

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH ĐỒNG THÁP
TRƯỜNG CAO ĐẲNG CỘNG ĐỒNG ĐỒNG THÁP



GIÁO TRÌNH
MÔN HỌC: QUẢN TRỊ HÀNG HÓA
NGÀNH, NGHỀ: QUẢN TRỊ BÁN HÀNG
TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

*(Ban hành kèm theo Quyết định Số: /QĐ-CD-ĐT ngày... tháng... năm
2018 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Cộng đồng Đồng Tháp)*

Đồng Tháp, năm 2017

LỜI GIỚI THIỆU

--

Quản trị hàng hóa là môn học nghiên cứu các hoạt động tổ chức, xây dựng, và quản lý hoạt động cung ứng vật tư, hàng hoá trong doanh nghiệp. Điểm trọng yếu ở đây là giúp sinh viên có cái nhìn mới, hiểu quản lý hàng hóa như một nghề chuyên môn và có vai trò rất quan trọng để nâng cao lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trong giai đoạn phát triển kinh tế hiện nay. Môn học giới thiệu các khái niệm, định nghĩa, quan điểm, giá trị, mục đích, phương pháp, và các kỹ thuật xây dựng hệ thống quản lý hàng hóa để người học có được cái nhìn tổng quát trước khi đi vào chuyên sâu.

ĐCDBG Quản trị hàng hóa gồm 6 chương cơ bản giới thiệu và hướng dẫn người học kiến thức cơ bản và một số bài tập thực hành, cụ thể:

- Chương 1: Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Chương 2: Nhập kho hàng hóa
- Chương 3: Sắp xếp hàng hóa
- Chương 4: Quy trình xuất kho hàng hóa
- Chương 5: Bảo quản hàng hóa
- Chương 6 : Kiểm kê hàng hóa

Khi biên soạn tác giả cố gắng bố cục bài giảng sao cho bám sát chương trình chi tiết mô đun Quản trị hàng hóa với hy vọng bài giảng này sẽ giúp người học thuận lợi trong quá trình học tập tại lớp và tự học tại nhà. Trong quá trình biên soạn tác giả đã cố gắng hết sức, việc sai sót là điều không thể tránh khỏi, rất mong sự đóng góp của các đồng nghiệp và người học.

Xin chân thành cảm ơn.

Tp.Sa Đéc, tháng 06/2017

Người biên soạn
Nguyễn Minh Trang

MỤC LỤC

1. Lời giới thiệu	Trang 2
2. Chương 1: Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ	Trang
3. Bài thực hành số 01	Trang
4. Chương 2: Nhập kho hàng hóa.....	Trang
5. Bài thực hành số 02	Trang
6. Chương 3: Sắp xếp hàng hóa.....	Trang
7. Bài thực hành số 03	Trang
8. Chương 4: Quy trình xuất kho hàng hóa	Trang
9. Bài thực hành số 04	Trang
10. Chương 5: Bảo quản hàng hóa	Trang
11. Bài thực hành số 05	Trang
12. Chương 6: Kiểm kê hàng hóa.....	Trang
13. Bài thực hành số 06.....	Trang

MÔN ĐƠN: QUẢN TRỊ HÀNG HÓA

Mã số môn đơn: MĐ 19

Thời gian môn đơn: 90 giờ, trong đó: Lý thuyết: 20 giờ; Thực hành: 70 giờ.

Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của môn học:

- Vị trí: Môn Quản trị hàng hóa được bố trí giảng dạy sau khi học các môn học kỹ thuật cơ sở và các môn học, môn chuyên môn nghề như: Marketing, Quản lý nguồn cung ứng hàng hóa....
- Tính chất: Quản lý hàng hóa là môn thuộc nhóm các môn, môn học chuyên môn nghề Quản trị bán hàng.

Mục tiêu của môn học: Sau khi học xong môn này, người học đạt được,

- Kiến thức:
 - + Nắm được những kiến thức về đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ.
 - + Phân tích được quy trình nhập và xuất hàng hóa trong hoạt động bán hàng.
 - + Hiểu rõ được nguyên tắc sắp xếp hàng hóa
 - + Trình bày được nội dung nghiệp vụ bảo quản hàng hóa.
 - + Hiểu rõ được những kiến thức về kiểm kê hàng hóa
- Kỹ năng:
 - + Phân loại được hàng hóa
 - + Thực hiện đúng quy trình kiểm tra chất lượng hàng hóa.
 - + Thực hiện nghiệp vụ xuất và nhập hàng chính xác, đúng số lượng, đúng chủng loại;
 - + Lập được các chứng từ và báo cáo nhập hàng và xuất hàng.
- Thái độ:
 - + Chăm thận, trung thực, tích cực, chủ động, sáng tạo trong công việc.
 - + Chủ động tìm hiểu hoạt động thực tiễn;
 - + Thái độ học tập nghiêm túc tiếp cận vấn đề có hệ thống.
 - + Rèn luyện tính cẩn thận, nghiêm túc trong công việc và tuân thủ đúng quy trình về công tác quản lý hàng hóa

Nội dung của môn học gồm 06 chương và 06 bài thực hành:

- Chương 1: Đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ
 - + Bài thực hành số 01
- Chương 2: Nhập kho hàng hóa
 - + Bài thực hành số 02
- Chương 3: Sắp xếp hàng hóa
 - + Bài thực hành số 03
- Chương 4: Xuất kho hàng hóa
 - + Bài thực hành số 04
- Chương 5: Bảo quản hàng hóa
 - + Bài thực hành số 05
- Chương 6: Kiểm kê hàng hóa
 - + Bài thực hành số 06

CHƯƠNG 1

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, DỊCH VỤ

✧ Giới thiệu:

Phần nội dung bài học sẽ giới thiệu người học về các khái niệm liên quan đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ cũng như hiểu được lý do phải đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ.

✧ Mục tiêu

- Giải thích được các khái niệm về chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Trình bày được nội dung chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Hiểu được lý do phải đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Trình bày được quy trình đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Trình bày được phương pháp xác định, khai thác, dự trữ và phân phối hàng hóa.

✧ Nội dung chính

I. Chất lượng sản phẩm, dịch vụ

1. Khái niệm sản phẩm, dịch vụ

Sản phẩm là những hàng hóa và dịch vụ với những thuộc tính nhất định, với những ích dụng cụ thể nhằm thỏa mãn những nhu cầu đòi hỏi của khách hàng. Sản phẩm có giá trị sử dụng và giá trị, nó có thể là hữu hình hoặc vô hình.

II. Phân loại sản phẩm, dịch vụ

1) Phân loại theo mục đích sử dụng

Hàng hóa tiêu dùng là hàng hóa phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng của cá nhân, gia đình trong cuộc sống hàng ngày.

Hàng hóa tư liệu sản xuất là các hàng hóa do các tổ chức mua và sử dụng phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của họ.

2) Phân loại sản phẩm theo hình thức tồn tại

Dịch vụ là loại sản phẩm vô hình mang lại cho người dùng một ích lợi vật chất, lợi ích tinh thần nào đó. Con người không thể cảm nhận dịch vụ thông qua các giác quan như nghe, nhìn, nếm, ngửi, tiếp xúc. Điều này làm cho việc bán dịch vụ khó khăn hơn.

Hàng hóa là loại sản phẩm hữu hình mà con người có thể tiếp xúc thông qua các giác quan để cảm nhận những yếu tố vật chất của nó.

3) Phân loại hàng hóa tiêu dùng theo thời gian sử dụng

Hàng hóa lâu bền: là những loại hàng hóa được dùng nhiều lần như Tivi, Tủ lạnh, xe máy, điện thoại...

Hàng hóa sử dụng ngắn hạn: là những thứ được dùng chỉ một hoặc vài lần như xà phòng, bia, báo chí, tem thư...

4) Phân loại hàng hóa tiêu dùng theo thói quen mua

• *Hàng hóa sử dụng thường ngày* là loại mà người tiêu dùng hay mua không đắn đo tính toán hoặc mất rất ít công sức để so sánh lựa chọn. Ví dụ như thuốc lá, diêm, xà phòng, báo... Trong hàng hóa tiêu dùng thường ngày lại chia ra thành *hàng hóa sử dụng thường xuyên*, *hàng mua ngẫu hứng* và *hàng mua khẩn cấp*.

• *Hàng hóa mua có lựa chọn* là các thứ hàng hóa mà người tiêu dùng trong quá trình lựa chọn và mua thường so sánh, cân nhắc các chỉ tiêu công dụng, chất lượng, giá cả, hình thức. Ví dụ như quần áo, ô tô, xe máy. Hàng hóa mua có lựa chọn lại được chia ra hàng hóa giống nhau và không giống nhau. Đối với loại này nên có nhiều chủng loại để khách hàng lựa chọn.

- *Hàng hoá theo nhu cầu đặc biệt* là các hàng hoá có những tính chất lượng đặc biệt mà người mua sẵn sàng bỏ công sức để tìm kiếm. Ví dụ như các thứ mốt thời thượng, xe ô tô cổ, các quán ăn đặc sản, các thầy thuốc giỏi. Trong trường hợp này địa điểm bán hàng không quan trọng, nhưng cần thông tin cho khách hàng tiềm ẩn biết.

- *Hàng hoá theo nhu cầu thụ động* là các loại mà người dùng không hay nghĩ đến, hoặc không biết. Ví dụ như bảo hiểm tính mạng. Bán loại hàng hoá này đòi hỏi nỗ lực Marketing lớn, đặc biệt là nỗ lực bán hàng cá nhân.

Các loại hàng hoá khác nhau thì quá trình mua của khách hàng khác nhau. Người bán cần nắm được quá trình mua của khách hàng để biết cách thuyết phục khách hàng.

5) Phân loại hàng hóa là tư liệu sản xuất

a) Nguyên liệu thô

- Nguyên liệu thô là các hàng hoá cho sản xuất chưa được chế biến (hoặc chỉ mới được sơ chế). Nguyên liệu thô bao gồm : Khoáng chất, đất, gỗ, cát sỏi, nước lấy từ sông hồ, biển, lòng đất (để lọc thành nước sạch, nước ngọt).

- Các sản phẩm nông nghiệp như lúa mỳ, thóc, ngô hạt, bông thô, mủ cao su, rau quả nguyên liệu, chè nguyên liệu, vật nuôi, trứng, sữa nguyên liệu...

b) Vật liệu đã được chế biến và các chi tiết

Vật liệu đã được chế biến là các nguyên liệu thô đã được chế biến trong chừng mực nào đó (ngược lại với nguyên liệu thô). Vật liệu đã chế biến sẽ tiếp tục được chế biến để tạo ra sản phẩm cuối cùng. Ví dụ phôi thép sẽ được chế biến thành các loại thép thành phẩm khác nhau; sợi được dệt thành vải; bột mỳ được làm thành bánh. Các chi tiết thì không cần chế biến nữa, và sẽ được lắp ráp để tạo ra các sản phẩm hoàn chỉnh. Ví dụ như khoá kéo, cúc để may quần áo, các linh kiện bán dẫn để lắp ti vi, ra đi ô, máy tính.

c) Thiết bị lắp đặt

Thiết bị lắp đặt là những hàng hoá có giá trị lớn, thời gian sử dụng dài. Giá trị của thiết bị được dịch chuyển dần dần vào giá trị sản phẩm của doanh nghiệp tổ chức. Khi mua về, thiết bị được chuyển thành *tài sản cố định* của bên mua.

d) Thiết bị phụ trợ

Thiết bị phụ trợ được sử dụng trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp, tổ chức, nhưng không có ảnh hưởng lớn đến quy mô hoạt động của họ. Các thiết bị thường có giá trị nhỏ, thời hạn dùng ngắn.

e) Vật tư phụ

Đây là những loại hàng hoá dùng để hỗ trợ cho quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, tổ chức. Vật tư phụ có giá trị nhỏ, thời gian sử dụng ngắn, việc mua sắm không đòi hỏi nhiều nỗ lực, không đóng vai trò quan trọng trong các yếu tố đầu vào của doanh nghiệp, tổ chức.

k) Các dịch vụ

Ngoài các hàng hoá tư liệu sản xuất trên đây, trong quá trình hoạt động của mình, các doanh nghiệp, tổ chức còn cần đến rất nhiều các dịch vụ như tài chính, bảo hiểm, tư vấn, vận chuyển, lưu kho, phân phối, sửa chữa, bảo hành, nghiên cứu Marketing, chăm sóc khách hàng, quảng cáo, bưu chính viễn thông...

3. Khái niệm về chất lượng sản phẩm, dịch vụ

– Chất lượng sản phẩm là một phạm trù phức tạp, một khái niệm mang tính chất tổng hợp về các mặt kinh tế – kỹ thuật, xã hội.

– Chất lượng sản phẩm được hình thành trong quá trình nghiên cứu, triển khai và chuẩn bị sản xuất, được đảm bảo trong quá trình tiến hành sản xuất và được duy trì trong quá trình sử dụng.

Thông thường người ta cho rằng sản phẩm có chất lượng là những sản phẩm hay dịch vụ hảo hạng, đạt được trình độ của khu vực hay thế giới và đáp ứng được mong đợi của khách hàng với chi phí có thể chấp nhận được. Nếu quá trình sản xuất có chi phí không phù hợp với giá bán thì

khách hàng sẽ không chấp nhận giá trị của nó, có nghĩa là giá bán cao hơn giá mà khách hàng chịu bỏ ra để đổi lấy các đặc tính của sản phẩm.

Xuất phát từ những quan điểm khác nhau, hiện có hàng trăm định nghĩa khác nhau về chất lượng sản phẩm.

TCVN 5814-1994 trên cơ sở tiêu chuẩn ISO-9000 đã đưa ra định nghĩa: Chất lượng là tập hợp các đặc tính của một thực thể (đối tượng) tạo cho thực thể đó có khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn. (Quản lý chất lượng và đảm bảo chất lượng- Thuật ngữ và định nghĩa- TCVN5814-1994). Như vậy, “khả năng thỏa mãn nhu cầu” là chỉ tiêu cơ bản nhất để đánh giá chất lượng sản phẩm.

Thông thường, người ta rất dễ chấp nhận ý tưởng cho rằng cải tiến và nâng cao chất lượng sản phẩm là phải tập trung cải tiến và nâng cao đặc tính kỹ thuật, sự hoàn thiện của sản phẩm. Quan niệm này sẽ dẫn đến xu hướng đồng hóa việc đầu tư vào đổi mới dây chuyền sản xuất, công nghệ sản xuất là nâng cao chất lượng sản phẩm. Trong nhiều trường hợp, quan niệm này tỏ ra đúng đắn, nhất là khi sản phẩm đang được sản xuất ra với công nghệ quá lạc hậu. Tuy nhiên, chất lượng đã vượt ra khỏi phạm vi của sản phẩm. Doanh nghiệp sản xuất ra các sản phẩm có chất lượng và nhờ những sản phẩm tốt mà được khách hàng tín nhiệm. Song muốn thật sự được người tiêu dùng tín nhiệm, thì cùng với sản phẩm tốt, doanh nghiệp còn phải thực hiện một loạt dịch vụ cần thiết khác như: bảo hành, hướng dẫn sử dụng, bảo dưỡng kỹ thuật định kỳ và các dịch vụ phụ trợ khác. Điều đó có nghĩa là doanh nghiệp không chỉ bán sản phẩm tốt mà còn phải giúp khách hàng giải quyết các vấn đề nảy sinh trong khi sử dụng. Ví dụ khi những sản phẩm đầu tiên của Nhật Bản bán ra thị trường nước ngoài, khách hàng không thể đọc được các bản hướng dẫn sử dụng vì nó viết bằng tiếng Nhật, nhưng sau đó họ đã rút kinh nghiệm và hàng hóa của Nhật ngày càng được chấp nhận nhiều hơn ở nước ngoài.

Chất lượng sản phẩm phải thể hiện thông qua các yếu tố sau:

- Sự hoàn thiện của sản phẩm: đây là yếu tố để giúp chúng ta phân biệt sản phẩm này với sản phẩm khác. thường thể hiện thông qua các tiêu chuẩn mà nó đạt được. Đây cũng chính là điều tối thiểu mà mọi doanh nghiệp phải cung cấp cho khách hàng thông qua sản phẩm của mình.
- Giá cả: thể hiện chi phí để sản xuất (mua) sản phẩm và chi phí để khai thác và sử dụng nó. Người ta thường gọi đây là giá để thỏa mãn nhu cầu.
- Sự kịp thời, thể hiện cả về chất lượng và thời gian.
- Phù hợp với các điều kiện tiêu dùng cụ thể: sản phẩm chỉ có thể được coi là chất lượng khi phù hợp với điều kiện tiêu dùng cụ thể. Doanh nghiệp phải đặc biệt chú ý điều này khi tung sản phẩm vào các thị trường khác nhau để đảm bảo thành công trong kinh doanh.

Trong thực tế sản xuất kinh doanh, nếu không chú ý đầy đủ đến các yếu tố trên sẽ dẫn đến thiệt hại không nhỏ.

II. Lý do phải đánh giá chất lượng dịch vụ

Thị trường cạnh tranh khốc liệt, đòi hỏi các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển bền vững cần phải cung cấp dịch vụ có chất lượng tốt, đáp ứng sự hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên nhiều doanh nghiệp chưa hiểu hết được vai trò của **quản lý chất lượng dịch vụ** và thực hiện quy trình này chưa đúng cách và thiếu chuyên nghiệp.

1. Thực chất quản lý chất lượng dịch vụ

Theo TCVN và ISO – 9000, chất lượng dịch vụ là mức phù hợp của sản phẩm dịch vụ thỏa mãn các yêu cầu đề ra hoặc định trước của người mua.

Trước hết doanh nghiệp cần xác định rõ mục tiêu của **quản lý chất lượng dịch vụ** là gì:

Thỏa mãn yêu cầu của khách hàng

Liên tục nâng cấp dịch vụ
Quan tâm đến yêu cầu của xã hội
Đảm bảo tính hiệu quả trong cung ứng dịch vụ

2. Các nguyên tắc cần phải tuân thủ để đảm bảo chất lượng dịch vụ

Chấp nhận việc tiếp cận từ đầu với khách hàng và nắm chắc yêu cầu của họ
Khách hàng là trên hết

Cải tiến liên tục chất lượng bởi vì yêu cầu và mong đợi của khách hàng thay đổi không ngừng và có xu thế tăng lên dần, do đó, doanh nghiệp phải quản lý chất lượng dịch vụ liên tục để có thể lúc nào cũng thỏa mãn nhu cầu khách hàng một cách đầy đủ nhất.

3. Vai trò của quản lý chất lượng dịch vụ với doanh nghiệp

Quản lý chất lượng dịch vụ có vai trò rất lớn đối với thành công của công ty bởi vì quản lý chất lượng giúp chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ tốt hơn, vì vậy đáp ứng nhu cầu khách hàng và nâng cao hiệu quả của hoạt động quản lý của doanh nghiệp. Điều này là cơ sở để chiếm lĩnh, mở rộng thị trường, tăng cường vị thế, uy tín trên thị trường. **Quản lý chất lượng dịch vụ** cũng cho phép doanh nghiệp xác định đúng hướng sản phẩm cần cải tiến, thích hợp với những mong đợi của khách hàng cả về tính hữu ích và giá cả.

III. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ

1. Chỉ tiêu sử dụng

Đây là chỉ tiêu đặc trưng cho các thuộc tính, xác định những chức năng chủ yếu của sản phẩm, quy định giá trị sử dụng của sản phẩm.

2. Chỉ tiêu độ tin cậy

Phản ánh sự ổn định của các đặc tính sử dụng của sản phẩm, khả năng sản phẩm và dịch vụ có thể tiếp tục đáp ứng các yêu cầu của người tiêu dùng.

3. Chỉ tiêu lao động học

Phản ánh mối quan hệ giữa con người với sản phẩm, đặc biệt là sự thuận lợi mà sản phẩm đem lại cho người tiêu dùng trong quá trình sử dụng.

4. Chỉ tiêu về độ thẩm mỹ

Đặc trưng cho mức độ truyền cảm, hấp dẫn của sản phẩm, sự hài hoà về hình thức, nguyên vẹn về kết cấu.

5. Chỉ tiêu về công nghệ

Là những chỉ tiêu đặc trưng cho phương pháp, quy trình sản xuất nhằm tiết kiệm các yếu tố vật chất trong quá trình sản xuất (các chi phí sản xuất) sản phẩm.

6. Chỉ tiêu về sinh thái

Phản ánh mức độ gây độc hại, ảnh hưởng đến môi trường xung quanh trong quá trình sản xuất và vận hành sản phẩm.

7. Chỉ tiêu về độ an toàn

Chỉ tiêu đặc trưng cho mức độ an toàn khi sản xuất hay tiêu dùng sản phẩm.

8. Tính dễ vỡ (độ bền của sản phẩm)

Đây là chỉ tiêu phản ánh khoảng thời gian từ khi sản phẩm được hoàn thiện cho tới khi sản phẩm không còn vận hành, sử dụng được nữa.

✧ Câu hỏi ôn tập

Câu 1: Khái niệm sản phẩm, dịch vụ ?

Câu 2: Tại sao phải đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ?

Câu 3: Hãy nêu các chỉ tiêu để đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ?

BÀI THỰC HÀNH SỐ 1 (10 giờ) **ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM, DỊCH VỤ**

*** GIỚI THIỆU:**

Phần nội dung bài thực hành sẽ giới thiệu người học cách thảo luận để đánh giá chất lượng sản phẩm theo các tiêu chí như phần lý thuyết đã học

*** MỤC TIÊU:** Sau khi học xong bài này người học có khả năng:

- Kiến thức: Hiểu được các chỉ tiêu đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ
- Kỹ năng: Phân tích, thảo luận nhóm
- Thái độ: Kiên trì và nghiêm túc trong thực hiện.

*** CHUẨN BỊ DỤNG CỤ, THIẾT BỊ, VẬT TƯ:** Bài giảng, bảng, phấn, bài tập hướng dẫn.

*** NỘI DUNG CHÍNH**

1. Kiến thức lý thuyết liên quan : Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng sản phẩm
2. Hướng dẫn các bước thực hiện.

Bước 1: Đọc đề

Bước 2: Xem đề bài yêu cầu như thế nào và nhắc lại kiến thức có liên quan

Bước 3: Áp dụng kiến thức đã học, thảo luận đưa ra kết quả theo nội dung các bài tập

*Các sai sót thường gặp:

- Kết quả khảo sát thường sai sót
- Khả năng tổng hợp số liệu sai lệch nhiều

*** BÀI TẬP THỰC HÀNH**

Bài 1: Đánh giá tình hình chất lượng sản phẩm mũ bảo hiểm tại Việt Nam và nêu ra những giải pháp?

(Gợi ý: chỉ tiêu về màu sắc, nhãn hiệu, độ bền, độ an toàn chịu lực....)

Bài 2: Đánh giá chất lượng sản phẩm dầu thực vật tiêu dùng trên thị trường?

(Gợi ý : chỉ tiêu về màu sắc, nhãn hiệu, mùi vị....)

Bài 3: Đánh giá chất lượng sản phẩm dầu gội đầu tiêu dùng trên thị trường?

(Gợi ý : chỉ tiêu về màu sắc, nhãn hiệu, công dụng của sản phẩm, đối tượng sử dụng riêng biệt cho từng loại sản phẩm....)

CHƯƠNG 2

QUY TRÌNH NHẬP KHO HÀNG HÓA

✧ Giới thiệu:

Phần nội dung bài học sẽ giới thiệu người học về quy trình nhập kho hàng hóa.

✧ Mục tiêu

- Trình bày được những vấn đề chung về nhập kho hàng hóa
- Phân tích được quy trình nhập kho hàng hóa
- Thực hiện nghiệp vụ nhập hàng chính xác, đúng số lượng, đúng chủng loại;
- Phát hiện được những trường hợp bất thường trong quá trình nhập kho hàng hóa
- Lập được các chứng từ và báo cáo nhập kho hàng hóa
- Rèn luyện tính cẩn thận, trung thực, tích cực, chủ động, sáng tạo trong công việc.

✧ Nội dung chính

I. Những vấn đề cơ bản về nhập kho hàng hóa

1. Khái niệm về nghiệp vụ nhập hàng

Chức năng chủ yếu của doanh nghiệp thương mại là tổ chức lưu thông hàng hoá, đưa hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng thông qua mua bán. Trong đó, mua hàng là giai đoạn đầu tiên của quá trình lưu chuyển hàng hoá, là quan hệ trao đổi giữa người mua và người bán về trị giá hàng hoá thông qua quan hệ thanh toán tiền hàng, là quá trình vốn doanh nghiệp chuyển hoá từ hình thái tiền tệ sang hình thái hàng hoá - Doanh nghiệp nắm được quyền sở hữu về hàng hoá nhưng mất quyền sở hữu về tiền hoặc có trách nhiệm thanh toán tiền cho nhà cung cấp.

Đối với hoạt động kinh doanh thương mại, hoạt động mua hàng bao gồm: mua hàng trong nước (hay mua hàng nội địa) và mua hàng nhập khẩu (mua hàng của các quốc gia khác).

2. Yêu cầu khi thực hiện nghiệp vụ nhập hàng

Một nghiệp vụ mua hàng đầy đủ sẽ phải thông qua các bộ phận phòng ban như ở dưới đây, nhưng nếu bạn làm việc ở một doanh nghiệp nhỏ thì sẽ không có nhiều phòng ban nên việc mua hàng có thể đơn giản hơn rất nhiều trong khâu lưu chuyển chứng từ. Ví dụ

- (1) BP có yêu cầu lập phiếu Yêu cầu mua hàng gửi đến P. Mua hàng
- (2) P. Mua hàng nhận phiếu Yêu cầu mua hàng, căn cứ vào đó lập Yêu cầu báo giá
- (3) P. Mua hàng gửi Yêu cầu báo giá cho NCC
- (4) NCC căn cứ Yêu cầu báo giá, lập Báo giá
- (5) NCC gửi Báo giá cho P. Mua hàng
- (6) P. Mua hàng nhận Báo giá, xem xét giá cả, nếu đồng ý mua thì lập Đơn hàng mua gửi NCC
- (7) NCC nhận Đơn hàng mua
- (8) NCC chuẩn bị đầy đủ các chứng từ cần thiết gồm Phiếu giao hàng, Hóa đơn bán hàng để giao hàng cho người mua
- (9a) NCC mang hàng cùng Phiếu giao hàng chuyển đến kho Cty
- (9b) Đồng thời NCC gửi Hóa đơn bán hàng đến P. Mua hàng
- (10a) Bộ phận kho nhận hàng, lập Phiếu nhập kho
- (10b) P. Mua hàng căn cứ hóa đơn lập phiếu Đề nghị thanh toán
- (11a) P. Mua hàng tập hợp tất cả các chứng từ liên quan đến mua hàng gửi về P. Kế toán, gồm có: Yêu cầu mua hàng, Báo giá, Đơn hàng mua, Hóa đơn bán hàng, Đề nghị thanh toán
- (11b) BP Kho gửi Phiếu nhập kho đến P. Kế toán
- (12) Sau khi P. Kế toán nhận đủ một bộ chứng từ, hạch toán ghi nhận nợ phải trả NCC
- (13a) Nếu thanh toán qua Ngân hàng, Kế toán lập Ủy nhiệm chi gửi đến Ngân hàng
- (13b) Nếu thanh toán bằng tiền mặt, Kế toán lập Phiếu chi gửi qua Thủ quỹ chi tiền.

3. Các nguyên tắc kiểm tra hàng nhập kho