

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH**



GIÁO TRÌNH

**MÔN HỌC: NGHIỆP VỤ KINH DOANH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
NGÀNH: KINH DOANH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP**

(Ban hành kèm theo Quyết định số 402 /QĐ- CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch)

Lưu hành nội bộ

Thái Nguyên, năm 2022

LỜI GIỚI THIỆU

Nghệp vụ kinh doanh thương mại dịch vụ là một trong những nghiệp vụ cơ bản của doanh nghiệp thương mại. Kể từ khi nền kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa tới nay doanh nghiệp thương mại đã phát triển nhanh chóng về số lượng và chất lượng hoạt động. Các nghiệp vụ kinh doanh của doanh nghiệp cũng ngày càng được hoàn thiện và phát triển không ngừng.

Trong bối cảnh đó, để nắm rõ những nghiệp vụ kinh doanh cơ bản của doanh nghiệp thương mại và để có tài liệu phục vụ giảng dạy cho học sinh chuyên ngành trong trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch, tập thể tác giả đã biên soạn giáo trình “Nghệp vụ kinh doanh thương mại” Giáo trình được biên soạn để làm tài liệu giảng dạy cho học sinh chuyên ngành Kinh doanh thương mại tại trường Cao đẳng Thương mại và du lịch trình độ trung cấp đồng thời giáo trình là tài liệu tham khảo cho những bạn đọc nghiên cứu về chuyên ngành thương mại.

Giáo trình Nghiệp vụ kinh doanh thương mại được nhóm tác giả biên soạn theo năm chương bám sát vào nội dung chính của kinh doanh thương mại dịch vụ trong doanh nghiệp bao gồm:

Chương I: Tổng quan về doanh nghiệp thương mại và nghiệp vụ kinh doanh thương mại

Chương II: Nghiên cứu nhu cầu khách hàng

Chương III: Nghiệp vụ mua hàng

Chương IV: Nghiệp vụ bán hàng

Chương V: Nghiệp vụ kho

Chương VI: Cung ứng dịch vụ thương mại

Giáo trình được nhóm tác giả biên soạn. Cụ thể là: chương 1,4,5,6 do Ths.Nguyễn Trường Giang biên soạn, chương 2,3 do Ths.Phùng Thị Hoa biên soạn.

Trong quá trình biên soạn giáo trình “Nghệp vụ kinh doanh thương mại” tác giả đã nhận được những ý kiến đóng góp hiệu quả của các giảng viên khoa quản trị kinh doanh, các thầy cô giáo trong hội đồng khoa học nhà trường. Tác giả xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của các đồng nghiệp.

Mặc dù đã rất cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót và những hạn chế. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý, bổ sung của độc giả để giúp cho quá trình được hoàn thiện hơn. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về Khoa Quản trị kinh doanh, trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch – số 478 đường Thống Nhất, phường Tân Thịnh, TP Thái Nguyên

NHÓM TÁC GIẢ

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	1
MỤC LỤC	3
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI VÀ	14
NGHIỆP VỤ KINH DOANH THƯƠNG MẠI	14
1. Tổng quan về doanh nghiệp Thương mại	16
1.1. Khái niệm đặc điểm của doanh nghiệp thương mại.....	16
1.1.1. Khái niệm	16
1.1.2. Đặc điểm.....	16
1.1.3. Chức năng của doanh nghiệp thương mại.....	16
1.1.4. Vai trò của doanh nghiệp thương mại.....	16
1.2. Các loại hình cơ sở kinh doanh thương mại	17
1.2.1. Theo nghiệp vụ mua bán	17
1.2.2. Theo địa điểm kinh doanh.....	17
1.2.3. Theo mặt hàng kinh doanh	18
2.1. Doanh nghiệp tư nhân	19
2.2. Công ty TNHH 1 Thành viên.....	19
2.3. Công ty TNHH 2 thành viên trở lên.....	19
2.4. Công ty Cổ phần.....	19
3. Các Nghiệp vụ kinh doanh chính của doanh nghiệp thương mại	20
3.1. Nghiệp vụ nghiên cứu nhu cầu khách hàng	20
3.2. Nghiệp vụ mua hàng	20
3.3. Nghiệp vụ bán hàng.....	20
3.4. Nghiệp vụ kho	21
3.5. Nghiệp vụ cung ứng dịch vụ thương mại.....	21
- Khái niệm đặc điểm của doanh nghiệp thương mại.....	21
- Các loại hình cơ sở kinh doanh thương mại	21
- Các Nghiệp vụ kinh doanh chính của doanh nghiệp thương mại	21
CHƯƠNG 2.....	23
NGHIÊN CỨU NHU CẦU KHÁCH HÀNG.....	23
1. Khái niệm, ý nghĩa của nghiên cứu nhu cầu khách hàng.....	25
1.1. Khái niệm	25
1.2. Ý nghĩa	25

2. Đối tượng, nội dung nghiên cứu.....	25
2.1. Đối tượng nghiên cứu.....	25
2.2. Nội dung nghiên cứu	25
2.2.1. Nghiên cứu về nhu cầu hàng hóa	25
2.2.2. Nghiên cứu về chất lượng phục vụ.....	27
3. Phương pháp nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng	27
3.1. Với hàng đang bán	27
3.1.1. Nhu cầu đã thỏa mãn	27
3.1.2. Nhu cầu chưa thỏa mãn.....	28
3.2. Với hàng mới.....	29
3.3. Nhu cầu toàn diện.....	29
4. Tổ chức công tác nghiên cứu nhu cầu tại cửa hàng	30
4.1. Nhiệm vụ của cửa hàng	30
4.2. Biện pháp tổ chức nghiên cứu nhu cầu	30
5. Xây dựng mặt hàng kinh doanh của cửa doanh nghiệp thương mại.....	30
5.1. Khái niệm và phân loại mặt hàng kinh doanh.....	30
5.2. Yêu cầu và căn cứ xây dựng mặt hàng kinh doanh	31
5.2.1. Yêu cầu.....	31
5.2.2. Căn cứ xây dựng mặt hàng kinh doanh.....	31
6. Phương pháp xây dựng mặt hàng kinh doanh.....	31
CHƯƠNG 3.....	33
NGHIỆP VỤ KINH DOANH MUA HÀNG	33
1. Khái niệm, vị trí, ý nghĩa của nghiệp vụ mua hàng	35
1.1. Khái niệm	35
1.2. Vị trí	35
1.3. Ý nghĩa	35
2. Xây dựng kế hoạch mua hàng	36
2.1. Nội dung, căn cứ xây dựng kế hoạch mua hàng	36
2.1.1. Nội dung	36
2.1.2. Căn cứ xây dựng kế hoạch mua hàng.....	40
2.2. Xác định nhu cầu mua hàng	47
2.2.1. Quy trình xác định nhu cầu mua hàng	47
2.2.2. Nội dung xác định nhu cầu mua hàng.....	48

2.3. Xác định mục tiêu và phương án mua hàng.....	54
2.3.1. Xác định mục tiêu mua hàng.....	54
2.3.2. Xác định phương án mua hàng.....	55
2.4. Xác định ngân sách mua hàng.....	56
3. Tổ chức thực hiện mua hàng	57
3.1. Tìm kiếm nhà cung cấp	57
3.1.1. Phân loại nhà cung cấp.....	57
3.1.2. Các nguồn thông tin tìm kiếm nhà cung cấp.....	58
3.1.3. Lập hồ sơ các nhà cung cấp.....	58
3.2. Lựa chọn nhà cung cấp.....	60
3.2.1. Các tiêu chuẩn lựa chọn nhà cung cấp	60
3.2.2. Phương pháp lựa chọn nhà cung cấp.....	60
TIÊU THỨC ĐÁNH GIÁ	61
Tổng cộng	62
3.3. Thương lượng và đặt hàng	62
3.4. Giao nhận hàng và thanh toán tiền mua hàng	64
4. Nghiệp vụ mua hàng của nhân viên mua hàng	65
4.1. Nhiệm vụ và yêu cầu cần thiết.....	65
4.1.1. Nhiệm vụ	65
4.1.2. Yêu cầu đối với nhân viên mua hàng.....	66
4.2. Nội dung thực hiện của nhân viên mua hàng.....	67
5. Các hình thức mua hàng.....	68
5.1. Mua tại kho người bán	68
5.2. Mua hàng giao nhận tại kho người mua.....	69
5.3. Mua hàng tại kho trung gian	69
6. Các quy tắc đảm bảo mua hàng hiệu quả.....	70
6.1. Nên mua hàng của nhiều nhà cung cấp.....	70
6.2. Luôn giữ thế chủ động trước các nhà cung cấp	70
6.3. Đảm bảo sự hợp lý trong tương quan quyền lợi giữa các bên (hai bên cùng có lợi)	71
CHƯƠNG 4: NGHIỆP VỤ BÁN HÀNG	74
1. Tổng quan về nghiệp vụ kinh doanh bán hàng	76
1.1. Khái niệm, ý nghĩa	76

1.1.1. Khái niệm	76
1.1.2. Ý nghĩa	76
1.2. Các hình thức bán hàng.....	76
1.2.1. Hình thức bán hàng cổ điển.....	76
1.2.2. Hình thức bán hàng hiện đại	77
1.3. Các thủ thuật bán hàng.....	78
2. Kế hoạch bán hàng của doanh nghiệp thương mại	80
2.1. Khái niệm, nội dung và phân loại kế hoạch bán hàng	80
2.1.1. Khái niệm	80
2.1.2. Nội dung	80
2.1.3. Các loại kế hoạch bán hàng.....	81
2.2. Quy trình xây dựng kế hoạch bán hàng	82
2.2.1. Dự báo bán hàng.....	82
2.2.2. Xây dựng mục tiêu bán hàng.....	84
2.2.3. Xác định các hoạt động và chương trình bán hàng	87
2.2.4. Xây dựng ngân sách bán hàng.....	88
3. Tổ chức thực hiện bán hàng	96
3.1. Tổ chức mạng lưới bán hàng của doanh nghiệp thương mại	96
3.1.1. Mô hình mạng lưới bán hàng theo khu vực địa lý	96
3.1.2. Mô hình mạng lưới bán hàng theo sản phẩm, ngành hàng	96
3.1.4. Mô hình mạng lưới bán hàng hỗn hợp	98
3.2. Tổ chức các điểm và tuyến bán hàng của doanh nghiệp thương mại	98
3.2.1. Khái niệm điểm và tuyến bán hàng.....	98
3.2.2. Lựa chọn điểm và tuyến bán hàng	99
3.3. Lực lượng bán hàng của doanh nghiệp thương mại.....	100
3.3.1. Khái niệm lực lượng bán hàng	100
3.3.2. Phân loại lực lượng bán hàng.....	100
3.3.3. Xác định quy mô lực lượng bán hàng	102
3.3.4. Xác định định mức lực lượng bán hàng	103
3.3.5. Một số chức danh cơ bản của lực lượng bán hàng của doanh nghiệp thương mại.....	104
4. Đánh giá bán hàng	106
4.1. Đánh giá kết quả bán hàng	106
4.1.1. Tiêu chuẩn đánh giá hoạt động bán hàng.....	106

4.1.2. Công cụ đánh giá.....	108
4.1.3. Phương pháp và yêu cầu.....	109
4.2. Đánh giá mức độ hoàn thành công việc của lực lượng bán hàng	111
4.2.1. Các tiêu chuẩn đánh giá	111
4.2.2. Quy trình đánh giá mức độ hoàn thành công việc	114
4.2.3. Phương pháp đánh giá mức độ hoàn thành công việc.....	117
5 Quy trình nghiệp vụ bán hàng	119
5.1. Quy trình bán hàng của một ca bán hàng.....	119
5.1.1. Khái niệm	119
5.1.2. Nội dung quá trình nghiệp vụ một ca bán hàng tại cửa hàng.....	119
5.2. Quy trình bán hàng tại cửa hàng	120
5.2.1. Khái niệm	120
5.2.2. Nội dung quy trình bán hàng tại cửa hàng	120
CHƯƠNG 5: NGHIỆP VỤ KHO	126
1. Tổng quan về nghiệp vụ kho	127
1.1. Khái niệm	127
1.2. Vị trí	127
1.3. Nguyên tắc tổ chức nghiệp vụ kho.....	127
1.4. Những nhân tố chính ảnh hưởng đến quá trình nghiệp vụ kho.....	128
1.5. Phân loại kho hàng hoá	129
1.5.1. Phân theo nhiệm vụ chính của kho.....	129
1.5.2. Phân loại theo mặt hàng chứa trong kho	129
1.5.3. Phân loại theo loại hình xây dựng.....	129
1.5.4. Phân loại theo đặc điểm xây dựng và thiết bị nhà kho.....	129
1.5.5. Phân loại theo độ bền	129
1.5.6. Phân loại theo quy mô	130
1.5.7. Ngoài những cách phân loại trên, kho còn được phân loại theo các tiêu thức khác.....	130
2. Nghiệp vụ tiếp nhận hàng hóa.....	130
2.1. Vị trí	130
2.2. Yêu cầu khi tiếp nhận hàng vào kho	130
2.3. Nguyên tắc kiểm tra hàng hoá.....	131
2.4. Nội dung tiếp nhận hàng hoá	131
2.4.1. Tiếp nhận hàng hoá về số lượng	131

2.4.2. Tiếp nhận hàng hoá theo chất lượng	133
2.4.3. Thủ tục kiểm tra và xử lý hàng thừa, thiếu, hàng không đảm bảo chất lượng.....	133
2.4.4. Lập chứng từ nhận hàng	134
3. Nghiệp vụ bảo quản hàng hóa	134
3.1. Vị trí, yêu cầu của nghiệp vụ bảo quản hàng hóa	134
3.2. Nội dung chủ yếu của nghiệp vụ bảo quản gồm	135
3.2.1. Phân bổ và chất xếp hàng hoá trong kho.....	135
3.2.2. Không chế các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến hàng hoá	138
3.2.3. Quản lý định mức hao hụt hàng hoá trong kho	145
3.2.4. Phòng cháy, chữa cháy	147
3.2.5. Phòng gian bảo mật	149
4. Nghiệp vụ xuất hàng.....	150
4.1. Yêu cầu của nghiệp vụ xuất hàng	150
4.2. Nguyên tắc thực hiện nghiệp vụ xuất hàng.....	150
4.3. Nội dung nghiệp vụ xuất hàng	151
4.4. Theo dõi và quản lý hàng hoá trong kho về mặt giá trị	154
4.4.1. Phương pháp tính theo giá mua thực tế.....	154
4.4.2. Phương pháp tính theo giá mua bình quân gia quyền.....	154
4.4.3. Phương pháp tính theo lô	154
5. Ứng dụng tin học trong nghiệp vụ kho	156
5.1. Thẻ kho.....	156
5.2. Mã số và mã vạch.....	157
5.3. Phần mềm quản trị dự trữ hàng hóa	159
CHƯƠNG 6.....	161
NGHIỆP VỤ CUNG ỨNG DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI.....	161
1. Tổng quan về cung ứng dịch vụ thương mại.....	163
1.1. Khái niệm dịch vụ thương mại của doanh nghiệp thương mại.....	163
1.2. Bản chất dịch vụ thương mại của doanh nghiệp thương mại	164
2. Cung ứng dịch vụ thương mại của doanh nghiệp thương mại bán lẻ	166
2.1. Các dịch vụ thương mại của doanh nghiệp thương mại bán lẻ.....	166
2.2. Quy trình cung ứng dịch vụ thương mại của doanh nghiệp thương mại bán lẻ	168

3. Quy trình kỹ thuật cung ứng dịch vụ bảo hành của các sản phẩm điện máy 172

TaiLieu.vn

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Nghiệp vụ kinh doanh thương mại dịch vụ

2. Mã số môn học: MH16

3. Vị trí, tính chất của môn học

3.1. Vị trí:

Môn học Nghiệp vụ kinh doanh thương mại là môn học nằm trong nhóm các môn học chuyên môn, được xây dựng dùng cho học sinh trình độ trung cấp ngành Kinh doanh thương mại & dịch vụ.

3.2. Tính chất:

Môn học Nghiệp vụ kinh doanh thương mại là môn học lý thuyết, đánh giá môn học bằng hình thức thi hết môn.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

Học sinh nắm được các kiến thức cơ bản về nghiệp vụ kinh doanh thương mại: Tổng quan về kinh doanh thương mại dịch vụ, nghiệp vụ nghiên cứu thị trường, mua, bán hàng, kho và cung ứng dịch vụ thương mại cho khách hàng.

4.2. Về kỹ năng:

Học sinh được rèn luyện các kỹ năng sau:

- Lập kế hoạch mua - bán hàng hóa trong doanh nghiệp thương mại
- Thực hiện tốt các nghiệp vụ nghiên cứu thị trường, mua hàng, kho và bán hàng
- Phân tích và xử lý tốt các tình huống trong quá trình thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh
- Tổ chức cung ứng các dịch vụ thương mại cho khách hàng

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Học sinh có khả năng tự học, tự nghiên cứu ngoài các giờ học trên lớp, chủ động tư duy, sáng tạo, tham gia vào các công trình nghiên cứu khoa học.

Học sinh có thái độ nghiêm túc khi nghiên cứu học phần, tích cực, chủ động, sáng tạo trong học tập; rèn luyện được tác phong công nghiệp, lễ l貌 làm việc của người lao động tốt.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/bài tập/thảo luận	Kiểm tra/thi
I	Các môn học chung	12	255	94	148	13
MH01	Chính trị	2	30	15	13	2
MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2
MH04	Giáo dục quốc phòng và an ninh	2	45	21	21	3
MH05	Tin học	2	45	15	29	1

MH06	Ngoại ngữ	4	90	30	56	4
II	Các môn học chuyên môn	64	1590	539	1004	47
II.1	Môn học cơ sở	18	270	256		14
MH07	Kinh tế vi mô	3	45	43	-	2
MH08	Quản trị học	3	45	43	-	2
MH09	Marketing kinh doanh	3	45	43	-	2
MH10	Tâm lý khách hàng	2	30	28	-	2
MH11	Tài chính doanh nghiệp	2	30	28	-	2
MH12	Thống kê kinh doanh	2	30	28	-	2
MH13	Khoa học hàng hóa	3	45	43	-	2
II.2	Môn học chuyên môn	44	1290	255	1004	31
MH14	Kinh tế thương mại - dịch vụ	2	30	28	-	2
MH15	Ngoại ngữ chuyên ngành TM	4	60	57	-	3
MH16	Nghiệp vụ kd TM-DV	5	75	71	-	4
MH17	Quản lý chất lượng dịch vụ	2	30	28	-	2
MH18	Quản trị DN TM- DV	3	45	43	-	2
MH19	Nghiệp vụ thanh toán	2	30	28	-	2
MH20	Thực hành kinh doanh TM-DV I	3	90	-	86	4
MH21	Thực hành kinh doanh TM-DV II	3	90	-	86	4
MH22	Thực hành bán hàng siêu thị	2	60	-	56	4
MH23	Thực hành xúc tiến thương mại	2	60	-	56	4
MH24	Thực tập tốt nghiệp	16	720	-	720	
II.3	Môn học tự chọn	2	30	28	-	2
MH25	Thương mại điện tử	2	30	28	-	2
MH26	Khởi sự kinh doanh	2	30	28	-	2
Tổng cộng		76	1845	633	1152	60

5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1	Chương I: Tổng quan về doanh nghiệp thương mại và nghiệp vụ kinh doanh thương mại	10	10	0	0
2	Chương II: Nghiên cứu nhu cầu khách hàng	10	9	0	1
3	Chương III: Nghiệp vụ mua hàng	10	9	0	1
4	Chương IV: Nghiệp vụ bán hàng	20	19	0	1
5	Chương V: Nghiệp vụ kho	10	9	0	0
6	Chương VI: Cung ứng dịch vụ thương mại	15	14	0	1
	Cộng	75	71	0	4

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng phòng học chuẩn

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projektor, máy vi tính, bảng, phấn

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về công tác xây dựng phương án khắc phục và phòng ngừa rủi ro tại doanh nghiệp.

7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức
- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:
 - + Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.
 - + Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
 - + Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
 - + Nghiêm túc trong quá trình học tập.

7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo trình độ trung cấp hệ chính quy ban hành kèm theo Thông tư số 04/2022/TT-LĐTBXH, ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 10 giờ.
Định kỳ	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm	Sau 14 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	Sau 75 giờ

7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng trung cấp Kinh doanh thương mại và dịch vụ

8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

8.2.1. Đối với người dạy

* Lý thuyết: Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....

* Thảo luận: Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.

* Hướng dẫn tự học theo nhóm: Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)

- Tham dự tối thiểu 80% các buổi giảng lý thuyết. Nếu người học vắng >20% số tiết lý thuyết phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.

- Tự học và thảo luận nhóm: là một phương pháp học tập kết hợp giữa làm việc theo nhóm và làm việc cá nhân. Một nhóm gồm 8-10 người học sẽ được cung cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết, thực hành. Mỗi người học sẽ chịu trách nhiệm về 1 hoặc một số nội dung trong chủ đề mà nhóm đã phân công để phát triển và hoàn thiện tốt nhất toàn bộ chủ đề thảo luận của nhóm.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.

- Tham dự thi kết thúc môn học.

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo:

[1]. Giáo trình nội bộ, *Giáo trình Nghiệp vụ kinh doanh thương mại*

[2]. Phạm Vũ Luận, *Giáo trình Quản trị DNTM*, nhà xuất bản Thống kê, 2005

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI VÀ NGHIỆP VỤ KINH DOANH THƯƠNG MẠI

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 1 là chương giới thiệu bức tranh tổng quan về một số nội dung cơ bản như khái niệm, phân loại doanh nghiệp thương mại, các loại hình doanh nghiệp thương mại,...để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

Học sinh nắm vững khái niệm, đặc điểm các loại hình cơ sở kinh doanh thương mại, tổ chức doanh nghiệp thương mại và sơ lược về các nghiệp vụ kinh doanh của doanh nghiệp thương mại

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng được các kiến thức về doanh nghiệp và nghiệp vụ kinh doanh vào thực tế công việc;
- Phân biệt được các loại hình doanh nghiệp thương mại theo các tiêu chí khác nhau

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc nghiên cứu tổng quan về doanh nghiệp thương mại và các nghiệp vụ kinh doanh thương mại trong thực tiễn công việc.
- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 1

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 1

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 1

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

NỘI DUNG

1. Tổng quan về doanh nghiệp Thương mại

1.1. Khái niệm đặc điểm của doanh nghiệp thương mại

1.1.1. Khái niệm

Doanh nghiệp thương mại là doanh nghiệp có chức năng chủ yếu là kinh doanh thương mại – buôn bán hàng hoá vì mục tiêu lợi nhuận. Doanh nghiệp thương mại là đơn vị trung gian mua các sản phẩm hàng hóa của các doanh nghiệp sản xuất và bán lại cho người tiêu dùng.

1.1.2. Đặc điểm

Đối tượng lao động của các doanh nghiệp thương mại là các sản phẩm hàng hoá, nhiệm vụ chủ yếu của các doanh nghiệp thương mại không phải là tạo ra giá trị sử dụng và giá trị mới mà là thực hiện giá trị.

Doanh nghiệp thương mại là trung gian trong hệ thống phân phối sản phẩm hàng hoá từ sản xuất đến tiêu dùng xã hội.

Việc phân công chuyên môn hoá trong nội bộ từng doanh nghiệp cũng như giữa các doanh nghiệp thương mại bị hạn chế hơn nhiều so với các doanh nghiệp sản xuất.

Các doanh nghiệp thương mại có xu hướng kinh doanh tổng hợp nhiều mặt hàng.

Hoạt động của doanh nghiệp thương mại đòi hỏi có sự liên kết chặt chẽ và nghiêm chỉnh với các doanh nghiệp sản xuất, dịch vụ.

Xu hướng của doanh nghiệp thương mại đó là hợp nhất với các doanh nghiệp sản xuất.

1.1.3. Chức năng của doanh nghiệp thương mại

Doanh nghiệp thương mại làm nhiệm vụ phát triển các nhu cầu sử dụng về hàng hóa và dịch vụ trên thị trường từ đó đưa ra các phương án đáp ứng yêu cầu đó. Là cầu nối trung gian giữa doanh nghiệp sản xuất và thị trường tiêu dùng.

Doanh nghiệp thương mại là các doanh nghiệp thực hiện nhiệm vụ nâng cao chất lượng của sản phẩm thông qua việc tiếp thu ý kiến của khách hàng và đưa ra những sự thay đổi phù hợp với nhu cầu sử dụng của khách hàng.

Doanh nghiệp thương mại còn làm nhiệm vụ giải quyết các mối quan hệ giữa các doanh nghiệp với nhau.

1.1.4. Vai trò của doanh nghiệp thương mại

Doanh nghiệp thương mại có trách nhiệm quan trọng với nền kinh tế quốc dân. Bởi liên quan trực tiếp với các mối quan hệ lớn trong xã hội giữa cung và cầu và cả các loại chi phí sản xuất. Vừa là cầu nối trung gian giữa người sản xuất và tiêu dùng. Điều chỉnh tỷ lệ cân đối trong sự phát triển của các ngành nghề kinh tế và đời sống hàng ngày.

DNTM có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sản xuất, mở rộng lưu thông tạo điều kiện không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp, tích cực góp phần tăng tích lũy xã hội nhằm thực hiện thắng lợi công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập mau chóng vào nền kinh tế thế giới.

DNTM thông qua hoạt động kinh doanh của mình đã làm tốt việc phân phối hàng hóa từ nơi thừa đến nơi thiếu qua đó nâng cao mức hưởng thụ của người dân. Và khi mức sống của người dân được tăng lên thì vai trò của doanh nghiệp thương mại càng quan trọng.

DNTM có vai trò quan trọng trong việc mở rộng thị trường, đặc biệt là thị trường nước ngoài thông qua hoạt động xuất nhập khẩu, đưa hàng hóa trong nước ra nước ngoài và nhập hàng hóa, thiết bị kỹ thuật

1.2. Các loại hình cơ sở kinh doanh thương mại

1.2.1. Theo nghiệp vụ mua bán

Cơ sở mua hàng. Đây là những cơ sở chỉ làm nhiệm vụ thu mua hàng hóa cho các doanh nghiệp thương mại, chủ yếu ở các địa điểm nguồn hàng phân tán, sản phẩm hàng hóa không có sẵn hoặc do yếu tố địa lý không thuận lợi.

Cơ sở bán hàng. Đây là cơ sở chỉ làm nhiệm vụ bán hàng và thường là các cửa hàng bán hàng và giới thiệu sản phẩm

Cơ sở mua bán hàng. Loại hình cơ sở này chiếm số lượng rất lớn trên thị trường vừa thực hiện nghiệp vụ mua hàng và cả nghiệp vụ bán hàng vì mục tiêu lợi nhuận.

1.2.2. Theo địa điểm kinh doanh

Cơ sở kinh doanh cố định. Là các cơ sở có địa điểm kinh doanh 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 và giới thiệu hàng hóa và bán hàng được tốt. Quản lý kinh tế và quản lý các hoạt động nghiệp vụ được tập trung làm cho việc quản lý lao động được hiệu quả hơn. Có điều kiện hợp tác lao động và nâng cao năng suất lao động. Mặt hàng phong phú, khối lượng hàng hóa lưu chuyển lớn, có khả năng thỏa mãn cao nhu cầu của người tiêu dùng.

Cơ sở kinh doanh cố định thường bao gồm : Cửa hàng, cơ sở bán lẻ nhỏ (các điểm bán hàng, căng tin, ki ốt).

Cửa hàng là cơ sở bán hàng chủ yếu, đại bộ phận hàng hóa được bán lẻ qua cửa hàng. Đặc điểm chung của cửa hàng là có một số nơi công tác, có diện tích dành cho khách mua hàng, có kho hàng và các bộ phận dành cho lãnh đạo cửa hàng và bộ phận giúp việc. Cửa hàng có khả năng kinh doanh lượng mặt hàng lớn, có mặt hàng phong phú, có điều kiện trang thiết bị hiện đại nên trình độ bán hàng cao hơn, văn minh hơn và có khả năng áp dụng các biện pháp bán hàng tiên bộ.

Điểm bán hàng, căng tin, ki ốt là loại cơ sở cố định nhỏ, có đặc điểm là số nơi công tác ít, không có diện tích dành cho khách, không có kho riêng. Có ưu điểm là vốn đầu tư xây dựng ít, dễ khai trương, đặt ở gần khu dân cư, có thể bán hàng vào những lúc cửa hàng đóng cửa và tăng khả năng bao phủ thị trường và khả năng tiếp cận khách hàng.

Tuy vậy cơ sở kinh doanh cố định có nhược điểm là không linh hoạt, không đi sâu được vào khu dân cư, không cơ động trong việc phục vụ các nhu cầu đột ngột và nhu cầu thời vụ của khách hàng vì vậy nó phải được bổ sung bằng các cơ sở kinh doanh lưu động.

Cơ sở kinh doanh lưu động. Là cơ sở không có địa điểm kinh doanh cố định, phải lưu động tìm khách để bán hàng. Loại hình này gồm có xe đẩy tay, oto bán hàng lưu động, gánh hàng... Cơ sở bán hàng lưu động thường bán hàng ở 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 khu dân cư, thôn xóm, bản làng để phục vụ khách hàng. Các mặt hàng thường là các mặt hàng đơn giản phục vụ nhu cầu hàng ngày, thời gian hoạt động linh hoạt.

Cơ sở bán hàng lưu động có ưu điểm về bán hàng linh hoạt, cơ động nhưng nó bị hạn chế bởi trình độ thỏa mãn nhu cầu, trình độ văn minh trong phục vụ, việc quản lý kinh tế và lao động đối với cơ sở này cũng gặp nhiều khó khăn.

1.2.3. Theo mặt hàng kinh doanh

Cơ sở hỗn hợp. Là cơ sở kinh doanh tương đối nhỏ và thường kinh doanh những mặt hàng thông dụng hàng ngày. Có khả năng đi sâu vào khu dân cư, thuận tiện cho việc đi mua sắm của khách

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 theo quầy hàng chuyên doanh theo từng nhóm hàng nhưng trong giới hạn của nhóm hàng thì mặt hàng lại rất đa dạng và phong phú nên trình độ thỏa mãn nhu cầu khách hàng được cao hơn

Cơ sở chuyên doanh. Là cơ sở kinh doanh một nhóm hay một nhóm hàng hóa nhất định. Loại cơ sở này chia ra thành : Cơ sở chuyên doanh rộng(cửa hàng điện máy, quần áo, văn phòng phẩm) và cơ sở chuyên doanh hẹp (Kinh doanh một phân nhóm như Đồng hồ, xe đạp..)

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

- + Trong phạm vi nhóm hàng kinh doanh thì rất đa dạng về mẫu mã, kiểu dáng, màu sắc, kích cỡ..Thỏa 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 tác dụng thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng.
- + Có điều kiện đầu tư trang thiết bị chuyên dụng và hiện đại, nâng cao trình độ phục vụ nhu cầu khách hàng.

Tuy nhiên để phát huy những ưu điểm trên thì cần phải đặt cơ sở chuyên doanh ở những nơi có đông dân cư, khối lượng bán ra là lớn, có tính lựa chọn cao thì cơ sở chuyên doanh mới phát huy tác dụng và nâng cao doanh số bán hàng.

Cơ sở kinh doanh tổng hợp. Là cơ sở kinh doanh hầu hết các loại sản phẩm. Cơ sở kinh doanh tổng hợp hay còn gọi là cửa hàng bách hóa tổng hợp hoặc siêu thị tổng hợp. Cơ sở tổng hợp thương có quy mô lớn và được chia ra thành các gian hàng, mỗi gian hàng lại được phân chia kinh doanh theo các nhóm hàng. Vì vậy thực chất của cơ sở kinh doanh tổng hợp là cơ sở tổng hợp nhiều cơ sở chuyên doanh nhỏ lại. Cơ sở tổng hợp vừa có ưu điểm của một cơ sở kinh doanh lớn, vừa có ưu điểm của các cơ sở chuyên doanh, nó tạo điều kiện để khách hàng có thể mua nhiều thứ ở cùng một nơi.

Tuy vậy cơ sở kinh doanh tổng hợp thường có bán kính phục vụ lớn nên hay tập trung ở các khu đông dân cư, thành phố, thị xã. Do đó Cơ sở kinh doanh tổng hợp không thể thay thế các loại hình cơ sở kinh doanh khác.

2. Tổ chức doanh nghiệp thương mại

2.1. Doanh nghiệp tư nhân

Doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đặc điểm

Vốn đầu tư của chủ doanh nghiệp tư nhân do chủ doanh nghiệp tư đăng ký và tự chịu trách nhiệm trước pháp luật

Chủ doanh nghiệp tư nhân có toàn quyền quyết định đối với tất cả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Chủ doanh nghiệp có thể trực tiếp quản lý hoặc thuê người khác quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh.

Chủ doanh nghiệp có quyền cho thuê, bán doanh nghiệp của mình cho người khác.

Doanh nghiệp tư nhân không được phát hành bất kỳ loại chứng khoán nào.

Mỗi cá nhân chỉ được quyền thành lập một doanh nghiệp tư nhân

2.2. Công ty TNHH 1 Thành viên

Công ty TNHH 1 thành viên là doanh nghiệp do một tổ chức hoặc do 1 cá nhân làm chủ sở hữu, chủ sở hữu công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn điều lệ của công ty.

Công ty trách nhiệm hữu hạn 1 thành viên có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

Công ty TNHH 1 thành viên không được quyền phát hành cổ phiếu để huy động vốn. Chỉ được phát hành trái phiếu.

Chủ sở hữu công ty TNHH một thành viên phải hoàn thành các khoản nợ và thanh toán các nghĩa vụ tài sản khác của công ty nếu muốn rút lợi nhuận của công ty.

2.3. Công ty TNHH 2 thành viên trở lên

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

Công ty TNHH hai thành viên trở lên có các đặc điểm sau:

- Thành viên có thể là tổ chức, cá nhân; số lượng thành viên từ 2 trở lên nhưng không vượt quá 50.

- Thành viên chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác trong phạm vi số vốn cam kết góp vào doanh nghiệp.

- Việc chuyển nhượng, cho, tặng phần vốn phần vốn của thành viên tuân theo quy định của pháp luật (luật doanh nghiệp, luật dân sự...)

- Công ty trách nhiệm hữu hạn không được quyền phát hành cổ phiếu.

- Công ty trách nhiệm hữu hạn 2 thành viên trở lên không được quyền phát hành CP.

2.4. Công ty Cổ phần

Công ty cổ phần là doanh nghiệp trong đó:

Vốn điều lệ được chia làm nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần.

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

Cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác trong phạm vi số vốn góp vào công ty.

Có quyền phát hành chứng khoán các loại để huy động vốn.

Cổ đông có quyền tự do chuyển nhượng cổ phần của mình cho người khác các trường hợp quy định trong luật.

Công ty cổ phần có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

3. Các Nghiệp vụ kinh doanh chính của doanh nghiệp thương mại

3.1. Nghiệp vụ nghiên cứu nhu cầu khách hàng

Nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng là quá trình thu thập, xử lý, phân tích những thông tin liên quan đến nhu cầu của khách hàng về sản phẩm hàng hóa và các dịch vụ cung ứng nhằm đưa ra những thông tin về nhu cầu của khách hàng phục vụ cho quá trình kinh doanh của doanh nghiệp thương mại

Nghiên cứu nhu cầu giúp doanh nghiệp giảm rủi ro và định hướng hiệu quả khi kinh doanh. Nếu doanh nghiệp chủ quan nghiên cứu không rõ ràng, không tìm hiểu trước khi kinh doanh thì tỷ lệ rủi ro rất cao. Dễ dẫn đến các hậu quả nặng nề như lãng phí nguồn lực, chi phí và thậm chí là thất bại hoàn toàn.

3.2. Nghiệp vụ mua hàng

Là việc tiến hành áp dụng các biện pháp về mặt tổ chức kỹ thuật, về kinh tế xã hội để tập trung hàng hóa từ nhiều nguồn khác nhau đưa vào doanh nghiệp thương mại nhằm phục vụ cho việc lưu thông hàng hóa và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

Nghiệp 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 hóa của doanh nghiệp thương mại. và thực hiện nhiệm vụ kinh tế của doanh nghiệp thương mại.

Mua hàng là khâu đầu tiên thực hiện tiền đề vật chất cho quá trình lưu thông hàng hóa và các khâu tiếp theo bao gồm: Dự trữ và bán ra. Mua được hàng hóa thì doanh nghiệp mới có hàng hóa để dự trữ, bán ra và các nghiệp vụ dịch vụ khác. Nếu mua hàng đủ và phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng thì sẽ thuận lợi cho hoạt động dự trữ và bán ra, kích thích quá trình lưu thông hàng hóa

3.3. Nghiệp vụ 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 thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng về hàng hóa của nhân dân.

Quá trình lưu thông hàng hóa bao gồm 4 khâu: Mua hàng – Vận chuyển – dự trữ - Bán hàng. Trong đó mua vào là khởi điểm và bán ra là khâu kết thúc quá trình lưu thông và là khâu quyết định các khâu khác của quá trình lưu thông hàng hóa. Bốn