ kính quảng cáo (Phần này sẽ được giới thiệu cụ thể trong chương 11: Quảng cáo thương mại).

- Hơn nữa, trong phòng bán hàng còn có bàn ghế phục vụ khách nghỉ chân, thử hàng, cân, đo lại hàng hoá hay viết ý kiến góp ý cho cửa hàng.

1.2. Thiết bị cố định trong phòng nghiệp vụ phụ bao gồm: giá bọc, tủ, hòm, bàn, ghế

- Giá hàng: là thiết bị cơ bản trong kho để bảo quản các loại hàng nhẹ, đóng hộp (như hàng văn phòng phẩm, tạp phẩm...). Kích thước của giá phải đảm bảo dự trữ hàng hoá, tận dụng được diện tích và dung tích kho và phù hợp với yêu cầu bảo quản hàng hoá, đồng thời phải giữ gìn được phẩm chất của hàng hoá xếp trên giá (đảm bảo cách nền, cách trần, cách tường). Tùy theo yêu

cầu mà giá có thể chia thành nhiều ngăn, nhiều ô để chứa các chủng loại hàng khác nhau.

Giá trong kho và giá ở phòng bán hàng đều có kết cấu gần như nhau, nhưng do yêu cầu công tác mà kích thước của giá ở kho có thể lớn hơn và làm bằng vật liệu bền chắc hơn, có sức chứa lớn hơn, thích hợp với yêu cầu bảo quản.

- Bục: là thiết bị để các loại hàng công kênh, nguyên kiện, nguyên bao, có khối lượng lớn (xà phòng, vải xúc, vải tấm, máy móc...). Bục có nhiều loại: bục một tầng hoặc nhiều tầng. Bục phải thích hợp với đặc tính hoá học của hàng hoá và để tận dụng được sức chứa của kho hàng. Kích thước của bục (đặc biệt là chiều cao) phải phù hợp với yêu cầu bảo quản, phải đảm bảo giữ gìn được phẩm chất của hàng hoá (chống được mối, mọt, ẩm mốc...). Chiều rộng và chiều dài của bục vừa đảm bảo sử dụng hợp lý diện tích kho vừa phù hợp với kích thước của hàng hoá. Bục phải có sức chịu đựng thích ứng với khối lượng hàng hoá sẽ chứa.

- Hòm và tủ: là thiết bị để chứa đựng và bảo quản các loại hàng nhỏ gọn, quý, đắt tiền, dễ hư hỏng, khó quản lý như radio, đồng hồ, tân dược... và những hàng cần phải có điều kiện bảo quản riêng.

- Bàn ghế: để nhân viên làm công tác phân loại, chỉnh lý, cân đo, đo, bao gói hàng hoá ở nơi chuẩn bị hàng hoá bán ra.

2. Thiết bị thu tính tiền

Thu tính tiền là việc giữ gìn tài sản của nhà nước, của doanh nghiệp: xác định trách nhiệm vật chất cá nhân của người bán hàng. Ngoài việc áp dụng những phương pháp thu tính tiền hợp lý (thu tính tiền tập trung hay phân tán) thì những thiết bị thu tính tiền còn có tác dụng quan trọng đảm bảo cho công việc bán hàng tiến hành được nhanh chóng và chính xác.

Xuất phát từ yêu cầu giữ gìn tài sản của nhà nước, thuận tiện cho việc trả tiền của khách hàng, đảm bảo tăng năng suất lao động bán hàng, việc thu và tính tiền có thể áp dụng nhiều phương thức khác nhau. Thông thường ở các cửa hàng thương mại áp dụng hai phương thức chính, đó là thu tiền phân tán và thu tiền tập trung. Thu tiền phân tán là vừa giao hàng vừa thu tiền. Thu tiền tập trung là việc thu tiền được tách rời khỏi công tác giao hàng và được áp dụng đối với một số mặt hàng có nhu cầu lớn, khối lượng hàng bán ra nhiều và những hàng có giá trị cao.

Thiết bị thu tính tiền trong cửa hàng bán lẻ bao gồm các thiết bị đơn giản như: hòm đựng tiền, bảng tính sẵn, đinh ghim hoá đơn, máy tính cá nhân... và

các thiết bị hiện đại và cơ giới như: kết đựng tiền, máy tính, máy soi tiền, máy thu tính tiền.

- Hòm đựng tiền được đặt ở giá trong quầy hàng. Hòm đựng tiền được chia làm nhiều ngăn khác nhau theo đơn vị tiền để tạo điều kiện dễ dàng cho người bán hàng khi thanh toán với khách và khi kiểm kê cuối ngày. Hòm hay ngăn chứa tiền phải có khoá và thường được bố trí ở nơi đứng bán chính của nhân viên bán hàng.

- Bảng tính sẵn: trong bảng có ghi rõ tên hàng, đơn vị tính, giá cả hàng hoá, số lượng hàng bán và thành tiền. Bảng tính sẵn được dán dưới kính, trên mặt quầy để cả người mua và người bán tiện quan sát lượng hàng và tiền mà khách mua phải thanh toán cho cửa hàng.

- Máy tính cá nhân: là loại thiết bị tính tiền có độ chính xác cao và tốc độ tính toán nhanh, cấu tạo rất gọn nhẹ và dễ sử dụng.

- Kết đựng tiền: là loại thiết bị dùng để chứa đựng một lượng tiền lớn và cần được bảo quản cẩn thận chặt chẽ. Kết đựng tiền là thiết bị được làm bằng kim loại dày, bền vững, có hệ thống khoá an toàn và bí mật cho từng ngăn kết và cửa ngoài của kết, khoá được cài đặt theo số quy định của từng loại kết và từng người quản lý kết.

- Máy thu tính tiền tự động: là loại máy vừa tính tiền, vừa thu tiền của khách. Nó có thể làm được nhiều chức năng trong cùng một lúc: tính tiền và ghi số tiền thu mỗi lần vào hoá đơn cho khách, ghi số tiền vào băng kiểm tra và tính gộp (cộng dồn) số tiền thu được trong ngày, đựng tiền vào trong hộp riêng theo từng loại. Máy thu tính tiền có nhiều loại: loại quay tay, bấm nút chạy bằng điện. Tác dụng của máy thu tính tiền rất lớn: tính tiền và thu tiền chính xác, nhanh chóng, không nhầm lẫn, quản lý được tiền và kết toán hàng ngày kịp thời. Do đó nó tạo ra năng suất cao trong công việc thu tính tiền.

Máy thu tính tiền có các bộ phận chủ yếu sau:

+ Bộ phận chỉ thị: sắp đặt tổng hợp số tiền, các nút bấm mở máy, máy đếm tổng hợp, khoá tiền đã thu được, số phiếu.

+ Bộ phận máy tính toán.

+ Bộ phận máy in phiếu.

+ Bộ phận máy chuyển động bằng tay hoặc bằng điện.

+ Bộ máy đóng khoá máy và tiền.

- Máy đếm tiền: là loại thiết bị có tác dụng đếm tiền nhanh và chính xác,

khi đếm trên máy sẽ thể hiện được số tờ tiền cần đếm bằng con số từ cụ thể. Song trước khi đếm tiền bằng máy ta phải sắp xếp tiền cẩn thận theo từng loại, cắm máy nối với nguồn điện, bật công tắc để đèn trên máy bật sáng, cho tập tiền cần đếm vào máy. Bật nút chỉ định số tờ đếm của máy. Lúc đếm mỗi tờ tiền máy sẽ chỉ bằng một số trên máy, khi đếm đến tờ cuối cùng thì máy dừng hẳn, ta sẽ có được số tờ cần đếm. Nhưng vừa cho máy chạy phải vừa quan sát tờ tiền để phát hiện tiền thật hay tiền giả, vì máy chỉ có chức năng đếm tiền mà thôi.

- Máy soi tiền: là thiết bị dùng để soi tiền, làm tờ tiền phản quang màu sắc của các sợi tơ bảo hiểm đặc trưng, từ đó loại ra các tờ tiền có màu phản quang lạ vì đó là các tờ tiền giả, cụ thể: tiền thật khi qua máy soi thì không đổi màu, tiền giả có màu trắng như tờ giấy.

- Máy thu tính tiền dạng quét: là loại máy vừa tính tiền vừa ghi được số tiền vào máy và hoá đơn để giao cho khách. Cụ thể là: khi khách chọn được hàng cần mua, họ đưa tới bàn thu tính tiền, ta chỉ việc dùng loa của máy quét vào phần mã số mã vạch của hàng hoá hay phần quy định của nhãn mác hoặc phần ghi giá cả của sản phẩm, thì trên màn hình của máy sẽ thể hiện đầy đủ và chính xác các thông tin về hàng hoá và số tiền mà khách phải trả. Mỗi lần quét máy sẽ ghi các thông tin về hàng bán và số tiền bán hàng vào băng kiểm tra của máy. Cùng một lúc máy có khả năng cộng dồn các khoản tiền mà khách phải trả và in ra hoá đơn để giao cho khách. Cuối ngày, máy sẽ thông báo tổng doanh thu của phòng bán hàng ra bằng hoá đơn và lưu trữ tư liệu ngay trong máy.

3. Thiết bị ướp lạnh

Thiết bị ướp lạnh là một loại thiết bị cố định có vị trí rất quan trọng đối với cửa hàng rau quả, thực phẩm. Các phương pháp bảo quản hàng thực phẩm và hàng tươi sống thường dùng là: phơi khô (cá, khoai, sắn...) xông khói (cá, thịt...), ướp muối, đường, dấm (cà, cải, hành). So với các phương pháp bảo quản trên thì phương pháp bảo quản lạnh có nhiều ưu điểm hơn cả vì nó làm tăng khả năng dự trữ bảo đảm cho lưu thông hàng hoá được liên tục, bảo đảm giá trị dinh dưỡng của thực phẩm. Ướp lạnh không có tác dụng cải tiến chất lượng hàng hoá, nhưng nó rất cần để ngăn chặn sự phá hoại của vi sinh vật gây ra men mốc, ôi thối hàng hoá, ảnh hưởng đến sức khoẻ của người tiêu dùng, đồng thời hạ thấp hao hụt hàng hoá dự trữ. Ngoài ra, ướp lạnh còn có tác dụng nâng cao tính chủ động trong công tác thu mua, dự trữ, cung cấp hàng hoá thực phẩm cho nhân dân. Nó là biện pháp kéo dài thời vụ và chống lại "nạn giáp

hạt" của hàng thực phẩm, hàng tươi sống dễ hỏng. Do đó nó là một trong các yêu cầu của văn minh thương mại.

Bảo quản lạnh có nhiều phương pháp: Bảo quản trong hầm lạnh, hang đá (mùa đông ở miền núi, những vùng khí hậu ôn đới và hàn đới). Dùng nước đá băng, nước đá trộn muối theo tỷ lệ thích hợp (muối hoà tan sẽ hút nhiệt độ ở môi trường xung quanh, thường dùng các muối: KCl, NaCl...). Máy móc làm lạnh: là các loại thiết bị dùng loại khí có thể bốc hơi ở nhiệt độ thấp (NH_3 , Freon 12) để tạo ra nguồn lạnh. Máy móc làm lạnh hoàn thiện hơn các phương pháp bảo quản lạnh nói trên về kinh tế và kỹ thuật. Nó hạ thấp nhiệt độ tùy theo ý muốn để bảo quản nhiều loại sản phẩm khác nhau, giữ gìn phẩm chất hàng hoá tốt hơn, với thời gian dài hơn, không làm thay đổi hình dáng hàng hoá như đem phơi khô, giữ nguyên được mùi vị, tươi. Do đó ở các nước tiên tiến sử dụng rộng rãi dây chuyền ướp lạnh từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng.

Giữa các hệ thống khác nhau của các máy lạnh dùng để ướp lạnh thực phẩm, phổ biến hơn cả là máy ướp lạnh nén hơi. Máy ướp lạnh bằng máy nén hơi là một hệ thống kín, ở đây những nhân tố cơ bản của nó, dàn ống bốc hơi, máy nén, dẫn ống ngưng tụ, van điều chỉnh được nối liền bằng các ống dẫn. Trong dàn ống bốc hơi, tác nhân lạnh lỏng, khi hút nhiệt từ các môi trường xung quanh sẽ biến dạng, sôi lên. Quá trình bốc hơi sẽ hạ thấp nhiệt độ của môi trường ướp lạnh. Máy nén hút hơi nước của tác nhân lạnh từ dàn ống bốc hơi, nén và bơm vào dàn ống ngưng tụ. Hơi nước của tác nhân lạnh do quá trình ép đi vào dàn ống ngưng tụ dưới nhiệt độ cao hơn và áp suất đáng cao. Trong dàn ống ngưng tụ, hơi nước của chất tác nhân lạnh, khi hoàn trả nhiệt vào môi trường xung quanh thì nước hoặc không khí sẽ ngưng tụ lại, có nghĩa là từ thể hơi nước chuyển sang thể lỏng. Chất tác nhân lạnh từ dàn ống ngưng tụ qua van điều chỉnh một lần nữa đi vào dàn ống bốc hơi để lại bốc hơi lần nữa. Như vậy tùy thuộc vào quy tắc của một số chu kỳ làm lạnh, trong hệ thống kín xảy ra sự tuần hoàn của chất tác nhân lạnh trong các giai đoạn khác nhau của nó. Nhờ van điều chỉnh, áp suất của tác nhân lạnh hạ xuống áp suất ngưng tụ đi đến áp suất bốc hơi.

Giữa áp suất và nhiệt độ có mối quan hệ tùy thuộc nhất định. Dưới áp suất cao, tác nhân lạnh sôi lên trong những nhiệt độ lớn, và ngược lại, nhiệt độ sôi thấp sẽ thích ứng với áp suất thấp. Vậy muốn chất tác nhân sôi lên trong những nhiệt độ thấp, cần hạ thấp áp suất trong dàn ống bốc hơi. Quá trình sôi nóng cũng như quá trình ngưng tụ sẽ diễn ra khi nhiệt độ và áp suất không đổi.

Dựa vào nguyên lý làm lạnh trên, trong mạng lưới bán lẻ thực phẩm thường sử dụng một số máy ướp lạnh bằng khí freon kiểu nhỏ bao gồm: máy nén, động cơ điện, bình ngưng tụ và thiết bị tay gạt. Buồng lạnh là một bộ phận gian nhà trong cửa hàng, dùng để bảo quản ngăn ngừa các thực phẩm chóng hỏng. Tùy theo các nguồn lạnh, điều kiện khí hậu và giá cả sử dụng, có thể dùng các buồng lạnh có máy ướp lạnh, nước đá hoặc nước đá trộn muối.

* Khi sử dụng thiết bị lạnh và buồng lạnh cần lưu ý:

- Thiết bị ướp lạnh phải đảm bảo vệ sinh, nhất là ở buồng lạnh.
- Tác nhân lạnh phải không độc, dễ kiểm và rẻ tiền.
- Thiết bị phải đơn giản, dễ sử dụng, phù hợp với yêu cầu kinh doanh của từng loại cửa hàng, bảo đảm độ lạnh cần thiết đối với loại hàng kinh doanh. Vì vậy, cần thực hiện chế độ giữ nhiệt độ thích hợp trong các đối tượng ướp lạnh, phải bố trí hợp lý máy lạnh và kiểm tra một cách có hệ thống tình trạng kỹ thuật của các bộ phận thiết bị.
- Chế độ nhiệt độ trong các tủ lạnh, quầy lạnh, buồng lạnh phải phù hợp với các tính chất lý hoá của hàng hoá. Các loại hàng có đặc tính lý hoá khác nhau cần được cách ly trong các buồng riêng (thịt, cá...).
- Cần tránh làm bẩn các sản phẩm trong tủ, quầy và buồng lạnh, không để cho các loại muối, mắm, axit dây ra buồng lạnh, nhất là dàn bốc hơi.
- Để bảo đảm sử dụng lâu bền, bảo đảm hiệu quả kinh tế cao, thiết bị ướp lạnh cần đặt xa các nguồn nóng.

Tăng thêm các thiết bị ướp lạnh trong các cửa hàng bán lẻ là khâu quan trọng trong quá trình hiện đại hoá ngành thương nghiệp thực phẩm. Trong điều kiện khí hậu nhiệt đới của nước ta, việc tăng cường các thiết bị ướp lạnh là một yêu cầu bức thiết trong việc giữ gìn phẩm chất hàng hoá tươi sống, nâng cao chất lượng phục vụ người tiêu dùng và hạ thấp chi phí lưu thông hàng hoá.

4. Thiết bị đo lường

Thiết bị đo lường trong thương mại là những công cụ lao động dùng để cân, đong, đo khối lượng, dung tích và độ dài trong giao dịch mua bán hàng hoá; giúp cho việc mua bán hàng được nhanh chóng và chính xác. Thiết bị đo lường trong thương mại phải đảm bảo yêu cầu chung sau đây: Phải là dụng cụ đo lường hợp pháp, được cơ quan đo lường Nhà nước xác định và đánh dấu kiểm định và cho phép sử dụng. Phải là dụng cụ đo lường đảm bảo các yêu cầu kinh tế – kỹ thuật đã

quy định cho các loại thiết bị. Phải phù hợp với tính chất của từng loại hàng hoá, không gây phản ứng với hàng và gây độc hại cho người sử dụng.

Thiết bị đo lường dùng trong thương mại bao gồm: dụng cụ đo độ dài là thước mét, dụng cụ đo dung tích là: ca, chai, thùng, can... và các dụng cụ đo khối lượng là các loại cân.

4.1. Thiết bị đo khối lượng

Thiết bị đo khối lượng là các loại cân. Đo khối lượng một vật là dùng dụng cụ đo lường để biết sức nặng của vật đó; kilôgam được chọn làm đơn vị đo khối lượng, ký hiệu là kg.

Trong thực tế hiện nay cân có nhiều loại như: cân bàn, cân đĩa, cân đồng hồ, cân treo dọc sắt, cân lò xo, cân tiểu ly, cân phân tích, cân điện tử. Trong kinh doanh thương mại thường dùng các loại cân treo, cân đồng hồ, cân bàn... Tùy theo nhu cầu kinh doanh mà sử dụng các loại cân thích hợp. Trong kho hay trạm thu mua thường dùng cân bàn. Trong phòng thí nghiệm dùng cân phân tích. Trong cửa hàng bán lẻ thường dùng cân đồng hồ, cân treo hay cân đĩa.

- Yêu cầu chung các loại cân: cân phải đảm bảo yêu cầu về kỹ thuật và yêu cầu về kinh tế của mỗi loại cân. Về yêu cầu kỹ thuật: cân phải đảm bảo chính xác, nhạy, trung thành và ổn định.

+ Cân chính xác: cân chính xác là kết quả của cân so với khối lượng thật của vật cân không được thấp hơn hoặc vượt quá dung sai cho phép của từng loại cân. Dung sai của cân là giới hạn sai số cho phép của kết quả cân so với khối lượng thực của vật cân ở những mức tải nhất định.

Thí dụ: Dung sai của cân treo được quy định như sau: (cân mới sản xuất).

Ở tải 5 kg trở xuống được sai số ± 2 gam cho 1kg tải.

Ở tải $5 \div 10$ kg được sai số là ± 10 gam không đổi.

Ở tải 10kg trở lên được sai số là ± 1 gam cho 1kg tải.

Cân mới sửa: sai số cho phép như cân mới. Cân đang sử dụng: sai số cho phép được tính gấp 2 sai số của mã cân mới sản xuất. Cân đồng hồ: sai số cho phép được tính như sau: Ở tải 1 kg trở xuống sai số cho phép ± 2 gam cho 100 gam tải.

Ở $1 \div 2$ kg được sai số cho phép ± 2 g không đổi.

Ở tải $2 \div 10$ kg được sai số cho phép ± 1 g cho 1kg tải trọng.

Ở tải $12 \div 20$ kg được sai số cho phép ± 12 g không đổi.

Ở tải 20kg trở lên được sai số 0, 6g cho ± 1 kg tải trọng.

Cân bàn tỷ lệ bách phân, sai số cho phép là:

Loại cân	Mức cân	Sai số cố định	Mức cân	Sai số cho phép
200kg	$0 \div 40\text{kg}$	$\pm 40\text{g}$	$40\text{kg} \div 200\text{kg}$	$\pm 1\text{g}/1\text{kg}$ tải
500kg	$0 \div 100\text{kg}$	$\pm 100\text{g}$	$100\text{kg} \div 500\text{kg}$	$\pm 1\text{g}/1\text{kg}$ tải
1000kg	$0 \div 200\text{kg}$	$\pm 200\text{g}$	$200\text{kg} \div 1000\text{kg}$	$\pm 1\text{g}/1\text{kg}$ tải
1500kg	$0 \div 300\text{kg}$	$\pm 300\text{g}$	$300\text{kg} \div 1500\text{kg}$	$\pm 1\text{g}/1\text{kg}$ tải

+ Cân trung thành: là khi cân một vật nhiều lần, đặt ở các vị trí khác nhau trên đĩa cân hay trên mặt bàn cân thì kết quả của cân vẫn không thay đổi. (Nếu có thay đổi thì chỉ nằm trong giới hạn cho phép).

+ Cân nhạy: là cân dao động ngay khi đặt một vật nhỏ vào đĩa cân.

+ Cân ổn định: là sau khi đặt vật lên đĩa cân, thời gian dao động của đòn cân tương đối ngắn, mau chóng trở lại vị trí cân bằng.

+ Yêu cầu kinh tế của cân: cân phải đạt yêu cầu bền chắc, sử dụng được lâu dài, có thể cân được nhiều mặt hàng khác nhau, thích hợp với nhiều loại hình cơ sở kinh doanh, thuận tiện cho người sử dụng, giảm nhẹ cường độ lao động và nâng cao được năng suất lao động.

- Các loại cân.

* Cân đồng hồ: là loại cân tự động cho mã cân trong phạm vi mức cân đã chia thành phân độ trên bảng, khi cân không phải dùng quả cân.

Cân đồng hồ được ứng dụng để cân chia nhỏ hàng khi cân đóng gói để chuẩn bị bán hàng ra và sử dụng để cân hàng tại quầy bán hàng. Cân đồng hồ có ưu điểm: cân nhanh, năng suất lao động cao, kết quả biểu thị rõ rệt trên bảng chia độ để người bán và người mua cùng quan sát thấy, tránh được nhầm lẫn. Cân đồng hồ có mức tối đa và tối thiểu của cân được ghi sẵn trên mặt đồng hồ của cân. Mức sai số của cân được quy định cụ thể ở phần yêu cầu kỹ thuật của cân.

* Cân bàn: là loại cân đòn kép, gồm 2 hệ thống đòn bẩy loại II kết hợp với một hệ thống đòn bẩy loại I nhằm vừa thu giảm lực tác dụng của vật cân vừa cân bằng với tác dụng của lực đó được thu giảm. Khi cân chỉ việc di chuyển quả đẩy trên thước cân với khối lượng hàng nhỏ và thêm quả cân vào quang treo tỷ lệ, nếu cân khối lượng hàng lớn kết quả của mã cân sẽ là tổng số đo trên quang treo tỷ lệ và thước cân.

Cân bàn là loại cân được dùng phổ biến trong các kho thương mại. Nó có khả năng cân được những vật có khối lượng lớn, công kênh mà chỉ cần dùng một số rất ít quả cân hay không phải sử dụng quả cân. Cân bàn là loại cân có độ chính xác tương đối cao (sai số tương đối ở mã cân lớn thường đạt tới $1^0/_{00}$), thời gian sử dụng lâu bền. Song cân bàn có nhược điểm là công kênh, nặng, khó vận chuyển. Cân bàn có nhiều loại; cân cứ vào kết cấu của thước cân, cân bàn được chia thành 2 loại: Cân bàn tỷ lệ và cân bàn quả đẩy.

+ Cân bàn tỷ lệ: thường được sản xuất dưới dạng thập phân, bách phân, ngũ bách phân, thiên phân... Có nghĩa là có thể cân được những vật có khối lượng bằng 10, 100, 500, 1000 lần khối lượng quả cân được đặt ở đĩa đầu đòn cân. Quả cân dùng cho loại cân bàn này gọi là quả cân tỷ lệ.

Trong kinh doanh thương mại được dùng phổ biến là loại cân bàn tỷ lệ bách phân, có nghĩa là: muốn cân được một vật 100kg chỉ cần dùng một quả cân đặt ở quang treo tỷ lệ (ở phía đầu của thước cân) là 1 kg. Quả cân này gọi là quả cân tỷ lệ bách phân. Quả cân dùng cho loại cân này có hình dáng khác với quả cân thông thường khác để tiện dùng khi sử dụng và có độ chính xác cao. Quả cân tỷ lệ chỉ dùng để cân với những khối lượng chuẩn của vật cân như 10kg, 20kg, 100kg, còn phần lẻ được cân bằng một quả đẩy được mắc trên thước cân.

Cân bàn tỷ lệ gồm các bộ phận:

Hệ thống ruột cân: gồm đòn ruột chính và đòn ruột phụ nằm ở dưới bàn cân, trong bệ cân. Thước cân hay còn gọi là dọc cân, cuối thước cân mang một quang treo quả cân tỷ lệ, trên thước cân có một quả đẩy nhỏ để cân khối lượng hàng nhỏ, đầu thước cân có một quả tạ, còn gọi là quả đối trọng, để điều chỉnh thăng bằng cân không tải.

Bàn cân là một mặt phẳng hình chữ nhật để tiếp nhận vật cân. Dây tanh là bộ phận truyền tác dụng từ đòn ruột cân tới thước cân và dây tanh được nằm trong trụ cân. Bệ cân là khung chứa đòn cân và để đặt mặt bàn cân. Đốc cân là bộ phận phía trên thước cân và là nơi đặt các quả cân dự trữ. Quang treo và hộp đĩa cân là nơi để đặt các quả cân tỷ lệ mỗi khi cân.

Cân bàn tỷ lệ bách phân được coi là đúng khi đặt vật cân ở bất cứ vị trí nào trên mặt bàn cân thì kết quả cũng đều như nhau và khối lượng của quả cân tỷ lệ để cân bằng vật cân phải luôn bằng $1/100$ khối lượng của vật cân.

Cân bàn tỷ lệ có mức tối thiểu bằng $1/20$ mức tối đa của cân (mức sai số được quy định trong phần yêu cầu kỹ thuật của cân. Cân bàn thường dùng là các loại cân có mức tối đa là 50kg, 100kg, 300kg, 500kg, 1000kg, 3000kg).

Khi sử dụng cân bàn cần phải lưu ý:

+ Cân phải đặt trên mặt phẳng nằm ngang, nền không bị lún, cân không bị nghiêng trong quá trình sử dụng. Cách kiểm tra mặt phẳng nằm ngang bằng cách dùng thước nivô thử ở giữa bàn cân và 4 cạnh của bàn cân, nếu giọt nước đều ở chính giữa là được.

+ Trước khi cân phải thăng bằng cân không tải, bằng cách: kéo quả đẩy về phân độ không, mở khoá cân, thước cân thăng bằng là được. Nếu thước cân không thăng bằng phải điều chỉnh quả tạ ở đầu cân.

+ Thử độ dao động của cân: mở khoá cân, đẩy quả đẩy về phân độ không, vít đầu thước cân rồi buông ra, thước cân phải dao động nhẹ nhàng, rồi từ từ trở về vị trí thăng bằng. Dao động ấy phải là dao động điều hoà tắt dần và ít nhất là 3 lần dao động.

+ Thử độ trung thành của cân: dùng quả chuẩn cân nhiều lần ở các vị trí khác nhau trên mặt bàn cân và kết quả vẫn không thay đổi.

+ Trước khi đặt vật cân lên mặt bàn cân hay lấy vật cân ra khỏi cân thì cân phải luôn ở trạng thái khoá. Chỉ được mở khoá cân khi đang tiến hành cân.

+ Đặt vật cân phải nhẹ nhàng và cân xong phải lấy hết vật cân và quả cân ra khỏi cân. Nếu cân liên tục, thì sau 30 mã cân phải kiểm tra lại thăng bằng cân không. Không được dùng các loại quả cân thông thường khác thay thế cho quả cân tỷ lệ. Định kì dùng quả cân chuẩn để kiểm tra độ đúng, độ sai lệch trên các vị trí góc của cân. Hàng tháng phải đưa cân đi kiểm định lại các yếu cầu kỹ thuật của cân. Nếu có nghi ngờ về sai lệch của cân hay cân bị hư hỏng phải đưa đi sửa chữa và kiểm định ngay.

+ Cân sử dụng xong phải được lau chùi sạch sẽ, khi rửa cân phải tránh để nước vào khớp quay (dao, gối), nếu nước vào phải lau khô ngay. Định kỳ tra dầu mỡ vào khớp quay của dao, gối. Khi cân di chuyển cân phải được khoá thước cân cẩn thận và khiêng cân, không được kéo lê hay đẩy cân. Nếu phải di chuyển bằng xe thì phải chằng buộc chắc chắn thước cân với đốc cân, đòn cân với bệ cân để tránh va đập làm mẻ dao, gối. Mức cân tối thiểu của cân bằng $1/20$ mức tối đa của cân.

* Cân bàn quả đẩy: là loại cân không phải là quả cân tỷ lệ. Cân bàn quả đẩy có thước chính và quả đẩy chính để cân những vật có khối lượng lớn. Các thước phụ và quả đẩy phụ để cân những vật cân nhỏ và phần lẻ của vật cân lớn. Hiện nay cân bàn quả đẩy không được phép lưu hành nữa vì sử dụng phức tạp hơn cân bàn tỷ lệ mà sai số lại lớn.

* **Cân chìm:** là khái niệm dùng để chỉ những cân lớn có mặt bàn nằm ngang với đường xe chạy. Tải được đưa lên mặt bàn cân bằng cách đẩy từ ngoài vào. Khối lượng tải bằng khối lượng tải trên phương tiện vận tải trừ đi khối lượng của phương tiện vận chuyển.

Cân chìm có nhiều loại, nhiều kiểu khác nhau. Phân loại theo mức tải lớn có loại 5 tấn, 10 tấn, 15 tấn, 20 tấn, 100 tấn. Phân theo phương tiện vận chuyển có: cân ô tô, cân xe lửa, cân toa goòng; phân theo nguyên lý sử dụng có cân đòn bẩy, cân lò so, cân điện tử...

Cân chìm đòn bẩy được sử dụng rộng rãi trong các tổng kho để tiếp nhận và xuất hàng. Cân chìm đòn bẩy có các bộ phận chính: bàn cân, bộ máy, hệ thống đòn bẩy, quang truyền lực, bộ phận kim chỉ kết quả, bộ phận hãm mở cân, bộ phận hạn chế dao động bàn và hạn chế dao động kim chỉ, bộ phận cách ly phải và bộ phận in và lưu kết quả.

Khi xe hàng chuyển đến cân chìm hàng không phải dỡ ra khỏi xe, trên màn hình ghi rõ trọng lượng hàng hoá, trọng lượng phương tiện, trọng lượng tịnh của hàng hoá. Đồng thời in số liệu vào chứng từ và lưu trong máy.

* **Cân treo dọc sắt:** là một loại cân đòn đơn (1 đòn) có cánh tay đòn cố định và một cánh tay đòn thay đổi, khi cân không phải dùng thêm quả cân bên ngoài mà chỉ di chuyển quả cân ở dọc cân. Cân treo có tác dụng là gọn nhẹ có thể treo hay xách để cân. Cân treo dọc sắt có nhiều loại: cân treo có mức tối đa từ 0 đến 10 kg, có quang cân, đĩa cân, thước cân. Cân treo có mức tối đa trên 10 trở lên không có đĩa cân. Khi cân: đẩy quả cân trên thước cân đến đâu, mà ở đó thước cân thăng bằng thì đó là kết quả của vật cân. Mức cân tối thiểu của cân bằng 1/20 mức tối đa của cân.

Ngoài ra còn có cân đĩa. Là loại cân đòn kép, gồm 2 cánh tay đòn bằng nhau. Loại cân này có 2 đĩa để vật cân và quả cân, khi cân phải dùng quả cân tương ứng với vật định cân. Cân đĩa gồm nhiều loại, được sản xuất để cân nặng với mức từ 2kg, 5kg, 15kg, 25kg và 30kg. Đó là cân đĩa Ro-béc-van và loại cân đĩa Béc-ran-gie.

Mức tối thiểu của cân bằng 1/50 mức tối đa của cân. Dung sai của cân được quy định như sau. Với cân mới sản xuất:

Ở tải $100 \div 200\text{g}$ được sai $\pm 200\text{mg}$ không đổi.

Ở tải $200\text{g} \div 5\text{kg}$ được sai $\pm 1\text{g}$ cho 1 kg tải trọng.

Ở tải $5\text{kg} \div 10\text{kg}$ được sai $\pm 5\text{g}$ không đổi.

Ở tải 10kg trở lên được sai $\pm 0,5\text{g}$ cho 1 kg tải trọng.

Hiện nay, cân đĩa vẫn đang được sử dụng song cân hơi công kênh, nặng, phải sử dụng nhiều quả cân. Tuy yêu cầu kinh doanh mà có cân phân tích, cân tiểu ly, cân lò xo, cân điện tử nữa.

Nguyên tắc và phương pháp sử dụng cân:

Trước khi cân: phải lựa chọn loại cân thích hợp với khối lượng vật cân. Kiểm tra dấu kiểm định và các bộ phận của cân xem có đủ không. Đặt cân trên mặt phẳng nằm ngang (cân bàn, cân đồng hồ, cân đĩa); treo cân trên xà ngang (với cân treo); cân đĩa thì đĩa đặt vật cân ở bên tay phải người cân, đĩa đặt quả cân ở bên tay trái. Đặt cân ở vị trí sao cho người mua và người bán đều nhìn thấy số kết quả của cân. Thử thăng bằng của cân, thử đúng, thử độ nhạy, thử độ dao động, thử trung thành của cân.

Trong khi cân phải cân khối lượng hàng hoá phù hợp với tải trọng của cân, không cân quá mức tối đa và dưới mức tối thiểu của từng loại cân.

Cân phải được đặt hay treo ở nơi khách nhìn được rõ ràng và không lệch lạc các bộ phận cân và đọc kết quả của cân rất thuận tiện và rõ ràng phải đặt vật cân và quả cân nhẹ nhàng lên đĩa cân (hay bàn cân), để cân tự nó dao động và ngừng lại ở vị trí thăng bằng mới đọc kết quả của cân. Tuyệt đối không được dùng quả cân sắt mề hay bất cứ vật gì thay thế quả cân hợp lệ. Khi cân không được ấn tay vào đĩa cân, bàn cân, hay vít thước cân mà phải để cân tự dao động. Khi cân ngừng dao động khi ở vị trí thăng bằng thì đọc kết quả mã cân và nhẹ nhàng lấy hết vật cân và quả cân ra khỏi đĩa cân.

Sau khi cân: cân và quả cân phải được lau chùi sạch sẽ, nếu là cân hàng thực phẩm, muối, hoá chất... thì hàng ngày phải rửa sạch và được lau khô, khi rửa tránh để nước rơi vào các khớp quay của cân. Định kì tra dầu mỡ, kiểm tra độ chính xác của cân. Cân phải được bảo quản ở nơi khô ráo, tránh mưa nắng. Mỗi loại cân phải có lý lịch để theo dõi để quản lý và sử dụng cân.

Khi cần di chuyển cân phải hết sức nhẹ nhàng, cẩn thận và phải cố định cân như khoá hãm cân, buộc thước cân với đốc cân hay đòn cân với bệ cân; tránh va đập mạnh làm cong thước cân và mề dao gồi làm cân bị sai lệch lớn.

Sau 6 tháng đến 1 năm sử dụng cân, tùy điều kiện sử dụng cân mà phải đưa cân đi kiểm định lại các yêu cầu kĩ thuật của cân. Nếu chưa đến thời hạn kiểm định mà cân bị sai lệch, bị hư hỏng thì phải đưa đi sửa chữa và kiểm định lại ngay.

4.2. Thiết bị đo độ dài

Thiết bị đo độ dài là thước mét, đơn vị đo độ dài là mét (m). Thước mét được sản xuất theo bội số và ước số của mét mẫu. Thước mét có thể được làm

bằng gỗ, bằng kim loại hay bằng vật liệu khác. Có loại thước mét liền, thước mét gấp. Nếu thước mét làm bằng gỗ thì 2 đầu phải bịt bằng kim loại, nếu là thước gấp thì phải đóng vào một thanh gỗ thẳng. Thước mét có nhiều loại: thước dài đủ 1m, thước gấp, thước cuộn trong hộp, thước dây... Thước mét dù sản xuất bằng nguyên liệu nào cũng phải đảm bảo được các yêu cầu sau: thước mét phải thẳng, có độ dài đủ 1 mét. Thước phải có phân độ rõ ràng, ít nhất phải đến milimét. Phân độ trên thước mét phải rõ, đều đặn ở một hay cả hai mặt của thước. Nguyên liệu làm thước phải chắc, thẳng, ít bị co giãn và biến dạng.

Cũng như các loại thiết bị đo lường khác, thước mét sử dụng trong mua bán phải là thước mét do cơ quan đo lường nhà nước sản xuất, kiểm định và đóng dấu, cho phép lưu hành. Tuyệt đối không được dùng thước tự khắc độ lấy, hay tự vạch độ ra quấy nhiễu, hay thước mà hai đầu có đỉnh nhọn đóng ngược để cấm lá hàng khi đo.

Trong quá trình sử dụng cần được định kì kiểm tra lại thước. Nếu thước mét bị mòn góc, bị cong vênh, độ chia bị mờ thì phải thay thước khác. Sau ngày sử dụng thước mét cần phải lau chùi sạch sẽ và bảo quản ở nơi quy định.

Độ sai lệch tối đa cho phép của thước mét là 1 milimét so với thước mẫu.

- Cách sử dụng:

+ Trước khi đo: phải tiến hành lựa chọn thước cho phù hợp với việc cần đo. Sau đó, tiến hành kiểm tra xem có phải là thước chuẩn không, phân độ trên thước có rõ và đều đặn không.

Thử độ thẳng của thước: ngắm thước bằng mắt thường hay dùng dây dọi áp sát vào mép thước, giữa dây dọi và mép thước không có kẽ hở là thước thẳng.

Thử độ chính xác: đặt thước cân thử song song với thước kiểm tra, các vạch đầu - giữa - cuối phải thật trùng khớp.

+ Trong khi đo: phải thao tác nhanh, đúng kỹ thuật, đo phải chính xác. Phải đo từng mét một, đặt thước cho song song với mép vải, không để vải bị chùng hay bị căng quá mức bình thường. Phải bấm và gấp lá hàng đúng với góc đầu của thước đo. Không được lấy hàng đã đo để thay thước đo số hàng còn lại, cũng không được xếp nhiều lá hàng rồi đo một lần. Nếu là hàng cần rọc hay cắt bằng dao, kéo thì trước khi cắt phải so lại mép hai lá hàng rồi siết thành nếp, vết cắt phải vuông góc với mép lá hàng và hàng không bị xiên lệch.

+ Sau khi sử dụng thước: đo xong phải đặt thước vào nơi quy định, không chống thước trực tiếp xuống nền nhà. Không để thước ở nơi ẩm ướt, nóng nắng làm thước bị mốc, mục hay bị cong vênh.

4.3. Thiết bị đo dung tích

Thiết bị đo dung tích thường dùng trong kinh doanh thương mại hiện nay bao gồm thiết bị đo đơn giản và cột bơm nhiên liệu.

- Thiết bị đo đơn giản: thiết bị đo đơn giản thường dùng trong kinh doanh thương mại là các loại ca, chai, thùng, can, bình... được làm bằng kim loại, thủy tinh, nhựa hoá học... đơn vị dung tích là lít (l). Dụng cụ đo dung tích dùng trong kinh doanh thương mại thường có các loại 1/50 lít, 1/10 lít, 1/2 lít, 1 lít, 2 lít, 5 lít, 10 lít, 50 lít, 100 lít dùng để đo các loại hàng thể lỏng. Thiết bị đo đơn giản phải đảm bảo yêu cầu sau:

- Thiết bị đo dung tích thường có cấu tạo hình trụ tròn, đường kính và chiều cao bằng nhau hay chiều cao gấp đôi đường kính. Có thể cấu tạo trên nhỏ dưới to để đảm bảo sai số ít nhất trong quá trình đo.

- Thân và đáy thiết bị đo phải thẳng, không được lồi lõm, không có lỗ thủng. Trên thiết bị phải ghi rõ dung tích. Tùy theo cỡ của thiết bị lớn hay nhỏ mà ghi khác phân độ theo những bội số hoặc ước số của lít.

- Thiết bị đo dung tích phải sạch và là dụng cụ đo lường hợp pháp. Nguyên liệu chế tạo dụng cụ đo phải phù hợp với tính chất lý – hoá của hàng hoá cần đo và không gây độc hại cho người tiêu dùng, không bị chất lỏng ăn mòn. Sai số cho phép của dụng cụ đo không được chênh lệch quá 3 ml so với dụng cụ mẫu.

Cách sử dụng thiết bị đo đơn giản như sau:

- + Trước khi đo: phải lựa chọn thiết bị đo có dung tích thích hợp với lượng hàng khách cần mua. Kiểm tra dấu, chữ số khắc trên dụng cụ đo, kiểm tra độ nguyên vẹn của thiết bị đo và màu sắc của dụng cụ có bị biến đổi không. Cuối cùng là kiểm tra độ chính xác của dụng cụ đo bằng cách đo đầy nước đến vạch rồi đổ sang dụng cụ mẫu.

- + Trong khi đo: phải múc hay rót chất lỏng vào dụng cụ đo cho đầy vạch chuẩn (không kể bọt) rồi mới chuyển sang đo của khách. Không để hàng bị rơi vãi. Nếu có rơi phải đo lại cho khách.

- + Sau khi sử dụng: dụng cụ đo phải được rửa sạch, lau khô và để vào nơi khô ráo theo quy định.

- Cột bơm nhiên liệu: có nhiều loại do nhiều nước trên thế giới sản xuất ra, tuy nhiên ở Việt Nam hiện nay chủ yếu gồm có các loại cột bơm nhiên liệu của Tiệp Khắc (cũ), Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ và Trung Quốc. Ta có thể phân loại cột bơm nhiên liệu theo nhiều cách, thông thường là:

Theo cột nhiên liệu: có cột đơn và cột kép. Theo hệ thống báo kết quả: có

cột bơm cơ và cột bơm điện tử. Nhưng nhìn chung tất cả các cột bơm nhiên liệu đều có cấu tạo như sau:

- Máy bơm: dùng để hút nhiên liệu từ bể chứa vào cột bơm.
- Bộ lọc để lọc cặn, nước.
- Bộ tách khí: để loại bỏ bọt trước khi vào bộ đóng.
- Bộ đóng: là bộ phận quan trọng nhất có liên quan đến độ chính xác của thiết bị đóng.
- Bộ đếm: báo kết quả bơm.
- Vòi bơm: (mỏ vịt) đưa nhiên liệu ra khỏi cột bơm.
- Đồng hồ lưu lượng (công tơ mét): báo lượng nhiên liệu hiện đã được bơm trong một thời gian.

Khi sử dụng vận hành cột bơm cần chú ý: Trước khi bơm nhiên liệu cho khách phải đưa bơm về "0" (việc này hiện nay ở các cột bơm nhiên liệu đã được tự động hoá). Trước khi vận hành phải kiểm tra các thiết bị an toàn như: điện, phòng cháy chữa cháy. Không được bơm liên tục trên 1000 lít. Khi bơm không được bóp giạt cục, không được để nhiên liệu bị tràn vãi. Khi bơm nếu phát hiện có tiếng kêu lạ phải dừng ngay, tắt điện để thợ chuyên môn kiểm tra. Đảm bảo độ chính xác 0,5%.

5. Thiết bị quảng cáo

Tuỳ thuộc vào quy mô và mặt hàng kinh doanh mà các doanh nghiệp thương mại sử dụng các loại thiết bị, dụng cụ quảng cáo cho thích hợp. Thông thường các thiết bị dụng cụ quảng cáo đó là:

5.1. Tủ kính quảng cáo

Tủ kính dùng để trưng bày giới thiệu hàng hoá gọi là tủ kính quảng cáo. Nó là hình thức quảng cáo chủ yếu của các cửa hàng bán lẻ có quy mô vừa và lớn.

Tủ kính quảng cáo có nhiều loại, mỗi loại có công dụng riêng. Cần căn cứ vào quy mô của cửa hàng lớn nhỏ và yêu cầu đối với công tác quảng cáo mà lựa chọn loại hình tủ kính quảng cáo thích hợp.

Theo vị trí trong phòng bán hàng thì có: tủ kính cửa sổ, tủ kính giữa gian, tủ kính ôm cột. Tủ kính cửa sổ: có vị trí quan trọng nhất, tiện để cho các tủ kính bên trong. Tủ kính giữa gian hay tủ kính ôm cột trong phòng bán hàng có tác dụng bổ sung cho cửa kính cửa sổ, giới thiệu chi tiết hơn các loại hàng hoá có bán trong cửa hàng.

Theo cơ cấu mặt hàng trưng bày thì tủ kính chia ra: tủ kính chuyên doanh, tủ kính liên hợp và tủ kính hỗn hợp. Đối với cửa hàng lớn, các tủ kính này phải ở phía trước sát gần gian hàng hay tổ bán hàng chuyên doanh, liên doanh, hỗn hợp. Đối với cửa hàng vừa và nhỏ thường có tủ kính liên hợp hoặc hỗn hợp.

Theo đặc điểm trang bị kỹ thuật thì chia ra: tủ kính có thiết bị cố định, tủ kính có thiết bị chuyển động, tủ kính có thiết bị âm thanh, tủ kính có thiết bị ánh sáng và loại tủ kính kết hợp sử dụng nhiều loại trang bị kỹ thuật (chuyển động với âm thanh, âm thanh với ánh sáng).

Tủ kính quảng cáo nói chung, nhất là tủ kính cửa sổ, giới thiệu mặt hàng kinh doanh với khách hàng, hấp dẫn, bồi dưỡng nhu cầu tiêu dùng, nâng cao tính chủ động trong việc lựa chọn và mua sắm hàng hoá của khách hàng, mở rộng bán ra, góp phần nâng cao năng suất lao động, nâng cao trình độ bán hàng văn minh.

Tủ kính quảng cáo góp phần quan trọng vào việc làm đẹp cả bên trong và bên ngoài cửa hàng. Tủ kính quảng cáo, nhất là tủ kính cửa sổ bằng nội dung và hình thức nghệ thuật có thể phục vụ cho nhiệm vụ chính trị của cửa hàng, phục vụ các cuộc vận động chính trị của Đảng và Nhà nước, và trực tiếp phản ánh quá trình phát triển sản xuất của đất nước.

Để phát huy được tác dụng của tủ kính quảng cáo trong kinh doanh thương mại. Nó đòi hỏi phải không ngừng hoàn thiện việc trang bị tủ kính quảng cáo, trước hết và quan trọng nhất là phải hoàn thiện trang bị tủ kính cửa sổ vì nó vừa là bộ mặt, là tiếng nói của tổ chức doanh nghiệp thương mại và của cả ngành kinh doanh thương mại.

+ Yêu cầu của tủ kính cửa sổ là:

Về kích thước: phải phù hợp với kiến trúc cửa hàng và các loại hàng trưng bày. Trung bình chiều cao khoảng 2 mét, chiều rộng khoảng 1,3 mét, mặt đáy, cách nền hè đường khoảng 0,4 mét đến 0,8 mét (nếu ở nơi hè đường rộng, kiến trúc tốt thì nền thấp hơn, ngược lại thì nền cao hơn để khỏi vướng lối đi), chiều sâu của tủ kính khoảng 0,6 đến 0,9 mét.

Mặt trước tủ kính cửa sổ phải làm bằng kính liên tấm. Mặt sau cần thoáng để lấy ánh sáng tự nhiên vào cửa hàng.

Cấu tạo: cần phải bền chắc, bảo đảm những yêu cầu về trưng bày theo các thiết bị cố định chuyển động... nói trên, bảo đảm những yêu cầu về bảo quản và vệ sinh.

Ánh sáng phải tập trung, đầy đủ, đều, không chói lóa, khi bày hàng không có bóng tối.

Cường độ ánh sáng của tủ kính phải lớn hơn cường độ ánh sáng đường phố.

Màu sắc ánh sáng phải hoà hợp với màu sắc của hàng hoá. Tuyệt đối không dùng ánh sáng màu làm thay đổi màu sắc hàng hoá, gây khó khăn cho việc lựa chọn của khách hàng.

Tủ kính cửa sổ cần có khung chắc bảo vệ, cách mặt ngoài tủ kính khoảng từ 0,2 đến 0,3 mét. Cần có thiết bị che nắng, rèm che nắng, phải cao hơn mặt hè đường khoảng từ 2 mét trở lên để không làm vướng người đi đường.

Dụng cụ để trưng bày trong tủ kính có nhiều loại. Mỗi mặt hàng trưng bày thường có dụng cụ thích hợp với nó. Dụng cụ để trưng bày phải gọn nhẹ, đẹp, không làm phân tán sự chú ý của người xem đối với mặt hàng trưng bày.

5.2. Tủ quầy

Là quầy bán hàng có ghép kính, được chia làm nhiều ngăn để trưng bày những hàng hoá có bán tại nơi công tác và giao dịch bán hàng với khách.

5.3. Mô hình quảng cáo

Đó là các Manơcanh (mô hình người mẫu) để trưng bày các mẫu hàng cần quảng cáo, nó bao gồm: Manơcanh toàn thân, Manơcanh bán thân hay từng bộ phận. Mỗi loại Manơcanh để trưng bày cho một loại hàng và phục vụ cho một mục đích quảng cáo thích hợp.

Ngoài ra: dụng cụ và thiết bị quảng cáo còn có: các mắc treo cho từng loại hàng cụ thể và các khay, đĩa, giá đỡ hàng, ...

6. Thiết bị cắt thái, tháo mở bao bì và các loại khác

6.1. Thiết bị cắt thái

Thiết bị cắt thái là những công cụ đơn giản dùng để phân chia nhỏ hàng hoá tùy theo đặc điểm của mặt hàng kinh doanh và sở thích của khách hàng. Thiết bị cắt thái chủ yếu dùng trong các cửa hàng thực phẩm và một phần ở các cửa hàng công nghệ phẩm và cửa hàng vật liệu xây dựng. Thiết bị cắt thái tốt sẽ góp phần nâng cao năng suất lao động trong cửa hàng, hạ thấp hao hụt hàng hoá, phục vụ khách hàng được nhanh chóng, hàng hoá được pha cắt thẳng, phẳng và đẹp.

Thiết bị cắt thái trong các cửa hàng bán hàng thực phẩm là các loại dao, búa, kéo, máy xay... dùng để cắt thái chặt, băm, pha dọc hàng hoá. Thiết bị cắt thái trong cửa hàng công nghệ phẩm là dao để dọc, kéo để cắt hàng. Thiết bị cắt thái ở cửa hàng vật liệu xây dựng là kéo, cưa các loại, vạm cắt hàng hoá.

Tuỳ thuộc vào từng khâu công tác mà cửa hàng sử dụng các loại thiết bị khác trong các khâu để bố trí sắp xếp hàng hoá, kiểm tra quảng cáo, bán hàng và vệ sinh nơi bán hàng cho thích hợp. Khi bố trí sắp xếp trang trí hàng hoá phải dùng đến các loại khay, đĩa, giá đỡ, mô hình, mắc treo,...

Phục vụ khách khi mua hàng thì phải có thước đo, dụng cụ phục vụ khách thử hàng như ghế ngồi, ghế kê chân để thử giày, gương soi,...

Để chuẩn bị hàng bán ra cần có dụng cụ lấy mẫu để kiểm tra, các dụng cụ phục vụ đo lường, dụng cụ tháo mở bao bì. Dụng cụ vệ sinh nơi công tác gồm có chổi, máy hút bụi, thùng chậu, xô, xẻng...

6.2. Dụng cụ tháo mở bao bì

Ứng với mỗi loại bao bì sẽ có loại dụng cụ tháo mở nhất định. Mỗi dụng cụ tháo mở thường có 2 công dụng trở lên: cắt - nhỏ, đóng - nhỏ, bẫy - nhỏ... Loại tháo mở thường có kìm, búa, cưa, đòn bẩy có xé rãnh hay có mỏ, .. Loại để tháo mở bao bì mềm (bao kiện bằng vải, bằng giấy...) thường có kéo, lưỡi liềm. Loại tháo mở bao bì bằng sắt tây thường có: dao có mỏ sắt, nhọn, cứng. Đặc biệt là các bao bì chuyên dùng như "bom bia", tét xăng dầu, thùng phuy... thì phải có dụng cụ tháo mở thích hợp ví dụ: cờ lê, mỏ lết, tuốc-nơ-vít, chìa khoá, vam mở..

Khi tháo mở bao bì cần lưu ý: tháo mở bao bì đúng nơi quy định để hàng hoá bên trong được nguyên vẹn và bao bì còn sử dụng lại được. Tháo mở phải cẩn thận và bằng dụng cụ thích hợp.

Nói chung, thiết bị thương mại phải đầy đủ, hợp lý và không ngừng được cải tiến để ngày càng phù hợp với yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp. Thiết bị thương mại rất phong phú và cần thiết trong kinh doanh thương mại, vì thế doanh nghiệp thương mại không nên coi thường chúng bởi vì chính thiết bị thương mại đã góp phần nâng cao năng suất lao động và văn minh thương mại cho doanh nghiệp.

III. THIẾT BỊ TRONG KHO HÀNG THƯƠNG MẠI

1. Thiết bị đo lường

Thiết bị đo lường trong kho thương mại là dụng cụ thiết bị phục vụ công tác kiểm nhận xuất hàng, cân đong đo hàng hoá, phục vụ yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp. Thiết bị đo lường trong kho gồm có:

Thiết bị đo khối lượng là các loại cân. Cân đồng hồ dùng để cân chia nhỏ hàng hoá phục vụ công tác đóng gói hàng. Cân bàn, cân chầm (cân điện tử cỡ lớn) để cân hàng khi tiếp nhận hay xuất bán một lô lớn. Tùy thuộc vào chức năng của kho và hàng hoá chứa trong kho mà sử dụng đến cân bàn hay cân chầm cho thích hợp. Cách sử dụng và bảo quản cân như đã trình bày ở phần thiết bị đo lường trong cửa hàng thương mại.

Thiết bị đo độ dài là guồng quay, bàn quay, thước đo hoặc cân. Guồng quay để đo hàng, có chu vi khung quay quy định được nối với máy tính, khi guồng quay một vòng trên máy sẽ hiện số lượt quay và số đo chiều dài của hàng cần đo. Bàn quay: mặt bàn phẳng, có độ dài quy định, được gắn kích thước ở mép bàn, bàn được nối với máy tính, mỗi lần trái vải lên bàn trên máy hiện số lần trái vải và số mét đo. Nếu lần trái vải cuối không đủ chiều dài mặt bàn thì công thức tính chiều dài cuộn hàng như sau:

$$L = N \times B + D$$

L: chiều dài cuộn hàng

N: số lần trái vải trên mặt bàn

B: chiều dài quy định của bàn

D: số dư không đủ một lần trái hàng trên bàn

Dùng cân để xác định chiều dài của cuộn hàng bằng cách: cân cả cuộn hàng bằng cân bàn, cắt một mét hàng của cuộn hàng cân lên bằng cân đồng hồ, lấy khối lượng của cả cuộn hàng chia cho khối lượng của một mét hàng sẽ tính được chiều dài của cuộn hàng. Dùng thước mét để đo hàng như đã trình bày ở phần thiết bị đo độ dài trong cửa hàng thương mại và thiết bị đóng ao là các máy đóng đã được trình bày ở phần thiết bị đóng ao trong cửa hàng thương mại.

2. Thiết bị bảo quản

2.1. Yêu cầu chung của thiết bị bảo quản

Thiết bị bảo quản trong kho hàng thương mại bao gồm: thiết bị bảo quản hàng hoá chứa đựng trong bao bì và xếp thành chồng, thiết bị bảo quản hàng hoá trong dạng mở gói, thiết bị bảo quản chuyên dùng, thiết bị theo dõi nhiệt độ ẩm... Thiết bị bảo quản phải đảm bảo các yêu cầu sau:

- Bảo đảm giữ gìn toàn vẹn số lượng và chất lượng hàng hoá ở kho. Muốn vậy, thiết bị bảo quản phải phù hợp với tính chất của hàng hoá và khối lượng hàng bảo quản ở kho.

- Bảo đảm sử dụng tối diện tích và dung tích thiết bị bảo quản. Lựa chọn loại thiết bị bảo quản phải đảm bảo sử dụng thiết bị có hiệu quả, tránh trường hợp kích thước của thiết bị quá lớn mà loại vật tư được chứa đựng lại có khối lượng và quy cách quá nhỏ, không sử dụng hết sức chứa của thiết bị. Đồng thời thiết bị bảo quản phải đảm bảo có độ bền chắc, chịu được trọng tải tối đa của hàng bảo quản, cấu tạo đơn giản, giá thành rẻ và phù hợp với tính chất của hàng bảo quản.

- Thuận tiện cho việc tiến hành các nghiệp vụ kho. Yêu cầu này đòi hỏi thiết bị bảo quản phải đảm bảo việc xuất nhập hàng được liên tục, dễ dàng và phù hợp với phương tiện xếp dỡ hàng.

- Các loại thiết bị dùng để bảo quản hàng hoá phải phù hợp với kích thước nhà kho, đảm bảo sử dụng hợp lý diện tích và thể tích nhà kho đồng thời đảm bảo mỹ quan cho kho.

- Khi cần có thể di chuyển dễ dàng thay đổi được sức chứa: trong những trường hợp cần thiết kết cấu của thiết bị có thể thay đổi được sức chứa của thiết bị tùy theo sự thay đổi của số lượng hàng hoá được bảo quản, không nên gán cố định giá và các thiết bị khác vào kết cấu nhà kho, vì như vậy rất khó cho việc di chuyển khi cần thay đổi vị trí của chúng.

2.2. Các loại thiết bị bảo quản trong kho hàng

2.2.1. Thiết bị để bảo quản hàng hoá đã chứa đựng trong bao bì và xếp thành chồng

Loại thiết bị này gồm có bục hàng và giá hàng. Bục hàng là loại thiết bị được sử dụng trong kho hàng. Bục hàng có loại bục kê phẳng và bục kê có thành đứng.

Bục kê phẳng là loại bục có mặt phẳng liền hoặc không liền, được làm bằng nhiều nguyên liệu khác nhau như: gỗ hay thép... Bục là thiết bị để chất xếp các loại hàng hoá có khối lượng lớn, kích thước lớn, hoặc để xếp các loại hàng không bị ảnh hưởng bởi sức ép khi xếp chồng lên nhau như: bục để bảo quản kiện vải, bục để xếp các bao kiện hàng... bục phẳng thường chỉ có một tầng và chiều cao $\leq 80\text{cm}$.

Bục kê có thành đứng: là loại bục dùng để chất xếp những hàng hoá có bao bì hay hàng có hình dáng nhất định. Bục kê có thành đứng để đỡ cho chồng hàng không bị đổ.

- Giá hàng là thiết bị để chất xếp hàng bằng mâm tải ở trong kho. Giá hàng có nhiều tầng được làm bằng nhiều loại nguyên liệu khác nhau, chiều cao của

giá tùy thuộc vào chiều cao nhà kho và chiều sâu của giá hàng phụ thuộc vào đặc điểm của nhóm hàng xếp trên giá.

Ví dụ: Với nhóm hàng văn phòng phẩm, chiều sâu của giá: 40cm.

Với hàng giấy dép, dụng cụ gia đình, bát đĩa, chiều sâu của giá: 60cm.

Với các kiện vải, chiều sâu của giá: 80cm.

Xe đạp, máy khâu, chiều sâu của giá: 0,9 - 1,3 m.

2.2.2. Thiết bị để bảo quản hàng hoá ở dạng gói mở

Thiết bị này gồm có các loại: giá tổng hợp và giá chuyên dùng có sức chứa thấp hơn giá bảo quản hàng hoá đã chứa đựng trong bao bì và xếp thành chồng.

- Các loại giá tổng hợp: là giá có ô vuông và có các ngăn khác nhau để bảo quản hàng thành từng lô lớn. Giá tổng hợp có thể làm bằng gỗ, kim loại, bê tông cốt sắt.

- Giá làm bằng gỗ có ưu điểm: làm nhanh, tháo lắp dễ dàng; khi cần thiết có thể di chuyển nhanh, giá rẻ. Nhược điểm của giá bằng gỗ: có thời gian sử dụng tương đối ngắn và không thể dùng để chứa các loại hàng hoá có khối lượng lớn.

- Giá làm bằng kim loại so với giá bằng gỗ có ưu điểm hơn: sức bền lớn, thời gian sử dụng lâu, có khả năng chịu đựng được khối lượng hàng lớn, an toàn và không sợ cháy. Giá bằng kim loại có thể có các ngăn cố định hay có thể tháo rời ra được và được sử dụng rộng rãi trong các kho có quy mô lớn.

- Giá bằng bê tông cốt sắt có ưu điểm như giá bằng kim loại, ngoài ra còn có ưu điểm là không đòi hỏi về chi phí giữ gìn như giá bằng kim loại. Nhược điểm của giá bằng bê tông cốt sắt là khối lượng của bản thân giá rất nặng, khó di chuyển khi cần thiết.

2.2.3. Thiết bị bảo quản chuyên dùng

- Loại thiết bị này áp dụng để bảo quản hàng công nghiệp có dạng đặc biệt, cần có cấu tạo theo quy cách riêng như giá để bảo quản giấy, ủng cao ống, bảo quản các cuộn ni lông và các loại xi téc, thùng phuy để bảo hàng thể lỏng như: dầu hoả, xăng, diesel, ... các loại xi téc có thể để trên mặt đất, để ngầm dưới mặt đất hoặc để nửa ngầm nửa nổi. Các loại bể chứa, thùng chứa để bảo quản hàng thể lỏng khác được xây bằng gạch, kim loại, bằng gỗ, chất dẻo, ...

2.2.4. Thiết bị theo dõi nhiệt độ, độ ẩm

Thiết bị thường dùng để đo nhiệt độ, độ ẩm trong kho có: nhiệt kế thường và ẩm kế bên khô bên ướt.

- Nhiệt kế thường có hai loại: Xensiuýt và Paranét. Cấu tạo loại Xensiuýt (bách phân): lấy điểm đông của nước làm 0°C và điểm sôi của nước làm 100°C . Loại Paranét: lấy điểm chảy của nước làm 32°F và điểm sôi của nước làm 212°F .

Nhiệt kế thường: gồm một ống thủy tinh nhỏ, dài gắn liền với bầu thủy tinh trong có đựng thủy ngân hay rượu màu. Khi nhiệt độ thay đổi thì thủy ngân trong bầu co lại hay nở ra làm nước thủy ngân trong ống hạ thấp xuống hay dâng lên.

Sử dụng và bảo quản: đọc nhiệt độ ở nhiệt kế phải đọc nhanh, đọc số lẻ trước, số chẵn sau. Mắt phải ngang tầm với mức chỉ của thủy ngân trong ống và nên đứng xa bầu chứa thủy ngân, không nắm tay vào bầu chứa thủy ngân. Nhiệt kế phải treo ở chỗ không khí lưu thông, không bị ánh nắng chiếu vào. Nhiệt kế phải giữ gìn sạch sẽ, khô ráo, không để rạn nứt bầu và ống thủy tinh.

- Ẩm kế bên khô bên ướt, có cấu tạo: gồm 2 nhiệt kế thường đồng nhất có độ lớn và đồng dạng ống, bầu bằng nhau; khi để hai nhiệt kế trong cùng một điều kiện thì trị số nhiệt độ bằng nhau. Nhiệt kế bên trái có bầu thủy ngân để khô, dùng để xác định nhiệt độ của không khí. Nhiệt kế bên phải, bầu thủy ngân để ở trạng thái ướt (bầu thủy ngân quấn vải mỏng, đều đặn, đầu vải ở dưới ngâm vào nước cất).

Lợi dụng sự bốc hơi của nước thấm ở vải, khi bốc hơi nó thu nhiệt ở bầu đựng thủy ngân và không khí xung quanh, làm cho nhiệt độ ở nhiệt kế bên ướt hạ thấp hơn so với bên khô. Tốc độ bốc hơi phụ thuộc vào độ ẩm của không khí. Độ ẩm trong không khí cao, lượng nước từ vải bốc hơi nhỏ, nhiệt lượng cần cung cấp cho nước bốc hơi ít, hiệu số nhiệt độ giữa hai nhiệt kế nhỏ. Khi độ ẩm của không khí thấp thì kết quả ngược lại.

Sử dụng và bảo quản: đọc nhiệt độ trên hai nhiệt kế, tính độ chênh lệch. Dùng nhiệt độ ở ẩm kế khô đối chiếu với độ chênh lệch trên bảng sẽ tìm được độ ẩm tương đối, từ độ ẩm tương đối, tra bảng sẽ tìm được độ ẩm tuyệt đối.

Thí dụ: Nhiệt độ của nhiệt kế bên khô là 25°C , nhiệt độ của nhiệt kế bên ướt là 20°C thì hiệu số nhiệt độ giữa hai nhiệt kế là: $25^{\circ}\text{C} - 20^{\circ}\text{C} = +5^{\circ}\text{C}$. Tra bảng 3 (bảng tra độ ẩm tương đối) tìm được độ ẩm tương đối là 61%. Từ độ ẩm tương đối đã tìm được (61%) tra bảng 4 (bảng tra độ ẩm tuyệt đối) tìm độ ẩm tuyệt đối là $14,06\text{g/cm}^3$. Khi đọc phải nhanh, đúng, đọc số lẻ trước, số chẵn sau. Vì nếu đọc nhiệt độ sai 1°C thì độ ẩm tương đối có thể sai từ 8 – 10%.

Vải cuốn ở bầu thủy ngân phải luôn giữ sạch sẽ, ướt. Vải bọc phải trắng, mỏng gấp mũi, nút buộc phía dưới không chặt quá. Nước thấm vải phải là nước cất hoặc nước mưa đã lọc trong. Không để ẩm kế ở nơi mưa nắng hắt vào.

- Máy điều hoà nhiệt độ và máy hút ẩm.

Đối với kho kiên cố, dùng để bảo quản hàng cao cấp, quý, ... cần duy trì một chế độ bảo quản thích hợp và ổn định về nhiệt độ, độ ẩm, thì trong kho thường được trang bị máy điều hoà nhiệt độ và máy sấy, nhằm đáp ứng công tác bảo quản cho từng loại hàng cụ thể.

3. Thiết bị phòng cháy, chữa cháy

3.1. Sự cần thiết phải trang bị thiết bị phòng và chữa cháy kho

Kho là nơi tập trung khối lượng tài sản rất lớn của Nhà nước. Việc bảo vệ an toàn và phòng chống cháy là nhằm bảo vệ tài sản Nhà nước, tính mạng và tài sản của cán bộ nhân viên ở kho và nhân dân ở xung quanh.

Đi đôi với việc giáo dục ý thức phòng cháy, chữa cháy cho toàn thể cán bộ nhân viên ở kho và tổ chức lực lượng chữa cháy, việc trang bị các thiết bị phòng cháy, chữa cháy là một vấn đề hết sức quan trọng nhằm ngăn chặn kịp thời và hạn chế tác hại khi xảy ra cháy. Tùy theo đặc điểm của từng loại kho hàng, từng loại hàng bảo quản trong kho mà tính chất các điểm cháy khác nhau. Vì thế cần trang bị thiết bị thích hợp với tính chất của từng nguồn lửa để dập tắt nhanh chóng khi xảy ra cháy.

3.2. Các loại thiết bị phòng cháy, chữa cháy ở kho

Thiết bị phòng cháy, chữa cháy có thể chia làm 2 loại: thiết bị phòng và chữa cháy thô sơ, thiết bị phòng và chữa cháy hiện đại.

Việc kết hợp trang bị phòng cháy thô sơ bằng cách tự trang, tự chế và các thiết bị phòng chữa cháy hiện đại là vấn đề hết sức cần thiết. Trong điều kiện hiện nay, kho tàng loại tranh, tre, nứa lá, lợp giấy dầu của Việt Nam vẫn còn, quy mô của loại kho này nhỏ và phân tán. Trong điều kiện nhiệt độ ở nước ta rất cao, nhất là khi trời nắng hè và hanh khô thì có nhiều khả năng sinh ra cháy. Vì vậy, việc tự trang, tự chế các thiết bị phòng, chữa cháy thô sơ có ý nghĩa rất lớn và tác dụng rất thiết thực ở mỗi kho.

Thiết bị phòng chữa cháy thô sơ gồm có: các loại bơm tay, các loại bình chữa cháy và các dụng cụ như: thang, câu liêm, gầu vẩy nước, thùng chứa nước, bể chứa nước, bể chứa cát, ... loại này được trang bị rộng rãi và phần lớn có thể tự trang, tự chế. Nó có thể dùng kịp thời tại chỗ khi xảy ra đám cháy nhỏ.

Thiết bị phòng cháy chữa cháy hiện đại gồm có: loại cố định và loại di động. Loại thiết bị cố định như: hệ thống phun bọt chữa cháy dùng cho các kho

xăng dầu, hệ thống nước chữa cháy, hệ thống chữa cháy tự động bằng bọt, bằng khí CO₂, hệ thống tín hiệu báo động khi xảy ra cháy.

+ Bình bọt hoá học

Cấu tạo của tất cả các bình bọt hoá học gần giống như nhau. Nó gồm có 2 bình: bình sắt bên ngoài, đựng natri bicacbonát; bình thuỷ tinh ở bên trong đựng dung dịch Slumin sunfat, dung tích của bình bên ngoài từ 8 – 10 lít, của bình thuỷ tinh từ 0,45 đến 1 lít. Vỏ bình chịu được áp suất 20KG/cm².

Khi có cháy, xách bình đến chỗ cháy, dốc ngược bình (hay đập chốt làm vỡ bình thuỷ tinh bên trong nếu có) cho dung dịch hoá chất trộn lẫn với nhau sinh bọt và tạo thành áp suất. Nếu bình bọt có khoá trên đầu thì phải mở khoá (nếu có chốt trên đầu thì phải đập chốt xuống đất) và hướng vòi phun vào đám cháy. Nếu dụng cụ đựng chất lỏng cháy có thành thì phun về phía trong thành đối diện với mặt người phun để bọt không bị áp suất của dòng phun đẩy chìm xuống dưới mặt chất lỏng. Các loại bình bọt hoá học chỉ dùng để chữa cháy các chất lỏng. Nó có thể chữa cháy các chất rắn được nhưng không có hiệu quả lớn.

Mỗi bình chữa cháy hoá học nói trên chỉ chữa cháy trên một diện tích tối đa là 1m², cấm không được dùng bình chữa cháy hoá học để chữa cháy điện, đất đèn, kim loại, hợp chất của kim loại.

+ Bình bọt hoà không khí:

Bình bọt hoà không khí gồm 2 bộ phận chính là: vỏ bình đựng dung dịch tạo bọt và bình thép đựng không khí, áp suất chịu đựng tối đa của vỏ bình là 15KG/cm², của bình khí nén là 250KG/cm².

Bình bọt hoà không khí dùng để chữa cháy các chất cháy lỏng đã cháy, có thể chữa cháy các chất rắn nhưng hiệu quả không cao. Diện tích chữa cháy tối đa 0,5 – 1m². Khi có cháy phải mở van bình khí nén cho không khí trộn lẫn với dung dịch tạo thành bọt, rồi phun vào đám cháy.

+ Bình chữa cháy bằng khí CO₂:

Bình chữa cháy bằng khí CO₂ có 3 bộ phận chính: thân bình, đầu bình và loa phun khí. Vỏ bình làm bằng thép dày, chịu được áp suất thử 250KG/cm² và áp suất làm việc tối đa 180KG/cm², nếu quá áp suất này van an toàn sẽ tự động mở xả khí CO₂ ra ngoài, loa phun làm bằng chất cách điện để phòng khi chữa cháy chạm loa vào thiết bị điện sẽ không bị điện giật.

Khi có cháy xách bình đến chỗ cháy, tay cầm loa phun hướng vào gốc đám cháy cách tối thiểu 0,5m tay kia mở van bình (hay ấn cò tùy theo loại bình).

Bình chữa cháy bằng khí CO₂ dùng để chữa cháy các loại thiết bị điện, tài

liệu quý và máy móc thiết bị đắt tiền. Cấm không được dùng bình CO₂ để chữa cháy hàng hoá và thiết bị bằng kim loại, các chất nitrat, hợp chất tecmic...

Các loại bình chữa cháy đều phải đặt ở nơi râm mát, dễ thấy, dễ lấy. Nơi có nhiệt độ không quá 40°C, tránh để nơi ẩm ướt vì chúng sẽ bị phá huỷ van an toàn.

Trong thực tế, có loại bình chữa xách tay của Việt Nam sản xuất có ký hiệu AB10, của Liên Xô có ký hiệu 0Π-3, 0Π-5, 0Y- 2, 0Y-5, 0Y-8 và bình chữa cháy xách tay của Trung Quốc.

+ Máy bơm cứu hoả: Ở một số kho người ta còn dùng các loại máy bơm để cứu hoả. Máy bơm cứu hoả có 2 loại đó là loại máy bơm nước và máy bơm cát xách tay. Khi xảy ra cháy, người ta dùng nước lấy từ máy bơm dẫn qua các ống cao su để dập tắt đám cháy. Còn máy bơm cát xách tay dùng để chữa cháy các chất hoá học bị cháy.

+ Hệ thống vòi rồng và báo động khi xảy ra cháy:

Ở một số kho quy mô lớn còn có hệ thống vòi rồng và ống dẫn nước tự động chữa cháy. Hệ thống này gồm có: bể nước đặt ở phần cao nhất của toà nhà.

Mạng lưới ống dẫn nước đến tất cả các mái nhà kho, tràn vào từng nhà kho.

Vòi tưới nước nối vào mạng ống dẫn nước có bít kín bằng chất dễ nóng chảy hoặc đóng băng hệ thống van. Khi nhiệt trên mái kho lên cao 55-70°C thì chất bít kín sẽ nóng chảy ra hoặc khi có cháy, người ta mở các van, nước sẽ tự động tưới trên tất cả các mái nhà. Khoảng cách giữa các vòi tùy theo loại nhà kho mà người ta bố trí thưa hay dày khác nhau.

Ở các nhà kho có hệ thống báo động khi xảy ra cháy, gồm có: còi, keng... khi xảy ra cháy, hệ thống còi keng của kho nổi liên hồi hay báo cho đội chữa cháy địa phương đến để dập tắt đám cháy.

4. Thiết bị xếp dỡ và di chuyển hàng hoá trong kho

4.1. Sự cần thiết phải trang bị và sử dụng có hiệu quả thiết bị xếp dỡ và di chuyển hàng hoá trong kho

Xếp dỡ và di chuyển trong kho là những công việc nặng nhọc, đòi hỏi hao phí nhiều lao động. Do đó, cần phải ra sức cải tiến các thiết bị hiện có, đưa lao động từ thủ công sang lao động có công cụ và từ công cụ thủ công lên công cụ nửa cơ giới trong công việc ở kho, trước hết cho những khâu lao động nặng nhọc nhất. Áp dụng những thiết bị kỹ thuật mới nửa cơ giới và cơ giới cho việc

xếp dỡ, di chuyển là điều kiện chủ yếu để nâng cao năng suất lao động. Áp dụng những thiết bị xếp dỡ, di chuyển mới, nửa cơ giới và cơ giới phù hợp còn là điều kiện quan trọng để nâng cao hiệu quả sử dụng diện tích, thể tích nhà kho và các thiết bị trong kho, nâng cao chất lượng nghiệp vụ kho. Việc cải tiến các thiết bị xếp dỡ, di chuyển hiện có; trang bị các thiết bị xếp dỡ, di chuyển mới và dần từng bước cơ giới hoá cả quá trình lao động trong kho là nhiệm vụ trước mắt và lâu dài của công tác kho.

4.2. Phân loại thiết bị xếp dỡ và di chuyển hàng hoá trong kho

4.2.1. Thiết bị di chuyển, xếp dỡ hàng trong kho được phân theo các tiêu thức sau

- Theo các đặc điểm vận động của thiết bị gồm có: thiết bị hoạt động theo định kỳ như các loại xe chuyển hàng và thiết bị hoạt động liên tục như các băng chuyền.

- Theo nguồn động lực của thiết bị, gồm có loại thiết bị vận chuyển bằng động cơ như: máy nổ, động cơ điện, và thiết bị vận động bằng tay như xe hàng kéo tay.

- Theo phương di chuyển của hàng hoá bao gồm có: thiết bị nâng chuyển theo chiều ngang lớn và thiết bị nâng chuyển hỗn hợp theo phương nằm ngang và thẳng đứng.

4.2.2. Một số loại thiết bị xếp dỡ, di chuyển thông dụng ở kho

- Xe chuyển hàng đẩy tay:

Là loại phương tiện vận chuyển đơn giản nhất dùng để vận chuyển hàng hoá trong kho, xe chuyển hàng đẩy tay có nhiều loại: loại có một bánh, hai bánh, ba bánh và bốn bánh. Thông dụng nhất là loại xe có 2 và 3 bánh. Đặc điểm của loại xe này là dùng sức tay của công nhân để vận chuyển hàng hoá. Nó có thể di động trong khoảng cách giữa các giá hàng và theo sự điều khiển của người lao động.

- Xe tải kích:

Là loại xe có hai khung bằng kim loại, khung dưới cố định, khung trên nhờ hệ thống đòn bẩy mà có thể nâng cao từ 10 đến 15cm. Xe tải kích có trọng tải từ 250kg đến 1000kg. Hàng hoá được xếp trên các bục chuyên dùng, khi di chuyển hàng, đưa xe tải kích vào gầm bục đã xếp hàng, nâng khung trên lên, bao hàng đã ở trên xe và đưa đến nơi đã định. Lúc đó khung trên xe hạ xuống

và kéo xe kích ra khỏi găm bục hàng. Dùng xe tải kích có thể tiết kiệm được nhiều lao động bốc dỡ hàng.

- Cần trục quay: là loại thiết bị có thể di chuyển hàng hoá theo các phương pháp khác nhau. Cần trục có thể quay có trọng tải từ 500kg đến 5.000kg, nó thường được đặt ở bên các cửa lớn của các kho có quy mô lớn.

- Băng chuyền lưu động và cố định: nhờ một động cơ điện mà một trong hai trục của băng chuyền chuyển động; trên băng chuyền xếp các hòm, bao kiện hàng. Băng được làm bằng vải dày, cao su các tấm băng bằng gỗ hay kim loại có chiều rộng từ 50-100cm. Chiều dài của băng chuyền có thể từ 5-15m. Băng chuyền có thể di chuyển hàng hoá có độ dốc 40°, với tốc độ từ 1,2-1,6m/giây. Các loại băng chuyền này dùng để vận chuyển các loại vật liệu như: than, cát, sỏi,... từ bến bãi vào kho hay từ kho vào đến nơi sử dụng.

- Thang máy chuyển hàng lên theo chiều thẳng đứng. Thang chuyển động nhờ tời chạy động cơ điện. Thang máy chuyển hàng có trọng tải khác nhau từ 10 kg đến 3.000kg, với tốc độ trung bình từ 0,8 đến 1,3m/giây. Thang máy chỉ dùng trong kho lớn, cơ giới hoá, có ít nhất từ 3 tầng trở lên.

- Xe moóc quay tay và xe moóc chạy bằng điện

Xe thường có trọng tải từ 250kg đến 5000kg, di chuyển theo đường ray đặt ở trên cao. Xe moóc có thể chuyển hàng theo mặt phẳng ngang trên khoảng từ 10 - 500m và theo chiều thẳng đứng với chiều cao đến 10m.

Ngoài những thiết bị xếp dỡ, di chuyển trên, trong các kho có quy mô lớn, cơ giới hoá cao còn các loại máy chuyển hàng trên đường ray, máy nâng hàng lên chạy bằng động cơ điện, băng xoắn ốc hoạt động bằng khối lượng của bản thân hàng hoá, mâm tải nâng hàng,...

Các thiết bị xếp dỡ và di chuyển hàng hoá cần phải thích hợp với điều kiện sử dụng và yêu cầu tổ chức quá trình lao động của kho, phù hợp với đặc điểm kiến trúc của kho. Vì vậy, khi lựa chọn các loại thiết bị xếp dỡ, di chuyển hàng phải căn cứ vào loại hàng cần di chuyển, khoảng cách các dòng hàng trong kho, điều kiện kho hàng, đặc điểm của các loại phương tiện vận tải ra vào kho.

5.Thiết bị vận chuyển và nâng hàng trong kho

Loại thiết bị này được phân theo nhiều tiêu thức khác nhau như:

5.1. Phân theo công dụng và đặc điểm sử dụng gồm có

Phương tiện vận tải hàng hoá (xe đẩy, goòng đẩy, ô tô nhỏ chở hàng), máy

nâng hàng (máy nâng, balăng, tời quay), máy chất xếp và bốc dỡ hàng trong kho. Khi sử dụng hợp lý các thiết bị trên có tác dụng sau:

- Thiết bị này có khả năng mang được hàng từ vị trí này sang vị trí khác trong kho trên một phương nằm ngang.

- Nâng được hàng từ vị trí thấp đến vị trí cao và ngược lại theo phương chuyển động thẳng đứng, quá trình hoạt động của nó có tính chất chu kì.

- Các loại xe chất xếp và bốc dỡ hàng, cần trục, balăng điện, thùng chứa hàng lưu động tạo điều kiện cơ giới hoá lao động trong khâu chất xếp và bốc dỡ hàng trên các mâm tải chuyên dùng.

- Để áp dụng được các loại thiết bị trên hàng hoá phải được đóng gói trong các bao bì và chứa trong mâm tải đã được tiêu chuẩn hoá, đối với hàng vụn rời nên sử dụng băng chuyển vận chuyển và nâng hàng.

5.2. Phân theo phương hướng chuyển động của thiết bị gồm có

- Các loại thiết bị để vận chuyển hàng theo phương nằm ngang hoặc với một góc nghiêng bé. Ở đây chủ yếu là xe đẩy tay để vận chuyển hàng hoá theo phương nằm ngang trên khoảng cách không lớn lắm, trọng lượng hàng từ 100-200kg và thường sử dụng nó kết hợp với lao động thủ công bằng sức người.

- Các loại thiết bị vận chuyển hàng theo phương thẳng đứng hoặc với một góc nghiêng lớn bao gồm:

- + Thiết bị nâng hàng bằng ròng rọc loại cố định và không cố định. Loại ròng rọc cố định không có lợi về lực và quãng đường nên ít được sử dụng. Loại ròng rọc không cố định có lợi về lực và quãng đường, nếu sử dụng càng nhiều ròng rọc thì càng lợi về lực.

- + Máy quay tay để nâng hàng lên và dỡ hàng xuống kho.

- + Thiết bị cặp hàng, phanh hãm có tác dụng giữ được hàng ở độ cao bất kì, trong kho thường sử dụng loại thiết bị phanh má hay phanh gai.

5.3. Phân theo nguyên tắc hoạt động có

Thiết bị hoạt động có chu kì và thiết bị hoạt động liên tục.

- Các loại thiết bị hoạt động liên tục chủ yếu là băng tải, đai chuyển để vận chuyển hàng đựng trong bao bì mềm. Băng tải tấm có bề mặt chịu tải khác với bề mặt băng đai và được làm bằng gỗ hay kim loại, thích hợp với vận chuyển hàng đựng trong bao bì cứng và có khối lượng lớn hoặc những hàng được đựng trong thùng.

- Thiết bị hoạt động chu kì như xe nâng hàng, mâm tải. Mâm tải là thiết bị dùng để đặt hàng lên giá, được áp dụng trong kho hàng đã được cơ giới hoá,

tuỳ thuộc vào từng loại kho hàng và đặc điểm của hàng hoá mà mâm tải có kích thước khác nhau.

5.4. Phân theo nguồn động lực gồm có

Thiết bị chuyển động bằng tay như: xe đẩy tay, xe tải kích, kích kéo, cần trục, cần cầu. Thiết bị chuyển động cơ khí là thiết bị có thể dùng điện ắc quy hay điện ở nguồn của lưới điện khu vực.

Ngoài ra, trong kho còn có thiết bị lạnh, thiết bị cất thái và tháo mở bao bì: cách sử dụng và bảo quản giống như phần thiết bị lạnh, thiết bị cất thái... trong cửa hàng thương mại.

Phần thực hành

Bài 1:

Ứng dụng thiết bị thương mại để thực hiện thao tác cân, đóng, đo hàng hoá trong kinh doanh thương mại như:

1/ Sử dụng thiết bị đo khối lượng là các loại cân để cân nhận hàng hoá và cân chia nhỏ hàng hoá phục vụ bán ra. Sau đây là thao tác cân chia nhỏ hàng hoá.

Thường dùng cân để cân chia nhỏ hàng hoá phục vụ bán ra, đảm bảo thuận tiện cho việc mua bán hàng hoá của khách. Việc phân chia nhỏ hàng hoá thường được tiến hành trên cân đồng hồ. Trước khi cân phải chuẩn bị đầy đủ dụng cụ vật liệu phục vụ cho quá trình cân, cụ thể là:

Chuẩn bị về hàng hoá cần cân chia nhỏ, dụng cụ phương tiện để chia nhỏ (bàn ghế công tác, dụng cụ để xúc hàng, khay đựng hàng, dụng cụ phòng hộ lao động cho người cân hàng như: khẩu trang, tạp dề). Bao bì chứa hàng, dây buộc, máy là dán bao bì. Vệ sinh cân và nơi chia nhỏ hàng hoá.

Sau đó tiến hành kiểm tra yêu cầu kỹ thuật của cân, thông túi (mở lắp bao bì), cân thử hàng để ước lượng khối lượng hàng của mỗi lần thao tác, rồi cân chia nhỏ hàng theo yêu cầu đã định (mỗi gói 1 kg hay 0, 5 kg...). Vừa cân vừa bao gói hàng cho gọn, trước khi buộc hoặc dán túi hàng phải dễ nhẹ cho hàng chặt gọn, vuốt khí trong túi ra để khi buộc hoặc dán túi không bị phồng.

Lưu ý: Cứ sau 30 mã cân liên tục phải kiểm tra lại yêu cầu kỹ thuật của cân một lần nhằm đảm bảo độ chính xác của cân khi chia nhỏ hàng hoá.

2/ Đóng ao chất lỏng: đóng ao chất lỏng có thể tiến hành bằng hai phương pháp đó là đóng ao thủ công và đóng ao bằng máy.

- *Phương pháp đóng ao thủ công*

Phương pháp này dùng các dụng cụ đóng là các ca, chai, can, bình đóng... được áp dụng ở các cửa hàng nhỏ vùng nông thôn và miền núi. Cách tiến hành cụ thể như sau:

- Tay trái cầm chai: ngón út vòng bên trong cổ chai, ngón giữa và ngón đeo nhẫn đặt bên ngoài cổ chai, hai ngón còn lại giữa chặt cổ chai và hơi nâng phễu lên để hơi thoát ra ngoài giúp chất lỏng chảy xuống chai được nhanh không bị trào ra ngoài. Tay phải cầm ca: ngón cái đặt phía trên quai ca ngang bằng với miệng ca, các ngón còn lại móc vào quai ca giữ cho ca được thẳng bằng và vục vào thùng đựng chất lỏng cho đầy ngang vạch của miệng ca. Nếu miệng ca to hơn miệng phễu thì nghiêng ca trên phễu, rót cho đến khi hết 1/3 chất lỏng trong ca, sau đó gạt nhẹ đáy ca vào miệng phễu rồi đưa ca ra ngoài phễu tiếp tục rót cho đến hết, khi rót phải nâng đáy ca lên hơi cao một chút để chất lỏng đỡ rót ra ngoài. Nếu thân ca cao, miệng ca bé hơn miệng phễu thì chỉ để ca ngoài miệng phễu nghiêng đi rót từ từ vào chai cho đến hết.

- Khi đóng ao chất lỏng cần lưu ý: bình đóng, ca, can, phễu và khay chứa phải sạch. Phần chất lỏng rót ra ngoài khay chứa phải bù lại đủ cho khách. Nếu đóng rót chất lỏng mà không có phễu thì có thể hứng trực tiếp bằng cách kê hai miệng dụng cụ chứa vào nhau (hơi cách nhau một chút) rồi chiết chất lỏng sang nhau hoặc dùng ống hút để dẫn chất lỏng sang bình cần chứa hoặc dùng một chiếc đĩa tròn cắm vào bình cần chứa rồi nghiêng dụng cụ chứa để chiết rót chất lỏng chảy theo đĩa vào bình cần chứa.

- Phương pháp đóng ao chất lỏng bằng máy

Phương pháp này được áp dụng trong các xí nghiệp sản xuất chất lỏng để đóng chai, đóng can hoặc bán nước giải khát hoặc bán xăng dầu. Ở bài này chủ yếu giới thiệu phương pháp đóng ao xăng dầu bằng máy tại các điểm bán lẻ.

Việc bán xăng dầu bằng máy được tiến hành theo trình tự sau: khi khách vào mua xăng người bán nhắc khách tắt máy động cơ và không được hút thuốc. Đưa máy về số 0. Người bán tìm hiểu xem khách mua loại chất lỏng nào, mua số lượng hay số tiền là bao nhiêu. Tay trái ấn công tắc xác định lượng hàng khách cần mua và bật công tắc vận hành của máy. Tay phải cầm vòi bơm đưa vào bình chứa của khách, vừa bơm vừa quan sát định lượng và số tiền ghi trên máy. Nếu khách nói rõ lượng hàng cần mua ngay từ đầu thì đến lượng hàng đó máy sẽ tự ngắt, nếu không thì người bán quan sát đến gần lượng hàng khách cần mua sẽ nhả nấc cò của vòi bơm để xăng chảy từ từ đến khi đủ lượng hàng thì đóng lại. Vòi bơm khi cầm từ máy đặt vào bình chứa của khách phải hơi chúc đầu xuống, khi bơm xong một tay tắt máy một tay treo vòi bơm vào nơi quy định và đưa máy về vị trí 0.

3/ *Sử dụng thiết bị đo độ dài* là thước mét để đo vải, dây chun, dây điện khi tiếp nhận hàng và bán hàng.

4/ *Sử dụng thiết bị đếm tiền, thu tiền, soi tiền*: khi thanh toán tiền với khách hàng (phần 3 và phần 4 chỉ giới thiệu cách sử dụng thiết bị còn thao tác thực hành cụ thể sẽ học ở phần thực hành chương 12: Nghiệp vụ bán hàng và phục vụ khách hàng).

Bài 2:

Ứng dụng nhiệt kế và ẩm kế bên khô, bên ướt để xác định độ ẩm tương đối, độ ẩm tuyệt đối và nhiệt độ điểm sương của kho hàng để bảo quản hàng hoá.

Dựa vào số liệu về nhiệt độ đo được trên nhiệt kế và trên ẩm kế bên khô bên ướt, tra bảng xác định độ ẩm tương đối, độ ẩm tuyệt đối, nhiệt độ điểm sương từ đó làm cơ sở để tiến hành mở cửa thông gió tự nhiên cho kho hàng. Cách tra bảng được tiến hành theo trình tự sau:

- Tính hiệu số chênh lệch nhiệt độ trong kho và ngoài kho bằng: nhiệt độ bên khô trừ nhiệt độ bên ướt.

- Tính độ ẩm tương đối trong kho và ngoài kho: từ nhiệt độ bên khô (trong kho, ngoài kho) và từ hiệu số chênh lệch nhiệt độ (trong kho, ngoài kho).

- Tính độ ẩm tuyệt đối trong kho và ngoài kho: từ nhiệt độ bên khô (trong kho, ngoài kho) và từ độ ẩm tương đối (trong kho, ngoài kho) ta tra được độ ẩm tuyệt đối ở trong kho và ngoài kho.

- Tính nhiệt độ điểm sương: từ độ ẩm tuyệt đối của môi trường có nhiệt độ cao (trong kho hoặc ngoài kho) ta tra ra nhiệt độ điểm sương. Nếu sử dụng nhiệt kế thường thì tính từ bước 3 trở đi. Từ kết quả trên ta sẽ suy ra điều kiện thông gió tự nhiên có đạt hay không và kho có nên mở cửa để thông gió không.

Ví dụ: Trên ẩm kế bên khô bên ướt treo ở trong kho có chỉ nhiệt độ bên khô là 30°C , nhiệt độ bên ướt là 27°C và trên ẩm kế bên khô bên ướt treo ở ngoài kho có chỉ nhiệt độ bên khô là 28°C và nhiệt độ bên ướt là 26°C . Hãy tra bảng xác định độ ẩm tương đối, độ ẩm tuyệt đối trong kho, ngoài kho và nhiệt độ điểm sương theo dữ kiện đầu bài cho.

Cách tiến hành như sau: dựa vào số liệu đã cho tra bảng ở phần phụ lục của giáo trình.

- Tính hiệu số chênh lệch nhiệt độ trong kho ngoài kho:

+ Hiệu số chênh lệch nhiệt độ trong kho: $30^{\circ}\text{C} - 27^{\circ}\text{C} = +3^{\circ}\text{C}$

+ Hiệu số chênh lệch nhiệt độ ngoài kho: $28^{\circ}\text{C} - 26^{\circ}\text{C} = +2^{\circ}\text{C}$

- Xác định độ ẩm tương đối trong kho, ngoài kho:

+ Từ nhiệt độ bên khô trong kho (cột dọc) 30°C và từ cột chênh lệch nhiệt độ (cột ngang) 3°C ta tra được độ ẩm tương đối trong kho 78% (đó là giao điểm của hai cột trên).

+ Cũng từ nhiệt độ bên khô ngoài kho 28°C (cột dọc) và từ hiệu số chênh lệch nhiệt độ $+2^{\circ}\text{C}$ (cột ngang) ta tra được độ ẩm tương đối ngoài kho là 84%.

- Xác định độ ẩm tuyệt đối trong kho và ngoài kho:

+ Từ nhiệt độ bên khô trong kho 30°C (cột dọc) và độ ẩm tương đối trong kho 78% (cột ngang) ta tra được độ ẩm tuyệt đối trong kho là $23,69\text{g/m}^3$ (chính là giao điểm của hai cột trên).

+ Từ nhiệt độ bên khô ngoài kho 28°C và độ ẩm tương đối ngoài kho 84% ta tra được độ ẩm tuyệt đối ngoài kho là $22,87\text{g/m}^3$.

- Xác định nhiệt độ điểm sương:

+ Từ độ ẩm tuyệt đối của môi trường có nhiệt độ cao (nhiệt độ bên khô trong kho 30°C cao hơn nhiệt độ bên khô ngoài kho 28°C) là $23,69\text{ g/m}^3$ (cột dọc) ta đóng sang ngang sẽ tra được nhiệt độ điểm sương là $25,5^{\circ}\text{C}$.

Làm bài tập sau:

a) Nhiệt độ trong kho: bên khô 30°C , bên ướt 28°C

Nhiệt độ ngoài kho bên khô 27°C , bên ướt 25°C

b) Nhiệt độ trong kho bên khô 31°C , bên ướt 27°C

Nhiệt độ ngoài kho bên khô 28°C , bên ướt 26°C

c) Nhiệt độ trong kho bên khô 31°C , bên ướt 28°C

Nhiệt độ ngoài kho bên khô 29°C , bên ướt 27°C

Hãy tra bảng xác định độ ẩm tương đối trong kho và ngoài kho. Độ ẩm tuyệt đối trong kho và ngoài kho, nhiệt độ điểm sương của các bài tập trên.

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Trình bày cách sử dụng và bảo quản thiết bị đo khối lượng (cân)?
- 2/ Trình bày cách kiểm tra các yêu cầu kỹ thuật của cân?
- 3/ Trình bày thao tác kỹ thuật đo, cắt: vải, dây chun, dây điện, đồng thời cho biết các lưu ý cần thiết khi đo?
- 4/ Trình bày cách thu tính tiền bằng máy thu tính tiền dạng quét?
- 5/ Trình bày cách đóng ao chất lỏng bằng cột bơm nhiên liệu và các lưu ý cần thiết khi đóng?
- 6/ Trình bày cách sử dụng bình bột chữa cháy?
- 7/ Trình bày cách sử dụng, bảo quản và ứng dụng thiết bị đo nhiệt, độ ẩm trong kho?
- 8/ Trình bày các lưu ý khi sử dụng tủ lạnh, buồng lạnh để bảo quản hàng hoá?

Chương 5

NGHIÊN CỨU NHU CẦU TIÊU DÙNG VÀ XÂY DỰNG MẶT HÀNG KINH DOANH Ở CỬA HÀNG BÁN LẺ

I. Ý NGHĨA CỦA VIỆC NGHIÊN CỨU NHU CẦU TIÊU DÙNG Ở CỬA HÀNG BÁN LẺ VÀ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NHU CẦU TIÊU DÙNG

1. Ý nghĩa

Nhu cầu tiêu dùng về hàng hoá của nhân dân là sự cần thiết của họ về sử dụng sản phẩm hàng hoá và về sự phục vụ. Trong điều kiện sản xuất và lưu thông hàng hoá, thì nhu cầu tiêu dùng được thể hiện bằng nhu cầu có khả năng thanh toán và được thực hiện thông qua mạng lưới thương nghiệp bán lẻ.

Dưới chế độ xã hội chủ nghĩa, sản xuất được tiến hành trên cơ sở chế độ công hữu về tư liệu sản xuất và sự quản lý thống nhất của kế hoạch nhà nước. Mục đích duy nhất của nền sản xuất xã hội chủ nghĩa là không ngừng thoả mãn mọi nhu cầu về vật chất và văn hoá của nhân dân. Vì vậy, giữa sản xuất và tiêu dùng không có mâu thuẫn đối kháng như dưới chế độ tư bản chủ nghĩa. Song, giữa sản xuất và tiêu dùng luôn luôn có mâu thuẫn về số lượng, chất lượng và cơ cấu hàng hoá, về thời gian và địa điểm. Thương nghiệp là khâu trung gian thực hiện mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng, góp phần thực hiện cân đối cung cầu hàng hoá.

Cửa hàng bán lẻ là nơi trực tiếp phục vụ người tiêu dùng. Tại cửa hàng, hàng ngày phản ánh yêu cầu của người tiêu dùng về hàng hoá, về phương thức

kinh doanh, về chất lượng phục vụ. Do vậy, nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng tại cửa hàng bán lẻ có nghĩa:

- Là tiền đề để xây dựng mặt hàng kinh doanh hợp lý của cửa hàng và phục vụ tốt đời sống quần chúng.

Mặt hàng kinh doanh của cửa hàng do sản xuất quyết định. Song, trình độ hợp lý của nó còn phụ thuộc rất lớn vào việc nắm vững nhu cầu tiêu dùng. Cửa hàng phải nắm vững tình hình sức mua, dân số và cơ cấu dân cư, đặc điểm nhu cầu ở khu vực phục vụ qua các thời kỳ mới có thể xác định đúng đắn mức lưu chuyển hàng hoá và cơ cấu mặt hàng thích hợp, mới có thể kết hợp đúng đắn nghiệp vụ nhập hàng và bán hàng, tránh được tình trạng hàng hoá ứ đọng hoặc thiếu bán.

Mặt hàng kinh doanh hợp lý tạo điều kiện thoả mãn mọi nhu cầu của quần chúng, góp phần nâng cao đời sống của nhân dân.

- Hướng dẫn nhu cầu, xây dựng nhu cầu mới.

Nghiệp vụ của thương nghiệp không phải chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng một cách thụ động, mà còn phải tích cực hướng dẫn tiêu dùng theo chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước, phù hợp với tình hình sản xuất trong nước và kích thích nhu cầu tiêu dùng mới.

Chỉ có nghiên cứu nắm vững nhu cầu thì cửa hàng bán lẻ mới có thể:

- + Hướng dẫn tiêu dùng theo hướng tiết kiệm, giản dị và khoa học, tiêu dùng hàng sản xuất trong nước, trong địa phương; hướng dẫn tiêu dùng cho phù hợp với kế hoạch sản xuất. Trong điều kiện hàng hoá sản xuất ra chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu tiêu dùng thì việc nắm vững nhu cầu để tiến hành phân phối hàng hoá đúng tiêu chuẩn, đúng đối tượng có ý nghĩa rất lớn. Nó góp phần khắc phục tình trạng mất cân đối cung cầu, tránh hiện tượng nhu cầu giả tạo, chống đầu cơ tích trữ.

- + Xây dựng nhu cầu về hàng hoá mới, hàng thay thế, vừa làm phong phú nhu cầu tiêu dùng, vừa tiết kiệm những nhiên liệu khan hiếm dành cho sản xuất công nghiệp và xuất khẩu.

Đối với tập quán tiêu dùng của các dân tộc, các vùng khác nhau, cần tôn trọng và đáp ứng thị hiếu của họ. Song, phải xây dựng những tập quán tiêu dùng mới: tiết kiệm, khoa học, tiện lợi, phù hợp với lối sản xuất công nghiệp và điều kiện ăn, ở, công tác, xoá bỏ tập quán tiêu dùng lạc hậu.

- Phục vụ sản xuất phát triển, thực hiện sự gắn liền sản xuất và tiêu dùng.

Cửa hàng là nơi tiêu thụ sản phẩm hàng hoá của các cơ sở sản xuất. Nó cũng là nơi phản ánh ý kiến của người tiêu dùng về hàng hoá trên các mặt: số

lượng, chất lượng, quy cách, giá cả. Cửa hàng phải thu thập ý kiến của khách, tiến hành phân tích và phản ánh với các nhà sản xuất, nhằm giúp các cơ sở sản xuất có phương hướng cải tiến kỹ thuật, nâng cao chất lượng, mở rộng mặt hàng.

Sản xuất tách rời tiêu dùng là một sai lầm chủ quan, gây nên hiện tượng trong khi hàng hoá khan hiếm trên thị trường, lại vẫn có hàng hoá ứ đọng ở xí nghiệp sản xuất không tiêu thụ được.

Đặc biệt, đối với hàng công nghệ, thường biến đổi nhanh về kiểu mốt, chủng loại nên càng đòi hỏi sự kết hợp thường xuyên giữa sản xuất và tiêu dùng. Do vậy, càng phải tăng cường việc nghiên cứu nhu cầu tại các cửa hàng bán lẻ.

- Tăng cường công tác quản lý kinh doanh, nâng cao hiệu quả kinh tế cửa hàng.

Nắm vững nhu cầu của nhân dân ở khu vực cửa hàng phục vụ, cửa hàng có nhập hàng đúng về số lượng, chất lượng, cơ cấu và thời gian mới có thể tổ chức dự trữ hợp lý để đảm bảo bán ra thường xuyên, đồng thời tổ chức phân phối hàng hoá phù hợp nhu cầu và đúng đối tượng. Quá trình vận động hàng hoá của cửa hàng chỉ có thể tiến hành hợp lý như: vận động hàng hoá bằng con đường ngắn nhất, chi phí lao động ít nhất, sử dụng vốn hiệu quả cao nhất, khi cửa hàng coi trọng công tác nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng, chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng, cửa hàng có thể đẩy mạnh bán ra, tăng mức lưu chuyển hàng hoá, tiết kiệm chi phí lưu thông và đạt hiệu quả kinh tế cao.

Từ những ý nghĩa trên, việc nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng không chỉ là công tác nghiệp vụ kinh doanh, mà còn là công tác chính trị, công tác quần chúng, cần phải làm thường xuyên. Quan điểm cho rằng: trong tình hình hàng thiếu không cần nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng là hoàn toàn sai. Ngược lại, trong tình hình như vậy lại càng phải chú ý công tác nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng để thúc đẩy sản xuất đúng hướng, hướng dẫn tiêu dùng và phân phối hàng hoá đúng đắn.

2. Nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng

Nhu cầu tiêu dùng hàng công nghiệp luôn luôn biến đổi, phụ thuộc vào nhiều yếu tố: kinh tế, xã hội và địa lý tự nhiên.

Dưới chế độ xã hội chủ nghĩa, nhu cầu tiêu dùng của nhân dân luôn luôn tăng lên về số lượng và thay đổi cơ cấu mặt hàng. Nhu cầu tiêu dùng hàng phi thực phẩm, hàng có giá trị cao, hàng phục vụ đời sống văn hoá có chiều hướng tăng nhanh hơn các hàng hoá khác. Sự chênh lệch về mức độ tiêu dùng giữa

các thành phần dân cư, giữa thành thị và nông thôn, giữa miền xuôi và miền núi cũng dần rút ngắn. Đó là chiều hướng phát triển phù hợp với quy luật kinh tế cơ bản của chủ nghĩa xã hội.

Nhu cầu về hàng công nghiệp lại có đặc điểm riêng của nó: phần lớn thuộc nhu cầu mua sắm định kỳ, thời gian sử dụng tương đối lâu, quy cách, cỡ số, màu sắc phức tạp. Một số mặt hàng tiêu dùng có tính thời vụ rõ rệt. Một đặc điểm cần chú ý là nhiều hàng công nghiệp có thể thay thế lẫn nhau trong khi tiêu dùng.

Nhu cầu tiêu dùng hàng công nghiệp ở nước ta có chiều hướng tăng về những mặt hàng có giá trị cao, như: đồng hồ, máy thu hình, xe đạp, xe máy, quần áo len dạ có chất lượng tốt. Hàng đồ nhựa dần dần được dùng rộng rãi. Đặc biệt, nhu cầu về vật liệu xây dựng và dụng cụ gia đình tăng rõ rệt.

Sự biến đổi của nhu cầu tiêu dùng chịu ảnh hưởng các nhân tố sau:

- Những nhân tố thường xuyên, bao gồm: sức mua, giá và tỷ giá, khả năng cung ứng hàng hoá, dân số và thành phần dân cư (dân tộc, tôn giáo, giới tính, lứa tuổi, nghề nghiệp), điều kiện địa lý tự nhiên. Những nhân tố trên ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng hàng hoá về số lượng, chất lượng và cơ cấu. Trong đó, nhân tố sức mua có ảnh hưởng quyết định đến việc hình thành nhu cầu. Nắm vững sự biến đổi của các nhân tố trên, qua các thời kỳ, cửa hàng sẽ xác định được tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ, tỷ trọng các mặt hàng trong tổng mức bán lẻ và chủng loại, quy cách, cỡ số hàng hoá kinh doanh của cửa hàng.

- Những nhân tố không thường xuyên, bao gồm: các phong trào vận động xã hội, ngày lễ, ngày tết trong năm; sự ra đời của mặt hàng mới, kiểu mới mới; sự tuyên truyền quảng cáo của thương nghiệp.

Những nhân tố này ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng ở từng nơi, từng lúc. Nắm vững nhân tố này, cửa hàng sẽ chuẩn bị lực lượng hàng hoá đáp ứng được những nhu cầu đột xuất.

II. ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG NGHIÊN CỨU NHU CẦU TIÊU DÙNG Ở CỬA HÀNG BÁN LẺ

1. Đối tượng nghiên cứu

Chức năng của cửa hàng bán lẻ là bán hàng và phục vụ khách hàng. Do đó, đối tượng nghiên cứu nhu cầu ở cửa hàng bán lẻ là người tiêu dùng.

Trong số khách hàng mà cửa hàng phục vụ lại chia ra: khách hàng cố định và không cố định (khách vãng lai). Khách hàng cố định là đối tượng nghiên cứu chủ yếu của cửa hàng, bao gồm: các hộ gia đình, các cơ quan, đơn vị quân đội, xí nghiệp, trường học trong khu vực phục vụ của cửa hàng. Với các khách hàng cố định có quan hệ mua hàng thường xuyên với cửa hàng, có sức mua, cơ cấu tiêu dùng và tập quán, thị hiếu tương đối ổn định trong một thời gian... có thể tiến hành thống kê, dự kiến nhu cầu tương đối chính xác. Với khách hàng không cố định, tuy không thể thống kê chính xác được, nhưng cũng là đối tượng cần chú ý nghiên cứu để xác định sức mua chung, nhất là các cửa hàng ở trung tâm thành phố, đầu mối giao thông.

2. Nội dung nghiên cứu

Cửa hàng tiến hành nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng về hàng hoá trên các mặt: số lượng, chất lượng, cơ cấu và thời gian tiêu dùng.

2.1. Nghiên cứu nhu cầu về hàng hoá

2.1.1. Nghiên cứu nhu cầu về số lượng hàng hoá

Mục đích là để biết lượng hàng hoá tiêu thụ ở cửa hàng trong một thời gian nhất định (năm, quý, tháng) và sự biến động của số lượng này qua các thời kỳ, để xác định tổng mức lưu chuyển hàng hoá trong một năm, một quý, một tháng. Số lượng hàng hoá phụ thuộc vào các yếu tố: sức mua, giá cả, dân số và khả năng cung ứng hàng hoá. Cửa hàng cần căn cứ vào số liệu điều tra về sức mua, dân số của các cơ quan thống kê, kế hoạch, cơ quan hành chính thương nghiệp địa phương; đồng thời phải tham khảo mức lưu chuyển bán lẻ của các cửa hàng bạn ở khu vực để xác định tổng mức bán lẻ của mình.

2.1.2. Nghiên cứu nhu cầu về chất lượng hàng hoá

Mục đích là để biết yêu cầu của nhân dân về giá trị sử dụng của hàng hoá. Đó là yêu cầu của người tiêu dùng về công dụng, sự tiện lợi, độ bền chắc và giá cả của hàng hoá.

Nắm vững nhu cầu về chất lượng hàng hoá sẽ giúp cửa hàng tổ chức nhập hàng hợp lý, có chất lượng tốt và giá cả phù hợp với sức mua; thúc đẩy các cơ sở sản xuất làm ra những mặt hàng có chất lượng cao và giá thành hạ. Nhu cầu về chất lượng hàng hoá phụ thuộc vào các yếu tố: sản xuất, trình độ khoa học, kỹ thuật, trình độ thẩm mỹ, văn hoá và sức mua của người tiêu dùng.

2.1.3. Nghiên cứu nhu cầu về cơ cấu hàng hoá

Mục đích là để biết nhu cầu về chủng loại, kiểu mốt, cỡ số, màu sắc của hàng hoá. Đây là nội dung nghiên cứu khá phức tạp, nhằm giúp cửa hàng xác định đúng đắn mặt hàng kinh doanh: xác định các nhóm, phân nhóm hàng, tên hàng và tỷ trọng của chúng trong tổng mức lưu chuyển bán lẻ. Cơ cấu hàng hoá tiêu dùng phụ thuộc vào thành phần dân cư, tập quán tiêu dùng của địa phương, sự phát triển của sản xuất, sự ra đời của những mặt hàng mới. Cửa hàng đi sâu nghiên cứu tâm sinh lý, tập quán, thị hiếu tiêu dùng của từng nhóm dân cư để xác định một cơ cấu mặt hàng hợp lý nhất.

2.1.4. Nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng về thời gian

Mục đích là để biết nhu cầu về hàng hoá phát sinh, phát triển và kết thúc vào thời gian nào trong một năm. Nắm vững thời gian của nhu cầu nhằm giúp cửa hàng chuẩn bị hàng hoá bán ra thị trường được kịp thời, không nhập hàng hoá làm ứ đọng vốn, chiếm diện tích kho, tăng chi phí bảo quản. Không nhập hàng quá muộn, ảnh hưởng đến việc đáp ứng kịp thời cho nhu cầu tiêu dùng. Nhu cầu thời vụ và nhu cầu trong những ngày lễ, tết trong năm là hai loại nhu cầu cần chú ý nghiên cứu.

Nhu cầu thời vụ phát sinh, phát triển và kết thúc theo thời vụ tự nhiên trong một năm (các mùa). Ở nước ta hai mùa nóng, lạnh làm nảy sinh nhu cầu khác nhau rõ rệt về một số mặt hàng công nghiệp (quần áo, dụng cụ thể dục thể thao, xà phòng các loại). Đặc điểm của nhu cầu thời vụ là thường xuyên phát sinh và kết thúc trước thời vụ tự nhiên. Vì vậy, cửa hàng phải chuẩn bị sớm những hàng hoá tiêu dùng có tính chất thời vụ và tiến hành quảng cáo để bán ra. Khi thời vụ này sắp kết thúc đã phải chuẩn bị, quảng cáo những mặt hàng thời vụ sắp tới.

Nhu cầu trong các ngày lễ, ngày tết thường tăng lên một cách đột xuất đối với một số mặt hàng công nghiệp. Trong các dịp tết Nguyên đán, ngày Quốc khánh, ngày Quốc tế lao động 1/5, ngày Quốc tế phụ nữ 8-3, ngày nhi đồng 1/6 v.v, nhu cầu về quần áo, giấy mũ, văn hoá phẩm; dụng cụ gia đình, vật kỷ niệm đều tăng lên rõ rệt. Đặc điểm của nhu cầu ngày lễ, tết là tăng lên đột xuất, nhưng thời gian phát triển nhu cầu rất ngắn. Sau ngày lễ, ngày tết, nhu cầu trở lại bình thường, thậm chí có mặt hàng giảm xuống.

Mỗi nội dung nghiên cứu trên đều có tầm quan trọng riêng và có quan hệ mật thiết với nhau. Chỉ có nghiên cứu toàn diện thì cửa hàng mới có thể tổ chức kinh doanh tốt, đáp ứng đầy đủ nhu cầu của nhân dân.

2.2. Nghiên cứu về chất lượng phục vụ

2.2.1. Nghiên cứu về tập quán mua hàng của khách

Mục đích là để biết được thời gian trong ngày, trong tuần, trong tháng, trong quý, trong năm khách đến mua hay không đến mua hàng tại doanh nghiệp. Nghiên cứu tập quán mua hàng của khách để biết được mỗi lần đi mua hàng, khách mua với số lượng nhiều hay ít, mua hàng thông thường hay hàng có giá trị cao, khách thường mua ở cửa hàng hoặc mua ở chợ. Đối tượng khách đến với cửa hàng là người trong nước hay người nước ngoài, khách mua về tiêu dùng trực tiếp hay tiếp tục chuyển bán, khách là người ra quyết định mua hay là người đi kèm...

2.2.2. Những yêu cầu phục vụ có liên quan đến mua hàng của khách

- Tổ chức dịch vụ theo yêu cầu của khách: có dịch vụ miễn phí và dịch vụ không miễn phí.

Ví dụ:

- + Giúp khách vận chuyển hàng về nhà.
- + Tổ chức sửa chữa nhỏ và lắp ráp hàng tại nhà cho khách.
- + Hướng dẫn khách tháo lắp sửa chữa đơn giản tại nhà.
- + Tổ chức đóng gói hàng hoá theo yêu cầu của khách.
- + Tổ chức hoàn thiện hàng cho khách như: may đo, cắt tóc, giặt là...
- + Nhắn tin nhanh và chuyển tiền nhanh cho khách.
- + Giữ phương tiện vận chuyển và tài sản giúp khách.
- + Hướng dẫn chế biến món ăn tại nhà.
- + Dịch vụ cho thuê: thuê xe, thuê phòng hoặc thuê người phục vụ...
- Tổ chức bán hàng phục vụ theo yêu cầu của khách:
 - + Bán hàng qua điện thoại, qua Fax, qua mạng Internet.
 - + Bán hàng tại nhà, tại cơ quan khách, qua đơn đặt hàng.
 - + Cung cấp thông tin cho khách trong phạm vi cho phép.
 - + Thực hiện chức năng môi giới trong việc mua bán hàng giúp khách.
- Giải đáp các yêu cầu của khách:
 - + Doanh nghiệp phải có bộ phận thường trực để nhận đơn đặt hàng của khách, nhận các thông tin khách yêu cầu và trả lời các câu hỏi của khách.
 - + Đồng thời thực hiện các dịch vụ trước, trong, sau khi mua hàng của khách; góp phần thoả mãn ngày càng cao nhu cầu của khách.

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU NHU CẦU TIÊU DÙNG

Việc nghiên cứu tiêu dùng thường được áp dụng bằng hai phương pháp thống kê và phương pháp điều tra, song tùy loại nhu cầu tiêu dùng mà có phương pháp nghiên cứu cụ thể.

Nhu cầu tiêu dùng được phân ra: với hàng đang bán (gồm có nhu cầu về hàng đã thoả mãn, nhu cầu về hàng chưa thoả mãn), với hàng mới (nhu cầu đang hình thành) và nhu cầu toàn diện. Mỗi loại nhu cầu có một phương pháp riêng.

1. Với hàng đang bán

1.1. Nhu cầu đã thoả mãn

Là nhu cầu về hàng hoá có đủ bán trong cửa hàng. Nghiên cứu nhu cầu này nhằm nắm được mức tiêu thụ, tốc độ tiêu thụ, khả năng mở rộng hay thu hẹp phạm vi kinh doanh. Trên cơ sở đó, giúp cửa hàng xác định kế hoạch nhập hàng và kế hoạch bán ra, phản ánh với sản xuất và với tổ chức thương nghiệp bán buôn về tình hình tiêu thụ, khả năng phát triển các mặt hàng hiện có.

Phương pháp nghiên cứu nhu cầu đã thoả mãn, gồm:

- Thống kê nghiệp vụ bán hàng: bằng cách tổng hợp tình hình tiêu thụ hàng hoá qua hoá đơn bán hàng, tích kê bán hàng, báo cáo bán hàng hàng ngày; thống kê qua việc kiểm kê bàn giao, ca kíp. Tài liệu phản ánh kịp thời mức tiêu thụ hàng hoá từng thời gian (tuần, tháng, quý). Nếu lấy mức tiêu thụ kỳ này so với kỳ trước hoặc so với cùng kỳ năm trước thì sẽ thấy trạng thái biến động của nhu cầu từng mặt hàng cụ thể. Phương pháp này sinh động, kịp thời, thường áp dụng với những mặt hàng lớn.

- Kiểm kê hàng tồn kho, bao gồm: kiểm kê định kỳ và kiểm kê đột xuất. Qua kiểm kê hàng hoá tồn kho có thể tính được mức tiêu thụ hàng hoá trong thời gian nhất định, bằng công thức cân đối sau:

$$\text{Dự trữ đầu kỳ} + \text{nhập vào trong kỳ} = \text{bán ra trong kỳ} + \text{hao hụt} + \text{dự trữ cuối kỳ}$$

$$\text{Bán ra trong kỳ} = \text{dự trữ đầu kỳ} + \text{nhập vào trong kỳ} - \text{hao hụt} - \text{dự trữ cuối kỳ}$$

Phương pháp này áp dụng rộng rãi cho các mặt hàng.

- Thống kê thời gian chu chuyển hàng hoá (từ khi nhập hàng vào đến khi bán ra) để biết hàng hoá tiêu thụ nhanh chậm. Thời gian chu chuyển của hàng hoá được tính bằng công thức:

$$\text{Thời gian chu chuyển} = \frac{\text{Dự trữ bình quân trong kỳ}}{\text{Mức bán ra bình quân / ngày}}$$

Thời gian chu chuyển của các mặt hàng không giống nhau. Mặt hàng có giá trị cao, quy cách phức tạp, hàng thời vụ thường có thời gian chu chuyển lớn hơn mặt hàng khác. Vì vậy, phải so sánh thời gian chu chuyển của cùng mặt hàng trong các thời kỳ khác nhau để biết thời gian tiêu thụ nhanh hay chậm.

Sau khi có số liệu thống kê về tình hình hàng hoá tiêu thụ, cần phải phân tích các nguyên nhân làm tăng hoặc giảm nhu cầu, các nguyên nhân đó thường bao gồm: sức mua (tăng hoặc giảm), quy cách chất lượng hàng hoá (tốt hoặc xấu, hợp thị hiếu hoặc lỗi thời), thời vụ tiêu dùng (mới bắt đầu hoặc cuối mùa). Đối với mặt hàng mà mức tiêu thụ bị giảm do quy cách chất lượng không phù hợp, hoặc do giá cao, phải kịp thời phản ánh với các cơ sở sản xuất để cải tiến kỹ thuật, nâng cao chất lượng, mở rộng mặt hàng, hạ giá thành; cũng có thể hạn chế sản xuất hoặc ngừng sản xuất một số mặt hàng không còn khả năng tiêu thụ.

1.2. Nhu cầu chưa thoả mãn

Là nhu cầu đối với hàng hoá còn thiếu bán trong cửa hàng. Hàng thiếu bán có thể do sản xuất chưa đủ đáp ứng nhu cầu, có thể do cửa hàng chưa kinh doanh đầy đủ. Nghiên cứu loại nhu cầu này nhằm phát hiện mức độ thiếu hàng, nguyên nhân thiếu hàng, tìm biện pháp bổ sung hàng hoá và cải tiến công tác phân phối hàng hoá.

Nghiên cứu nhu cầu chưa thoả mãn thường áp dụng các phương pháp:

Dùng phiếu hoặc sổ ghi hàng thiếu bán. Phiếu, sổ này do người bán hàng ghi chép trong quá trình bán hàng. Phiếu, sổ phải ghi rõ ràng và đầy đủ các nội dung như: ngày, tháng, tên hàng, quy cách, cỡ số, số lượng. Phiếu (sổ) thường có mẫu như sau:

Ngày tháng	Tên hàng	Quy cách chất lượng	Số lượng thiếu bán	Ghi chú

Người bán hàng phải phản ánh kết quả ghi chép được cho cửa hàng trưởng hoặc trong các hội nghị nghiệp vụ.

- Dùng phiếu hoặc sổ đăng ký nhu cầu. Phiếu hoặc sổ này do khách ghi có sự hướng dẫn của cửa hàng. Phiếu hoặc sổ này thường gửi đến các cơ sở tiêu dùng tập trung, như: cơ quan, xí nghiệp, trường học, hợp tác xã vào đầu tháng, đầu quý, đầu năm để cửa hàng có tài liệu tổ chức nhập hàng.

- Dùng hòm thư và sổ góp ý, để thu thập ý kiến của khách hàng về những hàng hoá thiếu bán.

Ngoài ra, cửa hàng còn có thể tổ chức trưng cầu ý kiến của khách hàng để tìm hiểu nhu cầu về hàng hoá còn thiếu, những đòi hỏi của khách về số lượng, chất lượng và thời gian cung cấp.

Tuỳ theo mức độ thiếu hàng mà phân ra: thiếu hãn hữu (không đáng kể), thiếu bình thường (tạm thời) và thiếu thường xuyên (thiếu nhiều và kéo dài). Đối với mặt hàng thiếu thường xuyên chủ yếu do nguyên nhân sản xuất, cần phải phản ánh với sản xuất, đẩy mạnh sản xuất để cung cấp cho thị trường. Đối với mặt hàng thiếu tạm thời, có thể do nguyên nhân vận chuyển không kịp thời, phân phối hàng hoá không đúng nhu cầu của địa phương, không kịp thời vụ tiêu dùng, cần phải cải tiến công tác kinh doanh và phân phối hàng hoá.

2. Đối với hàng mới (nhu cầu đang hình thành)

Nhu cầu đang hình thành là nhu cầu về hàng hoá mới sản xuất hoặc hàng hoá tiêu dùng lần đầu. Sản xuất công nghiệp càng phát triển ngày càng cung cấp cho thị trường những hàng hoá mới và do đó tạo nên những nhu cầu đang hình thành. Vì vậy, cần nắm vững quá trình phát sinh, phát triển của nó, để có kế hoạch sản xuất và mở rộng kinh doanh.

Phương pháp nghiên cứu nhu cầu đang hình thành thường áp dụng là:

- + Quảng cáo hàng hoá, có thể do nhà sản xuất gửi hàng mẫu quảng cáo tại cửa hàng (chưa bán), có thể do cửa hàng quảng cáo tại các quầy hàng, tủ kính, áp phích, nhằm thu thập ý kiến của khách. Quảng cáo hàng mới thật tỉ mỉ, phải nói rõ: nguyên liệu chế tạo, công dụng, cách sử dụng, ưu điểm của hàng hoá và phải tạo điều kiện cho khách hàng có thể trực tiếp tiếp xúc với hàng hoá để tham gia ý kiến.

- + Tổ chức bán thử hàng mới ở các quầy hàng riêng. Kết hợp giữa bán hàng và giới thiệu hàng hoá, trưng cầu ý kiến là mục đích chính nên ở quầy bán thử phải bố trí đầy đủ hàng mẫu, phương tiện trưng bày, thử hàng phải chọn người bán hàng có ý thức về hàng hoá để giới thiệu với khách.

+ Triển lãm hàng mới là phương pháp sinh động có hiệu quả cao trong việc nghiên cứu nhu cầu đang hình thành. Phương pháp này thường áp dụng cửa hàng bán lẻ quy mô lớn. Các cửa hàng kinh doanh cùng ngành hàng trong thành phố có thể phối hợp tổ chức triển lãm. Cửa hàng bán lẻ cũng có thể phối hợp với các cơ sở sản xuất và cơ sở bán buôn để tổ chức triển lãm hàng mới. Thời gian mở triển lãm tốt nhất là vào lúc sắp đến thời vụ tiêu dùng, nhằm thu hút được sự quan tâm của khách hàng và kịp thời chuẩn bị hàng hoá bán ra.

3. Nhu cầu toàn diện

Nghiên cứu nhu cầu toàn diện bao gồm: nhu cầu về hàng hoá về phương thức mua bán hàng, thái độ phục vụ. Nó không những giúp cửa hàng xác định đúng đắn mặt hàng kinh doanh, phương thức phục vụ, mà còn tăng cường mối quan hệ giữa cửa hàng và khách hàng.

Những phương pháp này thường áp dụng là:

Phương pháp điều tra, bao gồm: điều tra tổng hợp và điều tra điển hình.

+ Điều tra tổng hợp, giúp cửa hàng nắm được tình hình chung về nhu cầu ở khu vực phục vụ trong một thời gian nhất định (1 năm). Nội dung điều tra bao gồm: số nhân khẩu, số hộ gia đình, số cơ quan, xí nghiệp, trường học, kết cấu dân cư (nam, nữ, lứa tuổi, nghề nghiệp), thu nhập bình quân bằng tiền, số liệu điều tra giúp cửa hàng xác định tổng mức lưu chuyển hàng hoá, đặt kế hoạch phân phối hàng hoá. Có thể lấy số liệu của cơ quan thống kê, kế hoạch, cơ quan hành chính thương nghiệp địa phương; cửa hàng có thể tự tiến hành điều tra theo yêu cầu riêng.

+ Điều tra điển hình, giúp cửa hàng nắm được tình hình nhu cầu về một loại hàng nhất định, của những đối tượng nhất định, trong một thời gian nhất định (thời vụ). Muốn điều tra có kết quả cao, nội dung điều tra phải cụ thể và thiết thực (thường là điều tra nhu cầu về hàng mới, hàng thời vụ), đối tượng điều tra phải đảm bảo đại diện, thời điểm điều tra phải thích hợp.

Hội nghị đại biểu khách hàng được tiến hành định kỳ một năm hoặc sáu tháng một lần. Tham gia hội nghị là các đại biểu của các đơn vị tiêu dùng trong khu vực cửa hàng phục vụ, cần có đủ đại biểu của các thành phần, các lứa tuổi, các nghề nghiệp. Nội dung trao đổi trong hội nghị bao gồm: yêu cầu của khách hàng về hàng hoá, phương thức bán hàng, thời gian bán hàng, chất lượng phục vụ để cửa hàng có thể giới thiệu với khách hàng về hàng hoá mới, các phương thức mua bán và phân phối hàng hoá, tiếp thu ý kiến của khách và giải thích những khó khăn của cửa hàng. Phải tổ chức hội nghị khách hàng đều đặn và thiết thực, tăng cường mối quan hệ hợp tác XHCN giữa cửa hàng và khách hàng.

Hội nghị nghiệp vụ của người bán hàng được tổ chức hàng tuần, hàng tháng, gồm: những người bán hàng của toàn cửa hàng hoặc của gian hàng, tổ bán hàng. Người bán hàng phản ánh nhu cầu của khách hàng mà họ ghi chép, thu thập được trong quá trình bán hàng và thảo luận biện pháp giải quyết.

Dùng hòm thư, sổ góp ý đặt tại các gian hàng. Khách hàng có thể dễ dàng ghi yêu cầu và góp ý với cửa khách hàng về hàng hoá và chất lượng phục vụ. Hòm thư góp ý phải bố trí nơi thuận tiện nhất, có đủ phương tiện ghi chép. Cửa hàng trưởng phải thường xuyên xem thư, sổ ý kiến để kịp thời giải đáp với khách hàng nếu cần thiết.

Ngoài các phương pháp nghiên cứu trên, ở cửa hàng có điều kiện thực hiện bán hàng theo đơn đặt hàng, bán hàng mang đến nhà, bán hàng qua điện thoại có thể tiến hành nghiên cứu nhu cầu bằng cách gửi danh mục hàng hoá cho khách hàng, tổng hợp nhu cầu qua đơn đặt hàng hoặc trực tiếp hỏi ý kiến khách khi mang hàng đến nhà.

IV. TỔ CHỨC CÔNG TÁC NGHIÊN CỨU NHU CẦU TẠI CỬA HÀNG

1. Nhiệm vụ của cửa hàng

Cửa hàng bán lẻ là nơi trực tiếp tiếp xúc với người tiêu dùng, phản ánh tập trung mối quan hệ giữa sản xuất và tiêu dùng, giữa nhu cầu và khả năng đáp ứng nhu cầu. Vì vậy, nhiệm vụ của cửa hàng phải nắm vững nhu cầu về số lượng, nhu cầu đối với những nhóm hàng, mặt hàng chủ yếu kinh doanh ở cửa hàng và tập quán, thị hiếu tiêu dùng của địa phương; làm cho công tác kinh doanh và phục vụ của cửa hàng đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, nâng cao không ngừng chất lượng phục vụ.

2. Biện pháp tổ chức nghiên cứu nhu cầu

- Đưa công tác nghiên cứu nhu cầu vào kế hoạch. Kế hoạch hoá nghiên cứu nhu cầu phải coi là biện pháp quan trọng để xây dựng kế hoạch lưu chuyển hàng hoá. Nó bao gồm: xác định mục đích, nhiệm vụ, nội dung và phương pháp nghiên cứu. Cửa hàng trưởng phải có trách nhiệm tổ chức, chỉ đạo và kiểm tra các bộ phận và nhân viên thực hiện công tác này. Phải tổng hợp nhu cầu, rút ra những kết luận về tình hình làm cơ sở cho việc kế hoạch mua, bán, dự trữ hàng hoá.

- Tổ chức toàn thể cán bộ, nhân viên cửa hàng làm công tác nghiên cứu nhu cầu. Trước hết, người bán hàng cần phải có nhận thức đúng đắn về nghiên cứu

nhu cầu và trực tiếp nghiên cứu trong quá trình bán hàng phục vụ khách, phản ánh kịp thời cho cửa hàng trưởng hoặc bộ phận nghiệp vụ về tốc độ bán hàng những mặt hàng thiếu bán, hàng ứ đọng, những yêu cầu của khách, đồng thời tham gia thảo luận các biện pháp khắc phục.

- Cán bộ nghiệp vụ phải thường xuyên tập hợp nhu cầu để phản ánh với cơ sở sản xuất và cơ sở bán buôn; có kế hoạch nhập hàng đúng đắn và xây dựng mặt hàng kinh doanh hợp lý. Nhân viên làm công tác kho tham gia nghiên cứu nhu cầu bằng cách: phát hiện những hàng hoá tồn kho, phân tích thời gian tồn kho của hàng hoá, tìm nguyên nhân hàng hoá bán nhanh, bán chậm.

- Cán bộ kế toán, thống kê, qua các số liệu tổng hợp, phân tích bán ra, dự trữ, tốc độ chu chuyển hàng hoá để nắm tình hình tăng, giảm nhu cầu, tìm được quy luật biến đổi của nhu cầu; làm tham mưu cho việc xây dựng cho việc kinh doanh và tìm biện pháp khắc phục của hàng.

- Xem trọng công tác tổng kết đánh giá tình hình nhu cầu. Công tác nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng ở cửa hàng phải làm thường xuyên, tỉ mỉ. Phải kết hợp nghiên cứu nhu cầu về hàng hoá và nhu cầu về phục vụ, nghiên cứu nhu cầu toàn diện và nhu cầu về những mặt hàng chủ yếu, nghiên cứu thường xuyên và nghiên cứu đột xuất có trọng tâm. Song, phải coi trọng công tác tổng kết đánh giá tình hình nhu cầu, rút ra những biến đổi của nhu cầu, kịp thời đề ra biện pháp khắc phục thiếu sót trong kinh doanh. Chỉ có như vậy, nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng mới có ý nghĩa thiết thực.

Tăng cường việc công tác nghiên cứu giữa cửa hàng bán lẻ với các cơ sở sản xuất, cơ sở bán buôn và các cửa hàng khác trong cùng khu vực, thực hiện tốt sự phân công và hợp tác kinh doanh trên cùng thị trường.

V. XÂY DỰNG MẶT HÀNG KINH DOANH CỦA CỬA HÀNG BÁN LẺ HÀNG CÔNG NGHIỆP

1. Khái niệm và phân loại mặt hàng kinh doanh

Hàng hoá do các xí nghiệp sản xuất được tiêu thụ trong mạng lưới thương nghiệp gọi là mặt hàng thương nghiệp hay mặt hàng kinh doanh.

- Mặt hàng kinh doanh của cửa hàng bán lẻ là danh mục (bảng kê) toàn bộ hàng hoá để bán trong cửa hàng.

- Người ta căn cứ vào các tiêu thức khác nhau mà phân loại hàng hoá kinh

doanh trong thương nghiệp, nhằm mục đích xác định rõ vị trí và tỷ trọng của từng mặt hàng trong cơ cấu kinh doanh.

- Căn cứ vào công dụng, hàng hoá kinh doanh trong ngành nội thương được chia ra các ngành hàng. Hiện nay, trong hệ thống nội thương, mặt hàng kinh doanh được chia ra làm 12 ngành hàng, bao gồm: thực phẩm, may mặc, dụng cụ gia đình, đồ dùng hàng ngày, đồ dùng trong nhà, phương tiện giao thông, chất đốt, tư liệu sản xuất nông nghiệp, máy móc ngũ kim, nguyên liệu công nghiệp, hoá chất, vật liệu xây dựng. Trong các ngành hàng trên lại chia ra 30 nhóm hàng. Ví dụ: Ngành hàng dụng cụ gia đình chia ra 3 nhóm: đồ dùng bằng kim khí, đồ dùng bằng thuỷ tinh và đồ dùng bằng sành sứ, đất đá. Tùy theo từng nhóm còn phân chi tiết hơn, cụ thể hơn theo yêu cầu kinh doanh. Đây là danh mục hàng hoá dùng cho việc lập kế hoạch, báo biểu thống kê và xác định cơ cấu hàng hoá kinh doanh của các cơ sở.

- Căn cứ vào nhu cầu, chia hàng hoá kinh doanh ra mặt hàng đơn giản là mặt hàng chỉ có một vài kiểu loại, tính lựa chọn trong mua bán không cao, như: xà phòng, diêm, giấy viết. Mặt hàng phức tạp là mặt hàng có nhiều kiểu loại, được sản xuất từ nhiều nguyên liệu và phương pháp khác nhau, có nhiều cấp hạng, giá cả, phải lựa chọn nhiều trong mua bán như: vải lụa, giấy dếp... Những hàng hoá này thường thay đổi về kiểu mốt và nguyên liệu chế tạo.

- Căn cứ vào đặc điểm sử dụng, hàng hoá kinh doanh trong cửa hàng chia ra làm 4 loại: hàng sử dụng cố định, hàng có thể thay thế, hàng kèm theo và hàng hoá đồng bộ. Hàng sử dụng cố định là những mặt hàng mà trong thời kỳ dài nhu cầu không thay đổi hoặc thay đổi rất ít, tập quán tiêu dùng thường không dùng hàng khác thay thế. Hàng có thể thay thế là những mặt hàng có nhiều kiểu cách, nhiều chất lượng, làm bằng nguyên liệu khác nhau, như: quần, áo, giấy, mũ, hàng trang sức. Hàng kèm theo là những hàng có quan hệ với nhau trong tiêu dùng, thường cùng mua sắm một lúc: như, giấy và dây giấy, xi đánh giấy, mực và bút, gương và lược. Hàng đồng bộ là những hàng cần thiết phải lắp ráp các bộ phận với kích cỡ thống nhất, như: phụ tùng xe đạp, ruột phích và vỏ phích.

- Căn cứ vào nhiệm vụ quy định, trong cửa hàng còn có mặt hàng kinh doanh tối thiểu và mặt hàng mở rộng.

+ Mặt hàng kinh doanh tối thiểu là danh mục hàng hoá chủ yếu, phần lớn thuộc nhu cầu cơ bản mà Nhà nước quy định cho từng loại cửa hàng, bắt buộc phải có bán thường xuyên. Mặt hàng kinh doanh tối thiểu được quy định dựa trên trình độ sản xuất và cung cấp của ta trong một thời gian nhất định, và chức

năng, nhiệm vụ của từng loại cửa hàng. Nó có tính pháp lệnh với cửa hàng song mặt hàng kinh doanh tối thiểu cũng không cố định vĩnh viễn. Khi sản xuất phát triển thì nó được bổ sung.

+ Mặt hàng mở rộng là những hàng hoá mà cửa hàng kinh doanh thêm ngoài mặt hàng tối thiểu, nhằm thoả mãn nhu cầu tiêu dùng.

- Căn cứ vào thời gian mua sắm của nhân dân, có thể chia ra: hàng mua sắm thường xuyên (xà phòng, thuốc đánh răng, diêm), hàng mua sắm định kỳ (quần, áo, giấy, mũ, nồi, xoong nhôm) và mua sắm hãn hữu (hàng sử dụng lâu dài, như: đồ gỗ, đài, xe đạp)

- Ngoài ra, người ta còn có thể căn cứ vào giá trị của hàng hoá kinh doanh mà chia ra: hàng hoá lớn (giá trị cao) và hàng hoá nhỏ (hàng lặt vặt, giá trị nhỏ).

2. Yêu cầu và căn cứ xây dựng mặt hàng kinh doanh

2.1. Yêu cầu

Mặt hàng kinh doanh của cửa hàng là biểu hiện phương hướng hoạt động của cửa hàng. Nó phản ánh trình độ phát triển sản xuất, trình độ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và khả năng kinh doanh của cửa hàng. Do đó, xây dựng đúng đắn mặt hàng kinh doanh sẽ góp phần thoả mãn nhu cầu của khách hàng và nâng cao hiệu quả kinh doanh của cửa hàng. Nó phải đảm bảo các yêu cầu sau:

+ Không ngừng mở rộng mặt hàng. Do sản xuất công nghiệp ngày càng phát triển, hàng hoá cung cấp ra thị trường ngày càng phong phú và nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao, cửa hàng phải mở rộng mặt hàng kinh doanh. Mở rộng mặt hàng có thể là kinh doanh thêm những mặt hàng mới trong phạm vi ngành hàng được phân công hoặc tăng thêm kiểu, chủng loại các mặt hàng sẵn có. Mở rộng mặt hàng còn bao hàm ý nghĩa: loại bỏ mặt hàng có chất lượng kém, không còn hợp thời ra khỏi danh mục hàng hoá của cửa hàng. Cần tập trung mở rộng các mặt hàng phức tạp, làm cho mặt hàng phong phú, nhiều vẻ, thoả mãn mọi mặt của nhu cầu. Tuy vậy, không được mở rộng một cách tràn lan, tùy tiện mà phải đảm bảo sự phân công kinh doanh hợp lý giữa các cửa hàng.

+ Ổn định tương đối mặt hàng kinh doanh, nhất là những mặt hàng kinh doanh chủ yếu của cửa hàng. Phải dựa trên cơ sở mặt hàng kinh doanh tối thiểu để xây dựng mặt hàng. Không được tùy tiện thêm hoặc bớt đi những mặt hàng mà cửa hàng được phân công phụ trách, trừ trường hợp có sự thay đổi trong phân công kinh doanh. Ổn định mặt hàng kinh doanh sẽ có lợi cho việc quản lý

và tổ chức kinh doanh, thực hiện chuyên môn hoá lao động, nâng cao năng suất lao động và thuận tiện cho việc mua sắm của nhân dân.

Kết hợp đúng đắn việc ổn định và mở rộng mặt hàng là nguyên tắc quan trọng trong việc xây dựng mặt hàng hợp lý. Phải trên cơ sở ổn định mà không ngừng mở rộng mặt hàng. Nhưng mở rộng mặt hàng không làm cho cơ cấu mặt hàng xáo trộn lớn, không ảnh hưởng đến tổ chức và quản lý kinh doanh của cửa hàng.

+ Đảm bảo yêu cầu hạch toán kinh tế.

Mặt hàng kinh doanh phải phù hợp với điều kiện kinh tế của cửa hàng, có lợi cho tăng mức lưu chuyển bán lẻ, tăng tốc độ chu chuyển hàng hoá và mang lại hiệu quả kinh tế.

Để đảm bảo yêu cầu phải tùy theo quy mô của hàng mà xác định cơ cấu hàng hoá thích hợp, cửa hàng lớn, mức lưu chuyển hàng hoá cao, có khả năng mở rộng cơ cấu mặt hàng hơn các cửa hàng nhỏ. Xác định đúng đắn tỉ trọng giữa các mặt hàng có tốc độ bán nhanh và mặt hàng có tốc độ bán chậm. Không được xem trọng những mặt hàng bán nhanh mà xem nhẹ những mặt hàng bán chậm (nhưng cần thiết cho đời sống). Song đảm bảo cho tốc độ chu chuyển hàng hoá bình quân của cửa hàng có lợi cho hạch toán kinh tế.

Xác định đúng đắn tỷ trọng giữa các mặt hàng có mức lãi khác nhau. Vì mục đích của thương nghiệp xã hội chủ nghĩa không phải kinh doanh vì lợi nhuận nên không được chạy theo những mặt hàng có lãi nhiều mà xem nhẹ những mặt hàng lãi ít. Song, xây dựng mặt hàng phải hạ thấp chi phí bình quân, thực hiện kế hoạch lợi nhuận (trừ trường hợp cửa hàng phải kinh doanh những mặt hàng do nhà nước bù lỗ).

2.2. Căn cứ

Xây dựng mặt hàng kinh doanh và điều chỉnh cơ cấu mặt hàng cần phải dựa trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng và tình hình thị trường. Xây dựng mặt hàng kinh doanh phải dựa vào các căn cứ sau:

+ Chức năng, nhiệm vụ và vị trí của cửa hàng trong địa phương và sự phân công trong kinh doanh và nhu cầu của địa phương nơi cửa hàng phục vụ (thành phố, thị trấn, nông thôn, đầu mối giao thông).

+ Tình hình sản xuất hàng hoá công nghiệp, thủ công nghiệp của địa phương, sự ra đời mặt hàng mới, sự thay đổi chất lượng hàng hoá để mở rộng mặt hàng.

+ Đặc điểm tiêu dùng của các đối tượng phục vụ của cửa hàng nhằm đáp ứng yêu cầu với các đối tượng khác nhau.

+ Cơ cấu hàng hoá kinh doanh của các cửa hàng lân cận trong khu vực, nhằm phối hợp, bổ sung cho nhau và tránh sự chồng chéo không cần thiết trong phân công kinh doanh.

3. Phương pháp xây dựng mặt hàng kinh doanh

Khi xây dựng mặt hàng kinh doanh, phải dựa vào các tài liệu điều tra nhu cầu và tình hình cung cấp hàng hoá của cơ sở sản xuất và cơ sở bán buôn trong thời gian tới, trên cơ sở mặt hàng tối thiểu quy định mà bổ sung mặt hàng. Khi xây dựng mặt hàng kinh doanh, thường tiến hành theo hai bước:

- Bước một, xác định danh mục các nhóm hàng, các phân nhóm và tên hàng cụ thể. Dựa vào bản danh mục hàng hoá kinh doanh trong ngành để phân chia các nhóm, phân nhóm hàng. Trước hết, xác định nhóm, phân nhóm, sau lựa chọn các tên hàng cụ thể.

- Bước hai, xác định tỷ trọng của các nhóm, phân nhóm trong tổng mức lưu chuyển hàng hoá của cửa hàng. Tỷ trọng này được xác định dựa vào tỷ trọng đã được hình thành qua các năm, có xét đến tình hình biến đổi về sản xuất và nhu cầu trong thời gian tới. Cần chú ý tăng tỷ trọng những mặt hàng thuộc nhu cầu chưa thoả mãn, ổn định tương đối, tỷ trọng các mặt hàng tiêu dùng cố định.

Khi xác định tỷ trọng các mặt hàng phức tạp cần chú ý:

+ Chú trọng các kiểu, cỡ số, màu sắc tiêu dùng phổ biến, đồng thời chiếu cố đúng mức các kiểu, màu sắc, cỡ số không phổ biến; song không chạy theo thị hiếu cá nhân không hợp thời.

+ Chú trọng cấp hạng trung bình phù hợp với sức mua của đại đa số người tiêu dùng, đồng thời chiếu cố đúng mức hạng cao, để thoả mãn nhu cầu cao hơn.

Phần thực hành

- 1/ Trình bày nội dung nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng về sự phục vụ khách hiện nay của doanh nghiệp thương mại.
- 2/ Cho biết những đóng góp của nhân viên thương mại trong công tác nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng của doanh nghiệp thương mại.

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích sự cần thiết của việc nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng ở các cơ sở bán hàng?
- 2/ Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng và đối tượng nghiên cứu nhu cầu ở cơ sở bán hàng?
- 3/ Phân tích nội dung của công tác nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng?
- 4/ Phân tích các phương pháp nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng?
- 5/ Nêu vai trò của nhân viên bán hàng, nhân viên nghiệp vụ kinh doanh, nhân viên kho hàng trong việc nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng?

Chương 6

NGHIỆP VỤ MUA HÀNG

I. VỊ TRÍ, TÁC DỤNG CỦA MUA HÀNG

1. Vị trí

Mua hàng là việc tiến hành áp dụng các biện pháp về mặt tổ chức kỹ thuật, về kinh tế và xã hội để tập trung hàng hoá từ các nguồn hàng khác nhau đưa vào doanh nghiệp thương mại, nhằm phục vụ cho việc lưu thông hàng hoá và đáp ứng cho nhu cầu của người tiêu dùng.

Nghệp vụ mua hàng có vị trí đặc biệt quan trọng, là khâu đầu tiên có tính chất quyết định đến quá trình lưu thông hàng hoá của doanh nghiệp thương mại và thực hiện nhiệm vụ kinh tế, chính trị của ngành thương mại.

Mua hàng là khâu đầu tiên tạo tiền đề vật chất cho doanh nghiệp thương mại thực hiện được các khâu nghiệp vụ tiếp theo: đó là khâu tiếp nhận, dự trữ - bảo quản và bán ra tốt. Hay nói theo cách khác: Mua hàng chính là khâu tiền đề vật chất cho khâu bán hàng và mua hàng là khâu mở đầu cho quá trình lưu thông hàng hoá của doanh nghiệp thương mại, bởi vì có mua được hàng doanh nghiệp thương mại mới có hoạt động bán hàng và các hoạt động dịch vụ hỗ trợ khác.

2. Tác dụng của nghiệp vụ mua hàng

Một trong những nhiệm vụ chính của doanh nghiệp thương mại là tập trung khai thác được nguồn hàng vào doanh nghiệp để có kế hoạch kinh doanh hợp lý. Làm tốt việc khai thác tập trung hàng hoá sẽ có ý nghĩa sau:

- Tạo điều kiện vật chất để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của khách hàng, thực hiện được kế hoạch bán ra;

Tổ chức mua hàng tốt là việc tập trung và khai thác được nguồn hàng vào tay doanh nghiệp, sẽ đảm bảo cho doanh nghiệp thương mại thoả mãn được nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, từng bước cải thiện đời sống của nhân dân. Đồng thời đảm bảo cung cấp nguyên vật liệu, công cụ lao động, bảo hộ lao động cho sản xuất. Đảm bảo nguồn hàng cho sản xuất, xuất khẩu và quốc phòng. Mặt khác doanh nghiệp thương mại luôn có hàng tốt để thực hiện kế hoạch bán ra phục vụ nhu cầu của khách hàng. Nói cách khác, mua hàng là điều kiện để hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp có hiệu quả, không mua được hàng thì doanh nghiệp không thể kinh doanh được bởi vì không mua được hàng thì không có hàng để bán. Mua hàng phù hợp với yêu cầu của khách hàng thì việc kinh doanh của doanh nghiệp có nhiều thuận lợi, đẩy nhanh được tốc độ lưu chuyển hàng hoá, giảm bớt được tình trạng thừa thiếu hàng bán ra, hạn chế việc chậm luân chuyển và ngăn chặn được hàng kém phẩm chất lọt vào lĩnh vực lưu thông làm ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp.

- Mua hàng tốt sẽ tạo điều kiện tốt để dự trữ và vận chuyển hàng hoá hợp lý, thực hiện kinh doanh có hiệu quả.

Mua hàng tốt tức là mua được hàng hoá với chất lượng tốt, mẫu mã đẹp, giá cả hợp lý, khối lượng hàng hợp với yêu cầu cần kinh doanh của doanh nghiệp... Hàng mua của các nguồn hàng có danh tiếng, vận chuyển thuận tiện, cước phí rẻ... Từ đó tạo điều kiện cho doanh nghiệp thương mại luôn có hàng tốt đáp ứng kịp thời cho mọi nhu cầu tiêu dùng hàng ngày, nhu cầu thời vụ, nhu cầu tiêu dùng đột xuất của khách hàng. Đồng thời giúp cho hoạt động tài chính của doanh nghiệp hoạt động tốt, thu hồi vốn và quay vòng vốn nhanh, góp phần thu được lợi nhuận cao để mở rộng và phát triển được quy mô kinh doanh.

- Mua hàng tốt sẽ tạo điều kiện thực hiện cân đối giữa cung và cầu, ổn định giá cả, cải tạo và quản lý thị trường.

Quan hệ cung cầu phụ thuộc nhiều vào sản xuất, song việc khai thác tập trung được hàng vào tay doanh nghiệp thương mại sẽ có tác dụng rất quan trọng trong việc cân đối cung cầu; tránh được hiện tượng mất cân đối cung cầu do việc mua hàng và cung cấp hàng ra thị trường không kịp thời gây nên. Khi tập trung được hàng vào tay doanh nghiệp thì doanh nghiệp sẽ có đủ điều kiện vật chất để ổn định giá cả, để cải tạo và quản lý thị trường. Đồng thời mua hàng tốt sẽ góp phần hoàn thành tốt kế hoạch lưu chuyển hàng hoá của doanh nghiệp, đẩy mạnh bán ra thoả mãn nhu cầu khách hàng. Đồng thời mua hàng tốt góp phần ổn định được thị trường kinh doanh của doanh nghiệp, củng cố

được vị thế của doanh nghiệp trên thương trường, thuận tiện cho việc mua sắm hàng hoá của khách và đẩy mạnh bán ra.

- Mua hàng tốt có tác dụng tích cực đến sản xuất hàng hoá, góp phần giải quyết tốt các mối quan hệ kinh tế và xã hội.

Mua hàng tốt tạo điều kiện cho doanh nghiệp thương mại có nguồn hàng ổn định, chất lượng hàng đảm bảo để bán ra, phục vụ thoả mãn nhu cầu của khách, thực hiện tốt cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng và củng cố được lòng tin của khách vào nhà nước cũng như tin vào doanh nghiệp thương mại. Mặt khác mua hàng tốt sẽ tạo điều kiện cho cơ sở sản xuất bán được hàng nhanh chóng, thu hồi được vốn để phát triển sản xuất, trên cơ sở đó mà doanh nghiệp thương mại và sản xuất gắn bó nhau hơn, tạo điều kiện cho nhau cùng tồn tại và phát triển.

II. BIỆN PHÁP TỔ CHỨC MUA HÀNG

1. Tổ chức và quản lý tốt nguồn hàng

Trong xã hội có sản xuất hàng hoá, mỗi cơ sở sản xuất đều sáng tạo ra sản phẩm nhằm cung ứng cho thị trường. Dựa trên cơ sở quan hệ xã hội mới, các ngành và các cơ sở sản xuất trong nước ngày càng phát triển, đồng thời quan hệ mua bán với nước ngoài ngày càng mở rộng, đã tạo ra cơ sở vững chắc về nguồn hàng cho các doanh nghiệp thương mại trong kinh doanh mua bán hàng hoá để phục vụ nhu cầu tiêu dùng của khách hàng.

Tuỳ thuộc vào chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp thương mại; tuỳ thuộc vào quy mô và tiềm năng thực tế của doanh nghiệp; tuỳ theo vị trí và tầm quan trọng của hàng hoá trên thị trường, doanh nghiệp thương mại tiến hành khai thác các nguồn hàng khác nhau thông qua phương thức mua hàng và thực hiện quá trình nghiệp vụ mua hàng khác nhau cho phù hợp với yêu cầu kinh doanh.

Để thuận tiện cho việc lựa chọn nguồn hàng, phương thức mua hàng, quá trình nghiệp vụ mua hàng, doanh nghiệp thương mại thường tiến hành phân loại nguồn hàng như sau:

1.1. Phân loại nguồn hàng

Doanh nghiệp thương mại mua hàng từ nhiều nguồn khác nhau. Mỗi nguồn hàng lại có vị trí, đặc điểm riêng. Để thực hiện tốt kế hoạch mua hàng, tập trung được lượng hàng hoá, doanh nghiệp thương mại phải nắm vững vị trí và

đặc điểm của từng nguồn để có biện pháp quản lý và tổ chức mua hàng cho phù hợp.

Nguồn hàng mua của doanh nghiệp thương mại có thể phân loại theo các tiêu thức sau:

1.1.1. Theo nơi xuất xứ của hàng hoá (theo phạm vi lãnh thổ)

Nguồn hàng trong nước và nguồn hàng nhập khẩu:

- Nguồn hàng trong nước giữ vị trí chủ yếu và là nguồn hàng quan trọng nhất của doanh nghiệp thương mại, nó đảm bảo tính chủ động trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại, góp phần tăng cường sức mạnh về kinh tế của nhà nước đối với thị trường trong nước và quan hệ kinh tế với nước ngoài. Nguồn hàng trong nước là nguồn hàng do các đơn vị sản xuất trong nước cung cấp, nó bao gồm:

+ Các nguồn hàng do trung ương quản lý, với các mặt hàng cần thiết cho quốc kế dân sinh, mặt hàng quan trọng phục vụ cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong phạm vi toàn quốc. Ví dụ như mặt hàng vải sợi, xăng dầu, giấy viết, xi măng, sắt thép...

+ Nguồn hàng do địa phương quản lý: nguồn hàng này do Uỷ ban nhân dân tỉnh – thành phố quản lý và uỷ nhiệm cho sở thương mại để giao cho các doanh nghiệp thương mại trực tiếp đặt kế hoạch mua và phân phối. Nó bao gồm những mặt hàng cần thiết cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của địa phương.

+ Ngoài ra còn các nguồn hàng sản xuất lẻ tẻ, số lượng hàng ít, hàng chỉ tiêu dùng ở địa phương. Nguồn hàng này thường không ổn định và chất lượng hàng không cao bằng hàng của các doanh nghiệp nhà nước làm ra, nhưng có tác dụng làm phong phú thêm mặt hàng kinh doanh.

- Nguồn hàng nước ngoài (nhập khẩu):

Sau nguồn hàng sản xuất trong nước, nguồn hàng nhập khẩu đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp hàng hoá cho doanh nghiệp thương mại. Nguồn hàng nhập khẩu một mặt làm tăng thêm quỹ hàng hoá tiêu dùng trong nước, mặt khác làm thay đổi cơ cấu quỹ hàng hoá vật phẩm tiêu dùng.

Nguồn hàng nhập khẩu là những loại hàng hoá được làm ra từ nước ngoài, doanh nghiệp thương mại mua hàng về để kinh doanh bằng cách: ký hợp đồng mua bán hàng hoá trực tiếp với nước ngoài để mua hàng nhập khẩu hoặc doanh nghiệp thương mại trong nước mua lại hàng nhập khẩu của các doanh nghiệp ngoại thương thông qua đặt hàng hoặc ký kết hợp đồng mua bán. Hàng nhập

khẩu có chất lượng đảm bảo, kiểu mốt hấp dẫn, hợp thời trang; song giá cao, tốn kém thời gian và kinh phí. Nếu nghiệp vụ mua bán và kiểm nhận hàng không chặt chẽ sẽ ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Khi mua hàng nhập khẩu, doanh nghiệp thương mại căn cứ vào chính sách mở rộng quan hệ và hợp tác kinh tế với nước ngoài, căn cứ vào pháp lệnh hợp đồng mua bán hàng nhập khẩu, căn cứ vào chức năng và nhiệm vụ của doanh nghiệp thương mại, căn cứ vào mặt hàng định kinh doanh. Doanh nghiệp thương mại tiến hành đặt quan hệ mua bán hàng hoá với nước ngoài hoặc với các đơn vị ngoại thương. Khi ký kết hợp đồng mua bán phải cụ thể chi tiết, chặt chẽ và đúng luật.

1.1.2. Phân theo tổ chức quản lý nguồn hàng gồm có

Nguồn hàng từ các ngành: nông nghiệp, công nghiệp, thuỷ sản, thương mại khác...

- Nguồn hàng được sản xuất từ ngành nông nghiệp: trong một nền kinh tế sản xuất nông nghiệp còn giữ vị trí hàng đầu thì nguồn hàng hoá tạo ra từ ngành sản xuất này ngày càng trở nên đặc biệt quan trọng. Nó cung ứng phần lớn nguyên liệu cho công nghiệp, cung ứng lương thực thực phẩm cho nhân dân, vật tư cho xuất khẩu để đổi lấy thiết bị máy móc và vật tư khác trở lại phục vụ các ngành sản xuất trong nước phát triển.

Đồng thời nguồn hàng được sản xuất từ ngành nông nghiệp phát triển sẽ có tác dụng: thúc đẩy việc mở rộng phân công lao động trong nông nghiệp, mở rộng thị trường tiêu thụ hàng công nghiệp ở nông thôn, có đủ lương thực thực phẩm cung cấp cho nhu cầu sản xuất, đời sống, quốc phòng và xuất khẩu.

Để khai thác được nguồn hàng một cách có hiệu quả, doanh nghiệp thương mại phải nắm chắc đặc điểm của nguồn hàng:

+ Đây là nguồn hàng phần lớn thuộc sở hữu tập thể của hợp tác xã nông nghiệp và một phần thuộc kinh tế hộ gia đình, nên nguồn hàng thường bị phân tán, sản lượng hàng lại không nhiều.

+ Hàng hoá của nguồn hàng này mang tính thời vụ cao, mà nhu cầu tiêu dùng của xã hội lại quanh năm.

+ Loại hàng hoá này chịu ảnh hưởng nhiều của điều kiện tự nhiên (thời tiết khí hậu, chất đất), điều kiện canh tác, biện pháp thu hái và cách xử lý sau thu hái.

+ Là loại hàng có tính chất và đặc điểm riêng, khó vận chuyển, bảo quản và dự trữ lâu dài.

Từ đặc điểm trên, nhân viên thu mua phải bám sát sản xuất để nắm vững: cơ cấu hàng hoá, sản lượng hàng hoá, thời vụ thu hoạch, mức độ vệ sinh và an toàn thực phẩm của hàng hoá. Mặt khác phải biết được nhu cầu của nông nghiệp như: phân bón, thuốc trừ sâu, con cây hạt giống, dụng cụ thiết bị chăm sóc và thu hoạch, hàng tiêu dùng thông thường cho người sản xuất, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm của nông nghiệp... để doanh nghiệp thương mại có thể giúp đỡ nông nghiệp sản xuất có hiệu quả và doanh nghiệp mua được hàng chất lượng cao phù hợp với yêu cầu kinh doanh.

Khi khai thác nguồn hàng từ nông nghiệp cần lưu ý: phải xây dựng được mối quan hệ hợp tác lâu dài giữa doanh nghiệp thương mại với nông nghiệp, thanh toán sòng phẳng và kịp thời cho nông nghiệp, có kế hoạch tiêu thụ hay chào bán sản phẩm cho nông nghiệp, cung cấp kịp thời hợp lý những sản phẩm mà nông nghiệp cần.

- Nguồn hàng từ các ngành công nghiệp: việc cung ứng hàng hoá là vật phẩm tiêu dùng chủ yếu do các xí nghiệp công nghiệp nhẹ, các cơ sở thủ công nghiệp và tiểu công nghiệp.

So với nguồn hàng từ sản xuất nông nghiệp thì nguồn hàng từ sản xuất công nghiệp có đặc điểm sau:

+ Sản lượng hàng hoá chiếm tỉ trọng rất lớn trong tổng sản lượng sản xuất ra. Hàng hoá sản xuất ra từ các xí nghiệp công nghiệp quốc doanh giữ vị trí chủ đạo, sản phẩm thuộc sở hữu tập thể và tư nhân giữ vị trí quan trọng trong việc cung cấp hàng hoá cho doanh nghiệp thương mại.

+ Sản xuất công nghiệp mang tính tập trung và chuyên môn hoá cao nên sản lượng hàng cung cấp cho thị trường lớn, mang tính ổn định và luôn đổi mới về kiểu dáng, làm phong phú đa dạng hơn so với nguồn hàng sản xuất từ nông nghiệp.

+ Việc vận chuyển và bảo quản hàng thuận tiện hơn so với hàng thực phẩm nông sản, chất lượng hàng cao, giá cả hợp lý và có nhiều dịch vụ ưu đãi cho doanh nghiệp thương mại so với nguồn hàng sản xuất từ nông nghiệp.

Để khai thác nguồn hàng này, doanh nghiệp thương mại thông qua hợp đồng mua bán và đặt hàng với các đơn vị sản xuất để mua hàng.

- Nguồn hàng tiểu thủ công nghiệp: có đặc điểm giống nguồn hàng công nghiệp nói chung và có một số đặc điểm riêng như sau:

+ Hàng hoá chủ yếu do kinh tế tập thể và kinh tế cá thể sản xuất.

+ Nguồn hàng phân tán nhưng rất đa dạng.

+ Khối lượng hàng không lớn nhưng phong phú, kỹ thuật sản xuất chủ yếu là thủ công và nửa cơ khí.

Để khai thác được nguồn hàng này, doanh nghiệp thương mại phải biết:

Sử dụng cơ chế giá linh hoạt để đảm bảo khuyến khích sản xuất phát triển và doanh nghiệp thương mại tập trung được hàng hoá phù hợp với nhu cầu kinh doanh.

Doanh nghiệp thương mại có kế hoạch cung cấp nguyên liệu và hàng tiêu dùng cho cơ sở sản xuất đồng thời tiêu thụ sản phẩm cho sản xuất trong phạm vi cho phép.

Tùy thuộc vào mặt hàng kinh doanh, doanh nghiệp thương mại áp dụng phương thức mua hàng gia công, đặt hàng hay phát triển hình thức liên kết liên doanh với sản xuất cho thích hợp.

Doanh nghiệp thương mại phải tăng cường công tác kiểm tra chất lượng hàng hoá nhằm ngăn chặn kịp thời không để hàng kém phẩm chất lọt vào lĩnh vực lưu thông, đảm bảo được lợi ích của doanh nghiệp và của người tiêu dùng.

- Nguồn hàng từ các doanh nghiệp khác: là nguồn hàng doanh nghiệp thương mại mua lại hàng hoá của các doanh nghiệp thương mại khác, của trung tâm thương mại khác về để kinh doanh hoặc nhận bán đại lý hàng cho doanh nghiệp thương mại khác và hưởng phần trăm hoa hồng. Với nguồn hàng này chất lượng hàng đảm bảo, nguồn hàng ổn định. Doanh nghiệp thương mại thông qua hợp đồng mua bán để tập trung được hàng phù hợp yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp.

- Nguồn hàng từ ngành thuỷ sản: là những hàng hoá doanh nghiệp thương mại mua từ các hợp tác xã, các hộ nông dân làm nghề ngư nghiệp và hàng hoá của các xí nghiệp thuỷ sản. Khi khai thác nguồn hàng này, doanh nghiệp thương mại cần lưu ý: phải nắm vững nhu cầu của người sản xuất để giúp đỡ sản xuất và động viên khai thác đúng hàng định mua.

- Nguồn hàng từ liên doanh liên kết: là nguồn hàng doanh nghiệp thương mại liên doanh liên kết với các đơn vị sản xuất, hoặc giữa doanh nghiệp thương mại ở địa phương này với địa phương khác thông qua việc góp vốn sản xuất kinh doanh, cung ứng vật tư nguyên liệu để doanh nghiệp thương mại mua được hàng đáp ứng đúng yêu cầu kinh doanh.

Việc liên doanh liên kết giữa doanh nghiệp thương mại này với địa phương

khác thông qua trao đổi hàng hoá làm đa dạng hơn, phong phú hơn mặt hàng kinh doanh của doanh nghiệp thương mại. Để khai thác nguồn hàng này có hiệu quả, doanh nghiệp thương mại phải tìm hiểu kỹ đối tác để liên doanh liên kết, nắm vững tiềm năng của doanh nghiệp mình, cử cán bộ nghiệp vụ có trình độ đi ký kết hợp đồng và theo dõi đơn độc đối tác thực hiện đúng những điều đã cam kết trong hợp đồng.

- Nguồn hàng ngoài thị trường tự do: là nguồn hàng khi cần để bổ sung cho nhu cầu kinh doanh, doanh nghiệp thương mại cử người ra thị trường tự do chọn mua hàng hoá theo giá thoả thuận, nguồn hàng này không ổn định, khối lượng hàng hoá ít, chất lượng hàng không cao.

1.1.3. Theo tính chất ổn định của cung ứng hàng hoá bao gồm

- Nguồn hàng ổn định: là nguồn hàng trong kế hoạch, nó cung cấp hàng hoá cho nhu cầu của doanh nghiệp thương mại một cách ổn định, với số lượng lớn, giá cả tương đối ổn định.

- Nguồn hàng không ổn định: là nguồn hàng ngoài kế hoạch, hàng được sản xuất lẻ tẻ, số lượng ít, chất lượng không cao, giá cả không ổn định.

1.1.4. Phân theo phạm vi hoạt động của doanh nghiệp thương mại bao gồm

- Nguồn hàng khai thác tại địa phương: là những sản phẩm hàng hoá do sản xuất nông nghiệp và công nghiệp tại địa phương của doanh nghiệp thương mại tạo ra. Nguồn hàng khai thác tại địa phương giữ vị trí đặc biệt quan trọng, giúp doanh nghiệp thương mại nắm chắc được nguồn hàng, động viên khai thác được hàng hoá, phục vụ kịp thời yêu cầu kinh doanh với chi phí hạ.

- Nguồn hàng khai thác ngoài địa phương: là những sản phẩm hàng hoá mà doanh nghiệp thương mại khai thác từ các cơ sở sản xuất và các doanh nghiệp thương mại ở các tỉnh khác. Khi khai thác nguồn hàng này cần lưu ý: khối lượng hàng mua hợp lý, chất lượng hàng tốt, giá cước vận chuyển hạ.

1.1.5. Phân theo khối lượng hàng doanh nghiệp mua được

Có nguồn hàng chính, nguồn hàng phụ, nguồn hàng mới, nguồn hàng trôi nổi.

- Nguồn hàng chính: là nguồn hàng quen thuộc của doanh nghiệp thương mại, khối lượng hàng mua nhiều, giá cả ổn định, chất lượng hàng đảm bảo, là nguồn hàng đã có quan hệ thường xuyên lâu dài và độ tin cậy cao, với nguồn hàng này doanh nghiệp thương mại nên duy trì tốt mối quan hệ.

- Nguồn hàng phụ: là nguồn hàng hỗ trợ cho nguồn hàng chính, doanh

ngành thương mại cần nắm vững nguồn hàng này để khi cần thiết khai thác phục vụ kịp thời nhu cầu kinh doanh.

- Nguồn hàng mới: là nguồn hàng doanh nghiệp thương mại chưa có quan hệ kinh doanh, khi cần khai thác nguồn hàng này doanh nghiệp thương mại phải tìm hiểu kỹ khả năng thực tế của nguồn hàng, trình độ kỹ thuật, quy trình công nghệ sản xuất của nguồn hàng, mẫu mã, kiểu mới... để doanh nghiệp mua được hàng có chất lượng cao, hợp nhu cầu của khách hàng.

- Nguồn hàng trôi nổi: là nguồn hàng lẻ tẻ, khối lượng ít, chất lượng hàng không cao, giá cả không ổn định, là nguồn hàng bổ sung cho nguồn hàng chính, khi cần thiết doanh nghiệp thương mại ra thị trường để xem xét và khai thác.

1.1.6. Phân theo mối quan hệ kinh doanh

Bao gồm nguồn hàng tự sản xuất, gia công chế biến, nguồn hàng liên kết và liên doanh, nguồn hàng của đơn vị cấp trên, nguồn hàng nhận đại lý và ký gửi, nguồn hàng nhập khẩu...

- Nguồn hàng tự sản xuất, gia công, chế biến: là nguồn hàng do doanh nghiệp thương mại tự tiến hành sản xuất gia công chế biến hàng tùy thuộc vào yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp. Bởi vì, có loại hàng hoá sản xuất theo lô lớn hoặc sản xuất từng chi tiết... nhưng nhu cầu tiêu dùng lại cần đồng bộ, vì vậy doanh nghiệp thương mại mua hàng về vẫn phải tiếp tục một phần sản xuất trong lưu thông như lắp ráp, chỉnh lý, chia nhỏ làm đồng bộ hàng hoá, hoàn thiện mặt hàng thương mại phục vụ nhu cầu tiêu dùng như: chế biến đồ ăn, làm giá đồ, sản xuất phụ kiện... làm phong phú thêm mặt hàng bán ra và tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

- Nguồn hàng của đơn vị cấp trên: là nguồn hàng từ cơ quan chủ quản của doanh nghiệp thương mại điều xuống. Nguồn hàng này gồm các hàng hoá có giá trị cao, hàng hoá cần dự trữ, bảo quản lâu dài mà doanh nghiệp thương mại không có điều kiện kho hàng.

- Nguồn hàng liên kết, liên doanh, nhập khẩu, nguồn hàng đại lý đã trình bày theo phân loại trên.

1.2. Nội dung nghiên cứu nguồn hàng mua

Doanh nghiệp thương mại nghiên cứu nguồn hàng nhằm mục đích phục vụ và thúc đẩy sản xuất phát triển, khai thác được nhiều hàng hợp nhu cầu của

khách và xác định được khả năng triển vọng của sản xuất để doanh nghiệp thương mại đặt quan hệ mua hàng thích hợp.

Nghiên cứu nguồn hàng với các nội dung sau:

- Tìm hiểu tình hình sản xuất, khả năng sản xuất của các đối tượng đã, đang và sẽ cung cấp hàng hoá cho doanh nghiệp thương mại.

- Tìm hiểu khả năng cung ứng hàng hoá của cơ sở sản xuất cho doanh nghiệp thương mại.

- Nghiên cứu về giá sản phẩm bao gồm cả giá thành và giá bán buôn hàng hoá của sản xuất cho doanh nghiệp thương mại.

Nội dung cụ thể của công tác nghiên cứu nguồn hàng:

- Tìm hiểu từng cơ sở sản xuất đã có quan hệ mua – bán với doanh nghiệp thương mại để biết được: khả năng sản xuất, chất lượng và giá cả sản phẩm của sản xuất làm ra... Cũng như để biết được khả năng thực hiện hợp đồng mua bán và nhu cầu nguyên vật liệu của sản xuất. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp ký hợp đồng mua bán hàng hoá với cơ sở sản xuất.

- Tìm hiểu nguồn hàng hiện có mà doanh nghiệp thương mại chưa đặt quan hệ kinh doanh.

Một mặt nghiên cứu những mặt hàng mà địa phương có khả năng sản xuất, nhưng hiện nay chưa khôi phục được hay chưa phát triển được, để doanh nghiệp thương mại đặt kế hoạch giúp đỡ sản xuất phát triển và mở rộng mặt hàng kinh doanh, bổ sung mặt hàng hiện có.

Mặt khác, nghiên cứu những mặt hàng ở cơ sở sản xuất nhiều, không tiêu thụ hết để tìm biện pháp giúp cơ sở sản xuất nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng phạm vi lưu thông ra ngoài địa phương hoặc chào hàng hộ cơ sở sản xuất... trên cơ sở đó mà doanh nghiệp thương mại có kế hoạch đầu tư khai thác nguồn hàng được hợp lý.

1.3. Phương pháp nghiên cứu nguồn hàng

Để nghiên cứu được nguồn hàng mua cho thích hợp, các doanh nghiệp thương mại sử dụng phương pháp điều tra thu thập thông tin và phân tích tổng hợp bằng hai cách:

- Lấy mặt hàng làm đơn vị nghiên cứu: khi nghiên cứu cần tìm hiểu rõ về các mặt như tình hình sản xuất và khả năng sản xuất, việc tiêu thụ của từng sản phẩm đó trên thị trường, đơn vị sản xuất nào đã làm ra mặt hàng đó... từ đó lập phiếu theo dõi riêng cho từng mặt hàng cụ thể.

Nội dung phiếu theo dõi mặt hàng A:

Yêu cầu tiêu thụ		Nguồn hàng đã có quan hệ			Nguồn hàng chưa có quan hệ		
Số lượng	Giá trị	Tên người cung cấp	Số lượng	Giá trị	Tên người cung cấp	Số lượng	Giá trị

Bằng phương pháp này, doanh nghiệp thương mại biết được tình hình sản xuất và nhu cầu tiêu thụ của từng mặt hàng cụ thể, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp thương mại đặt kế hoạch cân đối cung cầu trong kinh doanh.

Song với phương pháp này, doanh nghiệp thương mại khó tìm hiểu được cụ thể về tình hình sản xuất của các cơ sở sản xuất để có biện pháp giúp đỡ sản xuất, và khai thác khả năng của sản xuất, tạo điều kiện thúc đẩy sản xuất phát triển và phục vụ tốt cho nhu cầu khách hàng.

- Lấy cơ sở nguồn hàng làm đơn vị nghiên cứu:

Với phương pháp này, doanh nghiệp thương mại tìm hiểu: tình hình cụ thể của từng xí nghiệp, từng cơ sở sản xuất về mặt hàng sản xuất, số lượng và chất lượng hàng hoá, giá thành sản phẩm, thiết bị sản xuất, trình độ kỹ thuật của công nhân, quy mô của sản xuất, trình độ tổ chức và quản lý sản xuất... trên cơ sở đó mà lập phiếu theo dõi các cơ sở sản xuất.

Phiếu theo dõi cơ sở sản xuất B:

Mặt hàng	Lượng	Giá trị	Điều kiện sản xuất				Trình độ quản lý
			Công nhân	Thiết bị	Nguyên liệu	Giá thành	

Dùng phương pháp này để nghiên cứu, doanh nghiệp thương mại có thể nắm được tình hình cụ thể của từng cơ sở sản xuất nhưng không nắm được tình hình cụ thể của từng mặt hàng trong phạm vi cơ sở sản xuất đó phụ trách. Hiện nay, trong thực tế, doanh nghiệp thương mại kết hợp cả 2 phương pháp trên để nghiên cứu nguồn hàng.

2. Lựa chọn phương thức mua hàng thích hợp

Tuỳ từng loại hàng thuộc các nguồn hàng khác nhau mà có các phương thức mua hàng thích hợp.

2.1. Với hàng công nghệ phẩm

- Mua hàng theo kế hoạch (còn được gọi là thống nhất thu mua).

Phương thức thu mua này áp dụng để mua hàng của các xí nghiệp sản xuất quốc doanh và tập thể đã sản xuất theo chỉ tiêu kế hoạch của nhà nước và mua các mặt hàng quan trọng cần thiết đối với sản xuất, đời sống và quốc phòng. Đây là phương thức thường dùng để mua hàng của các xí nghiệp sản xuất trung ương và địa phương quản lý và là phương thức mua hàng cho các xí nghiệp quốc doanh và mua hàng trong kế hoạch.

Với phương thức này, doanh nghiệp thương mại chủ động nắm được nguồn hàng kinh doanh, để đáp ứng kịp thời cho nhu cầu của khách hàng. Mặt khác các cơ sở sản xuất sẽ chủ động và kịp thời tiêu thụ được sản phẩm để phát triển sản xuất.

- Mua gia công (giao nguyên liệu thu hồi sản phẩm).

Là phương thức thu mua mà doanh nghiệp thương mại giao cho các đơn vị sản xuất những nguyên liệu quý và thu hồi toàn bộ thành phẩm của các đơn vị sản xuất đó làm ra.

Trên cơ sở về số lượng và chất lượng hàng hoá đã sản xuất ra, doanh nghiệp thương mại sẽ trả tiền công cho cơ sở sản xuất theo giá gia công đã quy định cho từng loại hàng.

Với phương thức này, doanh nghiệp thương mại sẽ nắm chắc được nguồn hàng, quản lý được nguyên liệu và tạo điều kiện cho các cơ sở sản xuất nâng cao trình độ tổ chức và quản lý sản xuất. Song không tạo điều kiện cho cơ sở sản xuất chủ động sáng tạo ra mẫu mã mới, không tiết kiệm nguyên liệu và hạ giá thành sản phẩm. Mặt khác nếu doanh nghiệp thương mại không quản lý tốt nguyên liệu và chất lượng sản phẩm thì sẽ tạo ra sơ hở để cơ sở sản xuất rút bớt nguyên liệu, đổi nguyên liệu làm cho chất lượng sản phẩm kém.

- Bán nguyên liệu thu mua thành phẩm (còn gọi là phương thức mua đứt, bán đứt).

Căn cứ vào kế hoạch sản xuất và định mức kỹ thuật cho từng loại sản phẩm, doanh nghiệp thương mại bán cho cơ sở sản xuất một khối lượng nguyên liệu cần thiết. Sau khi cơ sở sản xuất làm xong, doanh nghiệp thương mại đến mua lại toàn bộ hàng hoá theo hợp đồng đã ký.

Với phương thức này, doanh nghiệp thương mại nắm được nguồn hàng, tạo điều kiện cho cơ sở sản xuất phát huy được tính chủ động sáng tạo trong sản xuất, quản lý, tiết kiệm nguyên liệu và phát triển mặt hàng, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Thực hiện phương thức này đòi hỏi phải có định mức kinh tế kỹ thuật chính xác cụ thể cho từng sản phẩm và cơ sở sản xuất phải có trình độ tổ chức và quản lý cao.

- Đặt hàng: là phương thức thu mua đối với những mặt hàng mà cơ sở sản xuất tự túc được nguyên liệu và sau khi sản xuất ra các sản phẩm thì doanh nghiệp thương mại đến thu mua hàng theo hợp đồng đã ký với cơ sở sản xuất tùy theo loại hàng, số lượng, chất lượng, mẫu mã hàng mà doanh nghiệp thương mại cần.

Phương thức mua này tạo điều kiện cho cơ sở sản xuất tận dụng được nguyên vật liệu và phát triển được mặt hàng mới, thúc đẩy sản xuất phát triển. Còn bên kinh doanh thương mại sẽ có hàng kinh doanh phong phú hơn và thoả mãn nhu cầu cho khách hàng.

- Chọn mua: là phương thức thu mua mà kinh doanh thương mại đến các cơ sở sản xuất tiến hành chọn mua một số hàng hoá theo yêu cầu về để bán. Phương thức này rất cơ động về mặt hàng, về chất lượng, về thời gian mua hàng. Nói cách khác là bên mua chủ động hoàn toàn trong việc mua hàng.

- Thu mua theo hợp đồng:

Khi các doanh nghiệp thương mại cần mua với số lượng lớn hàng hoá, đặc biệt là hàng quý hiếm giá trị cao, thì doanh nghiệp thương mại ký kết hợp đồng mua bán với các doanh nghiệp kinh tế khác, có thể là các đơn vị sản xuất hay các doanh nghiệp thương mại khác, để mua hàng về kinh doanh. Với phương thức này, người mua nắm chắc được nguồn hàng, hàng mua có giá cả ổn định, chất lượng hàng đảm bảo, thời gian và hình thức giao nhận hàng theo yêu cầu kinh doanh và người bán yên tâm bán được hàng theo đúng kế hoạch đã ký kết,

lượng hàng bán ra nhiều, thu gom tiền nhanh, tiện cho việc mở rộng và phát triển sản xuất. Song các điều khoản của hợp đồng phải chặt chẽ, cụ thể, chi tiết, nếu không việc giao nhận hàng và thanh toán không đảm bảo sẽ ảnh hưởng đến công tác kinh doanh của doanh nghiệp thương mại.

- Mua tự do:

Doanh nghiệp thương mại ra thị trường tự do chọn mua những hàng hoá mà doanh nghiệp cần, theo thoả thuận về để bán. Phương thức này làm phong phú thêm mặt hàng kinh doanh và người mua chủ động trong việc mua bán hàng.

2.2. Với hàng nông sản, thực phẩm

- Mua hàng theo hợp đồng:

Các doanh nghiệp thương mại căn cứ vào chỉ tiêu sản xuất và giao nộp sản phẩm mà chính quyền địa phương giao cho người sản xuất là nông dân, hợp tác xã nông nghiệp, nông trường quốc doanh để ký kết hợp đồng mua bán hàng hoá với người sản xuất. Với phương thức này, người sản xuất có trách nhiệm và nghĩa vụ phải bán đủ sản phẩm, với chất lượng tốt và giao nhận hàng đúng thời gian quy định cho doanh nghiệp thương mại; và doanh nghiệp thương mại phải thanh toán sòng phẳng cho người sản xuất theo thoả thuận đã ký trong hợp đồng. Mua theo hợp đồng hàng thực phẩm, nông sản khi sản xuất tương đối tập trung, số lượng hàng mua tương đối lớn.

- Mua hàng ngoài thị trường: doanh nghiệp thương mại căn cứ vào nhu cầu kinh doanh mà ra thị trường lựa chọn hàng mua theo sự thoả thuận của hai bên. Ngoài ra tùy theo mặt hàng kinh doanh mà doanh nghiệp thương mại có thể mua gia công, đặt hàng...

III. QUÁ TRÌNH NGHIỆP VỤ MUA HÀNG CỦA NHÂN VIÊN NGHIỆP VỤ KINH DOANH

1. Nhiệm vụ và yêu cầu cần thiết của nhân viên mua hàng

1.1. Nhiệm vụ của nhân viên mua hàng

- Chấp hành nghiêm chỉnh và thực hiện đúng các chính sách, chế độ, thể lệ của Đảng và Nhà nước quy định trong công tác mua hàng. Chấp hành nghiêm chỉnh năm điều kỷ luật lao động quy định đối với nhân viên mua hàng. Nêu cao ý thức chủ động sáng tạo, tự giác và tận tụy với nhiệm vụ được giao.

- Nắm vững nguồn hàng, biết cách tác động tích cực và bám sát tiến độ thực hiện. Đôn đốc các cơ sở sản xuất thực hiện đúng các chỉ tiêu trong hợp đồng mua hàng đã ký.

- Thực hiện tốt nghiệp vụ mua hàng và giao nhận hàng, lên lịch mua hàng cụ thể khoa học. Đánh giá phân loại phẩm cấp hàng hoá chính xác. Cân đong đo đếm, lập chứng từ thanh toán tiền hàng phải trung thực, chính xác, công bằng, dân chủ, không gây phiền hà cho người bán.

- Xây dựng tốt mối quan hệ với các cơ sở sản xuất, với chính quyền địa phương, với các nhà cung cấp và thủ kho của doanh nghiệp. Trong giao dịch mua bán phải trung thực, chính xác và sòng phẳng; luôn ân cần, niềm nở, bình tĩnh, khiêm tốn trong mua bán hàng hoá, thực sự quan tâm và tôn trọng khách hàng.

- Không ngừng học tập nâng cao trình độ chính trị và nghiệp vụ chuyên môn để nâng cao sự hiểu biết và tay nghề trong công tác mua hàng, kiểm nhận hàng thành thạo và chính xác, mua được hàng phù hợp với yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp.

1.2. Yêu cầu đối với nhân viên mua hàng

- Yêu cầu về thể chất: bao gồm về sức khoẻ, về dung mạo, vệ sinh cá nhân, dáng điệu trong công tác.

Bất kỳ một loại lao động nào cũng đòi hỏi phải bỏ ra một lượng sức lực nhất định, do vậy người lao động cần phải có một sức khoẻ tốt để đảm đương công việc được giao phó. Việc thu mua hàng hoá là một công việc phức tạp, đòi hỏi sự tinh tế và có sức khoẻ dẻo dai để từ đó hạn chế được sự yếu kém do sức khoẻ gây ra.

Về dung mạo phải ưa nhìn, dễ coi, tươi tỉnh để có khả năng cuốn hút khách khi giao tiếp. Về vệ sinh cá nhân bao gồm về đầu tóc, trang phục, trang điểm, vệ sinh khoang miệng và thân thể... bởi vì tất cả các vấn đề trên khi có một sơ suất nhỏ đều có tác động xấu đến người xung quanh vì vậy nhân viên thu mua không nên ăn, uống, hút các đồ có mùi khi đến doanh nghiệp hoặc khi giao tiếp với khách. Đầu tóc phải gọn, hợp với công việc. Trang phục đẹp sạch theo đúng quy định của doanh nghiệp, trang điểm nhẹ nhàng lịch sự. Về dáng điệu phải nhẹ nhàng, tế nhị, lịch sự và giao tiếp phải chuẩn mực.

- Yêu cầu về năng lực: bao gồm khả năng về trí nhớ, về phân tích và tổng hợp tình hình, khả năng sắp xếp công việc.

Khả năng về trí nhớ: công việc nào cũng cần có trí nhớ, trí nhớ là một trong

những phẩm chất năng lực cần có đối với con người để đảm bảo được công việc chung và công việc riêng hợp lý, đặc biệt đối với nhân viên thu mua phải tạo cho bản thân có thói quen ghi nhớ về các nét đặc thù của hàng hoá, các thông tin về nhu cầu thị trường, các tiêu chuẩn phân loại hàng hoá, vấn đề nào là chính, là thật cần thiết, công việc nào cần giải quyết trước... để tiến hành giải quyết và xử lý được kịp thời.

Khả năng phân tích và tổng hợp tình hình là để nắm vững được chính xác các công việc cần làm nhằm mua được hàng tốt và định hướng các thao tác công việc mua hàng được chuẩn xác và hợp lý.

Khả năng sắp xếp công việc một cách hợp lý và khoa học được thể hiện ở chỗ con người đó phải có đầu óc tổ chức công việc và giải quyết công việc có hiệu quả, hạn chế được sự hao tổn quá sức.

- Về trình độ tay nghề: đảm bảo sự biết việc thạo việc để thu mua có hiệu quả. Nhân viên thu mua phải được đào tạo qua nghiệp vụ kinh doanh thương mại và nghiệp vụ mua hàng để họ am hiểu được nghiệp vụ mua hàng, hiểu biết tường tận về hàng hoá và nguồn hàng mua, đồng thời giải quyết tốt các tình huống khi mua hàng và giao nhận hàng.

- Về phẩm chất nhân cách: Phải trung thực, thật thà và liêm khiết, biết giữ chữ tín với mọi người xung quanh và với khách hàng. Phải biết đặt lợi ích của tập thể lên trên hết, không được phép lạm dụng lòng tin của mọi người để thu lợi nhuận cá nhân một cách bất chính. Trong thanh toán phải rõ ràng, sòng phẳng kịp thời, chính xác.

Phải biết kiên trì nhẫn nại và tự chủ để bình tĩnh giải quyết các công việc một cách khoa học, tránh nôn nóng vội vàng và làm ẩu. Phải có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc và đoàn kết nội bộ tốt. Đồng thời phải say mê công việc và không ngừng học tập vươn lên để nâng cao nhận thức cho bản thân và làm việc có hiệu quả. Tác phong và thái độ làm việc phải nhanh nhẹn, chuẩn mực, tháo vát, linh hoạt và nhạy bén trong kinh doanh.

- Thái độ khi giao tiếp phải niềm nở, cư xử lịch thiệp. Có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc được giao và với khách hàng. Phải luôn tự chủ, bình tĩnh và tỉnh táo trong mọi tình huống để giải quyết công việc một cách minh mẫn, chính xác. Có chí tiến thủ, không giấu dốt, tích cực năng động trong công tác.

2. Nội dung công tác của nhân viên mua hàng

Để doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả, nhân viên mua hàng phải nắm vững và làm được các khâu công việc sau:

- Nắm vững nhu cầu về hàng hoá và dịch vụ của khách hàng để biết được nhu cầu mà khách cần, hàng đó có mẫu mã chất lượng thế nào và khách cần hàng vào thời gian nào, để từ đó khai thác hàng hoá kịp thời.

- Nghiên cứu khả năng cung ứng hàng hoá của các nguồn hàng để biết ở đó có bán những mặt hàng gì, quy mô sản xuất lớn hay nhỏ, giá thành hàng hoá cao hay thấp, điều kiện giao nhận và thanh toán ra sao, hàng hoá được sản xuất bằng nguồn nguyên liệu nào và họ có nhu cầu gì về dịch vụ khác để sản xuất được hàng hóa.

- Bám sát cơ sở sản xuất và các nguồn hàng bằng cách: cử cán bộ nghiệp vụ đến cơ sở sản xuất tìm hiểu về tiến độ sản xuất và cung ứng hàng hoá, phản ánh những ý kiến của khách với sản xuất để cơ sở làm ra các sản phẩm hợp nhu cầu hơn. Đồng thời chọn được các đối tác buôn bán để mua hàng có hiệu quả hơn.

- Biết cách ký kết hợp đồng mua bán hàng hoá với các đối tác một cách cụ thể, chính xác, rõ ràng, đúng luật, thể hiện được kế hoạch và lịch giao nhận hàng hợp lý.

- Xây dựng được kế hoạch mua hàng hợp lý: mua hàng ở đâu, một lần mua bao nhiêu và mua những hàng gì, mua vào thời gian nào, vận chuyển hàng mua bằng phương tiện nào hợp lý nhất.

- Tiến hành mua hàng: biết cách làm thủ tục tạm ứng tiền mua hàng, mua hàng theo đúng trình tự (lấy hoá đơn mua hàng, kiểm nhận hàng về số lượng và chất lượng, thanh toán tiền hàng, chuyển hàng về doanh nghiệp và giao hàng cho thủ kho).

- Hạch toán nghiệp vụ mua hàng thông qua việc tập hợp chứng từ có liên quan đến việc mua hàng, lên bảng kê và thanh toán tiền tạm ứng.

- Biết cách làm báo cáo một lần mua hàng và rút kinh nghiệm cho bản thân để mua hàng có hiệu quả.

3. Các hình thức mua hàng

Khi doanh nghiệp thương mại có nhu cầu mua hàng, doanh nghiệp thương mại tiến hành ký hợp đồng mua bán hàng hoá với bên bán, trong hợp đồng có ghi rõ: việc giao nhận hàng tại kho người mua hoặc tại kho người bán hoặc giao nhận tại khâu trung gian.

3.1. Mua hàng tại kho người bán

Trước khi đến kho người bán mua hàng, nhân viên thu mua phải làm tốt công tác chuẩn bị sau đây:

- + Kiểm tra lại các thông tin về nguồn hàng và lịch giao nhận hàng.
- + Chuẩn bị tiền đi mua hàng.
- + Chuẩn bị nhân lực đi mua hàng và áp tải, bảo vệ hàng về kho doanh nghiệp.
- + Chuẩn bị đủ giấy tờ tùy thân và giấy tờ liên quan đến lô hàng mua.
- + Chuẩn bị sổ công tác, bút ghi, máy tính cá nhân.
- + Thông báo với thủ kho về khối lượng hàng mua, thời gian hàng về kho, loại hàng mua về.

Đúng lịch giao nhận hàng, người mua đến kho người bán để nhận hàng theo trình tự sau:

- + Đến kho, người bán phải xuất trình giấy tờ cho bảo vệ để được vào kho.
- + Xuống phòng nghiệp vụ – kế toán để lập hoá đơn mua hàng.
- + Kiểm tra hoá đơn xem ghi có đúng và đủ thông tin về hàng mua chưa.
- + Xuống kho nhận hàng: đầu tiên nhận khái quát lô hàng, phân loại kiện hàng, các kiện có bao bì bị rách – vỡ – đập – có nghi vấn... phải đổi tại kho ngay. Tiến hành kiểm nhận đại diện hay toàn bộ lô hàng theo hợp đồng đã ký, khi kiểm nhận phải phân chia ra 3 khu vực cụ thể: nơi để hàng đã kiểm, nơi để hàng đang kiểm, nơi để hàng chưa kiểm, tránh kiểm trùng hay kiểm sót.

Kiểm xong, tiến hành chất xếp hàng lên phương tiện vận chuyển theo trình tự:

- + Trước khi chất xếp phải kiểm tra độ an toàn của phương tiện: bao gồm thùng xe - sàn xe, thành xe, khoá xe, tính vệ sinh của xe, khả năng vận hành của xe...
- + Khi chất xếp hàng phải đảm bảo đúng kỹ thuật hướng dẫn ngoài bao bì, đảm bảo an toàn của hàng hoá, tận dụng được sức chứa của phương tiện vận chuyển. Đồng thời, kết hợp việc kiểm nhận lại hàng lần cuối cùng xem có khớp với chứng từ không, nếu không khớp phải báo ngay cho người bán để xử lý kịp thời.

Phải nhận đủ chứng từ cần thiết có liên quan đến lô hàng mua để tiện cho việc quản lý, vận chuyển hàng hoá về kho doanh nghiệp, cũng như tiện cho việc quản lý hàng và xuất bán hàng được ngay.

Vận chuyển hàng hoá và bảo vệ hàng hoá trên đường về kho của doanh nghiệp.

Với lô hàng lớn, phức tạp hay hàng quý hiếm, giá trị cao... phải có người áp tải bảo vệ lô hàng đi theo. Còn hàng thông thường thì người mua hàng cùng nhân viên vận chuyển có trách nhiệm quản lý hàng hoá trên đường vận chuyển.

Khi hàng về tới kho của doanh nghiệp:

+ Người mua phải giao chứng từ trước giao hàng sau cho thủ kho, và cùng thủ kho chứng kiến việc tiếp nhận hàng vào kho doanh nghiệp.

+ Giao xong hàng, người mua hàng cùng thủ kho ký nhận vào chứng từ giao hàng và sổ nhập kho.

+ Tập hợp đủ chứng từ có liên quan tới lô hàng mua, chuyển lên kế toán để thanh toán tiền hàng kịp thời.

+ Báo cáo tình hình mua hàng và kiến nghị biện pháp mua hàng có hiệu quả cho người phụ trách.

3.2. Mua hàng giao nhận tại kho người mua

Khi doanh nghiệp thương mại tiến hành ký hợp đồng mua bán hàng hoá với người bán, trong hợp đồng ghi rõ: người bán có trách nhiệm mang hàng đúng tiêu chuẩn quy định đến tận kho người mua để giao bán.

Khi hàng đến kho người mua, người mua mời thủ kho của doanh nghiệp thương mại tiến hành cùng giao nhận hàng theo trình tự sau:

+ Đề nghị người bán giao toàn bộ chứng từ có liên quan đến lô hàng mua, để thủ kho có căn cứ tiếp nhận hàng vào kho. Khi đã có chứng từ, người mua phải kiểm tra kỹ các nội dung ghi trong chứng từ, con dấu, chữ ký xem đã hợp lệ chưa.

+ Tiếp đến là kiểm tra mức độ nguyên vẹn và số lượng, chất lượng của bao bì xem có khớp với chứng từ giao nhận không.

+ Với bao bì bị vỡ, hỏng, có nghi vấn phải đánh dấu và để riêng. Sau khi kiểm tra hàng trong bao bì tốt xong thì mở bao bì và kiểm tra kỹ hàng bên trong bao bì bị hư hỏng đó. Nếu hàng trong các bao bì không bảo đảm tiêu chuẩn thì lập biên bản theo quy định, yêu cầu người giao ký nhận và người mua có quyền từ chối nhận số hàng kém chất lượng đó.

+ Tiến hành kiểm nhận đến hàng hoá: việc kiểm tra này do thủ kho của doanh nghiệp thương mại mua hàng tiến hành, nhận về cả số lượng, chất lượng, giá cả, thời hạn sử dụng của hàng mua và có sự chứng kiến của người giao hàng và người mua hàng.

+ Khi kết quả lô hàng khớp với chứng từ giao nhận của người bán thì cả 3 người: người giao hàng, người nhận hàng và thủ kho cùng ký vào chứng từ giao nhận của người bán và sổ nhập hàng của thủ kho.

Sau đó người nhận hàng mời người bán mang chứng từ có liên quan đến lô hàng lên bộ phận kế toán của doanh nghiệp thương mại bên mua hàng để thanh

toán tiền và hoàn lại cho người bán một bộ chứng từ. Toàn bộ lô hàng đã nhận phải được thủ kho đưa vào kho để bảo quản theo yêu cầu của từng loại hàng cho thích hợp.

3.3. Mua hàng giao nhận tại kho trung gian

Mua hàng với hình thức giao nhận này thì trong hợp đồng mua bán phải quy định rõ về địa điểm giao nhận hàng, lịch giao nhận hàng, hạn định lưu kho, lưu bãi, chi phí lưu kho và lưu bãi do ai chịu, chế độ dự báo và xác báo thời gian hàng về đến nơi giao nhận để thuận tiện cho người mua và người bán làm thủ tục giao nhận kịp thời, vận chuyển hàng về kho nhanh gọn.

Thường khi bắt đầu vận chuyển lên phương tiện vận chuyển thì người bán dự báo thời gian hàng sẽ đến địa điểm giao nhận, khi xe bắt đầu chuyển bánh thì người bán xác báo cho người mua biết chính xác hàng sẽ vận chuyển bằng phương tiện gì, thời gian chính xác hàng sẽ tới nơi giao nhận.

Khi nhận được dự báo, người mua tiến hành các công tác chuẩn bị sau đây để phục vụ cho việc giao nhận hàng được tốt: chuẩn bị về phương tiện vận chuyển hàng từ nơi nhận về kho của doanh nghiệp, chuẩn bị về nhân lực đi nhận hàng, chuẩn bị dụng cụ, bao bì che đậy hàng, chuẩn bị giấy tờ và tiền đi mua hàng...

Khi nhận được xác báo, người mua tiến hành đến nơi trung gian để nhận hàng theo đúng trình tự: nhận chứng từ trước, nhận bao bì và nhận hàng sau.

Giao nhận hàng xong, người mua ký nhận vào chứng từ giao nhận hàng và xếp hàng lên phương tiện, khi xếp hàng lên phương tiện cần kết hợp kiểm nhận hàng lần cuối xem có thật khớp với chứng từ chưa.

Sau đó tiến hành thanh toán tiền hàng với chủ hàng và hoá trường của kho trung gian. Rồi chuyển hàng về kho của doanh nghiệp, giao cho thủ kho (mọi thủ tục tiến hành như việc giao nhận tại kho người bán).

4. Quá trình nghiệp vụ mua hàng theo hợp đồng mua bán tại kho người bán

4.1. Trước khi mua hàng phải làm tốt các công tác chuẩn bị sau đây

- Điều tra lại các thông tin về nguồn hàng xem có trực trực hay khó khăn gì cản trở tới lịch giao hàng.

- Kiểm tra lại lịch mua hàng: lịch mua hàng là kết quả thoả thuận giữa doanh nghiệp thương mại (người mua) với cơ sở sản xuất (người bán) về việc mua bán hàng hoá với nhau. Trong lịch mua hàng phải ghi chính xác và cụ thể các thông tin sau: tên hàng mua, số lượng và chất lượng hàng mua, cơ cấu và

giá cả hàng mua, thời gian và ngày giờ giao nhận hàng, địa điểm giao nhận, phương thức giao nhận và thanh toán.

- Chuẩn bị mua hàng:

Chuẩn bị về phương tiện đi mua hàng: trên cơ sở quãng đường cần vận chuyển, loại hàng cần vận chuyển, đặc điểm hàng vận chuyển, khối lượng hàng vận chuyển... mà chuẩn bị loại phương tiện, số lượng phương tiện vận chuyển và các giấy tờ đi theo phương tiện cho phù hợp.

Chuẩn bị về dụng cụ, bao bì, vật che phủ: tùy thuộc vào lượng hàng, tính chất của hàng, khối lượng hàng vận chuyển mà chuẩn bị loại dụng cụ, bao bì, vật che phủ, vật chèn lót, dụng cụ lấy mẫu hàng kiểm tra và cân đong đo đếm cho thích hợp.

Chuẩn bị các loại giấy tờ cần thiết cho một lần đi mua hàng: các loại giấy tờ tùy thân của người đi mua hàng như chứng minh thư, giấy giới thiệu của doanh nghiệp thương mại, giấy uỷ nhiệm nhận hàng. Các loại giấy tờ liên quan đến hàng mua: sổ công tác, hợp đồng mua bán hàng hoá, lệnh vận chuyển hàng...

- Chuẩn bị tiền đi mua hàng:

Tùy thuộc vào loại hàng, chất lượng hàng, khối lượng hàng mua... mà người mua đã ký kết hợp đồng với người bán, khi đi mua hàng phải dự ước số tiền mang đi mua hàng cho thích hợp.

Để có tiền đi mua hàng, nhân viên thu mua phải viết giấy tạm ứng tiền mua hàng rồi đưa lên thủ trưởng ký duyệt và sang phòng tài vụ kế toán lấy tiền. Nếu đi mua hàng bằng séc thì đưa phiếu báo giá cho kế toán trưởng và kế toán trưởng sẽ cắt séc để nhân viên thu mua đi mua hàng.

Số tiền cần tạm ứng bao gồm các khoản sau:

- + Tiền mua hàng.
- + Tiền ăn uống khi nghỉ bữa trên đường đi mua hàng.
- + Tiền thuê phương tiện vận chuyển, thuê lái xe, các chi phí cho lái xe (nếu có)
- + Tiền lưu trú qua đêm.
- + Tiền dự trữ nếu có rủi ro...

Người đi mua hàng hết sức tránh việc đi mua chịu hay để công nợ dây dưa quá hạn với người bán.

- Nếu doanh nghiệp thương mại không có tiền mặt để tạm ứng cho người đi mua hàng, người đi mua hàng phải làm thủ tục vay tiền ngân hàng theo cách sau:

- + Người mua hàng viết đơn xin vay.

- + Đưa thủ trưởng doanh nghiệp ký duyệt vay.
- + Đưa ra ngân hàng làm khế ước vay.
- + Đúng hạn định phải thanh toán cho ngân hàng.
- + Hàng tháng phải trả lãi cho ngân hàng theo quy định.

Trong khế ước vay tiền phải ghi rõ: họ tên người vay, đơn vị vay tiền, số lượng tiền vay, lý do vay, thời gian trả, lãi suất trong tháng. Nếu quá hạn không trả sẽ phải chịu lãi suất chậm trả...

- Chuẩn bị về nhân lực: tùy khối lượng hàng mua, vị trí quan trọng của hàng mua mà chuẩn bị nhân lực bao gồm: nhân lực đi mua hàng và áp tải; nhân lực tiếp nhận, bốc dỡ, chất xếp hàng hoá khi mua về.

Ngoài ra người đi mua hàng còn phải chuẩn bị giấy bút để ghi chép và máy tính cá nhân để tính toán nhanh và chính xác.

- Thông báo cho thủ kho: thời gian hàng sẽ về tới kho, mặt hàng và khối lượng hàng sẽ mua về để thủ kho kịp thời chuẩn bị kho, dụng cụ thiết bị, giấy tờ cần thiết để tiếp nhận hàng vào kho.

4.2. Trong khi mua hàng

Đây là giai đoạn cơ bản quan trọng nhất trong quá trình nghiệp vụ mua hàng. Bởi vì nó liên quan đến trách nhiệm vật chất của người đi mua hàng, liên quan đến hiệu quả khi mua hàng và là tiền đề cho công tác bán ra được tốt.

Việc mua hàng có thể tiến hành tại kho bên bán, kho bên mua, hay tại một địa điểm trung gian. Song thực chất của giai đoạn này là việc giao nhận hàng giữa nhân viên nghiệp vụ kinh doanh với nhân viên bán hàng. Ở phần này đi sâu nghiên cứu quá trình mua – bán hàng tại kho người bán là chính và được thực hiện theo 4 bước sau:

Bước 1: Giao dịch.

Trước khi cho xe chạy đến nơi nhận hàng phải xác định địa điểm đến nơi nhận hàng sẽ đi bằng con đường nào là ngắn nhất, thuận chiều và an toàn nhất.

- Đến nơi mua hàng, làm thủ tục mua hàng:

+ Xuất trình giấy tờ cho bảo vệ cổng và bộ phận bán hàng.

+ Lấy hoá đơn mua hàng: phải là hoá đơn tài chính.

+ Kiểm tra kỹ hoá đơn: xem có ghi đủ và đúng các nội dung chưa. Nếu có sự sai lệch phải yêu cầu bên bán điều chỉnh lại ngay.

+ Tiến hành thanh toán (nếu có): khi thanh toán phải kiểm tra dấu và chữ ký đã thanh toán.

Bước 2: Kiểm nhận hàng mua.

Thực chất bước này là xác định trách nhiệm vật chất giữa người nhận hàng và thủ kho của bên bán hàng. Theo trình tự sau:

- Người mua mang hoá đơn mua hàng xuống kho để nhận hàng, dựa vào hoá đơn kế toán kho viết phiếu xuất kho, người mua kiểm tra lại phiếu xuất trước khi nhận hàng.

- Khi nhận hàng phải nhận đủ cả về số lượng và chất lượng hàng mua, nhận theo thứ tự loại hàng trên hoá đơn và nhận theo đúng nguyên tắc và thể lệ giao nhận hàng hoá, cụ thể như sau:

- + Về phạm vi kiểm tra: tất cả hàng mua đều phải qua kiểm tra.

- + Về căn cứ kiểm tra: phải tuân thủ theo đúng các tiêu chuẩn chất lượng đã quy định (theo tiêu chuẩn Việt Nam, tiêu chuẩn ngành...).

- + Về thời hạn kiểm tra: phải tiến hành kiểm tra ngay khi giao nhận tại nơi giao nhận (tại kho người bán hoặc kho người mua hoặc kho trung gian mà 2 bên đã thoả thuận).

- + Về cách đánh giá kết quả: khi người bán và người mua công nhận kết quả kiểm nhận thì người mua mới ký nhận vào phiếu mua hàng.

- Khi giao nhận hàng phải thực hiện đúng về các hình thức kiểm tra hàng hoá mà hai bên mua và bán đã thoả thuận. Thường áp dụng 2 hình thức kiểm tra đại diện hay kiểm tra toàn bộ.

- + Kiểm tra đại diện: là kiểm tra một bộ phận của lô hàng, lấy kết quả đó để tính chung cho kết quả của cả lô hàng. Với điều kiện lô hàng đó phải là: lô hàng đồng nhất, hay nếu không đồng nhất thì giấy tờ đi kèm lô hàng phải ghi chi tiết cụ thể cho từng bao kiện và phân loại được.

Tỷ lệ mẫu kiểm tra: thường theo thoả thuận của 2 bên mua – bán hàng. Song thường là 3% với lô hàng lớn hơn 1000 bao, kiện và 5% với lô hàng nhỏ hơn 1000 bao, kiện. Còn với hàng nhập khẩu, hàng gia công thì tỷ lệ mẫu kiểm tra là 10% hay cao hơn một chút.

Còn tỷ lệ mẫu để kiểm tra chất lượng hàng thường lấy từ 1- 5% tỷ lệ mẫu đã lấy để kiểm tra xác định số lượng hàng. Dùng mẫu đó để tiến hành kiểm tra về mặt ngoại quan và chỉ tiêu hoá lý của hàng mua.

- + Kiểm tra toàn bộ là việc kiểm tra đến từng bộ phận, từng sản phẩm của lô hàng mua và được áp dụng trong các trường hợp sau: lô hàng quý hiếm đặc biệt, giá trị cao. Lô hàng nhỏ dưới 10 bao kiện. Lô hàng khi kiểm tra đại diện không khớp với chứng từ. Lô hàng mới sản xuất và gia công lần đầu. Lô hàng

rời và vụn. Lô hàng không đồng nhất và giấy tờ ghi không chi tiết cụ thể cho từng bao kiện. Lô hàng mau hỏng dễ thối, cần xác định mức độ biến chất của hàng hoá. Lô hàng có hiện tượng khả nghi hoặc hàng hoá đóng gói trong bao bì không đảm bảo tiêu chuẩn quy định.

Về phương pháp kiểm tra: kiểm tra về số lượng và chất lượng hàng mua. Kiểm tra số lượng hàng hoá: là việc cân, đo, đong, đếm tùy theo loại hàng mua, theo đơn vị tính của nó. Kiểm tra về chất lượng hàng hoá: là việc dùng phương pháp cảm quan hay thí nghiệm tùy thuộc vào loại hàng và sự thoả thuận của 2 bên mua - bán. Song phương pháp cảm quan được tiến hành là chủ yếu.

- Một số lưu ý khi kiểm nhận hàng:

+ Kiểm nhận hàng cả về số lượng và chất lượng, kiểm nhận về chứng từ, về bao bì, rồi đến kiểm nhận hàng hoá.

Khi kiểm nhận hàng phải tiến hành công khai để cả người mua – người bán theo dõi được rõ ràng kết quả kiểm tra.

Kiểm nhận hàng phải chính xác, trung thực không được ép giá, ép loại, ép cấp hạng hàng giao dịch.

+ Phải kiểm tra kỹ về bao bì và nhãn mác xem bao bì có nguyên vẹn, sạch, đẹp không. Nhãn mác ghi có đủ thông tin và ghi có đúng không và thời hạn sử dụng của hàng có còn không.

Nếu bao bì bị hư hỏng, có nghi vấn thì đổi lấy bao kiện khác, nếu kho người bán đã hết thì phải kiểm tra thật kỹ hàng hoá bên trong bao kiện.

+ Hàng giao nhận bị thừa thiếu sai quy cách:

Hàng bị thiếu: nhận bù cho đủ. Hàng thừa có thể trả lại cho người bán, nếu kho còn chỗ chứa và hàng bán được thì có thể nhận và thanh toán thêm cho người bán. Hàng bị sai quy cách, lẫn loại, kém phẩm chất, tuyệt đối không nhận.

+ Khi đã nhận đúng và đủ hàng trong giấy xuất kho, nhận đủ các loại chứng từ có liên quan tới lô hàng thì người mua ký nhận vào chứng từ của người bán.

Các loại chứng từ có liên quan tới lô hàng mua (tùy loại hàng mà có chứng từ thích hợp): phiếu đóng gói hàng, giấy bảo hành hàng hoá, bản hướng dẫn sử dụng và bảo dưỡng hàng, giấy chứng nhận chất lượng hàng hoá, lý lịch hàng hoá, hoá đơn mua hàng, giấy ra vào cổng của lái xe, giấy phép vận chuyển hàng hoá của công an đối với hàng đặc biệt, hàng quý.

Bước 3: Vận chuyển hàng hoá đã mua về doanh nghiệp.

Trước tiên phải kiểm tra phương tiện vận chuyển xem có đảm bảo độ an toàn không, tính vệ sinh của phương tiện có phù hợp với tính chất hàng cần vận chuyển, đã có đủ vật che nắng mưa cho hàng chưa... rồi mới xếp hàng lên xe.

- Khi xếp hàng lên phương tiện vận chuyển phải xếp đúng kỹ thuật hướng dẫn ghi trên bao bì, phù hợp với tính chất hàng hoá, tận dụng được diện tích và dung tích xe, đảm bảo hàng hoá an toàn trên đường vận chuyển.

- Việc bảo quản và bảo vệ hàng trên đường:

Khi vận chuyển hàng, người áp tải hàng thường phải ngồi trên thùng xe cùng với hàng hoá. Tùy loại phương tiện chở hàng và tùy loại hàng mua mà người mua hàng có thể ngồi trên cabin cùng lái xe hoặc đi bằng phương tiện khác ngay sau xe hàng. Chủ phương tiện và người áp tải hàng phải hoàn toàn chịu trách nhiệm vật chất khi hàng về tới kho bị thiếu hụt, dập vỡ... vì vậy không để xe đi vào các ổ gà, không phóng nhanh vượt ẩu, không đỗ xe tùy tiện và không cho người lạ lên xe trên đường vận chuyển hàng.

- Nhập hàng vào kho doanh nghiệp.

Trước hết người mua hàng phải giao chứng từ kèm theo lô hàng cho thủ kho, để thủ kho có căn cứ nhập hàng vào kho.

Khi giao hàng cho thủ kho cũng phải giao hàng cả về số lượng và chất lượng hàng. Luôn có mặt cùng thủ kho để chứng kiến kết quả giao nhận hàng mua.

Thông báo tình hình hàng mua cho thủ kho, giúp thủ kho kịp thời xử lý lô hàng khi cần và có kế hoạch bảo quản cũng như xuất bán hợp lý.

Giao nhận hàng xong, người mua phải ký nhận vào phiếu nhập kho của thủ kho, giữ lại một bản để nộp cho kế toán doanh nghiệp.

Bước 4: Hoàn tất chứng từ.

- Người mua hàng nộp hoá đơn mua hàng và phiếu nhập kho cho kế toán.

- Thanh toán các khoản tiền mua hàng với kế toán. Để thanh toán được nhanh chóng và chính xác, người mua hàng phải tập hợp được đủ các chứng từ phát sinh trong cả đợt mua hàng, đó là: giấy tạm ứng tiền, hoá đơn mua hàng, giấy thuê phương tiện, thuê bốc dỡ hàng, tiền trọ và ăn uống qua đêm và các chi phí cần thiết khác.

Sau đó lập bảng kê tiền mua hàng theo đúng số liệu của chứng từ trên.

Lên phòng kế hoạch tài vụ thanh toán tiền tạm ứng. Nếu tiền tạm ứng nhỏ hơn số tiền cần chi thì doanh nghiệp thương mại sẽ trả lại người mua hàng và ngược lại.

4.3. Sau khi mua hàng

- Nhân viên mua hàng phải làm báo cáo về kết quả đợt mua hàng, với những nội dung sau: tên hàng mua, số lượng và chất lượng hàng mua, tổng giá trị hàng mua để gửi lên phụ trách của doanh nghiệp và phòng kế toán kịp thời.

Mở sổ theo dõi hợp đồng: nhằm giúp doanh nghiệp thương mại nắm chắc được lượng hàng đã nhận, biết lượng hàng còn tồn đọng chưa mua bán giao nhận đợt này, từ đó đôn đốc cơ sở sản xuất thực hiện tốt hợp đồng đã ký.

Kiểm tra, xem xét lại dụng cụ bao bì: để chuẩn bị cho đợt mua hàng tiếp theo được tốt.

Tổng kết rút kinh nghiệm của một đợt mua hàng.

+ Rút kinh nghiệm cho bản thân về các mặt: phương pháp công tác, cách vận động thu mua, cách tiếp nhận hàng mua, công tác chuẩn bị mua hàng, việc mở rộng mối quan hệ với sản xuất, cách thức thanh toán tiền mua với người bán hàng...

+ Mở hội nghị những người mua hàng: để rút kinh nghiệm về công tác mua hàng của nhóm, của tổ và cho doanh nghiệp mình.

+ Kiến nghị biện pháp mua hàng có hiệu quả.

Lưu ý về các loại chứng từ có liên quan đến đợt mua hàng

Tuỳ đặc điểm của từng mặt hàng, của từng lô hàng cụ thể, tuỳ loại phương tiện vận chuyển hàng mà có các chứng từ liên quan khác nhau.

- Sổ mã hàng, mã cân.
- Phiếu báo giá.
- Giấy tạm ứng tiền mua hàng.
- Hợp đồng mua bán hàng hoá hay lịch giao nhận hàng.
- Sổ theo dõi hàng nhập hoặc hàng mua.
- Giấy tờ tuỳ thân của nhân viên mua hàng (chứng minh thư nhân dân, giấy giới thiệu của cơ quan, giấy uỷ nhiệm nhận hàng).
- Phiếu mua hàng (hoá đơn bán hàng của bên bán).
- Phiếu xuất kho của bên bán.
- Phiếu đóng gói hàng hoá.
- Giấy bảo hành hàng hoá.
- Giấy bảo đảm chất lượng hàng hóa.
- Các bản catalô hay lý lịch hàng hoá, hướng dẫn cách sử dụng và bảo quản hàng.
- Biên bản kiểm nhận hàng và biên bản đòi hao hàng hoá.
- Phiếu nhập kho của bên mua.
- Lệnh vận chuyển của lái xe.
- Các loại chứng từ liên quan khác.

Là nhân viên nghiệp vụ kinh doanh thì chức năng chính là mua hàng về nhập vào kho doanh nghiệp hay nhập hàng vào cửa hàng và giao nhận hàng từ kho ra quầy bán lẻ.

Trên đây là quá trình nghiệp vụ mua hàng về nhập vào kho doanh nghiệp, nhưng hiện nay ở một số doanh nghiệp thương mại lại có một bộ phận chuyên trách làm nhiệm vụ mua hàng về nhập vào kho cửa hàng và chuyên làm nhiệm vụ giao nhận hàng giữa kho và quầy hàng bán lẻ của cửa hàng.

Việc tiếp nhận hàng vào cửa hàng được tiến hành như sau:

- Phụ trách cửa hàng phải nắm vững lịch nhận hàng để đơn đốc thủ kho chuẩn bị tiếp nhận hàng.

- Cửa hàng trưởng, thủ kho hay người được uỷ quyền mới có quyền tiếp nhận hàng vào kho và tất cả hàng nhập vào cửa hàng đều phải qua kho cửa hàng, không được nhập ngay ra quầy. Hàng nhập kho phải có đủ chứng từ hợp lệ, nếu hàng nhập kho không có đủ chứng từ và chứng từ không hợp lệ thì không được nhập kho, hoặc có đủ chứng từ mà chưa có hàng thì cũng không được nhập kho.

- Tiếp nhận hàng vào cửa hàng được tiến hành theo hai bước:

- + Bước 1: Kiểm tra khối lượng, số lượng và tình trạng bao bì, đối chiếu với chứng từ giao hàng.

- + Bước 2: Nghiệm thu hàng hoá về số lượng và chất lượng.

- Khi mở hòm kiện phải có mặt cửa hàng trưởng, kế toán trưởng hay người phụ trách kinh doanh của cửa hàng chứng kiến.

- Hàng nhập nguyên đai nguyên kiện nhưng khi giao ra quầy bán lẻ mà phát hiện thấy thừa thiếu thì phải lập biên bản có đủ chữ ký của người chứng kiến để làm căn cứ xử lý.

Việc giao nhận hàng giữa kho cửa hàng và quầy hàng bán lẻ được tiến hành theo nguyên tắc sau:

- Người bán hàng phải căn cứ vào lượng hàng bán ra hàng ngày mà yêu cầu bổ sung hàng ra quầy, việc này phải được làm đầy đủ trước ngày (ca) bán hàng.

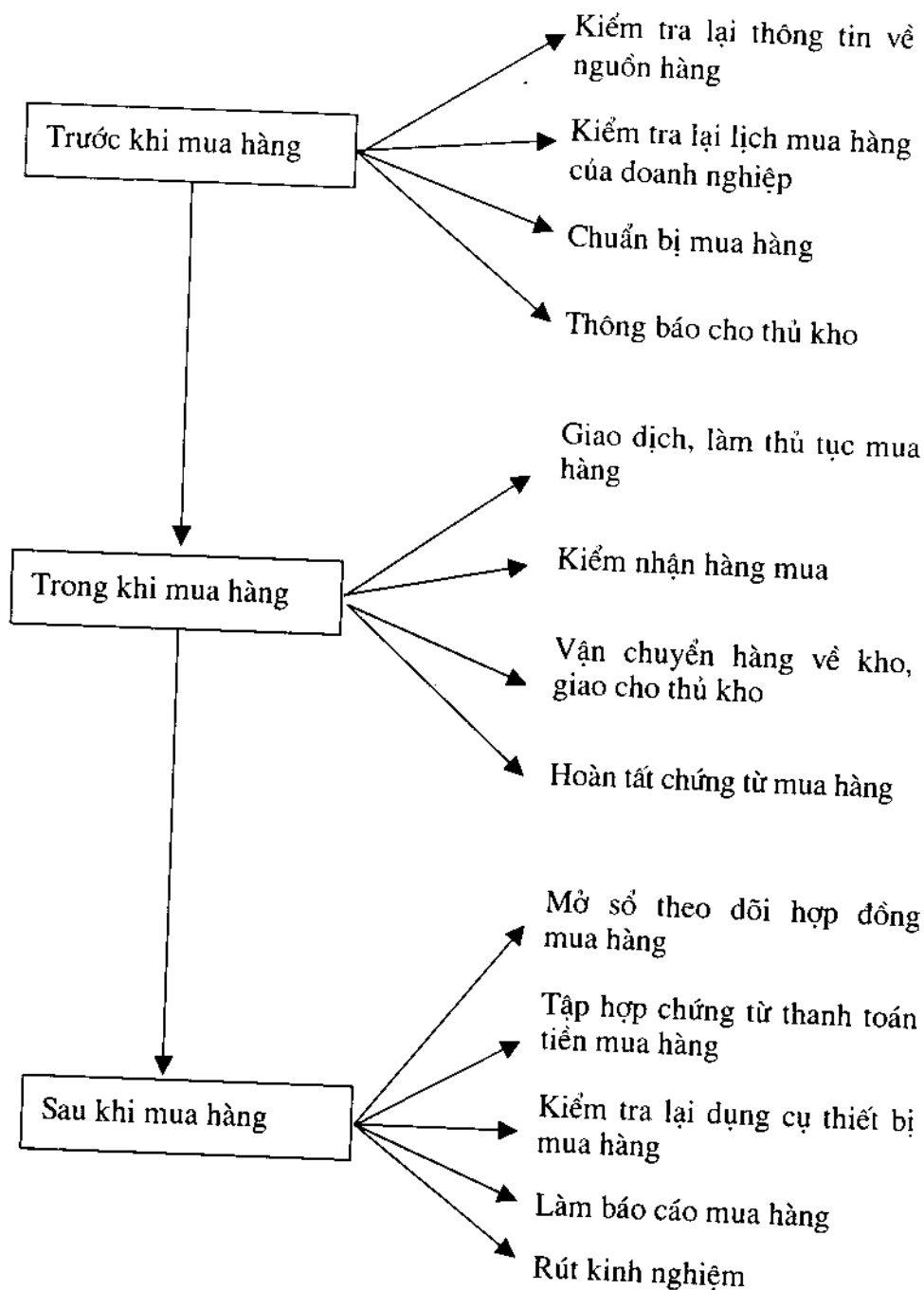
- Hàng hoá đã giao ra quầy thì người bán hàng ca đó phải hoàn toàn chịu trách nhiệm vật chất về số hàng đó

- Hàng xuất ra quầy phải có phiếu xuất kho hợp lệ của kế toán và chữ ký của phụ trách cửa hàng. Trong phiếu xuất phải ghi rõ và đầy đủ: tên hàng, ký hiệu, số lượng hay khối lượng hàng, giá đơn vị.

- Phải giao nhận hàng lẻ, không giao nguyên đai nguyên kiện, nguyên hòm. Khi giao nhận, phải cân đong đo đếm hàng hoá cụ thể theo đúng đơn vị tính của hàng hoá.

- Giao nhận hàng xong người nhận phải ký vào giấy tờ giao nhận. Hàng giao ra quầy ngày nào phải vào sổ của tổ và quầy ngay ngày hôm đó.

**SƠ ĐỒ TỔNG QUÁT NGHIỆP VỤ MUA HÀNG
THEO HỢP ĐỒNG MUA BÁN TẠI KHO NGƯỜI BÁN**



5. Quá trình nghiệp vụ mua hàng "trôi nổi"

Doanh nghiệp thương mại khi mua hàng với một lô lớn thường mua theo hợp đồng mua bán. Trong trường hợp cần mua hàng ngoài thị trường tự do hoặc mua hàng của các nguồn hàng phân tán, mua đột xuất không định trước và mua với số lượng ít... Doanh nghiệp thương mại sẽ ra thị trường chọn mua những hàng theo yêu cầu của khách về để bán và người ta gọi đây là nghiệp vụ mua hàng "trôi nổi".

Nghiệp vụ này bao gồm mua hàng công nghệ phẩm và mua hàng thực phẩm nông sản.

5.1. Quá trình nghiệp vụ mua hàng công nghệ phẩm

Việc mua hàng công nghệ phẩm sẽ được tiến hành theo trình tự sau:

- Trước khi mua hàng:

Nhân viên mua hàng phải nắm vững nhu cầu về hàng hoá của khách hàng bao gồm: tên hàng, chủng loại, số lượng, màu sắc, cỡ số, giá cả... và các loại dịch vụ kèm theo để phục vụ khách. Từ đó tìm hiểu xem nguồn hàng nào sẽ có khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng, nguồn hàng ấy ở đâu, phương thức mua bán thế nào, có chế độ ưu đãi đối với người mua không... Sau đó cử cán bộ nghiệp vụ đến nơi có hàng bán để lấy giấy báo giá các mặt hàng mà doanh nghiệp cần mua (phải lấy giấy báo giá của một vài nơi về cùng một mặt hàng) nộp cho kế toán để xem xét và trình của hàng trưởng duyệt mua. Cửa hàng trưởng duyệt mua sẽ đánh dấu vào mặt hàng đồng ý cho mua theo giá đó, lúc ấy phòng nghiệp vụ sẽ lập bảng báo giá cụ thể cho danh mục hàng cần mua.

MẪU GIẤY BÁO GIÁ

Số TT	Tên hàng	Đơn vị tính	Đơn giá

Thủ trưởng ký duyệt

Nhân viên mua hàng kiểm tra lại danh mục hàng mua đã được duyệt và tiến hành công tác chuẩn bị mua hàng. Chuẩn bị giấy tờ cần thiết của cá nhân người mua hàng như: chứng minh thư nhân dân, giấy báo giá của bên bán, sổ mã hàng, máy tính cá nhân, bút viết và giấy tờ, phương tiện đi lại. Chuẩn bị phương tiện vận chuyển hàng, nếu doanh nghiệp thương mại có ô tô thì người

mua hàng phải làm thủ tục xin xe và lái xe, tùy thuộc vào loại hàng số lượng hàng, quãng đường vận chuyển mà xin một hay nhiều xe rồi thông báo cho lái xe biết quãng đường vận chuyển, địa điểm đến mua hàng, khối lượng hàng mua, thời gian đến nơi mua hàng... để lái xe có kế hoạch chuẩn bị giấy tờ vận chuyển hàng và xin xăng cho hợp lý. Nếu doanh nghiệp thương mại không có xe ô tô thì nhân viên mua hàng nên có kế hoạch thuê xe tại nơi mua hàng để giảm chi phí vận chuyển. Nếu lúc đi, nhân viên mua hàng mang hàng đi giao cho đơn vị kinh doanh khác, lúc về chuyển hàng mua về kho thì nên thuê xe từ điểm xuất phát. Tùy loại hàng, khối lượng hàng và thời tiết lúc đó mà chuẩn bị túi bao, hộp hay bát để chứa đựng và che đậy hàng nhằm đảm bảo cho hàng hoá được an toàn và sạch.

Cần chuẩn bị tiền mua hàng, thông thường việc mua hàng trôi nổi phải thanh toán bằng tiền mặt. Để có tiền mặt đi mua hàng phải làm thủ tục tạm ứng tiền mua hàng theo trình tự sau: viết giấy tạm ứng tiền, trình thủ trưởng ký duyệt, đến tài vụ nhận tiền. Số tiền tạm ứng đi mua hàng bằng tiền hàng cộng với các chi phí cần thiết khác để đề phòng bất trắc xảy ra vẫn có thể có tiền để xử lý kịp thời.

MẪU GIẤY TẠM ỨNG TIỀN

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

.....oOo.....

GIẤY ĐỀ NGHỊ TẠM ỨNG TIỀN

Kính gửi ông (bà).....

Chức vụ.....

Tên tôi là..... nhân viên cửa hàng.....

Xin tạm ứng số tiền là:.....

(số tiền bằng chữ):.....

Lý do tạm ứng: để mua hàng và thuê phương tiện vận chuyển hàng theo giấy báo giá.....

Ngày.....tháng..... năm.....

Thủ trưởng đơn vị
Ký duyệt

Kế toán
Ký nhận

Người tạm ứng
Ký nhận

Sau cùng là việc thông báo cho thủ kho của doanh nghiệp biết tên hàng, khối lượng hàng, thời gian hàng sẽ về tới kho để thủ kho xác định chính xác thời gian chuẩn bị nhận hàng, chuẩn bị giấy tờ, phương tiện dụng cụ, bao bì, nhân lực để tiếp nhận hàng hoá và số lượng kho để chứa hàng cho hợp lý.

- Trong khi mua hàng:

Đến nơi có hàng bán, nhân viên mua hàng xuất trình giấy tờ để làm thủ tục mua hàng bao gồm: chứng minh thư nhân dân và giấy báo giá với bộ phận bán hàng để lấy hoá đơn bán hàng của bên bán (hoá đơn giá trị gia tăng); rồi kiểm tra kỹ hoá đơn xem nội dung có ghi đủ và chính xác chưa, chữ ký và con dấu đúng và đủ chưa; sau đó tiến hành thanh toán với người bán hàng và xuống kho để nhận hàng. Khi đến kho, nhân viên mua hàng đưa hoá đơn cho thủ kho để lập phiếu xuất kho. Nhân viên mua hàng dựa vào hoá đơn và phiếu xuất kho của bên bán để kiểm nhận hàng về số lượng và chất lượng. Kiểm nhận về số lượng và chất lượng bằng cách: đếm, cân, đóng, đo theo đơn vị tính của từng loại hàng cụ thể. Kiểm nhận phải theo thứ tự các mặt hàng ghi trong hoá đơn, kiểm xong mặt hàng nào thì đánh dấu ngay mặt hàng đó để tránh bị trùng sót hàng, nhận đến đâu phải ghi sổ mã hàng (sổ cá nhân để theo dõi) ngay đến đấy để khi nhận hàng xong toàn bộ lô hàng nếu có gì vướng mắc thì có căn cứ tra cứu lại. Khi kiểm nhận hàng mua phải chia làm 3 khu vực để hàng: bên trái là khu vực hàng chưa kiểm, ở trước mặt là khu vực hàng đang kiểm, bên phải là khu vực hàng đã kiểm.

Khi kiểm tra chất lượng hàng phải căn cứ vào tiêu chuẩn ghi trên phiếu bảo hành, hoá đơn của bên bán hoặc cam kết chung của hai bên mà tiến hành kiểm xem bao bì chứa hàng còn nguyên vẹn không, cách ghi nhãn và nhãn hiệu hàng hoá có rõ ràng không, thời hạn sử dụng còn không, mã số hàng hoá. Sau đó kiểm tra đến toàn bộ hàng hoá có bên trong bao bì về: hình dáng, cỡ số, chủng loại, màu sắc, mùi vị, độ trong suốt... cũng như các bộ phận của hàng hoá xem có đủ và chắc chắn không. Nên thử hàng để biết chắc chắn về khả năng vận hành của hàng hoá như: độ vừa mắt, chạy êm, bật sáng ngay, không nhòe, không nhiễu...

Lưu ý: khi mua hàng phải tìm mua của nguồn hàng có uy tín, hàng tốt, giá cả hợp lý và hợp với nhu cầu của khách hàng.

Hàng mua phải biết rõ nguồn gốc xuất xứ của hàng hoá và có đủ chứng từ hợp lệ kèm theo lô hàng để mua hàng xong có khách là doanh nghiệp có thể bán được ngay.

Hàng mua tại kho nơi bán nếu thấy bao bì không bảo đảm, hàng bị dập vỡ, méo bẹp hay chất lượng có nghi vấn... thì nên đổi lấy bao kiện khác. Tùy loại hàng hoá mà có khi người mua tiến hành kiểm tra chất lượng trước, nếu bảo đảm mới tiến hành kiểm nhận số lượng hàng sau.

Hàng mua đến đâu thì ghi sổ công tác hay còn gọi là sổ mã hàng, sổ cá nhân đến đấy, để tiện theo dõi và tra cứu khi giữa người mua và người bán không thống nhất về kết quả kiểm tra.

Khi thanh toán tiền mua hàng phải tuân thủ đúng nguyên tắc giao nhận tiền mặt, tiền qua tay ai người đó phải đếm lại ngay, phải chứng kiến người bán kiểm đếm tiền và đề nghị bên bán hàng ký nhận hoặc đóng dấu trên hoá đơn mua hàng là đã thanh toán đủ.

Các chi phí phát sinh trên đường đi mua hàng mà nhân viên mua phải chi thì phải có chứng từ và hóa đơn hợp lý để làm cơ sở cho việc thanh toán sau này.

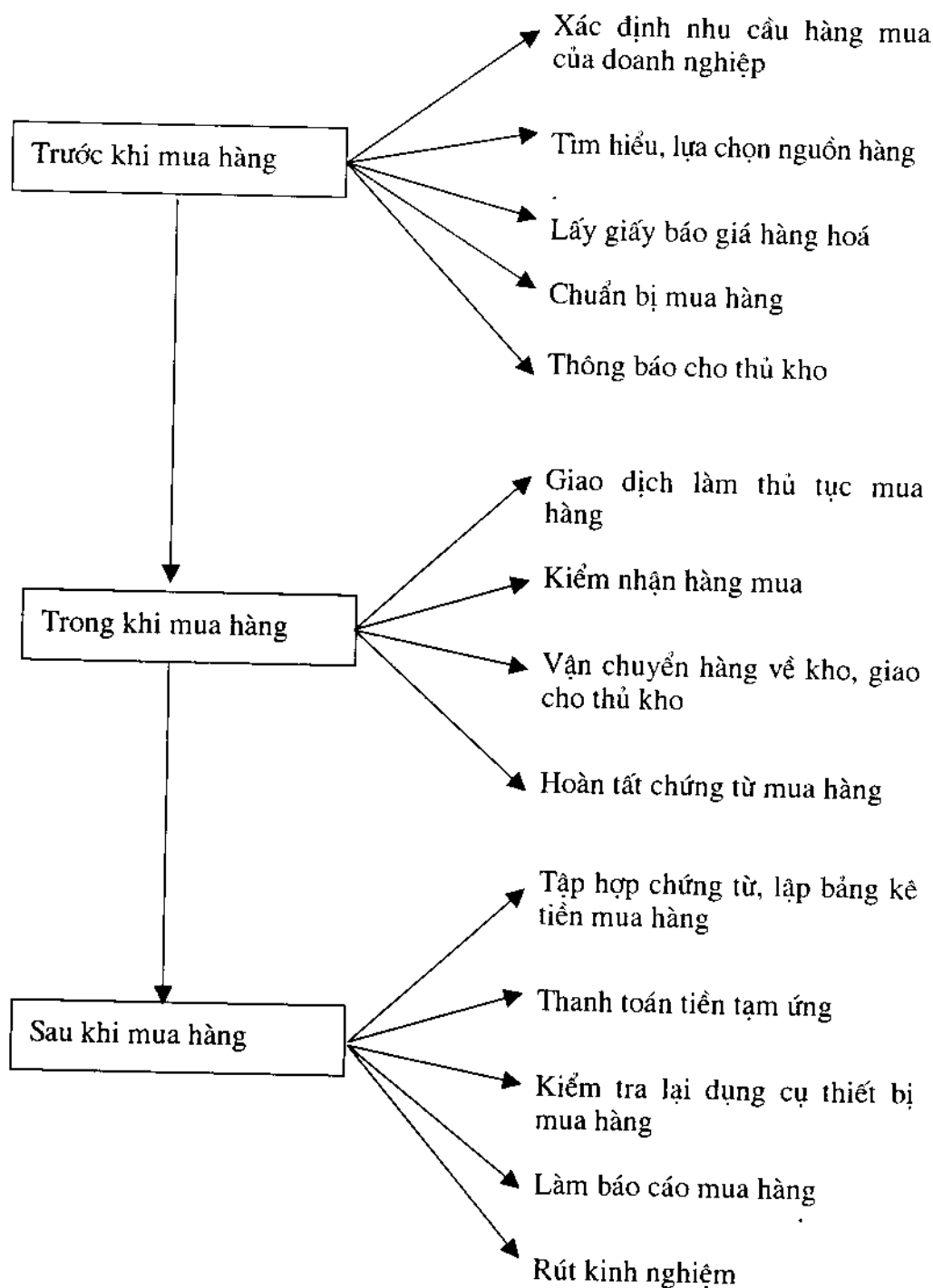
- Sau khi mua hàng:

Kiểm nhận hàng xong thì chất xếp hàng lên phương tiện vận chuyển để chuyển hàng về kho của doanh nghiệp. Trước khi xếp hàng lên xe phải để nghị lái xe kiểm tra lại khả năng vận hành của xe. Nhân viên mua hàng kiểm tra độ an toàn và vệ sinh của xe sau đó chất xếp hàng lên xe theo đúng hướng dẫn ngoài bao bì, nếu nhân viên mua hàng là người áp tải hàng thì phải hoàn toàn chịu trách nhiệm vật chất về toàn bộ lô hàng về giao cho thủ kho doanh nghiệp.

Khi hàng về tới doanh nghiệp, nhân viên mua hàng tiến hành vào sổ mua hàng và giao hàng cho thủ kho, giao chứng từ trước để thủ kho có căn cứ tiếp nhận hàng vào kho, lúc ấy nhân viên mua hàng phải chứng kiến thủ kho tiếp nhận hàng để cùng hỗ trợ và phân rõ trách nhiệm vật chất giữa hai bên. Khi giao nhận xong, nhân viên mua hàng cùng thủ kho phải ký nhận vào phiếu nhập hàng của thủ kho.

Sau đó nhân viên mua hàng tập hợp chứng từ có liên quan đến lô hàng mua, lập bảng kê về các khoản tiền mua hàng, nộp kế toán kịp thời, thanh toán tiền tạm ứng mua hàng và làm báo cáo mua hàng.

Sơ đồ nghiệp vụ mua hàng "trôi nổi" áp dụng với hàng công nghệ phẩm:



5.2. Quá trình mua hàng nông sản, thực phẩm

5.2.1. Trước khi mua hàng

Nhân viên mua hàng phải điều tra lại kết quả của sản xuất để dự ước được về sản lượng và mặt hàng, tên hàng cụ thể mà doanh nghiệp thương mại có thể mua được từng loại thực phẩm nông sản sạch với thời gian nhất định, đặc biệt là hàng được sản xuất theo thời vụ.

Dựa vào nhu cầu tiêu dùng về hàng hoá của khách hàng mà điều tra lại kết quả của sản xuất về: mặt hàng, số lượng, chất lượng, cơ cấu hàng và thời gian thu hoạch hàng thực phẩm nông sản. Tìm hiểu sản lượng của người sản xuất có thể đạt được, mức độ đảm bảo tính vệ sinh và an toàn thực phẩm của các nhà sản xuất, chế độ chăm sóc tỉ mỉ như thế nào. Đồng thời tìm hiểu nhu cầu của người sản xuất trong quá trình tạo ra hàng nông sản thực phẩm về cây, con giống, phân bón, thuốc trừ sâu, xăng dầu, công cụ để chăm sóc và thu hoạch sản phẩm cũng như nhu cầu của họ về hàng tiêu dùng khác (hàng may mặc sẵn, hàng vải sợi, hàng dụng cụ gia đình, hàng thực phẩm công nghệ khác...). Việc điều tra này được tiến hành như sau: cán bộ thu mua phải thường xuyên bám sát cơ sở sản xuất, trực tiếp gặp người sản xuất và tham quan nơi họ làm ra sản phẩm đó để biết được khả năng thực tế của sản xuất và nhu cầu nguyện vọng của họ để doanh nghiệp thương mại đến mua hàng và cung cấp các dịch vụ bổ sung cho sản xuất được kịp thời. Hoặc có thể thông qua hội nghị những người bán hàng để nắm bắt nhu cầu và chọn thời cơ thích hợp để thu gom hàng hoá cho thích hợp.

Sau đó tiến hành xây dựng lịch mua hàng cho từng mặt hàng, từng người sản xuất theo thời gian cụ thể và vận chuyển bằng phương tiện gì cho hợp lý.

Chuẩn bị các phương tiện vận chuyển hàng mua: phương tiện vận chuyển thô sơ như xe đẩy tay, xe cải tiến, xe đạp thồ, xe xích lô và xe máy... áp dụng cho quãng đường vận chuyển ngắn, số lượng hàng ít. Phương tiện vận chuyển cơ giới là ô tô áp dụng với quãng đường vận chuyển dài và khối lượng hàng mua lớn. Ở nơi có nhiều sông ngòi có thể vận chuyển bằng thuyền, xuồng, ca nô, tàu thủy...

Chuẩn bị dụng cụ đo lường bao gồm các loại cân, với các địa điểm mua hàng cố định là cân bàn. Địa điểm mua hàng lưu động là cân treo các loại, thước dây để đo chiều dài vật cân đo nhằm xác định tương đối khối lượng vật cân cân.

Chuẩn bị bao bì chứa hàng, hàng nông sản thực phẩm (hạt nông sản, hạt ngũ cốc, các loại rau, củ quả và gia cầm).

Với hạt nông sản: căn cứ vào khối lượng hạt nông sản dự ước mua, định mức chứa đựng từng loại hạt nông sản đối với từng loại bao bì, ta ước tính được số lượng bao bì cần chuẩn bị.

$$\text{Số lượng bao bì cần chuẩn bị} = \frac{\text{Khối lượng nông sản dự ước mua}}{\text{Định mức chứa đựng của 1 bao bì}}$$

Đối với các loại rau quả như khoai tây, cà các loại, xu hào, cà rốt... nên sử dụng các loại sọt tre để chứa đựng. Đối với gia cầm thì phải chuẩn bị lồng tre, sọt tre và cách tính như đối với bao bì chứa hạt nông sản.

Chuẩn bị sổ sách và chứng từ cần thiết cho việc mua hàng như sổ mã cân, phiếu mua hàng, phiếu vận chuyển của lái xe, máy tính cá nhân và bút ghi, giấy tờ tùy thân của nhân viên thu mua.

Chuẩn bị nhân lực bao gồm người kiểm nhận hàng, khuôn vác, chất xếp và vận chuyển hàng. Nếu khối lượng hàng mua ít, hàng đơn giản thì chỉ cần nhân viên thu mua và nhân viên lái xe là đủ. Chuẩn bị tiền mặt đi mua hàng (thủ tục tạm ứng tiền mặt như đi mua hàng công nghệ phẩm).

Cuối cùng là thông báo cho thủ kho doanh nghiệp về tên hàng mua, khối lượng hàng mua, thời gian hàng về kho để thủ kho chủ động chuẩn bị tiếp nhận hàng kịp thời hợp lý.

5.2.2. Trong khi mua hàng

Trước tiên phải phân loại hàng hoá thành các hạng loại nhất định; rồi tiến hành kiểm tra chất lượng hàng trước, kiểm tra số lượng, khối lượng hàng sau. Sau đó tiến hành thanh toán cho người bán và chất xếp hàng lên phương tiện để chuyển hàng về doanh nghiệp giao cho thủ kho.

Công tác phân loại hàng hoá được tiến hành như sau:

Khi thu mua lợn hơi:

- Phải phân cấp lợn thành ba cấp

Cấp I có khối lượng từ 40 -50kg

Cấp II có khối lượng từ 51- 60kg

Cấp III có khối lượng từ 61kg trở lên.

Sau đó phân loại lợn thành loại I, loại II, loại III hoặc loại A, loại B, loại C (loại I chính là loại A, loại II chính là loại B, loại III chính là loại C).

Lợn loại I phải đảm bảo các tiêu chuẩn cơ bản sau: nhỏ đầu, chân nhỏ, xương nhỏ. Thừa lông, lông mượt. Mỏng da, da mềm mại. Béo, mỡ vai nở đều và bụng thon nhỏ. Dáng nhanh nhẹn, mắt linh hoạt. Sống mũi có nhiều mỗ hôi, mũi sạch không chảy rãi, thở bình thường. Tập ăn, ăn uống bình thường, tỷ lệ mỡ hàm sau khi giết mổ phải đạt tỷ lệ 68- 74% so với khối lượng ban đầu.

Lợn loại II về cơ bản đạt yêu cầu như tiêu chuẩn của lợn loại I nhưng có khác một số điểm: đầu to, chân và xương to. Béo nhưng mỡ vai nở không đều, bụng to (nếu do ăn no trừ no nhiều, đói trừ no ít) lông dày, da cứng hơn lợn loại I.

Lợn loại III là loại lợn không đạt đầy đủ các tiêu chuẩn của lợn loại II: đầu to, chân to, xương to và không béo, lông dày, da cứng.

Trong thực tế còn gặp loại lợn giống tiêu chuẩn lợn loại II, loại III song có khác: lợn mệt mỏi, tiếng kêu rên rĩ, hay kêu vật, thở khò khè, da và lông cứng, lông dễ rụng, ăn uống không bình thường. Đây là loại lợn yếu, ốm, đang có bệnh, không thu mua.

Thu mua gà, vịt, ngan, ngỗng:

Gà vịt, ngan, ngỗng có nhiều giống khác nhau: gà đông cảo, gà hồ, gà lơgo, gà ri, gà công nghiệp... Trong đó gà ri nhỏ con nhưng thịt thơm ngon hơn cả. Vịt có vịt đàn, vịt bầu, vịt lai ngan... Trong đó vịt bầu to hơn vịt đàn, thịt mềm, ngon hơn vịt đàn.

Tiêu chuẩn lựa chọn gà, vịt trong thu mua như sau: con béo khỏe, tiếng kêu thanh, mắt sáng, mào đỏ, lông mượt, mịn. Riêng đối với gà chú ý lựa chọn thêm các tiêu chuẩn sau: mào đỏ tươi, nhanh nhẹn, da không mịn nhưng mềm mại và co dãn tốt, ngực nhô về phía trước, lưng dài rộng và phẳng, cánh ôm khít vào thân, không rũ xuống đuôi, cựa ngắn, mỏ nhú, phao câu mỡ màng...

Nếu gà, vịt ủ rũ, chậm chạp, ít vận động, kêu nhiều và tiếng khàn, mào xám, lông dễ rụng... là gà ốm, loại này thịt thâm và nhũn (loại này không thu mua).

Trong thực tế doanh nghiệp thương mại còn thu mua sản phẩm của gia cầm là trứng theo các tiêu chuẩn: vỏ trứng sạch, không dính phân, dính đất, nguyên vẹn, không dập vỡ, vỏ ráp và có bụi phấn trên mặt vỏ. Khối lượng trứng khi nhắc thấy nặng tay. Buồng hơi ở phía đầu to của quả trứng ở chính giữa và càng nhỏ thì trứng càng tốt. Soi qua ánh sáng lòng trắng có màu vàng trong suốt, không có vết lốm đốm. Lòng đỏ nằm chính giữa quả trứng, khi soi thấy có bóng hồng mờ. Nếu lòng đỏ lệch khỏi trung tâm trứng, buồng hơi trứng to, vỏ trứng bẩn hoặc vỏ nhẵn là loại trứng có chất lượng kém hơn.

Thu mua cá:

Với cá to như trắm, trôi, mè, chép... trước hết phải xác định khối lượng đầu

con rồi từ đó tiến hành phân loại cá và đánh giá chất lượng cá theo các chỉ tiêu sau: về mắt cá, mồm và mang cá, vẩy cá, bụng cá...

Với cá nhỏ tiến hành cân toàn bộ lô hàng rồi đánh giá chất lượng cá như sau: lấy một lượng cá trong lô hàng làm mẫu và đánh giá chất lượng cá dựa vào các chỉ tiêu về loại cá, tỷ lệ các loại cá, độ tươi mới... từ đó đánh giá chất lượng cả lô hàng.

Thu mua rau quả, củ nói chung:

Trước hết phải căn cứ vào thời vụ và mức độ tươi mới của rau quả củ. Rau quả củ chính vụ thường đảm bảo độ chín, độ tươi mới theo yêu cầu kỹ thuật của từng mặt hàng và rau quả ít xơ. Rau quả cuối vụ hay trái vụ thường cần cỗi, già cứng, xơ xốp, mã không đẹp, ăn không ngon.

Rau muống đầu mùa thường bắt đầu vào tháng hai đến tháng ba, cuối mùa vào tháng 9 tháng 10 hàng năm. Rau muống có hai loại: muống trắng và muống đỏ. Khi thu mua cần lựa chọn: rau non, tươi, ngọn thẳng, lá xanh mỡ, không sâu bọ... nếu cuống rau cong, nhiều gốc già, nhiều xơ, lá héo, nhiều sâu là rau xấu.

Bắp cải thời vụ thường bắt đầu từ tháng 11 đến tháng 12 năm trước kéo dài đến tháng 3, tháng 4 của năm sau. Khi thu mua cần lựa chọn những cây cuộn chặt, lá dày, đầu lá khép kín không xoè, rau non, cuống tàu lá nhỏ là loại rau ít xơ. Thường kiểm tra bằng cách lấy ngón tay ấn lên bắp cải, thấy bắp chắc là rau non và phát triển đến độ thu hoạch, bắp mềm do chưa cuộn chặt, chưa phát triển đến độ thu hoạch.

Cải bẹ xanh, bẹ trắng: chính vụ thường kéo dài từ tháng 9 năm trước đến tháng 1 năm sau. Cải bẹ xanh có hai loại, loại lá to và loại lá nhỏ, khi thu mua nên chọn những cây rễ nhỏ, cuống nhỏ, lá non xanh, bẹ dẹt và giòn, ít xơ và không bị sâu. Cải bẹ trắng có màu bẹ và lá trắng hơn, cây nhỏ hơn cải bẹ xanh nhưng cuống to hơn, khi thu mua nên chọn cây gốc nhỏ, rễ nhỏ vì cây gốc to, rễ to là loại nhiều xơ.

Xu hào có cùng mùa với bắp cải thời vụ thu hoạch từ tháng 11 năm trước đến tháng 4 năm sau. Khi thu mua chọn cây có dục lá nhỏ, thưa lá, rễ nhỏ, củ non, nặng tay, vỏ mỏng và có phần trắng, không nứt nẻ và sâu đục.

Củ cải thời vụ thu hoạch từ tháng 7 đến tháng 11 hàng năm. Khi thu mua chọn những củ to non, trắng, nhẵn không xù xì và không có màu xanh ở đầu trên của củ, chọn củ không bị nứt nẻ, không bị sâu và thẳng. Củ cải già thường bị xốp, nhiều xơ, ăn bị đắng.

Cà rốt có cùng mùa với xu hào, khi thu mua chọn những củ non mập thẳng, có màu đỏ sẫm, không nứt nẻ hoặc bị sâu.

Măng mùa thu hoạch từ tháng 3 đến cuối năm, thường nhiều nhất sau các đợt mưa, măng có thể dùng để ăn tươi hoặc khô. Khi thu mua chọn những cây to mập, gộc to, búp non. Nếu là măng khô thì chọn những miếng dày đốt, khô và còn nguyên hình phát triển của cây măng (hình lưỡi lợn) là loại măng tốt non.

Bí đao mùa thu hoạch từ tháng 3, tháng 4 đến tháng 7 hàng năm. Bí đao có nhiều loại: loại quả to nhỏ dài ngắn khác nhau. Khi thu mua dùng cho ăn ngay thì chọn những quả nhỏ không non cũng không già, những quả trên thân phủ 1/3 đến 1/2 phần trắng (là bí bánh tẻ). Nếu mua dự trữ bán dần thì chọn những quả thật già, có phần mốc bao trùm toàn bộ vỏ quả, không chọn những quả nửa trắng nửa xanh vì quả đó nằm sát đất, mặt trắng của quả dễ bị thối nên không bảo quản được lâu.

Bí đỏ (còn gọi là bí ngô) mùa thu hoạch từ tháng 4 đến tháng 8 hàng năm. Bí đỏ có hai loại: loại quả to có nhiều múi, nhiều khía sâu; loại quả nhỏ phẳng phiu hơn và có màu nhạt hơn. Khi thu mua chọn những quả già nhấc nặng tay, vỏ cứng chắc, khế cạo lớp phấn bao ngoài vỏ bí nếu phía bên trong của phần có lớp vỏ xanh thì ruột bí đỏ nhiều, bí ngọt và thơm.

Mướp mùa thu hoạch từ tháng 4 đến tháng 6 hàng năm. Mướp có hai loại mướp hương vỏ trắng quả nhỏ ít xơ, mùi thơm đậm; mướp trâu quả to, vỏ xanh, nhiều xơ ít thơm. Khi thu mua chọn những quả cuống còn tươi, bánh tẻ không già và không quá non, quả thẳng, ít cong queo, nhấc nặng tay và không mềm nhũn.

Cà chua mùa thu hoạch từ tháng 11 năm trước đến tháng 3 năm sau. Cà chua có nhiều loại: cà chua hồng, cà chua múi... Ngon nhất là cà chua hồng, quả to, tròn, không có múi, ít hạt. Khi thu mua chọn quả to mọng, đỏ đều, chắc tay, không bị dập nát hoặc có những vết xanh trên đường gân của quả.

Các loại hạt nông sản (đậu, lạc, vừng...) có màu sắc khác nhau. Lạc có vỏ trắng hoặc vỏ đỏ, đậu tương có màu trắng hơi đen, tím sẫm hoặc vàng xanh; vừng có vùng đen và vùng trắng... Khi thu mua các loại hạt phải khô ròn, vỏ sáng, không bị dập vỡ, không bị tróc vỏ. Các hạt to và đều, ít tạp chất.

Kiểm nhận về mặt chất lượng: phải căn cứ vào tiêu chuẩn đã quy định, độ vệ sinh và an toàn của thành phẩm, tiêu chuẩn hai bên đã thoả thuận để kiểm tra chất lượng hàng hoá mua cho chính xác, trung thực, không tùy tiện ép cấp – ép loại lẫn nhau. Khi tiếp nhận về số lượng hàng hoá mua phải đảm bảo cho người bán theo dõi được kết quả đo lường về sản phẩm đến khi 2 bên mua bán

thống nhất kết quả mới ghi vào phiếu mua hàng về khối lượng vừa xác định. Hàng hoá kiểm xong để riêng một nơi và quản lý chặt chẽ. Phiếu mua phải viết thành 2 bản, 1 lưu, 1 trả người bán hàng.

- Thanh toán tiền cho người bán: căn cứ vào thông tin ghi trong phiếu mua hàng mà tính tiền thanh toán cho người bán. Khi đã trả tiền cho người bán thì trả tiền lớn trước (tiền chẵn) tiền nhỏ sau (tiền lẻ).

- Mua hàng xong chất xếp hàng lên phương tiện chuyển về doanh nghiệp. Đây là hàng tươi sống, mau hỏng, dễ thối... có tính chất và đặc điểm khác hẳn với hàng công nghệ phẩm nên áp dụng hình thức vận chuyển thẳng từ nơi mua được hàng về cửa hàng. Trước khi chất hàng lên phương tiện phải kiểm tra thật kỹ về khả năng vận hành của phương tiện và xem phương tiện có mùi vị lạ như xăng dầu, xà phòng hoặc thuốc trừ sâu không... Phương tiện phải sạch và có đủ vật che mưa nắng. Phải xếp gọn ghẽ thứ tự các bó rau vào sọt chuyên dùng, xếp vơi hơn miệng sọt và sọt phải có nắp đậy, không làm dập vỡ rách lá rau trong quá trình vận chuyển.

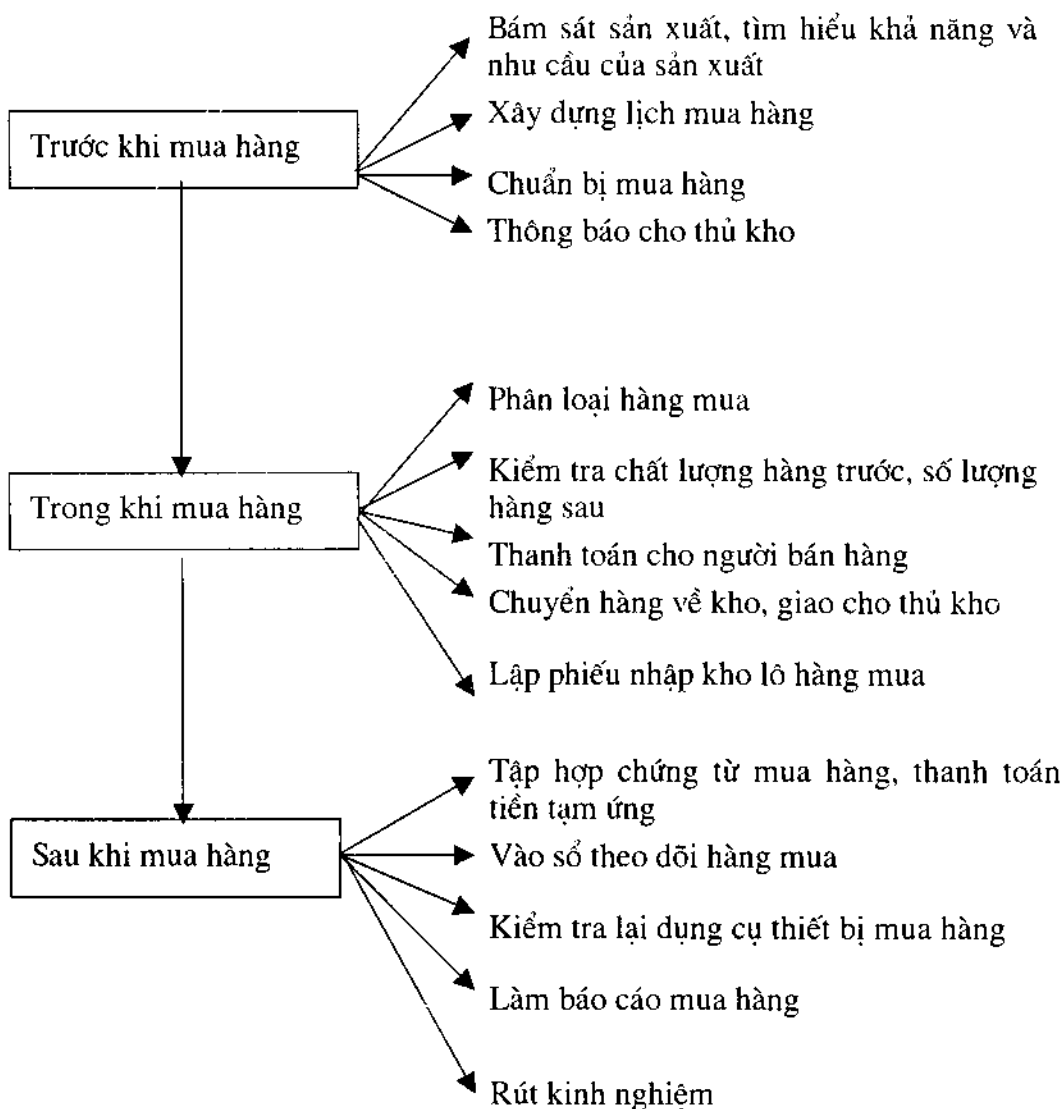
- Với các loại rau: xếp so le giữa các sọt, tránh sọt trên đè bẹp, dập, rách lá rau sọt dưới. Không xếp quá cao để tránh các lớp trên đè bẹp sọt rau dưới hoặc công kênh, dễ đổ.

- Với rau bắp cải: nên xếp từ trong ra ngoài, cuống bắp cải quay xuống và nằm vào các khe trống của các bắp cải ở lớp dưới. Với rau quả, các phương tiện vận chuyển nên thiết kế các giàn chất xếp theo lớp trên và lớp dưới để đảm bảo chất lượng rau quả và đỡ hư hỏng hay nắng cao thành xe chứa hàng.

- Với các loại quả, củ tươi như: xu hào, khoai tây, cà các loại, su su, đu đủ... nên xếp trong các sọt tre có đường kính, chiều cao của sọt như nhau. Hàng xếp trong sọt phải cách miệng sọt 10 cm để khi chồng các sọt khác lên trên thì lớp quả, củ ở phía trên không bị đè bẹp, đồng thời tạo ra khoảng trống để khi vận chuyển hàng hoá được thông thoáng, tránh hiện tượng hấp nóng ở giữa chồng hàng. Tuyệt đối không được quăng ném, đổ đôn gây dập vỡ củ quả, xây xước quả củ.

Tùy theo trọng tải của xe và chiều cao của thành xe, có thể xếp chồng cao từ 2 - 3 lượt sọt. Xếp các bó, sọt so le theo lớp và không xếp quá cao. Nên xếp từng lớp nhẹ nhàng lên nhau và giữa các lớp bó sọt cần đệm để tránh dịch chuyển xô đẩy trong vận chuyển. Tuyệt đối không quăng ném gây dập quả hay tróc vỏ củ.

**SƠ ĐỒ NGHIỆP VỤ MUA HÀNG "TRÔI NỔI"
ÁP DỤNG VỚI HÀNG THỰC PHẨM NÔNG SẢN**



6. Tiêu chuẩn nhân viên mua hàng giỏi

6.1. Phải hoàn thành xuất sắc các công việc và định mức được giao trên cơ sở

- Bám sát sản xuất, phục vụ tích cực cho sản xuất.
- Phấn đấu đạt và vượt mức kế hoạch được giao.
- Đảm bảo đúng tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm hàng mua.
- Thực hiện đúng giá mua do doanh nghiệp hướng dẫn.
- Nghiêm chỉnh thực hiện các chế độ về tiền hàng.

6.2. Phải liêm khiết

- Không tham ô tài sản của doanh nghiệp, không cân đong gian dối cho khách.
- Không ép cấp ép giá hoặc nâng cấp nâng giá hàng vì lợi ích cục bộ của doanh nghiệp hoặc của cá nhân làm thiệt hại cho nhà nước và cho nhà cung cấp.
- Không ăn hối lộ, không móc ngoặc tuồn hàng ra ngoài và đưa hàng không đảm bảo tiêu chuẩn vào doanh nghiệp.
- Không đặc quyền đặc lợi trong mua bán hàng hóa.

6.3. Phải có thái độ phục vụ tận tình lịch sự

- Không cửa quyền hách dịch, vô lễ với khách hàng.
- Phải coi trọng nhu cầu của khách hàng.
- Không phân biệt đối xử với khách hàng.

6.4. Phải chăm chỉ học tập, không ngừng nâng cao trình độ và năng lực công tác, có sáng kiến cải tiến kỹ thuật để mua hàng có hiệu quả

- Phải năng động sáng tạo trong mua bán hàng hóa.
- Biết cách khắc phục khó khăn để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

6.5. Phải có tinh thần đoàn kết và hợp tác xã hội chủ nghĩa với đồng nghiệp, với khách hàng

- Có quan điểm lao động và phục vụ khách hàng đúng đắn.
- Có lòng yêu nghề và tinh thần phấn đấu vươn lên.
- Có quan hệ giao dịch tốt với các nhà cung cấp.

7. Cấp bậc kỹ thuật nghiệp vụ của nhân viên mua hàng

7.1. Quy định chung

Nhân viên mua hàng ở các cấp bậc kỹ thuật đều phải biết và chấp hành đầy đủ những điều sau:

- Năm điều kỷ luật lao động của nhân viên mua hàng.
- Chế độ trách nhiệm vật chất đối với tiền, hàng và tài sản được giao.
- Điều lệ doanh nghiệp thương mại, cửa hàng, trạm thu mua và điều lệ công tác của nhân viên mua hàng.
- Điều lệ về vệ sinh an toàn thực phẩm.
- Các quy định về phòng gian bảo mật, phòng chống cháy nổ và an toàn lao động trong hoạt động mua hàng, bảo quản và vận chuyển hàng.

7.2. Tiêu chuẩn cấp bậc kỹ thuật nghiệp vụ

Trong thang lương của ngành thương mại thì nhân viên mua bán hàng đã qua đào tạo được xếp trong khung lương từ bậc 3 đến bậc 6. Vì vậy, tiêu chuẩn cấp bậc kỹ thuật được xây dựng thành 4 bậc là: bậc 3, 4, 5, 6. Trường hợp người mới vào nghề chưa qua đào tạo mà đã được phân công mua bán một số mặt hàng đơn giản thì xếp ở bậc 1 hay bậc 2 tùy kỹ năng tay nghề của họ.

7.2.1. Bậc 3

Áp dụng chung cho người mới vào nghề nhưng đã qua đào tạo ở các trường lớp dạy nghề.

*** Hiểu biết:**

- Về nguồn hàng, nơi có hàng bán, mặt hàng được phân công mua.
- Chính sách chế độ, phương thức mua đối với từng mặt hàng cụ thể.
- Mức giá, khung giá mua từng mặt hàng, từng cấp loại hàng.
- Tiêu chuẩn phẩm cấp hàng hoá, phương pháp cảm quan để phân loại hàng hoá theo các phẩm cấp quy định.
- Nguyên tắc thủ tục giao nhận hàng hoá, biết cách lập và ký các chứng từ mua hàng, chứng từ thanh toán: tiền mua hàng, tiền cước bốc dỡ, vận chuyển hàng từ nơi mua về kho doanh nghiệp.

- Kỹ thuật cơ bản về cân, đong, đo, đếm hàng hoá.

- Các quan hệ công tác phải thiết lập: với chính quyền địa phương, với đoàn thể quần chúng có liên quan, với nhà cung cấp và các đội kiểm soát thị trường.

*** Làm được:**

- Dưới sự hướng dẫn của tổ trưởng, lần lượt làm được các công việc cơ bản về mua hàng tùy thuộc vào các phương thức mua hàng cụ thể ở những địa bàn nhỏ, ít khó khăn và phức tạp.

- Về vận động thu mua và ký kết hợp đồng mua hàng:

+ Phải bám sát cơ sở sản xuất, nắm chắc kế hoạch sản xuất và các nguồn hàng có thể khai thác.

+ Thương lượng với từng cơ sở sản xuất, với từng nhà cung cấp về chủng loại, số lượng, chất lượng, kiểu mốt hàng hoá... về thời gian địa điểm giao nhận hàng, về hình thức thanh toán để ghi vào hợp đồng mua hàng.

- Về tiếp nhận hàng mua: đặt lịch tiếp nhận hàng hợp lý với từng nhà cung cấp và khả năng thực tế của doanh nghiệp thương mại.

+ Đôn đốc nhà cung cấp thực hiện đúng lịch giao nhận hàng. Trực tiếp phân loại phẩm chất hàng hoá và kiểm nhận hàng chính xác về số lượng từng loại hàng tại địa điểm mua hàng.

+ Lập chứng từ mua hàng, chứng từ thanh toán với nhà cung cấp kịp thời, chính xác, đúng thủ tục.

+ Trường hợp giao hàng tay ba thì phải trực tiếp chứng kiến theo dõi quá trình giao nhận hàng, sau đó lập chứng từ giao nhận hàng tay ba đúng quy định.

- Vận chuyển hàng từ nơi mua về kho doanh nghiệp:

+ Giải quyết được phương tiện vận chuyển để vận chuyển hàng kịp thời từ nơi mua về kho doanh nghiệp, đảm bảo an toàn về số lượng và chất lượng hàng mua.

+ Giao hàng cho thủ kho và làm thủ tục nhập kho đúng chế độ.

- Về quản lý tiền và sổ sách chứng từ, dụng cụ mua hàng:

+ Quản lý và sử dụng đúng quy định tiền mặt được tạm ứng trước (nếu có).

+ Thường xuyên cân đối tiền hàng theo ngày.

+ Mở sổ sách ghi chép kịp thời số lượng, chất lượng hàng mua.

+ Phản ánh kịp thời đều đặn tiến độ mua hàng cho trạm và tổ mua hàng.

+ Bảo quản tốt các dụng cụ đo lường và bao bì chứa hàng được giao để đi mua hàng.

7.2.2. Bạc 4:

Áp dụng cho người làm thành thạo các việc của bạc 3 và đã vươn lên mức hiểu biết và làm thêm được những điều sau đây:

* Hiểu biết:

- Cách thức sản xuất hàng hoá và nhu cầu thị trường tiêu thụ hàng hoá.

- Các phương thức mua hàng: mua tại nơi sản xuất, mua tại trạm, mua ở thị trường tự do, mua gia công...

- Chế độ thể lệ quản lý thị trường có liên quan.

- Các chỉ tiêu, định mức kinh tế kỹ thuật về sản xuất và tiêu thụ các mặt hàng được phân công mua.

*** Làm được:**

- Theo dõi được tiến độ sản xuất và có phương án mua hàng hợp lý.
- Đề xuất được các biện pháp tác động với các ngành có liên quan và các cơ sở sản xuất để mua được hàng đúng kế hoạch.
- Mua được hàng ở địa bàn tương đối rộng và của nhiều nhà cung cấp khác nhau.
- Mua ở địa bàn cố định theo giá thoả thuận phải nắm vững được mức độ biến động của cung cầu và giá cả của hàng hoá, để có cơ sở đề xuất giá mua và cách mua hợp lý. Đồng thời phải phân loại phẩm cấp hàng hoá thật chính xác, đúng tiêu chuẩn quy định.
- Mua ở thị trường tự do phải nắm vững đặc điểm, thời gian hoạt động và đặc điểm nguồn hàng ở các chợ trong vùng để chọn mua được đủ hàng, đúng chủng loại, đúng giá hướng dẫn, hàng hợp thị hiếu của khách hàng.

7.2.3. Bạc 5

Áp dụng cho người làm thành thạo các việc của nhân viên mua hàng bậc 4 và đã vươn lên mức hiểu biết và làm thêm được những điều sau đây:

*** Hiểu biết:**

- Các thông tin về biến động nhu cầu và thị hiếu tiêu dùng ở trong khu vực doanh nghiệp thương mại phục vụ và trong cả nước
- Tính chất lí, hoá của các mặt hàng khó bảo quản hoặc phải sơ chế
- Nắm vững cấu thành chi phí sản xuất thực tế của từng mặt hàng được phân công mua.
- Biết kỹ thuật kiểm tra, điều chỉnh độ chính xác của dụng cụ đo lường và kiểm nghiệm chất lượng hàng hóa.
- Biết cách tổ chức lao động mua hàng khoa học nhằm thuận tiện cho người bán hàng và năng suất mua hàng tăng.

*** Làm được:**

- Tham mưu cho cơ sở sản xuất về mở rộng ngành nghề, phát triển mặt hàng mới.
- Tham mưu cho trạm thu mua, cho doanh nghiệp thương mại về vận dụng chính sách mua hàng, cải tiến phương thức mua hàng có hiệu quả.

- Mua được nhiều nhóm hàng, kể cả những mặt hàng khó bảo quản, phải sơ chế... ở các địa bàn có nhiều khó khăn phức tạp, hàng mua về phải hợp thị hiếu, chất lượng cao, giá hạ.

- Thao tác thành thạo trong việc phân loại, kiểm nghiệm hàng hoá, làm thủ tục chứng từ thanh toán nhanh và chính xác.

- Thay thế được tổ trưởng điều hành được công tác của tổ thu mua khi tổ trưởng vắng mặt.

7.2.4. Bạc 6

Áp dụng cho người làm rất thành thạo các công việc của nhân viên mua hàng bậc 5 và đã vươn lên mức hiểu biết và làm thành thạo được những điều sau đây:

*** Hiểu biết:**

- Cơ sở khoa học và tính thực tiễn của chính sách, chế độ thu mua.

- Các quy định về tổ chức, hoạt động của tổ thu mua và chức trách của tổ trưởng.

- Nội dung và phương pháp đào tạo kèm cặp nhân viên mua hàng mới vào nghề.

*** Làm được:**

- Giải quyết được mọi thắc mắc của cơ sở sản xuất và của nhà cung cấp về chính sách chế độ, giá cả thu mua, phương thức thanh toán...

- Đề xuất vấn đề cần bổ sung, sửa đổi những vấn đề không phù hợp hoặc chưa đủ trong chế độ mua hàng hiện hành.

- Mua được hàng có hiệu quả cao ở những địa bàn rất khó khăn và phức tạp

- Mua được khối lượng hàng lớn với giá cả hợp lý, chi phí mua thấp, hao hụt hàng thấp.

- Quản lý điều hành tốt công việc của tổ thu mua, tổ luôn hoàn thành định mức được giao (nếu được làm tổ trưởng).

- Đào tạo kèm cặp nhân viên mua hàng mới và học sinh thực tập có hiệu quả.

Phần thực hành

Bài 1:

Xây dựng quá trình nghiệp vụ mua và giao nhận áp tải một lô hàng cụ thể theo dữ kiện sau:

Đúng 8h ngày 31.08.2003 nhân viên nghiệp vụ đến tổng kho A (Ga Giáp Bát Hà Nội) để mua hàng, doanh nghiệp không có phương tiện vận chuyển và hàng mua phải thanh toán bằng tiền mặt. Trong hoá đơn có ghi các mặt hàng sau đây:

- + Xà phòng bột VISO 500kg, đóng thành 1000 gói, mỗi gói 500g, giá 4000đ/gói.
 - + Vải chéo hoa con công Trung Quốc, khổ 80cm, tổng số 2400m, đóng thành 40 cuộn, 1 cuộn 60m, giá 5000đ/m.
 - + Bộ đồ mùa hè người lớn: 100 bộ, giá 20.000đ/bộ.
 - + Đường kính trắng Vạn Điểm 02 tấn, đóng trong 40 bao, 1 bao 50 kg, giá 6000đ/kg.
- Là nhân viên nghiệp vụ hãy mua và giao nhận lô hàng trên.

Đáp án:

1. Trước khi đi mua hàng.

Chiều 30.8.2003, nhân viên mua hàng phải chuẩn bị một số công việc sau:

Đến phòng nghiệp vụ – kế toán để nhận giấy tờ và thủ tục đi nhận hàng hoá gồm: hợp đồng mua bán, giấy uỷ nhiệm nhận hàng, giấy giới thiệu.

Từ sổ liệu hàng mua mà lên kế hoạch xin xe vận chuyển hàng hoá: 01 xe ô tô trọng tải 05 tấn. Xếp xà phòng bên trong cùng rồi phủ bạt, đường xếp ngoài, hai mặt hàng cách nhau qua tấm bạt dầy. Trên là vải và quần áo.

Xin lệnh vận chuyển và xăng cho lái xe.

Bạt phủ: 02 cái to.

Bao bì chứa sản phẩm: 20 cái (1 cái chứa 50 gói) để chứa xà phòng.

Bao bì đựng quần áo: 01 cái (hộp các tông).

Chuẩn bị giấy tờ đi mua hàng (giấy tờ tùy thân và giấy tờ liên quan đến lô hàng)

Tạm ứng tiền mặt đi mua hàng hoá: tiền tạm ứng đi mua hàng bằng tiền hàng + chi phí cần thiết khác (30 triệu tiền hàng + 2 triệu chi phí khác).

Thông báo cho thủ kho doanh nghiệp biết các thông tin về hàng nhận, thời gian hàng về tới kho, chủng loại hàng mua.

2. Trong khi mua hàng.

- Tới kho xuất trình giấy tờ làm thủ tục mua hàng, vào phòng kế toán lấy hoá đơn mua hàng. Kiểm tra hoá đơn mua hàng (thấy thiếu điều gì thì yêu cầu bên bán bổ sung ngay): bộ đồ thiếu kiểu, cỡ, chất vải, bộ đồ nam hay nữ. Đường thiếu hạng, loại. Vải thiếu chất liệu vải.

- Xuống kho nhận hàng.

Xà phòng là hàng rời, lẻ: khi nhận cân đếm toàn bộ, rồi cân thử một số gói nhỏ.

Quần áo là hàng rời, lẻ: đếm, kiểm tra toàn bộ.

Vải là hàng đồng bộ: đếm đủ 40 cuộn, đo thử 2 cuộn.

Đường là hàng đồng bộ: đếm toàn bộ 40 bao, cân thử 2 bao (bằng 5% lô hàng).

Dùng phương pháp cảm quan để kiểm tra chất lượng hàng hoá.

- Nhận xong: Ký vào chứng từ mua hàng và nhận toàn bộ các chứng từ có liên quan đến lô hàng mua mang về doanh nghiệp. Sau đó xếp hàng hoá lên xe và vận chuyển về kho của doanh nghiệp, giao hàng hoá cho thủ kho: giao chứng từ trước, phản ánh tình hình hàng mua bình thường và giao hàng hoá cho thủ kho (giao cả số lượng và chất lượng). Trực tiếp chứng kiến thủ kho nhận hàng, khi giao nhận xong cùng thủ kho ký nhận vào chứng từ giao nhận lô hàng trên.

3. Sau khi giao nhận hàng cho thủ kho:

- Tập hợp chứng từ liên quan gửi lên bộ phận có liên quan (phòng nghiệp vụ, phòng kế toán).

- Lập bảng kê tiền một đợt mua hàng trên cơ sở các khoản chi cần thiết:

Tiền hàng	30 triệu
Thuê phương tiện vận chuyển:	1.000.000 đồng
Thuê bốc dỡ hàng:	100.000 đồng
Lệ phí giao thông:	100.000 đồng
Tổng chi phí:	31.200.000 đồng

- Thanh toán tiền tạm ứng: kẹp toàn bộ các chứng từ liên quan của cả đợt mua hàng, bảng kê các khoản tiền đi mua hàng, giấy tạm ứng:

$(32.000.000 \text{ đồng} - 31.200.000 \text{ đồng} = 800.000 \text{ đồng}$ phải trả lại doanh nghiệp)

Rút kinh nghiệm một đợt giao nhận hàng.

Làm báo cáo mua hàng với các nội dung sau: ngày tháng mua hàng, tên người đi mua hàng, mua hàng tại kho..., hàng mua bằng tiền mặt..., tên hàng mua..., chất lượng hàng mua, phương tiện vận chuyển đi thuê, công tác mua hàng...

Bài 2:

Cách xử lý khi giao nhận 1 lô hàng cụ thể của một nhân viên giao nhận áp tải hàng với dữ kiện: một lô hàng mua của cơ sở sản xuất A, trong hoá đơn có ghi:

- Mì ăn liền Glucoza 100 hộp, mỗi hộp 30 gói giá 33.000đ/hộp.
- Mì chính 200kg. Đóng trong 20 thùng, 1 thùng 20 gói, 1 gói 500gam.
- Vải phin hoa 8 – 3: 3000 mét, cuộn thành 50 cuộn, 1 cuộn 60 mét, giá 4.000đ/m.
- Đường kính Vạn Điểm: 5.000kg. Đóng trong 100 bao, 1 bao 50kg.

Là nhân viên nghiệp vụ hãy giao nhận lô hàng trên với các trường hợp sau:

1. Có 03 hòm mì ăn liền bị rách, gói mì bị rơi ra ngoài.
2. Có 05 thùng mì chính bị bật đai nắp, bằng cảm quan kiểm tra thấy chất lượng mì chính có nghi vấn.
3. Có 01 cuộn vải bị rách bao bì, mất niêm phong. Khi đo thấy thiếu 5 mét so với hoá đơn và vải hơi bị ố.
4. Có 03 bao đường bị rách. Khi kiểm tra số lượng đường thấy lô hàng bị thiếu 50kg.
5. Các hiện tượng trên ta phát hiện thấy tại kho người bán hay tại kho của mình thì xử lý thế nào.

Đáp án:

Kiểm tra chứng từ trước khi giao nhận hàng.

- Ta thấy hoá đơn ghi thiếu:

Mì chính: thiếu ký mã hiệu, giá đơn vị.

Vải: thiếu khổ, chất liệu vải.

Đường: thiếu ký hiệu, hạng loại, màu sắc.

Nếu nhận ở kho người bán thì yêu cầu người giao bổ sung chứng từ ngay.

Nếu về kho công ty, thủ kho phát hiện ra thì người giao hàng phải đi bổ sung chứng từ khi đã giao nhận hàng xong cho thủ kho, khi đi bổ sung chứng từ phải mang theo: hoá đơn của bên bán, phiếu xuất kho của bên bán, hợp đồng mua bán và giấy tờ tùy thân.

Kiểm nhận bao bì:

- Kiểm tra khái quát tình trạng bao bì: trước tiên phân loại lô hàng thành các lô hàng nhỏ cụ thể theo từng loại mặt hàng mua, tiếp theo là kiểm tra mức độ nguyên vẹn của bao bì, kiểm tra các tiêu chuẩn kinh tế kỹ thuật của bao bì xem có phù hợp với thông tin ghi trong chứng từ, kiểm tra về số lượng bao bì chứa hàng không?

- Nếu phát hiện ở kho người bán: đổi lại ngay các bao kiện bị rách, bết đai nẹp. Nếu kho hết thì từ chối không nhận các bao bì có nghi vấn trên.

- Nếu về kho doanh nghiệp, thủ kho phát hiện ra thì những bao kiện không nguyên vẹn đó phải để riêng đánh dấu lại và sau khi kiểm nhận lô hàng nguyên vẹn xong, sẽ cùng thủ kho mở bao bì kiểm tra cụ thể hàng bên trong. Nếu hàng thiếu, sai quy cách... thì phải ký vào biên bản và phải hoàn toàn chịu trách nhiệm.

Kiểm nhận hàng hoá:

- Để riêng: 03 hộp mì ăn liền bị rách, 05 thùng mì chính bị bết đai nẹp, 01 cuộn vải bị rách, mất niêm phong, để nghị thủ kho bên bán cho đổi lấy hàng có bao bì nguyên vẹn. Kho không còn thì lập biên bản. Phá mã và kiểm tra toàn bộ hàng trong bao kiện đó.

- Riêng một số hòm kiện nguyên vẹn:

+ Mì ăn liền: 97 hộp kiểm tra đại diện 5% là 5 hộp. Bằng cách: đếm đủ 97 hộp trước. Lấy 5 hộp ra: kiểm tra xem 1 hộp đủ 30 gói và chất lượng tốt không.

+ Mì chính: 05 thùng mất đai nẹp để riêng và kiểm tra kỹ hàng bên trong.

Còn 15 thùng nguyên vẹn: kiểm tra toàn bộ 15 thùng. Đếm đủ 15 thùng.

Đỡ ra đếm số gói trong thùng, cân thử một số gói.

Qua cảm quan thấy chất lượng mì chính có nghi vấn, phải lập biên bản báo cáo với người phụ trách. Rồi dùng phương pháp thí nghiệm kiểm tra lại. Nếu hàng tốt thì nhận, hàng không đảm bảo thì trả lại kho bán.

+ Vải: 01 cuộn bị rách, mất dấu niêm phong, đo thấy thiếu 5 mét và bị ố thì trả kho đổi cuộn khác.

Còn 49 cuộn nguyên vẹn: kiểm tra đại diện 5% = 3 cuộn. Bằng cách đếm đủ 49 cuộn, đo số vải trong 3 cuộn và kiểm tra chất lượng luôn.

+ Đường: đếm đủ 100 bao. Cân thử đại diện 5% = 5 bao. Rồi suy ra khối lượng cả lô.

- Hàng bị thiếu hụt, sai quy cách phẩm chất phát hiện ở kho của mình. Thủ kho lập biên bản và nhân viên giao nhận ký vào biên bản.

Kiểm nhận xong.

Nhân viên giao nhận ký vào phiếu giao hàng của bên bán và ký vào phiếu nhập kho của thủ kho bên nhận hàng.

Bài 3:

Xây dựng quá trình nghiệp vụ mua hàng "trôi nổi" được áp dụng với hàng công nghệ phẩm

1. Trước khi mua hàng.

- Căn cứ vào nhu cầu về hàng hoá mà doanh nghiệp cần kinh doanh, nhân viên mua hàng đi tìm hiểu về nguồn hàng để lấy giấy báo giá về nộp giám đốc xin duyệt mua hàng.

- Căn cứ vào chủng loại, mặt hàng được duyệt nhân viên mua hàng làm tốt công tác chuẩn bị mua hàng:

- + Chuẩn bị giấy tờ cần thiết để mua hàng bao gồm: giấy tờ tùy thân (chứng minh thư nhân dân, giấy sở hữu, giấy bảo hiểm xe máy, bằng lái xe máy) giấy tờ liên quan đến hàng mua (sổ mã hàng, giấy báo giá) ngoài ra còn máy tính cá nhân, bút ghi.

- + Chuẩn bị về phương tiện vận chuyển hàng (về loại phương tiện, số lượng phương tiện, trong tải của mỗi phương tiện) nếu doanh nghiệp có phương tiện thì làm thủ tục xin phương tiện, nếu doanh nghiệp không có phương tiện thì phải thuê xe của cơ quan vận tải.

- + Chuẩn bị bao bì, vật che phủ cho phù hợp với hàng cần chứa đựng. Số lượng bao bì cần chuẩn bị bằng khối lượng hàng cần chứa đựng chia cho định mức hàng hoá chứa đựng trong một bao bì. Tùy loại hàng mà bao bì cần chuẩn bị là bao bì làm bằng gỗ, kim loại, hộp các tông, hộp xốp, bao bì bằng hàng dệt...

- + Chuẩn bị tiền mua hàng: thông thường mua hàng bằng tiền mặt, có một số ít được mua bằng séc. Để có tiền mua hàng nhân viên mua hàng phải làm giấy tạm ứng tiền (giống như quá trình mua hàng nói chung). Nếu mua hàng bằng séc, trước hết nhân viên mua hàng phải lập kế hoạch mua hàng nộp cho giám đốc doanh nghiệp xin duyệt mua, đi lấy giấy báo giá về các mặt hàng được duyệt mua; nộp phiếu báo giá và kế hoạch mua hàng, số tài khoản và ngân hàng giao dịch của bên bán cho kế toán, kế toán trưởng tiến hành cắt séc để nhân viên mua hàng đi mua hàng.

- + Thông báo với thủ kho về tình hình hàng mua (như quá trình nghiệp vụ mua hàng nói chung).

2. Trong khi mua hàng.

- Đến nơi có nguồn hàng để làm thủ tục mua hàng: lấy hoá đơn đỏ (hoá đơn tài chính) rồi xuống kho để nhận hàng (kiểm nhận hàng theo đúng các tiêu chuẩn mà hai bên đã thoả thuận hoặc theo giấy báo hành hoặc theo các chỉ tiêu đã ghi trong chứng từ của người bán).

- Khi nhận hàng xong người mua hàng phải ký nhận vào chứng từ của người bán, đồng thời nhận lại toàn bộ các chứng từ có liên quan đến lô hàng mua để mang về doanh nghiệp, thông thường là các chứng từ: hoá đơn bán hàng và phiếu xuất kho của bên bán, còn những loại hàng đặc biệt thì có các loại chứng từ riêng cho phù hợp.

- Chất xếp hàng lên phương tiện và bảo vệ hàng: nhân viên mua hàng và thủ kho có trách nhiệm phối hợp để đảm bảo an toàn cho lô hàng về tới doanh nghiệp.

- Hàng về tới kho doanh nghiệp: giao hàng cho thủ kho, giao chứng từ trước, giao số lượng và chất lượng hàng sau. Trực tiếp cùng thủ kho kiểm nhận lô hàng trên, nếu thiếu thì người mua hàng phải chịu trách nhiệm. Giao nhận xong người mua hàng phải ký nhận vào chứng từ nhập kho của thủ kho.

3. Sau khi mua hàng.

Công việc được tiến hành giống như quá trình nghiệp vụ mua hàng tại kho người bán thông qua hợp đồng mua bán.

Bài 4:

Xây dựng quá trình nghiệp vụ mua hàng "trôi nổi" được áp dụng đối với hàng thực phẩm nông sản:

1. Trước khi mua hàng.

- Nhân viên mua hàng phải bám sát sản xuất để biết được kết quả của sản xuất: làm ra sản phẩm gì, sản lượng cao hay thấp, thời điểm thu hái vào lúc nào của năm, chế độ chăm sóc của từng loại sản phẩm (phân bón, thuốc trừ sâu, nước tưới...), mức độ vệ sinh và an toàn thực phẩm của thực phẩm nông sản... để từ đó xác định mặt hàng cần mua về cho doanh nghiệp.

- Tìm hiểu về nhu cầu của sản xuất trong quá trình tạo ra sản phẩm: nguyên vật liệu để sản xuất; con và cây giống, phân bón, thuốc trừ sâu, xăng dầu, dụng cụ chăm sóc và thu hoạch sản phẩm, hàng tiêu dùng mà sản xuất cần. Để từ đó doanh nghiệp thương mại kết hợp vừa mua hàng vừa cung cấp hàng cho sản xuất được hợp lý.

- Trên cơ sở về kết quả của sản xuất và nhu cầu của sản xuất mà nhân viên mua hàng lập lịch mua hàng cụ thể: mua của ai, mua hàng gì, mua bao nhiêu, mua vào thời gian nào và có dịch vụ hỗ trợ gì cho sản xuất.

- Chuẩn bị mua hàng:

+ Phương tiện vận chuyển: là ô tô, số lượng ô tô nhiều hay ít là tùy thuộc vào khối lượng hàng mua. Thông thường thùng xe phải được nâng cao hoặc làm thêm tầng chứa hàng bởi vì hàng công kênh chiếm nhiều thể tích.

+ Dụng cụ đo lường: tùy mặt hàng mua, tùy địa điểm mua hàng mà dụng cụ đo lường là cân (cân bàn hay cân treo), thước dây và dụng cụ lấy mẫu kiểm tra.

+ Bao bì chứa hàng: tùy loại hàng mua mà có những bao bì chứa đựng và che phủ thích hợp. Với hạt nông sản bao bì hàng dệt, rau quả tươi là các lồng sọt bằng tre và nứa, hàng quả chín bao bì là hộp xốp, hộp các tông, lán tre.

+ Chuẩn bị chứng từ cần thiết, chuẩn bị nhân lực, thông báo với thủ kho giống như quá trình nghiệp vụ mua hàng nói chung.

+ Chuẩn bị tiền mua hàng: chuẩn bị tiền mặt.

2. Trong khi mua hàng.

- Trước tiên, phân loại hàng theo tiêu chuẩn đã quy định cho từng loại hàng cụ thể.

- Tiến hành kiểm tra chất lượng hàng trước, nếu chất lượng đảm bảo mới kiểm tra đến số lượng và khối lượng hàng để quyết định mua.

- Thanh toán cho người bán hàng: người mua hàng lập phiếu mua hàng (lập thành hai bản: một để lưu, một trả cho người bán). Căn cứ vào phiếu mua hàng mà tính tiền trả cho người bán, khi trả tiền thì trả tiền lớn trước và trả tiền lẻ sau.

- Hàng đã mua xong, xếp hàng lên phương tiện vận chuyển rồi chuyển thẳng về cửa hàng của doanh nghiệp vì đây là hàng mau hỏng dễ thối, mua về phải bán ngay không để lâu được. Trước khi xếp hàng lên phương tiện phải kiểm tra thật kỹ mức độ vệ sinh và an toàn của phương tiện đồng thời vừa xếp vừa kết hợp kiểm tra lần cuối về số lượng và chất lượng của hàng mua. Chất xếp phải theo đúng kỹ thuật của từng loại hàng nếu không hàng sẽ bị dập vỡ tróc vỏ. Hàng này phải được che đậy cẩn thận, tránh ánh sáng và gió trực tiếp chiếu vào hàng.

- Hàng về kho doanh nghiệp: giao hàng cho thủ kho (giao chứng từ trước, giao hàng sau). Người mua hàng cùng lái xe chứng kiến thủ kho tiếp nhận hàng và ký nhận vào chứng từ giao nhận hàng của thủ kho.

3. Sau khi mua hàng.

(Giống như quá trình tại kho người bán, thông qua hợp đồng mua bán).

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích nội dung nghiên cứu nguồn hàng của doanh nghiệp thương mại.
- 2/ Trình bày phương pháp nghiên cứu nguồn hàng của doanh nghiệp thương mại.
- 3/ Phân tích phương thức mua hàng của doanh nghiệp thương mại.
- 4/ Trình bày nhiệm vụ công tác của nhân viên mua hàng.
- 5/ Phân tích quá trình nghiệp vụ mua hàng tại kho người bán thông qua hợp đồng mua bán hàng hoá.
- 6/ Trình bày các loại giấy tờ có liên quan đến một đợt mua hàng và cách ghi chép kiểm tra các loại chứng từ mua hàng.
- 7/ Trình bày cách làm báo cáo mua hàng.
- 8/ Trình bày thủ tục tạm ứng tiền mua hàng và cắt séc đi mua hàng.
- 9/ Cho biết những điểm giống và khác nhau giữa ba hình thức mua hàng của doanh nghiệp thương mại (mua hàng tại kho người bán, mua hàng giao nhận tại kho người mua, mua hàng giao nhận tại kho trung gian).

Chương 7

HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HOÁ

I. KHÁI NIỆM VÀ TÁC DỤNG CỦA HỢP ĐỒNG MUA BÁN

1. Khái niệm

Trong quá trình kinh doanh, giữa doanh nghiệp thương mại này thường có mối quan hệ kinh tế với các doanh nghiệp thương mại khác hoặc có quan hệ kinh tế với các doanh nghiệp sản xuất... Hình thức quan hệ kinh tế cơ bản giữa các doanh nghiệp thương mại với nhau hoặc với các doanh nghiệp kinh tế khác về mặt hàng hoá, vật tư thường được thực hiện qua hợp đồng mua bán hàng hoá.

Hợp đồng mua bán là một hình thức của hợp đồng kinh tế, là văn bản ký kết hoặc tài liệu giao dịch về việc mua bán hàng hoá, vật tư giữa các tổ chức kinh tế có quyền pháp nhân và các bên khác, trong đó có định rõ quyền hạn và nghĩa vụ của các bên tham gia nhằm xây dựng và thực hiện tốt kế hoạch nhà nước.

Khái niệm này được xác định dựa trên điều 1 của pháp lệnh hợp đồng kinh tế và trọng tài kinh tế như sau:

"Hợp đồng kinh tế là sự thoả thuận bằng văn bản, tài liệu giao dịch giữa các bên ký kết về việc thực hiện các công việc sản xuất, trao đổi hàng hoá, dịch vụ, nghiên cứu ứng dụng tiến bộ khoa học, kỹ thuật và các thoả thuận khác có mục đích kinh doanh với sự quy định rõ quyền hạn và nghĩa vụ của mỗi bên để xây dựng và thực hiện kế hoạch của mình".

Một cơ quan, tổ chức kinh tế, doanh nghiệp được coi là đủ tư cách pháp nhân là cơ quan, tổ chức kinh tế, doanh nghiệp có đủ điều kiện được nhà nước

thành lập hoặc thừa nhận, có tài sản riêng và có trách nhiệm độc lập về tài sản đó, có tài khoản ở ngân hàng. Được tự quyết định các hoạt động sản xuất kinh doanh và phải tự mình chịu trách nhiệm trước pháp luật về hoạt động sản xuất kinh doanh.

2. Tác dụng

2.1. Bảo đảm hoàn thành và hoàn thành vượt kế hoạch lưu chuyển hàng hoá và các kế hoạch khác của nhà nước trong lĩnh vực lưu thông và phân phối hàng hoá

Nhiệm vụ kinh doanh của doanh nghiệp thương mại thể hiện trên kế hoạch lưu chuyển hàng hoá đã được nhà nước phê chuẩn. Nhưng trong kế hoạch nhà nước mới chỉ nêu những chỉ tiêu hướng dẫn và các phương hướng, nhiệm vụ, biện pháp chủ yếu để thực hiện chỉ tiêu kế hoạch đó. Các doanh nghiệp biến các phương hướng, nhiệm vụ, và biện pháp chủ yếu đó thành những chỉ tiêu, biện pháp cụ thể trong từng thời gian của kỳ kế hoạch. Việc cụ thể hoá các chỉ tiêu biện pháp đó được thể hiện bằng hợp đồng mua bán.

Nội dung hợp đồng mua bán quy định rõ mặt hàng, khối lượng giao dịch, quy cách, chất lượng, giá cả, thời gian giao dịch và trách nhiệm mỗi bên trong việc thực hiện hợp đồng... do vậy, nó bảo đảm chắc chắn cho kế hoạch được thực hiện đầy đủ.

Quá trình chuẩn bị và ký kết hợp đồng, các doanh nghiệp kinh tế và cơ sở trực tiếp kinh doanh, sản xuất đã nghiên cứu trao đổi, qua đó nắm vững được khả năng của mỗi bên. Do vậy, phát huy tinh thần hợp tác tương trợ; phát huy được tính chủ động, sáng tạo và năng lực tiềm tàng của mỗi doanh nghiệp trong việc tổ chức thực hiện hợp đồng. Chính vì vậy mà kế hoạch nhà nước được tự giác thực hiện từ đơn vị cơ sở.

Thông qua quá trình chuẩn bị và ký hợp đồng có thể phát hiện được những khâu yếu, những khuyết điểm của công tác kế hoạch để kịp thời khắc phục những thiếu sót đó, làm cho hoạt động được cân đối, nhịp nhàng, bảo đảm tính khoa học, tính thực tiễn để kế hoạch của mỗi doanh nghiệp không bị động và là cơ sở cho việc thực hiện kế hoạch của các bên.

2.2. Tăng cường quan hệ kinh tế

Hợp đồng có tác dụng tăng cường quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp với nhau trên tinh thần hợp tác xã hội chủ nghĩa, đồng thời tăng cường trách nhiệm của những tổ chức và doanh nghiệp kinh tế ấy đối với nhà nước. Mặt

khác, nó cũng phát huy tác dụng của thương mại xã hội chủ nghĩa và của một số doanh nghiệp của tư nhân.

Quá trình thực hiện hợp đồng là quá trình hai bên thực hiện nghĩa vụ giúp đỡ nhau, khắc phục những khó khăn cụ thể, tạo điều kiện cho nhau cùng thực hiện nhiệm vụ. Mọi vướng mắc đều được hai bên cùng nhau xem xét tại chỗ để giải quyết. Khi ký kết hợp đồng, dựa theo kế hoạch của nhà nước, thông qua bàn bạc, thương lượng, dân chủ, nhất trí giữa hai bên, không ai chèn ép ai, không bắt bí nhau, kể cả hợp tác xã tiểu thủ công nghiệp và doanh nghiệp tư nhân có quan hệ hợp đồng với doanh nghiệp thương mại nhà nước. Ký kết hợp đồng theo tinh thần pháp lệnh hợp đồng kinh tế và trọng tài kinh tế. Chính vì vậy, thông qua hợp đồng, các doanh nghiệp kinh tế có điều kiện phối hợp nhịp nhàng, chặt chẽ trong sản xuất và kinh doanh, quy định rõ nghĩa vụ và trách nhiệm mỗi bên, đồng thời, chống tùy tiện trong giao dịch mua bán, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp làm ăn có kế hoạch và góp phần tích cực vào việc hoàn thiện quan hệ kinh tế giữa các bên.

2.3. Nâng cao trình độ quản lý kinh doanh, củng cố chế độ hạch toán kinh tế ở từng đơn vị kinh tế cơ sở và các đơn vị sự nghiệp có hoạt động kinh tế

Hợp đồng kinh tế nói chung, hợp đồng mua bán nói riêng được coi là một đòn bẩy kinh tế thực hiện chế độ hạch toán kinh tế. Nó là một biện pháp quản lý kinh tế có tính chất tổng hợp. Hợp đồng mua bán vừa là văn bản pháp lý vừa có nội dung kinh tế, được tính toán xây dựng trên cơ sở khoa học và thực tiễn.

Quá trình ký kết hợp đồng, các tổ chức và doanh nghiệp thương mại phải tính toán toàn bộ khả năng hàng hoá, tiền vốn, phương tiện và lao động của mình, dựa vào các chỉ tiêu kinh tế, kỹ thuật mà sử dụng tốt nhất các khả năng sẵn có nhằm đạt hiệu quả kinh tế cao nhất, có lợi cho doanh nghiệp, lợi cho nhà nước và cho bên tham gia ký kết.

Hợp đồng quy định trách nhiệm vật chất giữa các bên ký kết là một nguyên tắc quan trọng trong quản lý kinh tế. Do vậy, mỗi bên phải tìm mọi biện pháp để thực hiện tốt hợp đồng đã ký. Nếu doanh nghiệp không thực hiện đầy đủ hợp đồng ký kết thì phải phạt và bồi thường cho bên thiệt hại. Theo pháp lệnh hợp đồng kinh tế của nhà nước thì tiền phạt và tiền bồi thường hạch toán vào chi phí quản lý doanh nghiệp. Do vậy, nó kích thích cho doanh nghiệp phải ra sức thực hiện hợp đồng để giảm đến mức thấp nhất tiền phạt và tiền bồi thường.

Các cơ quan ngân hàng, tài chính, tín dụng thông qua hợp đồng để cấp vốn, cho vay và thanh toán. Không có hợp đồng kinh tế thì không được vay vốn,

không được thanh toán. Do vậy, qua hợp đồng mà nhà nước tăng cường được việc quản lý tiền vốn nói riêng, quản lý tài chính nói chung đối với các doanh nghiệp thương mại.

Ngoài những tác dụng về mặt kinh tế như trên, hợp đồng còn có tác dụng rất lớn về việc củng cố khối liên minh công nông; nó thể hiện đường lối chủ trương của Đảng và Nhà nước trong việc phát triển công nghiệp trung ương và địa phương, cải tạo và xây dựng nền kinh tế xã hội chủ nghĩa thống nhất. Nó kích thích, động viên tinh thần phấn khởi lao động, đề cao ý thức làm chủ của cán bộ nhân viên thương mại và người lao động trong các ngành sản xuất.

II. HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HÓA

1. Các loại hợp đồng mua bán

Hiện nay, phạm vi ký kết hợp đồng kinh tế nói chung được áp dụng cho các đơn vị, tổ chức cơ quan, doanh nghiệp, kinh tế sau: "Các tổ chức quốc doanh, các tổ chức công tư hợp doanh; các cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị bộ đội, các tổ chức xã hội (gọi là đơn vị dự toán); hợp tác xã các loại được công nhận theo các điều lệ hiện hành; các tổ sản xuất tiểu thủ công nghiệp và thủ công nghiệp được phép kinh doanh và có tài khoản ở ngân hàng."

Hợp đồng kinh tế phân theo nội dung giao dịch có 4 loại hình: hợp đồng mua bán, hợp đồng vận chuyển hàng hoá, hợp đồng cung cấp lao vụ và hợp đồng cung cấp xây dựng cơ bản.

Hợp đồng mua bán là hình thức quan hệ kinh tế cơ bản giữa các doanh nghiệp kinh tế với nhau. Theo đối tượng giao dịch và tính chất nghiệp vụ, hợp đồng buôn bán có các loại:

1.1. Hợp đồng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm công nghiệp

Là hợp đồng do doanh nghiệp thương mại bán buôn ký kết với doanh nghiệp công nghiệp trung ương hoặc công nghiệp địa phương nhằm thu mua buôn bán những sản phẩm của các doanh nghiệp này sản xuất.

1.2. Hợp đồng sản xuất và thu mua nông, lâm hải sản

Là hợp đồng ký kết doanh nghiệp thương mại với nông trường quốc doanh hoặc hợp tác xã, các hội, các tổ hay đội, tập đoàn sản xuất... và các hộ sản xuất (gọi tắt là người sản xuất) trong nông nghiệp, nghề rừng, nghề cá, nghề nuôi nhằm thu mua các nông, lâm, hải sản của các đơn vị này sản xuất.

Hợp đồng sản xuất và thu mua nông, lâm, hải sản giữa nhà nước với người sản xuất (gọi tắt là "Hợp đồng kinh tế hai chiều"). Theo chế độ hợp đồng kinh tế hai chiều thì:

Các tổ chức kinh tế của nhà nước có nhiệm vụ đi sát cơ sở, nắm vững khả năng và nhu cầu của sản xuất ở từng địa phương, từng đơn vị sản xuất, cung ứng kịp thời và hướng dẫn sử dụng đúng mục đích, đúng kỹ thuật các loại vật tư, hàng hoá cần thiết theo hợp đồng đã ký, để phục vụ và thúc đẩy sản xuất nông nghiệp, nghề rừng, nghề cá, nghề muối phát triển theo đúng phương hướng nhiệm vụ, quy hoạch và kế hoạch của nhà nước, đồng thời chăm lo đúng mức đời sống của người lao động. Mặt khác, cùng người sản xuất tổ chức tốt việc tiêu thụ sản phẩm, bảo đảm nhà nước nắm chắc được tuyệt đại bộ phận hàng hoá lương thực, thực phẩm, nông sản, lâm sản và hải sản phục vụ yêu cầu công nghiệp hoá xã hội chủ nghĩa, tận dụng mọi khả năng lao động, đất đai và tài nguyên tại chỗ, tích cực sản xuất theo quy hoạch và kế hoạch của nhà nước, đồng thời có nghĩa vụ thực hiện đầy đủ, phấn đấu thực hiện vượt mức các hợp đồng bán sản phẩm cho nhà nước.

1.3. Hợp đồng về sản xuất, cung cấp vật tư và tiêu thụ sản phẩm đối với tiểu thủ công nghiệp và thủ công nghiệp (trước gọi là hợp đồng gia công, hợp đồng bán nguyên liệu thu mua thành phẩm)

Là hợp đồng ký kết giữa doanh nghiệp thương mại với các hợp tác xã tiểu thủ công nghiệp, tổ sản xuất tiểu thủ công nghiệp, các hộ cá thể được phép kinh doanh tiểu công nghiệp, thủ công nghiệp nhằm gia công, sản xuất, thu mua sản phẩm thủ công nghiệp và công nghiệp.

1.4. Hợp đồng xuất nhập khẩu

Là hợp đồng ký kết giữa các doanh nghiệp thương mại bán buôn trung ương với các cơ quan ngoại thương và tiếp nhận hàng nhập khẩu cho ngoại thương và tiếp nhận hàng nhập khẩu của ngành ngoại thương.

1.5. Hợp đồng cung cấp vật tư kỹ thuật

Là hợp đồng ký kết giữa các doanh nghiệp thương mại bán buôn với cơ quan cung cấp vật tư, nhằm bảo đảm cho ngành thương mại những vật tư kỹ thuật để trang bị và phát triển ngành.

1.6. Hợp đồng cung ứng hàng hoá

Là hợp đồng ký kết giữa doanh nghiệp thương mại bán buôn trung ương

với doanh nghiệp thương mại huyện hoặc với doanh nghiệp thương mại bán buôn tỉnh, giữa doanh nghiệp thương mại huyện, giữa doanh nghiệp bán buôn trung ương, doanh nghiệp thương mại bán buôn tỉnh với nhau nhằm cung cấp hàng hoá cho nhau.

2. Nội dung hợp đồng mua bán hàng hoá (dạng văn bản)

2.1. Tính chất của hợp đồng mua bán hàng hoá

Nội dung chung của hợp đồng phải thể hiện được tính chất pháp lý, kinh tế và khoa học kỹ thuật.

Tính chất pháp lý của hợp đồng thể hiện ở thủ tục ký kết và các điều khoản ký kết phải đúng các chế độ, thể lệ của nhà nước, thể hiện quan hệ bình đẳng trong ký kết, có đấu tranh để cùng tiến bộ giữa các doanh nghiệp trong quá trình ký kết và thực hiện hợp đồng.

Tính chất kinh tế của hợp đồng thể hiện ở các chỉ tiêu kinh tế phải xuất phát từ kế hoạch kinh tế của nhà nước, nghiêm chỉnh thực hiện các chỉ tiêu trong kế hoạch kinh tế: tăng cường trách nhiệm vật chất giữa hai bên ký kết và phải thể hiện thực chất việc giao nhận sản xuất, tiêu thụ, cung ứng hàng hoá giữa các doanh nghiệp kinh tế với nhau.

Tính chất khoa học và kỹ thuật thể hiện ở các chỉ tiêu kỹ thuật phải được xác định trên cơ sở khoa học, theo những định mức, công thức, bản vẽ, vật mẫu của nhà nước, của bộ, của liên ngành quy định hoặc trên cơ sở điều tra, thực nghiệm, nghiên cứu tổng kết đối với những định mức chưa có tiêu chuẩn.

2.2. Nội dung của bản hợp đồng mua bán hàng hoá

Nội dung bản hợp đồng gồm những điều khoản chủ yếu sau:

- Tên địa chỉ của đơn vị ký hợp đồng. Số tài khoản và ngân hàng giao dịch. Tên, chức vụ của người ký hợp đồng. Nếu người ký là người được uỷ quyền thì phải ghi rõ số, ngày của giấy uỷ quyền.

- Tên hàng, số lượng và tổng giá trị. Điều khoản này ghi: mặt hàng, số lượng hoặc khối lượng, đơn vị đo lường, tổng giá trị hàng giao dịch. Điều khoản này phải căn cứ vào kế hoạch nhà nước đã được phê chuẩn và đơn vị đo lường hợp pháp của nhà nước.

- Quy cách chất lượng và tổng giá trị. Điều khoản này ghi: hàng hoá giao dịch theo tiêu chuẩn chất lượng nào, thời gian bảo hành của từng loại cụ thể; xử lý hàng sai quy cách, lẫn loại, lẫn hàng. Với hàng hoá mới chưa có tiêu chuẩn

nhà nước hoặc của ngành, của cơ sở thì các bên thoả thuận tiêu chuẩn chất lượng, đồng thời báo cáo cơ quan quản lý cấp trên để xin ý kiến giải quyết.

- Giá cả. Điều khoản này ghi giá đơn vị cho từng mặt hàng có giá chỉ đạo của nhà nước (cần ghi rõ ở từng khu vực nhất định). Đối với hàng nhập khẩu, hàng mới xuất chưa có giá trị, tính theo giá trị tạm thời; giá này do cơ quan bán và mua thương lượng và được cấp chủ quản duyệt.

- Bao bì, đóng gói. Trong chỉ tiêu giá thành hàng hoá, nhà nước đã có quy định những khoản chi phí về bao bì, cho nên khi ký hợp đồng doanh nghiệp thương mại bán buôn phải ghi rõ các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật về bao bì.

- Giao nhận hàng. Điều khoản này ghi: số lượng, thời gian và địa điểm giao hàng. Hạn định và chi phí kho, lưu bãi. Tỷ lệ hàng hoá có thể giao tăng hay giảm trong mỗi lần hoặc mỗi quý, nhưng tính chung cả kỳ hạn hợp đồng phải bảo đảm đầy đủ. Xử lý khi một bên không thực hiện hợp đồng.

- Phương tiện vận chuyển và cước phí do bên nào chịu. Giá cước phí thanh toán khi hai bên có sự hỗ trợ lẫn nhau. Hình thức và phương pháp kiểm tra.

- Thanh toán. Điều khoản này ghi: hình thức thanh toán, thời hạn thanh toán khi có đủ chứng từ hợp lệ, trường hợp từ chối không thanh toán, trách nhiệm vật chất khi một trong hai bên không thanh toán đúng quy định.

- Điều khoản về cam kết chung. Điều khoản này cần thiết vì nó có tính pháp lý của hợp đồng. Trong điều khoản chung cần ghi rõ những quy định về bồi thường, phạt và khen thưởng. Đồng thời quy định rõ những công việc phải bảo đảm, công việc chưa hoàn thành, điều khoản này phải thể hiện được sự công bằng, hợp lý, bình đẳng, dân chủ và hợp tác xã hội chủ nghĩa giữa hai bên chủ thể hợp đồng.

III. KÝ KẾT HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HOÁ

- Hợp đồng ký kết phải phù hợp với kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp, với luật lệ nhà nước, đúng với điều lệ về hợp đồng kinh tế. Ký kết hợp đồng không phải là việc hoàn thành về mặt hành chính để có hàng, không thể chỉ do cán bộ làm. Nó phải là kết quả nghiên cứu của các bộ phận nghiệp vụ trong đơn vị.

- Nhà nước chỉ cho các doanh nghiệp kinh tế miễn ký hợp đồng khi phải thi hành những mệnh lệnh của Thủ tướng Chính phủ, bộ trưởng, chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc để đối phó với tình hình khẩn cấp.

- Trong các trường hợp khác, các đơn vị kinh tế giao dịch với nhau nhất thiết phải có hợp đồng, nếu không ngân hàng nhà nước không thanh toán và không được cung cấp vật tư, tiền vốn..

Ký kết hợp đồng phải bảo đảm đúng nguyên tắc thể thức và thủ tục quy định.

1. Nguyên tắc ký kết hợp đồng

Điều 3 pháp lệnh hợp đồng ghi rõ: "Hợp đồng được ký kết trên nguyên tắc tự nguyện, cùng có lợi, bình đẳng về quyền và nghĩa vụ, trực tiếp chịu trách nhiệm về tài sản và không trái pháp luật". Ngoài ra:

- Phải tuân thủ đầy đủ pháp luật, chế độ, thể lệ của nhà nước.
- Hợp đồng phải rõ ràng, cụ thể, chính xác, không tẩy xóa, nếu tẩy xóa phải được hai bên xác nhận. Các chỉ tiêu kinh tế và kỹ thuật phải đúng với quy định trong chế độ thể lệ hiện hành.
- Quán triệt nguyên tắc tập trung dân chủ.

Nguyên tắc tập trung đòi hỏi các chỉ tiêu kinh tế, kỹ thuật phải xuất phát từ kế hoạch kinh tế của nhà nước, tôn trọng các chỉ tiêu pháp lệnh, chỉ tiêu hướng dẫn và phụ lục trong hợp đồng. Dân chủ thể hiện sự bình đẳng trong ký kết. Nội dung ký kết phải được bàn bạc, thương lượng và nhất trí giữa các bên ký kết.

- Đề cao sự hợp tác xã hội chủ nghĩa vì: mục đích kinh doanh của đôi bên ký kết nhất trí với nhau. Trong quá trình chuẩn bị cho việc ký kết, các đơn vị ký kết phải biết những thuận lợi, khó khăn của nhau để cùng nhau giải quyết nhằm mục đích không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh của cả hai bên.

2. Thể thức, thủ tục ký kết và thực hiện hợp đồng

2.1. Theo cách ký gián tiếp

Chuẩn bị và ký hợp đồng:

Đơn vị giao sản phẩm, đơn vị cung ứng hàng hoá hay đơn vị bán hàng (gọi tắt là "bên bán") phải làm hợp đồng ký trước gửi cho bên nhận sản phẩm, bên mua hàng (gọi tắt là "bên mua") ký tiếp sau.

Để việc ký kết hợp đồng được tốt phải làm tốt công tác chuẩn bị, những công việc phải làm trong bước chuẩn bị gồm: thống nhất với cơ sở liên quan về cơ cấu mặt hàng và tổng lượng sẽ ký, xác định mức độ và phạm vi ký, giải quyết quan hệ giữa hai bên trong việc ký kết hợp đồng và dự thảo hợp đồng. Khi nhận được hợp đồng đã ký trước của bên bán gửi đến, bên mua phải tổ

chức nghiên cứu ký tiếp ngay và gửi lại cho bên bán một bản. Nếu thấy có điều khoản nào chưa thoả thuận phải lập kiến nghị kèm theo.

Mỗi bản hợp đồng chỉ được ký một mặt hàng hoặc một nhóm hàng có tính chất thương phẩm giống nhau, và cho một đối tượng mua hàng. Không ký gộp nhiều mặt hàng vào một hợp đồng. Không ký cả mua và bán chung một hợp đồng.

Khi có kế hoạch chính thức, bên bán phải bổ sung điều chỉnh hợp đồng để ký (nếu thấy không phù hợp). Thông báo điều chỉnh hợp đồng phải ghi rõ số hợp đồng, nội dung đã ký và nội dung cần điều chỉnh. Bên mua có trách nhiệm chấp hành nếu xét không có gì trái với kế hoạch nhà nước.

- Thời gian ký hợp đồng:

Trước đây quy định thời hạn phải hoàn thành việc ký kết một hợp đồng cung ứng hàng hoá là 30 ngày (không trừ ngày lễ) tính từ khi nhận được thông báo chỉ tiêu số kiểm tra kế hoạch nhà nước do cơ quan quản lý cấp trên trực tiếp của đơn vị bán hàng gửi cho cả hai bên mua, bán bằng văn bản chính thức, chia thành từng bước sau:

Bước chuẩn bị hợp đồng: mười ngày từ ngày nhận được đơn đặt hàng, bên bán phải lập xong hợp đồng, ký trước gửi cho bên mua ký tiếp.

Bước tiếp ký hợp đồng: mười ngày, kể từ ngày nhận được hợp đồng đã ký của bên bán gửi đến; bên mua phải tổ chức nghiên cứu để ký tiếp cho xong và gửi trả lại bên bán kèm theo biên bản yêu cầu sửa đổi nội dung hợp đồng (nếu có).

Bước giải quyết kiến nghị: mười ngày, kể từ ngày nhận được kiến nghị của bên mua gửi đến kèm theo bản hợp đồng đã ký tiếp, bên bán phải nghiên cứu và giải quyết xong những điều mà bên mua yêu cầu sửa đổi. Nếu chấp nhận thì thôi không phải trả lời. Nếu không chấp nhận được thì phải khẩn trương và chủ động đưa ra tập thể hai bên cùng bàn bạc giải quyết.

Thời hạn thông báo điều chỉnh hợp đồng: 1 tuần, kể từ khi có kế hoạch chính thức, nếu thấy không phù hợp với hợp đồng đã ký, bên bán phải bổ sung và điều chỉnh hợp đồng đã ký thông báo cho bên mua. Hiện nay, thời hạn này do các bên thoả thuận.

2.2. Theo cách ký trực tiếp

Hai bên mua bán chủ động gặp nhau tại bên bán, bên mua hoặc một địa điểm trung gian để trao đổi, bàn bạc thương lượng thống nhất và cùng ký một lúc trên văn bản hợp đồng.

- Tư cách người ký kết:

Tổ chức kinh tế, cơ quan... được ký kết hợp đồng phải là tổ chức kinh tế, cơ quan có đủ tư cách pháp nhân, và chỉ được ký kết trong phạm vi năng lực pháp lý của mình. Thủ trưởng đơn vị là người có đủ tư cách pháp nhân để ký hợp đồng. Thủ trưởng đơn vị ký kết có thể uỷ quyền cho người khác ký thay, nhưng vẫn phải chịu trách nhiệm như chính mình ký. Trong trường hợp này phải có giấy uỷ quyền trong đó có ghi rõ họ tên, chức vụ của người được uỷ quyền. Giấy uỷ quyền phải ghi rõ số, ngày, có chữ ký của thủ trưởng và dấu của đơn vị. Đối với doanh nghiệp tư nhân thì không được phép uỷ quyền mà phải do chính người đứng tên trong đăng ký kinh doanh đứng ra ký kết hợp đồng.

- Thực hiện hợp đồng:

Hợp đồng ký xong phải được quản lý theo chế độ tài liệu "tối mật". Thủ trưởng của cả hai bên ký kết phải chiếu theo nội dung hợp đồng đã ký để điều hành mọi hoạt động kinh doanh của đơn vị. Mọi hành vi trái với những điều thoả thuận ghi trong hợp đồng, dù chỉ là của một người trong đơn vị cũng là vi phạm và phải chịu trách nhiệm vật chất về lỗi của mình theo chế độ hợp đồng kinh tế đã quy định. Người, bộ phận công tác vi phạm hợp đồng gây trở ngại hoặc làm thiệt hại đến việc thực hiện kế hoạch Nhà nước và hạch toán kinh tế, đều phải chịu trách nhiệm vật chất đối với đơn vị. Nếu làm tốt, làm đúng hợp đồng kinh tế thì được xét khen thưởng.

IV. TRỌNG TÀI KINH TẾ

Trước đây, trọng tài kinh tế là cơ quan pháp lý kinh tế của nhà nước có trách nhiệm quản lý công tác hợp đồng kinh tế: thanh tra việc từ chối, trì hoãn việc ký kết hợp đồng, xử lý các vụ tranh chấp và vi phạm hợp đồng kinh tế để đưa ra các phán quyết với các bên khiếu nại.

Mặt khác thông qua công tác của mình, trọng tài kinh tế sẽ phát hiện những thiếu sót trong công tác kế hoạch và trong quản lý kinh tế và đề ra những kiến nghị nhằm cải tiến những mặt công tác trên.

Trọng tài kinh tế các cấp chịu sự lãnh đạo trực tiếp của cơ quan chính quyền cùng cấp và chịu sự chỉ đạo nghiệp vụ của trọng tài kinh tế cấp trên.

Hiện nay tổ chức trọng tài kinh tế đã chuyển sang toà án kinh tế (2001).

V. DỰ THẢO HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HOÁ (THEO PHÁP LỆNH HỢP ĐỒNG KINH TẾ VÀ TRỌNG TÀI KINH TẾ)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HÓA

Hợp đồng số _____/HDMB

- Căn cứ pháp lệnh Hợp đồng kinh tế ngày 25/9/1989 của Hội đồng nhà nước và các văn bản hướng dẫn của các cấp các ngành.
- Căn cứ vào đơn chào hàng (đặt hàng hoặc sự thoả 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 uỷ quyền số:.....(nếu thay giám đốc ký).....

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:

Giấy uỷ quyền số:.....(nếu thay giám đốc ký).....

Viết ngày..... tháng..... năm.....

Do.....chức vụ.....ký.

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

Điều 1: Nội dung công việc giao dịch

Bên A bán cho bên B:

<i>STT</i>	<i>Tên hàng</i>	<i>Đơn vị tính</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Đơn giá</i>	<i>Thành tiền</i>	<i>Ghi chú</i>

Cộng.....

Tổng giá trị (bằng chữ):

.....

.....

Bên B bán cho bên A:

<i>STT</i>	<i>Tên hàng</i>	<i>Đơn vị tính</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Đơn giá</i>	<i>Thành tiền</i>	<i>Ghi chú</i>

Cộng.....

Tổng giá trị (bằng chữ)

.....

Điều 2: Giá cả

Đơn giá mặt hàng trên là giá.....(theo văn bản.....(nếu có) của.....)

Điều 3: Chất lượng và quy cách hàng hoá

1. Chất lượng mặt hàng.....được quy định theo.
- 2.
3. v.v.

Điều 4: Bao bì và ký mã hiệu

Bao bì làm bằng.

1. Quy cách bao bì.....cỡ.....kích thước.....
2. Cách đóng gói:
3. Trọng lượng cả bì:
4. Trọng lượng tịnh:

Điều 5: Phương thức giao nhận

1. Bên A giao cho bên B theo lịch sau:

<i>STT</i>	<i>Tên hàng</i>	<i>Đơn vị tính</i>	<i>Số lượng</i>	<i>Đơn giá</i>	<i>Thành tiền</i>	<i>Ghi chú</i>

2. Bên B giao cho bên A theo lịch sau (lập lịch tương tự)
3. Phương tiện vận chuyển và chi phí vận chuyển do bên.....chịu.
4. Chi phí bốc xếp (mỗi bên chịu một đầu hoặc.....)
5. Quy định lịch giao nhận hàng hoá 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 nhận hàng, bên mua có trách nhiệm kiểm nhận phẩm chất, quy cách hàng hoá tại chỗ. Nếu phát hiện hàng thiếu, không đúng tiêu chuẩn chất lượng,... 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 kho mới phát hiện có vi phạm thì phải lập biên bản gọi cơ quan kiểm tra trung gian (Vina control) đến xác nhận và phải gửi đến bên bán trong 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 hoá

1. Bên bán có trách nhiệm bảo hành chất lượng và giá trị sử dụng loại hàng..... cho bên mua trong thời hạn là..... tháng.
2. Bên bán phải cung cấp đủ mỗi đơn vị hàng hoá một giấy hướng dẫn sử dụng (nếu cần).

Điều 7: Phương thức thanh toán

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

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 thoả thuận trên, không được đơn phương thay đổi hay huỷ 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 thành 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 thoả 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 toà án.

Điều 11: Các thoả 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.

Đại diện bên A
Chức vụ
Ký tên
(Đóng dấu)

Đại diện bên B
Chức vụ
Ký tên
(Đóng dấu)

VI. KỸ THUẬT SOẠN THẢO CÁC ĐIỀU KHOẢN CHÍNH CỦA HỢP ĐỒNG MUA BÁN

1. Điều khoản về đối tượng của hợp đồng

- Trong hợp đồng phải nêu tên hàng bằng những danh từ thông dụng nhất (tiếng phổ thông) để các bên hợp đồng và các cơ quan hữu quan đều có thể hiểu được bởi hàng hoá có thể tồn tại dưới dạng tư liệu tiêu dùng, vật tư và tư liệu sản xuất khác. Trong trường hợp mua bán vật tư, sản phẩm, chúng ta vẫn có thể ghi tên loại hợp đồng này dưới dạng cụ thể như:

+ Hợp đồng mua bán vật tư.

+ Hợp đồng mua bán sản phẩm.

- Đối tượng của hợp đồng chỉ hợp pháp khi nó là loại hàng hoá được phép lưu thông, nếu đối tượng của loại hợp đồng này là hàng quốc cấm thì hợp đồng trở thành vô hiệu. Nếu đối tượng của hợp đồng là loại hàng hoá nhà nước hạn chế lưu thông thì loại hợp đồng này thường bị nhà nước quản lý chặt chẽ số lượng và địa chỉ tiêu thụ, các chủ thể không được áp dụng nguyên tắc tự nguyện và phải tuân theo quy định của hợp đồng theo chỉ tiêu pháp lệnh (trong Quyết định số 18/HĐBT ngày 16.01.1990).

2. Điều khoản về số lượng hàng hoá

Số lượng vật tư, hàng hoá phải được ghi chính xác, rõ ràng theo thoả thuận của các bên chủ thể và tính theo đơn vị đo lường hợp pháp của nhà nước theo từng loại hàng như: kg, tấn, KW, A,... Nếu tính trọng lượng thì phải tính trọng lượng tịnh và trọng lượng cả bì.

Trong những hợp đồng có mua bán nhiều loại hàng hoá khác nhau thì phải ghi riêng số lượng, trọng lượng của từng loại, sau đó ghi tổng số giá trị của vật tư, hàng hoá mua bán.

Nếu các bên phải thực hiện chỉ tiêu pháp lệnh nhà nước giao với hàng hoá đặc biệt nào đó thì phải ghi vào hợp đồng đúng số lượng hàng hoá theo kế hoạch nhà nước giao (trong trường hợp không thể đáp ứng đủ phải báo cáo cấp trên điều chỉnh chỉ tiêu kế hoạch).

3. Điều khoản về chất lượng, quy cách hàng hóa

Phải ghi rõ trong hợp đồng phẩm chất, quy cách, tiêu chuẩn kỹ thuật, kích thước, màu sắc, mùi vị, độ ẩm, tạp chất... Nhưng tùy từng loại hàng mà hai bên có thể thoả thuận về quy cách cho phù hợp.

a. Căn cứ vào tiêu chuẩn để thoả thuận chất lượng: thông thường sản phẩm công nghiệp được tiêu chuẩn hoá có các loại tiêu chuẩn nhà nước (TCVN), tiêu chuẩn ngành (TCN) hoặc tiêu chuẩn cơ sở (TC).

b. Nếu chưa được tiêu chuẩn hoá, các bên phải thoả thuận chất lượng bằng sự mô tả tỉ mỉ, không được dùng các khái niệm chung chung, khó quy trách nhiệm khi vi phạm như: "chất lượng phải tốt", "hàng hoá phải đảm bảo", "hàng phải khô", "còn ăn được".

c. Đối với hàng hoá có chất lượng ổn định thường không thoả thuận theo mẫu hàng, đó là hàng được sản xuất hàng loạt. Yêu cầu khi chọn mẫu phải tuân theo quy tắc:

- + Phải chọn mẫu của chính lô hàng ghi trong hợp đồng.
- + Mẫu hàng phải mang tính chất tiêu biểu cho loại hàng đó.
- + Số lượng ít nhất là 3, trong đó mỗi bên giữ một mẫu và giao cho người trung gian giữ 1 mẫu.

Mẫu hàng là một bộ phận không thể tách rời trong hợp đồng nên phải kẹp chì, đánh dấu, ghi số hợp đồng vào mẫu... để đề phòng mất mát và tránh tranh chấp xảy ra sau này.

- *Xác định chất lượng hàng hoá theo điều kiện kỹ thuật.* Bao gồm những đặc tính kỹ thuật cụ thể, mô tả loại vật liệu sản xuất ra hàng hoá, nguyên tắc và phương pháp kiểm tra, thử nghiệm. Điều kiện kỹ thuật thường dùng xác định chất lượng những mặt hàng được thực hiện theo đơn đặt hàng cá nhân; chẳng hạn: tàu biển, thiết bị kỹ thuật công nghiệp phức tạp, loại thiết bị duy nhất. Điều kiện kỹ thuật đối với máy móc và thiết bị có thể do chính người đặt hàng đưa ra và bên cung cấp sẽ chấp nhận ký hợp đồng mua bán hoặc do công ty cung cấp nêu ra và người đặt hàng phê chuẩn. Điều kiện kỹ thuật được đưa ra ngay hoặc trong văn bản hợp đồng hoặc trong phụ lục của hợp đồng.

- *Xác định sau khi đã xem sơ bộ.* Trong hợp đồng, phương pháp này được thể hiện bằng những từ "đã xem và đồng ý". Với phương pháp này, người mua được quyền xem toàn bộ lô hàng trong một thời gian quy định. Người bán đảm bảo chất lượng hàng hoá khi người mua đã xem và đồng ý. Trên thực tế trong trường hợp này, người bán không chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hoá được giao nếu trong đó có những yếu điểm mà khi xem hàng người mua không phát hiện ra và không thông báo trước khi thực hiện hợp đồng. Hàng hoá bán theo kiểu này thường ở các cuộc đấu giá hoặc lấy từ kho ra.

- *Xác định hàm lượng từng chất trong hàng hoá.* Phương pháp này đòi hỏi

hợp đồng phải quy định số phần trăm hàm lượng tối thiểu được phép những chất có ích và hàm lượng tối đa được phép có tạp chất. Chẳng hạn như mua bán kim loại và quặng thì chỉ số chất lượng và hàm lượng chất cơ bản của một số tạp chất, trong buôn bán đường là hàm lượng xaccaroza, các mặt hàng dầu là hàm lượng dầu.

- *Xác định theo sản lượng sản phẩm.* Với phương pháp này, hợp đồng lập chỉ số xác định số lượng sản phẩm cuối cùng thu được từ nguyên liệu. Chẳng hạn bột đường từ gạo, dầu từ hạt. Chỉ số này có thể quy định bằng phẩm trăm và đại lượng tuyệt đối.

- *Xác định theo nhãn hiệu hàng hoá.* Áp dụng cho loại hàng đã đăng ký chất lượng sản phẩm, đã có uy tín trên thương trường và được các bên mua bán nhiều lần.

- *Xác định theo trọng lượng tự nhiên.* Đây là phương pháp xác định chất lượng ngũ cốc. Trọng lượng tự nhiên - đó là trọng lượng của 1hectolít ngũ cốc (đơn vị đo thể tích) được thể hiện bằng kg. Trọng lượng tự nhiên phản ánh tính chất vật lý của ngũ cốc (hình dạng, kích cỡ, tỷ trọng) và cho thấy tỷ lệ chất lượng của bột và lượng tấm. Chỉ số trọng lượng tự nhiên thường được đi kèm theo các chỉ số khác (Ví dụ hàm lượng tạp chất trong ngũ cốc)

- *Xác định theo biểu kê các thông số kỹ thuật khắc hoạ tính chất hàng hoá.* Biểu kê có thể do nhiều cá nhân, tổ chức khác nhau nêu ra. Trong trường hợp này, hợp đồng phải nêu rõ ra tổ chức đã lập ra biểu kê và viện dẫn những chỉ số cơ bản của biểu kê đó.

- *Xác định theo hiện trạng hàng hoá.* Áp dụng cho hàng tươi sống có mùi vị màu sắc, độ chín không ổn định; trong trường hợp này người bán không chịu trách nhiệm về tình trạng xấu đi của hàng hoá trên đường vận chuyển.

- *Xác định theo phẩm chất bình quân tương đương.* Tức là việc xét nghiệm các chất chủ yếu trong hàng hoá phải tương đương với hàm lượng chất chủ yếu đã thoả thuận trong hợp đồng, có thể chấp nhận sự chênh lệch nhỏ không đáng kể, thường áp dụng cho loại hàng ngũ cốc, thực phẩm.

4. Điều khoản về bao bì và ký mã hiệu

Bao bì có tác dụng bảo vệ hàng hoá, tăng vẻ mỹ quan của hàng hoá, làm cho hàng hoá hấp dẫn người mua với cách đóng gói và mã hiệu ghi trên bao bì. Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay, các nhà sản xuất kinh doanh rất quan tâm đến chất lượng và hình thức bao bì. Do đó phải mô tả bao bì trong

hộp đồng một cách tỉ mỉ về hình dáng, kích cỡ bao bì, chất liệu, độ bền, cách đóng gói bao bì. Vị trí kí mã hiệu, nội dung kí mã hiệu trên bao bì phải đảm bảo ghi nhận đầy đủ các dấu hiệu đặc trưng từng loại hàng như: tên hàng, tên cơ sở sản xuất, trọng lượng hàng, số hiệu đơn hàng, phải có đủ những chỉ dẫn đặc biệt về vận chuyển, bảo quản bốc xếp.

Trong hợp đồng cũng cần phân biệt bao bì bên ngoài (hòm, hộp cácton, container...) và bao bì bên trong gắn liền với hàng. Trong nhiều trường hợp vẫn phải thoả thuận cả bao bì bên ngoài cùng gắn liền với hàng hoá sẽ thuộc về người mua cùng với hàng hoá, cũng có trường hợp quy định giao hàng trong bao bì người mua đưa trước hoặc trả lại bao bì cho người bán, hoặc người mua phải thanh toán riêng bao bì cho người bán không tính vào giá hàng. Có thể phải quy định phương thức thanh toán bao bì trong hợp đồng theo các hướng: tính giá bao bì theo phần trăm hàng, tính giá bao bì tách rời với giá hàng hoá.

5. Điều khoản về giao nhận hàng

Trong điều khoản này phải xác định trách nhiệm của người bán là thông báo cho người mua về việc hàng đã chuẩn bị xong để giao. Ngoài ra, bên bán còn phải liệt kê những chứng từ giao hàng mà bên bán phải giao khi nhận hàng. Trong hợp đồng cần quy định rõ lịch nhận hàng; trong lịch cần xác định chính xác số lượng cần giao, thời gian, địa điểm, phương pháp giao nhận và điều kiện của người đến nhận hàng như sau:

5.1. Thời gian giao nhận

Cần ghi vào hợp đồng thời gian giao nhận cụ thể, cần chia theo đợt, theo ngày tháng... cũng có thể lập phụ lục hợp đồng với lịch giao nhận phù hợp với tình hình thực tế hai bên có thể chấp nhận được. Nếu giao nhận thường xuyên theo khối lượng lớn thì chia theo nhu cầu của bên mua để đáp ứng đòi hỏi của thị trường, thời gian giao nhận không nhất thiết phải dần đều theo tháng, quý...

5.2. Địa điểm giao nhận

Cần thoả thuận cụ thể địa chỉ nơi giao nhận, phải đảm bảo nguyên tắc phù hợp với khả năng đi lại của phương tiện vận chuyển, đảm bảo an toàn cho phương tiện, cố gắng giao thẳng từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng, bỏ bớt các khâu trung gian không cần thiết.

Bên bán có trách nhiệm ký hợp đồng vận chuyển đưa vật tư hàng hóa đến địa điểm do bên mua yêu cầu đã ghi vào hợp đồng hoặc một địa điểm nào đó

mà bên bán có khả năng đáp ứng, mọi phí tổn do bên mua thanh toán. Bên mua có thể tự lo liệu phương tiện để nhận hàng tại kho người bán, trong trường hợp này bên mua được hưởng toàn bộ chi phí vận chuyển do bên bán thanh toán.

5.3. Phương thức giao nhận

Giao nhận phải qua cân, đóng, đo, đếm, tính, khi cần phải kiểm nghiệm. Về nguyên tắc đầu giao và đầu nhận phải áp dụng cùng một phương thức, chẳng hạn nếu vừa cân vừa đếm ở đầu giao thì đầu nhận cũng phải cân và đếm. Nếu là vận tải liên vận thì bên vận tải phải có trách nhiệm giữ an toàn cho hàng ở đầu nhận và đầu giao cuối cùng.

Trong khi giao nhận thấy hàng hoá thiếu hụt thì các bên phải lập biên bản thương vụ làm cơ sở giải quyết tranh chấp sau này.

Khi giao nhận hàng, vật tư nếu xét thấy cần bao gói chia lẻ, cắt, chặt... thì bên bán thực hiện nhiệm vụ này và tiền công được tính thêm vào giá thành phẩm.

Khi hai bên thoả thuận kỹ về tỷ lệ hao hụt trong quá trình bảo quản và vận chuyển trong trường hợp chưa có quy định của nhà nước và ghi vào hợp đồng để làm cơ sở cho việc tính toán sau này. Trách nhiệm do mất mát hao hụt quá tỷ lệ cho phép trên đường vận chuyển nếu bên mua tự vận chuyển lấy thì bên mua phải chịu.

5.4. Điều kiện của người đại diện đến nhận hàng

Khi đến nhận hàng người nhận phải xuất trình các giấy tờ bảo đảm tin tưởng để được giao hàng như sau:

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

Cuối cùng phải quy trách nhiệm của hai bên trong việc thực hiện lịch giao nhận như: bên mua không đến nhận hàng theo lịch thì phải chịu chi phí kho bãi hoặc ngược lại, bên bán không giao hàng thì ngoài việc phạt hợp đồng còn phải chịu chi phí cho việc huy động phương tiện.

6. Điều khoản về bảo hành hàng hoá và giấy hướng dẫn sử dụng

Về nguyên tắc những hàng hoá có tính năng kỹ thuật, người sản xuất phải có trách nhiệm bảo hành trong một thời gian nhất định (3 tháng, 6 tháng, 1 năm...) đồng thời phải làm giấy hướng dẫn sử dụng cụ thể cho loại hàng đó, nhất là hàng dược liệu, mỹ phẩm và phương tiện kỹ thuật. Đối với loại hàng có

in nhãn hiệu và có phiếu bảo hành và hướng dẫn sử dụng trong đó thì không cần thoả thuận điều này trong văn bản hợp đồng.

Trong nhiều trường hợp bên bán hàng và người trực tiếp sản xuất ra hàng là hai chủ thể khác nhau (chẳng hạn như hàng đem ký gửi, hàng đã bán buôn cho chủ hàng...) thì người mua sử dụng hàng hoá sẽ đưa thẳng tới cơ sở sản xuất yêu cầu thực hiện trách nhiệm bảo hành.

7. Điều khoản về giá cả

Khi định giá hàng hoá trong hợp đồng mua bán cần nêu rõ: đơn vị tính giá và phương pháp định giá.

7.1. Xác định đơn vị tính giá

Chọn đơn vị tính giá cần căn cứ vào tính chất của loại hàng và thông lệ buôn bán mặt hàng đó trên thị trường, giá trong hợp đồng có thể quy định theo phương pháp sau:

- Một đơn vị khối lượng nhất định hoặc theo những đơn vị thường dùng trong buôn bán mặt hàng đó như: trọng lượng, độ dài, diện tích, thể tích, cái, chiếc... hoặc các đơn vị khác như trăm, tá, chục....

- Trọng lượng căn cứ vào hàm lượng thành phần vật chất chủ yếu trong hàng hoá đối với quặng, tinh dầu, hoá chất...

- Tỷ lệ của những tạp chất lẫn trong hàng hoá. Chẳng hạn giá loại gạo 20% tấm là...

Khi giao nhận hàng có phẩm chất chủng loại khác nhau, giá được quy định cho từng mặt hàng, từng loại sản phẩm và từng loại mặt hàng khác nhau. Khi giao hàng thiết bị toàn bộ, giá thường được định theo giá trị của từng chuyển giao hàng hoặc từng bộ phận máy và được nêu rõ trong bản phụ lục của hợp đồng. Nếu giá tính theo trọng lượng phải quy định rõ: trọng lượng bao bì, trọng lượng tịnh hay trọng lượng cả bao bì coi là tịnh hoặc phải thoả thuận giá bao bì có được tính trong hàng hay không. Những quy định này cần phải nêu rõ khi tính giá theo chiếc.

7.2. Phương pháp định giá

Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay, nói chung phương pháp định giá như thế nào để bên mua có thể chấp nhận được là do nghệ thuật tiếp thị của bên bán. Trừ sản phẩm và vật tư đặc biệt nào nhà nước đang quản lý giá thì cần định giá loại hàng này theo nguyên tắc sau:

- Đối với hàng hoá do Chính phủ, Uỷ ban vật tư nhà nước, các bộ, UBND

tính quyết định mức giá cụ thể gắn liền với quy cách, phẩm chất hàng hoá thì được chấp hành đúng giá do các cấp đó công bố.

- Nếu sản phẩm, hàng hoá được các cơ quan có thẩm quyền nói trên đã uỷ quyền cho cơ quan quản lý cấp dưới cụ thể hoá giá chuẩn hoặc quy định giá trong khung giá theo quy cách, phẩm chất... thì giá của sản phẩm cụ thể ký kết hợp đồng kinh tế là giá do cơ quan được uỷ quyền công bố.

- Đối với hàng hoá do UBND cấp tỉnh quyết định giá chuẩn hoặc khung giá, các cơ sở sản xuất, lưu thông được nhà nước cho phép quy định giá sản phẩm cụ thể theo quy cách phẩm chất... thì giá sản phẩm cụ thể ký kết hợp đồng kinh tế là giá hai bên thoả thuận. Giá hàng hoá do hai bên thoả thuận phải đảm bảo tương quan hợp lý với giá sản phẩm chuẩn và quy cách phẩm chất, nhất định không được vượt qua khung giá do nhà nước quy định.

- Những sản phẩm hàng hoá thuộc danh mục nhà nước quy định giá, nhưng chưa được cấp có thẩm quyền quyết định cụ thể thì giá trong hợp đồng là giá tạm tính do hai bên thoả thuận. Khi chưa có giá chính thức, các bên ký hợp đồng phải ghi lại giá hợp đồng và thanh toán theo giá chính thức. Nếu hợp đồng kinh tế đã hết hiệu lực mà chưa có giá chính thức thì hai bên được phép thanh toán theo giá đề nghị trong phương án giá đã trình xét duyệt.

Những vật tư, hàng hoá ngoài danh mục nhà nước quản lý giá thì giá trong hợp đồng do hai bên thoả thuận nhưng phải chấp hành đúng nguyên tắc phương pháp tính giá của nhà nước (nếu có).

8. Điều khoản thanh toán

Đối với hàng nội địa, việc thanh toán phải theo quy định của nhà nước. Tùy theo tính chất của các loại giao dịch kinh tế và các quan hệ chi trả, các bên có thể chọn hình thức thanh toán chấp nhận được như sau:

- + Thanh toán bằng đổi hàng.
- + Thanh toán uỷ nhiệm chi.
- + Thanh toán bằng séc.
- + Thanh toán bằng thư tín dụng.

Hai bên phải thoả thuận ngay từ đầu về việc thanh toán bằng tiền Việt Nam hay bằng loại ngoại tệ khác.

9. Các biện pháp đảm bảo thực hiện hợp đồng

Khi xét, cần thiết phải áp dụng một biện pháp đảm bảo vật chất nào đó để thực hiện các nghĩa vụ trong hợp đồng, các bên có quyền thoả thuận một trong

những biện pháp như: thế chấp, cầm cố, bảo lãnh đã được hợp đồng kinh tế quy định. Thủ tục áp dụng như sau:

9.1. Thế chấp tài sản

Trước hết phải định giá sơ bộ tài sản. Sau khi nhất trí lấy thế chấp để đảm bảo nghĩa vụ trong hợp đồng thì các bên phải làm 1 biên bản riêng, đưa tới xác nhận tại cơ quan công chứng hoặc cơ quan có thẩm quyền đăng ký kinh doanh. Vấn đề quản lý tài sản thế chấp sẽ do các bên quan hệ hợp đồng kinh tế thỏa thuận, thông thường là giao cho bên có tài sản thế chấp giữ hoặc có thể nhờ một tổ chức trung gian giữ và phải ghi rõ trong văn bản thế chấp tên cơ quan và cá nhân giữ tài sản, xác định trách nhiệm của họ phải giữ nguyên giá trị của tài sản thế chấp, không được chuyển dịch quyền sở hữu hoặc tự động giao tài sản đó cho cho người khác trong thời gian văn bản thế chấp có hiệu lực. Việc xử lý tài sản thế chấp do toà án kinh tế thực hiện đồng thời với việc giải quyết tranh chấp hợp đồng kinh tế.

9.2. Cầm cố tài sản

Là biện pháp bảo đảm nghĩa vụ hợp đồng hơn thế chấp, thường là bên có nghĩa vụ phải chuyển giao động sản và giấy tờ sở hữu cho bên đối tác hoặc một cơ quan hay cá nhân trung gian giữ. Thủ tục cầm cố cũng đòi hỏi phải định giá sơ bộ, lập biên bản có xác nhận của công chứng viên và nêu rõ trách nhiệm giữ gìn bảo quản của người giữ tài sản. Về biện pháp xử lý cũng do cơ quan trọng tài kinh tế thực hiện

9.3. Biện pháp bảo lãnh tài sản

Do người không phải chủ thể của hợp đồng kinh tế đó thực hiện bằng cách nhận trách nhiệm tài sản thay cho người có nghĩa vụ trong hợp đồng; khi định giá tài sản bảo lãnh phải xem xét tài sản đó có ngang bằng hay lớn hơn phần nghĩa vụ họ đảm nhận thì mới đồng ý và lập thành văn bản riêng. Ngoài sự xác nhận của cơ quan công chứng nhà nước, phải có thêm sự chứng thực của cơ quan ngân hàng, nơi người bảo lãnh mở tài khoản hoặc thực hiện các giao dịch khác chứng nhận về mức giá trị tài sản hoặc khoản tiền trong tài khoản đưa ra bảo lãnh mới chính thức công nhận có sự bảo lãnh tài sản của người có nghĩa vụ tài sản trong hợp đồng kinh tế. Việc xử lý và thẩm quyền xử lý cũng tương tự như hai biện pháp trên.

Nội dung cơ bản của một biên bản dùng cho việc lập thủ tục đảm bảo nghĩa vụ trong hợp đồng phải có các yếu tố sau:

- + Quốc hiệu.
- + Tên loại biên bản (thế chấp, cầm cố hay bảo lãnh).
- + Thời gian địa điểm lập biên bản.
- + Tên gọi và các thông tin cần thiết về người bảo lãnh.
- + Tên gọi và các thông tin cần thiết của các chủ thể HĐKT.
- + Tên tài sản đưa ra bảo đảm, số giấy tờ sở hữu (nếu có).
- + Trị giá tài sản (định giá sơ bộ và mô tả quy cách chất lượng tài sản).
- + Các thông tin cần thiết về người giữ tài sản (tên, chức vụ, địa chỉ...).
- + Nghĩa vụ của người nhận giữ tài sản bảo đảm của hợp đồng.
- + Thời hạn bảo đảm (thường trùng với thời hạn hợp đồng).
- + Tên cơ quan trọng tài sẽ xử lý tài sản đưa ra bảo đảm.
- + Đại diện các bên ký vào biên bản.
- + Xác nhận của cơ quan công chứng và cơ quan ngân hàng.

Đóng dấu vào biên bản và giấy tờ sở hữu chứng thực loại tài sản đang đưa ra bảo đảm cho hợp đồng kinh tế.

Lưu ý: Biên bản này phải được đính kèm với văn bản hợp đồng kinh tế.

10. Điều khoản về trách nhiệm vật chất

Trong hợp đồng mua bán hàng hoá, điều khoản này quy tụ những cam kết rất cụ thể về sự quyết tâm thực hiện nghiêm túc mọi điều khoản đã thoả thuận. Trong đó cần xác định một cách cụ thể những trường hợp phải bồi thường do trách nhiệm liên đới, xác định các mức phạt cụ thể do vi phạm về phẩm chất, quy cách hàng hoá, vi phạm do thiếu số lượng hàng, phụ tùng, phụ kiện thiếu đồng bộ; mức phạt được chọn từ 6%- 12% giá trị phần hợp đồng bị vi phạm, trường hợp có vi phạm về thời gian địa điểm giao nhận bên kia có quyền lập biên bản và đòi phạt vi phạm ở mức tương ứng so với tổng giá trị hàng hoá trong hợp đồng.

Đối với trường hợp vi phạm nghĩa vụ thanh toán theo quy định của Nghị định 17 ngày 16/01/1990 HĐBT thì ngoài khoản phạt theo lãi suất tín dụng quá hạn, bên vi phạm còn phải chịu khoản bồi thường thiệt hại bằng tổng số tiền lãi mà bên vi phạm phải trả cho ngân hàng do bên vi phạm không hoàn thành nghĩa vụ thanh toán gây ra.

Trường hợp các bên đã ký hợp đồng mà có một bên không thực hiện hoặc đối tác đình chỉ hợp đồng không có lý do chính đáng thì theo pháp luật có thể bị phạt cao nhất tới mức 12% giá trị hợp đồng đã ký.

Trong khi giao nhận hàng, sự vi phạm có thể xảy ra thì chia làm hai giai đoạn quy trách nhiệm: 10 ngày lịch đầu sẽ phạt 4% và phạt 1% cho mỗi đợt 10 ngày tiếp theo cho tới mức tối đa là 12% giá trị hàng hoá; ngoài ra bên vi phạm phải trả các khoản lãng phí, chi phí bảo quản kho bãi cũng như mọi khoản tiền phạt khác mà bên kia phải trả do bên vi phạm gây ra.

Trong điều 32 Nghị định 17/HĐBT lại quy định việc tổng hợp các trường hợp phạt trong một hợp đồng cụ thể chỉ được thi hành loại phạt nào có số tiền cao nhất nếu xảy ra nhiều loại vi phạm mà các bên đã thoả thuận để giới hạn tối đa các mức phạt trong một hợp đồng (trừ khoản phạt theo lãi suất ngân hàng do chậm thanh toán).

Trong hợp đồng mua bán, việc thoả thuận mức phạt do vi phạm sự bảo hành phải rất cụ thể. Theo pháp luật, việc thông báo có sai sót về chất lượng hàng hoá phải được xác minh trong 15 ngày, có lập biên bản riêng, nếu bên bán không trả lời trong thời gian đó coi như chấp nhận sai sót. Bên bảo hành phải chấp nhận sửa chữa các sai sót hoặc phải thanh toán các chi phí sửa chữa nếu bên mua tự làm; nếu sai sót không được sửa chữa hoặc việc sửa chữa kéo dài dẫn tới việc hàng hoá không được sử dụng đúng mục đích của hợp đồng thì bên bán coi như không thực hiện hợp đồng và bị phạt 12% giá trị hợp đồng và bồi thường mọi thiệt hại khác (nếu có). Trong trường hợp hàng hóa hư hỏng nặng không thể sửa chữa hoặc sửa chữa không đem lại hiệu quả sử dụng như bên mua mong muốn thì bên bán cần đổi hàng khác cho bên mua.

11. Thủ tục giải quyết tranh chấp hợp đồng

Về phần này, các bên cần thoả thuận 3 vấn đề cơ bản: Trước hết cần xác định trách nhiệm thông báo cho nhau biết tiến độ thực hiện hợp đồng, thoả thuận giải quyết mọi tranh chấp nên áp dụng sự thương lượng giữa hai bên là chủ yếu, trong trường hợp không đạt được sự nhất trí đôi bên mới đưa đơn khiếu nại ra một cơ quan Tòa án kinh tế có thẩm quyền giải quyết loại hợp đồng này, đồng thời các bên thoả thuận luôn phải có trách nhiệm trả chi phí về kiểm tra và trọng tài do bên nào chịu (thường lệ ai có lỗi bên đó phải gánh chịu loại chi phí bất đắc dĩ này).

12. Điều khoản về các thoả thuận khác (nếu cần)

Trong các trường hợp xét thấy cần, các bên có thể đưa vào hợp đồng những vấn đề cụ thể nào đó mà pháp luật về hợp đồng kinh tế chưa quy định để thoả thuận cho đầy đủ và rõ ràng vì lợi ích một bên hoặc tránh những khả năng xấu

có thể xảy ra. Kinh nghiệm ký kết và thực hiện nhiều hợp đồng đã cho thấy bài học về sự thận trọng và thẳng thắn "mất lòng trước, được lòng sau" miễn là sự thoả thuận này không trái với pháp luật của nhà nước.

13. Điều khoản về hiệu lực của hợp đồng

Trong điều khoản này, hai bên căn cứ vào khối lượng công việc trong hợp đồng để xác định thời hạn hợp đồng bắt đầu có hiệu lực từ ngày nào, kết thúc vào ngày nào, xác định thời gian tổ chức họp thanh lý vào ngày nào (thường quy định khoảng tối đa là 10 ngày sau khi hợp đồng hết hiệu lực). Có thể quy định cụ thể cho một bên lãnh trách nhiệm đứng ra họp thanh lý hợp đồng, có thể lập biên bản để ghi nhận ưu khuyết điểm của các bên, đặc biệt là chuyển giao mọi nghĩa vụ, trách nhiệm còn lại của hợp đồng vào biên bản này để hai bên tiếp tục thực hiện cho thật hoàn chỉnh trách nhiệm với nhau và cả trách nhiệm với các cơ quan hữu quan khác.

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích tác dụng của hợp đồng mua bán trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.
- 2/ Trình bày nội dung của hợp đồng mua bán hàng hoá.
- 3/ Phân tích trình tự ký kết và thực hiện hợp đồng mua bán hàng hoá.
- 4/ Nêu những chú ý khi soạn thảo nội dung của hợp đồng mua bán hàng hoá.
- 5/ Biết cách soạn thảo hợp đồng mua bán cụ thể.

Chương 8

NGHIỆP VỤ KHO

I. NGUYÊN TẮC TỔ CHỨC NGHIỆP VỤ KHO VÀ NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUÁ TRÌNH NGHIỆP VỤ KHO

1. Nguyên tắc tổ chức nghiệp vụ kho

1.1. Khái niệm

Nghệp vụ kho là những công việc về tổ chức và kỹ thuật được tiến hành đối với hàng hoá trong kho nhằm phục vụ và bảo đảm cho việc mua bán hàng hoá được tiến hành đều đặn và liên tục.

1.2. Vị trí

Tổ chức nghiệp vụ kho nhằm mục đích tạo điều kiện cho việc đưa hàng hoá nhanh chóng và tiết kiệm đến mạng lưới thương nghiệp bán lẻ, bảo đảm giữ gìn toàn vẹn số lượng, chất lượng hàng hoá.

Tổ chức nghiệp vụ kho tốt đảm bảo quá trình lưu thông tiến hành được liên tục và luôn có đủ hàng cung cấp cho nhu cầu của thị trường.

Việc tổ chức nghiệp vụ kho tùy thuộc vào nhiệm vụ chủ yếu của từng kho, tuy chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau, nhưng đều theo những nguyên tắc cơ bản sau.

1.3. Nguyên tắc tổ chức nghiệp vụ kho

- Mỗi nghiệp vụ kho được hoàn thành với chất lượng tốt nhất, với hao phí lao động và thiết bị, dụng cụ ít nhất, tiết kiệm diện tích và dung tích kho cao nhất; tăng nhanh việc lưu chuyển hàng hoá và cung cấp hàng hoá liên tục cho mạng lưới bán lẻ, không ngừng hạ thấp tổng mức chi phí của kho.

- Không ngừng cải tiến và hoàn thiện các trang thiết bị kỹ thuật cho các nghiệp vụ kho, từng bước thay thế lao động thủ công bằng những thiết bị, dụng cụ cải tiến, nửa cơ giới và cơ giới để giảm lao động nặng nhọc, bảo đảm an toàn và nâng cao năng suất lao động trong kho.

- Bảo đảm tính liên tục, cân đối và thống nhất giữa các nghiệp vụ kho.

- Giảm tỷ lệ hao hụt tự nhiên của hàng hoá trong quá trình lựa chọn, tu chỉnh, bảo quản và tiến tới chấm dứt hao hụt ngoài định mức.

Các nguyên tắc trên có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, không thể thiếu một nguyên tắc nào. Nó đòi hỏi các cán bộ, nhân viên công tác trong kho phải quán triệt đầy đủ làm cho các nghiệp vụ kho được thực hiện một cách chính xác, cân đối và liên tục. Có như vậy mới tổ chức tốt lao động và sử dụng tốt cơ sở vật chất – kỹ thuật trong kho, bảo đảm hiệu quả kinh tế cao nhất trong hoạt động nghiệp vụ kho hàng.

1.4. Những nhân tố chính ảnh hưởng đến quá trình nghiệp vụ kho

Hiệu quả kinh tế của việc tổ chức quá trình nghiệp vụ kho không những chỉ phụ thuộc vào việc thực hiện tốt các nguyên tắc trên, mà còn phụ thuộc vào việc nắm vững các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình nghiệp vụ kho.

Tùy theo mức độ ảnh hưởng của các yếu tố này mà cần tiến hành các nghiệp vụ đơn giản hay phức tạp, hao phí ít hay nhiều lao động, tổ chức nghiệp vụ kho và sử dụng các cơ sở vật chất kỹ thuật hợp lý hay không hợp lý và mức độ cơ giới hoá trong kho cao hay thấp...

Nhân tố ảnh hưởng đến quá trình nghiệp vụ kho gồm:

- Chức năng, nhiệm vụ chủ yếu của kho.

Kho có chức năng nhiệm vụ chủ yếu khác nhau thì mức độ tiến hành các nghiệp vụ cũng khác nhau. Kho làm nhiệm vụ dự trữ thì tiến hành nghiệp vụ bảo quản phức tạp và yêu cầu về nhà kho, trang thiết bị cao hơn đối với kho thu nhận, kho cung ứng và kho trung chuyển. Kho trung chuyển tiến hành nghiệp vụ tiếp nhận, bảo quản và phát hàng đỡ phức tạp hơn các loại kho khác.

- Tính chất và đặc điểm của hàng hoá:

Tính chất và đặc điểm của hàng hoá có ảnh hưởng rất lớn đến quá trình nghiệp vụ kho. Tùy theo tính chất và đặc điểm của mỗi loại hàng mà có phương pháp tiếp nhận, bảo quản và phát hàng thích hợp. Hàng có tính chất phức tạp, dễ biến chất, có giá trị cao, không nguyên đai nguyên kiện, hàng gia công... thì trong tiếp nhận phải tiến hành công phu, phức tạp hơn hàng đơn

giản, ít biến chất, có giá trị thấp, nguyên đai, nguyên kiện và hàng do công nghiệp quốc doanh trung ương sản xuất. Trong chất xếp, chia ô bảo quản, chọn chế độ bảo quản (nhiệt độ, độ ẩm...) cũng phải căn cứ vào tính chất và đặc điểm của hàng hoá.

- Khối lượng hàng và thời gian bảo quản hàng hoá:

Khối lượng hàng hoá đưa vào kho bảo quản, cơ cấu hàng hoá phức tạp, thời gian bảo quản dài đòi hỏi việc chuẩn bị và tiến hành các nghiệp vụ kho công phu phức tạp tốn nhiều thời gian và lao động hơn những lô hàng nhỏ, cơ cấu đơn giản và thời gian bảo quản ngắn.

- Trình độ kế hoạch hoá công tác kho:

Trình độ kế hoạch hoá công tác kho cao sẽ đảm bảo việc tổ chức các nghiệp vụ kho được chủ động, đảm bảo việc cung ứng hàng hoá đều đặn, đáp ứng yêu cầu chủng loại hàng cho mạng lưới bán lẻ, bảo đảm sử dụng hợp lý và chủ động lực lượng lao động, cơ sở vật chất kỹ thuật của kho.

- Trình độ cán bộ, nhân viên công tác kho:

Cán bộ nhân viên công tác trong kho có trình độ văn hoá, nghiệp vụ, kỹ thuật cao sẽ đảm bảo cho việc tổ chức và tiến hành các nghiệp vụ được tốt, sử dụng hợp lý và có hiệu suất cao cơ sở vật chất kỹ thuật trong kho.

- Trình độ trang thiết bị trong kho:

Trình độ và trang thiết bị càng cao, thì việc tiếp nhận, vận chuyển chất xếp càng chính xác và nhanh gọn, bảo đảm được các yêu cầu kỹ thuật trong bảo quản, an toàn cho người lao động và đạt năng suất lao động cao.

2. Phân loại kho hàng hoá

Kho hàng hoá được phân loại theo các tiêu thức sau:

2.1. Phân theo nhiệm vụ chính của kho

- Kho thu mua, kho tiếp nhận thường đặt ở nơi sản xuất, nơi khai thác hay đầu mối ga, cảng. Kho có nhiệm vụ gom hàng trong một đơn vị thời gian rồi chuyển đến nơi tiêu dùng hoặc các kho xuất bán khác.

- Kho tiêu thụ chứa các thành phẩm của các doanh nghiệp sản xuất ra. Nhiệm vụ chính là kiểm nghiệm phẩm chất, sắp xếp, phân loại, đóng gói để chuyển bán cho các doanh nghiệp thương mại.

- Kho trung chuyển được đặt trên đường vận chuyển của hàng hoá ở các ga, cảng, bến để nhận hàng từ phương tiện vận chuyển này sang phương tiện vận chuyển khác.

- Kho dự trữ dùng để dự trữ hàng hoá trong một thời gian dài và chỉ được dùng khi có lệnh của cấp quản lý trực tiếp.

- Kho cấp phát, cung ứng đặt gần các đơn vị tiêu dùng, nhằm giao hàng thuận lợi cho các đơn vị khách hàng.

2.2. Phân loại theo mặt hàng chứa trong kho

Kho chứa mặt hàng nào thì gọi theo tên mặt hàng ấy: kho kim khí (thép, đồng, chì, gang...). Kho xăng dầu (xăng, dầu nhờn). Kho than (than cám, cục, than cốc). Kho xi măng (xi măng P300, P500). Kho gỗ (gỗ tròn, gỗ tấm...). Kho máy móc thiết bị (máy bơm, máy xây dựng). Kho phụ tùng (phụ tùng ô tô, máy kéo, xe máy, máy điện). Kho hoá chất (kho axit HCl, H₂SO₄). Kho vật liệu điện (bóng điện, dây cáp điện) và kho nông sản thực phẩm.

2.3. Phân loại theo loại hình xây dựng

- Kho kín có thể ngăn cách với mức độ nhất định ảnh hưởng trực tiếp của môi trường bên ngoài.

- Kho nửa kín chỉ có mái che, không có tường xung quanh hoặc chỉ có một, hai, ba, bốn mặt tường nhưng tường thấp hơn độ cao của mái hiên. Loại kho này dùng để dự trữ và bảo quản những loại hàng hoá chỉ cần tránh mưa nắng.

- Kho lộ thiên (sân bãi) đây là những sân bãi có rải đá, bê tông hoặc đất nén, xung quanh có tường hoặc hàng rào. Loại kho này dùng để dự trữ và bảo quản những loại hàng hoá ít bị ảnh hưởng trực tiếp ở điều kiện ngoài trời.

2.4. Phân loại theo đặc điểm xây dựng và thiết bị nhà kho

- Kho thông thường là loại kho xây dựng theo kiểu thông thường, bằng vật liệu thông thường, không có trang thiết bị gì đặc biệt ở kho.

- Kho đặc biệt là loại kho có cấu tạo và thiết bị đặc biệt, có thể đạt được những yêu cầu nào đó về mặt kỹ thuật. Ví dụ: kho lạnh, có thể giữ nhiệt độ không đổi ở -20°C, có thể dự trữ bảo quản những hàng hoá đòi hỏi những điều kiện đặc biệt.

- Kho độc hại và nguy hiểm là loại kho chứa các loại hàng độc hại như thuốc trừ sâu, nguy hiểm như thuốc nổ, vũ khí. Vì vậy phải xây dựng ở khu vực riêng để bảo đảm an toàn.

2.5. Phân loại theo độ bền

- Kho kiên cố là loại kho có độ bền chắc lớn, có thể sử dụng trong một thời gian dài và chứa đựng những loại vật liệu hàng hoá nặng.

- Kho bán kiên cố là loại kho có độ bền chắc nhất định. Có thể sử dụng trong một thời gian ngắn hơn loại trên.

Kho tạm: là loại kho có sử dụng được trong thời gian ngắn. Loại kho được xây dựng bằng loại vật liệu xây dựng có độ bền chắc kém như tranh, tre, nứa, giấy dầu.

2.6. Phân loại theo quy mô

Dựa vào diện tích (số m^2) dung tích (số m^3) dựa vào khối lượng và danh mục hàng hoá dự trữ trong kho, cũng như giá trị của chúng; đồng thời dựa vào số lượng cán bộ công nhân viên công tác ở kho người ta chia kho thành 3 loại:

- Kho lớn (tổng kho).
- Kho trung bình.
- Kho nhỏ.

2.7. Ngoài những cách phân loại trên, kho còn được phân loại theo các tiêu thức khác

- Phân loại theo mức độ chịu lửa gồm: kho dễ cháy, kho cháy được, kho không cháy.

- Phân loại theo mức độ chuyên môn hoá dự trữ và bảo quản mặt hàng ở trong kho gồm: kho tổng hợp, kho chuyên dùng.

- Phân loại theo mức độ cơ giới hoá các công việc trong kho gồm: kho cơ giới hoá, kho nửa cơ giới hoá, kho không cơ giới hoá.

- Phân loại theo số tầng kiến trúc gồm: kho một tầng, kho nhiều tầng.

Ngoài ra có thể kết hợp một số tiêu thức khác với nhau, theo yêu cầu của công tác quản lý kho.

II. NGHIỆP VỤ TIẾP NHẬN HÀNG HOÁ

1. Vị trí

- Tiếp nhận hàng hoá là khâu mở đầu của quá trình nghiệp vụ kho, nó có ảnh hưởng lớn đến công tác kinh doanh, sản xuất và đời sống của nhân dân.

Trước hết làm tốt nghiệp vụ tiếp nhận sẽ xác định được trách nhiệm vật chất giữa đơn vị giao hàng và đơn vị nhận hàng, đảm bảo các khâu nghiệp vụ tiếp theo của quá trình nghiệp vụ kho đỡ phức tạp, giảm được chi phí trong bảo quản, chất lượng công tác kho được nâng cao. Kiểm tra bảo đảm chất lượng hàng hoá nhập kho đúng tiêu chuẩn, đúng hợp đồng, xí nghiệp thương nghiệp bán buôn sẽ góp phần quan trọng vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm, tác

động tích cực đến việc chăm lo cải tiến kỹ thuật của các cơ sở sản xuất, nâng cao tinh thần trách nhiệm của các đơn vị giao hàng. Nó còn thể hiện tinh thần trách nhiệm của xí nghiệp thương nghiệp bán buôn với khách hàng và người tiêu dùng.

Tóm lại: thực hiện tốt công tác tiếp nhận hàng hoá ở kho góp phần hạn chế tình trạng thiếu hụt, mất mát, hư hỏng sản phẩm, tạo điều kiện giảm chi phí lưu thông, tăng lợi nhuận của đơn vị sản xuất, kinh doanh.

2. Yêu cầu khi tiếp nhận hàng vào kho

- Tiếp nhận hàng hoá vào kho phải tuân thủ các nguyên tắc, thủ tục trong các thể lệ về kiểm tra, kiểm nghiệm hàng hoá do Bộ Thương mại ban hành. Tuỳ nguồn hàng nhập kho mà áp dụng thể lệ thích hợp.

- Để tiến hành tốt việc tiếp nhận hàng hoá theo số lượng và chất lượng, ngoài việc kiểm tra giấy tờ, tình trạng bao bì, niêm phong, kẹp chì, chất xếp và che đậy hàng hoá trên phương tiện vận tải để chọn hình thức kiểm tra (đại diện hay toàn bộ) phù hợp; còn phải chuẩn bị tốt lực lượng lao động, phương tiện và kho tiếp nhận, đảm bảo việc tiếp nhận được nhanh, chính xác, kịp thời.

- Tiếp nhận hàng đúng với những thể lệ về kiểm tra và kiểm nghiệm mà Bộ Thương mại đã ban hành.

3. Nguyên tắc kiểm tra hàng hoá

- Phạm vi kiểm tra: tất cả hàng hoá khi tiếp nhận vào kho đều phải qua kiểm tra.

- Căn cứ để kiểm tra: kiểm tra hàng hoá phải căn cứ vào tiêu chuẩn của Nhà nước (nếu chưa có tiêu chuẩn Nhà nước thì căn cứ tiêu chuẩn ngành, tiêu chuẩn địa phương) hoặc hợp đồng mua bán và mẫu hàng.

- Nơi kiểm tra: kiểm tra phải tiến hành tại nơi giao nhận hàng hai bên đã thoả thuận trong hợp đồng mua bán và phải có người đại diện vật chất của hai bên.

- Thời gian kiểm tra: kiểm tra phải tiến hành ngay khi giao nhận.

- Hình thức và phương pháp kiểm tra: tuỳ theo điều kiện cụ thể của lô hàng tiếp nhận và thoả thuận trong hợp đồng mua bán mà áp dụng hình thức kiểm tra đại diện hay kiểm tra toàn bộ lô hàng, nhưng phải đảm bảo yêu cầu nhanh gọn, chính xác, tiết kiệm.

Khi xét thấy cần thiết, có thể lấy mẫu gửi về phòng kiểm nghiệm để xác định chất lượng của hàng hoá.

Sau khi hàng hoá đã được kiểm tra một lần, nếu một bên liên quan yêu cầu hoặc cấp trên yêu cầu thì phải kiểm tra lại.

Việc kiểm tra lại nhất thiết phải tiến hành trên những hòm, kiện đã kiểm tra lần đầu. Sau đó nếu cần thì có thể kiểm tra thêm những hòm, kiện khác.

Phải có cán bộ kiểm tra chuyên trách và có đủ phương tiện kiểm tra. Khi tiến hành công tác, cán bộ kiểm tra phải làm đúng chế độ, đúng quy trình công tác kiểm nghiệm. Nếu vì thiếu tinh thần trách nhiệm mà dẫn đến kết quả kiểm nghiệm sai thì phải chịu trách nhiệm theo quy chế chung của nhà nước.

4. Tiếp nhận hàng hoá

4.1. Tiếp nhận hàng hoá về số lượng

- Tuỳ theo tính chất, đặc điểm của lô hàng và thoả thuận trong hợp đồng mua bán, tình hình giấy tờ kèm theo lô hàng mà quyết định hình thức và tỷ lệ mẫu kiểm tra.

- Hình thức kiểm tra:

+ Trường hợp lô hàng đồng nhất thì kiểm tra 3% với lô hàng trên 1000 hòm kiện, 5% với lô hàng dưới 1000 hòm, kiện.

Với hàng tiểu thủ công nghiệp (hàng gia công) và hàng nhập khẩu, nếu lô hàng đủ giấy tờ, hàng nguyên đai, nguyên kiện, đóng gói đồng nhất, không có nghi vấn thì kiểm tra 5% - 10% số hòm, kiện.

+ Trường hợp lô hàng không đồng nhất, nhưng giấy tờ ghi chi tiết từng hòm kiện, có thể phân nhóm được, thì tiến hành phân nhóm và cũng áp dụng hình thức kiểm tra đại diện như với lô hàng đồng nhất.

+ Trường hợp lô hàng không đồng nhất, giấy tờ giao hàng không ghi chi tiết cụ thể và với hàng hoá quý, lô hàng dưới 10 hòm, kiện thì áp dụng kiểm tra toàn bộ.

+ Hàng nhập khẩu, khi kiểm tra theo 1 mẫu quy định nếu thấy thiếu thì phải tăng tỷ lệ mẫu kiểm tra. Nếu thấy thiếu hụt nghiêm trọng ở mẫu kiểm tra thì đối với những hòm kiện nghi vấn phải kiểm tra toàn bộ. Hàng không đủ giấy tờ nếu được ngoại thương yêu cầu thì phải kiểm tra toàn bộ.

- Phương pháp kiểm tra:

Kiểm tra số lượng, khối lượng và kích thước tiến hành theo phương pháp sau:

+ Hàng giao nhận theo số lượng (cái, chiếc...) thì đếm số lượng đơn vị trong từng hòm, kiện đại diện đã được chỉ định (hoặc toàn bộ); đối chiếu số lượng thực kiểm với phiếu đóng gói trong hòm, kiện rồi từ đó tính cho toàn bộ

lô hàng. Phải kiểm tra đến từng đơn vị trong hòm, kiện và kiểm tra theo thứ tự: trên, dưới, giữa của hòm, kiện.

+ Hàng giao nhận theo khối lượng (kg): cân từng hòm, kiện hay cân gộp một mã cân một số hòm, kiện (nhưng không được cân quá sức tải tối đa của cân) rồi tính ra khối lượng của một hòm, kiện. Từ khối lượng cả bì tính ra khối lượng bằng cách: cân đại diện vài bao bì (cả bao bì bên trong và bên ngoài nếu có) để tính ra khối lượng một bì, từ khối lượng cả bì của một hòm, kiện trừ đi khối lượng một bì để tìm khối lượng tịnh một hòm, kiện để nhân với tổng số hòm, kiện của toàn bộ lô hàng sẽ được khối lượng tịnh của toàn bộ lô hàng.

+ Hàng giao nhận theo kích thước (giao theo chiều dài cuộn hay tấm) có thể tiến hành theo hai cách: gián tiếp hay trực tiếp.

Phương pháp kiểm tra gián tiếp: với loại hàng khổ hẹp thì dùng guồng quay có chu vi khung quay quy định. Với loại hàng có khổ rộng và dễ co giãn thì trải tấm hàng trên mặt bàn phẳng, không có nếp gấp, vết nhăn ở giữa. Bàn phẳng có gắn thước ở mép bàn, chiều dài bàn theo quy định. Chiều dài của tấm hay cuộn được tính theo công thức:

$$L = n.b + d$$

Trong đó:

L - Chiều dài của tấm hay cuộn.

n - Số lần trải tấm hay cuộn vải trên mặt bàn.

b - Chiều dài quy định của bàn.

d - Số dư không đủ 1 lần trải trên bàn.

Phương pháp kiểm tra kích thước trực tiếp, có thể cân hoặc đếm số lá vừa đo.

Dùng phép cân, cân khối lượng (khối lượng tịnh) của cuộn hay tấm hàng. Cắt một số mẫu theo khổ rộng của cuộn hay tấm. Chiều dài của mẫu bằng 1 đơn vị chiều dài (thường là 1m). Dem cân số mẫu này để tìm khối lượng trung bình của một mẫu, rồi tìm kích thước của cuộn hay tấm theo công thức:

$$L = \frac{G}{g}$$

Trong đó:

L - Chiều dài của cuộn hay tấm.

G - Khối lượng của cuộn hay tấm.

g - Khối lượng của 1 đơn vị chiều dài.

Chú ý: Nếu cuộn hay tấm hàng có lỗi (bằng gỗ, các tông hay chất dẻo) thì phải trừ khối lượng của lỗi.

Dùng phép đếm số lá và đo: với những mặt hàng đóng thành nhiều lớp, lá đều đặn, thì đếm số lá có trong tấm hay cuộn, tiếp đó đo 1 đại diện một số lá và số dư.

- Hiện nay, việc giao nhận một số mặt hàng vải quý còn kết hợp giữa kiểm tra mức độ nguyên vẹn của niêm phong hoặc kẹp chì với cân khối lượng của tấm vải để phát hiện sơ bộ tất cả tấm vải giao nhận, sau đó mới chọn mẫu và tiến hành đo hoặc đếm theo phương pháp đã trình bày trên.

4.2. Tiếp nhận hàng hoá theo chất lượng

Tiếp nhận hàng hoá theo chất lượng thường áp dụng phương pháp kiểm nghiệm cảm quan và phương pháp kiểm nghiệm thí nghiệm. Trong các kho hàng, việc tiếp nhận hàng hoá theo chất lượng thường áp dụng phương pháp kiểm nghiệm cảm quan kết hợp với kiểm nghiệm thí nghiệm thông thường. Phương pháp kiểm nghiệm thí nghiệm thông thường dùng để giải quyết khi có tranh chấp trong giao nhận mà phương pháp kiểm nghiệm cảm quan không thống nhất được hoặc khi cần xác định một cách cụ thể mức độ biến chất của hàng hoá.

Để đảm bảo tính đại diện của mẫu hàng, cần lựa chọn để kiểm tra số lượng mỗi kiện một số mẫu (từ 1% - 5%, tùy số lượng và loại hàng) làm mẫu trung bình. Nếu số mẫu ít thì kiểm nghiệm toàn bộ, nếu số mẫu nhiều thì tiếp tục chia nhỏ để kiểm nghiệm.

4.3. Thủ tục kiểm tra và xử lý hàng thừa, thiếu, hàng không đảm bảo chất lượng

- Những hòm kiện có bao bì vỡ, rách nát, mất kẹp đai niêm phong, kẹp chì (nếu có) mất dấu, ký nhãn hiệu không có hoặc không rõ đều phải được chú ý kiểm tra. Kiểm tra xong phải đánh dấu đặc biệt bằng sơn hoặc hắc ín, nếu thiếu thì phải để riêng để giải quyết.

- Hàng hoá kiểm tra xong không có thừa thiếu, sai hỏng, sai quy cách... thì phải lập biên bản theo đúng thủ tục quy định.

- Hàng hoá đã kiểm tra xong phải đánh dấu riêng, để tránh nhầm lẫn và dễ tìm khi cần kiểm tra lại.

- Hàng hoá không có chứng từ đi kèm thì phải lập biên bản xác nhận và

phải được thủ trưởng bên nhận hàng, 1 kiểm nghiệm viên, 1 đại biểu không phải hữu quan kiểm tra và xác nhận trong biên bản.

- Hàng hoá kiểm tra xong nhưng nếu có yêu cầu hoặc do cấp trên quyết định thì phải kiểm tra lại. Nếu bên giao muốn kiểm tra lại, thì bên giao phải chịu cước phí.

- Kết quả kiểm tra lô hàng chênh lệch so với chứng từ giao hàng dưới 3‰ (nếu là kiểm tra thể tích thì dưới 10‰) với hình thức kiểm tra toàn bộ và dưới 5‰ (nếu là kiểm tra thể tích thì dưới 10‰) với hình thức kiểm tra đại diện thì nhận theo chứng từ.

- Kết quả kiểm tra lô hàng chênh lệch so với chứng từ giao hàng trên 3‰ (thể tích là trên 5‰) với hình thức kiểm tra toàn bộ và trên 5‰ (nếu thể tích là trên 10‰) với hình thức kiểm tra đại diện thì nhận theo kết quả kiểm tra.

- Trường hợp tranh chấp trong giao nhận mà không tự giải quyết được thì đề nghị cơ quan có trách nhiệm (Cục kiểm tra phẩm chất hàng hoá và đo lường hoặc Sở Thương mại) giám định và giải quyết. Nếu tranh chấp giữa cơ quan thuộc ngành thương mại và cơ quan không thuộc ngành thương mại thì biên bản phải gửi lên Hội đồng Trọng tài kinh tế để làm căn cứ xử lý vụ tranh chấp.

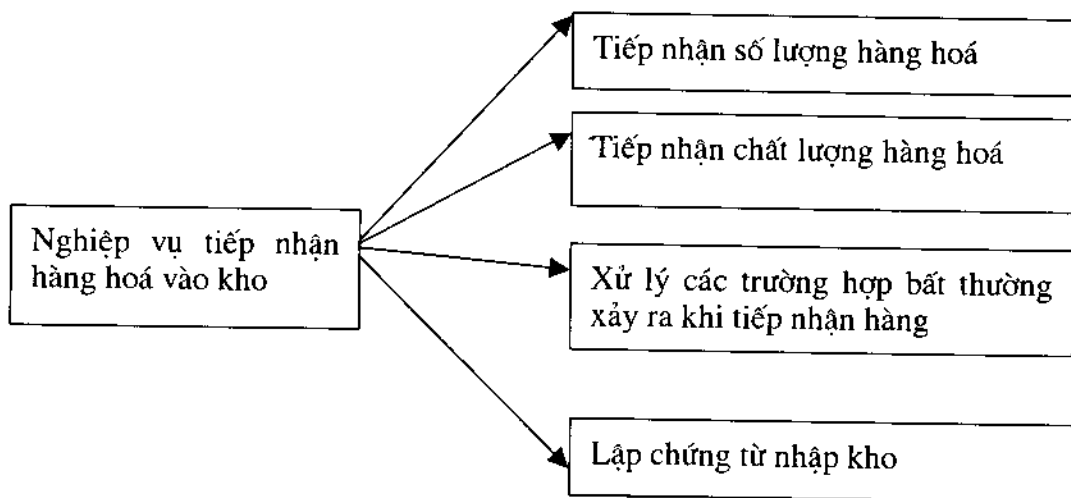
4.4. Lập chứng từ nhận hàng

Khi đã hoàn thành việc tiếp nhận hàng hoá theo số lượng và chất lượng, tất cả hàng hoá nhập kho phải ghi vào "sổ hàng nhập".

Mỗi lần nhập hàng vào kho phải kiểm tra kĩ chứng từ. Nếu chứng từ giao hàng hợp lệ và phù hợp với hàng hoá nhập kho, người nhận hàng kí tên vào chứng từ giao hàng và hoá đơn, rồi hoàn lại cho người giao hàng. Nếu chứng từ không hợp lệ, hàng hoá và chứng từ không khớp và không đúng như trong hợp đồng thì cần lập biên bản rồi gửi đến cơ quan, tổ chức, xí nghiệp hữu quan theo đúng thời hạn quy định.

Nếu hàng nhập kho không có chứng từ giao hàng gửi kèm theo thì phải lập biên bản tiếp nhận (gồm chủ nhiệm kho, nhân viên nhận hàng, đại diện chủ phương tiện vận tải hoặc người áp tải của bên giao hàng).

Tóm lại nghiệp vụ tiếp nhận hàng vào kho được tiến hành theo 4 bước sau:



III. NGHIỆP VỤ BẢO QUẢN HÀNG HOÁ

Bảo quản hàng hoá là một trong những nghiệp vụ cơ bản và quan trọng nhất ở kho. Nó là một trong những nghiệp vụ kinh tế quan trọng, đồng thời là một trong những nhiệm vụ có tính chất khoa học – kỹ thuật phức tạp của công tác thương nghiệp.

Hàng hoá trong quá trình bảo quản chịu sự biến đổi về hai mặt: số lượng và chất lượng. Thông thường đối với mặt hàng nông nghiệp, sự biến đổi theo cả hai hướng: hao hụt về số lượng và giảm sút về chất lượng. Tính chất và mức độ biến đổi này phụ thuộc vào tính chất của hàng hoá và các yếu tố tác động đến hàng hoá trong quá trình bảo quản.

Yêu cầu cơ bản của nghiệp vụ bảo quản hàng hoá là:

- Giữ gìn tốt chất lượng và giảm đến mức thấp nhất hao hụt về số lượng và chất lượng của hàng hoá.
- Sử dụng hợp lý diện tích và dung tích kho, bảo đảm các nghiệp vụ kho tiến hành thuận tiện.
- An toàn cho mọi người, hàng hoá và thiết bị, kho tàng.
- Thực hiện nghiêm chỉnh các chế độ, thể lệ nguyên tắc về quản lý nghiệp vụ – kỹ thuật và quản lý kinh tế tài chính.

Nội dung chủ yếu của nghiệp vụ bảo quản gồm:

1. Phân bố và chất xếp hàng hoá trong kho

Phân bố và chất xếp hàng hoá trong kho hợp lý, đúng yêu cầu kỹ thuật sẽ góp phần giữ gìn tốt chất lượng và giảm hao hụt số lượng hàng bảo quản, thuận tiện cho việc xuất nhập, di chuyển, kiểm tra, kiểm kê hàng hoá; đảm bảo an toàn và nâng cao được năng suất lao động; sử dụng hợp lý các trang thiết bị, diện tích dung tích kho.

1.1. Phân bố hàng hoá

Phân bố hàng hoá trong kho là việc phân chia khu vực bảo quản cho từng loại hàng, từng nhóm hàng nhất định.

Phân bố hàng hoá bảo quản trong kho phải đảm bảo các nguyên tắc sau:

- Không gây ảnh hưởng xấu giữa hàng hoá này đến hàng hoá khác (tuân thủ thể lệ lân cận trong bảo quản). Để thực hiện nguyên tắc này, khi phân bố phải căn cứ vào tính chất đặc điểm của hàng hoá đưa vào bảo quản.

Hàng có mùi không để gần hàng dễ bắt mùi. Chè, thuốc hút, dầu thơm, xà phòng, đường..., không được để gần nhau.

Hàng ẩm ướt không được để gần hàng khô, hàng dễ hút ẩm. Xà phòng không được để gần đường, đường ẩm ướt không để gần hàng khô.

Hàng dễ bốc cháy không để chung với hàng dễ cháy. Xăng dầu cần có khu vực bảo quản riêng.

Hàng có yêu cầu bảo quản (về nhiệt độ, độ ẩm, ánh sáng) khác nhau không thể bảo quản chung với nhau. Phim, giấy ảnh không thể bảo quản chung với nhạc cụ, máy thu thanh và các linh kiện máy.

Hàng kém chất lượng không bố trí bảo quản cùng với hàng có chất lượng tốt. Hàng bị nhiễm trùng phải cách ly triệt để.

- Phân chia thành địa điểm cụ thể cho từng kiện hàng, từng nhóm hàng.

Khi phân bố hàng hoá, ngoài việc căn cứ vào tính chất, đặc điểm của hàng hoá còn phải căn cứ vào quy luật nhập xuất, nguồn hàng nhập và nơi giao hàng, tình trạng bao bì để phân bố cho hợp lý.

Hàng dễ bảo quản trong kho lâu ngày, nhập xuất thưa thì bố trí xa cửa ra vào. Hàng bảo quản trong kho ngắn ngày, xuất nhập luôn và những hàng nặng, công kênh thì bố trí gần cửa ra vào.

- Mỗi khu vực bảo quản cần có sơ đồ đánh số hoặc ghi ký hiệu để dễ phân biệt và dễ tìm.

- Đảm bảo cho nghiệp vụ kho được tiến hành thuận tiện, đạt năng suất lao động cao, tiết kiệm được diện tích và dung tích kho.

Để thực hiện nguyên tắc này, khi phân bố hàng bảo quản phải đảm bảo khoảng cách giữa các đống hàng với nhau. Khoảng cách giữa các đống hàng và tường kho, đường đi lại và di chuyển hàng hoá trong kho hợp lý, để hàng hoá từ khi nhập đến khi xuất không phải đi đường vòng, sử dụng các phương tiện bốc dỡ, di chuyển hàng hoá thuận tiện và sử dụng hợp lý các diện tích, dung tích kho.

Khoảng cách giữa các đống hàng với nhau thường từ 1-1,5 m, giữa đống hàng và tường kho từ 0,3 - 0,5m, đường đi lại và di chuyển hàng hoá từ 1,5- 2m.

1.2. Chất xếp hàng hoá

Chất xếp hàng hoá trong kho cũng phải đảm bảo các nguyên tắc như đối với phân bố hàng hoá, ngoài ra còn phải đảm bảo các nguyên tắc sau:

- An toàn cho người và hàng hoá:

Chất xếp hàng hoá bảo đảm tiêu chuẩn quy định chất xếp đối với mỗi loại hàng. Hàng chưa có quy định tiêu chuẩn chất xếp thì căn cứ vào khối lượng các, hòm, bao, kiện: loại bao bì đóng gói hàng hoá và tỉ trọng của hàng hoá mà quyết định mức chất xếp. Nói chung hàng nặng không để trên hàng dễ dập vỡ, hàng đóng trong bao bì mềm; hàng nặng, hàng dễ vỡ, hàng đóng trong bao bì mềm không chất xếp đống cao.

- Thuận tiện cho việc thông gió tự nhiên:

Chất xếp hàng hoá phải căn cứ vào yêu cầu nhiệt độ, độ ẩm bảo quản của mỗi loại hàng, căn cứ vào mùa và loại kho bảo quản. Hàng có độ ẩm cao, hàng yêu cầu cần nhiệt độ, độ ẩm bảo quản thấp khi chất xếp bảo đảm có độ thoáng nhất định. Tùy theo mùa là mùa nóng hay mùa lạnh mà xếp chồng hàng cao hay thấp, rộng hay hẹp khác nhau. Mùa lạnh có thể xếp chồng hàng cao và rộng hơn mùa nóng. Kho kiên cố hay kho có trần thì xếp chồng hàng cao hơn kho mái tôn.

- Dễ thấy, dễ lấy, dễ kiểm:

Mỗi đống hàng nên xếp một loại hàng có cùng chất lượng. Các bao, hòm, kiện phải xếp mật có ghi nhãn ra phía ngoài đống hàng. Mỗi đống hàng đều phải có tích kê tên hàng, ký hiệu, số lượng, ngày nhập, xuất, người nhận,...

- Xếp đúng ký hiệu hướng dẫn ngoài bao bì:

Mỗi hòm, bao, kiện hàng thường có ghi ký hiệu hướng dẫn cách chất xếp và bảo quản. Khi chất xếp hàng hoá bảo quản trong kho cũng như chất xếp

hàng hoá lên phương tiện vận tải hay để hàng ở bến bãi phải tuyệt đối tuân thủ ký hiệu hướng dẫn này. Chất xếp hàng hoá đúng ký hiệu hướng dẫn sẽ tránh được tình trạng hư hỏng do đổ, vỡ để ngược.

Để thực hiện tốt việc chất xếp hàng hoá, phải xây dựng tiêu chuẩn chất xếp cho các loại hàng ở kho, phải bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn và giáo dục tư tưởng cho cán bộ nhân viên công tác trong kho để họ thực hiện tốt những quy định về chất xếp hàng hoá.

Hàng công nghiệp bảo quản trong kho thường được chất xếp trên giá, tủ và xếp thành chồng.

- Phương pháp xếp trên giá, tủ:

Phương pháp xếp trên giá, tủ thường được áp dụng với những hàng hoá đã mở bao, hàng lẻ còn thừa và hàng quý cần được bảo quản ở tủ chuyên dùng.

Phương pháp xếp trên giá, tủ thuận tiện cho việc xuất nhập hàng, khắc phục hiện tượng nhầm lẫn, tiết kiệm được diện tích kho...

Theo phương pháp này, thường dùng các loại giá: giá từng tấm, giá ô vuông, giá hỗn hợp, giá nhiều tầng có nhiều ô kéo.

Giá từng tấm là loại giá do nhiều tấm ván gỗ ghép thành, mỗi tấm ghép là một tầng của giá. Giá này thường được xếp những loại hàng như: vải, hàng dệt kim, hàng may sẵn, hàng da, dụng cụ gia đình... Kích thước của giá và số tầng tùy theo kho (rộng hay hẹp, cao hay thấp) và tùy lượng hàng xuất lẻ hàng ngày để bố trí giá cho phù hợp.

Giá ô vuông khác giá từng tấm là mỗi tầng có ván ngăn cách thành ô vuông, ô lớn hay nhỏ là tùy thuộc vào lượng hàng chứa bình quân trong ô để bố trí. Giá ô vuông dùng để chứa và bảo quản hàng hoá lẻ nhỏ, từng chiếc như: hàng tạp hoá, hàng mỹ phẩm, văn phòng phẩm và đồ điện.

Giá hỗn hợp là loại giá kết hợp hai loại giá trên. Nó có ưu điểm là tiện lợi và chứa được nhiều loại hàng. Tùy tình hình hàng hoá cần chất xếp, bảo quản có thể thay đổi số tầng, ô nhiều, ít cho phù hợp.

Giá nhiều tầng có ngăn kéo là loại giá ô vuông có ngăn kéo. Giá này dùng để bảo quản hàng nhỏ, đắt tiền.

Ngoài 4 loại giá trên, trong kho lớn còn dùng kệ bằng gỗ, kệ bằng xi măng cốt thép hoặc giá bằng kim loại có thể ghép nối với nhau để chất xếp và bảo quản hàng hoá.

- Phương pháp xếp thành chồng:

Phương pháp chất xếp thành chồng thường áp dụng để chất xếp hàng hoá đóng trong các bao bì bằng gỗ, bằng kim loại và bằng giấy. Phương pháp chất xếp thành chồng có kiểu xếp hình khối thấp và kiểu hình khối lập phương.

Chất xếp kiểu hình khối thấp, thường áp dụng để xếp những hàng chứa trong thùng phuy, thùng gỗ tròn, trong bồ sọt... và đóng gói các bao như: đường, muối. Khi chất xếp cứ xếp thêm một lớp hàng lại rút bớt một thùng hoặc bao. Chất xếp kiểu hình khối thấp, lực phân tán đều trên đóng hàng, nên lớp hàng dưới không bị lực ép lớn, đóng hàng vững chắc.

- Chất xếp kiểu khối lập phương, có các kiểu: xếp thẳng, xếp cách ván, xếp trái ngược, xếp chéo chữ thập, xếp miệng giếng, xếp đứng.

+ Xếp thẳng ngang: Theo phương pháp xếp này thì vị trí bao, kiện hàng lớp trên cùng sắp xếp như vị trí bao, kiện hàng lớp dưới. Phương pháp xếp thẳng thường áp dụng xếp các hàng chứa trong các thùng bằng gỗ, bằng kim loại và có thể áp dụng xếp các loại hàng như: xi măng, phân hoá học là những hàng ít chịu sự biến đổi do ảnh hưởng của nhiệt độ. Xếp thẳng có ưu điểm: dễ xếp, dễ lấy, dễ kiểm.

+ Xếp cách ván: Là hình thức xếp thẳng, điểm khác là ở giữa các lớp hàng có đệm thêm những tấm ván mỏng, nhỏ nhằm thoát ẩm, thoát nhiệt dễ dàng và để chồng hàng vững chắc hơn. Xếp ván cách thường áp dụng khi xếp những loại hàng dễ bị ảnh hưởng xấu của nhiệt độ, độ ẩm không khí và xếp các loại hàng chứa trong bao bì mềm như: các kiện vải, sợi tơ, lụa.

+ Xếp trái ngược: Mỗi lớp cứ hai hòm hoặc bao dọc xếp ngược chiều vuông góc với một hòm hoặc bao ngang, hay một hòm hoặc bao dọc xếp ngược chiều vuông góc với hai bao ngang. Lần lượt lớp trên xếp ngược chiều với lớp dưới. Xếp trái ngược, đóng hàng vững chắc, thường áp dụng khi xếp những bao, kiện có chiều dài gấp đôi chiều ngang.

+ Xếp chéo chữ thập: Theo cách xếp này, cứ 2 bao hoặc hòm lớp trên vắt ngang lên 2 bao hoặc hòm lớp dưới. Cách xếp này thường áp dụng ở những kho hình chữ nhật.

+ Xếp miệng giếng: Lớp dưới cùng gồm 4 hòm hoặc bao xếp vuông góc với nhau, lớp trên cách lớp dưới nhưng chênh lệch đi 1 hòm để cứ mỗi hòm hoặc bao lớp trên nằm trên đường vuông góc của 2 hòm hoặc bao hàng lớp dưới. Với cách xếp này, ở giữa chồng hàng có khoảng trống, không khí lưu thông dễ dàng. Kiểu xếp miệng giếng thường áp dụng khi xếp những hàng hoá dễ bị ảnh hưởng của nhiệt độ cao làm biến chất như: sữa, phim, giấy ảnh.

+ Xếp đúng: kiểu xếp thường áp dụng để xếp các kiện nhung, len, dạ, giấy ảnh, giấy vẽ thành cuộn... nhằm bảo đảm cho tuyết nhung, dạ, len không bị xây xát, giấy ảnh không bị dính các lớp thuốc lại với nhau, giấy vẽ không bị gãy do chịu lực ép lớn của kiện hàng.

2. Khống chế các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hàng hoá

Hàng hoá trong quá trình bảo quản thường bị ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài làm hao hụt, giảm chất lượng hoặc hư hỏng hoàn toàn. Các yếu tố bên ngoài đó thường là: khí hậu, nấm mốc, côn trùng và động vật phá hoại khác. Trong công tác bảo quản phải hết sức xem trọng việc khống chế các yếu tố này.

2.1. Khí hậu

Trong các yếu tố gây ảnh hưởng xấu đến hàng hoá trong bảo quản thì yếu tố khí hậu là đáng chú ý nhất.

2.1.1. Ảnh hưởng của độ ẩm đến hàng hoá trong bảo quản

Độ ẩm của không khí cao sẽ làm cho: hàng vải sợi, hàng da, máy ảnh, kính hiển vi, đồ dùng bằng thuỷ tinh bị mốc, các màng sơn sơn trên hàng hoá bị rộp. Máy thu thanh, thiết bị điện tử, dụng cụ đồ điện chất lượng bị giảm sút hoặc hư hỏng, làm giảm độ cách điện của các vật liệu cách điện. Hàng kim loại bị gỉ nhanh chóng, các bao bì làm bằng giấy dễ bị rách, bao bì bằng gỗ dán bị bong;...

Độ ẩm của không khí quá thấp làm cho một số vật liệu, hàng hoá bị bốc hơi nước, dẫn đến kích thước bị thay đổi hoặc biến dạng. Ví dụ: hàng đồ gỗ khi trời khô hanh thường bị nứt nẻ, cong vênh.

Tất cả các loại hàng hoá đều chứa một lượng hơi nước nhất định (thường gọi là thuỷ phần an toàn). Với thuỷ phần an toàn, hàng hoá có thể bảo quản lâu ngày mà không xảy ra những biến đổi đáng kể về số lượng cũng như về chất lượng.

Độ ẩm của hàng hoá phụ thuộc nhiều vào nhiệt độ, độ ẩm tương đối của không khí.

Khi nhiệt độ không đổi, độ ẩm tương đối của không khí tăng lên sẽ làm cho độ ẩm của hàng hoá tăng lên và khi độ ẩm của không khí giảm đi sẽ làm cho độ ẩm của hàng hoá giảm đi.

Khi độ ẩm của không khí không đổi, nhiệt độ tăng lên sẽ làm cho độ ẩm của hàng hoá giảm đi, và khi nhiệt độ giảm sẽ làm cho độ ẩm của hàng hoá tăng lên.

- Các biện pháp chống ẩm:

Để hạ thấp độ ẩm trong kho, người ta thường áp dụng các biện pháp như: thông gió, tăng nhiệt độ của môi trường và dùng các chất hút ẩm.

*** Thông gió:**

Thông gió có hai phương pháp: thông gió bằng máy và thông gió tự nhiên. Thông gió tự nhiên là lợi dụng lúc không khí ngoài kho khô ráo, mát mẻ hơn không khí trong kho thì mở cửa kho để hạ thấp nhiệt độ, độ ẩm trong kho.

Muốn thực hiện tốt việc thông gió tự nhiên, cần nắm vững các điều kiện thông gió và phương pháp mở cửa kho.

Điều kiện để thông gió tự nhiên.

Điều kiện về thời tiết: Ngoài trời không mưa, không có sương mù, sấm sét và không có gió từ cấp 4 trở lên.

Khi trời mưa hay sương mù là lúc ngoài trời có độ ẩm cao, mở cửa thông gió sẽ có hại, làm cho độ ẩm trong kho tăng lên. Sấm sét sinh ra khí CO_2 , NO_2 , khí này thâm nhập vào kho sẽ có ảnh hưởng xấu đến bảo quản hàng hoá. Gió từ cấp 4 trở lên (gió mạnh) sẽ mang theo cát bụi vào kho làm bẩn hàng hoá.

Điều kiện về nhiệt độ: Nhiệt độ ngoài kho không được thấp hơn 10°C và không được cao quá 32°C .

Nếu nhiệt độ dưới 10°C , khi mở kho, hơi lạnh sẽ tràn vào làm ngưng tụ hơi nước, hàng hoá dễ bị nhiễm ẩm.

Nếu nhiệt độ trên 32°C , khi mở cửa thông gió, khí nóng tràn vào làm ngưng tụ hơi nước, hàng hoá dễ bị nhiễm ẩm.

Điều kiện về độ ẩm tuyệt đối: Độ ẩm tuyệt đối ngoài kho phải thấp hơn độ ẩm tuyệt đối trong kho.

Điều kiện về điểm sương: Nhiệt độ thấp nhất của một trong hai môi trường (trong hoặc ngoài kho) không được thấp hơn 1°C so với nhiệt độ điểm sương của môi trường có nhiệt độ cao.

Phương pháp mở cửa kho để thông gió:

Phương pháp mở cửa kho để thông gió được tiến hành theo trình tự sau:

+ Mở cửa thông gió theo hướng gió thổi tới để tạo ra luồng gió mạnh vào kho.

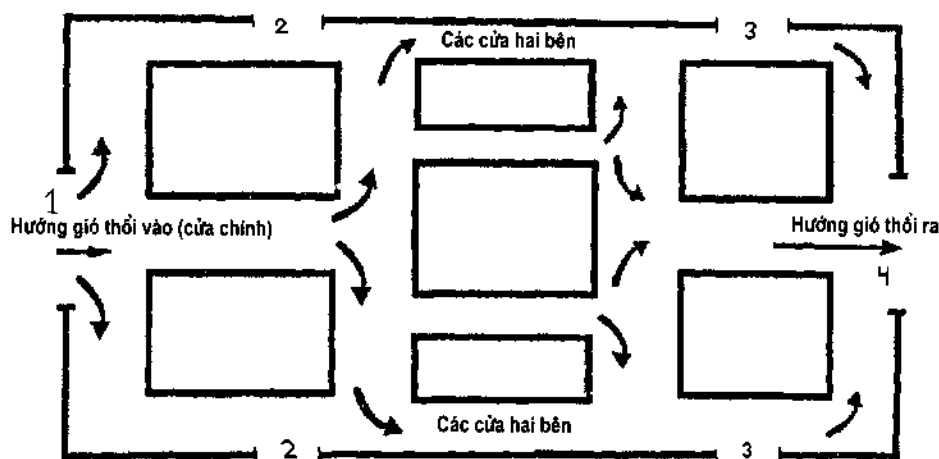
+ Mở dần những cửa hai bên để cho luồng không khí mới đó thổi đều vào kho và vào các ống hàng.

+ Mở tiếp các cửa còn lại để luồng gió mới đưa không khí không thích hợp ra ngoài.

Theo trình tự trên, gió từ ngoài thổi vào không làm nhiệt độ trong kho thay đổi đột ngột, đồng thời gió thổi đều khắp, không đi theo luồng.

Lượng gió thổi vào nhà kho còn phụ thuộc vào hướng gió thổi thẳng hoặc xiên vào cửa thông gió. Nếu hướng gió thổi thẳng vào cửa thì lượng không khí trong kho thay đổi nhanh chóng, thời gian thông gió rút ngắn.

SƠ ĐỒ MỞ CỬA ĐỂ THÔNG GIÓ TỰ NHIÊN:



Ở nước ta, việc thông gió tự nhiên có thể tiến hành trong các tháng nóng và các tháng khô ráo, còn các tháng mưa và các tháng có độ ẩm cao (3, 4, 8, 9) thì khó có thời cơ thông gió.

*Tăng nhiệt độ của môi trường là làm tăng khả năng chứa ẩm của không khí, do đó, độ ẩm tương đối của không khí hạ xuống.

Biện pháp tăng nhiệt độ để hạ thấp độ ẩm tương đối của không khí có thể áp dụng rất thuận lợi về mùa đông, đối với các kho hàng cũng như các quây tũ. Về mùa đông, độ ẩm ngoài trời thường thấp, nên nếu kết hợp biện pháp tăng nhiệt độ và sau đó thông gió cho kho thì kết quả rất tốt.

Để tăng nhiệt độ cho kho, có thể dùng lò sưởi (lò sưởi than, lò sưởi điện) hoặc ống dẫn hơi nóng. Trong các quây, tũ có thể dùng dòng điện trở hoặc đèn điện.

*Chất hút ẩm: có thể được dùng rộng rãi và thuận tiện với các kho quy mô nhỏ, trong các tũ, hòm, bao gói hay đặt trong các máy móc.

Dùng các chất hút ẩm phải bảo đảm môi trường kín. Vị trí đặt các chất hút

ẩm phải phân bố đều. Lượng sử dụng tùy theo khả năng hút ẩm của từng chất, tùy thuộc vào lượng hơi nước trong môi trường, tùy thuộc thể tích của kho, quây, tủ... và yêu cầu về độ ẩm bảo quản của mỗi loại hàng. Các chất hút ẩm thường dùng là: canxi clorua, silicagen, canxi oxit.

Canxi clorua (CaCl_2) có khả năng hút ẩm rất mạnh, có thể hút được 200% hơi nước so với khối lượng bản thân. Nhưng canxi clorua có nhược điểm là khi hút ẩm thì chảy nước.

Canxi Clorua thường dùng để hút ẩm trong các tủ bảo quản và kho nhỏ, không dùng để hút ẩm trong các hòm, hộp, máy móc. Để canxi clorua vào các thùng hoặc khay kim loại rồi đặt trong tủ hoặc kho. Thùng hoặc khay chứa phải có thể tích gấp 4 - 5 lần thể tích canxi clorua để tránh tràn ra ngoài khi đã hút no hơi nước. Theo kinh nghiệm thì canxi clorua có khả năng hút ẩm được từ 20 - 30 ngày.

Vôi sống (CaO) có khả năng hút ẩm mạnh, có thể hút được 30% hơi nước so với khối lượng bản thân. Vôi sống là chất hút ẩm rẻ tiền dễ kiếm. Nhưng dùng vôi sống có nhược điểm là: khi hút ẩm thì toả nhiệt, làm tăng nhiệt độ của môi trường, vôi hút ẩm rồi sẽ bị tả ra thành bột và không sử dụng lại được, vôi bột có thể bay lên cao và bám vào hàng hoá.

Vôi sống được đặt trong các thùng để dưới chân đóng hàng. Lượng vôi chỉ chiếm 1/3 thùng để tránh khi hút no nước tràn ra ngoài. Thường 500m^3 kho dùng 50 kg vôi sống. Khi dùng vôi hút ẩm phải thường xuyên kiểm tra. Lúc thấy vôi đã tả thành bột, thể tích tăng gấp 2 lần so với ban đầu thì thay bằng vôi khác.

Silicagen có thể hút được 30 - 50% hơi nước so với khối lượng bản thân. Dùng silicagen hút ẩm rất sạch sẽ, không chảy nước như canxi clorua, không toả nhiệt như vôi sống, không gây phản ứng hoá học khi tiếp xúc với hàng hoá. Sau khi silicagen hút no nước, có thể đem sấy khô sử dụng lại được. Khi chưa hút nước silicagen có màu trắng trong suốt, khi đã hút nước thì bị đục mờ. Silicagen đắt tiền nên thường sử dụng bảo quản ở môi trường nhỏ, mà không dùng trong kho tàng.

Silicagen thường được đựng trong các túi nhỏ từ 50 - 100g, đặt trong các hòm tủ, máy móc. Trước khi sử dụng phải đem sấy hoặc rang khô. Đối với các hòm thùng kín thì sau 2 - 3 tuần sử dụng; với các hòm thùng không kín thì sau 1 tuần phải đem sấy hoặc rang để sử dụng lại.

2.1.2. Ảnh hưởng của nhiệt độ và phương pháp chống nóng

Ảnh hưởng của nhiệt độ đến hàng hoá bảo quản trong kho:

Dưới tác dụng của nhiệt độ cao, một số vật liệu, hàng hoá bị hao hụt về số lượng, chất lượng bị giảm sút đến hư hỏng hoàn toàn. Ví dụ:

Nhiệt độ cao, hoá chất chứa trong chai, lọ nổ vỡ do hiện tượng nở nhiệt; cồn xăng dầu bị bay hơi, dầu mỡ từ thể đặc chuyển sang thể lỏng, độ nhớt giảm, dễ bị ôxi hoá; cao su bị mềm ra, dính chảy, mất tính đàn hồi; phim giấy ảnh bị chảy dính, pin bị khô, kính quang học bị rạn nứt...

Nhiệt độ cao còn là điều kiện thuận lợi cho nấm mốc phát triển phá hoại hàng hoá.

Nhiệt độ thay đổi đột ngột làm cho màng sơn bị bong, bề mặt hàng hoá bị hơi nước ngưng tụ. Việc hơi nước ngưng tụ trên bề mặt hàng bằng kim loại làm cho quá trình han gỉ xảy ra nhanh hơn.

Các biện pháp chống nóng:

Để chống nóng cho kho hàng và hàng hoá, người ta thường áp dụng các biện pháp: thông gió, che phủ, và máy điều hoà nhiệt độ.

Thông gió: cũng như việc chống ẩm trong kho, người ta có thể dùng máy để thông gió hoặc dùng phương pháp thông gió tự nhiên. Nói chung về nguyên tắc, khi nhiệt độ trong kho cao hơn nhiệt độ ngoài kho, thì mở cửa để thông gió. Ngược lại nếu nhiệt độ ngoài kho cao hơn nhiệt độ trong kho thì không thông gió. Trường hợp nhiệt độ trong kho cao hơn ngoài kho, nhưng độ ẩm bên ngoài lại cao hơn bên trong kho và yêu cầu chống ẩm là chính thì không nên mở cửa kho.

Kinh nghiệm cho thấy, nếu ngoài trời mát mẻ, nên mở cửa thông gió vào khoảng 6 - 9 giờ sáng hoặc vào lúc 18 giờ. Mùa hè nóng bức nên thông gió vào chiều tối.

Che phủ là biện pháp hạn chế sức nóng từ mái tôn dội xuống và từ các cửa dội vào kho. Áp dụng biện pháp này, các kho phải có trần, trần có thể bằng cốt hoặc gỗ dán, tốt nhất là trần bằng vôi rơm, mái kho thường phủ bằng rơm rạ, tranh cỏ. Với mái kho là mái bằng, nên dùng tre, gỗ để kê cho lớp phủ cách mặt mái độ 20 - 30cm thì khả năng cách nhiệt cũng tốt. Dùng giấy trắng hoặc sơn trắng sơn các cửa kính; dùng phen, rèm để che các cửa sổ, cửa ra vào có các tia nắng mặt trời chiếu vào.

Dùng máy điều hoà nhiệt độ: có thể dùng máy điều hoà nhiệt độ để tường hoặc kiểu để cửa sổ. Đối với phòng lớn hơn 50m² dùng máy để cửa sổ. Máy thường có sẵn những nút bấm để điều chỉnh tốc độ quạt gió nóng hoặc mát. Các kho dùng máy điều hoà nhiệt độ cần có phòng dội để hàng hoá xuất nhập không bị thay đổi đột ngột nhiệt độ.

2.1.3. Ảnh hưởng của ánh nắng và phương pháp hạn chế tác động của ánh nắng

Ảnh hưởng của ánh nắng đến hàng hoá trong bảo quản:

Ánh nắng mặt trời là một trong những yếu tố bên ngoài gây nên những biến đổi xấu đối với hàng hoá. Ánh nắng mặt trời là tập hợp ánh sáng nhiều tia. Trong các tia đó, tia tử ngoại tuy chỉ chiếm 2%, nhưng lại gây ảnh hưởng lớn hơn cả, tia đỏ và tia hồng ngoại có tác dụng nhiệt gọi là các tia bức xạ nhiệt. Khi hàng hoá hấp thụ các tia bức xạ nhiệt thì bề mặt nóng lên. Nhiệt do tia hồng ngoại và tia tử ngoại gây nên gọi là nhiệt độ bức xạ. Cường độ bức xạ nhiệt càng mạnh thì tác dụng gây nhiệt ngày càng lớn. Vì vậy khi hàng hoá bị ánh nắng chiếu vào, với thời gian nhất định sẽ bị thay đổi về chất lượng. Ví dụ: khi bị ánh sáng mặt trời chiếu vào lâu, cao su bị giòn, cứng, rạn nứt, mất tính đàn hồi; màng sơn và vecni bị phá huỷ; hàng vải sợi bị giảm độ bền, phai màu...

Phương pháp hạn chế tác động của ánh nắng:

Che: nói chung không được để hàng hoá ngoài trời nắng. Trường hợp phải để hàng ngoài trời hoặc hàng đang trên đường vận chuyển, hàng hoá phải được che phủ cẩn thận. Dụng cụ để che phủ thường là vải bạt, tấm cốt, nilon màu... tại các kho bảo quản, các cửa thường có rèm, phen để che.

Bao gói: bao gói cũng là phương pháp hạn chế tác động của ánh sáng, nhất là những hàng dễ biến chất, hàng có màu. Thường dùng giấy để bao gói.

Chống gỉ: một trong những biến đổi quan trọng và nguy hiểm đối với bề mặt kim loại là gỉ. Gỉ là hiện tượng phá hoại bề mặt kim loại dưới tác dụng của môi trường ẩm ướt, nhiệt độ cao hoặc dung dịch có chứa các hoá chất có hoạt tính. Phần lớn các bề mặt kim loại đều có khả năng bị gỉ, nhưng dễ gỉ hơn cả là sản phẩm bằng thép. Trong các yếu tố ảnh hưởng tới quá trình đó, thì độ ẩm không khí là đáng chú ý hơn cả. Bụi và các phần tử bám trên bề mặt hàng hoá sẽ hấp thụ hơi nước và các chất khí (CO_2 , SO_2 , SO_3 ...) cũng là các yếu tố làm cho hàng kim loại bị gỉ.

Vì vậy, việc giữ gìn hàng hoá khô ráo, sạch sẽ là điều kiện rất quan trọng để hạn chế những tổn thất do gỉ gây nên. Trong bảo quản hàng hoá, để chống gỉ ta thường dùng phương pháp sơn phủ và bôi dầu mỡ.

+ Sơn phủ: phủ sơn là phương pháp được sử dụng rộng rãi để bảo vệ hàng kim loại. Độ bền của lớp sơn phủ phụ thuộc vào chất lượng của sơn và kỹ thuật sơn.

Người ta thường dùng bột chì (Pb_3O_4) hoặc bột nhôm (Al_2O_3) để sơn lót chống gỉ.

+ Bôi dầu, mỡ: bôi dầu mỡ cũng là phương pháp được sử dụng rộng rãi để ngăn ngừa các hàng kim loại bị gỉ. Dầu mỡ dùng để bôi chống gỉ phải đạt các yêu cầu: có tính ổn định cao, không có tính ăn mòn, không lẫn tạp chất và nước, không chịu nhiệt độ cao.

2.2. Phòng trừ mốc, côn trùng và chuột

2.2.1. Phòng trừ mốc

Nấm mốc và ảnh hưởng của nấm mốc đến hàng hoá:

Nấm mốc phát triển trên giấy, vải, da, vật liệu điện, các loại keo động vật, làm cho sản phẩm bị hoen ố, mục nát, phai màu. Trong quá trình phá hoại, nấm mốc biến xenlulo thành dung dịch đường để làm thức ăn cho nó. Sự phát triển của nấm mốc bao giờ cũng kèm theo việc làm tiêu hao một lượng vật chất của môi trường sinh sống của chúng. Vì vậy khi bị nấm mốc, độ bền của vật liệu hàng hoá luôn luôn bị giảm sút.

Để phòng nấm mốc phá hoại phải làm tốt công tác sau:

+ Vệ sinh kho, dụng cụ, bao bì trước và sau khi sử dụng. Nếu thấy kho, dụng cụ, bao bì bị ẩm ướt có mốc phải tổ chức vệ sinh mạnh mẽ, diệt mốc rồi mới sử dụng.

+ Tổ chức tốt việc tiếp nhận hàng hoá: kiểm tra hàng hoá, bao bì trước lúc nhập kho. Với những hàng dễ mốc, phải kiểm tra kỹ lưỡng hàng ít mốc. Nếu thấy bao bì rách, hàng có hiện tượng ẩm ướt phải kiểm tra kỹ lưỡng hàng hoá bên trong. Hàng bị ẩm ướt phải để riêng rồi tùy theo tính chất hàng hoá mà xử lý, khi đảm bảo yêu cầu mới đưa vào bảo quản. Hàng bị mốc phải cách ly, không được để trong khu vực bảo quản. Tùy theo loại hàng mà lựa chọn phương pháp xử lý thích hợp như: phơi, chải, lau hoặc dùng hoá chất để diệt.

+ Phân bố, chất hàng hoá đúng với yêu cầu bảo quản của mỗi loại hàng, bảo đảm thuận tiện cho việc chống ẩm, chống nóng và kiểm tra. Với những hàng dễ mốc không để ở những kho ẩm thấp, phải để ở kho khô ráo, xa ao hồ. Cách ly triệt để những hàng hoá đã bị mốc với hàng hoá tốt.

+ Thực hiện tốt chế độ bảo quản như: quản lý tốt nhiệt độ, độ ẩm trong kho; thường xuyên kiểm tra hàng hoá và kho để kịp thời phát hiện hàng hoá bị ẩm mốc và kho có bị dột hay ẩm để có biện pháp xử lý kịp thời. Định kỳ vệ sinh kho để tránh điều kiện mốc phát triển. Cách ly ngay hàng bị mốc, bị ẩm ở khu vực bảo quản.

+ Bao bì, dụng cụ phải để riêng, không để lẫn với hàng hoá.

Biện pháp diệt mốc:

Tuỳ theo loại hàng và mức độ mốc, người ta có phương pháp diệt mốc thích hợp. Để diệt mốc trên hàng công nghiệp, người ta thường dùng phương pháp sau:

+ Phương pháp vật lý kết hợp với phương pháp thông thường: đối với một số loại hàng như: vải sợi, lụa, len dạ, đồ gỗ bị mốc, tuỳ theo mức độ mốc và loại hàng mà dùng phương pháp: lau, chùi lớp mốc trên hàng và hong gió hay phơi để lợi dụng ánh sáng mặt trời diệt mốc. Khi phơi phải chú ý tránh để hàng hoá bị cong vênh, nứt hoặc giòn...

+ Dùng hoá chất: hoá chất cũng được dùng để diệt nấm mốc trên hàng hoá. Hoá chất dùng chống mốc mang tính đặc hiệu, nghĩa là mỗi thứ chỉ có tác dụng diệt một loại mốc nhất định. Nói chung, thuốc chống mốc đều độc với người, nên khi dùng phải lưu ý. Hoá chất thường dùng chống mốc là sắt oxit, foormon, hợp chất đồng, tanin, crom, lưu huỳnh...

Sắt axít dùng để tẩy mốc trên kính gương. Foormon dùng tẩy mốc cho giấy. Hợp chất đồng; tanin; crom tẩy mốc cho hàng vải sợi...

2.2.2. Phòng chống côn trùng

Tác hại của côn trùng:

+ Côn trùng phát sinh do nhiều nguyên nhân, chúng có thể đã có trong hàng hoá khi nhập kho hoặc còn ẩn náu trong kho, trong khe cửa, gầm sàn... do phát sinh từ những hàng hoá bảo quản trước; cũng có thể từ những bao bì, phương tiện vận chuyển và các dụng cụ thiết bị hoặc do gió, chim, chuột mang vào kho.

+ Tác hại của côn trùng với hàng hoá là rất lớn. Chúng có thể trực tiếp cắn phá làm hỏng các hàng hóa như vải, gỗ lụa, giấy... Hoặc trong quá trình sống, côn trùng lột xác, bài tiết phân, nước tiểu, hơi nước... làm tăng độ ẩm của hàng hoá, làm màu sắc của hàng hoá bị thay đổi, hàng hoá bị nhiễm bẩn, nấm mốc dễ phát triển, hàng hoá dễ mục nát.

Biện pháp để phòng côn trùng:

+ Trong công tác bảo quản hàng hoá, phải quán triệt phương châm phòng trừ đi đôi, lấy phòng là chủ yếu. Công tác phòng côn trùng phải được quán triệt từ khi chuẩn bị kho và phương tiện bảo quản đến lúc xuất hàng khỏi kho. Để phòng côn trùng phải làm tốt các công tác sau:

Vệ sinh kho, dụng cụ, bao bì trước và sau khi sử dụng để diệt và tránh không cho côn trùng có điều kiện phát triển.

Kiểm tra hàng hoá bao bì trước lúc nhập kho. Nếu hàng hoá có côn trùng hoặc bị ẩm ướt phải để riêng, tổ chức xử lý và không được đưa vào kho bảo quản.

Phân bố chất xếp hàng hoá đúng với yêu cầu bảo quản của mỗi loại hàng, bảo đảm thuận tiện cho công việc chống ẩm, chống nóng và kiểm tra hàng hoá, kho bảo quản.

+ Thực hiện tốt chế độ bảo quản như: quản lý tốt nhiệt độ, độ ẩm trong kho; thường xuyên kiểm tra hàng hoá, kiểm tra kho bảo quản để kịp thời phát hiện hàng hoá bị côn trùng phá hoại, phát hiện kho đột, ẩm để xử lý kịp thời; định kỳ vệ sinh kho để tránh điều kiện cho côn trùng ẩn nấp và phát triển. Cách ly hàng bị nhiễm côn trùng và ẩm ra khỏi khu vực bảo quản.

+ Không để lẫn bao bì, dụng cụ vào khu vực bảo quản hàng hoá.

Biện pháp diệt côn trùng:

+ Khi côn trùng đã phát sinh trong kho, tùy loại côn trùng và đặc tính của hàng hoá, có thể dùng các biện pháp diệt trừ như: dùng sức nóng, dùng ánh sáng, dùng hoá chất...

+ Dùng sức nóng: vừa có tác dụng diệt côn trùng vừa có tác dụng hạ thấp độ ẩm của hàng hoá. Với nhiệt độ từ 38 – 40°C côn trùng bị tê liệt, nhiệt độ trên 50°C côn trùng bị tiêu diệt. Tùy loại hàng hoá mà có thể dùng sức nóng do phơi nắng hay sấy để diệt côn trùng.

+ Dùng ánh sáng kích thích có thể bắt được những côn trùng thích bay bồng như: các loại bướm và một số côn trùng thuộc bộ cánh cứng. Dựa vào đặc tính của loại côn trùng này, dùng đèn dầu hoả hay đèn điện để trên chậu nước lã, trộn một ít dầu hoả hoặc thuốc 666 đặt vào trong kho. Về đêm, nhất là những đêm oi bức, côn trùng bay tới và rơi xuống nước chết. Biện pháp này chỉ có thể giảm được một phần chứ không diệt côn trùng được triệt để.

+ Dùng hoá chất: là biện pháp có hiệu quả cao nên hiện nay được sử dụng rộng rãi. Hoá chất thường dùng để diệt côn trùng trong kho là: 666, DDT, metila bromua, nhôm fotfua.

2.2.3. Phòng, trừ mối

Đối với kho hàng công nghiệp, mối là tác nhân phá hoại nghiêm trọng. Mối không chỉ phá huỷ hàng hoá, mà đục phá các vật liệu làm bằng xenlulôza như: cột, xà nhà, cánh cửa, bục bệ, bao bì, giấy gỗ... Nền tường, mái kho có thể do mối xông mà sụp đổ. Mối còn nhả nước, tha đất ướt vào kho gây thêm ẩm ướt và làm bẩn kho, hàng hoá.

Biện pháp phòng mối:

+ Kho: Cần đề phòng ngay từ khi xây kho. Trước khi xây kho cần đào hết gốc, rễ cây, gỗ mục trong đất, rải thuốc diệt trùng (DDT, 666) ở chỗ tiếp giáp móng và chân tường. Nếu là gạch, nền kho tốt nhất là đổ một lớp bê tông dày 9 – 10mm. Nếu kho có cột gỗ, chân cột kê đá tảng hoặc lót chân cột bằng lá xoan và đất pha 10% muối ăn, chân cột quét hắc ín. Rắc thuốc diệt trùng quanh chân tường, ở chỗ ẩm thấp, chỗ tối là môi trường làm tổ.

+ Chất xếp hàng hoá đúng quy định (cách tường, cách nền 50cm, cách trần 80cm, giữa các đồng hàng có lối đi) bảo đảm chống được mối xâm nhập, thuận tiện cho việc kiểm tra, vệ sinh thông gió..., loại bỏ các vật mà mối có thể làm điểm tựa để xâm nhập vào hàng hoá.

+ Cách ly chân kệ, bọc xếp hàng với nền kho:

Dưới nơi đặt chân kệ, bọc rắc thuốc diệt trùng dày 2mm, rộng ra xung quanh kệ 15cm, rồi đặt gạch kê, đặt bọc, kệ lên. Dùng thuốc 666 hay bột DDT loại 5% hoặc thay bằng bột vôi. Nếu nền kho ẩm thì 3 tháng phải thay một lần.

+ Thực hiện tốt chế độ quản lý kho và hàng hoá: bảo đảm kho khô thoáng; thường xuyên kiểm tra kho, hàng hoá để kịp thời phát hiện mối, khi kiểm tra cần chú ý điểm tiếp giáp giữa kèo xà với tường, trần với tường chân cột, kệ bọc với nền kho, khung cửa với tường, các chân và góc tường, quanh kho, chỗ tối và ẩm trong kho. Định kỳ vệ sinh trong kho để diệt nơi mối và môi trường mối phát triển.

Phương pháp diệt mối:

Có 2 phương pháp diệt mối: phương pháp trực tiếp và phương pháp gián tiếp, cả hai phương pháp đều dùng thuốc để diệt.

Thuốc diệt mối có các loại: thuốc dầu (BQG₁, Creozôn...), thuốc nước (hỗn hợp muối đồng...), thuốc bột (DDT, 666, TM67).

+ Phương pháp trực tiếp: khi phát hiện được tổ mối, đào lên, lấy hết rác ở tổ, tưới thuốc rồi lấp lại. Tổ dưới đất dùng khoảng 5 lít thuốc creozon, tổ trong tường hay trên trần dùng 2 - 3 lít FQG₁.

Khi đào tổ mối cần chú ý giữ đường về cho mối đi kiếm ăn tiếp tục trở về và đặt vào tổ vài mảnh tổ cũ hay xếp mảnh gỗ mối ăn dở đã rũ hết mối để mối tập trung về, ta tiếp tục nhặt bỏ đi, làm vài lần để diệt hết mối.

Sau khi diệt hết mối cần kiểm tra lại kết quả, nếu sau 10–20 ngày không thấy mối xông thêm hoặc làm đường mới, là việc diệt mối đã có kết quả.

+ Phương pháp gián tiếp (phương pháp diệt lây truyền): nhử mối tập trung

đến một vị trí nhất định, dùng thuốc bột phun vào nơi có mối xuất hiện, mối dính thuốc chạy về tổ, con nọ truyền độc tới con kia, sau 7 –10 ngày toàn bộ tổ mối sẽ bị tiêu diệt.

2.2.4. Phòng, trừ chuột

Tác hại của chuột:

Chuột phá hoại hàng hoá và kho rất mạnh. Chuột cắn hỏng hàng vải sợi, đồ gỗ, đồ nhựa, đồ điện... cắn hỏng cửa, mái kho, bao bì. Chuột còn đào hố, đào đất, bài tiết phân nước tiểu, tha rác, làm bẩn hàng hoá và hỏng kho. Ngoài ra, chuột còn đem bệnh dịch cho người.

- Biện pháp phòng chuột: phòng chuột là biện pháp chính. Nếu phòng được chuột thì hạn chế được nhiều tác hại do chuột gây nên. Các biện pháp phòng chuột là:

+ Kho có trần, cửa thông gió sát nền kho phải có lưới sắt, chặt bỏ các cành cây và vật chạm vào mái kho để chuột không lên xuống được.

+ Định kỳ kiểm tra trong kho, ngoài kho: đồ vật bao bì xếp gọn gàng để chuột không có nơi ẩn nấp, làm tổ. Phun thuốc sát trùng để chuột sợ không tới gần kho và hàng hoá.

+ Phát hiện thấy hang chuột thì lấp kín ngay bằng cát, thuỷ tinh, gạch ngói vụn rồi trát kín lại.

- Phương pháp diệt chuột: chuột là giống tinh khôn, nên việc diệt trừ phải tiến hành bằng nhiều cách, có thể dùng bẫy hay bả độc. Hiện nay, phổ biến là dùng kẽm florua làm bả độc.

3. Quản lý định mức hao hụt hàng hoá trong kho

3.1. Các loại hao hụt và nguyên nhân hao hụt

Trong quá trình bảo quản, một số hàng công nghiệp thường bị hao hụt. Những hao hụt này xảy ra do các nguyên nhân: tính chất của hàng hoá, điều kiện bảo quản, trình độ nghiệp vụ, tinh thần trách nhiệm của người làm công tác bảo quản, thiên tai, địch hoạ.

Mức hao hụt hàng hoá lớn hay nhỏ phụ thuộc vào:

- Tính chất của hàng hoá. Yếu tố này quyết định mức độ và dạng hao hụt của hàng hoá. Ví dụ: xăng dầu bị bay hơi, đường bị chảy nước hay rơi vãi, hàng thuỷ tinh gốm sứ bị đập vỡ...

- Nhiệt độ của không khí tăng, độ ẩm không khí giảm sẽ gây hao hụt do bay hơi nước. Nhiệt độ càng cao, độ ẩm càng giảm thì hao hụt càng nhiều.

- Tình trạng bao bì đựng hàng hở, thủng, rách, thì hao hụt do bay hơi, chảy nước, rơi vãi càng nhiều. Bao bì mềm yếu dễ gây dập vỡ khi chất xếp.

- Điều kiện kho và thiết bị, chế độ bảo quản: kho bảo quản kiên cố, hiện đại; thiết bị bảo quản, di chuyển, nâng xếp đầy đủ, phù hợp với chế độ bảo quản, phù hợp với tính chất mặt hàng bảo quản thì mức hao hụt thấp.

- Thời gian bảo quản ngắn thì mức hao hụt thấp hơn thời gian bảo quản trong kho dài.

- Trình độ nghiệp vụ và tinh thần trách nhiệm của từng người làm công tác bảo quản. Trình độ nghiệp vụ và tinh thần trách nhiệm của người làm công tác bảo quản càng cao thì sẽ hạn chế được rất nhiều hao hụt hàng hoá.

- Hao hụt do bản thân hàng hoá là hao hụt tất yếu xảy ra trong quá trình bảo quản là hao hụt tự nhiên.

Hao hụt tự nhiên không phải là cố định, mà có thể giảm dần được.

Trong công tác quản lý, người ta quy định tỷ lệ hao hụt cho phép mỗi loại hàng và phần dẫu để hạ thấp tỷ lệ hao hụt đó. Tỷ lệ hao hụt cho phép này gọi là định mức hao hụt. Định mức hao hụt này thuộc loại hao hụt tự nhiên.

Những hao hụt vượt ra ngoài tỷ lệ cho phép quy định là hao hụt ngoài định mức hay hao hụt vượt định mức. Hao hụt ngoài định mức thường do trình độ nghiệp vụ, tinh thần trách nhiệm của người làm công tác bảo quản thấp và do thiên tai gây nên. Hao hụt do chủ quan người làm công tác bảo quản gây nên, phải quy rõ phạm vi, mức độ trách nhiệm và xử lý thoả đáng. Hao hụt do bão lụt, cháy phải lập biên bản, ghi rõ nguyên nhân, quy trách nhiệm, biện pháp xử lý và báo cáo cấp trên.

Xây dựng định mức hao hụt phải phù hợp với trình độ phát triển của ngành, phù hợp với hoàn cảnh của xí nghiệp, phải là mức hao hụt trung bình, tiên tiến và có nhiều người tham gia.

3.2. Phương pháp tính toán mức hao hụt

Khi có định mức, mức hao hụt được tính toán bằng công thức:

$$H = (G1 + G2)M$$

Trong đó:

H: Hao hụt tính theo định mức (đồng).

G1: Giá trị hàng xuất (tiêu thụ) giữa hai kỳ kiểm kê (đồng).

G2: Giá trị hàng tồn kho đến ngày kiểm kê (đồng).

M: Mức hao hụt tính theo thời gian bảo quản trung bình. (Đơn vị tính là %)

Thời gian bảo quản trung bình dài, ngắn sẽ ảnh hưởng khác nhau đến mức hao hụt hàng hoá, được tính theo công thức:

$$\bar{T} = \frac{\bar{G}}{g}$$

Trong đó:

$\bar{T}$: thời gian bảo quản trung bình (ngày)

$\bar{G}$: dự trữ hàng hoá bình quân trong kỳ (đồng)

g : giá trị hàng tiêu thụ bình quân trong một ngày (đồng).

Hao hụt được tính theo định mức:

Nếu giá thị của hao hụt thực tế bằng hoặc thấp hơn giá trị tính toán trên, thì được coi là hao hụt đúng định mức và thấp hơn định mức, là bảo quản tốt.

Nếu giá trị của hao hụt thực tế cao hơn giá trị tính toán trên, là hao hụt vượt định mức, nó biểu hiện việc bảo quản không tốt. Trường hợp này phải lập biên bản, ghi rõ nguyên nhân và có biện pháp xử lý đúng đắn.

3.3. Biện pháp giảm hao hụt hàng hoá trong bảo quản

- Tổ chức tốt quá trình nghiệp vụ kho là biện pháp chủ yếu để giảm hao hụt hàng hoá. Để thực hiện tốt biện pháp này, đòi hỏi người làm công tác bảo quản phải nắm vững tính chất của mặt hàng bảo quản và quy trình bảo quản mặt hàng, nắm vững những yếu tố gây nên hao hụt và cách khắc phục những yếu tố ấy và phải làm tốt từ khâu chuẩn bị hàng đến xuất hàng khỏi kho.

- Xây dựng và thực hiện tốt định mức hao hụt cho từng mặt hàng bảo quản. Muốn giảm được hao hụt thì phải có định mức hao hụt. Định mức hao hụt phải là mức hao hụt trung bình tiên tiến để mọi người phấn đấu thực hiện. Phải thực hiện tổ chức nghiêm ngặt và thường xuyên kiểm tra, ai làm tốt thì khen thưởng kịp thời, ai thực hiện không tốt thì xử lý thích đáng.

- Cải thiện cơ sở vật chất và kho bảo quản hàng hoá. Kho tàng cần được tu bổ cho hợp với yêu cầu cần bảo quản của từng loại hàng hoá. Tăng cường điều kiện vật chất như: thiết bị chất xếp, di chuyển, thiết bị thông gió, thiết bị phòng cứu hoả... Giải quyết tốt điều kiện vật chất cho bảo quản là tiền đề để thực hiện tốt quy trình bảo quản hàng hoá nói chung, hạ thấp hao hụt nói riêng.

- Thường xuyên nâng cao trình độ văn hoá, nghiệp vụ chuyên môn cho người làm công tác bảo quản. Người làm công tác bảo quản có trình độ chuyên môn cao là điều kiện chủ yếu để họ chủ động và tổ chức tốt được việc bảo quản hàng hoá.

- Tổ chức tốt phong trào thi đua xã hội chủ nghĩa, phong trào xây dựng "kho 5 tốt": (quản lý và sử dụng tốt kho và trang thiết bị kho; bảo quản tốt hàng hoá; chấp hành tốt các chế độ, thể lệ, định mức; lao động tốt, có năng suất cao; bảo vệ tốt kho tàng và hàng hoá). Khi người lao động có tinh thần làm chủ tập thể xã hội chủ nghĩa cao, đơn vị có phong trào thi đua tốt, có tiêu chuẩn phấn đấu cụ thể và phù hợp, sẽ khắc phục được không ít những mặt yếu kém về nghiệp vụ, và những thiếu thốn về vật chất, công tác bảo quản sẽ đạt được hiệu quả kinh tế cao.

4. Phòng cháy, chống cháy

4.1. Vị trí quan trọng của công tác phòng cháy, chống cháy

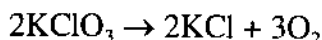
Cháy là hiện tượng thường xảy ra do không tôn trọng kỹ thuật an toàn khi lắp đặt và sử dụng thiết bị; vi phạm điều lệ an toàn phòng cháy, chống cháy trong sử dụng và bảo quản vật liệu dễ cháy; sử dụng điện quá tải, không đảm bảo an toàn... hoặc do tự cháy hay do kẻ phá hoại. Nếu cháy không được dập tắt kịp thời, thì tài sản, hàng hoá sẽ bị thiệt hại rất lớn.

Phòng cháy, chữa cháy được quy định "...là nghĩa vụ của toàn dân, là nghĩa vụ của toàn thể cán bộ, công nhân viên trong các cơ sở kinh tế, văn hoá". Do vậy, mỗi cán bộ, nhân viên thương nghiệp phải coi công tác phòng cháy, chữa cháy là một nghĩa vụ, một nhiệm vụ hết sức quan trọng và thường xuyên.

4.2. Các biện pháp phòng cháy

Để xuất hiện và phát triển quá trình cháy cần có: vật cháy, chất ôxi hoá và nguồn nhiệt. Thiếu một trong ba điều kiện trên thì đám cháy sẽ ngừng.

Vật cháy có thể là dạng rắn (vải sợi, gỗ, nhựa...), dạng lỏng (xăng, dầu...) hoặc dạng khí (hơi đốt...). Chất ôxi hoá có thể là ôxi không khí, ôxi nguyên chất, clo, flo, lưu huỳnh hay các hợp chất mang ôxi như kali nitrat (KNO_3), natri nitrat (NaNO_3), kali clorat (KClO_3)... khi bị nung nóng sẽ phân huỷ thoát ra ôxi. Ví dụ:



Nguồn nhiệt có thể là ngọn lửa trần, tia lửa điện, tia lửa sinh ra do ma sát, hạt than cháy dở... Nguồn nhiệt là yếu tố quan trọng nhất làm cho hai yếu tố trên cháy được.

Muốn phòng cháy, chữa cháy có hiệu quả phải nắm vững các điều kiện xuất hiện và phát triển quá trình cháy, để có biện pháp tốt nhất nhằm cách ly và triệt tiêu được các điều kiện này.

Trong công tác phòng cháy và chữa cháy phải lấy phương châm "phòng cháy là chính", đồng thời phải chuẩn bị sẵn sàng để khi xảy ra cháy thì chữa được kịp thời có hiệu quả.

Những biện pháp phòng cháy chủ yếu là:

- Đối với kho: khi thiết kế và lựa chọn địa điểm xây dựng, chọn vật liệu xây dựng kho phải bảo đảm yêu cầu phòng cháy và thuận tiện khi chữa cháy. Trong thiết kế, việc bố trí các khu vực bảo quản phải phù hợp với tính chất của loại hàng bảo quản, phù hợp với loại kho và thuận tiện cho chữa cháy. Kho không xây dựng quá tập trung, bảo đảm khoảng cách giữa các kho với nhau, khoảng cách giữa các kho với hệ thống cột điện; khu hành chính, sinh hoạt phải xa kho, bếp nấu không được đặt trong khu vực kho. Kho phải có hệ thống chống sét, dùng vật liệu khó cháy hoặc không cháy để xây dựng kho.

- Trong bảo quản: không bảo quản chung các hàng kỵ nhau, hàng dễ cháy với hàng dễ bắt lửa, hàng khi cháy phải dùng chất cứu chữa khác nhau. Chất xếp hàng hoá phải thuận tiện cho công việc kiểm tra, vệ sinh và chữa cháy. Làm tốt công tác chống ẩm, chống nóng đối với hàng hoá để ngăn nguồn phát nhiệt.

- Về tổ chức: làm tốt công tác giáo dục chính trị, tư tưởng cho cán bộ, nhân viên để có tinh thần trách nhiệm cao trong việc bảo vệ tài sản xã hội chủ nghĩa và tôn trọng triệt để nội quy phòng cháy, chữa cháy của đơn vị đề ra.

- Các kho, khu hành chính, khu sinh hoạt đều phải có nội quy phòng cháy, chữa cháy: nội quy phòng cháy, chữa cháy phải cụ thể phù hợp với từng loại kho, từng loại hàng bảo quản trong kho và quản lý chặt chẽ việc thực hiện nội quy. Có phương án phòng cháy, chữa cháy cho khu kho.

- Có đầy đủ, sẵn sàng các phương tiện, dụng cụ chữa cháy và báo động, thường xuyên kiểm tra để khi cần thì dập tắt ngay được ngọn lửa.

- Thành lập đội chữa cháy và tổ chức luyện tập theo phương án của đơn vị. Quan hệ và tổ chức luyện tập với các đội chữa cháy của nhân dân, của các cơ quan (nhất là đội chữa cháy chuyên nghiệp) ở khu vực kho đóng.

- Quản lý thật chặt các nguồn lửa: không mang vật cháy, vật dễ bắt cháy, chất nổ vào kho. Không đun bếp và bật lửa trong kho. Dây điện trong kho phải dùng dây bọc, bóng đèn không để sát mái, sát đồng hàng và cầu dao điện phải để ngoài kho.

4.3. Chữa cháy

Muốn chữa cháy có hiệu quả, phải nắm vững tính chất của đám cháy, sử dụng phương tiện và chọn phương pháp chữa thích hợp.

Dựa trên những nguyên lý của việc chữa cháy, người ta áp dụng các phương pháp chữa cháy sau:

- Cách ly các vật cháy: dùng câu liêm và các phương tiện kéo móc khác để dời và di chuyển vật cháy ra khỏi vùng cháy.

- Làm lỏng chất tham gia phản ứng cháy: đưa vào vùng cháy những chất không tham gia phản ứng cháy. Ví dụ: bơm khí CO_2 , N_2 ... vào đám cháy.

- Ngăn không cho ôxi thâm nhập vào vùng cháy: bơm các loại bột hoặc phủ cát, phủ chăn chiếu, bao tải, ... thấm nước lên đám cháy.

- Làm lạnh vùng cháy cho đến dưới nhiệt độ bắt lửa của các chất cháy: bơm nước hoặc các loại bột, khí CO_2 vào đám cháy để hạ thấp nhiệt độ đám cháy.

- Phương pháp tổng hợp: là phương pháp kết hợp của nhiều phương pháp trên. Phương pháp tổng hợp là phương pháp chữa cháy có hiệu quả cao, tiết kiệm được chất chữa cháy; là phương pháp được sử dụng phổ biến trong việc cứu chữa các đám cháy.

5. Phòng gian bảo mật

- Quy định về phòng gian bảo mật ở kho:

- + Tuyệt đối giữ bí mật về lượng hàng hoá, về tổ chức bảo quản, hoạt động xuất nhập, kiểm kê, lực lượng cán bộ, nhân viên và tổ chức bảo vệ của kho.

- + Có đủ tường rào bảo vệ quanh kho; có cửa ngõ vững chắc, kín đáo và trang bị then, có khoá đầy đủ cho từng gian kho, nhà kho. Với kho có trần phải che dầy kín các ô trống để ngăn kẻ gian xâm nhập. Với những kho có điều kiện phải có hệ thống đèn bảo vệ.

- + Khoá nhà kho, buồng kho, tủ hàng quý,... phải được quản lý chặt chẽ. Nếu trường hợp chìa bị mất phải thay ngay khoá khác.

- + Có trạm kiểm soát vé và người ra vào kho.

- + Mỗi khu vực kho phải có nội quy phòng chống cháy, phòng gian bảo mật, phòng chống lũ lụt.

- + Không bố trí khu vực sinh hoạt của cán bộ, công nhân viên trong khu vực kho.

- + Tổ chức tuần tra, canh gác trong kho (nhất là ngày nghỉ, ngày lễ).

- + Chuẩn bị thật đầy đủ, kịp thời chu đáo cả về tổ chức kế hoạch. Thường xuyên kiểm tra đôn đốc việc chấp hành nội quy. Định kỳ tổ chức luyện tập theo phương án.

- + Giáo dục cho cán bộ, nhân viên tinh thần cảnh giác với âm mưu phá hoại

của dịch dưới mọi hình thức, ý thức trách nhiệm trong bảo vệ tài sản, hàng hoá của xí nghiệp. Có chế độ khen thưởng và kỷ luật kịp thời.

6. Phòng chống lũ lụt

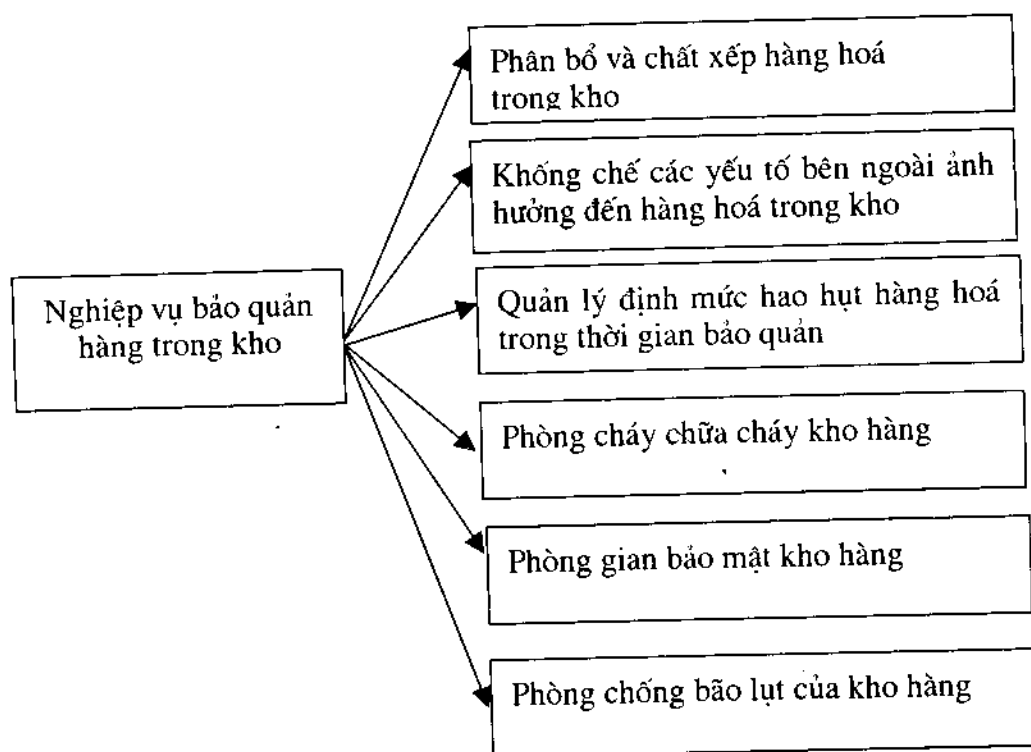
Kho hàng phải được xây ở nơi có "bình độ" cao. Hàng năm trước mùa mưa bão phải có kế hoạch và tổ chức tu sửa, chằng chống chu đáo để tránh đổ kho, ụt hàng. Chuẩn bị đầy đủ dụng cụ che đậy và thuyền mảng cứu hàng bị ngập.

Tổ chức lực lượng phòng chống lũ lụt, xây dựng các phương án phòng chống và tổ chức luyện tập theo phương án.

Trong và sau lũ lụt phải làm tốt việc xử lý, thanh lý hàng hoá, tài sản hư hỏng, làm tổng vệ sinh và sửa kho, che đậy hàng và hạn chế đến mức thấp nhất những hư hại do bão lụt gây ra và sớm đưa kho trở lại hoạt động bình thường.

Ở các vùng trũng ven sông, ven suối cần khống chế mức tồn kho đảm bảo lưu thông bình thường của xí nghiệp. Số còn lại tổ chức đưa lên khu cao.

SƠ ĐỒ NGHIỆP VỤ BẢO QUẢN HÀNG TRONG KHO



IV. NGHIỆP VỤ XUẤT HÀNG

1. Yêu cầu và nguyên tắc thực hiện nghiệp vụ xuất hàng

Xuất hàng là khâu cuối của nghiệp vụ kho, thể hiện toàn bộ chất lượng công tác kho. Xuất hàng phải đảm bảo thực hiện tốt các yêu cầu và nguyên tắc sau:

1.1. Yêu cầu của nghiệp vụ xuất hàng

Hàng hoá xuất kho phải đúng kế hoạch kinh doanh, đúng phiếu hoặc lệnh xuất kho về tên hàng, số lượng, bao bì đóng gói ghi trên phiếu hoặc lệnh xuất, thời gian và địa điểm giao hàng ghi trong hợp đồng mua bán.

Hàng hoá xuất kho phải đúng nguyên tắc xuất nhập và bảo quản hàng lập đủ giấy tờ và làm đủ thủ tục quy định, xuất nhanh và kịp thời theo yêu cầu của khách.

Sau khi xuất hàng cần phải thực hiện đầy đủ việc cập nhật sổ sách, báo cáo và thu dọn nơi giao nhận gọn gàng, sạch sẽ.

1.2. Nguyên tắc thực hiện nghiệp vụ xuất hàng

- Hàng hoá chỉ được xuất kho khi có phiếu hoặc lệnh xuất kho hợp lệ (phiếu hoặc lệnh do phòng kế hoạch – nghiệp vụ hoặc bộ phận được uỷ quyền lập, có giá trị pháp lý và giá trị thanh toán). Trong trường hợp phiếu hoặc lệnh xuất kho không hợp lệ hoặc không phù hợp với số lượng quy định, quy cách chất lượng... hàng hiện có trong kho, thủ kho phải phản ánh ngay cho phòng kế hoạch – nghiệp vụ hoặc bộ phận được uỷ quyền xem xét hoặc lập phiếu hay lệnh xuất kho khác, tuyệt đối không được tự ý sửa chữa, điều chỉnh, thay thế mặt hàng này bằng mặt hàng khác.

- Tuyệt đối không được "tạm xuất" rồi sau mới lập chứng từ hoặc "xuất treo" (lập chứng từ trước rồi ít lâu sau mới xuất hàng). Với những hàng xuất để làm mẫu hoặc để kiểm nghiệm cũng phải có phiếu hay lệnh xuất kho hợp lệ.

- Người nhận hàng phải có đủ giấy tờ hợp lệ mới được nhận hàng.

- Đối với một phiếu xuất hàng, thủ kho phải bảo đảm xuất nhanh, gọn và liên tục. Trường hợp xuất trong ngày không xong phải tiếp tục xuất ngày hôm sau, không được để gián đoạn lâu ngày làm trở ngại đến tiến độ nhập hàng của bên nhận và phức tạp cho việc quản lý.

- Hàng xuất kho phải được đóng gói cẩn thận, ngoài những ký nhãn hiệu đã có trên hòm kiện của nơi sản xuất còn phải ghi: tên đơn vị và địa chỉ nơi nhận, có thứ tự hòm kiện. Đối với hàng lẻ thì phải ghi rõ "hàng đóng lẻ" và trong mỗi

hòm kiện có phiếu đóng gói. Phiếu đóng gói phải ghi rõ số lượng, ngày đóng gói, người đóng gói.

- Hàng xuất kho phải đảm bảo nguyên tắc: hàng nhập trước xuất trước, hàng nhập sau xuất sau (trừ trường hợp hàng cần tiêu thụ ngay); hàng xuất đến đâu phải ghi vào "phích" kho ngay đến đấy.

- Hàng đã làm xong mọi thủ tục xuất, nhưng vì lý do nào đó mà đơn vị nhận hàng chưa chuyển được phải để riêng ở khu vực trong kho để tránh nhầm lẫn. Thủ kho hoặc người nhận hàng phải có trách nhiệm bảo quản số hàng đó trong thời gian chờ xuất.

2. Nội dung nghiệp vụ xuất hàng

Nội dung nghiệp vụ xuất hàng ở kho gồm: chuẩn bị hàng để giao, giao hàng cho người nhận và làm các giấy tờ, thủ tục cần thiết.

2.1. Chuẩn bị hàng để giao

Chuẩn bị hàng để giao là khâu công tác cần thiết và quan trọng nhất trong nghiệp vụ xuất hàng. Quá trình này đơn giản hay phức tạp, tốn nhiều hay ít công sức là tùy thuộc vào đối tượng nhập hàng, khối lượng chủng loại, yêu cầu bao gói... của khách hàng.

Kiểm tra giấy tờ và đối chiếu giấy tờ với hàng hoá hiện có trong kho để đưa ra nơi chuẩn bị.

Giấy tờ cần kiểm tra gồm: hợp đồng, phiếu hoặc lệnh xuất kho, giấy tờ của người đi nhận hàng xem có đầy đủ và hợp lệ không. Đối chiếu phiếu hoặc lệnh xuất hàng hiện có trong kho xem có bảo đảm những yêu cầu về số lượng, quy cách, chất lượng ghi trong phiếu hoặc lệnh xuất kho không. Nếu giấy tờ không hợp lệ hoặc phiếu hay lệnh xuất kho không khớp với hàng hiện có trong kho thì báo cáo về phòng kế hoạch – nghiệp vụ hoặc bộ phận được uỷ quyền xem xét hay lập phiếu hoặc lệnh xuất kho khác.

Chuẩn bị để giao hàng:

Nội dung công tác chuẩn bị giao hàng bao gồm: lựa chọn mặt hàng, phân loại, chỉnh lý, phân hạng, bao gói thành bao kiện và ghi nhãn. Tùy thuộc vào yêu cầu về hàng hoá của đơn vị nhận đã ghi ở phiếu hoặc lệnh xuất kho mà quá trình chuẩn bị phải làm toàn bộ hay một số việc trong nội dung công tác chuẩn bị.

Đưa hàng ra nơi chuẩn bị giao:

Sau khi đã làm xong công tác chuẩn bị, hàng hoá phải đưa ra nơi chuẩn bị để bảo đảm thuận tiện cho giao nhận và tránh nhầm lẫn.

2.2. Giao hàng cho người nhận

Có 3 hình thức giao hàng: giao hàng tại kho người bán, giao hàng tại kho người mua và giao tại các nhà ga, bến tàu. Áp dụng hình thức giao hàng nào là do sự thoả thuận giữa hai bên mua và bán được ghi rõ trong hợp đồng mua bán hàng hoá. Trong bài này chủ yếu nghiên cứu giao hàng tại kho người bán, thủ kho và người nhận hàng phải:

- Kiểm tra và đối chiếu giữa hàng đã chuẩn bị với phiếu và lệnh xuất kho về số lượng, về quy cách, chất lượng, bao gói, ghi nhãn.

- Hai bên giao nhận trực tiếp cân hoặc đong, đo, đếm (tuỳ loại hàng hoá). Xem xét chất lượng lô hàng giao nhận.

Hai bên giao nhận hàng hoá đều kiểm tra và ký vào phiếu hoặc lệnh xuất kho, đã giao và nhận hàng đủ.

2.3. Lập chứng từ và các thủ tục khác

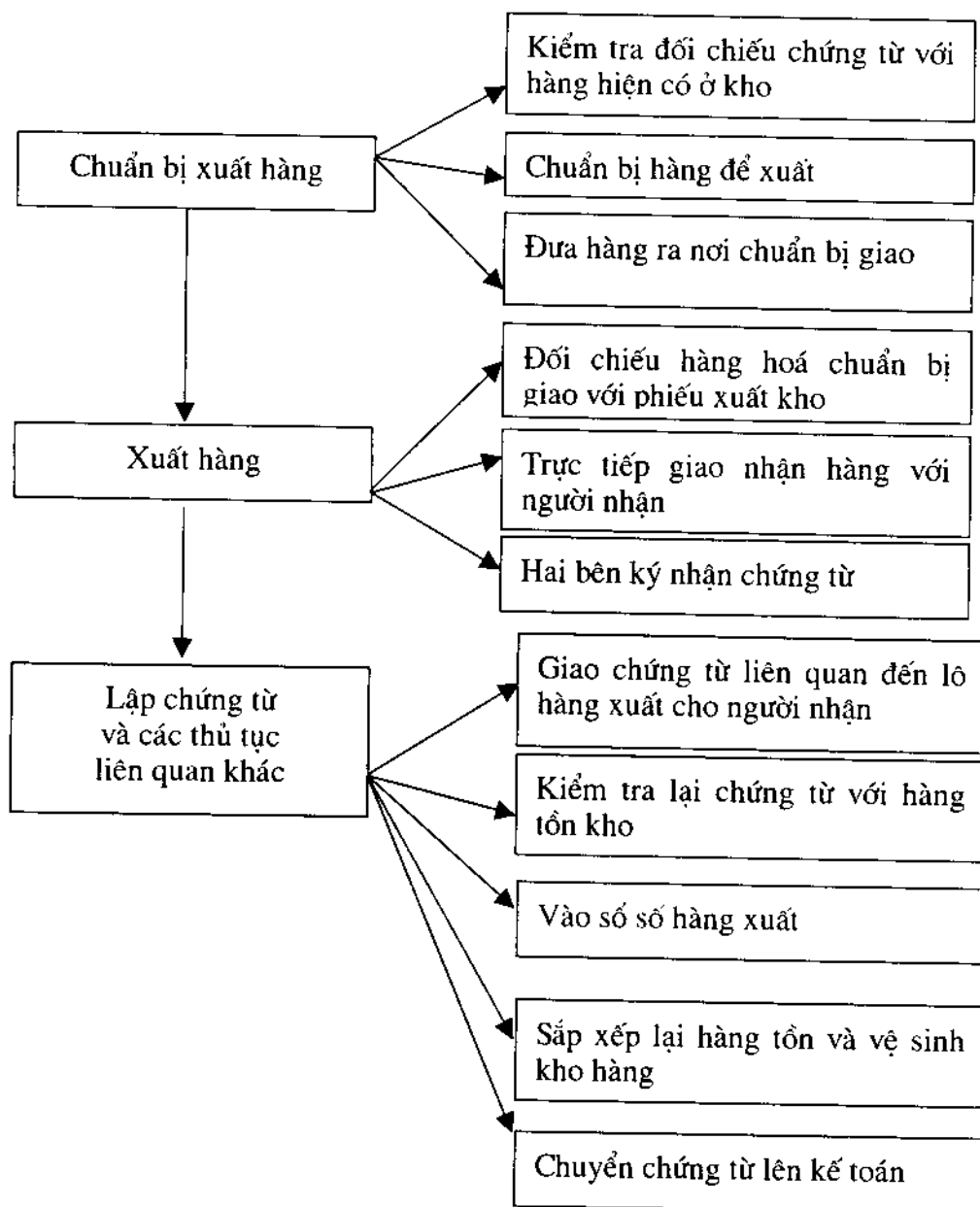
- Hàng hoá khi xuất khỏi kho phải có đủ chứng từ và thủ tục cần thiết khi ra cổng. Chứng từ phải đảm bảo ghi chính xác, rõ ràng, không tẩy xóa, đúng mẫu quy định.

- Nếu hàng hoá phải đóng gói lại thì phải có phiếu đóng gói. Phiếu đóng gói lập 2 bản: 1 lưu, 1 để trong bao kiện đóng gói.

Nếu giao hàng tại ga, bến tàu để chuyên chở đi bằng phương tiện đường sắt, đường ô tô, đường thuỷ thì phải lập chứng từ theo quy định đối với việc vận tải hàng theo những phương tiện trên.

- Thủ kho xuất hàng xong phải kiểm tra lại chứng từ sổ sách với hàng tồn ở kho. Sắp xếp lại hàng trong kho, vào sổ sổ hàng vừa xuất, vệ sinh kho hàng và chuyển chứng từ lên bộ phận có liên quan kịp thời.

SƠ ĐỒ NGHIỆP VỤ XUẤT HÀNG TỪ KHO



3. Đối tượng xuất hàng và những trường hợp cần xử lý khi xuất hàng

3.1. Đối tượng xuất hàng

Là những khách hàng mà kho có nhiệm vụ giao hàng cho họ. Trong quan hệ giao nhận hàng, kho của các doanh nghiệp có quan hệ với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Căn cứ vào đặc điểm, tính chất mối quan hệ kinh tế, mục đích của việc nhận hàng, có thể chia khách hàng của kho thành các loại sau:

- Khách hàng là người tiêu dùng trực tiếp, thuộc loại khách hàng này có cả các doanh nghiệp sản xuất.

- Khách hàng là các doanh nghiệp thương mại hàng hoá khác. Xuất hàng cho đối tượng này nhằm thực hiện quá trình điều chuyển hàng hoá và phục vụ cho việc bán hàng hoá qua khâu trung gian.

- Các đơn vị kho, trạm, cửa hàng trong cùng một doanh nghiệp để thực hiện việc điều động hàng hoá.

Phân loại các đối tượng để xuất hàng nhằm xác định đúng đắn các hình thức giao hàng, tổ chức tốt công tác chuẩn bị giao hàng và thanh toán, hạch toán quá trình mua bán.

3.2. Những trường hợp cần xử lý khi xuất hàng

Khi tiến hành giao nhận hàng hoá với khách hàng, có thể xảy ra những trường hợp không bình thường, không đúng với kế hoạch tiến độ... lúc đó cần có sự bàn bạc giữa hai bên để cùng nhau giải quyết thoả đáng trên cơ sở của các nguyên tắc, chế độ đã quy định.

- Tất cả các hình thức giao hàng đều được quy định trong một thời gian nhất định. Nếu một bên không chấp hành đúng thời hạn để lãng phí phương tiện, nhân lực, hư hao hàng hoá... thì bên đó phải chịu mọi phí tổn do việc không chấp hành thời hạn đó gây ra.

- Tất cả các trường hợp hư hỏng, thừa thiếu, kém phẩm chất, không đồng bộ... trong lô hàng giao. Nếu vẫn tiến hành giao hàng cho khách, hai bên phải lập biên bản kiểm nghiệm tại chỗ, quy rõ trách nhiệm làm cơ sở pháp lý cho việc xử lý sau này.

- Trường hợp giao thiếu hoặc hàng không đúng yêu cầu của người mua hàng, nếu khách hàng phát hiện kiểm tra lại thấy đúng thì thủ kho phải giao đủ, giao đúng cho họ, không được dây dưa kéo dài hoặc từ chối.

V. TIÊU CHUẨN CẤP BẬC CỦA THỦ KHO

1. Quy định chung

Thực hiện đúng 5 điều kỷ luật lao động.

Chế độ trách nhiệm vật chất của thủ kho với hàng hóa, bao bì, kho hàng.

Điều lệ công tác kho hàng.

Điều lệ vệ sinh kho hàng, hàng hóa, dụng cụ, bao bì.

Đảm bảo an toàn lao động, hàng hóa, bao bì, bảo mật, phòng cháy, bão lụt.

2. Cấp bậc

2.1. Bậc 2

Hiểu biết:

+ Nắm được đặc tính về kho tàng và các dụng cụ trong kho được phân công phụ trách.

+ Biết đóng gói hàng hóa bằng bao bì đơn giản.

+ Nắm được nguyên tắc, thủ tục xuất nhập kho.

Làm được:

+ Xuất nhập kho không bị nhầm lẫn.

+ Nắm được khối lượng hàng hóa tồn kho.

+ Thực hiện báo cáo, kiểm kê đúng thời hạn với kho có quy mô nhỏ, chủng loại hàng hóa ít.

2.2. Bậc 3

Hiểu biết:

+ Nắm vững chức năng, tính chất của loại kho hàng hóa và dụng cụ thiết bị được phân công phụ trách ở kho.

+ Nắm vững nguyên tắc, thủ tục xuất nhập hàng hóa, kiểm kê hàng hóa.

+ Nắm vững kỹ thuật cơ bản về chất xếp, đóng gói hàng hóa thông thường.

+ Biết công dụng, cách sử dụng các loại dụng cụ thông thường ở kho.

Làm được:

+ Xuất nhập hàng hóa ở kho không nhầm lẫn.

+ Ghi chép thẻ kho cập nhật, nắm vững tồn kho hàng ngày.

+ Chất xếp hàng hóa ngăn nắp trật tự.

+ Sử dụng tốt các công cụ hiện có trong việc kiểm nhận, xuất nhập, bảo quản hàng hóa.

+ Đảm bảo an toàn về số lượng, chất lượng hàng hóa ở kho.

+ Thực hiện chính xác, kịp thời mệnh lệnh cấp trên, chống cháy, phòng bão lụt kịp thời.

2.3. Bạc 4

Hiểu biết:

+ Nắm vững nguyên tắc thủ tục xuất nhập các mặt hàng dễ lẫn chủng loại, phẩm cấp, cỡ số...

+ Nắm được chế độ, thủ tục xử lý hàng hóa hư hỏng và biến chất.

+ Nắm vững kỹ thuật khắc phục, cứu chữa các hiện tượng mối mọt, ẩm mốc hàng hóa trong kho.

+ Nắm vững được danh mục những loại hàng hóa kỵ nhau.

Làm được:

+ Xuất nhập kho nhanh gọn, không nhầm lẫn các mặt hàng phức tạp.

+ Phát hiện để ngăn chặn hàng hóa không đúng tiêu chuẩn phẩm cấp, chất lượng vào kho.

+ Phát hiện lập biên bản để quy trách nhiệm kịp thời về hàng hóa hư hỏng, biến chất.

+ Lập được hồ sơ bố trí hàng hóa để tiện kiểm kê xuất nhập, bảo quản hàng hóa.

+ Sử dụng thành thạo các loại dụng cụ thiết bị có trong kho.

+ Chủ động sáng tạo các biện pháp hạn chế đến mức thấp nhất thiệt hại về hàng hóa, tài sản do bão lũ...

2.4. Bạc 5

Hiểu biết:

+ Biết sâu về nguyên tắc, thủ tục xuất nhập, kiểm nghiệm, phân loại hàng hóa nhập khẩu, hàng hóa gia công sản xuất.

+ Nắm vững cấu tạo, cách sử dụng an toàn các thiết bị cơ giới, vận chuyển, chất xếp hàng hóa trong kho; thiết bị điều hòa nhiệt độ, độ ẩm...

+ Nắm được kiến thức cơ bản về kỹ thuật kho hàng và tổ chức lao động kho khoa học.

Làm được:

+ Xuất nhập kho nhanh gọn không nhầm lẫn các mặt hàng gia công, nhập khẩu, hàng hóa quý hiếm.

+ Chất xếp đóng gói đúng kỹ thuật và sử dụng hợp lý, tiết kiệm bao bì và diện tích kho.

+ Sử dụng được các loại thiết bị hiện có trong kho nhằm: giảm cường độ lao động, tăng năng suất lao động, giảm tỷ lệ hao hụt hàng hóa. Điều hòa nhiệt độ, độ ẩm theo đúng yêu cầu kỹ thuật cho từng loại hàng hóa.

2.5. Bạc 6

Hiểu biết:

+ Nắm được tính chất lý hóa của các loại mặt hàng tiêu dùng.

+ Nắm được cấu tạo, cách điều chỉnh, sửa chữa nhỏ thiết bị trong kho.

+ Theo dõi, nắm bắt kịp thời các tiến bộ kỹ thuật về lĩnh vực kho (quy mô vừa và lớn), ở trong và ngoài nước.

+ Nắm vững chức trách tổ trưởng kho.

+ Nắm được nội dung và phương pháp đào tạo, kèm cặp thủ kho mới vào nghề.

Làm được:

+ Quan hệ chặt chẽ với bộ phận nghiệp vụ kinh doanh để nắm vững kế hoạch mua bán hàng hóa nhằm: chủ động có biện pháp chuẩn bị kho, nhân lực, phương tiện để nhập nhanh gọn chính xác.

+ Đúc kết và vận dụng được các kinh nghiệm qua các hội nghị thủ kho giỏi.

+ Đào tạo, kèm cặp thủ kho bậc thấp có hiệu quả.

Phần thực hành

Bài 1: Xây dựng quá trình nghiệp vụ tiếp nhận một lô hàng cụ thể

1. Theo dự kiến và lịch nhập hàng của doanh nghiệp

Ngày 31. 12. 2003 nhân viên nghiệp vụ sẽ mua về một lô hàng sau:

Xà phòng bột DASO 2 tấn, đóng trong 4000 gói, mỗi gói 500g. Đóng 20kg/hộp.

Vải sợi tổng hợp 05 cuộn, 300 mét, 1 cuộn 60m.

Vettổng người lớn: 20 bộ, giá 180.000đ/bộ.

- Đường kính Vụn Đĩa: 5000kg, đóng trong 50 bao, mỗi bao 100kg, giá 6000đ/kg.
2. Theo dự báo thi 13h cùng ngày, hàng sẽ về tới kho của doanh nghiệp.
 3. Hoá đơn cũng ghi số liệu như lịch nhập hàng trên. Song:
 - Xà phòng quên ghi giá.
 - Khi nhận thực tế: Đường thiếu 10kg. Là thủ kho, em hãy tiếp nhận cụ thể lô hàng trên.

Giải:

1. Trước khi tiếp nhận:

- Dựa vào dự kiến trên thủ kho chuẩn bị các nội dung sau:

Trước 12h ngày 31/12/2003 thủ kho phải chuẩn bị:

- + Nhân lực bốc dỡ để nhận quần áo - vải - đường - xà phòng.
- + Bao bì chứa hàng hoá: một hộp các tông để chứa 20 bộ quần áo.
- + Chuẩn bị xe đẩy hàng hoá, cân bàn, thước, bạt, bục, giá xếp hàng hoá.
- + Kho chứa hàng hoá: 3 kho (vải, quần áo; đường; xà phòng)
- + Chuẩn bị chứng từ: thẻ kho, phích kho, sổ nhập hàng, biên bản, số mã hàng...

2. Trong khi tiếp nhận:

- Tiếp nhận hoá đơn đi kèm lô hàng.

Phát hiện thấy: Xà phòng thiếu giá; vải thiếu giá và khổ; quần áo thiếu cỡ, kiểu, loại vải; đường thiếu loại thì yêu cầu nhân viên nghiệp vụ phải đi bổ sung các thông tin vào chứng từ kịp thời.

Vẫn tiếp nhận lô hàng vào kho, bảo quản riêng một nơi.

Tiếp nhận bao bì cả số lượng và chất lượng.

Tiếp nhận hàng hoá: về số lượng và chất lượng.

Tiếp nhận về số lượng thì:

- + Xà phòng: đếm số hộp, cân thử 5% số hộp xà phòng và cân thử một số gói nhỏ.
- + Vải: Đếm số cuộn, đo toàn bộ số mét.
- + Quần áo: đếm toàn bộ.
- + Đường: đếm số bao, kiểm tra 5% số bao thấy thiếu 10kg (trong 3 bao).

Vậy 1 bao thiếu 3, 3kg X 50 bao = 165kg, (165kg > 5% của 5000kg)

Vậy ở đây ta nhận theo số thực tế kiểm nhận.

Kiểm nhận về chất lượng: bằng cảm quan là chủ yếu.

3. Tiếp nhận xong:

- + Hai bên phải ký nhận vào chứng từ giao hàng, biên bản đôi hao.
- + Yêu cầu người giao bổ sung chứng từ ngay sau khi giao nhận.
- + Đối chiếu lại phiếu giao với hàng hoá thực tế.
- + Xếp hàng hoá vào kho.
- + Vào thẻ kho, phích kho, sổ kho.
- + Vệ sinh kho, bảo quản hàng hoá.
- + Chuyển chứng từ lên bộ phận liên quan và trả người giao một bản.

Bài 2: Xác định thời cơ thông gió tự nhiên

1. Thời cơ thông gió tự nhiên (Điều kiện thông gió)

1.1. Thời tiết ngoài trời:

Không có mây mưa.
Không có sương mù.
Không có gió từ cấp 4 trở lên.

1.2. Nhiệt độ ngoài kho:

Phải lớn hơn hay bằng 10°C và nhỏ hơn hay bằng 32°C .
 $10^{\circ}\text{C} \leq t^{\circ} \text{ ngoài kho} \leq 32^{\circ}\text{C}$.

1.3. Độ ẩm tuyệt đối ngoài kho (a):

Phải thấp hơn độ ẩm tuyệt đối trong kho (a ngoài kho $< a$ trong kho)

1.4. Nhiệt độ thấp nhất của 1 trong 2 môi trường trong hay ngoài kho: Không được thấp hơn 1°C so với nhiệt độ điểm sương của môi trường có nhiệt độ cao.

2. Trình tự thông gió tự nhiên:

- Mở cửa kho theo hướng gió thổi tới.
- Mở dần đều cửa ở hai bên kho.
- Mở nốt cửa còn lại.
- Sau 30 – 45 phút từ lúc bắt đầu mở thì đóng cửa kho lại. Đóng cửa thì trình tự ngược với mở cửa.

3. Làm bài tập:

3.1. Cách tra bảng:

Dựa vào số liệu trên ẩm kế bên khô và bên ướt. Tra bảng để xác định thời cơ thông gió và cách tính toán cụ thể được tiến hành theo trình tự sau:

- Tính hiệu số chênh lệch t° trong và ngoài kho:

$$(t^{\circ} \text{ bên khô} - t^{\circ} \text{ bên ướt} = \text{hiệu số} \pm t^{\circ})$$

- Tính φ trong kho và ngoài kho: từ hiệu số chênh lệch t° , từ t° bên khô ta tra ra φ trong kho và φ ngoài kho.

- Tính a trong kho và a ngoài kho: từ nhiệt độ bên khô trong kho hay ngoài kho, từ φ trong kho và φ ngoài kho thì tra được a trong kho, a ngoài kho.

- Tính t° điểm sương: từ a của môi trường có t° cao, ta tra ra t° điểm sương.

- Tìm kết luận (điều kiện 4):

Lấy nhiệt độ thấp nhất của một trong hai môi trường (trong hay ngoài kho) trừ đi nhiệt độ điểm sương $\geq -1^{\circ}\text{C}$ là thông gió được.

Nếu sử dụng nhiệt kế thường thì phải tính từ bước 3 đến bước 5.

3.2. Làm bài tập

Bài 1:

- Thời tiết tốt.
- t° trong kho 32°C , ngoài kho 36°C .
- φ trong kho 78%, φ ngoài kho 71%.
- Xác định thời cơ thông gió.

Giải:

- Điều kiện 1: đạt.

- Điều kiện 2: không đạt vì nhiệt độ ngoài kho phải lớn hơn hay bằng 10°C và nhỏ hơn hay bằng 32°C , song ở đây lại bằng 36°C . Vậy không phải xét các điều kiện 3-4 và không mở cửa thông gió được.

Bài 2:

- Thời tiết tốt.
 - t^0 trong kho bên khô 30°C , bên ướt 25°C .
 - t^0 ngoài kho bên khô 27°C , bên ướt 22°C .
- Xác định thời cơ thông gió.

Giải:

- Điều kiện 1: đạt.
- Điều kiện 2: đạt. Vì $10^{\circ}\text{C} \leq t_{nk}^0 \leq 32^{\circ}\text{C}$
- Điều kiện 3: $ank < ak$: Đạt. Vì $ank: 16, 23\text{g/m}^3 < ak: 19, 74\text{g/m}^3$
 - +Tính hiệu số chênh lệch trong và ngoài kho.
 $H_{K.} = 30^{\circ}\text{C} - 25^{\circ}\text{C} = + 5^{\circ}\text{C}$
 $H_{nk.} = 27^{\circ}\text{C} - 22^{\circ}\text{C} = + 5^{\circ}\text{C}$
 - +Tính ϕ_k và ank
 $\phi_k = 65\%$
 $\phi_{nk} = 63\%$
 - +Tính ak và ank
 $ak = 19, 74 \text{ g/m}^3$
 $ank = 16, 23 \text{ g/m}^3$
- Xác định điều kiện 4:
 - +Từ a của môi trường có t^0 cao tra nhiệt độ điểm sương được 22°C rồi lấy
 $t_{tn}^0 - t_{ds}^0 \geq -1$; $(27 - 22 = +5^{\circ}\text{C})$ ĐạtVậy thông gió được.

Bài 3:

- Thời tiết tốt.
 - t^0 trong kho 30°C , ngoài kho 28°C
 - ϕ trong kho 75% , ngoài kho 81%
- Xác định thời cơ thông gió.

Giải:

- Điều kiện 1: Đạt.
 - Điều kiện 2: Đạt.
vì $10^{\circ} \leq t_{nk}^0: 28^{\circ}\text{C} \leq 32^{\circ}\text{C}$
 - Điều kiện 3: Đạt.
 - +Từ 30°C , $75\%\phi$ trong kho:
có $ak = 22, 78\text{g/m}^3$
 - +Từ 28°C và ϕ 81% ngoài kho:
có $ank = 22, 06\text{g/m}^3$ và $22, 06 < 22, 78\text{g/m}^3$
 - Điều kiện 4: Đạt.
 $+t_{tn}^0 - t_{ds}^0 \geq -1$: Đạt.
- Vì từ ak của môi trường có t^0 cao ta tra $t_{ds}^0 = 25^{\circ}\text{C}$
Đem so sánh: $t_{tn}^0 - t_{ds}^0 = 28^{\circ}\text{C} - 25^{\circ}\text{C} = +3^{\circ}\text{C}$
Và mở cửa thông gió được.

Bài 4:

- Thời tiết tốt.
 - t^0_k kho 32^0C , ngoài kho: 31^0C
 - φ_k kho 81%, φ ngoài kho: 89%
- Xác định thời cơ thông gió.

Giải

- Điều kiện 1: Đạt.
- Điều kiện 2: Đạt.
Vi: $10^0C \leq t^0_{nk}: 31^0C \leq 32^0C$
- Điều kiện 3: Không đạt.

Vi: $a_k: 27,39g/m^3$, $ank: 28, 53g/m^3$

Như vậy: $ank: 28, 53g/m^3 > a_k: 27,39g/m^3$, điều kiện 3 không đạt, và không phải xác định điều kiện 4 nữa. Vậy không thể mở cửa kho thông gió tự nhiên được.

Bài 5:

- Thời tiết tốt.
- t^0_k : 27^0C , t^0_{nk} : 25^0C .
- φ_k : 89%, φ_{nk} : 82%.

Hãy xác định thời cơ thông gió.

Giải

- Điều kiện 1: Đạt.
- Điều kiện 2: Đạt.
Vi: $10^0C \leq t^0_{nk}: 25^0C \leq 32^0C$
- Điều kiện 3: Đạt.

$a_k = 25, 61g/m^3$.

$ank = 18, 90g/m^3$.

Như vậy $ank: 18, 9g/m^3 < a_k < 25, 61g/m^3$.

- Điều kiện 4: Không đạt.

Từ a trong kho tra t^0 điểm sương = 27^0C .

Từ nhiệt độ ngoài kho trừ nhiệt độ điểm sương: $25^0C - 27^0 = -2^0C$, vậy điều kiện 4 không đạt và không thể mở kho để thông gió tự nhiên được.

3.3. Luyện tập.

Bài 1:

- Thời tiết tốt.
 - $t^0_k = 36^0C$, $t^0_{nk} = 32^0C$.
 - $\varphi_k = 93\%$, $\varphi_{nk} = 83\%$.
- Hãy xác định thời cơ thông gió.

Bài 2.

- Thời tiết tốt.
 - $t^0_k = 37^0C$, $t^0_{nk} = 33^0C$.
 - $\varphi_k: 81\%$, $\varphi_{nk}: 67\%$.
- Xác định thời cơ thông gió.

Bài 3.

- Thời tiết tốt.
- $t^{\circ}k$ bên khô $31^{\circ}C$, bên ướt $27^{\circ}C$.
- $t^{\circ}nk$ bên khô $28^{\circ}C$, bên ướt $27^{\circ}C$.

Hãy xác định thời cơ thông gió.

Bài 4.

- Thời tiết tốt.
- $t^{\circ}k$ bên khô $27^{\circ}C$, bên ướt $25^{\circ}C$.
- $t^{\circ}nk$ bên khô $24^{\circ}C$, bên ướt $21^{\circ}C$.

Hãy xác định thời cơ thông gió.

Bài 5.

- Thời tiết tốt.
- $t^{\circ}k$ bên khô $30^{\circ}C$, bên ướt $28^{\circ}C$.
- $t^{\circ}nk$ bên khô $25^{\circ}C$, bên ướt $23^{\circ}C$.

Hãy xác định thời cơ thông gió.

Bài 6.

- Thời tiết tốt.
- $t^{\circ}k$ bên khô $33^{\circ}C$, bên ướt $30^{\circ}C$.
- $t^{\circ}nk$ bên khô $25^{\circ}C$, bên ướt $25^{\circ}C$.

Hãy xác định thời cơ thông gió.

Hãy dùng bảng tra φ , a , nhiệt độ điểm sương ở bản phụ lục sau cùng của cuốn sách.

Bài 3: Danh mục hàng hoá không được xếp cùng một kho

1. Cơ sở xác định danh mục hàng hoá không được xếp cùng một kho.

- Phải đảm bảo an toàn cho hàng hoá trong quá trình bảo quản.
- Không gây ảnh hưởng xấu của hàng hoá này với hàng hoá khác ở trong kho.
 - + Tuỳ tính chất, đặc điểm của hàng hoá mà phân bố khu vực chất xếp hàng hoá ở kho.
 - + Hàng hoá có chế độ bảo quản khác nhau thì có khu vực chất xếp khác nhau
 - + Hàng hoá kỵ nhau thì xếp cách li nhau...
 - + Hàng hoá có mùi mạnh không để gần hàng hoá dễ bắt mùi.
 - + Hàng hóa ẩm ướt, có thủy phần an toàn cao: không để gần hàng hóa khô, hàng dễ hút ẩm.
 - + Hàng hoá dễ bốc cháy không để gần và để chung với hàng hoá dễ cháy.
 - + Hàng hoá kém chất lượng không bố trí cùng hàng hóa tốt.
 - + Hàng hoá bị nhiễm trùng phải cách li triệt để.

2. Danh mục hàng hoá không được xếp cùng một kho:

TT	Tên hàng hoá	Không được xếp chung một kho với
1	Đường, bánh kẹo	- Hàng hoá có φ cao: chất lỏng, rau quả, thực phẩm tươi sống, muối, mỡ, ...

		- Hàng hoá có mùi vị mạnh: chè, thuốc Lào, thuốc lá, xà phòng, mỹ phẩm, băng phiến, nước mắt, mắt tôm, ... - Hàng hoá độc hại: xăng dầu, phân bón, hoá chất.
2	Chè	- Hàng hoá có φ cao. - Hàng hoá có mùi mạnh. - Hàng hoá có độc hại. - Hàng hoá dễ cháy: diêm, pháo, chất nổ, xăng dầu.
3	Thuốc lá Thuốc Lào	- Như chè. - Không cùng bảo quản một kho với chè.
4	Pin đèn	- Hàng hoá có φ cao. - Hàng hoá có tính axit, kiềm, muối ăn, ...
5	Cao su và màng mỏng ni lon	- Hàng hoá dễ cháy nổ. - Hoá chất, xăng dầu. - Sơn màu. - Hàng hoá có φ cao. - Hàng hoá dễ hấp thụ mùi.
6	Nhôm	- Hàng hoá có tính axit, kiềm, xà phòng, phân hoá học. - Hoá chất, thuốc trừ sâu, xăng dầu. - Mắm, muối, cá khô. - Hàng hoá có φ cao.
7	Phim ảnh Giấy ảnh	- Nhạc cụ, máy thu thanh. - Hàng hoá có φ cao. - Hàng hoá độc hại, có mùi mạnh.
8	Nhựa hoá học	- Hàng hoá tự cháy: hoá chất, chất nổ, diêm, xăng dầu.
9	Vải sợi, may mặc sẵn	- Hàng hoá có φ cao. - Hàng hoá có mùi mạnh. - Hàng hoá tự bốc cháy. - Hoá chất.
10	Xà phòng	- Hàng hoá có φ cao. - Thuốc Lào, thuốc lá, chè. - Bánh kẹo, đường. - Vải - may mặc sẵn. - Diêm, cao su...
11	Diêm	- Hàng hoá có φ cao. - Hàng hoá dễ cháy, nổ (hoá chất, pháo, chất nổ, xăng dầu) - Vải may mặc sẵn. - Chè, thuốc lá...
12	Xăng dầu	- Chất nổ, hoá chất, pháo, diêm. - Vải sợi - may mặc sẵn, đường, bánh kẹo. - Chè, thuốc lá...

Bài 4: Các kiểu chất xếp hàng hoá trong kho

1. Kiểu hình khối thấp:

1.1. Cách xếp:

Xếp những loại hàng hoá chứa trong thùng phi gỗ tròn, lỗ, sọt và các loại hàng đóng trong bao bì có hình khối nhất định.

Nên cố định số bao hàng xếp dưới cùng, cả về chiều dài và chiều rộng.

Tuỳ loại hàng hoá khác nhau, tuỳ loại bao bì đóng gói hàng hoá mà xếp hàng nhiều lớp hay ít lớp.

Cứ xếp thêm 1 lớp hàng là bớt đi 1 thùng hay 1 bao hàng.

Lớp hàng dưới của đồng hàng thì to, bên trên đồng hàng nhỏ dần.

1.2. Ưu, nhược điểm:

Lực phân tán đều trên khối hàng hoá, lớp hàng cuối cùng không bị lực ép lớn lắm.

Không tiết kiệm được diện tích kho.

2. Chất xếp kiểu khối lập phương:

2.1. Xếp thẳng:

Áp dụng với hàng hoá chịu sự biến đổi do ảnh hưởng của môi trường.

Cách xếp:

+ Vị trí và số bao hàng của lớp trên cũng y như lớp dưới.

+ Khi xếp quay kí hiệu ra ngoài và dấu đầu bao bên trong.

Ưu, nhược điểm:

+ Dễ xếp, dễ thấy, dễ lấy, dễ kiểm.

+ Tốn ít diện tích kho hàng.

Song: Đồng hàng hoá không vững lắm, hàng dễ bị bốc nóng, lớp dưới dễ bị biến dạng.

2.2. Xếp cách ván:

Thường xếp loại hàng chứa trong bao bì mềm có chiều dài bằng 2 chiều rộng.

Cách xếp:

+ Như xếp thẳng, ở giữa 2 lớp hàng cách nhau bằng 1 hay 2 thanh ván mỏng.

Ưu, nhược điểm:

+ Dễ thoát ẩm, thoát nhiệt.

+ Dễ kiểm và đồng hàng vững chắc hơn nhưng tốn ván, xếp lâu.

2.3. Xếp kiểu trái ngược:

Áp dụng: xếp loại hàng hoá có bao kiện về chiều dài gấp 2 chiều rộng.

Cách xếp:

+ Cứ 2 bao dọc xếp vuông với 1 bao ngang.

+ Lớp thứ 2 xếp ngược với lớp dưới.

Ưu, nhược điểm:

+ Đồng hàng vững chắc và tiết kiệm được diện tích kho.

+ Song hàng hoá bên trong dễ bị bốc nóng và lớp dưới dễ bị biến dạng.

2.4. Xếp chéo chữ thập:

Áp dụng: Xếp loại bao hàng có chiều dài gấp 2 chiều rộng.

Cách xếp:

- + Cứ 2 bao trên xếp vuông góc (vắt ngang) 2 bao lớp dưới.

Ưu, nhược điểm:

- + Khả năng liên kết cao và tiết kiệm được diện tích kho.
- + Xếp đơn giản, dễ thấy - dễ lấy - dễ kiểm. Song có nhược điểm như xếp trái ngược.

2.5. Xếp kiểu miệng giếng:

Áp dụng: Xếp loại hàng hoá cần thoáng hơi, thoáng khí và dễ bị ảnh hưởng của nhiệt độ cao.

Cách xếp:

- + Lớp dưới cùng có 4 bao hàng xếp nối vuông góc với nhau.
- + Lớp trên cũng xếp như lớp dưới, nhưng lệch đi 1/2 bao.

Ưu, nhược điểm:

- + Không khí lưu thông dễ dàng.
- + Đồng hàng vững chắc.
- + Dễ thấy, dễ kiểm.
- + Song tổn diện tích kho.

2.6. Xếp đứng:

Áp dụng: Hàng hoá có hình ống, hàng hoá đóng trong bao bì phải xếp thẳng lên.

Cách xếp:

- + Các bao kiện xếp thẳng đứng.
- + Lớp 1 số bao kiện như lớp trên.

Ưu, nhược điểm:

- + Dễ xếp, đồng hàng thoáng.
- + Không xếp được nhiều lớp, tổn diện tích kho hàng.

2.7. Xếp kiểu cũi gạch:

Áp dụng: xếp vật liệu xây dựng và hàng hoá đóng trong bao bì có chiều dài gấp 2 chiều rộng.

Cách xếp:

- + Cố định 1 lớp hàng là 10 bao: 7 bao xếp ngoài kiểu miệng giếng, 3 bao trong xếp trái ngược.
- + Lớp trên tương tự như lớp 1. Song lệch đi 1/2 bao ở lớp ngoài, còn lớp bên trong xếp ngược lớp 1.

Ưu, nhược điểm:

- + Đồng hàng vững và tận dụng được diện tích kho.
- + Khó thoát khí và ẩm.
- + Lớp dưới bị đè nén rất lớn.

Bài 5: Tính mức hao hụt hàng hoá bảo quản trong kho

1. Cách tính mức hao hụt hàng hoá:

1.1. Các loại hao hụt:

- Hao hụt tự nhiên.
- Hao hụt vượt mức.

1.2. Công thức tính mức hao hụt hàng hoá trong kho:

$$H = (G_1 + G_2)M$$

H: hao hụt định mức, đơn vị tính: đồng.

G_1 : giá trị hàng hoá xuất (tiêu thụ) giữa 2 kỳ kiểm kê, đơn vị tính: đồng.

G_2 : giá trị hàng hoá tồn kho tính đến ngày kiểm kê, đơn vị tính: đồng.

M: mức hao hụt tính theo thời gian bảo quản trung bình, đơn vị tính: %.

$$\bar{T} = \frac{\bar{G}}{g}$$

$\bar{T}$: Thời gian bảo quản trung bình: ngày.

$\bar{G}$: Dự trữ hàng hoá trung bình trong kỳ. Đơn vị: đồng

(Giá trị hàng hoá tồn kho trung bình trong tháng)

g: giá trị hàng hoá tiêu thụ trung bình trong ngày. Đơn vị: đồng.

1.3. Cách tính:

- Tính giá trị hàng hoá tiêu thụ trong một ngày:

$$g = \frac{\text{Giá trị hàng hoá xuất giữa hai kỳ kiểm kê}}{\text{Số ngày giữa hai kì kiểm kê}}$$

- Tính thời gian bảo quản trung bình:

$$\bar{T} = \frac{\text{Giá trị hàng hoá tồn kho trung bình hàng tháng}}{\text{Giá trị hàng hoá tiêu thụ trung bình một ngày}}$$

- Tính định mức hao hụt:

+ Mức hao hụt trong thời gian quy định và M_1 cho sẵn:

$$H = (G_1 + G_2)M_1$$

Nếu $H = (\text{Giá trị hàng xuất giữa 2 kỳ kiểm kê} + \text{Giá trị hàng hoá tồn kho đến ngày kiểm kê}) M_1$

Nếu hao hụt nằm ngoài khoảng quy định M_1 là một số ngày thì:

$$M' = \frac{M_1 \times \text{số ngày dư ra}}{\text{Số ngày của tháng}}$$

$$\text{Vậy } M_2 = M_1 + M'$$

$$\text{Tính H: } H = (G_1 + G_2)M_2$$

$$H = (G_1 + G_2)(M_1 + M')$$

2. Bài tập:

- Từ 1-6 đến 1-12-2003 ở kho A có xuất bán đường với giá trị: 108.000.000 đồng.

- Đường tồn kho đến 1-12-2003 trị giá là 4.000.000 đồng.

- Giá trị đường tồn kho trung bình hàng tháng: 21.000.000đ.

- Định mức hao hụt đường ở kho 30 ngày đầu là: 0, 04%

+ Từ ngày 31-60 là 0, 03%

+ Từ ngày 61-90 là 0, 02%

Hãy tính H hao hụt trên.

Giải

Tính giá trị đường tiêu thụ trong một ngày:

$$\frac{108.000.000}{180 \text{ ngày}} = 600.000đ$$

(1-6 đến 1-12 là 6 tháng =180 ngày)

Tính thời gian bảo quản trung bình:

$$\frac{21.000.000đ}{600.000đ} = 35 \text{ ngày}$$

Tính mức hao hụt cho 35 ngày bảo quản:

H của 30 ngày đầu: M = 0, 04%

H của 5 ngày tiếp theo:

+ Từ ngày 31 - 60 M = 0, 03%

Tức là:

$$\frac{0, 03\% \times 5}{30 \text{ ngày}} = 0, 005\%$$

Vậy 35 ngày có mức hao hụt là: = 0, 04% + 0, 005% = 0, 045%

Vậy $H = (G_1 + G_2) \times (M_1 + M_2) đ$

$H = (108.000.000 + 4.000.000) \times 0, 045\% = 50.400 đ.$

Bài 6: Xây dựng quá trình nghiệp vụ xuất hàng của thủ kho với các phiếu xuất sau

1. Phiếu 1: Hàng xuất bán theo hợp đồng cho một đơn vị kinh doanh A với số liệu:

- Nước mắm 3000 lít, đóng trong 150 can, 1 can 20 lít giá 9.000đ/lít.
- Rượu chanh 1000 chai, đóng trong 50 két, 1 két 20 chai, giá 15.000đ/chai.
- Bánh quy bơ 200kg. Đóng thành 1000 gói, 1 gói 200 gam.

2. Phiếu 2: Hàng xuất lẻ ra quầy

- Nước mắm 100 lít, loại 1, Hà Nội. Đóng vào 5 can, 1 can 20 lít.
- Rượu chanh 80 chai, đóng thành 4 két, 1 két 20 chai, giá 15.500đ/chai.
- Bánh quy bơ 300 gói, 1gói 2000đ.

Là thủ kho, hãy xây dựng quy trình xuất lô hàng trên.

Giải:

1. Trước khi xuất hàng:

- Đề nghị người đến nhận hàng xuất trình phiếu xuất kho. Thủ kho tiến hành kiểm tra phiếu xuất kho:

+ Trên phiếu 1:

Nước mắm thiếu loại, kí mã hiệu.

Rượu chanh: Thiếu kí hiệu, độ cồn.

Bánh quy: Thiếu giá, kí hiệu bánh.

+ Trên phiếu 2: yêu cầu kế toán kho bổ sung thêm thông tin sau vào phiếu xuất.

Nước mắm thiếu giá.

Rượu chanh: Thiếu kí mã hiệu.

Bánh quy bơ thiếu khối lượng 1 gói, kí mã hiệu.

- Đối chiếu phiếu xuất với hàng thực tế ở kho xem có khớp nhau không.

- Chuẩn bị hàng hoá để xuất theo từng phiếu.

+ Lựa chọn hàng theo đúng quy cách phẩm chất.

+ Đặt hàng đó dưới chân đồng hàng hoá đúng với thông tin trong phiếu.

- Chuẩn bị dụng cụ xuất hàng:

+ Phương tiện vận chuyển hàng: xe đẩy.

+ Phương tiện xuất hàng: Thiết bị đo lường:

(Cân bàn 1 cái, cân đồng hồ 1 cái, ca 1 cái).

+ Bao bì, dụng cụ che phủ: bạt to 1 cái.

+ Hộp cát tông: 20 hộp để đựng bánh quy.

+ Xô nước, giẻ lau sạch, khay đựng, ...

- Chuẩn bị nhân lực:

+ 2 người bốc dỡ hàng.

- Chuẩn bị giấy tờ liên quan:

+ Thẻ kho.

+ Sổ kho.

+ Phiếu xuất hàng.

+ Phiếu đóng gói.

+ Sổ mã hàng.

+ Biên bản đối hao hàng hoá

2. Trong khi xuất hàng:

- Trước tiên phải kiểm tra lại phiếu xuất kho và kiểm tra lại lô hàng đã chuẩn bị để hình thành lên lô hàng mới theo phiếu xuất.

- Chuyển hàng ra cửa kho (nơi xuất).

- Khi xuất hàng phải theo thứ tự:

+ Xuất phiếu 1 trước, phiếu 2 sau (hay ngược lại).

+ Từng phiếu lại xuất thứ tự từng mặt hàng cụ thể.

Kiểm tra hàng hoá:

Phiếu 1:

Kiểm tra 5% của 150 can nước mắm.

Kiểm tra 5% của 50 két rượu chanh.

Kiểm tra 3% của 1000 gói bánh quy.

Rồi suy ra khối lượng của lô hàng.

Phiếu 2: phải giao nhận hàng lẻ:

+ Dùng cảm quan để kiểm tra chất lượng hàng.

- Xuất hàng xong:

+ Người thủ kho và người nhận cùng ký vào chứng từ.

Đã giao đủ.

Đã nhận đủ.

3. Sau khi xuất hàng:

- Đề nghị người nhận hàng ký vào chứng từ giao nhận và thủ kho giao cho người nhận 1 bản.

- Vào chứng từ số hàng vừa xuất: thẻ kho, phích kho, sổ theo dõi hàng xuất. Đồng thời trừ tồn ở thẻ kho và phích kho

- Sắp xếp lại hàng hoá cho đúng vị trí.

- Chuyển chứng từ lên kế toán bao gồm: hoá đơn bán hàng, phiếu xuất kho.

- Vệ sinh kho.

Câu hỏi ôn tập

1/ Trình bày nguyên tắc tổ chức nghiệp vụ kho và những nhân tố ảnh hưởng đến quá trình nghiệp vụ kho?

2/ Kho hàng hoá được phân loại theo các tiêu thức như thế nào?

3/ Trình bày yêu cầu khi tiếp nhận hàng hoá vào kho và nguyên tắc kiểm tra hàng hoá?

4/ Phân tích nội dung tiếp nhận hàng hoá theo số lượng và chất lượng?

5/ Phân tích nội dung phân bổ và chất xếp hàng hoá trong kho?

6/ Trình bày 4 điều kiện thông gió tự nhiên và trình tự thông gió tự nhiên?

7/ Trình bày các loại hao hụt, nguyên nhân hao hụt và phương pháp tính toán mức hao hụt?

8/ Trình bày yêu cầu và nguyên tắc thực hiện nghiệp vụ xuất hàng?

9/ Trình bày nội dung nghiệp vụ xuất hàng?

Chương 9

BAO BÌ VÀ NGHIỆP VỤ BAO BÌ HÀNG HOÁ

I. YÊU CẦU CHUNG ĐỐI VỚI BAO BÌ

1. Khái niệm về bao bì

Bao bì là phương tiện đi cùng với hàng hoá để bảo vệ, bảo quản và giới thiệu hàng hoá từ khi sản xuất đến khi tiêu dùng.

2. Yêu cầu chung đối với bao bì

Bảo vệ được số lượng và chất lượng hàng hoá. Đây là yêu cầu quan trọng nhất đối với bất cứ một loại bao bì nào. Để đảm bảo yêu cầu này thì nguyên vật liệu dùng sản xuất bao bì và phương pháp đóng gói phải phù hợp với hàng hoá.

Phải tránh được ảnh hưởng xấu của môi trường, của quá trình bảo quản vận chuyển hàng hoá... Thuận tiện cho việc tháo mở bao bì và sử dụng sản phẩm.

Bảo đảm được chức năng thông tin quảng cáo hàng hoá. Thông qua việc giới thiệu quảng cáo trên bao bì, làm cho khách hàng hiểu được công dụng, chất lượng, giá cả hàng hoá. Do đó kích thích được nhu cầu mua sắm của khách hàng.

Trọng lượng tương đối của bao bì phải nhỏ nhất.

Giá thành bao bì rẻ, thích hợp thị hiếu của người tiêu dùng.

Thuận tiện cho việc giao nhận, vận chuyển, bốc dỡ hàng hoá.

II. PHÂN LOẠI BAO BÌ

Trong lưu thông, bao bì được phân loại theo những tiêu thức sau:

1. Phân theo công dụng

Phân theo công dụng gồm có: bao bì ngoài và bao bì trong. Bao bì ngoài để bảo quản, vận chuyển hàng hoá, không trực tiếp tiếp xúc với hàng hoá. Bao bì trong (bao bì đơn vị) trực tiếp tiếp xúc với hàng hoá.

2. Phân theo số lần sử dụng

Phân theo số lần sử dụng gồm có: bao bì sử dụng một lần và bao bì sử dụng nhiều lần. Bao bì sử dụng một lần là những bao bì sau khi tháo dỡ hàng ra thì bỏ đi hoặc đem dùng làm việc khác, không dùng lại để đựng hàng hoá nữa. Bao bì sử dụng nhiều lần là bao bì khi dỡ hàng ra có thể sử dụng lại nhiều lần để chứa đựng hàng hoá. Ví dụ như các kết gỗ, thùng sắt, hộp cactông...

3. Phân theo đặc điểm của hàng hoá chứa trong bao bì

Phân theo đặc điểm của hàng hoá chứa trong bao bì gồm có: bao bì chuyên dùng và bao bì thông thường.

Bao bì chuyên dùng chỉ dùng để đựng một loại hàng hóa nhất định phù hợp với tính chất của hàng hoá và yêu cầu bảo quản, vận chuyển hàng hoá đó. Ví dụ: thùng gỗ đựng nước mắm, thùng phuy đựng xăng dầu.

Bao bì thông thường là loại bao bì dùng để chứa đựng nhiều loại hàng hoá khác nhau. Được sử dụng rộng rãi ở các cơ sở kinh doanh thương mại, như các loại hòm, hộp bằng gỗ, giấy, các loại túi màng mỏng pôlyêtylen.

4. Phân theo nguyên liệu chế tạo

Phân theo nguyên liệu chế tạo gồm có: bao bì bằng gỗ, bằng cốt ép, kim loại, vải day, cói, bao bì bằng giấy, bằng chất dẻo, bằng thủy tinh, gốm, bằng tre nứa...

4.1. Bao bì bằng gỗ

Yêu cầu kỹ thuật đối với bao bì bằng gỗ: phải được kết cấu bền chắc, gỗ ghép phải khít, tuy nhiên không phải tất cả các loại bao bì gỗ đều phải ghép khít, đinh đóng phải thẳng và chặt, đai nẹp phải căng, gỗ làm bao bì phải khô, ít nhựa, nhẹ, mỗi loại bao bì phải làm bằng một loại gỗ có chất lượng như nhau.

Bao bì bằng gỗ có ưu điểm dễ sản xuất, dễ sử dụng, phạm vi ứng dụng rộng rãi, có thể sản xuất bao bì bằng gỗ theo cách ghép bản lè để khi thu hồi chất xếp được gọn, nâng cao được công suất phương tiện vận tải và kho bảo quản bao bì. Nhưng hiện nay bao bì gỗ của ta chủ yếu sản xuất từ gỗ bìa, bắp, cành xẻ từng thanh, ghép nhiều loại khác thành hòm nên dễ cong, vênh, không khít,

hàng hoá dễ bị ẩm ướt. Gỗ xấu nên dễ mọt, mốc ảnh hưởng xấu tới chất lượng hàng hoá trong bảo quản và vận chuyển.

4.2. Bao bì bằng cốt ép

Cốt ép làm bằng các tấm cốt bình thường có tấm chất urê và phocmalin ép lại với nhau ở nhiệt độ 140°C và cường độ nén từ $15 - 25\text{kg/cm}^2$.

Bao bì bằng cốt ép có ưu điểm: không bị mốc, mọt, gọn nhẹ, giảm được chi phí vận chuyển, đóng gói kiện hàng rất kín, không sợ ẩm ướt hay bụi bặm lọt vào. Khi trời khô hanh, cốt ép không bị bong. Tiện lợi khi dùng hòm bao bì cốt ép là khi không đựng hàng có thể tháo rời để vận chuyển và chất xếp trong kho. Hòm cốt ép có thể dùng nhiều lần, bao bì bằng cốt ép giá rẻ hơn nhiều so với bao bì bằng gỗ và các tông.

4.3. Bao bì bằng vải, đay, gai, cói

Chiếm vị trí quan trọng trong lưu thông hàng hóa sau bao bì gỗ. Riêng trong các loại bao bì mềm thì bao bì bằng vải, đay, gai, cói là chủ yếu.

Nguyên liệu chính để sản xuất loại bao bì này là đay, gai, cói, sợi bông. Yêu cầu kỹ thuật của bao bì này: nguyên liệu làm bao bì phải phù hợp với hàng hóa trong bao bì, đường may phải chắc chắn, mép nối giáp nhau phải may đè để cho hàng ít bị dật dính và dùng được cả hai mặt của bao bì.

Bao bì bằng vải, đay, gai, cói có ưu điểm: bền chắc, giá thành hạ, sử dụng được nhiều lần, dễ chất xếp và thu hồi. Song nó cũng có nhược điểm: dễ bị thủng, rách, khả năng chống ẩm kém, khó ghi nhãn.

4.4. Bao bì bằng kim loại

Thường dùng để chứa hàng hóa thể lỏng, hoặc các loại hàng hóa cần đóng thật kín như hàng hóa học, đồ hộp. Bao bì kim loại gồm các kiểu như:

- Thùng: thùng phuy lớn hình trụ thường dùng để chứa xăng, dầu hỏa. Thùng phuy nhỏ hình trụ đựng dầu nhờn.

- Xtec: thường được gắn trên xe để chuyên chở hoặc dùng để chứa đựng, bảo quản dầu, xăng.

- Hộp: hộp nhỏ thường là bao bì bên trong như các hộp đựng sữa, thịt hộp, chè hương, đá lửa...

Bao bì bằng kim loại phải bảo đảm những yêu cầu về kỹ thuật sau: cấu tạo chắc chắn, đặc biệt đối với các loại bao bì đựng hàng dễ gây ra nổ và dễ bắt lửa. Các thùng phuy cỡ lớn cần có đai bên bằng thép hoặc dây thép xoắn lại chắc

chấn. Đối với các thùng có quai xách thì những mối hàn giữa đai và nắp thùng hoặc thân thùng cần bền chặt. Các đường giáp nhau trong thân thùng cần kín, mịn, nhẵn, không độc (đối với bao bì chứa đựng thực phẩm). Bao bì bằng kim loại có khả năng bảo vệ hàng hóa cao. Nhưng cũng có nhược điểm: giá thành sản xuất cao, kỹ thuật sản xuất khó.

4.5. Bao bì bằng giấy

Cũng được sử dụng khá rộng rãi trong mạng lưới thương nghiệp. Sử dụng bao bì giấy một cách hợp lý sẽ có tác dụng nhiều mặt: tiết kiệm gỗ, hạ giá cước, không tốn kho chứa bao bì, in nhãn hiệu đẹp. Trong các loại bao bì bằng giấy hiện nay ta đã bắt đầu sử dụng bao bì làm bằng cactong nén. Loại này có thể làm bằng bã mía, rơm, rạ, gốc đay, bã sả. Sử dụng các loại bao bì trên có thể tiết kiệm được một lượng gỗ lớn, đồng thời tận dụng được các phế liệu.

Về mặt kỹ thuật, bao bì giấy cần bảo đảm các yêu cầu: cứng, mịn để tránh biến dạng của hàng hóa do va đập khi vận chuyển và bảo quản (đối với hòm thùng hộp) và chống được ảnh hưởng xấu của môi trường xung quanh.

4.6. Bao bì bằng chất dẻo

Bao bì làm bằng chất dẻo là một loại bao bì được sử dụng rộng rãi trong bao gói hàng hóa ở nhiều nước trên thế giới và ở nước ta trong những năm gần đây. Nó có 2 loại: bao bì làm bằng chất dẻo mềm và bao bì làm bằng chất dẻo cứng.

Chất dẻo cứng thường dùng làm các lọ, chai, can.

Chất dẻo mềm thường dùng làm các ống mềm, màng co dãn, các túi màng ghép.

Sử dụng các loại bao bì chất dẻo có nhiều lợi ích về mặt kinh tế như tiết kiệm gỗ, sắt, giá thành hạ thuận tiện cho việc sử dụng của người mua.

Nhiều loại chất dẻo không bị thời tiết phá hoại nhanh như đối với sắt tây hay gỗ, không dễ vỡ như thủy tinh. Màng chất dẻo có sức ngăn cách cao hơn giấy gói, có loại cho phép dùng kỹ thuật đóng gói trong chân không, hay khí trơ. Một ưu điểm nổi bật của bao bì chất dẻo là không bị axit, kiềm ăn mòn. Mặt khác, khi cơ giới hóa khâu đóng gói, bao bì chất dẻo sử dụng dễ hơn các loại bao bì khác.

Yêu cầu kỹ thuật cơ bản: phải đảm bảo được chất lượng của hàng hóa, không độc hại đến sức khỏe người tiêu dùng (nhất là đối với bao bì đựng hàng thực phẩm).

4.7. Bao bì bằng thủy tinh, gốm

Bao bì làm bằng thủy tinh, gốm được dùng để đựng những hàng hóa thể lỏng và nửa lỏng.

Bao bì làm bằng thủy tinh gồm: chai lọ, thường được sản xuất với dung tích: 0, 5 lít, 1 lít, 2 lít, 3 lít, 5 lít, 10 lít, 15 lít.

Loại bao bì này chủ yếu dùng để chứa đựng các hóa chất.

Bao bì bằng gốm gồm: lọ, chum, vại.

Loại bao bì này tính bền vững kém hơn loại làm bằng thủy tinh. Nói chung bao bì bằng thủy tinh và gốm có ưu điểm khử trùng, kín và tương đối ổn định hóa học. Song bao bì bằng thủy tinh và gốm có nhược điểm: dễ vỡ, nặng, khó vận chuyển.

Khi vận chuyển hàng hóa đựng trong bao bì hoặc vận chuyển bao bì bằng thủy tinh và gốm phải chèn, lót, để tránh những va đập gây dập vỡ.

Bao bì làm bằng thủy tinh, gốm phải bảo đảm những yêu cầu về kỹ thuật sau: Phía trong và ngoài phải nhẵn, mịn, đặc biệt những chỗ giáp nhau của khuôn ép. Kết cấu, hình dáng, màu sắc phải phù hợp với tính chất lý học và hóa học của từng loại hàng hóa: hàng thể lỏng dễ bay hơi thì miệng bao bì phải nhỏ, hàng nửa lỏng thì dùng bao bì miệng lớn hơn, hàng cần tránh ánh sáng mặt trời thì phải có màu tối.

4.8. Bao bì bằng tre, nứa, mây

Bao bì bằng tre, nứa, mây có cấu tạo đơn giản, khối lượng nhẹ và giá thành hạ, nguyên liệu để làm bao bì này là loại sẵn có và có nhiều ở nước ta. Nhưng loại bao bì này dễ bị hư hỏng khi dùng để đựng hàng hóa vận chuyển đường dài và xếp dỡ nhiều lần. Trong kho không thể xếp thành chồng cao vì dễ bị bẹp và rách.

Yêu cầu kỹ thuật đối với bao bì bằng tre, nứa, mây: bền, chắc, đẹp; nguyên liệu chế tạo phải phù hợp với tính chất của hàng hóa.

5. Phân theo độ cứng của bao bì

Phân theo độ cứng của bao bì gồm có: bao bì cứng, nửa cứng và mềm.

- Bao bì cứng không thay đổi hình dáng, trạng thái khi gặp những va chạm thông thường. Bao bì cứng làm bằng gỗ, kim loại.

- Bao bì nửa cứng có thể bị thay đổi hình dáng, trạng thái khi gặp những va chạm thông thường, thường làm bằng tre nứa.

- Bao bì mềm dễ bị thay đổi hình dáng khi gặp những va chạm thông thường, làm bằng vật liệu như: cói, giấy, vải, gai...

6. Ngoài những cách phân loại trên người ta còn phân loại bao bì theo một số tiêu thức khác

6.1. Theo mức độ thấm nước: có bao bì không thấm nước, bao bì có thể thấm nước, bao bì dễ thấm nước.

6.2. Theo chất lượng có: bao bì loại tốt, bao bì loại trung bình, bao bì loại xấu.

6.3. Theo dạng hình học có: bao bì hình hộp chữ nhật, bao bì hình lập phương, bao bì hình trụ đứng hoặc nằm ngang

III. NGHIỆP VỤ BAO BÌ

Khi nền sản xuất ngày càng phát triển, khối lượng hàng hóa lưu thông ngày càng nhiều, do đó nhu cầu về bao bì ngày càng lớn. Vì vậy, tổ chức và quản lý nghiệp vụ bao bì cần được xem trọng như quản lý hàng hóa.

Tổ chức và quản lý nghiệp vụ bao bì hàng hóa tốt sẽ góp phần quan trọng để cung cấp đầy đủ, kịp thời cho lưu thông hàng hóa. Nâng cao hiệu suất và chất lượng sử dụng bao bì, nâng cao ý thức trách nhiệm trong việc bảo vệ, bảo quản bao bì vì bao bì là một bộ phận vật tư quan trọng của tài sản xã hội chủ nghĩa. Góp phần quan trọng nâng cao văn minh thương mại.

Nghiệp vụ bao bì gồm 3 khâu chính là: Tiếp nhận bao bì (số lượng, chất lượng). Bảo quản, sử dụng bao bì. Hoàn trả bao bì (hoặc xuất bán).

1. Tiếp nhận bao bì

Tiếp nhận bao bì gồm việc tiếp nhận về số lượng và chất lượng bao bì.

Nó phải được tiến hành đồng thời với tiếp nhận hàng hóa. Tiếp nhận về số lượng là đếm số lượng hoặc cân khối lượng bao bì.

Tiếp nhận về chất lượng là căn cứ vào tiêu chuẩn kỹ thuật của bao bì trong hợp đồng, kết hợp với chứng từ của người giao hàng gửi đến cùng với hàng mà kiểm tra.

Trong khi kiểm nhận không được để rơi, ném mạnh hoặc kéo lê bao bì trên diện tích gồ ghề làm hư hỏng bao bì.

Việc bốc dỡ lên, xuống phương tiện cũng phải nhẹ nhàng. Phải móc đúng chỗ quy định. Không được chọc thủng hoặc móc rách bất cứ chỗ nào trên thân bao bì.

Khi tiếp nhận, vận chuyển, chất xếp, bảo quản bao bì cần chú ý những ký hiệu ghi trên bao bì để việc tổ chức chất xếp, bảo quản, vận chuyển được đúng đắn.

Trong quá trình tiếp nhận, nếu phát hiện bao bì không đúng với chứng từ gửi kèm, không đúng với các tiêu chuẩn kỹ thuật trong hợp đồng thì phải làm biên bản và quy trách nhiệm như tiếp nhận hàng hóa

2. Bảo quản và sử dụng bao bì

Mở đóng bao bì phải dùng dụng cụ thích hợp cho mỗi loại. Phải mở đúng nơi quy định, bảo đảm nguyên vẹn từng bộ phận của bao bì.

Chỉ được mở ở nắp nếu là thùng hòm, hộp. Tháo nút buộc hoặc chỗ nối nếu là gói, bao, kiện. Dụng cụ để mở bao bì gồm: kìm, búa, dao, kéo, đòn bẩy xẻ rãnh...

Sau khi dỡ hết hàng, bao bì phải được đóng tạm lại, làm vệ sinh và bảo quản trong kho bao bì.

Kho bảo quản bao bì phải cao ráo thoáng sạch. Tuyệt đối không dùng bao bì đựng những hàng hư hỏng. Bao bì bảo quản trong kho phải xếp theo phương pháp thích hợp nhằm bảo đảm an toàn bao bì và tiết kiệm diện tích, dung tích kho.

Bao bì cứng (hòm, hộp) xếp trên bục thành chồng theo phương pháp thích hợp nhằm đảm bảo an toàn bao bì, tiết kiệm diện tích, dung tích kho và thuận tiện cho xuất bán, sửa chữa, bảo quản bao bì. Chiều cao chồng bao bì có thể từ 2, 5 – 3m tùy theo loại, sức chứa và chất lượng bao bì.

Bao bì mềm (bao, túi) cần rũ sạch bụi, lựa chọn theo công dụng, kích thước và sắp xếp từng tập theo lượng thống nhất (mười cái một) trên giá để tiện kiểm kê và xuất.

Phải thường xuyên chăm sóc, kịp thời phát hiện những hiện tượng có thể làm hư hại bao bì để có biện pháp khắc phục.

3. Vận chuyển và hoàn trả bao bì

Việc hoàn trả bao bì cho các công ty bán buôn và các xưởng sản xuất bao bì cần được tiến hành theo đúng quy định bảo đảm có lợi cho cả bên giao và nhận.

Nguyên tắc chung là tất cả các loại bao bì đều phải hoàn trả lại cho đơn vị cung ứng. Song, yêu cầu và mức độ thì phải căn cứ vào khả năng nguyên vật liệu sản xuất bao bì và tính chất chuyên dùng của bao bì mà quyết định tỷ lệ thu hồi. Việc hoàn trả hiện nay chỉ áp dụng cho một số loại bao bì đặc chủng.

Vận chuyển bao bì phải bảo đảm an toàn về số lượng, chất lượng với chi phí vận chuyển ít nhất.

Việc vận chuyển bao bì cũng cần được chuẩn bị trước. Đối với bao bì mềm như vải, dây, gai có thể bó lại từng bó với số lượng nhất định, thống nhất. Khi

xếp bao bì lên phương tiện vận tải, vừa phải chú ý đến mặt lợi tải, vừa phải bảo đảm an toàn bao bì.

Những bao bì do người cung cấp gửi đến không đúng với tiêu chuẩn kỹ thuật trong hợp đồng thì phải làm biên bản và xử lý theo quy chế quản lý bao bì. Khi hoàn lại bao bì cho người cung cấp cần làm đầy đủ những chứng từ cần thiết như hóa đơn và các chứng từ thanh toán khác theo đúng thủ tục đã quy định.

IV. TỔN THẤT BAO BÌ, NGUYÊN NHÂN VÀ BIỆN PHÁP KHẮC PHỤC

1. Những tổn thất về bao bì

- Tổn thất bao bì có 2 loại:

+ Những tổn thất không thể tránh khỏi

Thuộc loại tổn thất này có: Bao bì bị vỡ, dập hư hỏng trong quá trình bảo quản, vận chuyển. Các khoản chi tiêu cần thiết để sửa chữa, tu chỉnh bao bì sau mỗi lần vận chuyển

+ Những tổn thất do chủ quan gây nên:

Thuộc loại tổn thất này có:

Hao tổn bao bì trực tiếp do sử dụng bừa bãi, không cẩn thận. Hao tổn bao bì gián tiếp do độ ẩm bao bì không bảo đảm, kỹ thuật ghép, đóng đinh bao bì không tốt.

2. Biện pháp khắc phục

Tuyên truyền, giáo dục rộng rãi trong cán bộ nhân viên về ý nghĩa kinh tế của bao bì. Ở từng cơ sở nên có sự tính toán tổng hợp giá trị của bao bì theo kế hoạch kinh doanh của đơn vị mà mọi người thấy rõ giá trị to lớn của bộ phận vật tư này. Xây dựng chế độ trách nhiệm cụ thể về bao bì. Thường xuyên kiểm tra việc chấp hành chế độ quản lý bao bì. Kiểm tra việc sử dụng, bảo quản và hoàn lại bao bì. Đấu tranh kiên quyết với những hiện tượng lãng phí về bao bì. Kịp thời khen thưởng với những đơn vị, cá nhân có thành tích tiết kiệm bao bì trong sản xuất và kinh doanh.

V. KÝ MÃ HIỆU GHI TRÊN BAO BÌ

1. Một số ký mã hiệu ghi trên bao bì

Tuỳ thuộc vào loại bao bì để chứa đựng hàng: là bao bì cứng, mềm, bao bì

làm bằng gỗ, kim loại, giấy... và tùy vào loại hàng chứa đựng trong bao bì mà các nhà sản xuất thống nhất ghi các ký hiệu hướng dẫn trên bao bì một cách cụ thể, ví dụ như: hàng thủy tinh và hàng dễ vỡ ký hiệu là cái ly; hàng cần tránh mưa, tránh nắng và chống ẩm là cái ô; hàng xếp thẳng đứng trên mặt phẳng nằm ngang là mũi tên có gạch ngang ở chân; hàng tránh nắng, cần cách nhiệt là hình mặt trời cách kiện hàng bằng một vạch ngăn... (các ký hiệu cụ thể và cách vận dụng chúng trong vận chuyển bốc dỡ, chất xếp hàng hoá... sẽ được giới thiệu ở phần thực hành)

2. Tiêu chuẩn hoá về ký mã hiệu, nhãn hiệu, cách tháo mở bao bì và tiêu chuẩn bao gói

Mỗi loại bao bì dùng để chứa đựng một loại hoặc một nhóm loại sản phẩm nhất định. Người ta quy định cách ghi các ký mã hiệu để có thể nhận biết sản phẩm nhanh chóng và phân biệt với các sản phẩm khác.

Trên bao bì người ta quy định thống nhất nơi ghi, cách ghi ký mã hiệu và nội dung chủ yếu cần ghi.

Trên bao bì còn có thể có nhãn hiệu các loại vật tư hàng hoá. Trên nhãn hiệu người ta ghi nội dung chủ yếu của sản phẩm để phân biệt với sản phẩm khác như tên xí nghiệp, nơi sản xuất; cũng có thể ghi tóm tắt tiêu chuẩn kinh tế kỹ thuật của sản phẩm (nếu chỉ tiêu này không quá nhiều) và có thể của cả bao bì. Nhãn hiệu được gắn vào bao bì hoặc viết in trên bao bì ở nơi quy định.

Trên bao bì còn chỉ rõ nơi tháo mở và dụng cụ cần thiết để tháo mở, không được tháo mở hoặc móc cáp.

Mỗi loại bao bì nhất định đều có quy định thống nhất tiêu chuẩn bao gói cho một đơn vị bao bì, số lớp bao bì, bao bì trong, bao bì ngoài. Số lượng sản phẩm hoặc chi tiết trong mỗi bao bì, cách gói buộc và những yêu cầu đối với cách gói, buộc, chèn lót.

Tất cả các loại hàng hoá sau khi đóng gói đều phải ghi đầy đủ các ký mã hiệu trên bao bì và lập phiếu bao gói; ký hiệu, mã hiệu, nhãn hiệu là những biểu tượng được quy ước trước biểu thị tên gọi hàng hoá do hãng sản xuất.

Các ký hiệu, mã hiệu, nhãn hiệu là cái mà khách hàng nhìn thấy và lựa chọn từ nhiều sản phẩm trên giá.

Việc trình bày các ký hiệu, mã hiệu, nhãn hiệu trên bao bì cần phải:

- Có những nét đặc biệt để dễ dàng phân biệt với các sản phẩm cùng loại. Bằng những phác hoạ, màu sắc, hình thể và tên sản phẩm theo truyền thống hoặc mới được người tiêu dùng tín nhiệm (ưu chuộng).

- Có những mục cần nhấn mạnh, ví dụ: tên riêng của sản phẩm, nơi sản xuất hoặc những đặc trưng tiêu biểu của sản phẩm
- Có sự phức tạp đặc biệt (nếu có thể) để bảo vệ sản phẩm. Chống lại hàng giả, sản phẩm để tạo niềm tin cho khách hàng

3. Cách ghi ký-mã-nhãn hiệu bao bì và lập phiếu bao gói

Tất cả các loại hàng hoá sau khi đóng gói đều phải đầy đủ các ký-mã-nhãn hiệu trên bao bì và lập phiếu bao gói ký-mã-nhãn hiệu. Ký-mã-nhãn hiệu là những biểu tượng được quy ước trước biểu và tên gọi của loại hàng hoá đó do cơ sở sản xuất xác định.

Các ký-mã-nhãn hiệu là cái mà khách hàng nhìn thấy và lựa chọn trên giá. Việc trình bày các ký-mã-nhãn hiệu trên bao bì cần phải:

- Có những nét đặc biệt để dễ dàng phân biệt với các loại sản phẩm khác bằng những màu sắc, hình thể và tên sản phẩm theo truyền thống hoặc mới được người tiêu dùng tín nhiệm (ưa chuộng).

Ví dụ: Nhãn hiệu xe máy HONDA (Nhật Bản).

Một số loại hàng điện tử thuộc hãng SONY

Thuốc lá VINATABA (Việt Nam)

Bia hơi HALIDA v.v.

- Có những mục cần nhấn mạnh. Ví dụ: Tên riêng của sản phẩm và nơi sản xuất hoặc những đặc trưng tiêu biểu của sản phẩm.

- Có sự phức tạp đặc biệt (nếu có thể) để bảo vệ sản phẩm, chống loại hàng giả sản phẩm để tạo niềm tin cho khách hàng.

Các ký-mã-nhãn hiệu ấy trên bao bì đều là những thông tin ngắn gọn gồm những nội dung sau:

- + Tên sản phẩm hoặc xí nghiệp, công ty sản xuất.
- + Công dụng của sản phẩm.
- + Số lượng, chất lượng thành phần hoá học.
- + Kích thước, kiểu, môden, màu sắc, trọng lượng v.v.
- + Thời hạn sử dụng và bảo hành của người sản xuất, kinh doanh.
- + Ký, mã hiệu về cách xếp, dỡ, bảo quản, vận chuyển, tháo mở bao bì v.v.

Mục đích của việc ghi các ký-mã-nhãn hiệu trên bao bì là nhằm quảng cáo sản phẩm. Cho phép dễ dàng nhận biết và lựa chọn sản phẩm, hoặc gây chú ý đối với người tiêu dùng. Hướng dẫn người tiêu dùng về phương pháp kỹ thuật

chất xếp, bảo quản, vận chuyển và tháo mở khi sử dụng. Tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao dịch, tìm kiếm, tiếp nhận và sử dụng hàng hoá.

- Đối với loại hàng hoá dùng để sản xuất được đặt hàng từ các nước ngoài hoặc các vùng xa, để thuận tiện cho việc gửi hàng giao nhận, người ta còn dùng các ký hiệu nhãn hiệu ghi trên bao bì có nội dung như:

+ Tên loại hàng hoá cụ thể đến quy cách, cỡ, loại (ghi bằng ký-mã-nhãn hiệu do hai bên thống nhất).

+ Tên, địa chỉ đơn vị gửi hàng, nước sản xuất. Có thể tên thật hoặc ký hiệu địa chỉ thật hoặc mã hiệu.

+ Tên, địa chỉ đơn vị nhận hàng: cảng, ga đi: được thể hiện bằng tên thật. Kể cả địa chỉ số nhà, cơ quan, phố...

+ Số hợp đồng đã ký giữa hai bên. Ghi mã hiệu và số hợp đồng hoặc đơn hàng hai bên đã ký.

+ Số lượng hòm kiện của hòm gửi hàng.

+ Tên ga, cảng cuối nhận hàng: tên thật và tên quốc tế.

+ Trọng lượng tịnh và trọng lượng cả bì của hàng hoá.

+ Các tài liệu kèm theo.

Trên bao bì người ta còn dùng các ký hiệu quy ước để hướng dẫn cách chất xếp, bảo quản, bảo vệ, móc cáp, mở bao bì và điểm cần chú ý khi tác động đến sản xuất.

Lập phiếu bao gói:

Sau khi đóng gói phải lập phiếu bao gói. Tác dụng của phiếu bao gói là nâng cao trách nhiệm cá nhân của người trực tiếp bao gói, đơn vị bao gói và chuẩn bị hàng hoá. Thông báo chi tiết số lượng chất lượng hàng hoá đã bao gói trong bao bì, tránh tình trạng nhầm lẫn, thừa thiếu mất mát có thể xảy ra ngay từ khi chuẩn bị hàng. Dùng phiếu bao gói để kiểm tra lần cuối việc bao gói và để người mua hàng kiểm nhận hàng.

Phiếu bao gói có thể được đặt trong bao bì, cùng với hàng hoá ở nơi dễ thấy hoặc kèm theo ở tài liệu của hàng hoá. Cũng có thể dán hoặc đính vào hộp kín, dẹt, bao nilon và gắn chặt vào bao bì.

Phiếu bao gói hàng hoá có dạng sau:

PHIẾU BAO GÓI SỐ

Đơn vị bao gói:

Tên người bao gói:

Tên người kiểm tra bao gói lần cuối cùng:

Quy cách, kích thước:

Số lượng: Chất lượng:

Trọng lượng:

Thuộc lô hàng (hợp đồng):

Số hiệu: 7/10

Ngày... tháng... năm....

Người bao gói

Người kiểm tra lần cuối

Ký tên

VI. TÁC DỤNG VÀ NỘI DUNG CỦA TIÊU CHUẨN HOÁ BAO BÌ

1. Tác dụng

- Tiêu chuẩn hoá bao bì là một trong những biện pháp quan trọng nhất, để tổ chức sản xuất ra bao bì có chất lượng tốt, sản xuất hàng loạt, vừa nâng cao năng suất lao động và hạ giá thành sản xuất bao bì trong nền kinh tế quốc dân.

- Tiêu chuẩn hoá bao bì là cơ sở để cải tiến và nâng cao chất lượng bao bì một cách có hệ thống.

- Tiêu chuẩn hoá bao bì là cơ sở để tăng cường quản lý sản xuất bao bì, kiểm tra chất lượng bao bì và lưu thông bao bì rộng rãi trong nền kinh tế quốc dân.

- Tiêu chuẩn hoá bao bì còn góp phần quan trọng vào việc lưu thông sản phẩm của các doanh nghiệp thương mại.

- Tiêu chuẩn hoá bao bì là điều kiện quan trọng để chuyên môn hoá dụng cụ tháo mở bao bì.

2. Nội dung

- Tiêu chuẩn hoá bao bì về mặt kết cấu, kích thước, trọng lượng, sức chứa và nguyên vật liệu sản xuất bao bì.

+Về kết cấu bền chắc, thuận tiện cho việc chứa đựng sản phẩm. Tháo mở đóng lắp và làm vệ sinh

+Về kích thước phải hợp lý phù hợp với kích thước hình dạng của phương tiện vận tải xếp dỡ, bảo quản

+Về trọng lượng tương đối của bao bì phải nhỏ nhất.

$$\text{Trọng lượng tương đối} = \frac{\text{Trọng lượng tuyệt đối bao bì}}{\text{Trọng lượng của sản phẩm được bao gói}}$$

Trọng lượng tuyệt đối của bao bì khi chưa bao gói hàng hoá.

+Về nguyên vật liệu phải phù hợp với tính chất vật lý, hoá học sản phẩm mà nó bao gói.

- Tiêu chuẩn hoá về chất lượng của bao bì: tiêu chuẩn chất lượng của bao bì là một chỉ tiêu tổng hợp về nhiều mặt và được quy định thành các tiêu chuẩn cần phải đạt được của bao bì như độ cứng, về màu sắc, độ bền. Thời hạn sử dụng và các mặt khác.

+ Về độ cứng là khả năng tối đa bao bì có thể chứa được mà bao bì vẫn an toàn.

+ Về màu sắc cần phải đạt tiêu chuẩn nhất định.

+ Về độ bền có khả năng sử dụng tối đa, bằng số vòng quay hoặc thời hạn bao nhiêu tháng.

VII. NHÃN HÀNG HOÁ VÀ NHÃN HIỆU HÀNG HOÁ

1. Nhãn hiệu hàng hoá

1.1. Khái niệm

Là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hoá, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất kinh doanh khác. Dấu hiệu có thể là từ ngữ, hình ảnh hay sự kết hợp các yếu tố đó được thể hiện bằng một hay nhiều màu sắc.

1.2. Đặc điểm

- Là từ ngữ con số cách điệu (có màu hay không có màu).
- Là hình ảnh đặc thù (có màu hay không).
- Là sự kết hợp chữ và từ ngữ.
- Được trình bày cách điệu và hình ảnh (có màu hay không)
- Là hình khối (của bao bì, biểu tượng)
- Gây ấn tượng, dễ nhớ, dễ phân biệt.

1.3. Phạm vi sử dụng (được dùng ở đâu)

- Bao bì thành phẩm, sản phẩm.
- Quảng cáo.
- Biển hiệu.

1.4. Tác dụng đối với người tiêu dùng và nhà sản xuất kinh doanh

- Với người tiêu dùng

Để phân biệt hàng hoá, dịch vụ cùng loại của các cơ sở sản xuất kinh doanh khác, tránh nhầm lẫn

- Với doanh nghiệp: là quyền, khẳng định sự tự tin đối với sản phẩm của mình trên thị trường.

Là phương tiện tích lũy giá trị từ những sự nỗ lực thường nhật về kỹ thuật quản lý.

Là phương tiện quảng cáo, xây dựng uy tín của sản phẩm và doanh nghiệp trên thị trường.

- Là một loại tài sản vô hình có giá trị, đôi khi nó là tài sản lớn nhất của doanh nghiệp.

1.5. Hành vi vi phạm

- Làm giả.
- Làm "nhái".
- Chỉ dẫn không đúng sự thật.

1.6. Hậu quả khi vi phạm

- Xử phạt hành chính. Cảnh cáo. Phạt tiền từ 2 triệu đồng đến 100 triệu đồng (tiền Việt Nam).

- Phạt bổ sung: tước giấy đăng ký kinh doanh từ 6 tháng đến một năm.

- Kiện dân sự: phải bồi thường thiệt hại

- Chế tài hình sự: phạt tiền từ 20 triệu đồng đến 100 triệu đồng (tiền Việt Nam), hay phạt tù từ 6 tháng đến một năm.

- Hình phạt phụ: cải tạo không giam giữ đến 2 năm. Cấm đảm nhiệm chức vụ. Cấm hành nghề từ 1 đến 5 năm.

2. Nhãn hàng hoá (nhãn chỉ dẫn)

2.1. Khái niệm

Nhãn hàng hoá: là tập hợp các ngôn từ, số liệu, ký hiệu, hình ảnh được in

chìm hay in nổi, trực tiếp hay dán, đính, cài chắc chắn trên hàng hoá hay bao bì để thể hiện các thông tin cần thiết chủ yếu về hàng hoá đó.

2.2. Đặc điểm

Là các chỉ dẫn cụ thể về tên gọi, chủng loại, các thông số kỹ thuật cơ bản, nhà sản xuất, nơi sản xuất, thời hạn sử dụng. Thường bao gồm cả nhãn hiệu hàng hoá cụ thể, dễ hiểu.

2.3. Phạm vi sử dụng (được dùng ở đâu?)

Bao bì thành phẩm, sản phẩm.

2.4. Tác dụng đối với người tiêu dùng và nhà sản xuất kinh doanh

- Với người tiêu dùng: làm cơ sở lựa chọn và sử dụng hàng hoá, thể hiện cam kết của nhà sản xuất kinh doanh đối với người tiêu dùng.

- Với doanh nghiệp: là nghĩa vụ đồng thời đáp ứng quy định bắt buộc đối với nhà sản xuất kinh doanh, là thể hiện sự cam kết chịu trách nhiệm trước khách hàng, là một hình thức quảng cáo, tiếp thị, thu hút khách hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá.

2.5. Hành vi vi phạm

- Không rõ.
- Không đúng với bản chất.
- Không rõ ràng.
- Không đủ nội dung bắt buộc.
- Không đúng kích cỡ ngôn ngữ.
- Bị tẩy xoá, sửa đổi.
- Thay đổi nhằm lừa dối.
- Sử dụng trái phép nhãn hiệu hàng hoá đã được pháp luật bảo hộ.
- Trùng với nhãn hàng hoá khác.

Phần thực hành

Bài 1: Cách đọc và vận dụng kí mã hiệu hướng dẫn ngoài bao bì trong vận chuyển, bốc dỡ và chất xếp hàng hoá

Khi chất xếp, bốc dỡ, vận chuyển hàng cần chú ý đến các ký hiệu hướng dẫn ngoài bao bì bởi mỗi ký hiệu sẽ cho ta nội dung và ý nghĩa nhất định.

1. Tên gọi: Hàng dễ vỡ



Lưu ý: Khi chất xếp và bốc dỡ hàng phải: nhẹ nhàng, không chồng cao, tránh đổ vỡ, không xếp hàng nặng lên trên.

+ Khi vận chuyển: phải chọn phương tiện thích hợp, có vật chèn lót hàng cẩn thận.

2. Tên gọi: Hàng cần tránh mưa, tránh nắng và chống ẩm



Lưu ý: Khi vận chuyển - bốc dỡ - bảo quản hàng phải:

+ Chọn thời tiết thích hợp để vận chuyển.

+ Khi vận chuyển phải phải có đủ vật che phủ hàng.

+ Cửa kho phải có mái che mưa nắng.

+ Chất xếp hàng phải có vật kê lót thích hợp, xếp cách nền - trần - cửa - tường kho.

3. Tên gọi: Xếp thẳng theo chiều mũi tên, trên mặt phẳng nằm ngang

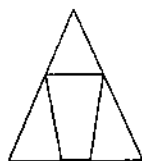


Lưu ý khi vận chuyển và bảo quản:

+ Đặt kiện hàng thẳng đứng như mũi tên, không đặt ngang hay ngược mũi tên.

+ Khi vận chuyển phải chèn lót cẩn thận để hàng luôn đứng thẳng không nghiêng ngả.

4. Tên gọi: Cấm lăn bẩy hay để ngược, hàng dễ vỡ



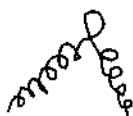
Lưu ý:

+ Khi vận chuyển không tùy tiện lăn bẩy các kiện hàng.

+ Phải dùng con lăn hay ván trượt, băng truyền, cầu các kiện hàng tới nơi cần chất xếp.

+ Chất xếp cao vừa phải, không cao quá vì dễ vỡ.

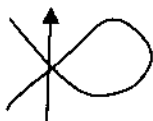
5. Tên gọi: Nhắc tại đây



Lưu ý khi vận chuyển và bốc dỡ cần:

+ Nhắc, bốc dỡ hàng đúng nơi quy định. Nếu không sẽ làm hỏng bao bì và hỏng hàng ở trong bao bì.

6. Tên gọi: Mở tại đây



Lưu ý khi tháo mở:

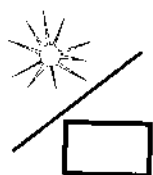
- + Dùng dụng cụ thích hợp.
- + Mở đúng chỗ quy định.

7. Tên gọi: Hàng chất lỏng



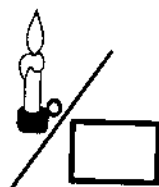
- Lưu ý khi vận chuyển, chất xếp, bảo quản cần lưu ý:
- + Chất xếp đúng kí hiệu ngoài bao bì để tránh đổ vỡ.
 - + Phải chèn lót cẩn thận.
 - + Chất xếp hàng có chiều cao thích hợp, không cao quá.
 - + Phải chất xếp hàng cẩn thận, xác định đúng trọng tâm của kiện hàng, nếu không kiện hàng bị bập bênh đổ vỡ.
 - + Có vật chèn lót thích hợp cho từng loại kiện hàng.

8. Tên gọi: Chống ánh sáng



Lưu ý khi vận chuyển bảo quản hàng: không để ánh sáng mặt trời chiếu trực tiếp vào hàng hoá. Khi vận chuyển hàng hoá phải chọn giờ – thời tiết. Xe có mui bạt che nắng cẩn thận. Nhà kho phải kín, hàng bao gói thích hợp.

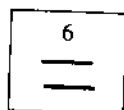
9. Tên gọi: Hàng kỵ nóng, dễ cháy và nổ



Lưu ý khi vận chuyển và bảo quản

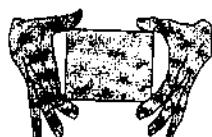
- + Khi vận chuyển phải có vật che phủ cẩn thận.
- + Không vận chuyển hàng vào giờ có nhiệt độ cao, trời nóng gắt.
- + Phải cách ly nguồn nhiệt với hàng hoá.
- + Kho phải xa nơi sinh hoạt và nơi ở của CBCNV.
- + Không được đun trong kho.
- + Cầu dao điện phải đặt ngoài kho.

10. Tên gọi: Chỉ xếp từ 6 – 10 lớp hàng



Khi chất xếp không chồng cao quá 10 lớp.

11. Tên gọi: Nâng bằng cả hai tay



Khi vận chuyển, bốc dỡ, chất xếp: phải nhẹ nhàng nâng đỡ bằng cả hai tay, không được quăng quật hàng hoá vì hàng dễ vỡ, hỏng.

Bài tập: Dựa vào các ký hiệu sau cho biết các lưu ý cần thiết khi vận chuyển, bốc dỡ, chất xếp và bảo quản hàng hoá



1/ Cấm dùng vật nhọn chọc vào hàng



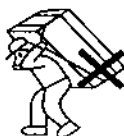
2/ Dùng cho cả trẻ em



3/ Không được quăng ném hàng



4/ Tránh va đập



5/ Không cầm vào dây đai khi vác hàng



6/ Không dùng vật sắc nhọn để rạch các bao bì



7/ Không đứng lên



8/ Không xếp hàng thẳng đứng trên xe



9/ Hàng cần bê thẳng theo chiều mũi tên



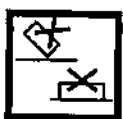
10/ Không được dùng dao



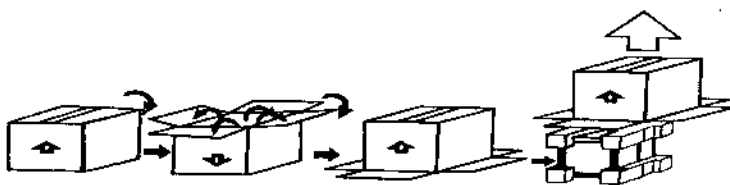
11/ Không được dẫm đạp lên bao bì có chứa sản phẩm, dễ gây hư hỏng cho sản phẩm



12/ Lực ép lớn nhất hàng có thể chịu được



13/ Không để sản phẩm nằm nghiêng, nằm ngang. Gây hư hỏng.



14/ Khi tháo dỡ hàng hóa tuân theo từng bước ký hiệu ngoài bao bì.

SƠ ĐỒ XẾP THÙNG



15/ Sơ đồ xếp thùng hàng (Không được xếp hơn 4 lớp).

KHÔNG ĐƯỢC XẾP HƠN 4 LỚP

Bài 2: Trình bày các yêu cầu kỹ thuật cụ thể của từng loại bao bì (bao bì làm bằng gỗ, kim loại, sành sứ, giấy...)

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích các tiêu thức phân loại bao bì?
- 2/ Trình bày nội dung nghiệp vụ tiếp nhận, bảo quản và hoàn trả bao bì?
- 3/ Cho biết một số ký hiệu phổ biến thường dùng ở bao bì?
- 4/ Trình bày tác dụng và nội dung của tiêu chuẩn hoá bao bì?
- 5/ Trình bày đặc điểm của nhãn hàng hoá và nhãn hiệu hàng hoá?

Chương 10

NGHIỆP VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ

I. YÊU CẦU CỦA CÔNG TÁC VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ

1. Khái niệm

Vận chuyển hàng hoá là sự di động vị trí hàng hoá trong không gian bằng sức người hay phương tiện vận tải nhằm phục vụ cho yêu cầu lưu thông hàng hoá

2. Vị trí, tác dụng

2.1. Vị trí

Do đặc điểm của nhiều mặt hàng nông sản, thực phẩm – công nghệ phẩm sản xuất phân tán nhưng tiêu dùng thì lại tập trung. Ví dụ: lợn, cá, trứng, đậu, lạc, vùng sản xuất ở nơi xa ngoại ô nhưng tiêu dùng thường tập trung ở thành phố. Hoặc có hàng sản xuất tập trung nhưng tiêu dùng thì phân tán trong cả nước (ví dụ: muối, đường, mắm, chiếu). Trong thực tiễn, do yêu cầu kinh doanh thương mại nên các doanh nghiệp thương mại phải đảm nhiệm một phần công tác vận chuyển và cần có phương tiện vận tải chủ lực bởi vì: khối lượng hàng hoá trong ngành thương mại lớn, cơ cấu rất phức tạp và trong nhiều hoạt động kinh doanh thương mại phải đáp ứng các nhu cầu đột xuất trong sản xuất, trong tiêu dùng. Đồng thời phải cung cấp kịp thời cho thị trường nhu cầu hàng ngày, cho nên doanh nghiệp thương mại cần phải có phương tiện vận chuyển chủ động để hàng hoá của ngành thương mại được chuyển đến tận mạng lưới bán lẻ và từ mạng lưới bán lẻ lại phân bố rộng khắp trên thị trường. Vì vậy, đi đôi với việc dựa vào ngành giao thông vận tải để tổ chức vận chuyển những lô hàng lớn trên đường xa, các doanh nghiệp thương mại cần phải tổ chức quản lý và đảm nhiệm việc vận chuyển hàng hoá khi cần thiết.

Do đó, vận chuyển hàng hoá trong kinh doanh thương mại có vai trò rất quan

trọng và góp phần tăng lợi nhuận cho xí nghiệp, làm tốt sẽ có tác dụng sau:

2.2. Tác dụng

Mở rộng luân chuyển hàng hoá và tăng nhanh tốc độ chu chuyển hàng hoá ở các xí nghiệp thương mại vì thông qua công tác vận chuyển, hàng hoá sẽ nhanh chóng được đưa từ sản xuất đến lưu thông, từ xí nghiệp bán buôn đến xí nghiệp bán lẻ để đáp ứng kịp thời nhu cầu tiêu dùng, do đó sẽ giúp cho các doanh nghiệp thương mại hoàn thành tốt kế hoạch luân chuyển hàng hoá.

Tăng cường mối quan hệ kinh tế giữa các xí nghiệp sản xuất với lưu thông, giữa doanh nghiệp thương mại bán buôn với doanh nghiệp bán lẻ.

Nâng cao doanh lợi của doanh nghiệp thương mại. Hàng hoá sản xuất ra được đưa đến mạng lưới bán lẻ tiêu thụ thì doanh nghiệp bán buôn mới có vốn để tiếp tục tái sản xuất mở rộng. Hàng hoá trong lưu thông được đưa đến nơi tiêu dùng nhanh chóng, nên tăng nhanh vòng quay vốn và tăng lợi nhuận của xí nghiệp, vì thế khâu vận chuyển sẽ góp phần quan trọng vào việc tăng lợi nhuận cho xí nghiệp.

Góp phần cân đối cung cầu, ổn định giá cả và đảm bảo đời sống hàng ngày của nhân dân vì thông qua công tác vận chuyển hàng hoá sẽ được chuyển từ vùng này sang vùng khác, từ nơi nhiều đến nơi ít, từ nơi có đến nơi không có. Do đó việc vận chuyển hàng hoá là phương tiện để thực hiện cân đối cung cầu và ổn định giá cả.

Góp phần thực hiện tốt kế hoạch thu mua, dự trữ, phân phối bán buôn và bán lẻ của xí nghiệp thương mại, góp phần thúc đẩy và hoàn thiện quá trình nghiệp vụ thương mại trong các doanh nghiệp thương mại.

3. Yêu cầu của công tác vận chuyển hàng hoá

3.1. Nâng cao khả năng vận chuyển, phục vụ đắc lực cho lưu chuyển hàng hoá

Vận chuyển hàng hoá phải xuất phát từ yêu cầu kế hoạch lưu chuyển hàng hoá, nhằm thực hiện tốt nhất những nhiệm vụ chính trị, kinh tế của doanh nghiệp thương mại trong từng thời kỳ. Đây là yêu cầu có ý nghĩa nguyên tắc để chỉ đạo toàn bộ công tác vận chuyển của doanh nghiệp thương mại.

Muốn nâng cao khả năng vận chuyển, điều quan trọng là phải rút ngắn thời gian vận chuyển bình quân các loại mặt hàng, tăng hệ số sử dụng trọng tải của phương tiện, nâng cao hệ số sử dụng phương tiện theo thời gian, nâng cao hệ số sử dụng quãng đường xe chạy có hàng, tăng vòng quay của xe, cải tiến thủ tục giấy tờ và lề lối làm việc; đồng thời phải tăng cường mối quan hệ giữa các bộ phận kế hoạch và nghiệp vụ ở doanh nghiệp.

Mặt khác, doanh nghiệp thương mại phải sử dụng và quản lý tốt các phương tiện vận tải hiện có, tăng thêm phương tiện vận tải cơ giới, cải tiến phương tiện vận tải thô sơ cho phù hợp với yêu cầu vận chuyển của doanh nghiệp.

3.2. Nâng cao chất lượng của kế hoạch vận chuyển hàng hoá, bảo đảm hoàn thành kế hoạch lưu chuyển hàng hoá

Chất lượng của kế hoạch vận chuyển hàng hoá được biểu hiện trên hai mặt chính xác và hợp lý. Chính xác thể hiện ở việc phân bổ khối lượng hàng hoá, quy định địa điểm và thời gian giao nhận hàng đúng đắn. Hợp lý về việc sử dụng phương tiện vận tải, con đường và phương thức vận chuyển để đạt hiệu quả kinh tế cao nhất và phục vụ tốt nhất yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp thương mại. Muốn vậy thì phải theo dõi và phân tích tình hình thực hiện kế hoạch vận chuyển trong từng thời kỳ. Mặt khác, phải củng cố và tăng cường đội ngũ làm công tác vận chuyển để không ngừng nâng cao nghiệp vụ kế hoạch vận chuyển hàng hoá.

3.3. Bảo đảm an toàn cho người, hàng hoá và phương tiện vận tải trong quá trình vận chuyển hàng hoá

Để đề phòng và hạn chế đến mức thấp nhất về hàng hoá bị hao hụt, người lao động bị thương vong và phương tiện bị hư hỏng. Doanh nghiệp thương mại khi làm công tác vận chuyển hàng hoá cần: tăng cường giáo dục ý thức trách nhiệm cho người làm công tác vận chuyển hàng hoá và áp tải hàng hoá; tăng cường biện pháp kỹ thuật về bốc dỡ, chất xếp và đóng gói hàng hoá để đưa lên phương tiện; nghiên cứu, hoàn thiện chế độ và nội quy an toàn, bảo vệ hàng hoá, bảo vệ phương tiện và con người trong quá trình vận chuyển.

3.4. Cải tiến quản lý kinh doanh, hạ thấp chi phí vận chuyển

Trong chi phí lưu thông hàng hoá, chi phí vận chuyển chiếm tỷ trọng rất lớn. Nên việc quản lý tốt các khâu kinh doanh, phấn đấu hạ thấp chi phí vận chuyển sẽ góp phần hạ thấp chi phí lưu thông, tăng thêm tích lũy cho doanh nghiệp. Muốn hạ thấp chi phí vận chuyển hàng hoá doanh nghiệp thương mại cần: lựa chọn phương thức, con đường và phương tiện vận chuyển hợp lý; nâng cao chất lượng công tác kế hoạch; cải tiến công tác đóng gói, bốc dỡ hàng hoá và kiện toàn chế độ, trách nhiệm vật chất của các khâu trong quá trình vận chuyển.

3.5. Tăng cường mối quan hệ hợp tác xã hội chủ nghĩa giữa ngành thương mại với ngành giao thông vận tải

Ngành thương mại và ngành giao thông vận tải là hai ngành kinh tế có liên

quan mật thiết với nhau. Ngành thương mại là chủ hàng, ngành giao thông vận tải là chủ phương tiện nên đôi khi có thể xảy ra sự không nhất trí về khối lượng hàng vận chuyển, thời gian và địa điểm giao nhận hàng ở một số trường hợp nhất định khi hai ngành không có mối quan hệ mật thiết và hợp tác tích cực với nhau. Để hạn chế tình huống trên, hai ngành cần ký kết và thực hiện hợp đồng vận chuyển theo đúng chế độ hợp đồng kinh tế của nhà nước.

II. BIỆN PHÁP TỔ CHỨC HỢP LÝ VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ

1. Lựa chọn phương thức vận chuyển hợp lý

Là phương pháp và cách thức tiến hành đưa hàng hoá từ sản xuất đến nơi tiêu thụ một cách nhanh chóng kịp thời, tiết kiệm (qua ít khâu trung gian và thời gian ngắn nhất). Vì vậy, muốn tổ chức hợp lý nghiệp vụ vận chuyển xí nghiệp thương mại phải lựa chọn đúng đắn phương thức vận chuyển. Trong vận chuyển hàng hoá có hai phương thức vận chuyển: vận chuyển thẳng và vận chuyển qua kho.

1.1. Phương thức vận chuyển thẳng

Phương thức vận chuyển thẳng: là phương thức vận chuyển mà hàng hoá được đưa từ khởi đầu của vận động hàng hoá đến thẳng cửa hàng bán lẻ không phải dừng lại ở kho trung gian (kho thương mại). Có các trường hợp vận chuyển thẳng sau:

- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất chuyển thẳng trạm bán buôn hoặc từ trạm bán buôn tới cửa hàng bán lẻ
- Hàng hoá từ trạm xuất xưởng, trạm thu mua, trạm bán buôn tới cửa hàng bán lẻ
- Hàng hoá từ các trạm xuất xưởng thương mại chuyển đến cửa hàng bán lẻ
- Hàng hoá từ cửa khẩu, bến cảng, nhà ga (hàng nhập khẩu) chuyển đến cửa hàng bán lẻ.
- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất chuyển thẳng tới cửa hàng bán lẻ.

Phương thức vận chuyển thẳng có ý nghĩa kinh tế rất lớn:

- Giảm chi phí vận chuyển, xếp dỡ, bảo quản, hao hụt hàng hóa.
- Giảm bớt nhu cầu về kho và phương tiện vận tải.
- Tăng nhanh tốc độ lưu chuyển hàng hoá, rút ngắn quá trình vận động hàng hoá (vì không phải đi đường vòng, không phải qua nhiều khâu kho, làm cho hàng hoá từ khu vực sản xuất đến tiêu dùng nhanh chóng).
- Nâng cao năng suất lao động của những người lao động trong doanh

nghiệp thương mại, vì thế giảm bớt tương đối nhu cầu về người lao động trong kho, vận tải, bốc dỡ, bảo quản, tiếp nhận, đồng thời làm tăng doanh số nên năng suất lao động của người lao động trong thương mại sẽ tăng.

Vận chuyển thẳng có ý nghĩa kinh tế rất lớn nhưng áp dụng nó trong thực tiễn phải xét đến những điều kiện sau:

- Khối lượng hàng hoá vận chuyển mỗi chuyến phải tương đối lớn và mặt hàng tương đối đơn giản.

- Nơi nhận hàng phải có vị trí thuận tiện với mạng lưới giao thông vận tải (hoặc gần nơi giao hàng).

- Vận chuyển thẳng phải đảm bảo khối lượng hàng hoá không vượt quá định mức của nơi nhận hàng.

- Nơi nhận phải có diện tích kho nhất định để bảo quản hàng hoá.

- Mặt khác muốn áp dụng phương thức vận chuyển thẳng, các doanh nghiệp thương mại phải kế hoạch hoá được việc cung cấp hàng hoá, vận chuyển hàng hoá và kế hoạch hoá bán ra, làm cho các kế hoạch được thực hiện đều đặn và nhịp nhàng; đồng thời phải quy định chế độ giao nhận, vận chuyển, thanh toán hợp lý.

1.2. Phương thức vận chuyển qua kho

Phương thức vận chuyển qua kho: là phương thức vận chuyển hàng hoá trên đường vận chuyển từ nơi sản xuất đến cửa hàng bán lẻ phải qua một hoặc nhiều kho thương mại.

So với vận chuyển thẳng thì vận chuyển qua kho tốn kém và chậm hơn nhưng lại rất cần thiết. Vận chuyển qua kho thường áp dụng khi:

- Nơi nhận hàng có quy mô nhỏ, không thể nhận được những lô hàng có khối lượng lớn, vượt quá định mức dự trữ trung bình.

- Nơi nhận hàng ở quá xa nơi sản xuất, doanh nghiệp bán buôn hoặc ở vị trí không thuận tiện cho việc giao nhận, vận chuyển.

- Mặt hàng kinh doanh phức tạp càng phải qua kho của doanh nghiệp bán buôn để lựa chọn, phân loại, chỉnh lý, lắp ráp, gia công hoặc hàng thời vụ cần dự trữ (Ví dụ: đường chia lẻ, mắm, muối đưa vào kho để chia lẻ, đóng chai; bí đỏ, khoai tây, nông sản thực phẩm đưa vào kho để dự trữ).

Vận chuyển qua kho có thể qua một, hai, hoặc ba khâu kho thương mại như:

- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất qua kho doanh nghiệp bán buôn trung ương và kho của doanh nghiệp bán buôn hoặc bán lẻ tới cửa hàng bán lẻ.

- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất, trạm xuất xưởng, trạm thu mua, cửa khẩu qua kho chi nhánh bán buôn đến cửa hàng bán lẻ.

- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất, trạm xuất xưởng, trạm thu mua, cửa khẩu qua kho công ty bán lẻ địa phương đến cửa hàng bán lẻ.

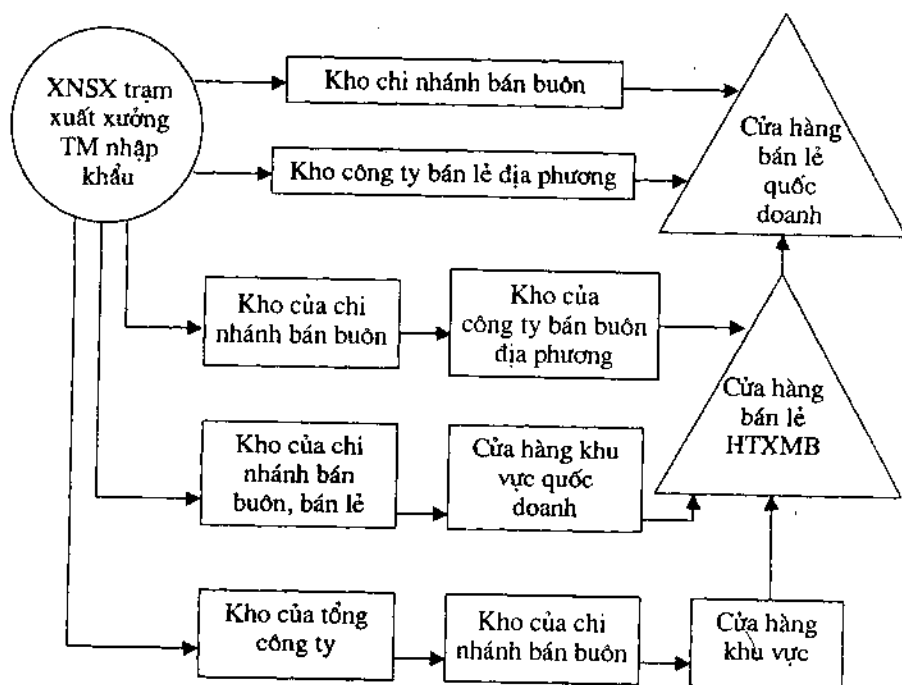
- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất, trạm xuất xưởng, trạm thu mua, cửa khẩu qua kho chi nhánh bán buôn đến kho công ty bán buôn địa phương đến cửa hàng bán lẻ.

- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất, trạm xuất xưởng, trạm thu mua, cửa khẩu qua kho chi nhánh bán buôn, bán lẻ; từ kho chi nhánh đến cửa hàng khu vực, từ cửa hàng khu vực đến cửa hàng bán lẻ.

- Hàng hoá từ xí nghiệp sản xuất, trạm xuất xưởng, trạm thu mua, cửa khẩu qua kho tổng công ty, từ kho tổng công ty đến kho chi nhánh bán buôn, từ kho chi nhánh đến cửa hàng khu vực, từ cửa hàng khu vực đến cửa hàng bán lẻ.

Qua đây cho thấy, việc vận chuyển qua kho sẽ làm tăng chi phí lưu thông, do đó cần tổ chức vận chuyển hàng hoá qua kho trong những trường hợp hợp lý nhất.

CÁC HÌNH THỨC VẬN CHUYỂN QUΑ KHO



2. Lựa chọn phương tiện vận tải hợp lý

2.1. Các loại phương tiện vận tải và đặc điểm của nó

Mỗi loại phương tiện vận tải đều có những ưu điểm và nhược điểm riêng. Vì vậy, nắm vững đặc điểm của từng loại phương tiện vận tải là điều cần thiết để nghiên cứu và kết hợp sử dụng một cách linh hoạt trong các trường hợp vận chuyển hàng hoá.

2.1.1. Phương tiện vận tải đường sắt

Phương tiện vận tải đường sắt: là loại phương tiện vận tải chủ yếu của ngành giao thông vận tải và có đặc điểm sau: khối lượng vận chuyển hàng hoá lớn, tốc độ vận chuyển nhanh, có thiết bị hiện đại đảm bảo an toàn cho hàng hoá, ít bị ảnh hưởng bởi khí hậu thời tiết, có tính chính xác và tính liên tục cao, giá cước vận chuyển tương đối hạ. Nhưng có nhược điểm: không có khả năng phân bố rộng khắp tới các cửa hàng và kho hàng thương mại, vì vậy doanh nghiệp thương mại phải chuyển đổi phương tiện trong quá trình vận chuyển hàng từ ga về kho doanh nghiệp và phải qua nhiều khâu bốc vác trong quá trình vận chuyển. Vốn đầu tư vào xây dựng đường sắt, làm đầu máy, toa tàu lớn; kỹ thuật sử dụng phức tạp, chi phí bảo hộ lớn, tốn nhiều nguyên liệu và nhân lực.

Phương tiện vận tải đường sắt thích hợp với việc vận chuyển khối lượng hàng hoá lớn trên quãng đường dài, trong một thời gian ngắn.

Thực tế của ngành thương mại lựa chọn phương tiện vận tải đường sắt đối với hàng nguyên toa khoảng cách vận chuyển phải từ 50km trở lên, hàng không nguyên toa phải từ 80km trở lên thì giá cước hạ.

2.1.2. Phương tiện vận tải đường thủy

Ở nước ta có nhiều khả năng phát triển vận chuyển hàng hoá bằng đường thủy, phương tiện vận tải đường thủy gồm có: đường sông và đường biển.

- *Đặc điểm của phương tiện đường sông:* khối lượng hàng hoá vận chuyển lớn, giá cước tương đối hạ, vốn đầu tư thấp. Nhưng tốc độ vận chuyển chậm, chịu sự chi phối lớn của thời tiết (bão lũ, lòng sông bị cạn về mùa khô), việc bảo đảm chất lượng và số lượng hàng hoá trong quá trình vận chuyển có nhiều khó khăn. Không đi sâu vào mạng lưới bán lẻ được.

- *Đặc điểm của phương tiện đường biển:*

So với phương tiện vận tải đường sông, phương tiện vận tải đường biển có nhiều ưu điểm hơn vì khối lượng hàng hoá vận chuyển lớn, giá cước vận chuyển hạ, chịu sự chi phối ảnh hưởng của khí hậu và thời tiết ít hơn.

Nhược điểm: Vốn đầu tư xây dựng các hải cảng, các nhà máy đóng tàu lớn, yêu cầu về kỹ thuật phức tạp. Tốc độ vận chuyển tương đối chậm, chi phí về sửa chữa bảo hộ nhiều.

Nói chung phương tiện đường thủy thích hợp với vận chuyển các loại hàng hoá có khối lượng lớn, đường dài, yêu cầu về điều kiện bảo quản hàng hoá không cao, vận chuyển trên quãng đường dài.

Lựa chọn phương tiện vận tải cần chú ý nghiên cứu kỹ tình hình luồng lạch, bến bãi, nếu không sẽ gặp tình trạng vận chuyển chậm chạp, tăng thêm khâu bốc dỡ và vận chuyển gián đoạn đến không đảm bảo được việc cung cấp kịp thời cho thị trường và làm cho giá thành vận chuyển tăng lên.

2.1.3. Phương tiện vận tải ô tô

Là phương tiện vận tải chủ yếu trên đường ngắn và là lực lượng hỗ trợ chính của đường sắt và đường thủy.

Đặc điểm: cấu tạo gọn nhẹ, tốc độ vận chuyển nhanh, sử dụng linh hoạt, tránh được nhiều động tác bốc dỡ, giải quyết nhanh chóng các kế hoạch vận chuyển hàng hoá đột xuất. Diện liên hệ của phương tiện ô tô rộng khắp và có khả năng đi sâu vào các khu dân cư và vào cửa hàng bán lẻ.

Nhược điểm: khối lượng vận chuyển hàng hoá không lớn, vì trọng tải ô tô nhỏ; hàng hoá dễ hư hỏng trong quá trình vận chuyển do xe bị nảy xóc, phanh gấp; giá cước vận chuyển tương đối cao, nhưng nếu vận chuyển đường ngắn từ 50km trở xuống thì giá cước tương đối hạ.

2.1.4. Phương tiện vận tải thô sơ

Phương tiện vận tải thô sơ: là phương tiện vận tải thông dụng trong nhân dân gồm có: xe bò, xe ba gác, xe ngựa, xe đạp thô, xích lô, thuyền gỗ, thuyền nan nhằm để bổ sung cho các phương tiện vận tải cơ giới vào lúc cần thiết. Tính linh hoạt rất cao. Yêu cầu về kỹ thuật, đường sá đơn giản nên có khả năng đi sâu vào các khu dân cư. Vì vậy, nó là một lực lượng vận tải không thể thiếu được của ngành giao thông vận tải và thương mại.

Nhược điểm: khối lượng hàng hoá vận chuyển nhỏ, tốc độ vận chuyển chậm, cước phí vận chuyển cao.

2.1.5. Phương tiện vận chuyển đường hàng không

Đặc điểm của phương tiện vận tải hàng không: tốc độ vận chuyển nhanh nhất so với các loại phương tiện vận tải khác. Nhưng khối lượng hàng hoá vận

chuyến nhỏ, yêu cầu kỹ thuật phức tạp, chịu ảnh hưởng rất lớn của thời tiết khí hậu, giá cước đắt nhất trong tất cả các loại phương tiện vận chuyển.

Do đó, phương tiện vận tải này chỉ dùng để vận chuyển một số hàng hoá quý hiếm, hàng phục vụ nhu cầu cấp bách với khối lượng nhỏ hay chuyển hàng đến các hải đảo, biên giới xa xôi mà đường giao thông thủy bộ không thuận tiện.

2.2. Nguyên tắc lựa chọn phương tiện vận chuyển

Lựa chọn phương tiện vận chuyển hàng hoá phải đảm bảo nguyên tắc: an toàn cho hàng hoá, tốc độ vận chuyển nhanh, chi phí vận chuyển thấp nhất.

- Phải đảm bảo an toàn cho hàng hoá.

Muốn vậy khi lựa chọn phương tiện vận chuyển hàng hoá phải căn cứ vào: khối lượng hàng hoá, tính chất đặc điểm của hàng hoá định vận chuyển, tình trạng bao bì đóng gói hàng. Căn cứ vào yêu cầu về chất xếp, bốc dỡ, giao nhận hàng của doanh nghiệp; vận chuyển hàng phải đảm bảo cả số lượng và chất lượng hàng cần vận chuyển.

Khi vận chuyển hàng hoá cần chú ý: phương tiện phải sạch, có đủ dụng cụ che đậy, có người bảo vệ hàng chu đáo, hàng hoá được chất xếp đúng kỹ thuật và vận chuyển trên đường phẳng. Phương tiện vận chuyển phải có chất lượng cao, khả năng vận hành tốt, đỗ đúng nơi quy định. Phương tiện vận chuyển phải phù hợp với tính chất và đặc điểm của hàng hoá định vận chuyển.

- Đảm bảo tốc độ vận chuyển nhanh nhất, phục vụ đắc lực cho kế hoạch lưu chuyển hàng hoá của doanh nghiệp.

Khi lựa chọn phương tiện vận tải phải căn cứ vào tính chất và đặc điểm của từng mặt hàng cần vận chuyển. Căn cứ vào quãng đường và căn cứ vào đặc điểm của phương tiện vận tải. Kết hợp với việc lựa chọn con đường vận chuyển hợp lý để đảm bảo cho việc vận chuyển nhanh chóng và kịp thời nhất.

Mặt khác, lựa chọn phương tiện vận tải phải có tốc độ vận chuyển nhanh và giải phóng phương tiện kịp thời nhằm đáp ứng được yêu cầu kinh doanh của doanh nghiệp về thời gian, địa điểm giao nhận hàng. Tạo điều kiện tăng nhanh vòng quay vốn và hạn chế hư hao do quá trình vận chuyển gây ra. Vậy khi vận chuyển hàng hoá cần lưu ý: lựa chọn quãng đường vận chuyển ngắn, luồng đường vận chuyển thuận chiều, hàng hoá được chuẩn bị và đóng gói cẩn thận, chất xếp đúng kỹ thuật để vận chuyển được nhanh.

- Đảm bảo chi phí vận chuyển thấp nhất.

Doanh nghiệp thương mại phải căn cứ vào quy định về cước phí cho từng loại phương tiện, loại hàng để lựa chọn phương tiện cho hợp lý.

Tuy nhiên, trong thực tế để đảm bảo nguyên tắc này, khi lựa chọn phương tiện vận tải phải căn cứ vào đặc điểm của từng loại phương tiện vận chuyển, căn cứ vào tốc độ vận chuyển và giá cước vận chuyển; phải kết hợp đúng đắn giữa tốc độ vận chuyển và giá cước vận chuyển để lựa chọn hợp lý các loại phương tiện vận tải vì tốc độ vận chuyển ảnh hưởng đến vòng quay của vốn và tốc độ luân chuyển hàng hoá, do đó tốc độ vận chuyển càng nhanh thì vòng quay vốn và tốc độ luân chuyển tăng.

Giá cước vận chuyển ảnh hưởng đến chi phí lưu thông và chế độ hạch toán kinh tế của doanh nghiệp, vì vậy doanh nghiệp phải biết kết hợp vận chuyển hai chiều và tính toán đường đi hợp lý, tận dụng tốt trọng tải của phương tiện.

Phải căn cứ vào đặc điểm, tính chất của hàng hoá cần vận chuyển để lựa chọn phương tiện hợp lý vì mỗi hàng hoá có đặc điểm, tính chất riêng, do đó yêu cầu về chất xếp, bốc dỡ, sử dụng phương tiện vận tải phải phù hợp với tính chất riêng đó. Cần phải có quan điểm đúng đắn xuất phát từ lợi ích chung của nền kinh tế quốc dân và thực hiện nhiệm vụ chính trị của ngành.

Lưu ý khi lựa chọn phương tiện vận chuyển: phải căn cứ vào đặc điểm của từng loại phương tiện vận chuyển, bởi vì tốc độ vận chuyển ảnh hưởng đến vòng quay vốn và tốc độ lưu chuyển hàng hoá; giá cước vận chuyển ảnh hưởng đến chi phí lưu thông và chế độ hạch toán kinh tế của doanh nghiệp. Trong thực tế, không có loại phương tiện vận chuyển nào có đầy đủ các ưu điểm trên, khi lựa chọn phương tiện vận chuyển cần phải có quan điểm đúng đắn và xuất phát từ lợi ích kinh tế chung của nền kinh tế quốc dân và việc thực hiện nhiệm vụ chính trị của ngành, của doanh nghiệp. Đồng thời phải căn cứ vào đặc điểm tính chất của hàng hoá cần vận chuyển bởi vì mỗi loại hàng hoá có đặc điểm và tính chất riêng, do đó nó có yêu cầu riêng về chất xếp, bốc dỡ và sử dụng phương tiện vận chuyển

3. Lựa chọn con đường vận chuyển hợp lý

Tổ chức vận chuyển hàng hoá hợp lý bao gồm lựa chọn phương thức vận chuyển, lựa chọn phương tiện vận chuyển, lựa chọn con đường vận chuyển hợp lý.

Lựa chọn con đường vận chuyển hợp lý nhằm mục đích rút ngắn thời gian bình quân một lần xe chạy, quãng đường vận chuyển ngắn, tiết kiệm được nguyên liệu phục vụ cho phương tiện vận chuyển hàng hoá, tránh được nhiều khâu bốc dỡ hàng không cần thiết, thuận tiện cho việc giao nhận hàng và giải phóng xe nhanh.

Để đáp ứng được mục đích trên, khi lựa chọn con đường vận chuyển phải

chọn được quãng đường vận chuyển là ngắn nhất, tuyến đường vận chuyển phải thuận tiện nhất cho việc giao và nhận hàng của doanh nghiệp thương mại, tiết kiệm được nhân lực, tốc độ vận chuyển nhanh và cước phí hạ. Đồng thời khi lựa chọn con đường vận chuyển phải đảm bảo thuận chiều, tránh vận chuyển ngược chiều, vận chuyển quá xa, giảm bớt những lãng phí do phương tiện chạy không có hàng. Tránh vận chuyển thừa, vận chuyển đường vòng. Tùy loại hàng, khối lượng hàng, mặt hàng cần vận chuyển và quãng đường vận chuyển mà tiến hành lựa chọn phương tiện vận tải và tổ chức vận chuyển cho hợp lý.

III. QUÁ TRÌNH NGHIỆP VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ

1. Chuẩn bị gửi hàng

Chuẩn bị gửi hàng là công việc đầu tiên của quá trình nghiệp vụ vận chuyển hàng hoá. Việc chuẩn bị gửi hàng bao gồm các công việc sau: chuẩn bị giấy tờ gửi hàng (vận đơn), chuẩn bị phương tiện, xác định địa điểm xếp hàng lên phương tiện...

1.1. Chuẩn bị về hàng hoá

Trước khi đưa hàng đi gửi, chủ hàng phải làm tốt công tác chuẩn bị về hàng hoá. Cụ thể: tiến hành kiểm tra, phân loại hàng hoá, bảo đảm cho hàng hoá gửi đi, đúng loại đúng chất lượng và đúng số lượng như hợp đồng đã ký. Đóng gói hàng hoá cẩn thận, đúng quy cách, bảo đảm cho hàng hoá không bị rơi vãi, mất mát dọc đường vận chuyển, tạo điều kiện cho việc khuân vác, bốc dỡ, chất xếp hàng hoá lên phương tiện vận tải được thuận tiện. Niêm phong cặp chì đầy đủ đối với các loại hàng quý hiếm, hàng có giá trị cao. Ghi địa chỉ nơi giao, nơi nhận ở ngoài bao bì rõ ràng, chính xác để tránh nhầm lẫn thất lạc. Ghi ký nhãn hiệu ngoài bao bì để thuận tiện cho công tác gửi hàng được nhanh, an toàn.

1.2. Chuẩn bị giấy tờ gửi hàng đi kèm theo

Giấy tờ đi kèm theo với hàng gửi gồm có: hoá đơn, vận đơn, giấy bảo đảm chất lượng, giấy chứng nhận của công an (nếu cần). Hoá đơn đi kèm theo hàng hoá để khi hàng hoá đến nơi nhận phải có ngay giá và số lượng hàng rõ ràng để đơn vị nhận hàng có thể vào sổ, định giá bán và bán ra ngay. Mặt khác, chuẩn bị giấy tờ đầy đủ giúp đơn vị nhận hàng dễ tổ chức tiếp nhận hàng, dễ phát hiện hàng thừa, thiếu, hàng sai quy cách, không đảm bảo chất lượng và tính cước phí vận chuyển. Với những hàng quý, hàng dễ hỏng, hàng đặc biệt, ngoài hoá đơn

ra còn phải có giấy bảo đảm chất lượng (giấy bảo hành), lý lịch hàng hoá, giấy chứng nhận của công an đi kèm theo để tiện cho việc sử dụng và bảo dưỡng.

1.3. Chuẩn bị phương tiện vận chuyển, bốc dỡ hàng

Để đảm bảo an toàn cho hàng hoá khi bốc dỡ và giải phóng nhanh, phương tiện vận tải phải chọn phương tiện vận tải phù hợp với đặc điểm, tính chất của hàng định vận chuyển và phù hợp với khối lượng hàng định gửi. Dựa vào con đường vận chuyển dài ngắn mà chuẩn bị phương tiện vận chuyển cho thích hợp với từng loại hàng. Kiểm tra điều kiện vệ sinh và điều kiện bảo đảm an toàn cho hàng hoá trong quá trình vận chuyển.

Ngoài ra, doanh nghiệp thương mại phải chuẩn bị đủ phương tiện chuyên chở hàng từ kho ra nơi quy định gửi hàng (như xe đẩy tay, xe ô tô); chuẩn bị vật kê lót, vật chèn hàng và che phủ hàng hợp lý nhằm đảm bảo an toàn cho hàng hoá và cho người áp tải hàng; chuẩn bị đủ nhân lực để bốc dỡ, chất xếp và giám sát lô hàng gửi.

1.4. Xác định địa điểm đưa hàng lên phương tiện

Tùy thuộc vào loại phương tiện vận tải mà doanh nghiệp thương mại xác định địa điểm chuyển hàng ra nơi tập kết để chuẩn bị đưa hàng lên phương tiện vận chuyển. Việc xác định địa điểm đưa hàng lên phương tiện được tiến hành theo trình tự sau: chuyển hàng ra ga, bến bãi; kiểm tra bao bì và cân đo đếm hàng cùng với bên vận chuyển; kiểm tra toa xe, thùng xe, hầm tàu và bốc xếp hàng hoá lên phương tiện; giao nhận hàng và làm thủ tục thanh toán với chủ phương tiện.

2. Gửi hàng (gửi hàng đối với đường sắt, đường thủy)

Khi gửi hàng cho ngành giao thông vận tải, ngành thương mại cần phải làm tốt một số thủ tục nhất định. Tuy trình tự gửi hàng đối với từng loại phương tiện vận tải có khác nhau, nhưng về cơ bản cũng tương tự giống nhau. Nói chung công tác gửi hàng gồm có:

- *Viết giấy gửi hàng (phiếu vận chuyển hàng)*: Giấy gửi hàng phải căn cứ vào đặc điểm của phương tiện vận chuyển mà quy định những nội dung cần thiết như: họ tên, địa chỉ, số điện thoại của người gửi và người nhận. Xác định trách nhiệm của người bốc dỡ hàng hoá. Địa điểm dỡ hàng, tên hàng hoá, khối lượng hàng gửi.

- *Xác định địa điểm xếp hàng lên phương tiện*: (do địa điểm xếp hàng lên phương tiện khác nhau nên thủ tục cũng khác nhau).

Trường hợp xếp hàng ở đường sắt dùng riêng thì cần làm thủ tục điều xe với nhà ga. Còn khi xếp hàng hoá tại hoá trường của nhà ga phải đề nghị nhà ga chỉ nơi để hàng.

- *Chuyển hàng ra ga, bến bãi*: Đơn vị gửi hàng căn cứ vào thời gian quy định của đường sắt hay bến cảng để chuyển hàng ra, việc chuyển hàng ra ga bến cảng phải chú ý thực hiện đúng thời gian quy định đã thoả thuận với bên vận chuyển.

- *Xuất trình giấy tờ*: Trước khi vận chuyển chủ hàng cần xuất trình đầy đủ giấy tờ cần thiết cho cơ quan có trách nhiệm kiểm soát tại ga, bến bãi.

- *Kiểm tra bao bì và cân hàng cùng với bên vận chuyển*: Hàng sau khi đã chuyển ra nhà ga, bến bãi nhân viên đường sắt (đường thủy) tiến hành kiểm tra tình trạng bao bì và cân hàng. Khi kiểm tra nếu thấy bao bì hư hỏng phải thay hoặc lập biên bản, nếu hàng hoá thiếu phải lập biên bản có chữ ký xác nhận của người vận chuyển và chủ hàng.

- *Kiểm tra toa xe (đối với đường sắt) và thành xe (đối với ô tô)* trước khi xếp hàng lên để tránh những hiện tượng hàng hoá phải bốc lên dỡ xuống không cần thiết.

- *Chất xếp hàng hoá lên phương tiện phải thực hiện đúng nội quy đường sắt, đường thủy*. Mặt khác, phải thực hiện đúng các yêu cầu kỹ thuật khi chất xếp hàng hoá như: hàng nặng xếp dưới, hàng nhẹ xếp ở trên, hàng kỵ nhau phải để xa nhau, hàng dễ vỡ, đập phải chằng buộc, chèn lót cẩn thận. Phải chú ý ký hiệu an toàn của hàng hoá khi chất xếp.

Phải lựa chọn phương tiện thích hợp và cải tiến kỹ thuật chất xếp để đảm bảo tải trọng của phương tiện, đồng thời tiết kiệm được diện tích và dung tích của toa xe, của phương tiện vận tải, hạ thấp cước phí vận chuyển và đảm bảo an toàn cho hàng hoá trên đường vận chuyển (tránh được đổ vỡ hư hỏng dọc đường).

- *Làm thủ tục giao nhận hàng hoá và thanh toán với bên vận chuyển*.

Sau khi hàng hoá đã được chất xếp lên xe xong chủ hàng và chủ phương tiện phải tiến hành làm thủ tục, chứng từ về giao nhận hàng hoá rõ ràng để phân rõ trách nhiệm vật chất của hai bên và tạo điều kiện thuận lợi cho việc xử lý những tranh chấp xảy ra trong quá trình vận chuyển. Sau đó, chủ hàng phải tiến hành thanh toán cho bên vận chuyển mọi khoản chi phí theo đúng với quy định của Nhà nước và của ngành.

Gửi hàng đối với phương tiện ô tô và thô sơ: Thủ tục đơn giản hơn, chủ yếu là viết phiếu vận chuyển, giao nhận hàng hoá, thanh toán cước phí.

3. Bảo vệ hàng hoá trên đường vận chuyển

Việc bảo vệ an toàn cho hàng hoá trên đường vận chuyển là trách nhiệm chung của cả chủ hàng và chủ phương tiện nhưng trách nhiệm chính là của chủ phương tiện.

Trong quá trình vận chuyển, cả hai bên cần nâng cao tinh thần trách nhiệm, tăng cường hợp tác trong việc khắc phục sai lầm và thiếu sót, để phòng tai nạn và hạn chế mọi hư hao, tổn thất có thể xảy ra. Đối với những hàng có giá trị cao hoặc quan trọng thì chủ hàng cần cử người áp tải để cùng với chủ phương tiện bảo vệ hàng hoá trên đường. Đối với các loại hàng hoá thông thường khác chủ phương tiện sẽ thay mặt chủ hàng có trách nhiệm bảo vệ hàng hoá suốt dọc đường vận chuyển. Cần đề phòng những hiện tượng không an toàn cho hàng hoá đang đi trên đường như:

- Hàng dễ bị đổ, vỡ, dập, hỏng do đóng gói và chất xếp không tốt. Cụ thể:

Nếu chất xếp cao và quá nặng hàng dễ bị chòng chành làm cho hàng hoá bị nghiêng ngả, va vào nhau gây hư hỏng.

Hòm nhỏ nhẹ xếp phía ngoài, hòm to nặng xếp ở giữa, khi phương tiện vận tải xóc sẽ làm cho hòm nặng chèn nát hòm nhẹ.

Đối với hàng dễ sụt và dập hỏng khi chất xếp không chèn lót chặt, chống hàng dễ đổ vỡ.

- Hàng bị lây bẩn, nhiễm mùi lạ, hấp hơi, hư hỏng do: chất xếp bốc dỡ, chăm sóc không tốt. Xếp lẫn hàng kỵ nhau, bốc dỡ không cẩn thận làm cho hàng bị lây bẩn, nhiễm mùi lạ, hàng bị ẩm ướt. Chuẩn bị phương tiện vận chuyển không tốt. Chăm sóc hàng hoá dọc đường thiếu chu đáo nên khi gặp nóng hàng dễ bị hấp hơi.

- Hàng bị ẩm ướt do bị sương và nước mưa. Vì vậy, trong quá trình vận chuyển phải che đậy cẩn thận đối với hàng kỵ ẩm. Nắp hầm (tàu thủy), toa xe, mui xe phải kín và không bốc dỡ hàng lúc trời mưa.

- Hàng hoá bị nứt nẻ, biến dạng do nắng. Để tránh được phải chú ý che đậy, bảo vệ hàng dọc đường nhất là những hàng kỵ nắng, kỵ ánh sáng.

- Hàng bị dầm nát, lôi kéo hư hỏng do việc tổ chức bốc dỡ thiếu chu đáo.

- Hàng bị rơi vãi, chảy khi xe chạy là do bao bì không tốt.

- Hàng bị trộm cắp do trông coi không cẩn thận.

- Hàng bị cháy do hút thuốc lá, do xe cháy, do điện, phá hoại.

Tất cả những hiện tượng không an toàn cho hàng hoá đi trên đường vận

chuyển thường gặp đó là do chất xếp, bốc dỡ chăm sóc, bảo vệ hàng hoá trên đường vận chuyển chưa đúng kỹ thuật quy định, doanh nghiệp phải kịp thời phát hiện những thiếu sót và tìm biện pháp khắc phục; đồng thời phải quy trách nhiệm vận chuyển rõ ràng, xử lý kịp thời đối với những người vận chuyển áp tải trong việc bảo vệ hàng hoá đi trên đường.

4. Giao nhận hàng

Giao nhận hàng là khâu cuối cùng của quá trình nghiệp vụ vận chuyển hàng hoá, nó phải được tiến hành một cách khẩn trương, chính xác và đúng thủ tục để xác định rõ trách nhiệm vật chất của bên giao và bên nhận hàng; đồng thời giải phóng nhanh phương tiện vận chuyển, lại vừa có thể khắc phục được nhầm lẫn, hư hỏng, mất mát.

4.1. Đối với đường sắt, đường thủy giao nhận hàng theo thủ tục sau:

- *Thông báo nhận hàng:* sau khi hàng hoá đã được chuyển từ ga gửi đến ga nhận thì khi đó nhà ga, bến bãi sẽ thông báo cho bên nhận biết ngày giờ nhận. Trong thông báo cần nói rõ: tên hàng, số lượng hòm kiện, khối lượng, đơn vị gửi, thời gian dỡ hàng.

- *Chuẩn bị giao nhận hàng (áp dụng cho bên mua):* Muốn cho việc giao nhận hàng được tốt cần chuẩn bị chu đáo các nội dung: chuẩn bị nhân lực, phương tiện để bốc dỡ và chuyển hàng hợp lý. Phải xác định rõ địa điểm dỡ và chất xếp hàng. Kiểm tra hàng hoá phải cẩn thận.

Chú ý: Trước khi dỡ hàng đơn vị nhận cần kiểm tra toa xe, tình hình hàng hoá ở trên toa xe để tránh những tranh chấp sau này do trách nhiệm vật chất không rõ gây nên. Trường hợp nếu phát hiện những hư hỏng, mất mát trên toa xe thì phải lập biên bản sau đó mới dỡ hàng. Trước khi dỡ hàng phải lập biên bản bao gồm (biên bản tình trạng khác thường của phương tiện vận tải, của hàng hoá, biên bản hàng hoá hư hỏng, biên bản kết toán nếu cần thiết phải giám định tại tàu, phương tiện, giám định lại hàng hoá).

- *Bốc dỡ hàng hoá:* Khi bốc dỡ hàng hoá cần chú ý đảm bảo an toàn cho hàng hoá và người bốc dỡ, đặc biệt là khi bốc dỡ hàng hoá dễ bị hư hỏng hoặc hàng hoá nguy hiểm

Sau khi hàng hoá đã bốc dỡ xuống hoá trường của nhà ga: chủ phương tiện cần khẩn trương kiểm tra tình hình phương tiện vận tải để có thể tiếp tục vận chuyển hàng hoá.

- *Giao nhận hàng hoá giữa bên nhận hàng và bên vận chuyển hàng:* sau

khi đã bốc dỡ hết hàng, phải làm ngay thủ tục sau khi giao nhận để phân rõ trách nhiệm giữa người giao và người nhận hàng. Trong giao nhận cần đối chiếu phiếu gửi hàng với hàng thực có. Kiểm tra tình hình bao bì có còn nguyên vẹn không. Kiểm tra số hòm hiện có đủ không. Cân lại khối lượng hàng rời và đếm đo lại các loại hàng lẻ. Trường hợp trong khi kiểm tra nếu thấy hàng hư hỏng, mất mát phải lập biên bản có chữ ký của đại diện bên nhận hàng và đường sắt. Yêu cầu biên bản phải ghi rõ ràng về hàng hoá bị vỡ hỏng, mất mát và trách nhiệm bồi thường.

- *Chuyển hàng ra khỏi nhà ga hoặc bến bãi:*

Trong thời gian quy định của ngành đường sắt, của bến cảng đơn vị nhận hàng phải tổ chức chuyển hàng ra khỏi ga, cảng một cách khẩn trương, đúng thời hạn quy định. Tránh bị phạt lưu kho, lưu bãi. Tuỳ theo khối lượng hàng định vận chuyển và quãng đường định vận chuyển mà sử dụng các loại phương tiện vận chuyển cho thích hợp.

4.2. Thủ tục nhận hàng đối với ô tô và xe thô sơ: đơn giản hơn

Khi hàng hoá đã vận chuyển đến, người lái xe ô tô hay xe thô sơ đưa hoá đơn và phiếu vận chuyển cho người nhận hàng. Người nhận hàng dựa vào đó để tiếp nhận hàng hoá. Sau khi giao nhận, đơn vị nhận hàng gửi hoá đơn, ký tên vào phiếu vận chuyển, lái xe đem phiếu vận chuyển đó đưa cho đơn vị gửi hàng.

IV. HỢP ĐỒNG VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ

1. Khái niệm

Hợp đồng vận chuyển hàng hoá là một hình thức của hợp đồng kinh tế, là văn bản ký kết về vận chuyển hàng hoá giữa cơ quan, các xí nghiệp kinh tế có quyền pháp nhân dựa trên chỉ tiêu kế hoạch vận chuyển đã được Nhà nước phê chuẩn.

Đặc điểm của hợp đồng vận chuyển là có quan hệ ba bên: chủ hàng, chủ phương tiện, bên nhận hàng (mua).

Có trường hợp người nhận hàng không trực tiếp ký vào hợp đồng nhưng vẫn có quyền nhất định trong quan hệ với cơ quan vận tải.

2. Phân loại hợp đồng vận chuyển hàng hoá và phạm vi ký kết hợp đồng

Hợp đồng vận chuyển có 3 loại: hợp đồng dài hạn, hợp đồng ngắn hạn, hợp đồng vận chuyển từng chuyến.

2.1. Hợp đồng dài hạn (nguyên tắc)

Thời hạn ký kết: là hợp đồng được ký kết từ một năm trở lên. Khối lượng hàng hoá vận chuyển phân bố cho từng quý. Do các xí nghiệp kinh tế ký kết với nhau có sự hướng dẫn của cơ quan chủ quản cấp trên.

Phạm vi ký kết hợp đồng dài hạn: thường áp dụng đối với những hàng hoá vận chuyển bằng đường sắt, tàu thủy với khối lượng vận chuyển từ 5000 tấn trở lên trong một năm. Bằng thuyền với khối lượng vận chuyển trên 3000 tấn trong một năm. Bằng ô tô với khối lượng trên 1000 tấn trong một năm.

2.2. Hợp đồng ngắn hạn (cụ thể)

Là hợp đồng được ký kết trong một quý hay một tháng. Trong hợp đồng quý cần phân bố khối lượng hàng hoá vận chuyển cho từng tháng. Trong từng tháng cần phân bố khối lượng hàng hoá vận chuyển cho từng 10 ngày một. Hợp đồng này do các xí nghiệp kinh tế ký kết với nhau, trong thời gian xây dựng kế hoạch ngắn hạn phải phù hợp với tiến độ xây dựng và kế hoạch lưu chuyển hàng hoá của doanh nghiệp.

Phạm vi ký kết hợp đồng ngắn hạn. Đối với những hàng hoá vận chuyển bằng đường sắt, tàu thủy với khối lượng vận chuyển từ 100 đến dưới 5000 tấn trong một năm. Bằng thuyền với khối lượng vận chuyển từ 20 đến 3000 tấn trong một năm. Bằng ô tô với khối lượng vận chuyển từ 10 đến dưới 1000 tấn trong một năm.

2.3. Hợp đồng từng chuyến

Là hợp đồng chỉ được ký kết cho một lần vận chuyển và ký kết giữa chủ hàng và cơ quan vận tải, đối với những hàng hoá có khối lượng vận chuyển nhỏ và hàng đột xuất không ghi trong kế hoạch vận chuyển hàng hoá.

Phạm vi ký kết hợp đồng từng chuyến, giữa chủ hàng và cơ quan vận tải. Khối lượng vận chuyển dưới 100 tấn đối với đường sắt trong một năm. Khối lượng vận chuyển dưới 20 tấn bằng thuyền trong một năm. Khối lượng vận chuyển dưới 10 tấn bằng ô tô trong một năm.

Khối lượng hàng hoá thuê vận chuyển dưới quy định so với hai loại hợp đồng trên thì chủ hàng và cơ quan vận tải ký kết hợp đồng từng chuyến.

Với những hàng cần vận chuyển đột xuất hay không nằm trong kế hoạch Nhà nước hoặc trong kế hoạch Nhà nước mà khối lượng trội lên cần phải có những điều kiện hoặc thủ tục cần thiết thì cơ quan vận tải Nhà nước mới nhận vận chuyển.

3. Nội dung hợp đồng vận chuyển hàng hoá

Sau khi các cơ quan là chủ hàng gửi dự trù kế hoạch vận chuyển hàng hoá hàng năm, hàng quý và hàng tháng cho cơ quan vận tải thì hai bên phải ký hợp đồng vận chuyển hàng hoá theo đúng chế độ hợp đồng kinh tế của nhà nước.

Khi chuẩn bị ký và ký hợp đồng phải xác định cụ thể nội dung của hợp đồng để phân rõ trách nhiệm và cách giải quyết các tranh chấp có thể xảy ra giữa chủ hàng và chủ phương tiện. Nội dung của hợp đồng vận chuyển gồm:

3.1. Nội dung hợp đồng vận chuyển dài hạn

Tên và địa chỉ của cơ quan thuê chở hàng (chủ hàng), nhận chở (chủ phương tiện) và chở cho ai (bên mua).

Loại phương tiện vận tải dùng để vận chuyển hàng hoá (đường sắt, đường thủy, ô tô).

Tên hàng và khối lượng hàng hoá vận chuyển, luồng đường. Khối lượng bình quân từng quý và tổng khối lượng cả năm.

Thời gian vận chuyển và trách nhiệm của hai bên trong việc thực hiện hợp đồng về vận chuyển hàng hoá.

3.2. Nội dung hợp đồng vận chuyển ngắn hạn

Nội dung của hợp đồng vận chuyển ngắn hạn cần cụ thể, tỉ mỉ hơn hợp đồng dài hạn, nội dung của hợp đồng bao gồm:

- Tên, địa chỉ của các bên đại diện.
- Tên hàng, loại hàng, số lượng, khối lượng hàng vận chuyển, nơi nhận, nơi gửi.
- Quy cách đóng gói, thể thức và thời gian giao nhận.
- Trình tự đưa hàng đến vận chuyển, thời gian vận chuyển, khoảng cách vận chuyển, trách nhiệm xếp dỡ, áp tải bảo quản hàng hoá trên đường vận chuyển.
- Cách báo tin cho chủ hàng, cước phí và thanh toán cước phí.
- Trách nhiệm vật chất giữa hai bên và điều khoản xử lý.

Chú ý: hợp đồng sau khi đã ký kết có tính chất bắt buộc hai bên đều phải thi hành. Vì vậy, để tăng cường trách nhiệm hai bên thì trong hợp đồng cần quy định rõ các khoản bồi thường và phạt khi một trong hai bên vi phạm những điều đã ký kết. Trong quá trình thực hiện hợp đồng vận chuyển hàng hoá thì những nội dung trên là những điều cam kết không thể thiếu được. Những nguyên tắc ký kết hợp đồng và xử lý hợp đồng vận chuyển về cơ bản cũng giống như hợp đồng kinh tế nói chung.

MẪU MỘT BẢN HỢP ĐỒNG VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ

Cục Đường bộ Việt Nam
Công ty vận tải Ô tô số 3

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

HỢP ĐỒNG VẬN TẢI HÀNG HOÁ BẰNG ÔTÔ

Số:...../KHDD

- Căn cứ vào Pháp lệnh Hợp đồng kinh tế ngày 25/9/1989 của Hội đồng Nhà nước.

- Căn cứ Nghị định số 17/HĐBT ngày 16/1/1990 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Hội đồng Chính phủ) hướng dẫn thi hành Pháp lệnh Hợp đồng kinh tế.

Căn cứ vào nhu cầu vận chuyển hàng hoá và khả năng phương tiện vận tải.

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

Chúng tôi gồm:.....

Một bên là ông..... Chức vụ.....

Mang giấy uỷ quyền số:..... ngày..... tháng.... năm.....

Đại diện.....(sau đây gọi tắt là bên vận tải)

Có tài khoản số:.....

Địa chỉ:.....

Số điện thoại:.....

Một bên là ông..... Chức vụ.....

Mang giấy uỷ quyền số:..... ngày.... tháng.... năm.....

Đại diện.....(sau đây gọi tắt là bên chủ hàng)

Có tài khoản số:.....

Địa chỉ:.....

Số điện thoại:.....

Hai bên thoả thuận ký hợp đồng vận tải hàng hoá với các điều khoản sau:

Điều 1: Tên hàng, khối lượng, địa điểm, thời gian

Bên chủ hàng đồng ý thuê vận chuyển. Bên vận tải đồng ý nhận vận chuyển.

<i>Nơi đi</i>	<i>Nơi đến</i>	<i>Tên hàng</i>	<i>Khối lượng</i>	<i>Thời gian vận chuyển</i>

Điều 2: Trách nhiệm xếp dỡ hàng hoá, quy cách bao kiện, đóng gói, chằng buộc, phương thức giao nhận

.....

.....

Điều 3: Giá cước vận chuyển, phương thức thanh toán

.....

.....

Điều 4: Tỷ lệ hao hụt và giải quyết bồi thường hàng hoá

.....

.....

.....

Điều 5: Điều khoản khác

.....

.....

.....

Điều 6: Cam kết chung

Hai bên cam kết cùng nhau thực hiện tốt những điều khoản ghi trong hợp đồng này. Nếu có gì khó khăn vướng mắc sẽ thông báo cho nhau biết để bàn bạc giải quyết trên tinh thần hợp tác. Nếu bên nào cố tình vi phạm gây thiệt hại cho bên kia sẽ chịu phạt theo luật định.

Hợp đồng lập thành..... bản, mỗi bên giữ.....bản

Đại diện bên chủ hàng
Ký tên (đóng dấu)

Đại diện bên vận chuyển
Ký tên (đóng dấu)

V. BIỆN PHÁP CHỦ YẾU ĐỂ NÂNG CAO NĂNG SUẤT CỦA PHƯƠNG TIỆN VẬN TẢI

Năng suất của phương tiện tải phụ thuộc nhiều yếu tố như: loại phương tiện, luồng đường vận chuyển, kỹ thuật bao gói và chất xếp hàng trên phương tiện, ý thức trách nhiệm và trình độ chuyên môn của lái xe. Để nâng cao được năng suất của phương tiện vận tải doanh nghiệp thương mại phải chú trọng những biện pháp sau:

1. Cải tiến công tác bao bì đóng gói hàng hoá

Cải tiến công tác bao bì đóng gói hàng hoá: là biện pháp quan trọng để nâng cao năng suất của phương tiện vận chuyển. Làm tốt công tác này sẽ có tác dụng: bảo đảm an toàn hàng hoá trong quá trình vận chuyển, hạ thấp chi phí bao bì, nâng cao hệ số sử dụng trọng tải của phương tiện vận tải... Vì cải tiến công tác đóng gói bao bì sẽ tăng khối lượng chất xếp hàng lên xe; mặt khác cải tiến công tác bao bì đóng gói sẽ tạo điều kiện tốt cho việc bốc dỡ, chất xếp hàng hoá trong quá trình vận chuyển, giải phóng phương tiện nhanh chóng để tăng số lần vận chuyển, tăng năng suất phương tiện vận tải.

Trong thực tế, doanh nghiệp thương mại thường sử dụng bao bì chuyên dùng và bao bì chung để đóng gói hàng hoá cho phù hợp với từng loại hàng và từng loại phương tiện vận tải.

2. Cải tiến công tác chất xếp hàng hoá trên phương tiện vận chuyển

Cải tiến công tác chất xếp hàng hoá trên phương tiện vận chuyển: là biện pháp chính để sử dụng đầy đủ trọng tải và dung tích xe và phải căn cứ vào tính chất đặc điểm của hàng hoá mà có phương pháp chất xếp thích hợp. Cải tiến công tác chất xếp hàng hoá bao gồm:

Chất xếp hàng thành chồng: phương pháp này nhằm mục đích tận dụng diện tích và dung tích xe, tăng thêm số lượng hàng chất xếp lên nhau. Bằng cách để các hòm kiện khít nhau, hàng nặng để dưới, hàng nhẹ để trên...

Cách xếp kết hợp giữa hàng nhẹ và hàng nặng trong công tác vận chuyển hàng hoá: đối với những loại hàng nhẹ và cồng kềnh, mà không thể thu nhỏ thể tích trong khi đóng gói được thì biện pháp tốt hơn cả là xếp lẫn với các loại hàng nặng và hàng có thể tích nhỏ, có giá cước tương tự nhau. Khi xếp chung các loại hàng cần chú ý đầy đủ đến tính chất của hàng hoá để tránh những hiện tượng lây mùi, biến chất... do để hàng có tính kị nhau ở gần nhau.

3. Nâng cao thành xe và làm thêm tầng xếp hàng

Khi xe chỉ vận chuyển hàng hoá nhẹ và hàng công kênh, mà những loại hàng này không thể xếp chung với các loại hàng hoá nặng và hàng gọn thì cần phải nâng cao thành xe để tăng thêm hệ số sử dụng trọng tải của xe. Việc nâng cao thành xe phải đi đôi với việc bảo vệ an toàn cho hàng hoá, nếu không hàng hoá xếp ở bên dưới sẽ bị bẹp méo, hàng hoá xếp bên trên thùng xe khi xe bị nảy sóc sẽ rơi ra ngoài.

Với hàng nhỏ, hàng công kênh như hàng gia cầm (gà, vịt, ngan, ngỗng...), rau quả... Nếu xếp một lượt hàng lên xe thì lãng phí về dung tích và tải trọng xe, xếp đầy xe thì không đảm bảo an toàn cho hàng hoá, vì vậy phải nâng cao thành xe và làm thêm tầng chứa hàng để tận dụng được sức chứa và tải trọng của xe.

4. Cải tiến công tác bốc dỡ hàng hoá trong quá trình vận chuyển

Trước tiên phải tổ chức nhân lực bốc dỡ hàng hoá hợp lý bởi vì hàng về ga, bến bãi và về kho thường không ổn định, lúc nhiều, lúc ít hàng. Nếu tổ chức nhiều người bốc dỡ hàng hoá thì không có đủ việc để làm, thu nhập của họ thấp. Nếu tổ chức ít người bốc dỡ hàng thì sẽ bị tổn động hàng trên phương tiện lâu và việc giải phóng xe bị chậm. Vì vậy, doanh nghiệp nên tổ chức một bộ phận bốc dỡ hàng thường trực với số lượng người vừa phải và khi có nhiều hàng về kho sẽ tổ chức một bộ phận bốc dỡ hàng bán chuyên nghiệp để hỗ trợ.

Đồng thời, khi tổ chức lực lượng bốc dỡ hàng, phải biết dựa vào sức lao động và kỹ thuật lao động để tuyển chọn người làm công tác này cho có hiệu quả, cụ thể như sau:

+ Lao động loại A là người có khả năng vác được hàng nặng 100kg, đi được 50m đến 100m, vác hàng lên được các kho cao và xếp được thành hàng nhanh, gọn, đúng quy định.

+ Lao động loại B là người vác được hàng nặng 80kg, đi lại bình thường từ 50m đến 100m.

+ Lao động loại C là người vác được hàng nặng 50kg và đi lại bình thường từ 50m đến 100m.

Tiếp đến là doanh nghiệp thương mại, phải biết cách cơ giới hoá công tác bốc dỡ hàng hoá cho hợp lý. Việc cơ giới hoá công tác bốc dỡ hàng hoá cần phải tiến hành từ thấp đến cao, phải biết kết hợp giữa công cụ cải tiến và máy móc hiện đại cho thích hợp. Bởi vì hàng đến ga, bến bãi và kho chứa thường rất lớn, mà việc bốc vác lại là công việc hết sức nặng nhọc, nếu chỉ dùng sức người

bốc vác thủ công thì tốn nhiều người, cường độ lao động cao, năng suất lao động thấp và không đảm bảo an toàn cho hàng hoá cũng như cho người bốc dỡ. Vì vậy, doanh nghiệp thương mại cần phải từng bước cơ giới hoá khâu bốc dỡ hàng.

Đây là biện pháp tốt nhất để rút ngắn thời gian bình quân một chuyến xe chạy, giải phóng nhanh phương tiện vận tải góp phần tăng số xe chạy. Bảo đảm an toàn và hạ thấp hao hụt của hàng hoá, hạ thấp cước phí bốc dỡ.

5. Giảm bớt quãng đường xe chạy không có hàng

Muốn giảm bớt quãng đường xe chạy không có hàng doanh nghiệp thương mại phải biết kết hợp việc lựa chọn phương thức vận chuyển, luồng đường vận chuyển và phương tiện vận tải hợp lý nhằm để đảm bảo xe chạy hai chiều có hàng.

Đường vận chuyển có thể chia thành hai loại: đường con thoi và đường vòng. Vận chuyển hàng theo kiểu đường thẳng con thoi tức là xe chạy theo thứ tự quy định lần lượt để vận chuyển thẳng hàng từng chuyến một như con thoi từ nơi giao đến nơi nhận, song phải chú ý xem xét một cách chính xác khối lượng hàng cần vận chuyển để bố trí xe cho thích hợp.

Vận chuyển hàng theo kiểu đường vòng được áp dụng khi khối lượng hàng vận chuyển từ nơi giao đến nơi nhận nhỏ không đủ một chuyến thì vận chuyển hàng theo kiểu đường vòng và mỗi lần đi xe không chỉ vận chuyển hàng đến một nơi nhận mà vận chuyển hàng đến một số nơi nhận. Khi vận chuyển hàng bằng hai kiểu trên thì sau khi giao hàng cho nơi nhận xong, nên kết hợp làm công tác thu hồi bao bì về cho doanh nghiệp.

Để thực hiện tốt công tác này doanh nghiệp thương mại cần phân bố khối lượng hàng vận chuyển cho từng nơi chính xác tránh vận chuyển thừa, vận chuyển đường vòng. Làm tốt công tác chuẩn bị hàng. Kết hợp xe chạy hai chiều, tránh vận chuyển ngược chiều và vận chuyển quá xa. Phối hợp chặt chẽ với cơ quan vận tải hàng hoá để thực hiện tốt hợp đồng vận chuyển.

6. Sử dụng ô tô chuyên dùng

Căn cứ vào loại hàng hoá, khối lượng hàng hoá định vận chuyển, quãng đường vận chuyển mà lựa chọn loại ô tô chuyên dùng để vận chuyển hàng hoá cho thích hợp.

Sử dụng ô tô chuyên dùng vận chuyển hàng hoá sẽ đảm bảo an toàn cho hàng hoá về số lượng và chất lượng, tốc độ vận chuyển hợp lý, giảm được tỉ lệ hao hụt trên đường vận chuyển, chi phí vận chuyển hợp lý, diện liên hệ rộng.

Hiện nay, các doanh nghiệp thương mại đang có xu hướng sử dụng rộng rãi ô tô chuyên dùng vận chuyển hàng.

7. Tăng cường công tác giáo dục tư tưởng và bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn cho lái xe

Áp dụng biện pháp này nhằm tạo điều kiện cho lái xe nâng cao nhận thức về nghề nghiệp, về tinh thần trách nhiệm và nghiệp vụ chuyên môn trong việc vận chuyển, chất xếp bốc dỡ và bảo vệ hàng trên đường vận chuyển, đồng thời quán triệt cho lái xe thực hiện tốt các biện pháp ở trên.

Mặt khác, nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, đồng thời cần kết hợp với khuyến khích lợi ích vật chất và quan tâm đến điều kiện làm việc cũng như hoàn cảnh gia đình của lái xe. Từ đó thúc đẩy được tính tự giác và hăng say của lái xe trong việc vận chuyển hàng hoá.

8. Xác định loại phương tiện vận chuyển và số lượng phương tiện cần thiết để vận chuyển hàng

Tùy thuộc vào loại hàng, khối lượng hàng cần vận chuyển, quãng đường vận chuyển mà lựa chọn loại phương tiện vận chuyển là máy bay, tàu hoả, tàu thuỷ, ô tô hay phương tiện thô sơ cho thích hợp. Khi chọn xong loại phương tiện vận chuyển phải xác định được số lượng của loại phương tiện vận chuyển đó là bao nhiêu cái cho phù hợp với khối lượng hàng cần vận chuyển.

Phần thực hành

Bài 1: Khi tính số lượng xe cần thiết để vận chuyển hàng cần lưu ý các chỉ tiêu sau:

1. Số xe cần thiết (chiếc)

$$X = \frac{M}{N}$$

X: Số xe cần thiết

M: Khối lượng hàng chu chuyển bình quân trong một ngày (tấn/km)

N: Năng suất bình quân một ngày của xe (tấn/km)

2. Năng suất bình quân một ngày của xe (tấn/ km)

$$N = P_L \times H_p \times S \times \bar{C} \times H$$

N: Năng suất bình quân một ngày của xe (tấn/ km)

P_L : Trọng tải lý thuyết của xe (tấn)

H_p : Hệ số sử dụng trọng tải xe

S: Số chuyến xe chạy bình quân một ngày

$\bar{C}$: Cự ly bình quân một chuyến xe (km)

H: Hệ số sử dụng quãng đường xe chạy

3. Hệ số sử dụng trọng tải xe

$$H_p = \frac{P_T}{P_L}$$

H_p : Hệ số sử dụng trọng tải xe

P_T : Trọng tải thực tế của xe (tấn)

P_L : Trọng tải kỹ thuật của xe (tấn)

4. Cự ly bình quân một chuyến xe chạy (km)

$$\bar{C} = \frac{M}{Q}$$

$\bar{C}$: Cự ly bình quân một chuyến xe chạy (km)

M: Khối lượng hàng chu chuyển bình quân trong ngày (tấn/ km)

Q: Khối lượng hàng vận chuyển bình quân theo chuyến (tấn)

5. Hệ số sử dụng quãng đường xe chạy

$$H = \frac{C_h}{C}$$

H: Hệ số sử dụng quãng đường xe chạy

C_h : Tổng số km xe chạy có hàng

C: Tổng số km xe chạy (có hàng và không hàng)

6. Thời gian một chuyến xe chạy (giờ)

$$t = \frac{\bar{C}}{V} + T_{bd}$$

t: thời gian một chuyến xe chạy (giờ)

$\bar{C}$: Cự ly bình quân một chuyến xe chạy (km)

V: Tốc độ trung bình của xe (km/ giờ)

T_{bd} : thời gian dừng để bốc dỡ hàng (giờ)

7. Số chuyến xe chạy bình quân trong ngày (chiếc)

$$S = \frac{T}{t}$$

S: Số chuyến xe chạy bình quân trong ngày (chiếc)

T: Thời gian làm việc trung bình của xe trong ngày (giờ)

t: Thời gian một chuyến xe chạy (giờ)

Bài tập ứng dụng:

1. Tính số xe cần thiết để vận chuyển hàng theo số liệu sau:

Khối lượng hàng chu chuyển bình quân một ngày là 4.900 tấn/km. Thời gian làm việc bình quân của xe trong một ngày là 10 giờ. Thời gian bốc dỡ bình quân một chuyến xe là 1 giờ. Tốc độ trung bình của xe chạy là 50 km/giờ. Khối lượng hàng vận chuyển bình quân một chuyến là 98 tấn. Trọng tải lý thuyết của xe là 3,5 tấn. Trọng tải thực tế của xe là 2,8 tấn. Quãng đường bình quân xe chạy có hàng là 21 km. Quãng đường bình quân xe chạy có hàng và cả không có hàng là 30 km. Hãy tính số xe cần thiết để vận chuyển lô hàng trên.

Giải:

Hệ số sử dụng trọng tải của xe bằng trọng tải thực tế chia cho trọng tải lý thuyết:

$$H_p = 2,8 \text{ tấn} : 3,5 \text{ tấn} = 0,8$$

Hệ số sử dụng quãng đường xe chạy bằng quãng đường xe chạy có hàng chia cho quãng đường xe chạy (có hàng và không có hàng)

$$H = 21 \text{ km} : 30 \text{ km} = 0,7$$

Cự ly bình quân một chuyến xe chạy bằng khối lượng hàng chu chuyển bình quân một ngày chia cho khối lượng hàng vận chuyển bình quân theo chuyến

$$C = 4900 \text{ (tấn - km)} : 98 \text{ (tấn)} = 50 \text{ km}$$

Thời gian mỗi chuyến xe chạy bằng cự ly bình quân một chuyến xe chạy chia cho tốc độ trung bình của xe cộng với thời gian dừng xe để bốc dỡ hàng

$$t = [50 \text{ (km)} : 50 \text{ (km/giờ)}] + 1 \text{ giờ} = 2 \text{ giờ}$$

Số chuyến xe chạy bình quân trong ngày bằng thời gian làm việc trung bình của một xe trong ngày chia cho thời gian mỗi chuyến xe chạy

$$S = 10 \text{ giờ} : 2 \text{ giờ} = 5 \text{ chuyến}$$

Năng suất bình quân một ngày của xe bằng trọng tải lý thuyết xe nhân hệ số sử dụng trọng tải xe nhân số chuyến xe chạy bình quân một ngày nhân cự ly bình quân một chuyến xe nhân hệ số sử dụng quãng đường xe chạy

$$N = 3,5 \text{ tấn} \times 0,8 \times 5 \times 50 \text{ km} \times 0,7 = 490 \text{ tấn/km}$$

Số xe cần thiết để vận chuyển hàng bằng khối lượng hàng chu chuyển bình quân trong ngày chia cho năng suất bình quân một ngày của xe

$$X = 4900 \text{ tấn/km} : 490 \text{ tấn/km} = 10 \text{ xe}$$

2. Dựa vào bài tập mẫu ở trên, hãy tính số xe cần thiết để vận chuyển hàng theo số liệu sau:

Khối lượng hàng chu chuyển bình quân một ngày là 8100 tấn/km

Thời gian làm việc bình quân của xe trong ngày là 9 giờ

Thời gian bốc dỡ bình quân một chuyến xe là 1 giờ

Tốc độ bình quân của xe chạy là 30 km/ giờ

Khối lượng hàng vận chuyển bình quân một chuyến là 135 tấn

Trọng tải lý thuyết của xe là 5 tấn

Trọng tải thực tế của xe là 4 tấn

Quãng đường bình quân xe chạy có hàng là 30 km

Quãng đường xe chạy có hàng và không có hàng là 40 km

Hãy tính số xe cần thiết để vận chuyển lô hàng trên

Giải:

Hệ số sử dụng trọng tải của xe:

$$H_p = 4 \text{ tấn} : 5 \text{ tấn} = 0.8$$

Hệ số sử dụng quãng đường xe chạy:

$$H = 30 \text{ km} : 40 \text{ km} = 0.75$$

Cự ly bình quân một chuyến xe chạy:

$$\overline{C} = 8100 \text{ tấn/km} : 135 \text{ tấn} = 60 \text{ km}$$

Thời gian mỗi chuyến xe chạy:

$$t = (60 \text{ km} : 30 \text{ km}) + 1 \text{ giờ} = 3 \text{ giờ}$$

Số chuyến xe chạy bình quân trong ngày:

$$S = 9 \text{ giờ} : 3 \text{ giờ} = 3 \text{ chuyến}$$

Năng suất bình quân một ngày của xe:

$$N = 5 \text{ tấn} \times 0.8 \times 3 \times 60 \text{ km} \times 0.75 = 540 \text{ tấn /km}$$

Số xe cần thiết để vận chuyển hàng:

$$X = 8100 \text{ tấn/km} : 540 \text{ tấn/km} = 15 \text{ xe}$$

3. Bài tập

Khối lượng hàng chu chuyển bình quân một ngày là 2250 tấn/ km

Thời gian làm việc bình quân của xe trong ngày 8 giờ

Tốc độ bình quân xe chạy 30km/ giờ

Thời gian bốc dỡ bình quân một chuyến hàng 1 giờ

Khối lượng hàng vận chuyển bình quân theo chuyến 50 tấn

Trọng tải lí thuyết của xe 5 tấn

Trọng tải thực tế của xe 4 tấn

Quãng đường xe chạy bình quân có hàng 18 km

Quãng đường xe chạy có hàng và không có hàng 30 km

Tính số xe cần thiết trên

Bài 2: Tập dự thảo một bản hợp đồng vận chuyển hàng hoá cụ thể bằng ô tô**Câu hỏi ôn tập**

- 1/ Phân tích yêu cầu của công tác vận chuyển hàng hoá.
- 2/ Phân tích phương thức vận chuyển thẳng và vận chuyển hàng hoá qua kho.
- 3/ Trình bày đặc điểm của các loại phương tiện vận tải.
- 4/ Phân tích nguyên tắc lựa chọn phương tiện vận chuyển hàng hoá.
- 5/ Trình bày quá trình nghiệp vụ vận chuyển hàng hoá.
- 6/ Trình bày nội dung của hợp đồng vận chuyển hàng hoá.
- 7/ Phân tích biện pháp chủ yếu để nâng cao năng suất của phương tiện vận tải.
- 8/ Biết cách tính số xe cần thiết để vận chuyển hàng hoá.

Chương 11

QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI

I. TÁC DỤNG CỦA QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI

1. Khái niệm

Quảng cáo hàng hoá là một nghiệp vụ kỹ thuật thương mại nhằm tuyên truyền, giới thiệu với người tiêu dùng về hàng hoá có bán, sẽ có bán, phương thức bán từng loại hàng, tính chất phục vụ của cơ sở kinh doanh nhằm phục vụ tốt người tiêu dùng.

2. Tác dụng

Kích thích, bồi dưỡng nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Nâng cao tính chủ động của khách hàng trong việc lựa chọn hàng hoá và mua sắm hàng hoá, do đó rút ngắn quy trình kỹ thuật bán hàng, nâng cao năng suất lao động của người bán hàng và mở rộng lưu chuyển hàng hoá bán ra. Tuyên truyền giới thiệu những sản phẩm hàng hoá do các ngành kinh tế sản xuất ra qua các thời kỳ của từng địa phương, góp phần củng cố và tăng cường lòng tin của người tiêu dùng đối với nhà nước. Góp phần tăng cường quản lý hàng hoá, giảm bớt hao hụt, nhầm lẫn, mất mát hàng hoá. Làm cho cửa hàng gọn gàng, ngăn nắp, trật tự vệ sinh, góp phần làm tăng vẻ đẹp đường phố.

II. NỘI DUNG VÀ CÁC HÌNH THỨC QUẢNG CÁO

1. Nội dung quảng cáo

- Quảng cáo về hàng hoá là quảng cáo các thông tin về hàng hoá bao gồm: quy cách phẩm chất, tính năng công dụng, cách dùng, cách bảo quản, giá cả.

- Quảng cáo về hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm: phương thức bán, thời gian bán, hình thức bán, địa điểm bán hàng của doanh nghiệp.

2. Các hình thức quảng cáo

2.1. Quảng cáo tại cơ sở kinh doanh

2.1.1. Biển đề tên của hàng kinh doanh

Là khâu đầu tiên tiếp xúc với khách, gây được ấn tượng với khách, giúp khách hàng đi từ xa có thể biết được cửa hàng kinh doanh gì. Vì vậy, mỗi cửa hàng đều phải có biển đề tên của hàng treo ở phía trên và chính giữa lối ra vào cửa hàng. Nội dung của biển yêu cầu phải có tên cơ quan chủ quản, tên cửa hàng kinh doanh hoặc tên mặt hàng kinh doanh, hình thức kinh doanh, đối tượng kinh doanh, địa chỉ của cửa hàng, số điện thoại, số fax, số tài khoản, số đăng ký kinh doanh.

Hình thức biển đề tên của hàng yêu cầu phải viết: rõ ràng, đẹp và bằng chữ lớn hơn, chữ dễ đọc, dễ hiểu, màu sắc hài hoà để đảm bảo cho người đi xe cơ giới, đi bộ cách cửa hàng 3m vẫn nhìn thấy tên cửa hàng, mặt hàng kinh doanh. Kích thước của biển phải phù hợp, hài hoà, cân đối với quy mô cửa hàng.

Nguyên liệu làm biển: có thể bằng gỗ, sắt, chữ nổi, foóc mica, gạch men...

2.1.2. Biển đề tên quầy hàng, gian hàng và biển sơ đồ hướng dẫn

Thường áp dụng với cửa hàng có quy mô lớn, có nhiều tầng, nhiều gian bán hàng. Biển đề tên này phải treo ở lối cửa ra vào hoặc ở đầu cầu thang để mọi người có thể nhìn thấy và giúp khách tìm thấy nơi bán hàng.

2.1.3. Quảng cáo bằng các loại tủ kính

Là hình thức quảng cáo chủ yếu trong tất cả các cơ sở kinh doanh có quy mô lớn, vừa và nhỏ. Mục đích giữ gìn được số lượng, chất lượng hàng hoá và đảm bảo vệ sinh cho hàng hoá, giúp khách dễ quan sát và kích thích được nhu cầu của khách.

- Phân theo vị trí gồm có: tủ kính cửa sổ có vị trí quan trọng trong việc tuyên truyền, giới thiệu quảng cáo hàng hoá trong cửa hàng, đồng thời làm đẹp đường phố, cửa hàng và là nơi tiếp xúc đầu tiên của khách hàng. Tủ kính ôm cột, tủ kính giữa gian bổ sung cho tủ kính cửa sổ và thường trưng bày một số loại hàng hoá đặc biệt hoặc một số mặt hàng mới nhằm giới thiệu chi tiết hơn về nhiều hàng hoá đang bán trong cửa hàng. Tủ kính quầy hàng và áp tường

thường trưng bày những hàng hoá hiện có bán tại mỗi quầy và khi bày phải chú ý định vị, định lượng hàng hoá sao cho phù hợp.

- Phân theo hàng hoá trưng bày trong tủ kính gồm: *tủ kính trưng bày* một loại hàng hoá, một nhóm hoặc một phân nhóm, một tên hàng cụ thể nhằm mục đích gây ấn tượng sâu sắc cho nhóm hàng, tên hàng đó. *Tủ kính trưng bày liên hợp* thường bày những hàng hoá có liên quan với nhau trong tiêu dùng hoặc được sản xuất cùng một nguyên liệu nhưng mặt hàng khác nhau phục vụ cho một nhu cầu tiêu dùng, có tác dụng hướng dẫn và kích thích nhu cầu tiêu dùng. *Tủ kính trưng bày hỗn hợp* được áp dụng với cửa hàng kính doanh có quy mô nhỏ và thường trưng bày nhiều hàng hoá khác nhau, giới thiệu được nhiều hàng hoá cùng một lúc. *Tủ kính trưng bày theo chuyên đề* chỉ trưng bày những hàng hoá phục vụ cho một thời vụ nhất định hoặc cho một phong trào xã hội nhất định (ngày lễ, tết, khai giảng, mùa), có tác dụng vừa giới thiệu hàng hoá, vừa cổ động cho phong trào xã hội.

2.1.4. Quảng cáo bằng bày hàng ở nơi bán hàng

Bao gồm bày hàng ở quầy, tủ, giá, bục là hình thức quảng cáo chủ yếu tại cửa hàng và được bày nhiều hàng hoá hiện đang có bán. Có thể áp dụng cho tất cả các cửa hàng có quy mô nhỏ, vừa và lớn, ở thành thị cũng như ở nông thôn. Theo hình thức này sẽ nâng cao tính chủ động của khách khi chọn mua hàng, góp phần đẩy mạnh bán ra và tăng năng suất lao động của mậu dịch viên và đồng thời thuận tiện cho việc kiểm kê bàn giao ca kíp, tăng vẻ đẹp cho cửa hàng, kích thích nhu cầu của khách.

2.1.5. Quảng cáo bằng thông báo của cửa hàng

Nhằm thông báo cho khách hàng biết về hàng hoá, về thể lệ, phương thức bán, địa điểm bán của các cửa hàng và thường được thông báo bằng cách sau: thông báo bằng chữ viết, bảng đen, bảng niêm yết ghi danh mục hàng hoá có bán trong cửa hàng, giá cả, thời gian bán. Thông báo bằng phát thanh của cửa hàng, bằng lời nói của mậu dịch viên trong quá trình bán hàng, mậu dịch viên giới thiệu về hàng hoá mới, chất lượng, giá cả, cách sử dụng, cách thức thanh toán.

2.1.6. Quảng cáo bằng giấy bao gói riêng của cửa hàng

Yêu cầu của giấy gói:

- + Đẹp, dai, bền, đảm bảo vệ sinh, ghi nhãn tốt.
- + Trên giấy gói phải ghi rõ: các thông tin cần thiết về hàng hoá, thời gian

sản xuất và thời gian sử dụng của hàng hoá, nguồn gốc xuất xứ của hàng hoá, tên và địa chỉ nơi bán.

2.1.7. Quảng cáo bằng ánh sáng điện gồm

Chiếu sáng ổn định, chiếu sáng dần dần theo đường nét, nhấp nháy, ánh đèn chớp. Yêu cầu màu sắc phải phù hợp để gây được sự chú ý của khách hàng.

2.1.8. Mô hình quảng cáo và phương tiện quảng cáo khác

Mô hình quảng cáo là các manơcanh (mô hình người mẫu):

+ Mô hình cả hình người (toàn phần).

+ Mô hình nửa người (bán thân).

+ Mô hình phần đầu, tay, chân (từng phần).

Tuỳ loại hàng cần quảng cáo mà sử dụng mô hình quảng cáo cho thích hợp.

Các phương tiện quảng cáo khác bao gồm: mắc treo hàng hoá, các cuốn catalo, các tập gấp quảng cáo...

2.2. Quảng cáo ngoài phạm vi cửa hàng bán lẻ

Các doanh nghiệp thương mại chủ yếu dựa vào các cơ quan ngôn luận và phương tiện thông tin đại chúng để quảng cáo hàng hoá ngoài phạm vi cửa hàng. Bao gồm các hình thức sau:

Quảng cáo bằng báo chí đối với cửa hàng quy mô lớn nhằm giới thiệu những mặt hàng đang kinh doanh hoặc những mặt hàng sẽ có bán trong cửa hàng và có thể dùng theo hình thức văn xuôi hoặc văn vần.

Quảng cáo bằng cách tiếp thị.

Quảng cáo bằng ánh sáng trên những hình tượng nghệ thuật.

Quảng cáo bằng áp phích, panô.

Tranh ảnh trên các tạp chí, niên lịch.

Tivi, phim ảnh, đài phát thanh.

Quảng cáo trên các phương tiện ô tô, tàu hoả.

Quảng cáo bằng màn hình điện tử ở nơi đầu mối giao thông tập trung đông người.

Trên nhãn bao bì và hàng hoá lưu niệm, tặng phẩm.

Bảng hình thức triển lãm kết hợp với bán hàng hội chợ.

Quảng cáo trên internet, tập gấp, các tờ rơi...

III. PHƯƠNG PHÁP TRUNG BÀY HÀNG HOÁ

1. Nguyên tắc bày hàng trong tủ kính và nơi bán hàng

1.1. Đảm bảo nguyên tắc trung thực

Khi bày hàng phải đảm bảo tính trung thực, bày hàng phải chính xác và có khoa học. Mẫu hàng trưng bày phải là hàng thật hiện đang có bán và phải đảm bảo đúng chỉ tiêu chất lượng quy định. Khi bán hết hàng phải cất hàng bày đó đi. Đối với những hàng dễ bị biến chất, phai màu, hư hỏng thì có thể dùng mô hình trưng bày. Những mô hình đó phải biểu hiện được bản chất của hàng hoá định quảng cáo.

1.2. Đảm bảo tính tư tưởng

Quảng cáo phải tuyên truyền được chủ trương chính sách của Đảng về chính sách tiêu dùng, phải đảm bảo phục vụ cho nhiệm vụ chính trị và quảng đại quần chúng nhân dân.

1.3. Phải đảm bảo tính nghệ thuật

Phải đẹp mắt, hấp dẫn, gây được sự chú ý của khách, không cho phép quảng cáo một cách tùy tiện, thô bạo hoặc đơn giản quá. Khi trưng bày hàng hoá phải định vị, định lượng và kết hợp màu sắc của hàng hoá với phong, nền, tủ trưng bày và thời tiết trong năm. Hàng nào bày trước bán trước, không để hàng lâu trong quầy tủ, hàng có liên quan với nhau trong tiêu dùng thì để gần nhau, kị để xa nhau. Cơ cấu mặt hàng trưng bày phải kết hợp được yêu cầu đẩy mạnh bán ra với nhu cầu tiêu dùng. Thời gian trưng bày mặt hàng thời vụ phải đi trước thời vụ. Số lượng hàng bày trong tủ không nên quá nhiều, khó làm nổi bật chủ đề và phân tán sự chú ý của khách; không nên quá ít sẽ không phản ánh đầy đủ nội dung quảng cáo. Bầy hàng phải theo thứ tự đối tượng tiêu dùng đến nguyên liệu chế tạo, từ mẫu sắc đến kiểu cách rồi đến giá cả. Phải thường xuyên làm tốt công tác vệ sinh quầy hàng để bảo tồn giá trị sử dụng của hàng hoá, làm đẹp cửa hàng và tránh gây ấn tượng không tốt, gây sự hoài nghi và mất hứng thú mua hàng của khách. Tùy theo kích thước của từng loại hàng hoá mà có phương pháp trưng bày hàng hoá theo các kiểu: khối tháp, đường thẳng song song, hình quạt.

1.4. Phải đảm bảo tính hấp dẫn, rõ ràng

Hàng bày phải cân đối, vững chắc, nhịp nhàng làm cho người xem dễ nhìn,

thích mắt, hình dáng không bị bóp méo. Phải phân bố khoảng cách giữa các mặt hàng phải hợp lý. Phải phối hợp màu sắc của hàng hoá với nhau, phải biết sự tương phản màu sắc của hàng hoá để màu nọ tôn màu kia, không được làm người xem cảm thấy khó chịu. Trên mỗi hàng hoá trưng bày phải có nhãn hiệu tên hàng, bản thuyết minh về quy cách, giá cả, công dụng của hàng hoá, phương thức bán, thời gian bán đặt dưới hàng hoá. Mặt chính của hàng hoá trưng bày phải hướng về phía khách để khách có thể nhìn thấy hàng hoá một cách trọn vẹn và mua sắm thuận tiện.

2. Phương pháp bày hàng ở nơi bán hàng

2.1. Chuẩn bị

Xác định vị trí trưng bày hàng ở tủ, quầy trước khi đưa hàng ra bày. Chuẩn bị hàng hoá và thiết bị trưng bày, ánh sáng cần thiết. Chuẩn bị số lượng hàng hoá trưng bày cho phù hợp với kích thước quầy, tủ. Làm vệ sinh hàng hoá, quầy tủ trước khi bày. Ghi rõ các tiêu chuẩn đối với hàng hoá, hàng hoá chưa quen dùng phải có bản thuyết minh.

2.2. Phương pháp bày hàng nơi bán hàng

Phải căn cứ vào: đặc điểm và tính năng của hàng hoá, khối lượng và cơ cấu hàng hoá tại nơi bán, sức chứa của thiết bị, dụng cụ, yêu cầu lựa chọn và mua hàng của khách.

Thường có các phương pháp: dùng hệ thống hàng, một tên hàng (đối với nhu cầu chuyên doanh). Chuyên đề (liên doanh). Thời vụ (chuyên doanh). Hỗn hợp.

Toàn bộ hàng hoá được trưng bày: bày từ giá cao đến giá nhỏ, cỡ lớn đến cỡ bé, từ trên đến dưới.

Áp dụng với những hàng hoá có nhiều chủng loại, màu sắc, cỡ số, giá cả khác nhau.

Bày theo thứ tự từ đối tượng tiêu dùng đến nguyên liệu chế tạo, áp dụng cho hàng hoá có nhiều đối tượng sử dụng, sản xuất từ nhiều nguồn nguyên liệu khác nhau.

Bày theo thứ tự từ tên hàng đến chủng loại, kiểu cách. Áp dụng cho những loại hàng hoá sản xuất qua nhiều thời kỳ khác nhau và nhiều thị hiếu tiêu dùng khác nhau.

Hình thức trưng bày hàng hoá: hình khối thấp, thẳng đứng song song, hình cân đối, hình quạt, hoa, hình tròn, hình hỗn hợp.

IV. TỔ CHỨC NGHIỆP VỤ QUẢNG CÁO Ở DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

1. Tổ chức lực lượng làm công tác quảng cáo ở trong doanh nghiệp và ngoài doanh nghiệp

Cần tăng cường công tác lãnh đạo nghiệp vụ quảng cáo. Phải tổ chức chuyên trách công tác quảng cáo và hướng dẫn quần chúng, nhất là mẫu dịch viên làm công tác quảng cáo. Cần bồi dưỡng cho nhân viên quảng cáo về mọi mặt.

2. Phải có kế hoạch hoá công tác quảng cáo, trong đó có cả kế hoạch chi phí và kế hoạch tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật cho công tác quảng cáo

Kế hoạch nghiệp vụ quảng cáo, gồm các phần: danh mục hàng hoá, đối tượng và mục đích, hình thức, thời gian.

Có kế hoạch đào tạo cán bộ quảng cáo cho các xí nghiệp thương mại bán lẻ.

V. MỘT SỐ ĐIỀU TRONG PHÁP LỆNH QUẢNG CÁO (2001)

Điều 3. Chính sách của nhà nước đối với hoạt động quảng cáo

1. Nhà nước bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo và người tiêu dùng.

2. Nhà nước tạo điều kiện để người kinh doanh dịch vụ quảng cáo, người phát hành quảng cáo phát triển đa dạng các loại hình quảng cáo, nâng cao chất lượng quảng cáo góp phần phát triển kinh tế xã hội.

3. Nhà nước khuyến khích người Việt Nam định cư ở nước ngoài, tổ chức, cá nhân nước ngoài hợp tác, đầu tư phát triển dịch vụ quảng cáo ở Việt Nam.

Điều 4. Giải thích từ ngữ

Trong Pháp lệnh này các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

Quảng cáo là giới thiệu đến người tiêu dùng về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ, bao gồm dịch vụ có mục đích sinh lời và dịch vụ không có mục đích sinh lời.

Dịch vụ có mục đích sinh lời là dịch vụ nhằm tạo ra lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân cung ứng dịch vụ.

Dịch vụ không có mục đích sinh lời là dịch vụ không nhằm tạo ra lợi nhuận cho tổ chức, cá nhân cung ứng dịch vụ.

Người quảng cáo là tổ chức, cá nhân có nhu cầu quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ của mình.

Sản phẩm quảng cáo là sản phẩm thể hiện nội dung quảng cáo, hình thức quảng cáo.

Người phát hành quảng cáo là tổ chức, cá nhân đưa sản phẩm quảng cáo tới người tiêu dùng, bao gồm cơ quan báo chí, nhà xuất bản, tổ chức quản lý thông tin mạng máy tính, người tổ chức chương trình văn hoá thể thao, hội chợ, triển lãm và tổ chức, cá nhân sử dụng phương tiện quảng cáo khác.

Xúc tiến quảng cáo là hoạt động tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội ký kết hợp đồng dịch vụ quảng cáo và cung ứng dịch vụ quảng cáo.

Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo là tổ chức, cá nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình hoạt động quảng cáo nhằm mục đích sinh lời.

Điều 5. Những hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động quảng cáo

Nghiêm cấm các hành vi sau đây:

1. Quảng cáo làm tiết lộ bí mật nhà nước, phương hại đến độc lập, chủ quyền quốc gia, quốc phòng, an ninh trật tự xã hội.

2. Quảng cáo trái với truyền thống lịch sử, văn hoá đạo đức, thuần phong mỹ tục của người Việt Nam.

3. Sử dụng quốc kỳ, Đảng kỳ, quốc huy, quốc ca hoặc giai điệu quốc ca, hình ảnh lãnh tụ, hình ảnh đồng tiền Việt Nam, hình ảnh biển báo giao thông để quảng cáo.

4. Quảng cáo gian dối.

5. Quảng cáo làm ảnh hưởng tới mỹ quan của đô thị, cảnh quan, môi trường, trật tự an toàn giao thông.

6. Lợi dụng quảng cáo để xúc phạm danh dự, uy tín hoặc xâm phạm quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân.

7. Quảng cáo hàng hoá sản phẩm chưa được phép lưu thông, dịch vụ chưa được phép thực hiện vào thời điểm quảng cáo.

8. Quảng cáo hàng hoá, dịch vụ mà pháp luật cấm kinh doanh hoặc cấm quảng cáo.

Điều 6. Nội dung quảng cáo

1. Nội dung quảng cáo bao gồm thông tin quảng cáo về hoạt động kinh doanh, dịch vụ.

2. Thông tin quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ phải đảm bảo trung thực chính xác, rõ ràng không gây thiệt hại cho người sản xuất, kinh doanh, người tiêu dùng.

Điều 7. Hình thức quảng cáo

1. Hình thức quảng cáo là sự thể hiện sản phẩm quảng cáo bằng tiếng nói, chữ viết, biểu tượng, màu sắc, ánh sáng, hình ảnh, âm thanh và các hình thức khác.

2. Hình thức quảng cáo phải rõ ràng, dễ hiểu, có tính thẩm mỹ.

3. Hình thức quảng cáo phải có dấu hiệu phân biệt những thông tin quảng cáo với những thông tin không phải là quảng cáo để không gây nhầm lẫn cho người sản xuất, kinh doanh, người tiêu dùng.

Điều 8. Tiếng nói, chữ viết trong quảng cáo

1. Tiếng nói, chữ viết dùng trong quảng cáo là tiếng Việt, trừ trường hợp sau:

a. Từ ngữ đã được quốc tế hoá, thương hiệu hoặc từ ngữ không thay thế được bằng tiếng Việt.

b. Quảng cáo thông qua sách báo, ấn phẩm được phép xuất bản bằng tiếng dân tộc thiểu số ở Việt Nam, tiếng nước ngoài, chương trình phát thanh, truyền hình bằng tiếng dân tộc thiểu số ở Việt Nam, tiếng nước ngoài.

2. Trong trường hợp sử dụng cả tiếng Việt, cả tiếng dân tộc thiểu số ở Việt Nam, tiếng nước ngoài trên cùng một sản phẩm quảng cáo thì tiếng Việt trước tiếp đến tiếng dân tộc thiểu số, tiếng nước ngoài và khổ chữ dân tộc thiểu số, khổ chữ tiếng nước ngoài không được lớn hơn khổ chữ tiếng Việt.

Điều 9. Phương tiện quảng cáo

Phương tiện quảng cáo bao gồm:

Báo chí: gồm báo in, báo nói, báo hình, báo điện tử.

Mạng thông tin máy tính.

Xuất bản phẩm gồm cả phim, ảnh, băng hình, đĩa hình, băng âm thanh, đĩa hình ảnh.

Chương trình hoạt động văn hoá thể thao.

Hội chợ, triển lãm.

Bảng, biển, panô, băngrôn, màn hình đặt ở nơi công cộng.

Vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước.

Phương tiện giao thông, vật thể di động khác.

Hàng hoá.

Các phương tiện quảng cáo khác theo quy định của pháp luật.

Điều 10. Quảng cáo trên báo chí

Báo in được quảng cáo không quá 10% diện tích, trừ báo chuyên quảng cáo; mỗi đợt quảng cáo cho một sản phẩm quảng cáo không quá 5 ngày đối với báo hàng ngày hoặc 5 số liên tục đối với báo phát hành theo định kỳ; các đợt quảng cáo cách nhau ít nhất 5 ngày đối với báo hàng ngày hoặc ít nhất 4 số liên tục đối với báo phát hành định kỳ; không quảng cáo hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ trên trang một, bìa một.

Báo nói được quảng cáo không quá 5% thời lượng của chương trình, trừ kênh chuyên quảng cáo; mỗi đợt phát sóng đối với một sản phẩm quảng cáo không quá 8 ngày trừ trường hợp do Chính phủ quy định; mỗi ngày không quá 10 lần; các đợt quảng cáo cách nhau ít nhất 5 ngày; không quảng cáo ngay sau nhạc hiệu, trong chương trình thời sự.

Báo hình được quảng cáo không quá 5% thời lượng của chương trình, trừ kênh chuyên quảng cáo; mỗi đợt phát sóng đối với một sản phẩm quảng cáo không quá 8 ngày trừ trường hợp do Chính phủ quy định; mỗi ngày không quá 10 lần; các đợt quảng cáo cách nhau ít nhất 5 ngày; không quảng cáo ngay sau nhạc hiệu, trong chương trình thời sự.

Báo điện tử được quảng cáo đối với báo in quy định tại điều 1 khoản này.

Điều 11. Quảng cáo trên mạng thông tin máy tính

Việc quảng cáo trên mạng thông tin máy tính phải được thực hiện theo đúng các quy định của pháp luật về quảng cáo, dịch vụ truy cập, dịch vụ kết nối và việc cung cấp các loại hình dịch vụ quảng cáo trên mạng thông tin máy tính; thực hiện các quy định về kỹ thuật, nghiệp vụ nhằm bảo đảm bí mật nhà nước.

Điều 12. Quảng cáo trên xuất bản phẩm

Việc quảng cáo trên xuất bản phẩm được thực hiện theo các quy định sau đây:

1. Chỉ được quảng cáo trên bìa vở học sinh những sản phẩm quảng cáo có nội dung phục vụ cho việc học tập.
2. Phim, băng hình, đĩa hình, băng âm thanh, đĩa âm thanh và các phương tiện ghi tin khác được quảng cáo không quá 5% thời lượng chương trình.
3. Không được quảng cáo hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ trên

bìa các loại sách; không được quảng cáo trong sách giáo khoa, giáo trình, các tác phẩm chính trị.

4. Các quy định khác của pháp luật về xuất bản và các quy định của pháp lệnh này.

Điều 13. Quảng cáo trong chương trình hoạt động văn hoá thể thao, hội chợ, triển lãm

Việc quảng cáo thông qua chương trình hoạt động văn hoá thể thao, hội chợ, triển lãm phải được thực hiện theo quy định của pháp luật về nghệ thuật biểu diễn thể thao, hội chợ, triển lãm và các quy định của pháp lệnh này.

Điều 14. Quảng cáo trên các phương tiện khác

Việc quảng cáo trên các phương tiện quy định tại điểm 6, 7, 8, 10, điều 9 của pháp lệnh này phải tuân thủ quy định của pháp luật về quảng cáo, về quy hoạch đô thị và nông thôn, bảo đảm mỹ quan đô thị, cảnh quan môi trường, trật tự an toàn giao thông, an toàn xã hội.

Điều 15. Điều kiện đối với quảng cáo hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ

1. Điều kiện quảng cáo đối với hàng hoá, hoạt động kinh doanh, dịch vụ được quy định như sau:

a) Quảng cáo hàng hoá thuộc danh mục phải kiểm tra về chất lượng hoặc thuộc danh mục phải có chứng nhận chất lượng phải có giấy chứng nhận của cơ quan nhà nước về chất lượng hàng hoá; trường hợp tự công bố tiêu chuẩn chất lượng hàng hoá thì phải có văn bản tự công bố; trường hợp hàng hoá là đối tượng sở hữu trí tuệ thì phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu trí tuệ.

b) Quảng cáo tài sản mà pháp luật quy định tài sản đó đăng ký quyền sở hữu thì phải có giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản.

c) Quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ phải có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

d) Việc quảng cáo trên mạng thông tin máy tính, trên bảng, biển, panô, băngrôn, màn hình đặt nơi công cộng, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, phương tiện giao thông, vật thể di động khác phải có giấy phép thực hiện quảng cáo do cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về văn hoá - thông tin cấp.

2. Người quảng cáo phải xuất trình các văn bản quy định tại khoản 1 điều này cho người kinh doanh dịch vụ quảng cáo hoặc người phát hành quảng cáo.

Điều 16. Thẩm quyền và thủ tục cấp giấy phép thực hiện quảng cáo

1. Bộ Văn hoá - Thông tin cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên mạng thông tin máy tính, kênh, chương trình phát thanh, kênh, chương trình truyền hình chuyên quảng cáo và đối với phụ trang, phụ bản chuyên quảng cáo.

2. Sở Văn hoá - Thông tin cấp giấy phép thực hiện quảng cáo trên bảng, biển, panô, băngrôn, màn hình đặt nơi công cộng, vật phát quang, vật thể trên không, dưới nước, phương tiện giao thông, vật thể di động khác.

3. Bộ Văn hoá - Thông tin quy định cụ thể thủ tục cấp giấy phép thực hiện quảng cáo.

Điều 17. Hợp đồng dịch vụ quảng cáo

Việc thuê dịch vụ quảng cáo phải được xác lập bằng hợp đồng. Hợp đồng dịch vụ quảng cáo chỉ được lập thành văn bản có những nội dung sau đây:

1. Tên, địa chỉ các bên ký hợp đồng.
2. Hình thức, nội dung, phương tiện, sản phẩm quảng cáo.
3. Thời gian, địa điểm, phạm vi quảng cáo.
4. Phí dịch vụ, các chi phí khác có liên quan và phương thức thanh toán.
5. Quyền, nghĩa vụ của các bên.
6. Trách nhiệm do vi phạm hợp đồng.
7. Các nội dung khác do hai bên thoả thuận.

Phần thực hành

Bài 1. Trưng bày quảng cáo hàng hoá tại nơi công tác

Tại các doanh nghiệp thương mại bán hàng theo phương pháp bán hàng tiến bộ như: bán hàng trình bày ngoài quầy, bán hàng tự chọn, bán hàng tự phục vụ thì việc trưng bày, quảng cáo hàng hoá được tiến hành như sau:

1/ Hàng hoá phải được trưng bày bỏ ngổ trên các giá, tủ hay bục kê hàng

- Hàng bày tại đây phải ở dạng gói mở: đã phá mã các kiện, các gói hàng để trưng bày theo đơn vị của sản phẩm bán ra. Ví dụ: bày theo gói, chai, lọ, đôi bộ, không bày cả kiện, cả bịch hàng to.

2/ Kích thước của tủ, giá bày hàng tùy thuộc vào chiều rộng dài của phòng bán hàng, của mặt hàng kinh doanh và phương pháp bán hàng.

- Tủ, giá bày hàng: có nhiều ngăn hay nhiều ô để chứa hàng. Mỗi ngăn và ô để chứa các loại hàng thích hợp và tiện cho khách mua hàng.

- Tủ, giá bày hàng: tùy loại mà có thể lấy hàng từ 2, 3 hay cả 4 phía, tạo điều kiện cho khách xem và chọn hàng nhanh.

3/ Hàng hoá trưng bày ở đâu trên giá thì ở đấy phải có biển giá kèm theo.

- Giá của hàng hoá có thể được in sẵn trên bao bì gói hàng hay ghi biển giá nhỏ đặt ngay cạnh hàng trưng bày. Nội dung của biển giá ghi rõ: tên hàng, đơn vị tính, qui cách phẩm chất, giá đơn vị nhằm tránh sự nhầm lẫn trong việc chọn hàng và tính giá của cả người mua lẫn người bán.

4/ Hàng bày trên giá, tủ phải được bao gói sẵn hoặc chia nhỏ theo nhu cầu thường dùng của khách.

- Hàng chia nhỏ: phải đảm bảo đủ khối lượng, số lượng nhằm đảm bảo lợi ích của khách hàng, giữ được chữ tín với khách.

5/ Hàng hoá được trưng bày theo đúng kí mã hiệu hướng dẫn ngoài bao bì và trưng bày mặt phải của hàng hoá (mặt có nhãn hiệu) quay ra phía khách hàng để khách hàng dễ tìm kiếm, xem và chọn hàng.

6/ Hàng bày trên giá, tủ hàng theo một trình tự nhất định.

- Hàng hoá khác nhau về chủng loại, tính chất thương phẩm, giá cả, kiểu mốt... thì bày hàng ở các vị trí khác nhau trên giá, tủ.

Ví dụ: Hàng hoá cùng chủng loại, giá cả, cỡ số, không kị nhau... thì bày cùng ngăn hay cùng một phía của giá. Hàng hoá khác loại, khác giá, hàng kị nhau... thì trưng bày ở giá, ngăn giá cũng khác nhau. Nhằm mục đích: giúp khách hàng dễ tìm kiếm hàng cần mua, đảm bảo được chất lượng hàng bán ra, quản lý hàng dễ dàng, kiểm kê hàng nhanh chóng và chính xác, hạn chế sự nhầm lẫn khi giao nhận và thanh toán của người bán và người mua.

7/ Thông thường ở khoảng giữa chiều cao của tủ, giá hàng là: nơi bày hàng để bán bày các mặt hàng bán được nhiều.

- Các ngăn trên các tủ, giá là nơi trưng bày hàng quảng cáo, còn các ngăn phía dưới của tủ, giá: thường bày hàng có tốc độ bán ra chậm hơn một chút.

8/ Bao bì, dụng cụ chứa hàng và vận chuyển hàng.

- Được để ở nơi thuận tiện để khách lấy khi họ cần sử dụng, thường bao bì - làn - giỏ chứa hàng để ở ngay cạnh giá hàng (ngăn phía dưới). Còn phương tiện di chuyển hàng thường để sát tường phòng bán hàng và nhân viên chỉ dẫn nên lấy giúp khách khi họ cần.

9/ Đường đi lại trong phòng bán giữa hai giá hàng phải đủ rộng để khách đứng ngắm hàng trên giá, thao tác chọn hàng hay hai người tránh nhau khi cần thiết.

10/ Để thu hút sự chú ý của khách hàng đến với doanh nghiệp: Ngoài dịch vụ trông giữ phương tiện cho khách vào cửa hàng thì trong phòng bán hàng tùy điều kiện mà bố trí treo đồng hồ cỡ lớn, lịch tờ cỡ lớn, có điện thoại... để khi cần khách tiện sử dụng.

- Thường đồng hồ cỡ lớn, chữ số rõ ràng treo phía trên của tủ áp tường để khách tiện quan sát.

- Lịch xé tờ cỡ lớn: treo gần quầy thu tiền để khách xem khi cần.

- Điện thoại: thường bố trí tại quầy thu tiền để nhân viên bán hàng nhận đơn đặt hàng

của khách từ các nơi gọi đến, mặt khác nhận các chỉ dẫn của cán bộ quản lý đưa ra hoặc giúp khách hàng cần chuyển nhanh thông tin đi đâu đó.

11/ Gần cửa ra, vào của phòng bán hàng là nơi bố trí quầy thu tiền mua hàng của khách.

- Tại đây người bán dễ dàng quan sát dòng người vào cửa hàng mà mời chào, tiện quan sát dòng người ra cửa hàng để thanh toán và cảm ơn chào tạm biệt khách.

12/ *Cạnh quầy thu tiền thường bố trí phòng giữ hành lý và tài sản của khách.* Trước khi vào phòng bán hàng để xem, chọn và mua hàng, nhằm tránh tình trạng lẫn lộn hàng của khách với hàng của cửa hàng.

(Học sinh sẽ thực hành bày hàng ngay tại phòng học bộ môn).

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Phân tích tác dụng của hoạt động quảng cáo với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và với đời sống xã hội?
- 2/ Phân tích các hình thức quảng cáo của doanh nghiệp thương mại?
- 3/ Trình bày nguyên tắc và phương pháp bày hàng trong tủ kính quảng cáo?
- 4/ Trình bày phương pháp bày hàng ở nơi công tác của người bán hàng?
- 5/ Nêu tác dụng của pháp lệnh quảng cáo và những chú ý khi vận dụng ở cơ sở bán hàng?

Chương 12

NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG VÀ PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG

I. VỊ TRÍ VÀ YÊU CẦU CỦA BÁN HÀNG

1. Vị trí của bán hàng

1.1. Khái niệm

Bán hàng là một quá trình lao động kỹ thuật và phục vụ phức tạp của nhân viên bán hàng, thực hiện trao đổi giữa tiền và hàng nhằm thoả mãn nhu cầu tiêu dùng về hàng hoá của nhân dân.

1.2. Vị trí của bán hàng

Quá trình lưu thông hàng hoá gồm 4 khâu: mua – vận chuyển – dự trữ bảo quản – bán ra. Trong đó mua vào là khởi điểm và bán ra là khâu cuối cùng kết thúc quá trình lưu thông và là khâu quyết định các khâu khác của quá trình lưu thông hàng hoá. Bốn khâu này đều có vị trí riêng nhưng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Bán hàng là khâu trực tiếp thực hiện kế hoạch lưu chuyển hàng hoá của doanh nghiệp.

2. Yêu cầu của bán hàng

- Phải đảm bảo thoả mãn cao nhất về nhu cầu hàng hoá của khách bao gồm cả về số lượng, chất lượng, cơ cấu chủng loại, thời gian bán, giá cả. Trong quá trình khách mua hàng phải được phục vụ tốt nhất, giảm đến mức thấp nhất số lần khách không mua được hàng.

- Phải tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách trong khi mua hàng để rút ngắn thời gian mua sắm của khách, tạo cho khách mua hàng dễ dàng, thoải mái và vừa ý nhất. Trong quá trình bán hàng, mẫu dịch viên không được gây phiền hà đối với khách. Phải làm tốt công tác bổ sung và chuẩn bị hàng hoá bán ra, tuyên truyền quảng cáo hàng hoá, áp dụng các phương pháp bán hàng tiến bộ. Bố trí phân công thời gian bán hàng phải hợp lý, phương thức bán hàng phải thuận tiện.

- Phải đảm bảo quan hệ tốt, lịch sự giữa khách với cửa hàng trong quá trình mua bán hàng hoá. Đảm bảo quyền bình đẳng giữa mọi khách hàng trong khi mua bán hàng hoá, tuyệt đối không được phân biệt đối xử giữa những người mua hàng. Người bán hàng phải thực hiện được sự liêm khiết với tài sản của nhà nước và thật thà thẳng thắn với khách. Phải đảm bảo tốt về thái độ bán hàng và quan tâm, nhiệt tình đến khách, đồng thời phải chú ý lắng nghe ý kiến của khách và luôn có ý thức tự phê để nâng cao trình độ chuyên môn phục vụ tốt khách hàng và xây dựng cửa hàng tiến bộ.

- Phải đảm bảo năng suất bán hàng cao, quản lý tốt tiền hàng, tài sản của doanh nghiệp. Vì vậy, đòi hỏi người bán hàng phải có trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao để bán hàng không bị thừa thiếu, mất mát, hư hao, tổn thất. Người bán hàng phải có trình độ để áp dụng các điều kiện cơ sở vật chất để đảm bảo an toàn tiền hàng, tài sản, tránh sơ hở dẫn đến tham ô, lãng phí trong kinh doanh, đồng thời giúp khách mua hàng nhanh.

3. Biện pháp thực hiện bán hàng văn minh

- Thường xuyên phải nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng để xây dựng mặt hàng kinh doanh hợp lý.

- Làm tốt công tác tuyên truyền, quảng cáo hàng hoá để thu hút khách hàng và phát triển nhu cầu.

- Tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật cho cửa hàng để đảm bảo bán nhanh, năng suất cao, chính xác. Người mua sẽ mua hàng được dễ dàng thuận tiện, nhanh chóng. Người bán sẽ tiết kiệm được lao động bán hàng và bảo vệ được hàng hoá.

- Tổ chức tốt nơi bán hàng hợp lý, áp dụng các phương pháp bán hàng tiến bộ và các hình thức phục vụ bổ sung cho khách hàng.

- Tổ chức tốt nguồn hàng, mua hàng, nhập hàng và cung ứng hàng hoá theo yêu cầu của việc bán hàng.

- Tổ chức lao động bán hàng, bố trí giờ giấc mở cửa hàng hợp lý, phân công ca kíp thích hợp để kéo dài thời gian phục vụ khách hàng.

- Không ngừng nâng cao trình độ chính trị chuyên môn của người bán hàng, chú ý bồi dưỡng tinh thần vật chất cho người bán hàng.

- Tăng cường mối quan hệ giữa cửa hàng và khách hàng bằng các hình thức thăm hỏi, góp ý, mở hội nghị đại biểu khách hàng để từ đó thu thập ý kiến của khách, phân tích tình hình, tìm nguyên nhân để có biện pháp xử lý kịp thời.

II. PHƯƠNG THỨC BÁN HÀNG

1. Phương thức bán buôn hàng hoá

Mở hội nghị cung ứng hàng hoá, tìm khách bán hàng, triển lãm hàng hoá, hội chợ mua bán hàng hoá, bán buôn cho các xí nghiệp liên kết kinh doanh trong hệ thống và ngoài hệ thống.

2. Phương thức bán lẻ

Là phương thức bán trực tiếp cho khách mua để tiêu dùng trực tiếp, bán bằng nhiều hình thức khác nhau: bán thu tiền trực tiếp, thu qua hoá đơn, bán hàng cổ truyền, bán hàng tự phục vụ...

III. PHƯƠNG PHÁP BÁN HÀNG

1. Căn cứ vào cách thu tiền

1.1. Bán hàng thu tiền trực tiếp

Đặc điểm: người bán hàng giao dịch trực tiếp với khách, vừa giao hàng, vừa thu tiền. Được áp dụng để bán các mặt hàng đơn giản thông dụng hàng ngày, hàng hoá ít phải lựa chọn, nhỏ gọn, có tốc độ bán ra nhanh.

Ưu điểm: tốc độ bán hàng nhanh, tiện cho người mua, giảm bớt thủ tục và thời gian chờ đợi của khách. Tiết kiệm số nhân viên bán hàng.

Nhược điểm: dễ bị nhầm lẫn, mất mát khi đông khách, việc quản lý tiền hàng khó khăn do phải làm nhiều việc trong khi bán hàng. Ít có điều kiện hướng dẫn khách chọn hàng.

Biện pháp khắc phục: chọn người bán phải thành thạo nghiệp vụ, thận trọng khi bán, mỗi người chỉ nên bán một nhóm, một phân nhóm hàng nhất định.

1.2. Bán hàng không thu tiền trực tiếp, bán theo hoá đơn, theo hợp đồng mua bán

Đặc điểm: nghiệp vụ bán hàng và thu tiền tách rời nhau, người bán hàng

căn cứ vào hoá đơn mà giao hàng cho khách. Áp dụng cho các mặt hàng cao cấp có thời gian bảo hành, một số mặt hàng vật liệu xây dựng, chất đốt bán hàng cho các đơn vị, tập thể, bán theo hợp đồng mua bán.

Ưu điểm: có điều kiện nâng cao chất lượng phục vụ khách. Xác định rõ trách nhiệm vật chất giữa người thu tiền và giao hàng. Tránh được sự nhầm lẫn và quản lý tiền hàng thuận tiện.

Nhược điểm: tổ chức nghiệp vụ bán hàng phức tạp, dễ gây nên phiền hà cho khách. Khách phải qua nhiều nấc mới mua được hàng, cho nên tốc độ bán ra chậm. Tốn nhân lực, giấy tờ, hoá đơn.

2. Căn cứ vào phương pháp phục vụ

2.1. Phương pháp bán hàng cổ truyền

Đặc điểm: mọi công việc bán hàng và phục vụ khách hàng đều do người bán hàng làm. Nơi công tác của người bán hàng được ngăn cách với khách bởi quầy hàng, khách không được tự do đi lại và tiếp xúc với hàng hoá mà chủ yếu là xem bằng mắt những hàng hoá bày trong tủ kính.

Ưu điểm: có điều kiện tổ chức tốt nơi công tác, xác định rõ trách nhiệm vật chất của người bán hàng. Bảo vệ được hàng hoá tài sản của cửa hàng.

Nhược điểm: người mua phải lệ thuộc vào người bán, người mua không được tự do xem xét lựa chọn hàng hoá. Hiệu quả sử dụng diện tích, thiết bị của hàng thấp. Tốn nhân lực bán hàng. Kéo dài thời gian chờ mua hàng của khách, dễ gây nên sự chen lấn xô đẩy nhau.

2.2. Phương pháp bán hàng tiến bộ

2.2.1. Bán hàng tự phục vụ

Đặc điểm: hầu hết các công việc mua hàng đều do khách tự làm, không có sự phân biệt ranh giới giữa diện tích bán hàng và diện tích giành cho khách, khách tự lựa chọn hàng hoá theo sở thích và trả tiền tại nơi thu tiền. Hàng hoá bán theo phương pháp này đều phải được đóng gói sẵn và có giá cả đính kèm và hàng hoá được trưng bày hay treo trên tủ, giá, thiết bị áp tường. Cửa hàng chỉ cần một số ít người hướng dẫn khách và một vài nơi thu tiền. Hàng hoá được bán theo phương pháp này là hàng thông dụng hàng ngày, hàng đơn giản, không cần hướng dẫn sử dụng, không quá nhỏ.

Ưu điểm: thỏa mãn nhu cầu lựa chọn của khách, tiết kiệm nhân lực và chi phí kinh doanh của cửa hàng, nâng cao năng suất lao động của cửa hàng.

Điều kiện áp dụng: cần bố trí máy tính tiền, người thu tiền thành thạo, tổ chức hợp lý lối ra vào cửa hàng. Thiết bị phải phù hợp với việc trưng bày và tự mua hàng của khách. Hàng hoá phải được bao gói sẵn có bảng giá tiền hàng. Phải có hệ thống bảo vệ hàng hoá và kiểm tra giám sát khách hàng.

2.2.2. Phương pháp bán hàng trình bày ngoài quầy

Đặc điểm: hàng hoá được trình bày bỏ ngổ trên bục, kệ hay trên giá, khách tự do vào xem hàng và lựa chọn hàng theo ý muốn. Người bán giúp khách chọn hàng, tính giá, ghi phiếu bán hàng, khách đến nơi trả tiền và lấy hàng.

Ưu điểm: thoả mãn nhu cầu lựa chọn của khách, giảm bớt thời gian chờ mua hàng, sử dụng có hiệu quả diện tích phòng bán hàng.

2.2.3. Phương pháp bán hàng theo mẫu

Cửa hàng chia làm 2 bộ phận gồm phòng mẫu hàng và phòng giao hàng. Phòng mẫu hàng trưng bày các mẫu hàng có bán tại cửa hàng theo một trật tự nhất định, có biển giá trên hàng hoá, người bán giới thiệu cho khách công dụng, cách sử dụng hàng, khách chọn hàng mẫu và ra trả tiền rồi lấy hàng tại phòng giao hàng.

Ưu điểm: khả năng thoả mãn nhu cầu lựa chọn cao, có điều kiện nâng cao chất lượng phục vụ khách, sử dụng có hiệu quả diện tích phòng bán.

Nhược điểm: phải thống nhất cao độ giữa mẫu hàng và hàng bán về mọi mặt.

2.2.4. Phương pháp bán hàng mang đến tận nhà cho khách

Cửa hàng có một bộ phận chuyên nhận yêu cầu đặt mua hàng của khách qua thư, điện thoại. Trên cơ sở đó mà hàng sẽ được gửi đến tận nhà người mua theo yêu cầu đã đặt. Được áp dụng một số mặt hàng dễ vận chuyển, ít bị biến chất.

2.2.5. Phương pháp bán hàng định kỳ

2.2.6. Phương pháp bán hàng bằng thiết bị tự động

2.3. Phương pháp bán hàng đặc biệt

Bán chịu trả dần, bán hàng cũ, bán hàng hạ giá, bán hàng ký gửi, bán hàng đại lý, bán hàng hoá hưởng hoa hồng, bán nhiều chịu vận chuyển, bán hàng qua tivi, internet.

- Bán hàng qua mạng internet hiện đang được ứng dụng nhiều ở trong các thành phố.

+ Đặc điểm của phương pháp bán hàng này là: cửa hàng sẽ giới thiệu một

cách chi tiết nhất những thông tin về hàng hoá để khách hàng biết thông tin qua mạng. Khách hàng sẽ theo dõi và xem trên trang Web rồi ghi đơn đặt hàng với những nội dung cụ thể: tên sản phẩm, giá cả, số lượng, giờ, ngày, tháng, năm, tên và địa chỉ...

Sau khi nhận được đơn đặt hàng thì cửa hàng sẽ phải liên lạc ngay với khách hàng qua điện thoại (nếu có) để xác nhận chính thức về đơn đặt hàng và các điều kiện giao nhận hàng. Căn cứ đơn đặt hàng, cửa hàng sẽ mang hàng đến tận nhà, hoặc qua bưu điện và khách hàng sẽ thanh toán bằng hai cách thanh toán trực tiếp hoặc thanh toán qua ngân hàng.

Nếu khách hàng ở trung tâm thành phố, trong phạm vi các quận nội thành thì sẽ được miễn phí vận chuyển, nếu ở xa trung tâm thì sẽ phải trả thêm cước phí.

+ Ưu điểm: khách hàng sẽ tiết kiệm được thời gian đi mua hàng, tiết kiệm sức lực, phương thức giao dịch, mua bán linh hoạt, giá cả phù hợp.

+ Nhược điểm: nếu quảng cáo giới thiệu không rõ, không đúng thì khách hàng sẽ mua phải hàng hoá không đúng yêu cầu (nhất là những sản phẩm mua lần đầu). Điều kiện thực hiện phức tạp, khách hàng phải thông thạo việc sử dụng theo dõi thông tin.

IV. QUÁ TRÌNH NGHIỆP VỤ MỘT NGÀY (CA) BÁN HÀNG TẠI CỬA HÀNG

1. Khái niệm

Quá trình nghiệp vụ một ngày (ca) bán hàng là hệ thống các công việc làm người bán hàng phải thực hiện trong một ngày (ca) bán hàng. Hệ thống này được chia làm 3 giai đoạn: trước khi bán hàng - trong khi bán hàng - sau khi bán hàng.

2. Nội dung quá trình nghiệp vụ một ngày (ca) bán hàng

2.1. Trước khi bán hàng

Yêu cầu: khẩn trương, đầy đủ, sẵn sàng.

Nội dung gồm: chuẩn bị về con người, phải đến sớm trước giờ bán hàng 30 phút, chuẩn bị tốt về tinh thần và thể chất cá nhân người bán hàng, sắp xếp ổn thoả việc cá nhân. Tập trung tư tưởng sẵn sàng đón khách, có như vậy người

bán hàng mới yên tâm bán hàng, bình tĩnh vui vẻ, niềm nở hoà nhã với khách, đồng thời mình vẫn khi thu tiền và giao hàng, tránh nhầm lẫn, thừa thiếu tiền hàng. Phải có sức khoẻ tốt để đảm bảo bán hàng liên tục một ca không mệt mỏi, cấu gât. Phải chuẩn bị hình thức bên ngoài của mặt dịch viên. Vệ sinh cá nhân sạch sẽ, gọn gàng. Bổ sung hàng hoá, vệ sinh hàng hoá, sắp xếp hàng trật tự, đẹp mắt, kiểm tra lại nơi bán hàng, bảng giá hàng hoá, chuẩn bị dụng cụ, vật liệu bao gói, tiền lẻ, giấy than, hoá đơn.

2.2. Trong khi bán hàng

Yêu cầu: nghiêm túc, hoạt bát, thận trọng.

Nội dung: chấp hành nghiêm chỉnh chính sách, chế độ, nội quy điều lệ bán hàng, đảm bảo quy trình kỹ thuật bán hàng, có quan hệ giao dịch tốt với khách hàng, quản lý tốt tiền hàng, tài sản trong khi bán không bị nhầm lẫn, mất mát, đảm bảo kỷ luật lao động và định mức lao động được phân công.

2.3. Sau khi bán hàng

Yêu cầu: làm đúng trình tự, cẩn thận.

Nội dung: thông báo cho khách nghỉ kiểm kê, sắp xếp hàng hoá vào đúng vị trí cho gọn để tiện kiểm kê, đếm tiền, buộc tiền, lên bảng kê nộp cho thủ quỹ, kiểm kê lại hàng hoá, vào thẻ quầy hàng, ghi số lượng hàng hoá bán và hàng hoá tồn tại. Cân đối tiền hàng, làm báo cáo bán hàng nộp cho kế toán. Ghi sổ, bổ sung hàng hoá cho ca sau và phản ánh tình hình. Làm vệ sinh nơi bán hàng và dụng cụ bán hàng. Đóng quầy tủ hoặc bàn giao ca.

V. NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG

1. Quy trình kỹ thuật bán hàng tại quầy

1.1. Khái niệm

Quy trình kỹ thuật bán hàng là hệ thống các thao tác kỹ thuật và các công việc phục vụ có liên hệ với nhau trong quá trình bán hàng và được sắp xếp theo một trình tự nhất định trong một lần bán hàng. Hệ thống các thao tác này gồm tất cả những vấn đề từ khi khách vào cửa hàng để mua hàng đến khi khách mua được hàng ra về. Bao gồm các bước: giao dịch, bán hàng, kết thúc.

Hệ thống những thao tác này còn phụ thuộc vào: phương pháp bán hàng, hình thức, đặc điểm và nhu cầu tiêu dùng, đặc tính của từng loại hàng hoá và phương thức bán ra, tâm lý của khách hàng.

1.2. Nội dung quy trình kỹ thuật bán hàng (theo phương pháp bán hàng cổ truyền)

1.2.1. Giao dịch

- Đón tiếp khách là khâu đầu tiên tiếp xúc gây cảm tình với khách hàng, vì vậy: về thái độ phải chủ động, nhiệt tình thực sự, quan tâm tới khách, không phân biệt đối xử giữa những người mua hàng. Về kỹ thuật phải phán đoán trước tâm lý khách hàng một cách nhanh chóng để có phương pháp đón tiếp thích hợp. Trong khi giao dịch với khách hàng phải chú ý lắng nghe ý kiến của khách, không nhìn đi chỗ khác, không tỏ thái độ thờ ơ, khinh miệt.

- Tìm hiểu nhu cầu trong quá trình giao dịch kết hợp tìm hiểu nhu cầu của khách xem họ cần mua hàng gì, mua bao nhiêu, mua dùng việc gì để từ đó lấy hàng ra giới thiệu cho phù hợp. Thông thường, nhóm nhu cầu tiêu dùng được biểu hiện ở những nhóm khách hàng. Khách hàng đã có chủ định mua hàng từ trước, khách đã có chủ định mua hàng nhưng còn phân vân suy nghĩ đắn đo, kén chọn, khách đến quầy hàng nhưng chưa có chủ định mua hàng, khách là ông già, trẻ em, nam giới, không thành thạo hàng hoá thì ta phải hỏi kỹ càng, cẩn thận.

- Giới thiệu hàng hoá và hướng dẫn khách chọn hàng. Đòi hỏi người bán hàng phải có kiến thức rộng, tổng hợp nhiều mặt để giới thiệu. Khi giới thiệu hàng hoá phải ngắn gọn, dễ hiểu, trung thực, rõ ràng, rành mạch, chính xác để giúp khách hiểu được tường tận hàng hoá và chọn được hàng vừa ý. Khi giới thiệu hàng hoá phải nói rõ ưu, nhược điểm của hàng hoá, hàng kém phẩm chất không được nói dối để bán cho khách. Khi giới thiệu hàng hoá không cầu gắt, phải bình tĩnh, mặc dù phải giới thiệu lâu, đặc biệt không nài ép khách. Phải tận tình giúp khách lựa chọn hàng, dù khách mua loại hàng gì và mua bao nhiêu, nhiều hay ít. Khi đưa hàng cho khách lựa chọn cần nhớ, đưa hàng cho ai, số lượng là bao nhiêu để tránh nhầm lẫn.

- Trả lời các câu hỏi của khách: thái độ phải vui vẻ, lịch sự, lễ độ.

- Thử hàng cho khách: sau khi chọn hàng xong, tùy theo đặc điểm của từng loại hàng hoá mà tiến hành thao tác thử hàng để chứng minh cho khách hàng biết hàng đủ tiêu chuẩn, chất lượng và phù hợp với nhu cầu của khách: Khi thử hàng cần thao tác nhanh, chính xác...

1.2.2. Bán hàng

- Thu tiền, hoá đơn bán hàng:

Yêu cầu: căn cứ vào số lượng hàng hoá khách mua để tính tiền cho khách chính xác, nếu khách tỏ ý nghi vấn phải nhã nhặn tính lại cho khách yên tâm.

Nếu khách đưa đủ số tiền bán hàng thì nhận tiền chẵn đến tiền lẻ, khi nhận xong phải giao hẹn với khách rồi mới cất tiền vào ngăn. Nếu phải trả lại tiền thừa cho khách thì phải trả theo phương pháp cộng dồn: Tiền hàng + tiền lẻ + tiền chẵn = tiền khách đưa.

Bán hàng qua hoá đơn phải kiểm tra lại hoá đơn có ghi đầy đủ nội dung và hợp lệ không và cũng thu tiền theo phương pháp trên. Khi thu tiền bằng séc cần chú ý thời hạn sử dụng séc, giá trị và con dấu trên tờ séc, số tài khoản có đúng với cửa hàng không. Thu tiền bằng ngoại tệ cần chú ý phát hiện tiền thật, tiền giả và nắm chắc tỷ giá hối đoái của từng ngoại tệ.

- Chuẩn bị hàng để giao: dựa vào hoá đơn bán hàng chuẩn bị đầy đủ chính xác hàng để giao, trước khi giao hàng phải bao gói hàng cẩn thận và đẹp.

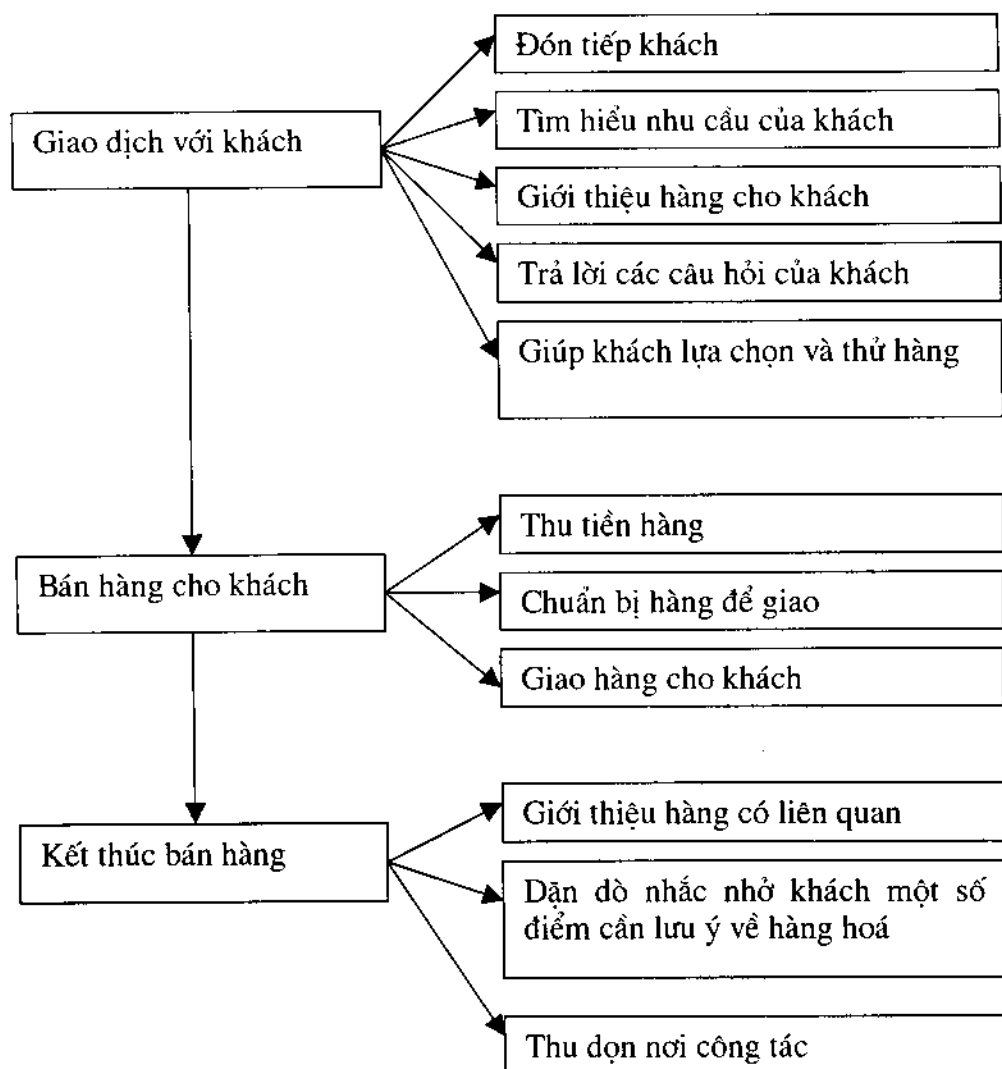
- Giao hàng: phải giao hàng cho khách bằng hai tay (đối với mặt hàng có kích thước tương đối lớn và nặng), nhưng nói chung là phải đưa hàng tận tay hay để vào đồ đựng của khách (nếu hàng nhỏ gọn). Tuyệt đối không quăng quật, vứt hàng trước mặt khách trên quầy hay đẩy hàng về phía khách. Khi giao hàng phải vui vẻ, lịch sự, tỏ ý cảm ơn khách đã giúp ta hoàn thành nhiệm vụ.

1.2.3. Kết thúc bán hàng

Dặn dò, nhắc nhở khách một số điểm cần chú ý khi sử dụng, bảo quản hàng hoá để kéo dài tuổi thọ. Giới thiệu thêm hàng có liên quan để khách hàng mua thêm. Khách mua xong chưa có người mua tiếp thì ta thu dọn nơi công tác, sắp xếp lại hàng hoá vào vị trí, lau chùi quầy tủ, hàng cho khỏi bụi để chuẩn bị đón tiếp một lượt khách mới.

Tóm lại:

SƠ ĐỒ QUY TRÌNH KỸ THUẬT BÁN HÀNG ĐƯỢC TIẾN HÀNH NHƯ SAU:



2. Bán hàng tại kho

2.1. Bán theo hợp đồng mua bán: làm lệnh xuất hàng, xuất hàng, lập chứng từ, thanh toán.

2.2. Bán theo thoả thuận trực tiếp giữa hai bên mua bán: tiếp khách, lập hoá đơn, phiếu xuất kho, thanh toán, xuất hàng.

VI. CÁC DỊCH VỤ TRONG CÔNG TÁC BÁN HÀNG

1. Phục vụ bổ sung có liên quan đến mua bán hàng hoá

Giúp khách chuyển hàng ra ga, bến tàu, xe hay chở hàng về nhà cho khách, khách sẽ thanh toán cước phí cho cửa hàng, tổ chức thuê, khắc, in hoa vào hàng làm vật kỷ niệm, tặng phẩm. Hướng dẫn khách tháo lắp, sửa chữa đơn giản những máy móc hoặc có thể đến tận nhà giúp khách để họ gửi hàng đi xa. Cửa hàng bán vải nên có bộ phận đo cắt luôn cho khách. Tổ chức nơi nhận, giữ tạm hàng cho khách chưa có điều kiện mang về.

2. Phục vụ bổ sung về sinh hoạt và văn hoá tại cửa hàng

Tổ chức nơi giữ xe đạp, áo mưa, va li, túi sách công kênh cho khách hàng. Bố trí ghế ngồi nghỉ chân cho khách. Bố trí hòm thư, bưu điện, đồng hồ treo tường tại phòng bán hàng. Tổ chức nơi gửi tiền tiết kiệm, nơi bán hàng ăn, điểm tâm giải khát, có nơi vệ sinh công cộng, có phòng thường trực chuyên trả lời các câu hỏi của khách về hàng có bán, phương thức bán hàng tại cửa hàng.

3. Các dịch vụ chăm sóc khách hàng

Tuỳ theo các nơi có thể áp dụng các dịch vụ khác nhau như là: Tư vấn khách hàng, bảo hành, lắp đặt, bảo dưỡng, sửa chữa, vận chuyển, đóng gói hàng hoá...

VII. MỘT SỐ QUY TRÌNH BÁN HÀNG CỤ THỂ

1. Bán hàng vải sợi, dệt kim, may mặc sẵn

1.1. Đặc điểm nhóm hàng

Nhóm hàng này được sản xuất từ những nguyên liệu khác nhau, có tính chất lý hoá và tính chất sử dụng phức tạp.

Thường xuyên đổi mới về nguyên liệu sản xuất, về kiểu mốt, thời trang, đồng thời có nhiều màu sắc, cỡ số, chủng loại...

1.2. Quy trình kỹ thuật bán hàng

1.2.1. Giao dịch tiếp xúc với khách hàng

Vì tâm lý, tiêu dùng nhóm hàng này khá phức tạp nên khi khách đến quầy cần xác định khách thuộc loại có chủ định hay không có chủ định để giới thiệu cho phù hợp.

Đối với hàng may mặc sẵn khi khách mua hàng, người bán cần xác định rõ đối tượng sử dụng, người lớn hay trẻ em, độ tuổi, gầy béo, trắng đen để giới thiệu cho phù hợp.

Đối với hàng vải sợi người bán cần giới thiệu nguyên liệu sản xuất, đặc điểm và phương pháp sử dụng nhất là mặt hàng mới khách chưa quen dùng.

Giúp khách chọn hàng và thử hàng. Đối với quần áo: trải dọc theo quầy và vuốt cho thẳng để khách có thể thấy rõ toàn bộ quần áo. Đối với hàng vải sợi thì cho khách xem trực tiếp hoặc qua mẫu. Người bán giúp khách lựa chọn màu sắc phù hợp với đặc điểm hình dáng người mua.

1.2.2. Bán hàng

Tuỳ thuộc vào phương pháp bán hàng thu tiền trực tiếp hay không trực tiếp mà thu tiền và trao hàng cho khách.

1.2.3. Kết thúc một ca bán hàng

Như quy trình chung.

2. Bán hàng dụng cụ gia đình

2.1. Đặc điểm nhóm hàng

Được sản xuất từ nhiều nguồn nguyên liệu khác nhau.

Trong quá trình sử dụng, bảo quản dễ bị biến dạng như méo, bẹp, nứt, vỡ...

Là hàng hoá dùng cho sinh hoạt hàng ngày.

Là nhóm hàng phức tạp, nhiều chủng loại.

2.2. Quy trình kỹ thuật bán hàng

Quy trình bán hàng dụng cụ gia đình được thực hiện về cơ bản, theo quy định chung. Tuy nhiên, trong một số thao tác, xuất phát từ đặc điểm của nhóm hàng mà cần chú ý một số các thao tác. Cụ thể là:

2.2.1. Giao dịch và tiếp xúc với khách hàng

Khi khách đến quầy hàng mặc dù những mặt hàng bán trong quầy là những

hàng thông dụng, người bán phải chủ động, nhiệt tình, sẵn sàng phục vụ khách qua đó sẽ hướng khách vào việc mua hàng.

Để phục vụ khách được tốt, cần tìm hiểu mục đích mua của khách. Trên cơ sở đó giới thiệu cho khách và kết hợp việc giúp khách chọn hàng. Đưa cho khách xem phải nhẹ nhàng, tránh va chạm, đồng thời hướng dẫn tỉ mỉ cách sử dụng, bảo quản những hàng hoá đó.

Ví dụ: giới thiệu và giúp khách lựa chọn mặt hàng phích. Người bán hàng hướng phần hoa trang trí về phía khách, mở nắp nhôm và nút phích, giới thiệu và giúp khách kiểm tra chất lượng: xem lớp mạ trắng có đều không, ba núm amiăng có đủ và cân đối không, cách tháo lắp vỏ phích... đồng thời nhằm phân rõ trách nhiệm vật chất giữa khách mua hàng và mậu dịch viên.

2.2.2. Bán hàng

Nhóm hàng dụng cụ gia đình chủ yếu bán theo phương pháp thu tiền trực tiếp, do đó tất cả các thao tác của bước này do người bán hàng đảm nhận và thực hiện đúng quy trình chung.

Khi bán hàng này cần chú ý đến yêu cầu bao gói hàng, bao gói phải đảm bảo bền chắc, kín đáo. Nếu khách mua làm quà tặng thì có thể kết hợp các loại giấy màu, giấy bóng có trang trí cắt viền bao gói cho khách.

2.2.3. Kết thúc một ca bán hàng

Như quy trình chung.

Trên cơ sở của quy trình kỹ thuật bán hàng cơ bản và tùy thuộc vào tính đặc thù của hàng hoá mà có quy trình kỹ thuật bán hàng thích hợp. Ví dụ: đồ điện và phụ tùng xe đạp; hàng vàng bạc, đá quý...

VIII. TRÌNH ĐỘ CẤP BẠC KỸ THUẬT NGHIỆP VỤ CỦA NHÂN VIÊN BÁN HÀNG

1. Quy định chung

Nhân viên bán hàng ở các cấp bậc kỹ thuật đều phải biết và chấp hành đủ:

- + Điều lệ cửa hàng bán lẻ, điều lệ công tác của nhân viên bán hàng.
- + Phép lịch sự trong giao tiếp và phục vụ khách.
- + Năm điều kỷ luật của nhân viên bán hàng.
- + Chế độ trách nhiệm vật chất đối với tiền hàng, tài sản được giao.
- + Quy định về vệ sinh hàng hoá, vệ sinh cá nhân ở nơi bán hàng.

+ Các quy định về phòng gian, bảo mật, phòng cháy nổ và an toàn lao động ở cửa hàng.

2. Cấp bậc kỹ thuật của nhân viên bán hàng

Trong thang lương của ngành thương mại nhân viên bán hàng đã qua đào tạo được xếp khung lương từ bậc 3 đến bậc 6. Trường hợp mới vào nghề, chưa qua đào tạo mà đã phân công đứng bán một số mặt hàng đơn giản thì xếp được ở bậc 1 hoặc bậc 2 tùy thuộc kỹ năng tay nghề của họ.

2.1. Bậc 3

* Hiểu biết:

- + Tâm lý của khách hàng.
- + Phương thức bán và giá bán hàng hoá.
- + Cách bố trí sắp xếp hàng hoá tại nơi bán hàng.
- + Quản lý tiền hàng và cập nhật chứng từ, làm báo cáo bán hàng.
- + Kiểm tra độ chính xác của dụng cụ đo lường và biết cách sử dụng chúng.
- + Biết công dụng và các đặc trưng về phẩm chất của hàng hoá được giao.

* Làm được:

- Công tác chuẩn bị bán hàng:
 - + Tiếp nhận hàng của thủ kho theo dự trù xin hàng.
 - + Sắp xếp hàng hoá ở quầy thuận tiện cho bán ra.
 - + Sắp xếp dụng cụ, bao bì đúng nơi quy định và thuận tiện cho thao tác.
 - + Chuẩn bị tiền lẻ, hoá đơn để phục vụ khách.
 - + Mặc áo công tác theo đúng quy định của cửa hàng, sạch và phẳng.
- Công tác giao dịch và phục vụ khách hàng:
 - + Tư thế sẵn sàng phục vụ khi khách hàng tới quầy hàng.
 - + Trả lời khách rõ ràng, ngắn gọn, chính xác và dễ hiểu.
 - + Thái độ phục vụ khách hàng vui vẻ niềm nở nhiệt tình, chu đáo.
 - + Cân đồng, đo đếm hàng hoá nhanh, chính xác, ngay trước mắt khách.
 - + Giao nhận hàng nhanh, cẩn thận, không nhầm lẫn.
 - + Đổi hàng cho khách khi họ yêu cầu trong trường hợp cho phép.
- Khâu kết thúc bán hàng:
 - + Thu dọn nơi công tác gọn, ngăn nắp, hợp vệ sinh.

- + Kiểm tiền, kê tiền, nộp tiền đúng quy định.
- + Kiểm hàng, ghi thẻ quầy, làm báo cáo bán hàng đúng và kịp thời.
- + Lập dự trù hàng cho ca sau.

2.2. Bạc 4

Là nhân viên đã thành thạo bậc 3 và có sự hiểu biết, làm thêm được những việc sau:

* Hiểu biết:

- + Hiểu sâu về tâm lý khách, tính chất lí, hoá và công dụng hàng hoá bán ra.
- + Bằng phương pháp cảm quan kiểm tra phát hiện được hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng có hiện tượng biến chất...
- + Biết cách quảng cáo hàng hoá theo nhiều hình thức khác nhau.
- + Sử dụng tốt dụng cụ thiết bị trong bán hàng.

* Làm được:

- + Phát hiện và ngăn chặn được hàng kém phẩm chất, hàng giả... lọt vào quầy hàng.
- + Phát hiện được hàng giao nhận sai giá.
- + Trình bày hàng hoá đẹp, hợp lý, thuận tiện cho bán ra và kiểm kê.
- + Bán được hàng hoá có nhiều cỡ số, giá cả, ký mã hiệu khác nhau.
- + Thông thuộc tiền hàng, giá cả trong thanh toán mua bán hàng.
- + Chuẩn bị hàng để giao cho khách nhanh, chính xác.
- + Hướng dẫn khách chọn được hàng vừa ý.
- + Tập hợp được nhu cầu của khách và phản ánh kịp thời cho lãnh đạo.
- + Đề xuất được biện pháp đẩy mạnh bán ra đối với hàng ứ đọng của quầy hàng.

2.3. Bạc 5

Là nhân viên thành thạo bậc 4 và hiểu biết, làm thêm được những việc sau:

* Hiểu biết:

- + Tâm lý của khách hàng ở mọi tầng lớp, lứa tuổi, giới tính, nghề nghiệp... khác nhau.
- + Chế độ, thể lệ quản lý thị trường có liên quan đến kinh doanh hàng hoá.

- + Ghi chép có hệ thống về nhu cầu của khách để tham mưu cho lãnh đạo.
- + Biết sắp xếp phân công lao động, bố trí giờ bán hàng cho tổ được hợp lý.

* Làm được:

- + Phán đoán nhanh nhu cầu của khách hàng, chủ động giới thiệu hàng hợp với nhu cầu của khách.
- + Bán được hàng ở quầy hàng phức tạp.
- + Phục vụ được ở quầy hàng đông khách, thao tác bán hàng thuần thục, không nhầm lẫn.
- + Giải quyết được thoả đáng các vụ tranh chấp giữa nhân viên bán hàng và khách hàng.
- + Có thể thay thế điều hành tổ khi tổ trưởng vắng mặt.

2.4. Bạc 6

Là nhân viên đã thành thạo bậc 5 và hiểu biết, làm thêm được những việc sau:

* Hiểu biết:

- + Các hình thức phục vụ tiên tiến và dịch vụ bổ sung cần thiết trong kinh doanh thương mại.
- + Nắm vững các quy định về tổ chức và hoạt động của tổ bán hàng, chức trách của tổ trưởng.
- + Biết tổ chức lao động một cách khoa học trong tổ bán hàng.
- + Biết cách đào tạo và kèm cặp hướng dẫn nhân viên mới vào nghề.

* Làm được:

- + Chuẩn bị tốt mọi mặt cho ca bán .
- + Bán được hàng ở quầy có nhiều khó khăn nhất, thao tác linh hoạt chính xác.
- + Hướng dẫn khách chọn mua hàng cao cấp, hàng phức tạp... chính xác và hợp lý.
- + Đề xuất sửa đổi hay bổ sung những điểm không phù hợp trong kinh doanh của doanh nghiệp.
- + Quản lý tốt tiền hàng được phân công.
- + Quản lý và điều hành được công việc của một tổ bán hàng.
- + Kèm và hướng dẫn nhân viên mới vào nghề và học sinh thực tập tốt nghiệp có hiệu quả.

Phần thực hành

Bài 1: Thao tác đếm tiền

Trong thực tế có nhiều phương pháp đếm tiền:

- Kiểu miết lên.
- Kiểu miết xuống.
- Kiểu miết ngang.
- Kiểu xĩa từng tờ một.
- Kiểu đếm 5 tờ một.
- Đếm tiền bằng máy.

Ở đây giới thiệu phương pháp đếm tiền kiểu miết lên và đếm tiền bằng máy.

1. Đếm tiền kiểu miết lên

1.1. *Khái niệm:* dùng ngón cái và ngón trỏ của tay phải miết một tờ tiền theo chiều đi lên, làm cho tờ tiền bong lên một cách dễ dàng. Đếm tiền theo phương pháp này sẽ kiểm tra được 2/3 mặt tờ tiền và từ đó phát hiện được tiền không được phép lưu hành, tiền rách, bị mực, tiền bị mất góc...và chỉ cần một lực nhẹ là tờ tiền bong lên. Song có hạn chế là: thao tác rất phức tạp, muốn đếm nhanh chính xác thì phải luyện tập nhiều và phải có đầy đủ phương tiện bàn ghế để ngồi đếm và có nước để rửa tay khi cần.

2. Thao tác đếm

2.1. Công tác chuẩn bị đếm

- Mỗi học sinh phải có 3 tập tiền. Mỗi tập đủ 100 tờ tiền cùng loại, cụ thể là các tập tiền như sau: một tập tiền 2000đ, một tập tiền 500đ, một tập tiền loại 200đ.

- Dây chun buộc tiền: 10 cái hay dây dây xé nhỏ 10 sợi, một tích kẻ nẹp tiền, một giấy niêm phong tiền và 3 tờ giấy vừa bằng khổ tiền để ốp vào bó tiền khi niêm phong, 2 dây để buộc niêm phong tiền dài 1m.

2.2. Kỹ thuật và thao tác đếm

2.2.1. Kỹ thuật đếm

- Tư thế ngồi thoải mái, không gò bó, đặt tập tiền ngay ngắn trên bàn sau khi đã đập hay xòe tiền để khi đếm không bị kẹp díp hay xô lệch tờ tiền. Đếm phải đúng động tác và kỹ thuật, khi đếm phải lật được 2/3 tờ tiền lên và tay trái ngón trỏ và giữa mỗi ngón mỗi lần chỉ đỡ 1 tờ tiền bong lên.

- Thao tác bàn tay trái.

+ Ngón út - đeo nhẫn - ngón cái đè chặt góc dưới của thếp tiền. Giữ thếp tiền không bị xô lệch khi đếm.

+ Ngón trỏ đón khi tờ tiền bong lên khi đếm từng tờ một, không được đón chụp 2, 3 hay nhiều tờ cùng một lúc.

+ Ngón giữa đè tờ tiền xuống, giữ tờ bạc đã đếm: cứ như thế đến tờ tiền thứ 100.

- Thao tác bàn tay phải.

+ Ngón cái - trở miết cho tờ tiền bong lên một cách dễ dàng.

+ 2 hay 3 ngón còn lại đỡ cho một góc thếp bạc hơi cong lên, hỗ trợ động tác miết của ngón trỏ và ngón cái.

+ Đếm xong thếp tiền thì đỡ cho cả 4 cạnh thếp bạc bằng phẳng.

- + Đặt ngay ngắn thép tiến trên bàn, tiến hành buộc tiến.
- + Buộc xong tập nào thì ghi số tờ tiến đếm được vào bảng kê rồi đếm tiếp các thép sau.

2.3. Kỹ thuật buộc tiến

- Yêu cầu buộc:

- + Buộc chặt, chắc chắn, đúng kích thước của dây cho từng loại tiến.
- + Loại tiến khổ to: dây buộc cách mép bên phải của thép tiến khoảng 3 - 4 cm.
- + Loại tiến khổ nhỏ: cách 2,5 - 3cm. (Thường ở khoảng 1/3 đầu ngắn của thép tiến).
- + Nếu buộc bằng dây đay xé nhỏ: thì đầu dây phải dấu gọn vào đầu ngắn của thép tiến. Tập tiến buộc xong phải bằng phẳng không bị xô lệch.

- Thao tác buộc:

- + Tay phải rút một sợi dây đay có kích thước phù hợp với loại tiến, hay rút một sợi dây chun vòng.
- + Tay trái giữ thép tiến. Tay phải đặt đầu dây thứ nhất lên mặt trong của thép tiến, đồng thời đầu dây thứ hai cuộn ra mặt ngoài của thép tiến.
- + Buộc xong phải vuốt cho thép tiến phẳng, nếu buộc bằng dây chun thì vòng từ 2 - 3 lần cho thật chặt.

2.4. Lên tích kê nẹp tiến

Sau khi đếm và buộc xong 3 tập tiến yêu cầu học sinh phải lên được tích kê nẹp tiến. Khi lên tích kê nẹp tiến phải đảm bảo yêu cầu sau:

- Viết theo một trình tự nhất định, không tùy tiện.
- Con số viết phải rõ ràng, thẳng hàng và đánh dấu phẩy đúng vị trí.
- Viết sai muốn điều chỉnh lại phải theo đúng nguyên tắc kế toán.
- Số dưới 10 phải ghi số 0 đằng trước.
- Không viết hai màu mực.
- Số tiến bằng chữ và số phải khớp nhau.

2.5. Niêm phong tiến dùng kỹ thuật

Cứ 10 tập tiến cùng loại thì bó lại thành một bó có niêm phong và một tập tiến phải đủ 100 tờ tiến cùng loại, khi niêm phong phải xếp tiến: 5 tập quay xuôi và 5 tập quay ngược lại nhằm đảm bảo cho bó tiến phẳng không bị đầu bé, đầu to. Sau khi tiến hành đặt một tờ giấy bằng khổ tiến lên trên 10 tập tiến đó.

Dùng dây đay xé nhỏ buộc tiến. Tay trái cầm đầu dây ngắn giữ chặt cạnh dài trái thép tiến, cách đầu ngắn tờ tiến 1/3. Tay phải cầm đầu dây dài vòng quanh thép tiến. Khi hai đầu dây gặp nhau thì tay trái cầm đầu dây ngắn đưa lên đầu thép tiến phía đầu dài và giữ chặt ở đó. Tay phải vòng dây dài xuống dưới thép tiến. Móc qua dây đay vừa buộc, kéo lên trên khi 2 dây gặp nhau thì vắt chéo. Tay trái đưa đầu ngắn về phía cạnh trái tập tiến. Tay phải cầm đầu dài vòng dưới thép tiến, móc vào dây dọc phía dưới đưa lên.

Khi hai dây gặp nhau thì buộc thắt nút 2 lần thật chặt, cuối cùng là dán giấy niêm phong lên trên nút buộc, trước khi dán giấy niêm phong bó tiến phải ghi giấy niêm phong như sau:

NGÂN HÀNG QUỐC GIA VIỆT NAM
CHI CỤC KHO BẠC

Loại tiền: 50.000 đồng

Số tờ: 1000 tờ

Thành tiền: 50.000.000 đồng

Ghi bằng chữ: năm mươi triệu đồng

Ngày niêm phong:.....

Người niêm phong:.....

- Cách lên tích kê nộp tiền:

GIẤY NỘP TIỀN

số....

Công ty:

Cửa hàng: Họ tên người nộp tiền:

Ca, kíp..... Tổ bán hàng ngày:.....

Lý do nộp:

Ngày nộp:

Loại tiền	Số tờ	Thành tiền	Ghi chú
500.000			
100.000			
50.000			
20.000			
10.000			
5.000			
2.000			
1.000			
500			
200			
100			

Tổng cộng số tiền bằng số:

Tổng cộng số tiền bằng chữ:

Ngày..... tháng..... năm

Người nhận tiền ký

Người nộp tiền ký

2.6. Thời gian và thang điểm

- Kỹ thuật thao tác chính xác: 4 điểm.
- Đếm 3 loại tiền: Đứng cả 3 tập: 4 điểm.
Đứng 2 tập: 3 điểm.
Đứng 1 tập: 2 điểm.
- Đạt về thời gian cả 3 tập và buộc.
145" đạt 4 điểm.
155" đạt 3 điểm.
165" đạt 2 điểm.
175" đạt 1 điểm.
>175" đạt 0 điểm.
- Lên tích kê đứng rõ ràng, chính xác, không sảy ra tẩy xoá: 1 điểm. Nếu dập xoá, chữa và điều chỉnh trừ 1/2 điểm, chữa sai nguyên tắc trừ 1 điểm.
- Niêm phong tiền đúng kỹ thuật: được 1 điểm.

3. Đếm tiền bằng máy

Sau khi bán hàng xong phải tiến hành phân loại tiền theo trình tự, sắp xếp theo từng loại: Tiền mặt loại 500.000 đ, 100.000đ, 50.000đ,... và tiền séc, ngân phiếu.

Chuẩn bị máy đếm bằng cách:

- + Kiểm tra bộ phận máy xem có thiếu hay hỏng gì không.
- + Cắm điện cho máy chạy xem có êm không. Cho từng loại tiền vào máy, bật công tắc cho máy hoạt động.
- + Đếm loại tiền có số lượng nhiều trước, cứ đủ 100 tờ tiền cùng loại thì buộc thành một tập.
- + Người điều khiển máy đếm phải quan sát các tờ trên máy đếm ra để phát hiện tiền giả, tờ tiền rách hay bị mất góc, tờ tiền mục để xử lý kịp thời. Đồng thời phải theo dõi chính xác đèn báo số tờ mà máy đếm được để hạch toán đúng, không bị nhầm lẫn. Sau đó:

Ghi số tờ máy đếm được vào tích kê và bật công tắc chỉ về số 0 của máy trước khi cho tập tiền khác vào đếm.

Để loại bỏ được nhanh chóng và chính xác các tờ tiền giả có lẫn trong tập tiền, sau khi đếm và buộc tập tiền xong thì đưa một đầu không buộc của thép bạc vào máy soi, nếu là bạc giả thì phát ra ánh sáng khác màu, ta sẽ loại tờ tiền đó ra.

Bài 2. Bao gói hàng hoá

1. Ý nghĩa và yêu cầu của bao gói hàng hoá

1.1 Khái niệm

Bao gói hàng hoá là một nghiệp vụ kỹ thuật thương mại bao gồm: Những thao tác nhằm thu nhỏ, xếp gọn hàng hoá và sử dụng các loại bao bì thích hợp để bao gói hàng được gọn đẹp.

1.2. Ý nghĩa của việc bao gói hàng

Bao gói hàng đúng kỹ thuật và phù hợp với nhu cầu của khách sẽ góp phần:

- Giữ gìn tốt chất lượng hàng hoá.

- Thuận tiện cho khách mang, xách hàng được dễ chịu và tiện lợi.
- Làm tăng vẻ đẹp của gói hàng, tăng sự hấp dẫn cho người mua và thực hiện tính văn minh thương mại.

1.3. Yêu cầu của gấp xếp, bao gói hàng hoá

Khi gói hàng phải đảm bảo các yêu cầu sau:

- Gói hàng phải kín, chắc chắn và gọn: để đảm bảo cho hàng hoá được sạch và toàn vẹn về số lượng và chất lượng.
- Bao gói hàng phải nhanh, thao tác chuẩn mực: để tạo sự tin tưởng của khách với cửa hàng và không để khách hàng phải đợi lâu.
- Gói hàng phải đẹp: đây là một yêu cầu không thể thiếu được về mặt thẩm mỹ và nâng cao văn minh thương mại.

2. Phân loại bao bì, giấy gói

2.1. Yêu cầu của bao bì, giấy gói

Trong thực tế có nhiều loại bao bì để bao gói hàng hoá, mỗi loại bao bì có yêu cầu riêng, song các loại bao bì vẫn phải tuân thủ các yêu cầu chung sau đây:

- Bao bì giấy gói phải có kích thước phù hợp với hàng hoá cần gói, nhằm bảo đảm cho gói hàng vừa kín đáo, bền chắc, tránh lãng phí.
- Giấy gói phải có độ bền chắc phù hợp với từng loại hàng như: hàng có yêu cầu sử dụng, bảo quản, vận chuyển, làm quà tặng khác nhau. Nhằm đảm bảo tốt chất lượng và số lượng hàng được gói.
- Giấy gói bao bì phải phù hợp với tính chất hàng hoá cần gói nhằm giữ được toàn vẹn chất lượng hàng hoá.

2.2. Phân loại bao bì, giấy gói

Bao bì giấy gói được chia ra làm nhiều loại khác nhau về độ bền, độ nhăn bóng, độ xốp, độ dày mỏng, màu sắc và phẩm chất, cụ thể như sau:

- Loại giấy có độ bền cao: dùng để bao gói các hàng nặng, cứng có góc cạnh.
- Loại giấy có độ bền xốp: dùng để bao gói các loại hàng hoá có thể tích lớn dễ bị bẹp méo.
- Loại giấy mỏng: dùng để bao gói những loại hàng mềm nhẹ.
- Loại giấy có phẩm chất tốt, độ nhăn bóng cao: thường dùng để bao gói các loại hàng có giá trị cao, hàng quý.
- Loại giấy có màu sắc: dùng để bao gói các loại hàng làm tặng phẩm, quà lưu niệm, đồ mừng.
- Loại giấy đã khử trùng và được phủ lên mặt một lớp dung dịch chống ẩm làm giấy không bị thấm nước: dùng để bao gói thực phẩm, bánh ngọt.

3. Phương pháp gấp xếp, bao gói một số hàng hoá

3.1. Nguyên tắc chung

Khi bao gói hàng hoá phải đảm bảo các nguyên tắc chung sau đây:

- Gấp xếp, bao gói hàng hoá nhằm thu nhỏ thể tích khối hàng đưa về dạng khối hình chữ nhật, khối vuông, hình trụ, hình chóp.
- Phải lựa chọn giấy gói phù hợp với tính chất, kích thước của hàng hoá, tương ứng với khối lượng hàng cần gói: nhằm có đủ giấy để gói kín được hàng hoá.

- Gói hàng cần phải được gói buộc chắc chắn và đẹp, hấp dẫn.

3.2. Phương pháp bao gói

Có nhiều dạng bao gói, song thường quy tụ vào một số dạng phổ biến sau đây:

- Bao gói hình hộp có trang trí thất nơ. Bao gói dạng này được áp dụng với bao gói: quần, áo, màn, vải, giấy, dép, hàng hoá có hình thức nhất định và được đặt vào hộp có hình: chữ nhật, hình hộp vuông, hình hộp tam giác.

- Bao gói hình trụ có trang trí thất nơ. Bao gói dạng này được áp dụng với hàng có hình trụ đứng, hình trụ vửa, hình trụ dẹp, hay hàng dạng mỏng mềm có thể cuộn lại theo hình trụ được.

- Bao gói các chai, lọ có thất nơ.

- Bao gói hàng hoá khác: kiểu thuốc nam, kiểu thuốc tây, kiểu bồ đài.

3.3. Kỹ thuật gấp xếp, bao gói hàng làm quà tặng

3.3.1. Bao gói hàng hình hộp chữ nhật có trang trí thất nơ

3.3.1.1. Kỹ thuật gấp xếp, bao gói hàng may mặc sẵn: việc gấp xếp, bao gói hàng may mặc sẵn được tiến hành theo trình tự sau:

- Chuẩn bị hộp đựng hàng có hình chữ nhật, được mở sẵn nắp và được đặt trên bàn phía tay phải.

- Gấp quần âu: Gấp 4 mép quần cho chồng khít lên nhau. Hai tay cầm cạp quần rũ mạnh để quần phẳng. Sau đó đặt quần nằm ngang trên mặt quấy và vuốt quần cho thật phẳng. Rồi gấp đôi chiều dài quần lại với nhau, gấp tiếp một lần nữa sao cho cạp quần ở phía trên. Cuối cùng là đặt quần vào hộp.

- Gấp áo sơ mi: Trải rộng áo trên mặt quấy vuốt cho phẳng. Bẻ cổ áo cho ngay ngắn. Cài khuy cổ, khuy giữa và khuy ở cuối thân áo lại. Tay trái cầm 2/3 cạp vai áo, tay phải cầm 1/2 vạt áo lật cả về phía sau lưng áo. Đặt tay áo song song với thân áo, thân áo bên kia cũng gấp như trên.

- Ngón trỏ, ngón giữa, ngón cái của 2 tay kẹp giữa 2 mép áo sơ mi vừa gấp, nhấc nhẹ để lật phần đuôi áo ra phía sau, sao cho thân áo được gấp làm đôi lại, cổ áo ở trên đuôi áo ở dưới.

- Bẻ lại cổ áo cho ngay ngắn để khách mở hộp ra là nhìn rõ được kiểu áo ghi trên mác áo. Sau đó thì đặt áo vào hộp, áo đặt trên quần, cổ áo ở phía trên cạp quần.

- Đóng nắp hộp lại và dùng giấy trang trí gói hộp lại.

- Bao gói hộp hàng có trang trí thất nơ:

- + Giấy bao gói là giấy trang trí có hình chữ nhật tương xứng với hộp, được đặt vuông góc với mặt quấy. Đặt hộp hàng vào giữa giấy gói.

- + Gấp mép giấy bên trong vào trước, gấp mép giấy bên ngoài phủ tiếp lên gói hàng. Hai tay cùng bẻ đường trang trí trên gói hàng, tùy ý thích mà để đường trang trí ở giữa hay ở cạnh mép gói hàng.

- + Sau đó gấp góc hai đầu của gói hàng theo kiểu bẻ góc bánh chưng, dùng băng dính dán mối gấp đó cho chặt lại.

- + Cuối cùng là dùng dây lụa buộc chéo chữ thập gói hàng lại và dùng nơ cài lên nút buộc đó hay cài ở một góc nào đó của gói hàng cho ưa nhìn.

- Lưu ý:

- + Nếu hàng cần gói là giấy dép: phải lau sạch bụi, đánh xi mới cho vào hộp và gói

như trên. Nếu là vải: phải gấp gọn lại, mặt phải của vải ở bên ngoài và cho vào hộp gói như trên.

- + Nếu hộp quà hình vuông: thì giấy gói trang trí cũng là hình chữ nhật, cách gói cũng như trên, có điều dây buộc chéo chữ thập thường để lệch ở phía trên một đầu gói hàng và thắt hay cài nơ tại đó sẽ đẹp hơn là buộc dây cài nơ ở giữa gói hàng.
- + Nếu gói hàng có hình vuông dẹt thì thường buộc và cài nơ nhiều tầng ở giữa gói hàng, tạo cảm giác gói hàng to nặng thêm.
- + Tuỳ hộp quà là hình chữ nhật hay hình vuông và tuỳ vào màu sắc của giấy trang trí mà ta sử dụng nơ trang trí là nơ đơn, nơ số 8 nhiều tầng hay nơ con bướm có đuôi dài hay ngắn cho thích hợp.

3.3.1.2. Kỹ thuật bao gói hàng hình hộp chữ nhật dẹt hay nhỏ

Một gói hàng hình hộp chữ nhật dẹt và nhỏ có một số cách gói như sau:

- Cách 1:

- + Giấy gói là loại giấy trang trí có hình chữ nhật, đặt vuông góc với mặt bàn. Tay trái đặt hàng vào giữa phần giấy gói, sao cho phần giấy gói ở mỗi đầu của gói hàng thừa ra 10cm.
- + Tay trái giữ gói hàng cho khỏi bị xô lệch. Tay phải kéo mép giấy bên trong phủ lên gói hàng, rồi kéo tiếp mép giấy bên ngoài phủ lên mép vừa gấp.
- + Hai tay vuốt nhẹ gói hàng từ giữa gói ra 2 đầu gói cho đỡ búng, tiến hành bẻ đường trang trí trên gói hàng. Đường trang trí có thể bẻ đơn hay bẻ kép ở chính giữa gói hàng hoặc ở phần cạnh của mép gói hàng.
- + Quay dọc gói hàng, từ một đầu gói hàng vào bụng người đứng gói để gói hàng không bị búng. Tay trái túm chặt một phần giấy thừa ngay sát đầu gói hàng, tay phải rút một sợi dây trang trí buộc chặt lại và đầu kia cũng làm như vậy.
- + Dùng nơ trang trí cài vào 2 đầu gói hàng, lúc ấy gói hàng có dạng cái gối hoặc dùng kéo cắt phần giấy thừa ở 2 đầu gói hàng thành tua hoặc vuốt cho giấy thừa của gói hàng thẳng ra tạo thành ống phễu ở 2 đầu.

- Cách 2:

- + Giấy gói có hình chữ nhật, đặt vuông góc với mặt bàn. Đặt hàng vào giữa giấy gói. Tay trái giữ gói hàng, tay phải gấp mép giấy trong vào trước, gấp mép giấy ngoài vào sau.
- + Bẻ đường trang trí cho gói hàng như cách 1. Xoay dọc gói hàng cho một đầu gói từ sát vào bụng người đứng gói. Hai tay tiến hành bẻ góc gói hàng kiểu bẻ góc bánh chưng, dùng băng dính dán chặt giấy lại cho khỏi búng và đầu kia cũng làm như vậy.
- + Dùng dây trang trí buộc chéo chữ thập trên gói hàng, phần nút buộc thường ở cạnh một đầu của gói hàng, chính nút buộc đó là thắt nơ đơn cánh to có đuôi dài bằng nhau hay so le nhau rồi vuốt cho đuôi cong tạo phần hấp dẫn hoặc thắt chéo chữ thập xong thì cài nơ số 8 nhiều tầng lên để trang trí cũng được.

3.3.1.3. Kỹ thuật gói hàng có hình hộp tam giác cân

- + Giấy gói hàng có hình vuông, ta đặt cạnh chéo của giấy gói vuông góc với mặt bàn.
- + Đặt gói hàng có phần đáy của tam giác cân vào vị trí phần giữa giấy gói. Tay trái

giữ gói hàng để hàng không bị xô lệch. Tay phải kéo mép trong của giấy gói phủ lên trên gói hàng sao cho vừa chấm mép trên của gói hàng là được.

- + Rồi dùng băng dính dán mép giấy vào hàng để cố định. Tiếp tục ốp mép giấy còn lại vào từng cạnh của hình tam giác và dùng băng dính trắng dán lại.
- + Khi gói xong tiến hành cài nơ trang trí ở một đỉnh của tam giác, thường dùng nơ đơn có đuôi dài cân nhau và để phẳng.

3.3.2. Kỹ thuật bao gói hàng có hình trụ

3.3.2.1. Bao gói hàng có hình trụ đứng

Gói hàng có hình trụ đứng thường có một số cách bao gói hàng sau:

- Cách 1:

- + Giấy gói có hình chữ nhật được đặt song song trên mặt quầy. Đặt hàng có hình trụ đứng vào giữa giấy gói.
- + Gấp hai mép giấy đối diện của 2 bên tay phải và tay trái vào sát hàng và vuốt thẳng lên. Hai bàn tay xoè rộng vuốt 2 bên cho giấy sát vào hàng để tạo nếp gấp cho 2 mép giấy còn lại.
- + Tay trái giữ cho gói hàng vững chắc. Tay phải ốp mép giấy bên ngoài vào trước, sau đó ốp mép giấy còn lại vào sát hàng. Sau đó túm chặt các mép giấy thừa đó nối lại với nhau trên đỉnh gói hàng và buộc chặt lại, rồi vuốt các cạnh giấy thẳng lên tạo thành các cánh hoa.
- + Đồng thời thắt nơ trang trí cho gói hàng, đuôi nơ để dài và vuốt cong cho hấp dẫn.

- Cách 2:

- + Đặt giấy có hình chữ nhật vuông góc với mặt bàn. Đặt hàng song song với giấy gói, sát với mép giấy bên trong. Hai tay ốp mép giấy bên trong phủ lên hàng và lấn đều cho đến khi hàng được phủ kín giấy gói rồi dùng băng dính dán lại cho chắc chắn và không bị bung.
- + Sau đó tiến hành gấp góc ở hai đầu gói hàng theo kiểu bẻ mí. Đầu tiên hai tay giữ hàng, hai ngón cái ấn bẻ 1/3 mép giấy vào trước, tay trái ấn tiếp 1/3 mép phủ lên, tay phải gấp nốt mép còn lại và dùng băng dính trắng dán lại và đầu gói hàng kia cũng làm như vậy.
- + Cuối cùng là dựng gói hàng đứng lên và cài nơ trang trí cho gói hàng.

3.3.2.2. Bao gói hàng có hình trụ dẹt vừa

Bao gói hàng có hình trụ dẹt vừa được tiến hành theo các bước sau đây:

- Cách 1.

- + Giấy gói hình vuông được đặt trên mặt bàn, cho hàng vào giữa giấy gói. Tay trái giữ hàng, tay phải lần lượt cuốn vành giấy sát vào gói hàng cho đến khi cuộn hết cạnh giấy vòng quanh gói hàng là được, vừa cuộn vừa dán băng dính cho chắc để gói hàng không bung ra, dùng băng dính màu trắng dán cho chắc. Rồi dùng dây lạt hay dây nilon buộc gói hàng theo kiểu chữ thập và cài nơ trang trí vào giữa gói hàng, nơ nhiều tầng cho đẹp.

- Cách 2:

- + Khi gói hàng có hình trụ dẹt, không cao thành thì giấy gói cũng có hình vuông được đặt trên mặt bàn. Đặt hàng vào giữa giấy gói.
- + Kéo hai cạnh giấy đối diện nhau chập vào giữa gói hàng và vuốt thẳng lên.

Hai tay vừa giữ gói hàng vừa vuốt hai mép giấy còn lại cho sát chặt vào sát 2 mép giấy vừa gấp.

- + Tay trái túm chặt 4 mép giấy thừa lại và tay phải rút sợi dây lụa buộc chặt sát mặt gói hàng lại hay dùng kim đính thật chặt lại, rồi tiến hành thắt nơ trang trí cho gói hàng (có thể cài nơ trang trí cho gói hàng, đuôi nơ trang trí so le nhau và cong).
- + Sau đó, bẻ 4 cạnh giấy thừa trên mặt gói hàng cho xòe ra như cánh hoa cho thêm phần hấp dẫn.

- Cách 3:

- + Khi gói hàng có hình trụ mỏng: giấy gói là hình chữ nhật đặt trên mặt bàn, đặt gói hàng vào sát một mép giấy phía trong lòng người đứng gói.
- + Tay trái giữ gói hàng, tay phải ốp cạnh giấy phía trong vào sát thành gói hàng và lăn cuộn tròn cả giấy cùng gói hàng cho đến khi gói hàng được phủ kín, lấy băng dính dán lại cho giấy phẳng không bị bùng.
- + Xoay dọc gói hàng để một đầu sát cạnh người đứng gói. Dùng hai tay bẻ góc một đầu gói hàng cho sát vào gói hàng, lấy băng dính dán lại cho chắc, rồi tiếp tục bẻ góc đầu gói hàng bên kia cũng như đầu vừa làm.
- + Dựng gói hàng đứng lên và cài nơ số 8 nhiều tầng vào trung tâm gói hàng, đuôi nơ dài thả ra 2 bên gói hàng và vuốt cong cho đẹp.

3.3.3. Kỹ thuật gói quà có hình lọ, hình chai

Bao gói hàng theo hình lọ hay hình chai được tiến hành theo một số cách sau:

- Cách 1:

- + Giấy gói hình chữ nhật đặt vuông góc với mặt bàn, đặt chai hàng nằm ngang trên giấy, phần giấy ở đầu chai thừa nhiều hơn ở đáy chai.
- + Tay trái giữ chai hàng cho ổn định để chai hàng không bị xô lệch. Tay phải gấp mép giấy bên trong phủ lên chai hàng. Hai tay lăn đều để cuộn giấy phủ kín lên chai hàng là được, dùng băng dính dán chặt mép giấy ngoài vào sát chai hàng.
- + Tiến hành gấp mép giấy thừa ở phần đáy chai ép sát vào đáy và cũng dùng băng dính dán chặt lại.
- + Sau đó dựng đứng chai lên, tay trái nắm chặt phần cổ chai (bao gồm cả giấy gói và cổ chai). Tay phải rút một sợi dây trang trí buộc chặt cổ chai lại và tiến hành thắt nơ trang trí cho cổ chai, đuôi nơ trang trí dài và cong tự nhiên.
- + Phần giấy thừa trên nắp chai vuốt cho đứng thẳng lên như miệng một cái phễu hoặc có thể dùng kéo cắt hình răng cưa cho đẹp.

- Cách 2:

- + Giấy gói trang trí có hình ống, phần đáy của ống được dán chặt và kín, phần đầu của ống để hở.
- + Tay trái giữ miệng ống giấy, tay phải cầm đặt chai vào trong lòng ống giấy.
- + Hai tay nhắc nhẹ gói hàng lên để tạo cho ống giấy thẳng và phẳng, bám sát vào thành chai.
- + Tay trái nắm chặt phần giấy ở vị trí cổ chai. Tay phải rút một sợi dây trang trí buộc chặt lại và thắt nơ trang trí cho gói hàng (hay cài nơ) như cách một.

3.3.4. Bao gói hàng nhỏ gọn khác

3.3.4.1. Bao gói kiểu thuốc nam

Kiểu bao gói này thường áp dụng để gói các loại hàng nhỏ gọn như: để gói hoa bầy đĩa, gói rau sống, rau ghém, hạt cốm nếp, hàng lật vật khác, thuốc nam, thuốc bắc.

- Cách 1:

- + Giấy gói có hình vuông, được đặt chéo trên mặt bàn. Bốc đủ hàng vào khoảng phần giữa giấy gói, thì chuyển ngón tay trở và cái của 2 tay để kẹp lấy giấy gói. Còn 2 ngón cái thì gấp góc của gói hàng (gấp khoảng 1/3 chiều dài của đường chéo giấy lật vào trên gói hàng, lúc ấy 2 ngón trở tiếp xúc với hàng tạo thành một đường thẳng, rồi dùng 2 ngón cái gấp góc vào 1 lần nữa.
- + Rút 2 ngón trở ra phía ngoài gói hàng, còn 2 ngón cái chặn ở 2 đầu gói hàng để khỏi bị tuột rơi ra ngoài. Sau đó, gấp mép giấy bên phải vào trước, gấp mép bên trái đè lên trên. Mỗi cạnh giấy gấp có chiều dài bằng 1/3 chiều dài đường chéo của giấy gói. Còn 2 ngón cái thì giữ trên bề mặt của gói hàng để gói hàng mới gấp khỏi bị bung ra.
- + Hai ngón trở hơi bóp 2 bên của gói hàng cho cân đối, rồi gấp góc của mép giấy ngoài phủ lên trên gói hàng và giắt mí sâu vào 2 mép giấy đã gấp trước (nếu hàng cần đóng gói dạng bột, hạt). Hoặc dùng dây buộc chéo chữ thập cho gói hàng chắc chắn và chặt.

- Cách 2:

- + Giấy gói có hình vuông đặt chéo trên mặt bàn. Bốc đủ hàng vào giữa giấy gói thì gấp mép giấy bên trong vào trước, gấp mép giấy 2 bên phủ lên trên, gấp nốt mép bên ngoài vào.
- + Lấy dây buộc chéo chữ thập cho gói hàng chắc chắn, hàng không bị rơi ra ngoài (áp dụng với hàng rau ghém, thuốc nam, hoa bầy đĩa).

- Cách 3:

- + Giấy gói có hình chữ nhật, đặt chéo giấy trên mặt bàn, bốc đủ hàng vào giữa giấy gói.
- + Hai tay gấp 2 mép giấy trong và ngoài chập vào nhau ở giữa gói hàng, lấy gim hay băng dính gắn chặt 2 mép giấy đó lại cho hàng gọn không bị bung.
- + Rồi chập tiếp 2 mép giấy bên trái và phải lại với nhau vào giữa gói hàng phía bên trên mỗi giấy vừa gấp và dùng băng dính dán 2 mép giấy đó với gói hàng cho thật chặt hay dùng dây buộc chéo hình chữ thập trên gói hàng (áp dụng với hàng lật vật, không quá nhỏ).

3.3.4.2. Bao gói kiểu thuốc tây

Kiểu này thường áp dụng để gói hàng nhỏ gọn, vụn vặt, dạng viên, dạng bột.

- + Giấy gói hình chữ nhật được đặt song song trên mặt bàn. Bốc đủ hàng đặt vào giữa giấy gói. Hai ngón tay gấp mép giấy phía trong vào trước, cách mép giấy phía ngoài khoảng 1 - 1,5cm.
- + Sau đó, gấp mép ngoài 1 - 1,5cm đó lật vào trong, phủ lên trên mép vừa gấp. Rồi lại tiếp tục gấp mép ngoài vào 1/2 gói hàng, sao cho đường gấp nằm ở chính giữa gói hàng.
- + Hai ngón cái giữ trên bề mặt gói hàng cho khỏi tuột, đồng thời gấp 2 đầu gói hàng về phía sau và nhét 2 mí lồng vào nhau.

Lưu ý: Khi gấp mí thì gói hàng phải phẳng, các góc phải vuông vắn, nơi tiếp giáp giữa hai đầu không bị tuột và phồng.

3.3.4.3. Bao gói kiểu bồ đài:

- + Giấy gói hình chữ nhật. Gấp chiều dài của giấy ở mép ngoài gấp vào trong khoảng 2cm. Sau đó tay phải gấp cạnh giấy phía bên phải vào trong, tay trái gấp cạnh giấy bên trái đè lên cạnh giấy vừa gấp. Đáy bồ đài hình tròn ốc.
- + Tay trái cầm bồ đài, tay phải mở miệng bồ đài cho xoè rộng và ấn mép giấy gấp 2cm ra cho khít mặt giấy to.
- + Sau đó, đổ hàng vào bồ đài, vỗ nhẹ tay cho hàng chặt không bị rơi vãi ra ngoài. Khi đã đổ đủ hàng vào bồ đài thì tiến hành bẻ miệng gấp mí.
- + Đầu tiên hai tay bẻ 1/3 miệng bồ đài ép sát vào hàng, tay trái bẻ 1/3 miệng trái lật vào trong gói hàng, tay trái bẻ nốt 1/3 miệng còn lại đè lên miệng vừa bẻ. Dùng băng dính dán chặt lại hoặc dùng dây buộc bồ đài cho chắc chắn.
- + Cách buộc như sau: Tay trái cầm bồ đài đã có đủ hàng và đã gấp mí bồ đài lại. Tay phải cầm 1 sợi dây đặt lên miệng bồ đài, tay trái giữ chặt đầu dây ngắn: tay phải cầm đầu dây dài vòng xuống chân bồ đài cuốn 2 lần, rồi vắt chéo ở chỗ mép giấy ngoài gấp vào. Sau đó vòng lên miệng bồ đài buộc xoắn chặt lại, đầu dây dẫu vào dây buộc trên thân bồ đài.
- + Bao gói kiểu bồ đài thường áp dụng để bao gói hàng dạng hạt: lạc rang, ngô, bỏng nổ, ô mai...

3.3.5. Cách gói bó hoa tươi làm quà tặng

3.3.5.1. Cách trang trí một lẵng hoa to và thân lẵng hoa cao

Sau khi khách lựa chọn xong kiểu dáng lẵng hoa và loại hoa cài cắm trên lẵng xong, ta tiến hành trang trí lẵng hoa theo trình tự sau:

- + Đầu tiên là buộc nơ trang trí trên thân của lẵng hoa, dải dây dùng để buộc nơ phải to bản có màu sắc nổi trội cho thêm phần hấp dẫn, đuôi nơ trang trí dài và vuốt cong.
- + Tiếp theo là phủ dây kim tuyến hay các dải lụa hoặc dây nilon có màu xen kẽ vào hoa, dải dây trang trí thả dài xuống thân của lẵng hoa cho sinh động.
- + Cuối cùng là cài một băng rôn ghi chủ đề của người tặng quà cho người nhận nhân dịp nào đó theo ý của khách đặt và có thể đặt vào một tấm bưu thiếp nhỏ ghi rõ tên và nội dung cần thông tin cho người nhận quà.

3.3.5.2. Cách trang trí một lẵng hoa nhỏ và thấp

Sau khi khách chọn được lẵng hoa mà họ cần ta tiến hành trang trí theo trình tự sau:

- + Trước tiên là cài nơ trang trí trên quai xách của lẵng hoa và xung quanh miệng lẵng hoa. Nơ trang trí cỡ nhỏ và đuôi nơ dài vừa phải cho phù hợp với kích thước của lẵng hoa.
- + Sau đó, cài sợi dây kim tuyến xen kẽ vào hoa cho thêm phần sinh động với số lượng sợi dây kim tuyến không cần nhiều lắm, nếu không sẽ làm rối mắt.
- + Cuối cùng là cài một tấm bưu thiếp nhỏ ghi quý danh người tặng vào lẵng hoa cho chắc chắn, không bị rơi khi di chuyển lẵng hoa.

3.3.5.3. Cách gói một bó hoa

Để gói được một bó hoa theo yêu cầu của khách ta phải làm tốt công tác chuẩn bị sau đây: trước tiên phải chọn loại hoa khách cần là hoa hồng, hoa cúc, hoa cẩm chướng,

hoa lay ơn. Bất kỳ là loại hoa nào thì bông hoa cũng phải to cho phù hợp với độ to và độ dài của cánh hoa; cánh hoa dài, dày và tươi, không bị dập nát, cuống hoa thẳng.

Muốn bó hoa thêm sinh động ta chuẩn bị thêm một số phụ liệu để gói như sau: chọn thêm một số loại hoa nhỏ để bổ điểm như hoa lưu ly, mimôza, thạch thảo, lá măng, lá dương xỉ cho phù hợp với loại hoa chính cần bó. Sau đó là chọn giấy gói là giấy bóng kính có màu sắc thích hợp, với kích cỡ phù hợp với hoa cần bó.

Ngoài ra, ta phải chuẩn bị thêm dây lạt mỏng để cố định bó hoa khi cần thiết, chuẩn bị dây thắt nơ hay ruybăng để trang trí bó hoa, chuẩn bị gim để kết nơ hay gắn các mép giấy gói hoa, chuẩn bị kéo hay dao để cắt cuống hoa và tỉa nơ trang trí sau khi gói hoa.

- Cách gói buộc một bông hồng: bằng giấy gói là hình chữ nhật.

+ Hoa để gói là một bông hồng to, nở chúm chím, cánh dài, cuống hoa mập và thẳng. Tay trái cầm giấy bóng kính khổ nhỏ, đặt hoa nằm ngang theo chiều dài của giấy và đỉnh của bông hoa cách mép giấy khoảng 3 - 5cm.

+ Sau đó cuộn giấy cho phủ kín hết bông hoa, tay phải rút một sợi dây trang trí buộc cố định hoa và giấy gói lại với nhau, nút buộc cách cuống hoa từ 5 - 10 cm. Cuối cùng là lấy kéo cắt cuống hoa cho bằng với mép giấy gói và dùng kéo vuốt cho thẳng đuôi nơ cong lên một cách tự nhiên tạo sự mềm mại sinh động cho bó hoa, đồng thời vuốt cho mép giấy phía trên bông hoa thẳng lên để đỡ hoa cho đẹp.

- Nếu giấy gói một bông hoa hồng là một ống giấy bóng kính thì khi gói hoa phải theo trình tự sau:

+ Tay trái cầm ống giấy, tay phải mở miệng ống giấy và từ từ thả hoa từ trên đầu ống xuống sao cho đỉnh bông hoa cách mép đầu ống giấy khoảng 5 - 7cm là được và có thể cài thêm 1 cánh lá măng cho hấp dẫn. Tay trái cầm cuống hoa và cánh lá măng. Tay phải rút một sợi dây trang trí buộc nơ cho hoa, nơ buộc cách cuống hoa từ 5 - 7cm, cuối cùng dùng kéo cắt cuống hoa và vuốt đuôi nơ như cách gói hoa mà giấy là hình chữ nhật.

+ Nếu gói một bông hoa trong hộp mica: hoa để gói phải là một bông hồng đẹp, cánh to và dài, lá xanh mượt không bị sâu, dập, nát. Cánh hoa thường ngắn hơn hộp gói khoảng 5cm là vừa. Khi gói hoa trước tiên phải mở nắp một đầu của hộp ra nhẹ nhàng đưa cuống hoa vào ống sao cho gốc bông hoa chạm đáy hộp và đầu bông hoa cách đỉnh đầu hộp là 5 cm. Sau cùng là cài nắp hộp lại và có thể buộc thêm một nơ nhỏ ở khoảng 1/3 chiều dài trên thân hộp kể từ phần đáy hộp.

- Cách gói một bó hoa ngắn:

+ Nguyên liệu để gói một bó hoa ngắn thành một chùm có hình quả cầu lông. Trước hết phải chuẩn bị đầy đủ các thứ sau: thứ nhất là chuẩn bị một số bông hoa có độ lớn vừa phải như hoa hồng hay hoa cúc Nhật Bản hay hoa phăng với độ dài khoảng 13 - 15cm. Thứ hai là phải chuẩn bị một số hoa đệm bông nhỏ như lưu ly, lá măng, cánh thông, lá dương xỉ hay một số hoa đồng nội khác để tô điểm cho bó hoa thêm phần sinh động. Thứ ba là chuẩn bị một tờ giấy gói hình tròn to hay 4 - 5 tờ giấy vuông đã gấp nếp sẵn thành các hình tam giác, một số dây lạt mỏng để cố định cuống hoa lại với nhau hay một ống cuống bèo tây dài từ 3 - 4cm, một dây nilon hay dây lụa để thắt nơ trang trí bó hoa.

Khi chuẩn bị xong phần nguyên liệu ta tiến hành gói bó hoa theo trình tự sau đây:

- + Xếp tất cả các bông hay các chùm hoa chính lại thành một chùm to với điều kiện bông ở giữa là bông to, đẹp và cao nhất, các bông ở xung quanh thấp dần đều nhau, sao cho ở giữa đỉnh của bó hoa vồng lên. Tay trái cầm hoa, tay phải rút một sợi lạt buộc cố định lại cho chặt.
 - + Tay phải cầm từng cành lá hay cành hoa để cài điểm vào xung quanh bó hoa vừa bó, tạo sự hấp dẫn và nên thơ cho bó hoa.
 - + Tiếp theo là xếp lá dương xỉ xung quanh bó hoa vừa bó, nút buộc cách gốc bó hoa 3 - 5cm. Nếu có ống bèo hoặc thân cây chuối thì chỉ việc cắm trực tiếp hoa chính vào trước, điểm hoa phụ vào sau, cài lá dương xỉ sau cùng mà không phải dùng lạt buộc cuống hoa.
 - + Sau đó lấy kéo cắt tỉa gốc bó hoa cho gọn, đặt chùm hoa vừa bó vào giấy gói, gốc của bó hoa ở giữa giấy gói. Tay trái giữ bó hoa, tay phải gấp mép giấy phía đứng gói phủ lên bó hoa, hai tay dựng bó hoa lên và vuốt tất cả mép giấy gói từ gốc bó hoa lên phía bông hoa, dùng bình phun một chút nước vào cuống hoa và bông hoa để hoa thêm tươi và tươi lâu. Tay trái túm chặt cuống hoa phía ngoài giấy gói tay phải rút dây trang trí cuộn quanh gốc bó hoa vài vòng rồi buộc lại và thắt nơ trang trí, đuôi nơ để so le nhau và được vuốt cong cho đẹp.
- Cách gói một bó hoa dài:
- + Nguyên liệu để gói một bó hoa dài bao gồm: 3 cành lay ơn, 1 cành violet, 3 bông cúc, 2 bông hồng cuống dài, một dây ruy băng dài từ 50 - 70cm, một tờ giấy bóng kính to hình vuông, màu trắng với kích thước khoảng 70x70cm.
- Khi chuẩn bị xong phần nguyên liệu sẽ gói theo trình tự sau đây:
- + Đặt giấy trên bàn, xoay chéo một góc, sao cho một góc chéo của giấy gói phía trước mặt, một góc chéo phía người đứng gói, một góc chéo bên phải và một góc chéo bên trái người đứng gói.
 - + Trước tiên là đặt cành violet vào giấy, phần cuống của cành hoa thẳng vào góc phía người đứng gói, còn ngọn cành hoa thẳng với góc giấy phía trên và cách mép của góc giấy khoảng 3 - 5cm. tiếp đến là xếp hoa lay ơn vào giấy gói. Bông to thẳng và đẹp nhất đặt ở chính giữa trên cành violet, có độ cao bằng với đầu cành violet. Hai bông lay ơn còn lại đặt vào 2 bên của bông lay ơn vừa xếp, độ cao của 2 bông lay ơn bằng nhau nhưng thấp hơn bông lay ơn giữa khoảng 2 - 3cm, sao cho đỉnh 3 bông lay ơn tạo thành một hình tam giác cân: cuống 3 bông hoa chụm vào nhau là được.
 - + Tiếp đến là xếp 2 bông hồng vào khe của 3 bông lay ơn, độ cao của bông hồng thấp hơn bông lay ơn 2 - 3cm. Cuối cùng là xếp nốt 3 bông cúc vào 2 bên của bông lay ơn giữa cho cân đối, chọn một bông cúc to đẹp hơn xếp ở giữa bó hoa cho nổi bật hơn. Nếu có thể thì điểm thêm cành lá măng cho sinh động.
 - + Khi hoa đã xếp xong tay trái giữ phần cuống hoa, tay phải rút một sợi dây lạt mềm buộc cố định cuống hoa lại với nhau, dùng bình phun một chút nước sạch vào cuống và bông hoa cho tươi hơn. Tay phải gấp góc giấy bên trái và bên phải phủ lên bó hoa, rồi vuốt cho 2 mép giấy thẳng ra và dính vào nhau để đỡ hoa không bị nhàu nát.
 - + Sau đó rút dây ruy băng buộc bó hoa lại, nút buộc cách gốc của bó hoa khoảng 10cm và thắt nơ trang trí cho bó hoa, đuôi nơ to dài và được vuốt cong để bó hoa thêm hấp dẫn.

4. Cách thắt nơ trang trí trên gói hàng

4.1. Cách thắt một nơ đơn

4.1.1. Cách thứ nhất

- + Tay trái cầm một đầu dây cách cuối dây khoảng 10cm, tay phải cầm đầu dây dài bẻ tại nơ phía bên phải, rồi bẻ tiếp một tai nơ phía bên trái và buông thông đầu dây phía tay phải ra, còn tay trái vẫn giữ chặt nơi tiếp xúc của 2 tai nơ.
- + Dùng kim đính chặt 2 tai nơ lại (tại điểm giao nhau giữa tai nơ và đuôi nơ) và tùy theo ý thích mà để đuôi nơ dài bằng nhau hay so le nhau, rồi dùng kéo cắt phần dây thừa của đuôi nơ cho vừa ý.
- + Sau đó dùng sống dao hay lưỡi dao kéo vuốt cho đuôi nơ cong lên theo ý muốn.

4.1.2. Cách thứ hai

- + So hai đầu dây cho bằng nhau. Ngón trỏ và ngón cái của tay trái cầm ở vị trí giữa của dây, ngón cái và ngón trỏ của tay phải bẻ một cánh nơ bên phải, còn ngón út và ngón đeo nhẫn của tay phải kẹp chặt phần cuối của tai nơ với điểm giữa của dây.
- + Ngón trỏ và cái của tay trái bẻ tiếp 1 tai nơ bên trái, so cho hai đầu của tai nơ có độ dài bằng nhau. Sau đó thắt 2 tai nơ lại với nhau cho chặt (chỉ thắt một vòng).
- + Cuối cùng là bẻ cho 2 cánh nơ phồng lên và xoè rộng ra và vuốt cho đuôi nơ cong iên như cách thứ nhất.

4.2. Cách thắt nơ số 8 hai tầng (nơ kép)

- + Sau khi thắt nơ đơn xong ta lại vòng tiếp một cánh nơ phía phải và một cánh nơ phía trái chồng lên trên nơ đơn thắt một lần.
- + Sau đó lấy dây kim loại nhỏ buộc chặt lại và 2 đuôi nơ ở 2 phía của số 8.
- + Cuối cùng là trang trí cho đuôi nơ như thắt nơ đơn (nếu muốn nơ số 8 nhiều tầng thì thắt nơ số 8 là 3 hay 4 tầng là tùy ý)

4.3. Cách phối màu cho nơ số 8

- + Sau khi thắt xong 3 tầng nơ số 8, dùng một dây lụa khác màu có khổ hẹp hơn dây lụa trước để thắt hai tầng nơ số 8 nữa ở bên trên của 3 số 8 trước đã gấp.
- + Sau đó dùng dây kim tuyến hay dây lụa khác màu khác kết thêm 2 tầng nơ số 8 lên trên số 8 vừa gấp. Rồi dùng dây kim loại nhỏ (hay dùng kim) cột chặt các tầng số 8 đó lại với nhau.
- + Cuối cùng là vuốt trang trí cho đuôi nơ cong thành vòng tùy ý.

4.4. Cách thắt nơ hình con bướm

- + Mỗi tay cầm một đầu dây lụa và làm thành một vòng tròn phía trên và tay trái đặt trên, tay phải cầm đầu dây dưới.
- + Cũng làm tương tự để tạo ra một vòng tròn phía dưới, sao cho độ lớn của 2 vòng tròn là như nhau và 2 đầu dây đều quay về cùng một phía bên tay trái.
- + Tay phải cầm đầu dây dài tạo một vòng tròn nhỏ ở phía tay trái to hơn 2 vòng tròn đã gấp. Rồi lại gấp tiếp một vòng tròn như vậy ở phía đối diện.
- + Cuối cùng là dùng dây thép nhỏ cố định giữa nơi các vòng tròn giao nhau, sau đó xoè ra được hình 2 con bướm để đính vào gói hàng khi cần.

4.5. Cách thắt nơ hình sóng

- + Tay trái cuộn một vòng trong ở đầu dây: lấy vòng tròn đó làm trung tâm, làm tiếp 2 vòng tròn như vậy ở bên trái và 2 vòng tròn ở bên phải của vòng tròn đầu tiên.
- + Dùng ghim để gắn cố định các vòng tròn đó lại với phần dây lụa ở đáy vòng tròn và cắt bỏ phần dây lụa thừa đi.
- + Từ hình sóng ta có thể gấp hình sóng có đuôi nơ bằng cách: cuộn dây như hình sóng, rồi cuộn thêm các vòng tròn đơn riêng lẻ ở 4 cạnh của hình sóng. Sau đó thả dài 2 đuôi nơ ra và vuốt đuôi nơ trang trí cho cong theo ý muốn.

4.6. Cách thắt nơ ngôi sao

- + Tay trái cầm đầu dây ngắn để cuốn tạo ra một vòng tròn đơn. Tay phải cuốn tiếp một vòng tròn đối xứng với vòng tròn ban đầu cuốn.
- + Tay trái giữ các vòng tròn đã cuốn, tay phải cuốn tiếp các vòng tròn xung quanh đối xứng nhau (khi đã đủ 6 vòng tròn đối xứng nhau là được).
- + Cuối cùng là dùng một đầu dây cuộn thành một vòng tròn nhỏ ở trung tâm của 6 vòng đối xứng trên.
- + Sau đó cắt bỏ phần dây lụa thừa đi và ghim chặt để cố định các cánh của ngôi sao lại.

4.7. Cách thắt nơ hình tròn

- + Tay trái cầm đầu dây ngắn, tay phải cầm đầu dây dài vòng ra ngoài tạo thành các vòng tròn liên tục nhau. Cắt phần dây lụa thừa đi, rồi ép vòng tròn dài thẳng ra, phần đầu dây ở cạnh ngoài của mỗi tay.
- + Dùng kéo cắt bớt phần đầu dây ở 4 góc dây cho thật bằng nhau. Rồi đem 2 đầu dây bị cắt góc ấy chống lên nhau.
- + Dùng dây kim loại nhỏ buộc chặt nơi cắt góc đó lại rồi kéo các vòng tròn đơn đó từ trong ra ngoài. Khi kéo phải tuân theo thứ tự kéo từ vòng bên trái rồi đến các vòng bên phải và điều chỉnh các vòng tròn cho tự nhiên hấp dẫn.

4.8. Cách thắt hoa 16 cánh

- + Dùng dây nilon bóng cứng có độ dài 40cm cho hoa to (20cm nếu gấp hoa bé). Mỗi bông hoa cần 4 sợi dây có độ dài và độ to bản như nhau.
- + Gấp bề chập đôi từng sợi dây lại: sao cho 2 đầu dây so le nhau, phần thừa ra bằng 1/2 đoạn chập đôi là được.
- + Phần dây dài để ở trên và phần dây ngắn để ở dưới. Lấy 1 sợi làm chuẩn, lấy sợi 2 lồng vào giữa sợi 1, lấy sợi 3 lồng vào giữa sợi 2, lấy sợi 4 lồng vào giữa sợi 1, ta được 1 hình chong chóng 4 đuôi kép.
- + Tiếp tục gấp lật dây vào trong, sau đó lồng vào nhau như cách lồng chong chóng lần trước.
- + Bẻ gấp dây dài về phía sau hình tam giác, bẻ tiếp một lần nữa rồi nhét sợi dây đó lồng qua nút đã rút được một cánh hoa, lại lồng tiếp lần nữa ta được 2 cánh hoa, dây dài còn thừa ở phía sau bông hoa.
- + Tiếp tục làm từ trái sang phải đến hết 4 sợi dây dài cắt vát 1 đầu nhét xuống dưới đáy hoa tạo ra 4 cánh to của 4 sợi dây ngắn.
- + Sau đó lấy dây ngắn ở sau dây dài cắt vát 1 đầu nhét xuống dưới đáy hoa tạo ra 4 cánh to của 4 sợi dây ngắn.
- + Phần đầu dây dài thừa ở đáy hoa ta tiếp tục lồng 4 cánh của 4 dây. Như vậy ta đã được một bông hoa 16 cánh.

Bài 3: Thao tác đo cắt hàng công nghệ phẩm

1. Thao tác đo vải.

1.1. Cách cầm thước: (1 điểm)

Tay phải cầm thước, tư thế đứng thoải mái.

- + Đầu ngón trỏ bấm trên đầu thước có số đo nhỏ và vạch số quay về phía khách.
- + Ngón cái và giữa gim lên thân trước.
- + Hai ngón còn lại làm điểm tựa cho ngón trỏ.

1.2. Cách đo: (2 điểm)

Ta phải cầm thước lấy bụng làm điểm tựa, đưa thước xuống chếch về phía trái.

- + Trước khi đo phải tháo vải ra khỏi tấm vải nhiều hơn số mét khách mua.
- + Tay trái đưa đầu vải khoảng 1 đến 2 mm vào đầu thước.
- + Vải loại bình thường: khi đo thước chếch 45° so với mặt phẳng.
- + Vải chầy: góc đo 90° .
- + Vải dày: khi đo phải trải vải trên mặt quấy rồi mới đặt thước lên đo.
- + Vải khổ dúp: đặt vải trên mặt quấy rồi đặt thước ở phần vải gấp để đo.
- + Vải nhung: đặt thước ở phần thịt vải để đo.

Chú ý:

- + Khi đo vải phải lấy bụng làm điểm tựa.
- + Ngón cái và ngón trỏ của tay cầm thước không được nhô ra 2 bên mép thước.

1.3. Cách rọc vải

- + Đo xong số vải khách mua. Ta giữ chặt đầu vải nơi quy định.
- + Tay trái dùng ngón trỏ và cái bấm đầu vải của mét đo cuối cùng. Tay phải cầm kéo cắt hết biên vải của mét đo cuối cùng và so hai mép vải cho bằng nhau rồi nhờ khách giữ một đầu, xiết thành nếp rồi tiến hành rọc. Khi rọc vải tay trái ta giữ một đầu, tay phải dùng kéo cắt hay dao rọc theo cho tới đầu bên kia; vết rọc phải thẳng không bị xiên lệch.

1.4. Cách gấp vải

Nếu khách mua từ 3 mét trở lên. Khi đo vải xong ta lấy 1 mét làm chuẩn, rồi gấp vào. Tùy chiều rộng của từng loại vải mà ta gấp vào cho khách. Sau đó dùng giấy bao gói lại. Số vải ít gói kiểu hình trụ, số vải nhiều gói kiểu hình hộp giắt mí hay thắt nơ.

1.5. Thời gian: (5 điểm)

25"	đạt 5 điểm
30"	đạt 4 điểm
35"	đạt 3 điểm
40"	đạt 2 điểm
45"	đạt 1 điểm
50"	đạt 0 điểm
>50"	không tính điểm kỹ thuật.

Nếu sai số:

- + Từ 1 đến 2 mm bị trừ 1 điểm
- + Từ 3 đến 4 mm bị trừ 2 điểm
- + Từ 5 mm bị trừ 3 điểm
- + Sai > 5 mm không tính điểm kỹ thuật.

2. Thao tác đo dây điện, dây chun.

2.1. Yêu cầu

- Khi đo thước phải dồng trên mặt quầy, không được vạch số đo trên quầy để thay thước.

2.2. Thao tác đo: (4 điểm)

- + Tay trái: ngón cái và ngón trỏ cầm đầu dây đưa vào đầu thước phía bên trái.
- + Tay phải vuốt nhẹ với chun, vuốt mạnh với dây điện.
- + Khi chuyển tiếp mép đã đo xong, tay trái thả đầu dây đã đo ra. Bấm sát vào số đo cuối cùng của tay phải. Rồi lại tiếp tục đưa dây lên từ phải sang trái để đo như trên (thuận tay nào đo tay đấy).

2.3. Thời gian: (5 điểm)

Đo dây chun:

30" đạt 5 điểm

35" đạt 4 điểm

40" đạt 3 điểm

45" đạt 2 điểm

50" đạt 1 điểm

55" đạt 0 điểm

> 55" không tính điểm kỹ thuật

Đo dây điện:

30" đạt 5 điểm

35" đạt 4 điểm

40" đạt 3 điểm

45" đạt 2 điểm

50" đạt 1 điểm

55" đạt 0 điểm

> 55" không tính điểm kỹ thuật.

2.4. Thao tác cắt dây điện

Cách cầm kim: ngón cái để gọng kim phía trên, 4 ngón còn lại để gọng kim phía dưới. Có thể để ngón trỏ hay ngón út vào phía trong gọng kim để có lực mở kim. Với dây thép có đường kính từ 3 mm trở lên và dây điện mềm thì được phép lặc kim cho dây đứt. Xong phải đảm bảo vết cắt bằng phẳng không nham nhở.

2.5. Cách cuộn dây điện và chun.

Khi đo và cắt xong dây điện cho khách ta phải cuộn lại rồi mới trao cho khách. Khi cuộn dùng ngón cái của tay trái giữ một đầu dây, tay phải cuộn dây vòng qua khuỷu tay lên khe giữa ngón cái, ngón trỏ. Cứ cuộn như vậy tới khi hết hàng, và đầu cuối cuộn dây ta nhớ cuộn khoảng 2 vòng cho khỏi tuột.

Với dây chun dùng bàn tay làm khung cuộn đến hết. Đến đầu cuối của cuộn ta cũng cuộn 2 vòng và buộc lại cho khỏi tuột.

2.6. Thời gian.

Số lần cắt	Thời gian	Điểm
20 lần	15"	5đ
18 lần	15"	4đ
16 lần	15"	3đ
14 lần	15"	2đ
12 lần	15"	1đ
<12 lần	15"	0đ

Bài 4: Làm báo cáo bán hàng

1/ Dựa vào số liệu đã cho. Hãy:

- Xây dựng trình tự kiểm kê bàn giao ca.
- Lên tích kê nộp tiền.
- Làm báo cáo bán hàng.

Hàng tồn ca trước: không có.

Hàng nhận ra quầy:

- Xà phòng hộp DASO: 300 hộp, loại 1kg/hộp, giá 2000đ/hộp.
- Thuốc đánh răng P/S muối: 100 hộp, giá 7000đ/hộp.
- Diêm Thống Nhất 10 bịch, 1 bịch 10 gói, 1 gói = 10 bao, giá 200đ/bao.
- Giấy thép kẻ ngang Bãi Bằng: 20 gói, 1 gói = 20 thép, 1 thép 1000đ.
- Bút bi Bến Nghé 1000 cái, giá 700đ/cái.

Lượng hàng hoá tồn lại quầy như sau:

Xà phòng DASO	100 hộp
Thuốc đánh răng P/S	84 hộp
Giấy kẻ ngang Bãi Bằng	20 thép
Bút bi Bến Nghé	20 cái

Số tiền thu được sau ca bán: 1.750.000đồng

Cụ thể:

Loại tiền	Số tờ	Thành tiền
500.000	0	0
100.000	0	0
50.000	07	350.000
20.000	25	500.000
10.000	50	500.000
5.000	13	65.000
2000	100	200.000
1000	92	92.000
500	80	40.000
200	10	2000
100	10	1000
Tổng cộng		1.750.000

Giải:

1. Trình tự kiểm kê:

- Thông báo nghỉ kiểm kê.
- Kiểm tiền, kê tiền.
- Kiểm hàng hoá, vào thẻ quầy.
- Làm báo cáo bán hàng.

Dựa vào số liệu:

Vào thẻ quầy số hàng nhập ở cột nhập hàng trong ca.

Số hàng tồn cuối ca vào cột tồn cuối ca trong thẻ.

Tính lượng hàng bán ra trong ca:

Hàng nhận – Hàng tồn = Hàng bán ra

(Tính cho từng mặt hàng cụ thể)

Lên tích kê nộp tiền:

Đếm tiền lớn đến loại tiền nhỏ.

Kê cũng tuần tự từ tiền lớn đến loại tiền nhỏ về:

+ Loại tiền.

+ Số tờ.

+ Thành tiền.

Ghi rõ tổng số tiền bằng số và bằng chữ.

Làm báo cáo bán hàng:

Lấy lượng hàng hoá bán ra x đơn giá hàng hoá = tiền bán ra phải thu.

Dựa vào tích kê nộp tiền.

+ Biết được số tiền thu được.

Đem so sánh số tiền thực thu với số tiền phải thu.

+ Số tiền thực thu – Số tiền phải thu = Phần chênh lệch.

Nếu là:

(+) Thừa tiền bán hàng.

(-) Thiếu tiền bán hàng.

Cụ thể:

Số tiền phải thu:

Xà phòng DASO	$300 - 100 = 200h \times 2000đ$	= 400.000
Thuốc đánh răng	$100 - 84 = 16h \times 7000đ$	= 112.000
Diêm Thống Nhất	$1000 - 100 = 900b \times 200đ$	= 180.000đ
Giấy kẻ ngang Bãi Bằng	$400 - 20 = 380t \times 1000đ$	= 380.000đ
Bút bi Bến Nghé	$1000 - 20 = 980c \times 700đ$	= 686.000đ
Cộng		= 1.758.000đ

Vậy: $1.750.000 - 1.758.000 = -8000đ$

(thực nộp) (phải nộp)

(Thiếu tiền bán hàng): 8000đ < Tám ngàn đồng chẵn >

2. Luyện tập:

Với dự kiến đầu bài:

Hàng tồn ca trước: không có.

Hàng hoá nhận ra quầy với số liệu sau:

+ Bánh vùng vòng, hương cốm 300 gói, loại 200 gam 1 gói, giá 2000đ/gói.

+ Dầu gội đầu DeBon 100 hộp, loại 200 ml, giá 28.000đ/hộp.

+ Kem dưỡng da Thái Lan 50 hộp, giá 60.000đ/hộp.

- + Máy sấy tóc Đức 23 cái, công suất 1000W, giá 140.000 đ/cái.
- + Son thời Hàn Quốc 120 thời, giá 5.000đ/thời.

Sau ca bán lượng hàng hoá tồn lại quầy:

Bánh vùng vòng	100 gói
Dầu gội đầu DeBon	93 hộp
Kem dưỡng da Thái Lan	40 hộp
Máy sấy Đức	22 cái
Son Hàn Quốc	100 thời

Số tiền thu được sau ca bán: 1.450.000 đồng

Loại tiền	Số tờ	Thành tiền
500.000	0	0
100.000	0	0
50.000	08	400.000
20.000	30	600.000
10.000	40	400.000
5000	01	5000
2000	10	20.000
1000	10	10.000
500	15	7500
200	35	7.000
100	05	500
	Cộng	1.450.000

Giải:

2. Trình tự kiểm kê:

- Người giao ca:

- + Thông báo nghỉ kiểm kê.
- + Đếm tiền, kê tiền, nộp.
- + Kiểm hàng hoá, vào thẻ quầy hàng hoá tồn, hàng hoá bán ra.
- + Làm báo cáo bán hàng.

Hàng hoá bán ra nhân đơn giá = Tiền mua hàng (Gọi là số tiền phải thu).

- Người nhận ca:

- + Giờ thẻ quầy kiểm nhận lần lượt hàng hoá theo thẻ: xác định lượng tồn có khớp với người giao ca không?
- + Bổ sung hàng hóa.
- + Bán hàng cho khách.

Vào thẻ quầy:

- Vào thẻ quầy số hàng hóa nhận trong ca và số hàng tồn cuối ca.

Bánh quy	100 gói
Dầu gội đầu	93 hộp
Kem dưỡng da	40 hộp
Máy sấy	22 cái
Son thỏi	100 thỏi

Lên tích kê nộp tiền:

- Viết cả số tiền bằng số và bằng chữ theo đúng nguyên tắc kế toán.

Làm báo cáo bán hàng:

- Tính lượng hàng hoá bán ra.

Bánh quy	200 gói
Dầu	07 hộp
Kem dưỡng da	10 hộp
Son	20 thỏi
Máy sấy	01 cái

- Tính mức bán ra = lượng hàng bán ra nhân đơn giá

Bánh quy	200gói x 2.000đ	= 400.000đ
Dầu	07hộp x 28.000đ	= 196.000đ
Kem dưỡng da	10hộp x 60.000đ	= 600.000đ
Máy sấy	01cái x 140.000đ	= 140.000đ
Son	20thỏi x 5.000đ	= 100.000đ
Cộng		= 1.436.000đ

- Lên báo cáo bán hàng:

$$1.450.000đ - 1.436.000đ = +14.000đ$$

(thực nộp) (phải nộp) (dư +)

(Thừa tiền bán hàng) = 14.000đ (mười bốn ngàn đồng chẵn)

Câu hỏi ôn tập

- 1/ Trình bày tác dụng và yêu cầu của công tác bán hàng hiện nay của các cửa hàng bán lẻ?
- 2/ Phân tích các biện pháp để thực hiện bán hàng văn minh.
- 3/ Phân tích các phương pháp bán lẻ hàng hoá đã và đang áp dụng ở các cơ sở bán lẻ.
- 4/ Phân tích quá trình nghiệp vụ một ngày(ca) bán hàng và cho biết những chú ý khi bán hàng thu tiền mặt, séc, ngoại tệ.
- 5/ Phân tích quy trình kỹ thuật bán hàng cổ truyền và bán hàng siêu thị.
- 6/ Phân tích các dịch vụ cung cấp cho khách hàng trước trong và sau khi bán của cửa hàng bán lẻ.
- 7/ Phân tích quy trình kỹ thuật bán hàng của một số nhóm hàng công nghệ phẩm.

Phần phụ lục

BẢNG XÁC ĐỊNH NHIỆT ĐỘ ĐIỂM SƯƠNG THEO ĐỘ ẨM TUYỆT ĐỐI

Độ ẩm tuyệt đối g/m ³	Điểm sương °C
3,29	-5
3,56	-4
3,86	-3
4,15	-2
4,50	-1
4,84	0
5,18	+1
5,55	+2
5,94	+3
6,33	+4
6,8	+5
7,27	+6
7,44	+7
8,28	+8
8,82	+9
9,41	+10
10	+11
10,66	+12
11,05	+13
12,11	+14
13,83	+15
13,64	+16

14.49	+17
15.4	+18
16.32	+19
17.31	+20
18.33	+21
19.43	+22
20.57	+23
21.75	+24
23.05	+25
24.35	+26
25.76	+27
27.2	+28
28.78	+29
30.37	+30

Bảng tra độ ẩm tương đối
(Hiệu số chênh lệch từ 0,0 đến 8,0)

Nhiệt độ bên khô	Hiệu số nhiệt độ																
	0	0.5	1	1.5	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	5.5	6	6.5	7	7.5	8
-5 ^o C	100	87	74	61	48	35	23	10									
-4	100	88	75	63	51	38	27	15									
-3	100	88	77	65	53	42	31	20	9								
-2	100	89	78	67	56	45	35	24	14	3							
-1	100	99	79	69	58	48	38	28	18	6							
0	100	90	80	70	60	51	41	32	22	13	4						
1	100	91	81	72	62	53	44	35	26	17	9						
2	100	91	82	73	64	55	47	38	30	21	13	5					
3	100	91	83	74	66	57	49	41	33	25	17	9					
4	100	92	84	75	67	59	51	44	36	29	21	14	6				
5	100	92	84	76	68	61	54	46	39	32	25	17	10	4			
6	100	92	85	77	70	63	56	48	41	35	28	21	14	8			
7	100	93	85	78	71	64	57	50	44	37	31	24	18	12	5		
8	100	93	86	79	72	66	59	53	46	40	34	27	21	15	9		
9	100	93	87	80	73	67	61	54	48	42	36	30	24	19	13	7	
10	100	93	87	81	74	68	62	56	50	44	39	33	27	22	16	11	6
11	100	94	88	81	75	69	64	58	52	46	41	35	30	25	20	14	9
12	100	94	88	82	76	70	65	59	54	48	43	38	33	28	23	18	13
13	100	94	88	83	77	71	66	61	55	50	45	40	35	30	25	20	16
14	100	94	89	83	78	72	67	62	57	52	47	42	37	32	28	23	19
15	100	95	89	84	78	73	68	63	58	53	49	44	39	35	30	26	21
16	100	95	89	84	79	74	69	64	60	55	50	46	41	37	33	28	24

Bảng tra độ ẩm tương đối

Nhiệt độ ben khô	Hiệu số nhiệt độ																
	0	0,5	1	1,5	2	2,5	3	3,5	4	4,5	5	5,5	6	6,5	7	7,5	8
17	100	95	90	85	80	75	70	65	61	56	52	47	43	39	37	30	26
18	100	95	90	85	80	76	71	66	62	58	53	49	45	41	37	33	29
19	100	95	90	86	81	76	72	67	63	59	55	51	46	42	39	35	31
20	100	95	91	86	81	77	73	68	64	60	56	52	48	44	40	37	33
21	100	95	91	86	82	78	73	69	65	61	57	53	50	46	42	38	35
22	100	95	91	87	82	78	74	70	66	62	58	54	51	47	43	40	36
23	100	96	91	87	83	79	75	71	67	63	59	56	52	48	45	41	38
24	100	96	91	87	83	79	75	71	68	64	60	57	53	50	46	43	40
25	100	96	92	88	84	80	76	72	68	65	61	58	54	50	48	44	41
26	100	96	92	88	84	80	76	73	69	66	62	59	55	52	49	46	43
27	100	96	92	88	84	81	77	73	70	66	63	60	56	53	50	47	44
28	100	96	92	88	84	81	77	74	71	67	64	60	57	54	51	48	45
29	100	96	92	89	85	81	77	74	71	68	65	61	58	55	52	48	46
30	100	96	93	89	85	82	78	75	72	68	66	62	59	56	53	50	47
31	100	96	93	89	86	82	79	76	72	69	66	63	60	57	54	51	48
32	100	96	93	89	86	83	79	76	73	70	67	64	61	58	55	52	49
33	100	96	93	90	86	83	80	76	73	70	67	64	61	59	56	53	50
34	100	96	93	90	86	83	80	77	74	71	68	65	62	59	57	54	51
35	100	97	93	90	87	83	80	77	74	71	68	66	63	60	57	55	52
36	100	97	93	90	87	84	81	78	75	72	69	66	63	61	58	55	53
37	100	97	93	90	87	84	81	78	75	72	69	67	64	61	59	56	54
38	100	97	94	90	87	84	81	78	75	73	70	67	65	62	59	57	54
39	100	97	94	91	87	84	82	79	76	73	70	68	65	63	60	58	55
40	100	97	94	91	88	85	82	79	77	74	71	69	66	64	61	59	56

Bảng tra độ ẩm tương đối
(Hiệu số chênh lệch từ 8,5 đến 16,5°C)

Nhiệt độ bên khô	Hiệu số nhiệt độ																		
	8.5	9	9.5	10	10.5	11	11.5	12	12.5	13	13.5	14	14.5	15	15.5	16	16.5		
+11	4																		
12	8	3																	
13	11	7																	
14	14	10	5																
15	17	13	9	5															
16	20	16	12	8	4														
17	22	18	14	11	7	3													
18	25	21	17	13	10	6	3												
19	27	23	20	16	13	9	6												
20	30	26	22	19	15	12	8	5											
21	31	28	24	21	17	14	11	8	5										
22	33	30	26	23	20	17	13	10	7	4									
23	35	31	28	24	22	19	16	13	10	7	4								
24	36	33	30	27	24	21	18	15	12	9	7	4							
25	38	35	32	29	26	23	20	17	14	12	9	6	4						
26	39	36	33	30	28	25	22	19	16	14	11	9	9	4					
27	41	38	35	32	29	26	24	21	18	16	13	11	8	9	4				
28	42	39	36	34	31	28	25	23	20	18	15	13	10	8	6	3			
29	43	40	38	35	32	30	27	25	22	20	17	15	12	10	8	6	3		
30	44	42	39	36	34	31	29	26	24	21	19	17	13	12	10	8	6		

Bảng tra độ ẩm tương đối
(Hiệu số chênh lệch nhiệt độ từ 8,5 đến 16,5°C)

Nhiệt độ bên khô	Hiệu số nhiệt độ																	
	8.5	9	9.5	10	10.5	11	11.5	12	12.5	13	13.5	14	14.5	15	15.5	16	16.5	
31	46	43	40	38	38	33	30	28	25	23	21	18	16	14	12	10	8	
32	47	44	41	39	36	34	31	29	27	24	22	20	15	16	14	11	9	
33	48	45	43	40	38	35	33	30	28	26	24	22	19	17	15	13	11	
34	49	46	44	41	39	36	34	32	30	27	25	24	21	19	17	15	13	
35	50	47	45	42	40	38	35	33	31	29	27	24	23	20	18	16	15	
36	50	48	46	43	41	39	36	34	32	30	28	36	24	22	20	18	16	
37	51	49	46	44	42	40	37	35	33	31	29	27	25	23	21	19	18	
38	52	50	47	45	43	41	38	36	34	32	30	28	28	24	23	21	19	
39	53	50	48	46	44	42	39	37	35	32	31	29	29	26	24	22	20	
40	54	51	49	47	45	42	40	38	36	34	32	32	30	29	25	23	21	

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 30% đến 39% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ	%									
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
-5	0.98	1.02	1.05	1.08	1.11	1.15	1.18	1.21	1.25	1.28
-4	1.07	1.1	1.14	1.17	1.21	1.24	1.28	1.32	1.35	1.39
-3	1.15	1.19	1.23	1.27	1.31	1.35	1.38	1.42	1.46	1.5
-2	1.24	1.27	1.33	1.37	1.41	1.45	1.49	1.53	1.58	1.62
-1	1.35	1.39	1.43	1.48	1.53	1.57	1.61	1.66	1.7	1.75
0	1.45	1.5	1.55	1.6	1.65	1.69	1.74	1.7	1.84	1.89
1	1.56	1.61	1.66	1.71	1.76	1.82	1.87	1.92	1.97	2.02
2	1.67	1.72	1.78	1.83	1.89	1.94	2.0	2.06	2.11	2.17
3	1.78	1.81	1.9	1.96	2.02	2.08	2.11	2.2	2.26	2.32
4	1.91	1.97	2.03	2.1	2.1	2.22	2.29	2.35	2.42	2.48
5	2.04	2.1	2.17	2.21	2.31	2.38	2.45	2.52	2.58	2.65
6	2.18	2.25	2.33	2.4	2.47	2.54	2.62	2.69	2.76	2.84
7	2.32	2.4	2.48	2.56	2.64	2.71	2.79	2.87	2.95	3.02
8	2.48	2.56	2.65	2.73	2.81	2.72	2.08	3.06	3.11	3.23
9	2.65	2.73	2.82	2.91	3.0	3.09	3.17	3.26	3.35	3.44
10	2.82	2.91	3.01	3.1	3.2	3.29	3.38	3.48	3.57	3.67
11	3.0	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9
12	3.2	3.3	3.41	3.52	3.63	3.73	3.84	3.95	4.05	4.16
13	3.4	3.52	3.63	3.71	3.86	3.79	4.05	4.2	4.31	4.43
14	3.62	3.71	3.86	3.98	4.1	4.42	4.34	4.46	4.59	4.71
15	3.85	3.98	4.11	4.23	4.36	4.49	4.62	4.75	4.88	5.0
16	4.09	4.23	4.36	4.5	4.63	4.77	4.91	5.04	5.18	5.42
17	4.34	4.49	4.63	4.78	4.92	5.07	5.21	5.36	5.50	5.65
18	4.61	4.76	4.92	5.07	5.23	5.38	5.53	5.69	5.84	5.99
19	4.89	5.06	5.22	5.38	5.55	5.71	5.87	6.03	6.2	6.36

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 30% đến 39% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ	%													
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39				
-5	0.98	1.02	1.05	1.08	1.11	1.15	1.18	1.21	1.25	1.28				
-4	1.07	1.1	1.14	1.17	1.21	1.24	1.28	1.32	1.35	1.39				
-3	1.15	1.19	1.23	1.27	1.31	1.35	1.38	1.42	1.46	1.5				
-2	1.24	1.27	1.33	1.37	1.41	1.45	1.49	1.53	1.58	1.62				
-1	1.35	1.39	1.43	1.48	1.53	1.57	1.61	1.66	1.7	1.75				
0	1.45	1.5	1.55	1.6	1.65	1.69	1.74	1.7	1.84	1.89				
1	1.56	1.61	1.66	1.71	1.76	1.82	1.87	1.92	1.97	2.02				
2	1.67	1.72	1.78	1.83	1.89	1.94	2.0	2.06	2.11	2.17				
3	1.78	1.81	1.9	1.96	2.02	2.08	2.11	2.2	2.26	2.32				
4	1.91	1.97	2.03	2.1	2.1	2.22	2.29	2.35	2.42	2.48				
5	2.04	2.1	2.17	2.21	2.31	2.38	2.45	2.52	2.58	2.65				
6	2.18	2.25	2.33	2.4	2.47	2.54	2.62	2.69	2.76	2.84				
7	2.32	2.4	2.48	2.56	2.64	2.71	2.79	2.87	2.95	3.02				
8	2.48	2.56	2.65	2.73	2.81	2.72	2.08	3.06	3.11	3.23				
9	2.65	2.73	2.82	2.91	3.0	3.09	3.17	3.26	3.35	3.44				
10	2.82	2.91	3.01	3.1	3.2	3.29	3.38	3.48	3.57	3.67				
11	3.0	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9				
12	3.2	3.3	3.41	3.52	3.63	3.73	3.84	3.95	4.05	4.16				
13	3.4	3.52	3.63	3.71	3.86	3.79	4.05	4.2	4.31	4.43				
14	3.62	3.71	3.86	3.98	4.1	4.42	4.34	4.46	4.59	4.71				
15	3.85	3.98	4.11	4.23	4.36	4.49	4.62	4.75	4.88	5.0				
16	4.09	4.23	4.36	4.5	4.63	4.77	4.91	5.04	5.18	5.42				
17	4.34	4.49	4.63	4.78	4.92	5.07	5.21	5.36	5.50	5.65				
18	4.61	4.76	4.92	5.07	5.23	5.38	5.53	5.69	5.84	5.99				
19	4.89	5.06	5.22	5.38	5.55	5.71	5.87	6.03	6.2	6.36				

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 30% đến 39% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ	%									
	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
-5	0.98	1.02	1.05	1.08	1.11	1.15	1.18	1.21	1.25	1.28
-4	1.07	1.1	1.14	1.17	1.21	1.24	1.28	1.32	1.35	1.39
-3	1.15	1.19	1.23	1.27	1.31	1.35	1.38	1.42	1.46	1.5
-2	1.24	1.27	1.33	1.37	1.41	1.45	1.49	1.53	1.58	1.62
-1	1.35	1.39	1.43	1.48	1.53	1.57	1.61	1.66	1.7	1.75
0	1.45	1.5	1.55	1.6	1.65	1.69	1.74	1.7	1.84	1.89
1	1.56	1.61	1.66	1.71	1.76	1.82	1.87	1.92	1.97	2.02
2	1.67	1.72	1.78	1.83	1.89	1.94	2.0	2.06	2.11	2.17
3	1.78	1.81	1.9	1.96	2.02	2.08	2.11	2.2	2.26	2.32
4	1.91	1.97	2.03	2.1	2.1	2.22	2.29	2.35	2.42	2.48
5	2.04	2.1	2.17	2.21	2.31	2.38	2.45	2.52	2.58	2.65
6	2.18	2.25	2.33	2.4	2.47	2.54	2.62	2.69	2.76	2.84
7	2.32	2.4	2.48	2.56	2.64	2.71	2.79	2.87	2.95	3.02
8	2.48	2.56	2.65	2.73	2.81	2.72	2.08	3.06	3.11	3.23
9	2.65	2.73	2.82	2.91	3.0	3.09	3.17	3.26	3.35	3.44
10	2.82	2.91	3.01	3.1	3.2	3.29	3.38	3.48	3.57	3.67
11	3.0	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9
12	3.2	3.3	3.41	3.52	3.63	3.73	3.84	3.95	4.05	4.16
13	3.4	3.52	3.63	3.71	3.86	3.79	4.05	4.2	4.31	4.43
14	3.62	3.71	3.86	3.98	4.1	4.42	4.34	4.46	4.59	4.71
15	3.85	3.98	4.11	4.23	4.36	4.49	4.62	4.75	4.88	5.0
16	4.09	4.23	4.36	4.5	4.63	4.77	4.91	5.04	5.18	5.42
17	4.34	4.49	4.63	4.78	4.92	5.07	5.21	5.36	5.50	5.65
18	4.61	4.76	4.92	5.07	5.23	5.38	5.53	5.69	5.84	5.99
19	4.89	5.06	5.22	5.38	5.55	5.71	5.87	6.03	6.2	6.36

20	5.19	5.36	5.54	5.71	5.88	6.05	6.23	6.4	6.57	6.75
21	5.5	5.68	5.87	6.05	6.23	6.42	6.6	6.78	6.97	7.15
22	5.83	6.02	6.22	6.41	6.61	6.8	6.99	7.19	7.83	7.58
23	6.17	6.38	6.58	6.79	7.0	7.2	7.41	7.61	7.82	8.02
24	6.53	6.75	6.97	7.19	7.41	7.62	7.84	8.06	8.28	8.49
25	6.91	7.14	7.37	7.61	7.84	8.07	8.3	8.53	8.76	8.9
26	7.31	7.56	7.8	8.04	8.29	8.53	8.78	9.02	9.26	9.51
27	7.73	7.99	8.25	8.5	8.76	9.02	9.28	9.53	9.79	10.3
28	8.17	8.44	8.71	8.99	9.26	9.53	9.8	10.8	10.35	10.62
29	8.63	8.92	9.2	9.49	9.78	10.07	10.35	10.64	10.93	11.22
30	9.11	9.41	9.72	10.02	10.33	10.63	10.93	11.24	11.54	11.84
31	9.61	9.94	10.26	10.58	10.90	11.22	11.54	11.86	12.18	12.50
32	10.11	10.48	10.82	11.16	11.50	11.83	12.17	12.51	12.85	13.19
33	10.7	11.05	11.41	11.77	12.12	12.48	12.84	13.19	13.55	13.9
34	11.24	11.65	12.03	12.4	12.79	13.15	13.53	13.9	14.28	14.66
35	11.88	12.27	12.67	13.07	13.46	13.86	14.25	14.65	15.05	15.41
36	12.55	12.93	13.34	13.76	14.18	14.6	15.01	15.43	15.85	16.26
37	13.11	13.61	14.05	14.49	14.93	15.37	15.81	16.24	16.68	17.12
38	13.86	14.32	14.77	15.24	15.71	16.17	16.64	17.1	17.53	18.02
39	14.58	15.07	15.55	16.04	16.53	17.01	17.5	17.98	18.47	18.96

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 40 đến 49% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%													
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49				
-5	1.31	1.34	1.38	1.41	1.44	1.47	1.51	1.54	1.61	1.57				
-4	1.42	1.46	1.49	1.53	1.56	1.6	1.64	1.67	1.74	1.71				
-3	1.54	1.58	1.62	1.65	1.69	1.73	1.77	1.81	1.88	1.85				
-2	1.66	1.7	1.74	1.78	1.83	1.81	1.91	1.95	2.03	2.99				
-1	1.79	1.84	1.88	1.93	1.97	2.02	2.06	2.11	2.2	2.15				
0	1.94	1.99	2.08	2.08	2.18	2.18	2.23	2.28	2.33	2.37				
1	2.08	2.13	2.18	2.23	2.28	2.34	2.39	2.44	2.49	2.55				
2	2.22	2.28	2.38	2.39	2.44	2.5	2.56	2.61	2.67	2.72				
3	2.38	2.44	2.5	2.56	2.62	2.67	2.73	2.79	2.85	2.91				
4	2.54	2.61	2.67	2.73	2.8	2.86	2.92	2.99	3.05	3.12				
5	2.72	2.79	2.85	2.92	2.99	3.06	3.13	3.19	3.26	3.33				
6	2.9	2.98	3.05	3.12	3.19	3.27	3.34	3.41	3.48	3.56				
7	3.1	3.18	3.25	3.36	3.41	3.49	3.56	3.64	3.72	3.8				
8	3.31	3.39	3.47	3.56	3.64	3.72	3.8	3.89	3.97	4.05				
9	3.53	3.62	3.7	3.7	3.88	3.97	4.06	4.14	4.23	4.32				
10	3.76	3.85	3.95	4.04	4.14	4.23	4.32	4.42	4.51	4.61				
11	4.01	4.11	4.21	4.31	4.41	4.51	4.61	4.71	4.81	4.91				
12	4.26	4.37	4.48	4.58	4.69	4.8	4.9	5.01	5.12	5.33				
13	4.51	4.65	4.77	4.88	4.99	5.11	5.22	5.33	5.45	5.56				
14	4.83	4.95	5.07	5.19	5.31	5.43	5.55	5.67	5.79	5.91				

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 40 đến 49% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49
15	5.13	5.26	5.39	5.52	5.65	5.77	5.9	6.03	6.16	6.29
16	5.45	5.59	5.73	5.86	6	6.13	6.27	6.41	6.54	6.68
17	5.79	5.94	6.08	6.23	6.37	6.52	6.66	6.81	6.95	7.1
18	6.15	6.3	6.46	6.61	6.76	6.92	7.07	7.22	7.35	7.58
19	6.52	6.69	6.85	7.01	7.18	7.34	7.5	7.67	7.83	7.99
20	6.92	7.07	7.27	7.44	7.62	7.78	7.96	8.13	8.3	8.48
21	7.33	7.52	7.7	7.88	8.07	8.25	8.43	8.62	8.8	8.98
22	7.77	7.97	8.16	8.35	8.55	8.74	8.94	9.13	9.33	9.52
23	8.23	8.44	8.64	8.85	9.05	9.26	9.46	9.67	9.88	10.08
24	8.71	8.93	9.15	9.37	9.58	9.8	10.02	10.24	10.45	10.67
25	9.22	9.45	9.68	9.91	10.14	10.37	10.6	10.83	11.05	11.29
26	9.75	9.99	10.24	10.48	10.73	10.97	11.21	11.46	11.7	11.94
27	10.31	10.57	10.82	11.08	11.34	11.6	11.85	12.11	12.37	12.63
28	10.39	11.16	11.14	11.71	11.98	12.25	12.53	12.8	13.07	13.34
29	10.51	11.79	12.08	12.37	12.66	12.94	13.23	13.52	13.81	14.09
30	12.15	12.45	12.75	13.06	13.36	13.67	13.97	14.27	14.58	14.88
31	12.82	13.14	13.16	13.78	14.1	14.42	14.74	15.06	15.38	15.7
32	13.52	14.38	14.2	14.54	14.88	15.21	15.55	15.89	16.23	16.57
33	14.26	14.62	14.97	15.33	15.69	16.04	16.4	16.76	17.11	17.47
34	15.03	15.41	15.78	16.16	16.54	16.91	17.29	17.66	18.04	18.41

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 40 đến 49% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bền khô	%									
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49
35	15.84	16.23	16.63	17.03	17.42	17.82	18.21	18.61	19.01	19.4
36	16.68	17.1	17.52	17.93	18.35	18.77	19.18	19.6	20.02	20.44
37	17.56	18	18.44	18.88	19.32	19.76	20.2	20.64	21.07	21.51
38	18.48	18.94	19.41	19.87	20.33	20.79	21.25	21.72	22.18	22.64
39	19.44	19.93	20.41	20.9	21.39	21.87	22.36	22.85	23.33	23.82

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 50 đến 59% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%													
	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59				
-5	1.64	1.67	1.7	1.74	1.77	1.8	1.84	1.87	1.9	1.93				
-4	1.78	1.81	1.85	1.88	1.92	1.96	1.99	2.03	2.06	2.1				
-3	1.92	1.96	2	2.04	2.08	2.12	2.15	2.1	2.23	2.27				
-2	2.07	2.11	2.16	2.2	2.24	2.28	2.32	2.36	2.41	2.45				
-1	2.24	2.29	2.33	2.38	2.42	2.47	2.51	2.56	2.8	2.65				
0	2.42	2.47	2.52	2.57	2.62	2.66	2.71	2.76	2.81	2.86				
1	2.59	2.65	2.7	2.75	2.8	2.85	2.91	2.96	3.01	3.06				
2	2.78	2.83	2.8	2.94	3	3.06	3.11	3.17	3.22	3.29				
3	2.97	3.03	3.09	3.15	3.21	3.27	3.33	3.39	3.45	3.51				
4	3.18	3.24	3.31	3.37	3.43	3.5	3.56	3.62	3.69	3.75				
5	3.48	3.47	3.53	3.6	3.67	3.74	3.81	3.87	3.94	4.01				
6	3.63	3.7	3.77	3.85	3.92	3.9	4.07	4.14	4.21	4.28				
7	3.87	3.95	4.03	4.11	4.18	4.26	4.34	4.42	4.49	4.57				
8	4.13	4.22	4.3	4.38	4.47	4.55	4.63	4.71	4.8	4.88				
9	4.41	4.5	4.5	4.67	4.7	4.85	4.94	5.03	5.12	5.2				
10	4.7	4.79	4.89	4.98	5.08	5.17	5.26	5.36	5.45	5.55				
11	5.01	5.11	5.21	5.31	5.41	5.51	5.61	5.71	5.81	5.91				
12	5.33	5.44	5.54	5.65	5.76	5.86	5.97	6.08	6.18	6.29				
13	5.67	5.79	5.9	6.01	6.13	6.24	6.35	6.47	6.58	6.69				
14	6.03	6.75	6.27	6.4	6.52	6.74	6.76	6.88	7	7.12				

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 50 đến 59% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59
15	6.42	6.54	6.67	6.8	6.93	7.06	7.18	7.31	7.44	7.57
16	6.82	6.95	7	7.23	7.36	7.5	7.63	7.77	7.91	8.11
17	7.24	7.38	7.53	7.67	7.82	7.96	8.11	8.25	8.4	8.54
18	7.69	7.84	7.99	8.15	8.3	8.45	8.61	8.76	8.92	9.07
19	8.15	8.32	8.48	8.64	8.81	8.97	9.3	9.3	9.46	9.62
20	8.65	8.82	9	9.17	9.34	9.51	9.69	9.86	10.03	10.24
21	9.17	9.35	9.54	9.72	9.9	10.08	10.27	10.15	10.64	10.82
22	9.71	9.71	10.1	10.3	10.49	10.69	10.08	11.07	11.27	11.46
23	10.29	10.49	10.7	10.91	11.11	11.32	11.52	11.73	11.93	12.14
24	10.89	11.11	11.34	11.51	11.76	11.98	12.2	12.42	12.63	12.85
25	11.52	11.75	11.98	12.22	12.45	12.68	12.91	13.14	13.37	13.6
26	12.1	12.43	12.68	12.92	13.17	13.41	13.65	13.89	14.14	14.38
27	13.38	13.14	13.4	13.66	13.92	14.17	14.43	14.69	14.95	15.2
28	13.72	13.89	14.16	14.43	14.71	14.98	15.25	15.52	15.79	16.07
29	14.38	14.67	11.96	15.24	15.53	15.82	16.11	16.4	16.68	16.97
30	15.48	15.49	15.79	16.1	16.4	16.7	17.01	17.31	17.61	17.92
31	16.03	16.35	16.67	16.99	17.34	17.73	17.95	18.28	18.56	18.91
32	16.91	17.21	17.58	17.92	18.26	18.6	18.93	19.27	19.61	10.95
33	17.87	18.18	18.54	18.9	19.25	19.61	19.97	20.32	20.68	21.04
34	18.79	19.17	19.54	19.92	20.2	20.67	21.04	24.42	21.8	22.17

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 50 đến 59% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59
35	19.8	20.19	20.59	20.99	21.38	21.78	22.17	22.57	22.97	23.36
36	20.85	21.27	21.69	22.1	22.52	22.99	23.35	23.7	24.19	24.61
37	21.95	22.39	22.83	23.27	23.71	24.15	24.59	25.03	25.47	25.9
38	23.1	23.57	24.03	24.4	24.95	25.41	25.88	26.34	26.8	27.26
39	24.3	24.79	25.28	25.76	26.25	26.73	26.22	27.71	28.19	28.68

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 60 đến 69% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69
-5	1.97	2	2.03	2.06	2.1	2.13	2.16	2.2	2.23	2.26
-4	2.13	2.17	2.21	2.24	2.28	2.31	2.35	2.38	2.42	2.46
-3	2.31	2.35	2.39	2.42	2.46	2.56	2.54	2.58	2.62	2.65
-2	2.49	2.53	2.57	2.61	2.65	2.69	2.74	2.78	2.82	2.86
-1	2.69	2.73	2.78	2.83	2.87	2.92	2.96	3.01	3.05	3.1
0	2.91	2.96	3	3.05	3.1	3.15	3.2	3.25	3.29	3.34
1	3.11	3.17	3.26	3.27	3.32	3.37	3.43	3.48	3.53	3.58
2	3.33	3.39	3.45	3.5	3.56	3.61	3.67	3.72	3.78	3.83
3	3.57	3.63	3.69	3.75	3.81	3.86	3.92	3.98	4.04	4.1
4	3.82	3.86	3.94	4.01	4.07	4.13	4.2	4.26	4.32	4.39
5	4.08	4.14	4.21	4.28	4.35	4.42	4.49	4.55	4.62	4.69
6	4.36	4.43	4.5	4.57	4.65	4.72	4.79	4.86	4.94	5.01
7	4.65	4.73	4.8	4.88	4.95	5.04	5.11	5.19	5.27	5.35
8	4.96	5.01	5.13	5.21	5.29	5.38	5.46	5.51	5.62	5.71
9	5.29	5.38	5.17	5.56	5.64	5.73	5.82	5.91	6	6.09

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 60 đến 69% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%												
	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69			
10	5.64	5.73	5.83	5.2	5.92	6.11	6.2	6.3	6.39	6.5			
11	6.01	6.11	6.21	6.31	6.41	6.51	6.61	6.71	6.81	6.94			
12	6.1	6.2	6.61	6.72	6.82	6.93	7.04	7.14	7.25	7.36			
13	6.81	6.92	8.03	7.15	7.26	7.38	7.49	7.6	7.72	7.83			
14	7.24	7.63	7.18	7.6	7.72	7.81	7.97	8.09	8.21	8.33			
15	7.7	7.83	7.95	8.08	8.21	8.34	8.47	8.6	8.72	8.85			
16	8.18	8.32	8.15	8.59	8.73	8.86	9	9.13	9.27	9.41			
17	8.69	8.83	8.98	9.12	9.27	9.41	9.56	9.7	9.85	9.99			
18	9.22	9.38	9.53	9.68	9.84	9.99	10.15	10.3	10.45	10.61			
19	9.79	9.95	10.11	10.27	10.44	10.6	10.76	10.93	11.09	11.25			
20	10.38	10.55	10.73	10.9	11.07	11.24	11.42	11.59	11.76	11.94			
21	11	11.19	11.37	11.55	11.74	11.92	12.1	12.29	12.47	12.65			
22	11.65	11.85	12.05	12.24	12.43	12.63	12.82	13.02	13.21	13.41			
23	12.35	12.55	12.76	12.86	13.17	13.37	13.58	13.79	13.99	14.2			
24	13.07	13.29	13.5	13.22	13.94	14.16	14.38	14.59	14.81	15.03			

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 60 đến 69% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%												
	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69			
25	11.83	14.06	14.26	14.52	14.75	14.98	15.21	15.44	15.57	15.9			
26	14.63	14.87	15.11	15.36	15.6	15.84	16	16.33	16.58	16.82			
27	15.46	15.72	11.98	16.23	16.49	16.76	17.01	17.27	17.52	17.78			
28	16.34	16.61	16.88	17.16	17.43	17.7	17.97	18.25	18.52	18.79			
29	17.26	17.55	17.83	18.12	18.41	18.7	18.98	19.27	19.56	19.85			
30	18.22	18.53	18.83	19.13	19.44	19.74	20.04	20.35	20.65	20.95			
31	19.23	19.55	19.87	20.19	20.51	20.83	21.15	21.47	21.79	22.11			
32	20.2	20.62	20.96	21.3	21.64	22.98	22.31	22.65	22.99	23.33			
33	21.39	21.75	22.1	22.46	22.82	23.18	23.53	23.89	24.25	24.6			
34	22.55	22.92	23.3	23.65	24.05	24.13	24.8	25.18	25.56	25.63			
35	23.76	24.15	24.55	24.95	25.74	25.74	26.13	26.53	26.93	27.32			
36	25.02	22.11	25.86	26.27	27.11	27.11	27.52	27.94	28.36	28.78			
37	26.34	26.78	26.22	27.66	28.54	28.54	28.98	29.42	29.86	30.3			
38	27.72	28.18	21.65	29.11	30.03	30.03	30.05	30.96	31.42	31.88			
39	29.16	29.65	30.14	30.62	31.59	31.59	32.56	33.65	35.05	35.51			

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 70 đến 79% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%												
	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79			
-5	2.29	2.33	2.36	2.39	2.43	2.46	2.49	2.52	2.56	2.59			
-4	2.49	2.53	2.56	2.6	2.63	2.67	2.7	2.74	2.78	2.8			
-3	2.69	2.73	2.77	2.81	2.85	2.89	2.92	2.96	3	3.04			
-2	2.9	2.73	2.99	3.03	3.07	3.11	3.15	3.19	3.24	3.28			
-1	3.14	2.94	3.23	3.27	3.32	3.37	3.41	3.46	3.5	3.55			
0	3.39	3.19	3.49	3.54	3.58	3.63	3.68	3.73	3.78	3.83			
1	3.63	3.44	3.74	3.79	3.81	3.89	3.94	4	4.05	4.1			
2	3.89	3.68	4	4.06	4.11	4.17	4.22	4.28	4.33	4.39			
3	4.16	3.91	4.28	4.34	4.4	4.46	4.52	4.58	4.64	4.7			
4	4.45	4.22	4.59	4.64	4.7	4.77	4.83	4.9	4.96	5.02			
5	4.76	4.51	4.96	4.96	5.03	5.1	5.16	5.23	5.3	5.37			
6	5.08	4.82	5.3	5.3	5.37	5.44	5.52	5.59	5.66	5.74			
7	5.42	5.5	5.66	5.66	5.73	5.81	5.89	5.79	6.04	6.12			
8	5.79	5.87	5.01	5.01	6.12	6.2	6.28	6.37	6.45	6.53			
9	6.17	6.26	6.44	6.44	6.53	6.61	6.7	6.79	6.88	6.97			

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 70 đến 79% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%													
	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79				
10	6.58	6.67	6.77	6.86	6.96	7.05	7.14	7.24	7.33	7.43				
11	7.01	7.11	7.21	7.36	7.41	7.51	7.61	7.71	7.81	7.91				
12	7.46	7.57	7.68	7.78	7.89	8	8.1	8.22	8.32	8.42				
13	7.94	8.06	8.17	8.28	8.4	8.51	8.62	8.74	8.85	8.96				
14	8.45	8.37	8.69	8.81	8.93	9.05	9.17	9.29	9.41	9.53				
15	8.98	9.11	9.24	9.37	9.49	9.62	9.75	9.88	10.01	10.14				
16	9.54	9.68	9.82	9.95	10.09	10.23	10.36	10.5	10.63	10.77				
17	10.11	10.28	10.43	10.57	10.72	10.88	11.01	11.15	11.29	11.44				
18	10.78	10.91	11.07	11.22	11.38	11.53	11.68	11.84	11.99	12.14				
19	11.42	11.58	11.74	11.91	12.07	12.23	12.4	12.56	12.72	12.88				
20	12.11	12.28	12.46	12.63	12.8	12.97	13.15	13.32	13.49	13.67				
21	12.84	13.02	13.2	13.39	13.57	13.75	13.94	14.12	14.3	14.49				
22	13.6	13.79	13.99	14.18	14.38	14.57	14.77	14.96	15.15	15.35				
23	14.4	14.61	14.82	15.02	15.23	15.43	15.64	15.84	16.05	16.26				
24	15.25	15.16	15.68	15.9	16.12	16.34	16.55	16.77	16.99	17.21				

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 70 đến 79% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%												
	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79			
25	16.13	16.36	16.59	16.82	17.06	17.29	17.52	17.75	17.98	18.21			
26	17.06	17.31	17.55	17.79	18.04	18.28	18.53	18.77	19.01	19.26			
27	18.04	18.3	18.55	18.81	19.07	19.33	19.58	19.84	20.1	20.36			
28	19.06	19.34	19.61	19.88	20.15	20.42	20.7	20.97	21.24	21.51			
29	20.13	20.42	20.71	21	21.29	21.57	21.86	22.15	22.44	22.72			
30	21.26	21.56	21.87	22.17	22.47	22.78	23.08	23.38	23.69	23.99			
31	22.44	22.76	23.08	23.4	23.72	24.04	24.36	24.68	25	25.32			
32	23.67	24.01	24.34	24.68	25.02	26.36	25.7	26.07	26.37	26.71			
33	24.96	25.31	25.67	26.03	26.38	26.74	27.1	27.45	27.81	28.17			
34	26.31	26.68	27.06	27.43	27.81	28.19	28.56	28.94	29.31	29.69			
35	27.72	28.11	28.51	28.91	29.3	29.7	30.09	30.49	30.89	31.28			
36	29.19	29.61	30.03	30.44	30.86	31.28	31.7	32.41	32.53	32.95			
37	30.73	31.17	31.61	32.05	32.49	32.93	33.37	33.81	34.25	34.69			
38	32.34	32.81	33.27	33.73	34.19	34.64	35.12	35.58	36.04	36.5			
39	34.03	34.51	35	35.48	35.97	36.46	36.94	37.43	37.91	38.4			

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 80 đến 89% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89
-5	2.62	2.66	2.69	2.72	2.75	2.79	2.82	2.85	2.88	2.92
-4	2.85	2.88	2.92	2.95	2.99	3.02	3.06	3.1	3.13	3.17
-3	3.08	3.12	3.16	3.19	3.23	3.27	3.31	3.35	3.39	3.42
-2	3.32	3.36	3.4	3.44	3.48	3.53	3.57	3.61	3.65	3.69
-1	3.59	3.64	3.68	3.73	3.77	3.81	3.86	3.9	3.95	3.99
0	3.88	3.92	3.97	4.02	4.07	4.12	4.17	4.21	4.26	4.31
1	4.15	4.2	4.25	4.31	4.36	4.41	4.46	4.52	4.57	4.62
2	4.45	4.5	4.56	4.61	4.67	4.72	4.78	4.83	4.89	4.95
3	4.76	4.82	4.87	4.93	4.99	5.03	5.11	5.17	5.23	5.29
4	5.08	5.14	5.21	5.27	5.33	5.4	5.46	5.53	5.59	5.66
5	5.44	5.5	5.57	5.64	5.71	5.78	5.84	5.91	5.99	6.05
6	5.81	5.88	5.95	6.08	6.1	6.17	6.24	6.32	6.39	6.46
7	6.2	6.28	6.35	6.43	6.51	6.59	6.66	6.74	6.82	6.9
8	6.62	6.7	6.78	6.86	6.95	7.03	7.11	7.19	7.29	7.36
9	7.06	7.14	7.23	7.32	7.41	7.5	7.59	7.67	7.76	7.85

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 80 đến 89% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bền khô	%									
	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89
10	7.52	7.61	7.71	7.8	7.9	7.99	8.08	8.18	8.27	8.37
11	8.01	8.11	8.21	8.31	8.41	8.51	8.61	8.71	8.81	8.91
12	8.53	8.64	8.74	8.85	8.96	9.06	9.17	9.28	9.38	9.49
13	9.03	9.19	9.3	9.42	9.53	9.64	9.76	9.87	9.98	10.1
14	9.68	9.78	9.9	10.14	10.2	10.26	10.38	10.5	10.62	10.74
15	10.26	10.39	10.52	10.65	10.78	10.91	11.03	11.16	11.29	11.42
16	10.91	11.04	11.18	11.32	11.45	11.59	11.78	11.86	12	12.13
17	11.68	11.73	11.87	12.02	12.16	12.31	12.45	12.6	12.74	12.89
18	12.3	12.45	12.6	12.76	12.91	13.07	13.22	13.37	13.53	13.68
19	13.05	13.21	13.37	13.54	13.7	13.86	14.03	14.19	14.35	14.52
20	13.84	14.01	14.19	14.36	14.53	14.7	14.88	14.05	15.22	15.4
21	14.67	14.85	15.04	15.22	15.4	15.59	15.77	15.95	16.14	16.32
22	15.5	15.74	15.93	16.13	16.32	16.51	16.71	16.9	17.1	17.29
23	16.46	16.67	16.83	17.08	17.28	17.49	17.7	17.9	18.11	18.31
24	17.13	17.61	17.86	18.08	18.3	18.51	18.73	18.95	19.17	19.39

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 80 đến 89% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%													
	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89				
25	18.11	18.67	18.9	19.13	19.36	19.59	19.82	20.05	20.28	20.51				
26	19.6	19.75	19.99	20.23	20.48	20.72	20.96	21.21	21.45	21.7				
27	20.62	20.87	21.13	21.39	21.65	21.9	22.16	22.42	22.68	22.94				
28	21.79	22.06	22.33	22.6	22.87	23.15	23.42	23.69	23.99	24.24				
29	23.01	24.3	23.59	23.87	24.16	24.45	24.74	25.02	25.31	25.61				
30	24.3	24.6	24.9	25.21	25.51	25.81	26.12	26.42	26.73	27.03				
31	25.61	25.96	26.28	26.6	26.92	27.24	27.56	27.88	28.2	28.53				
32	27.05	27.39	27.72	28.06	28.4	28.74	29.08	29.42	29.75	30				
33	28.52	28.89	29.24	29.59	29.95	30.31	30.66	31.02	31.38	31.73				
34	30.07	30.44	30.92	31.19	31.57	31.94	32.39	32.7	33.07	33.45				
35	31.68	32.07	32.48	32.87	33.26	33.66	34.05	34.45	34.85	35.21				
36	33.36	33.78	34.2	34.61	35.03	35.45	35.88	36.28	36.7	37.12				
37	35.13	35.56	36	36.44	36.88	37.32	37.76	38.2	38.64	39.08				
38	36.97	37.43	37.89	38.35	38.81	39.27	39.74	40.2	40.66	41.12				
39	38.89	39.37	39.86	40.34	40.83	41.32	41.8	42.29	42.77	43.26				

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 90 đến 99% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
-5	2.95	2.98	3.02	3.05	3.08	3.12	3.15	3.18	3.21	3.25
-4	3.2	3.24	3.27	3.31	3.34	3.38	3.42	3.45	3.47	3.52
-3	3.46	3.5	3.54	3.58	3.62	3.67	3.69	3.73	3.77	3.81
-2	3.73	3.77	3.82	3.86	3.9	3.94	3.98	4.02	4.07	4.11
-1	4.04	4.08	4.13	4.17	4.22	4.26	4.31	4.35	4.4	4.45
0	4.36	4.41	4.46	4.51	4.56	4.6	4.65	4.7	4.75	4.8
1	4.67	4.72	4.77	4.83	4.88	4.93	5.01	5.04	5.09	5.14
2	5	5.06	5.11	5.17	5.22	5.28	5.31	5.39	5.45	5.6
3	5.35	5.41	5.47	5.53	5.59	5.65	5.71	5.77	5.83	5.89
4	5.72	5.79	5.85	5.91	5.99	6.04	6.1	6.17	6.23	6.29
5	6.12	6.18	6.25	6.32	6.39	6.46	6.52	6.59	6.66	6.73
6	6.53	6.61	6.68	6.75	6.82	6.9	6.97	7.01	7.11	7.49
7	6.97	7.05	7.13	7.21	7.28	7.36	7.44	7.52	7.59	7.67
8	7.44	7.53	7.61	7.69	7.77	7.86	7.94	8.02	8.1	8.19
9	7.94	8.03	8.11	8.2	8.29	8.29	8.57	8.56	8.64	8.73

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 90 đến 99% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
10	8.46	8.55	8.65	8.74	8.84	8.93	9.02	9.12	9.21	9.31
11	9.01	9.11	9.21	9.31	9.41	9.51	9.61	9.71	9.81	9.91
12	9.6	9.7	9.82	9.92	10.02	10.13	10.24	10.34	10.45	10.56
13	10.21	10.33	10.44	10.55	10.67	10.78	10.89	11.01	11.12	11.23
14	10.86	10.89	11.1	11.22	11.34	11.47	11.59	11.71	11.83	11.95
15	11.55	11.68	11.8	11.93	12.06	12.19	13.32	12.45	15.57	12.7
16	12.37	12.41	12.51	12.6	12.82	11.95	13.09	13.22	13.36	13.5
17	13.03	13.18	13.32	13.47	13.61	13.76	13.9	14.05	14.19	14.34
18	13.83	13.99	14.14	14.3	14.45	14.6	14.76	14.91	15.06	15.22
19	11.68	14.84	15.01	15.17	15.33	15.49	15.86	15.82	15.98	16.15
20	15.57	15.74	15.92	16.09	16.26	16.43	16.61	16.7	16.95	17.15
21	16.5	16.69	16.87	17.07	17.42	17.42	17.6	17.79	17.97	18.15
22	17.49	17.68	17.87	18.07	18.46	18.46	18.55	18.85	19.04	19.23
23	18.52	18.72	19.93	19.14	19.34	19.55	19.75	19.96	20.17	20.37
24	19.6	19.82	20.04	20.26	20.4	20.9	20.91	21.13	21.35	21.56

Bảng tra độ ẩm tuyệt đối
(Từ 90 đến 99% độ ẩm tương đối)

Nhiệt độ bên khô	%									
	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99
25	20.74	20.97	21.2	21.14	21.67	21.89	22.13	22.36	22.59	23.82
26	21.94	22.18	22.43	22.67	22.91	23.16	23.4	23.65	23.09	24.13
27	23.19	23.45	23.71	23.97	24.22	24.48	24.74	25	25.25	25.51
28	24.51	24.78	25.05	25.33	25.6	25.87	26.14	26.42	26.69	26.96
29	25.89	26.18	26.46	26.73	27.04	27.33	27.61	27.9	28.19	28.48
30	27.33	27.04	27.94	28.24	20.55	28.85	29.16	29.46	29.79	30.07
31	28.85	29.17	29.49	29.81	30.13	31.45	30.77	31.09	31.41	31.73
32	30.43	30.77	41.11	31.44	31.78	32.12	32.46	32.8	33.13	33.47
33	32.09	32.45	32.8	33.16	32.52	33.87	34.23	34.59	34.94	35.3
34	33.82	33.2	34.57	34.65	35.53	35.7	36.08	36.45	36.83	37.21
35	35.64	36.03	36.43	36.83	37.22	37.62	38.01	38.41	38.81	39.2
36	37.53	37.95	38.37	38.79	39.2	39.62	40.04	40.45	40.87	41.29
37	39.52	39.96	40.39	40.83	40.27	41.71	42.15	42.59	43.03	43.27
38	41.59	42.05	42.51	41.97	43.43	43.9	44.36	44.82	45.28	45.74
39	43.75	44.23	44.72	45.21	45.69	46.18	46.66	47.15	47.64	48.12

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Nghệp vụ kỹ thuật bán hàng hệ mẫu dịch viên* (lưu hành nội bộ của trường Trung học Thương nghiệp Hà Nội).
2. *Tiêu chuẩn cấp bậc kỹ thuật – nghiệp vụ của các loại nhân viên Thương nghiệp* (Bộ Nội thương).
3. ILEXINBERMAN - *Về bán hàng văn minh* (người dịch GS. Đào Kỳ) dịch từ bản dịch tiếng Nga (Bộ Nội thương 1976).
4. Mai Khoa Xu, Lành Ngọc Hàm biên soạn - *Tổ chức kỹ thuật Thương nghiệp hàng công nghiệp* tập 1, tập 2- 1977.
5. *Nghệp vụ kỹ thuật* (dùng cho các trường, lớp đào tạo nhân viên Thương nghiệp cơ sở) Bộ Nội thương năm 1979.
6. *Tổ chức kỹ thuật hàng công nghiệp* tập 1, tập 2, 1982 (Bộ Nội Thương). Xí nghiệp in Báo Hà Nội mới dùng cho chuyên nghiệp nghiệp vụ kỹ thuật kinh doanh hàng công nghiệp bậc trung học.
7. *Tổ chức nghiệp vụ kỹ thuật bán hàng* (1985), Bộ Nội thương do Tạp chí Nội thương xuất bản.
8. *Điều lệ tạm thời về công tác của cửa hàng bán lẻ 1986* (Sở Thương nghiệp Hà Nội phát hành).
9. *Nghệp vụ kỹ thuật mua hàng nông sản thực phẩm* (lưu hành nội bộ), Bộ Nội thương 1987.
10. *Sổ tay nghiệp vụ kỹ thuật bán hàng* (dùng cho nhân viên bán hàng trong ngành Thương nghiệp) lưu hành nội bộ, 1987.
11. Lưu Vĩnh - *Tổ chức và kỹ thuật Thương nghiệp* tập 1, tập 2, Trường Đại học Thương nghiệp Hà Nội, 1988.
12. Phạm Thị Thu Phương - *Nghệp vụ và quản trị bán hàng*, NXB Thống Kê. 1995.
13. *Giáo trình quản trị nghiệp vụ bán hàng*, Trường Cao Đẳng Marketing TP Hồ Chí Minh năm 1999.
14. *Pháp lệnh quảng cáo*, NXB Chính trị Quốc gia năm 2002.
15. Phan Cao Tùng - *Nghệ thuật bán hàng* (những bí quyết để bán hàng mạnh, nhanh) - NXB Tổng hợp Đồng Tháp 1990.

MỤC LỤC

<i>Lời giới thiệu</i>	3
<i>Lời nói đầu</i>	5
<i>Bài mở đầu</i>	7
Chương 1: TỔ CHỨC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI	10
I. Tổ chức doanh nghiệp thương mại nhà nước	10
II. Tổ chức doanh nghiệp tư nhân	13
III. Tổ chức công ty trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần	14
IV. Tổ chức đại lý mua - bán hàng	27
V. Các loại hình cơ sở kinh doanh	30
Chương 2: TỔ CHỨC LAO ĐỘNG TRONG DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI	34
I. Ý nghĩa của tổ chức lao động trong doanh nghiệp thương mại	34
II. Phân công lao động trong doanh nghiệp thương mại	35
III. Năng suất lao động và định mức lao động trong doanh nghiệp thương mại	38
IV. Thời gian mở cửa hàng và thời gian biểu làm việc của nhân viên bán hàng	44
Chương 3: QUY HOẠCH DIỆN TÍCH CỦA HÀNG VÀ KHO HÀNG	48
I. Quy hoạch diện tích cửa hàng	48
II. Quy hoạch diện tích kho hàng hóa	57
Chương 4: THIẾT BỊ THƯƠNG MẠI	62
I. Tác dụng của thiết bị thương mại	62
II. Các loại thiết bị trong cửa hàng thương mại	64
III. Thiết bị trong kho hàng thương mại	83
Chương 5: NGHIÊN CỨU NHU CẦU TIÊU DÙNG VÀ XÂY DỰNG MẶT HÀNG KINH DOANH Ở CỬA HÀNG BÁN LẺ	98
I. Ý nghĩa của việc nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng ở cửa hàng bán lẻ và nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng	98

II.	Đối tượng, nội dung nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng ở cửa hàng bán lẻ	101
III.	Phương pháp nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng	105
IV.	Tổ chức công tác nghiên cứu nhu cầu tại cửa hàng	109
V.	Xây dựng mặt hàng kinh doanh của cửa hàng bán lẻ hàng công nghiệp	110
Chương 6: NGHIỆP VỤ MUA HÀNG		116
I.	Vị trí, tác dụng của mua hàng	116
II.	Biện pháp tổ chức mua hàng	118
III.	Quá trình nghiệp vụ mua hàng của nhân viên nghiệp vụ kinh doanh	129
Chương 7: HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HÓA		167
I.	Khái niệm và tác dụng của hợp đồng mua bán	167
II.	Hợp đồng mua bán hàng hóa	170
III.	Ký kết hợp đồng mua bán hàng hoá	173
IV.	Trọng tài kinh tế	176
V.	Dự thảo hợp đồng mua bán hàng hoá (theo Pháp lệnh hợp đồng kinh tế và Trọng tài kinh tế)	177
VI.	Kỹ thuật soạn thảo các điều khoản chính của hợp đồng mua bán	182
Chương 8: NGHIỆP VỤ KHO		193
I.	Nguyên tắc tổ chức nghiệp vụ kho và những nhân tố ảnh hưởng đến quá trình nghiệp vụ kho	193
II.	Nghiệp vụ tiếp nhận hàng hoá	197
III.	Nghiệp vụ bảo quản hàng hoá	203
IV.	Nghiệp vụ xuất hàng	225
V.	Tiêu chuẩn cấp bậc của thủ kho	230
Chương 9: BAO BÌ VÀ NGHIỆP VỤ BAO BÌ HÀNG HÓA		245
I.	Yêu cầu chung đối với bao bì	245
II.	Phân loại bao bì	245
III.	Nghiệp vụ bao bì	250
IV.	Tổn thất bao bì, nguyên nhân và biện pháp khắc phục	252
V.	Ký mã hiệu ghi trên bao bì	252
VI.	Tác dụng và nội dung của tiêu chuẩn hoá bao bì	256
VII.	Nhãn hàng hoá và nhãn hiệu hàng hoá	257

Chương 10: NGHIỆP VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ	264
I. Yêu cầu của công tác vận chuyển hàng hoá	264
II. Biện pháp tổ chức hợp lý vận chuyển hàng hoá	267
III. Quá trình nghiệp vụ vận chuyển hàng hoá	274
IV. Hợp đồng vận chuyển hàng hoá	279
V. Biện pháp chủ yếu để nâng cao năng suất của phương tiện vận tải	284
Chương 11: QUẢNG CÁO THƯƠNG MẠI	291
I. Tác dụng của quảng cáo thương mại	291
II. Nội dung và các hình thức quảng cáo	291
III. Phương pháp trưng bày hàng hoá	295
IV. Tổ chức nghiệp vụ quảng cáo ở doanh nghiệp thương mại	297
V. Một số điều trong Pháp lệnh quảng cáo (2001)	297
Chương 12: NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG VÀ PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG	305
I. Vị trí và yêu cầu của bán hàng	305
II. Phương thức bán hàng	307
III. Phương pháp bán hàng	307
IV. Quá trình nghiệp vụ một ngày (ca) bán hàng tại cửa hàng	310
V. Nghiệp vụ bán hàng	311
VI. Các dịch vụ trong công tác bán hàng	315
VII. Một số quy trình bán hàng cụ thể	315
VIII. Trình độ cấp bậc kỹ thuật nghiệp vụ của nhân viên bán hàng	317
Phân phụ lục: Bảng xác định nhiệt độ điểm sương theo độ ẩm tuyệt đối	342
Tài liệu tham khảo	368

NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI
Số 4 Tổng Duy Tân - Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội
ĐT: (04) 8257063 - 8252916 - 8286766. Fax: (04) 8257063.
E-mail: nhaxuatbanhanoi@hn.vnn.vn

GIÁO TRÌNH
NGHIỆP VỤ KINH DOANH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
NHÀ XUẤT BẢN HÀ NỘI - 2005

Chịu trách nhiệm xuất bản:
NGUYỄN KHẮC OÁNH

Biên tập:
TRƯƠNG ĐỨC HÙNG

Bìa:
VĂN SÁNG

Trình bày:
NGUYỄN HUỲNH MAI

Kỹ thuật vi tính:
NGỌC HUYỀN

Sửa bản in:
TRƯƠNG ĐỨC HÙNG

In 1.990 cuốn khổ 17 x 24cm. Tại Công ty cổ phần in - vật tư
Ba Đình Thanh Hóa. Số đăng ký KH xuất bản: 37 KH/512 - CXB
cấp ngày 20/12/2004. In xong và nộp lưu chiểu quý I năm 2005.

BỘ GIÁO TRÌNH XUẤT BẢN NĂM 2005
KHỐI TRƯỜNG TRUNG HỌC THƯƠNG MẠI - DU LỊCH

1. LÝ THUYẾT THỐNG KÊ
2. TÂM LÝ HỌC KINH DOANH DU LỊCH - KHÁCH SẠN
3. KINH TẾ VI MÔ
4. KINH TẾ DU LỊCH KHÁCH SẠN
5. TÂM LÝ HỌC KINH DOANH THƯƠNG MẠI
6. NGHIỆP VỤ KINH DOANH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
7. TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI
8. KINH TẾ DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI
9. NGHIỆP VỤ PHỤC VỤ BUỒNG
10. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH TẾ DOANH NGHIỆP
11. KHOA HỌC HÀNG HÓA
12. THỐNG KÊ DU LỊCH
13. LÝ THUYẾT TIỀN TỆ TÍN DỤNG
14. LÝ THUYẾT TÀI CHÍNH
15. THƯƠNG PHẨM HÀNG THỰC PHẨM
16. KỸ THUẬT NGHIỆP VỤ NGOẠI THƯƠNG
17. TỔNG QUAN DU LỊCH
18. TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH NGHIỆP VỤ LỄ TÂN
19. TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH PHỤC VỤ KHÁCH SẠN
20. TIẾNG ANH CHUYÊN NGÀNH KỸ THUẬT CHẾ BIẾN
21. LÝ THUYẾT NGHIỆP VỤ LỄ TÂN
22. KẾ TOÁN DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ



Giá: 48.500đ

gt kinh tế thương mại