

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH



GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC:

QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP 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

Quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ là nội dung quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp tới kết quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại dịch vụ. Quản trị doanh nghiệp vừa mang tính khoa học đồng thời mang tính nghệ thuật cao, do đó đòi hỏi các nhà quản trị bán hàng phải có hiểu biết và thấu hiểu sâu sắc những phẩm chất, kỹ năng và phẩm chất nghề nghiệp liên quan đến lĩnh vực quản trị doanh nghiệp. Không những thế xây dựng được hệ thống quản trị tốt giúp cho doanh nghiệp tổ chức tốt hoạt động kinh doanh, tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, tăng khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường... Trên cơ sở đó đáp ứng được đầy đủ các nhu cầu của thị trường, khách hàng và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Để đáp ứng nhu cầu học tập và nghiên cứu, đồng thời theo sự phân công của Nhà trường, chúng tôi biên soạn tài liệu học tập “Quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ” này nhằm cung cấp cho người học những kiến thức nền tảng và chuyên sâu về hoạt động quản trị doanh nghiệp trong doanh nghiệp thương mại dịch vụ. Tài liệu học tập được xây dựng theo đề cương đã được phê duyệt với các nội dung như sau:

Chương 1: Doanh nghiệp thương mại và những vấn đề cơ bản về quản trị doanh nghiệp thương mại.

Chương 2: Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp thương mại

Chương 3: Lựa chọn cơ hội kinh doanh

Chương 4: Quản trị nhân sự

Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình biên soạn, song tài liệu học tập này không thể tránh khỏi những thiếu sót và hạn chế nhất định. Rất mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp từ người đọc để hoàn thiện tài liệu này hơn nữa.

Xin trân trọng cảm ơn!

NHÓM TÁC GIẢ

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	1
MỤC LỤC	3
CHƯƠNG I.....	10
DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI	10
1. Những vấn đề cơ bản về doanh nghiệp thương mại.....	12
1.1. Quá trình hình thành và phát triển doanh nghiệp thương mại Việt Nam	12
1.2. Các loại hình doanh nghiệp thương mại.....	17
1.3. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của DNTM.....	18
1.4. Chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp thương mại trong nền kinh tế quốc dân	21
1.5. Tổ chức bộ máy của doanh nghiệp thương mại	25
2. Tinh thần doanh nghiệp thương mại.....	30
2.1. Khái niệm tinh thần doanh nghiệp.....	30
3. Nội dung và phương pháp quản trị doanh nghiệp thương mại.....	33
3.1. Khái niệm và nội dung QTDNTM	33
1.2. Các phương pháp quản trị DNTM.....	34
CHƯƠNG II.....	38
MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI	38
1. Môi trường kinh doanh và ảnh hưởng của nó tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại	40
1.1. Khái niệm về môi trường kinh doanh.....	40
1.2. Phân loại môi trường kinh doanh của doanh nghiệp thương mại.....	40
1.3. Mối quan hệ giữa môi trường kinh doanh và doanh nghiệp thương mại	41
3. Biện pháp khai thác môi trường kinh doanh của doanh nghiệp.....	58
3.1. Xây dựng và hoàn thiện hệ thống thông tin về môi trường kinh doanh.....	58
3.2. Lựa chọn phương thức thâm nhập và mở rộng thị trường	59
3.3. Phân tích toàn diện, đầy đủ các yếu tố của môi trường kinh doanh để lựa chọn cơ hội kinh doanh.....	60
3.4. Xây dựng chiến lược kinh doanh.....	61
3.5. Hoàn thiện các hoạt động nghiệp vụ kinh doanh của doanh nghiệp	62

3.6. Góp phần hoàn thiện môi trường kinh doanh.....	62
Chương III. LỰA CHỌN CƠ HỘI KINH DOANH	65
1. Khái niệm cơ hội kinh doanh, ý nghĩa của việc của lựa chọn cơ hội kinh doanh.....	67
1.1. Khái niệm cơ hội kinh doanh.....	67
1.2. Ý nghĩa của việc lựa chọn cơ hội kinh doanh	67
2. Quy trình phân tích, lựa chọn cơ hội kinh doanh	67
2.1. Xác định khả năng xâm nhập thị trường	67
2.2. Xác định các cơ hội kinh doanh thích hợp	67
2.3. Xác định các năng lực và nguồn lực cần thiết	68
2.4. Xác định các chỉ tiêu tài chính của từng cơ hội kinh doanh.....	68
2.5. Sắp xếp thứ tự các cơ hội kinh doanh.....	68
2.6. Quyết định cơ hội kinh doanh sẽ theo đuổi	69
3. Xác định các chỉ tiêu tài chính.....	69
3.1. Giá trị hiện tại thuần (NPV).....	69
3.2. Chỉ số lợi nhuận (PI: profit index).....	70
3.3. Thời gian hoàn vốn (PP)	70
3.4. Điểm hoà vốn.....	71
4. Các phương pháp nhận biết cơ hội kinh doanh	71
4.1. Phương pháp "ngách thị trường" (kẽ hở thị trường).....	71
4.2. Phương pháp "điểm bão hoà phạm vi thị trường"	72
4.3. Phương pháp phân chia khu vực.....	72
CHƯƠNG IV. QUẢN TRỊ NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP.....	76
1. Khái niệm và tầm quan trọng của quản trị nhân sự trong doanh nghiệp.....	78
1.1. Khái niệm.....	78
1.2. Tầm quan trọng của quản trị nhân sự trong doanh nghiệp	80
1.3. Các nguyên tắc cơ bản của QTNS trong doanh nghiệp.....	81
2. Nội dung của quản trị nhân sự.....	81
2.1 . Tuyển dụng nhân sự.....	81
2.2. Bố trí và sử dụng nhân sự	87
2.3. Đào tạo và phát triển nhân sự	88
2.4. Đánh giá và đãi ngộ nhân sự.....	90

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ

2. Mã số môn học: MH18

3. Vị trí, tính chất của môn học

3.1. Vị trí:

Môn học Quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ là môn học bắt buộc nằm trong nhóm các môn học chuyên môn ngành, được xây dựng dùng cho hệ tuyển học sinh tốt nghiệp THCS trở lên chuyên ngành Kinh doanh thương mại và dịch vụ.

3.2. Tính chất:

Môn học Quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ là môn học quan trọng thuộc nhóm các môn khoa học xã hội, trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

- Trình bày được các kiến thức về khái niệm và các loại hình doanh nghiệp ở Việt Nam...;

- Trình bày được và giải thích các khái niệm về doanh nghiệp, kinh doanh;

- Liệt kê và mô tả được các bước và trình tự lựa chọn cơ hội kinh doanh cho doanh nghiệp;

- Kể tên được và phân biệt các loại hình doanh nghiệp;

4.2. Về kỹ năng:

Sau khi học xong môn học, người học hình thành được kỹ năng:

- Thực hiện được trình tự lựa chọn cơ hội kinh doanh cho doanh nghiệp;

- Vận dụng được kiến thức quản trị trong thảo luận;

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.

Học sinh có thái độ nghiêm túc khi nghiên cứu môn học, 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	Kiểm tra/thi

					luận	
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	<i>Môn học cơ sở</i>	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	<i>Môn học chuyên môn</i>	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	<i>Môn học tự chọn</i>	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: Doanh nghiệp thương mại và những vấn đề cơ bản về quản trị doanh nghiệp thương mại	12	12	0	
2	Chương II: Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp thương mại	12	11		1
3	Chương III: Lựa chọn cơ hội kinh doanh	12	11	0	
4	Chương IV: Quản trị nhân sự	9	8	0	1
	Tổng	45	43	0	2

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 quản trị 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-LĐTĐ, 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 20 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	Sau 45 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 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:

- Giáo trình Quản trị doanh nghiệp thương mại I của trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội.

- Giáo trình Quản trị doanh nghiệp thương mại của Trường Đại học Thương mại

- Giáo trình Quản trị doanh nghiệp của Trường Đại học KTQD Hà Nội.

CHƯƠNG I

DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 1 là chương giới thiệu bức tranh tổng quan về một số nội dung cơ bản của quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ như: Những vấn đề cơ bản về doanh nghiệp thương mại (gồm quá trình hình thành và phát triển doanh nghiệp thương mại Việt Nam, các loại hình doanh nghiệp thương mại, đặc điểm hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại, chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp thương mại trong nền kinh tế quốc dân, tổ chức bộ máy của doanh nghiệp thương mại), tinh thần doanh nghiệp thương mại (khái niệm tinh thần doanh nghiệp, nội dung cơ bản của tinh thần doanh nghiệp), nội dung và phương pháp quản trị doanh nghiệp thương mại (khái niệm và nội dung QT doanh nghiệp thương mại, các phương pháp quản trị 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:

- Trình bày được quá trình hình thành và phát triển doanh nghiệp thương mại Việt Nam, các loại hình doanh nghiệp thương mại, đặc điểm hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại, chức năng, nhiệm vụ của doanh nghiệp thương mại trong nền kinh tế quốc dân, tổ chức bộ máy của doanh nghiệp thương mại;

- Trình bày và phân tích được khái niệm tinh thần doanh nghiệp, nội dung cơ bản của tinh thần doanh nghiệp;

- Trình bày được khái niệm và nội dung QT doanh nghiệp thương mại;

- Mô tả được các phương pháp quản trị doanh nghiệp thương mại;

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng được các kiến thức tổng quan về quản trị doanh nghiệp thương mại dịch vụ vào thực tế công việc;

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc nghiên cứu quản trị học 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 (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. Những vấn đề cơ bản về doanh nghiệp thương mại

1.1. Quá trình hình thành và phát triển doanh nghiệp thương mại Việt Nam

Trong nền kinh tế, do phân công lao động xã hội và chuyên môn hóa sản xuất gây ra sự tách biệt nhất định giữa sản xuất với tiêu dùng cả về số lượng, thời gian và không gian. Chính sự tách biệt này đòi hỏi phải có sự trao đổi sản phẩm có thể diễn ra dưới hình thức hiện vật, tiền tệ, phạm vi trao đổi và phương thức trao đổi khác nhau. *Doanh nghiệp thương mại ra đời như một tất yếu khách quan của quá trình trao đổi gián tiếp giữa người sản xuất với người tiêu dùng thông qua người trung gian.* Nhờ có sự ra đời của người trung gian mà người sản xuất không phải lo tiêu thụ sản phẩm, người tiêu dùng được phục vụ thuận lợi hơn, số lượng các mối quan hệ kinh tế trong sản xuất kinh doanh giảm bớt so với phương thức trao đổi trực tiếp, tạo điều kiện dễ dàng về quản lý cho xã hội. Những người trung gian trao đổi tạo nên một nghề mới- nghề mua bán hàng hóa cho xã hội và trở thành các doanh nghiệp thương mại ngày nay. Với sự ra đời của doanh nghiệp thương mại làm cho quá trình mua bán hàng hóa trở nên thuận lợi và đạt hiệu quả cao hơn.

Doanh nghiệp thương mại là doanh nghiệp chuyên hoạt động trong lĩnh vực mua bán hàng hóa và thực hiện các hoạt động dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng nhằm thu lợi nhuận.

Quá trình hình thành và phát triển các doanh nghiệp thương mại như một ngành của nền kinh tế quốc dân ở Việt Nam gắn liền với công cuộc đấu tranh dựng nước và giữ nước, gắn liền với quá trình phát triển lực lượng sản xuất, quan hệ sản xuất và hoàn thiện cơ chế quản lý kinh tế ở nước ta.

Ngày 26/11/1946, chủ tịch Hồ Chí Minh ký sắc lệnh 220/LS thành lập Sở Mậu dịch Trung ương trong cơ cấu Bộ Kinh tế của chính phủ nước Việt Nam dân chủ cộng hòa, đánh dấu sự ra đời của ngành thương mại. Hệ thống các doanh nghiệp thương mại Việt Nam đã trải qua các thời kỳ phát triển khác nhau của đất nước. Mỗi thời kỳ lại chia thành các giai đoạn nhỏ với các đặc trưng khác nhau.

a. Thời kỳ 1955-1975:

Thời kỳ hình thành, phát triển thương nghiệp quốc doanh, phục vụ xây dựng chủ nghĩa xã hội ở miền Bắc và đấu tranh giải phóng miền Nam thống nhất đất nước.

+ Giai đoạn 1955-1975: Đây là giai đoạn khôi phục kinh tế và hàn gắn vết thương chiến tranh. Nền kinh tế miền Bắc sau chiến tranh vốn đã lạc hậu còn bị tàn phá nghiêm trọng.

- Nhiệm vụ chủ yếu của 3 năm (1955-1957) là khôi phục lại sản xuất, ổn định đời sống của nông dân, trước hết là sản xuất nông nghiệp, tiểu thủ công nghiệp và những nhà máy, xí nghiệp bị tàn phá.

- Đảng và chính phủ đã chủ trương chia ruộng đất cho nông dân, đồng thời tích cực xây dựng những cơ quan quản lý kinh tế của Nhà nước. Đó là các bộ quản lý sản xuất và lưu thông trong nền kinh tế quốc dân. Bộ nội thương thành lập các tổng công ty ngành hàng và chịu trách nhiệm thu mua, đặt hàng, phân phối cho các nhu cầu trong nền kinh tế quốc dân.

- Đặc điểm hoạt động thương mại: Thời kỳ này còn tồn tại các nhà tư sản thương mại và những người buôn bán nhỏ cùng làm nhiệm vụ lưu thông hàng hóa tiêu dùng trong nền kinh tế quốc dân. Đối với hàng nhập ngoại, bộ ngoại thương chịu trách nhiệm đặt hàng, quan hệ với các nước theo hiệp định đã ký của chính phủ để nhập hàng về, giao cho Bộ nội thương hoặc tận các công trình xây dựng cơ bản (đối với thiết bị toàn bộ).

+ Giai đoạn 1958-1960: Giai đoạn 3 năm cải tạo và phát triển kinh tế.

- Chủ trương của Đảng và Nhà nước ta giai đoạn này là tiến hành cải tạo công thương nghiệp tư bản tư doanh cũng như cải tạo nông nghiệp.

- Đặc điểm: Lúc này ở miền Bắc nước ta còn gần 2.000 hộ tư sản và 300.000 người buôn bán nhỏ (Tiểu thương). Với thành phần kinh tế tư nhân nhỏ bé, Đảng và Nhà nước ta chủ trương cải tạo hòa bình bằng công tư hợp doanh và thông qua hình thức giai công đặt hàng, kinh tiêu, địa lý, xí nghiệp hợp tác và HTX để tiến hành cải tạo. Đối với những người buôn bán nhỏ chủ yếu đưa vào các hợp tác xã mua bán, kinh tiêu và chuyển một bộ phận lớn sang sản xuất. Thực chất của công cuộc cải tạo là xã hội hóa các quan hệ sở hữu nhỏ trong thương mại. Qua công cuộc cải tạo này, thương mại trong nền kinh tế quốc dân chỉ còn hai thành phần là thương mại quốc doanh (Nhà nước) và thương mại tập thể. Thành phần buôn bán nhỏ vẫn còn nhưng không đáng kể trong nền kinh tế và chỉ còn lưu thông hàng hóa có tính chất địa phương và bán lại những mặt hàng của mậu dịch.

+ Giai đoạn từ 1961-1975: Giai đoạn củng cố và phát triển các loại hình doanh nghiệp thương mại theo mô hình chủ nghĩa trên ở miền Bắc.

- Nhiệm vụ đặt ra là xây dựng chủ nghĩa xã hội ở miền Bắc, thực hiện nhiệm vụ công nghiệp hóa xã hội chủ nghĩa và tiếp tục chi viện cho sự nghiệp giải phóng ở miền Nam.

- Từ 1961-1965 trên miền Bắc thực hiện kế hoạch hóa 5 năm lần thứ nhất. Để phù hợp với cách quản lý theo mô hình kế hoạch hóa tập trung, tháng 10/1961 tổng cục vật tư được thành lập. Những tư liệu sản xuất chủ yếu như máy móc, thiết bị, xăng dầu, kim khí, than, xi măng ... Nhà nước giao cho tổng

cục vật tư quản lý và có nhiệm vụ phân phối và lưu thông theo kế hoạch, đồng thời là nhiệm vụ quản lý dự trữ Nhà nước,

- *Bộ nội thương đến giai đoạn này làm nhiệm vụ quản lý và tổ chức lưu thông hàng tiêu dùng và những tư liệu sản xuất khác ngoài những loại Nhà nước đã giao cho tổng cục vật tư và các Bộ, ngành quản lý sản xuất khác (vật tư chuyên dùng).*

- *Bộ ngoại thương thực hiện nhiệm vụ ký kết đơn hàng nhập ngoại theo hiệp định của Chính phủ và nhập hàng từ nước ngoài về giao cho tổng cục vật tư và Bộ nội thương cung ứng hàng hóa cho các nhu cầu trong nền kinh tế quốc dân.* hệ thống kinh doanh của 3 cơ quan Nhà nước làm nhiệm vụ lưu thông hàng hóa trong nền kinh tế quốc dân được thành lập theo hai cấp: Tổng công ty - Công Ty ở các đầu mối (Bộ ngoại thương); Công ty khu vực (Tổng cục vật tư); Công ty tỉnh, Thành phố (Bộ nội thương). Dưới các tổng công ty có trạm, ban tiếp nhận, tổng kho và các kho khu vực; dưới công ty khu vực có các trạm, ban tiếp nhận, cửa hàng đặt theo các vùng trực thuộc. Ngoài 3 cơ quan chuyên môn làm nhiệm vụ phân phối và lưu thông hàng hóa, các bộ, tổng cục quản lý sản xuất cũng có hệ thống lưu thông vật tư chuyên dùng của ngành. Ví dụ: Bộ nông nghiệp có cục tư liệu sản xuất nông nghiệp, Bộ nông trường có cục cung tiêu, Bộ công nghiệp nặng có cục vật tư... đây là những doanh nghiệp thương mại hàng hóa Nhà nước và phát triển thành các công ty thương mại quốc doanh (Nhà nước) ở nước ta hiện nay.

Ngày 05/8/1964 đế quốc Mỹ gây ra cái gọi là "Sự kiện vịnh Bắc bộ" và đem không quân ra đánh phá miền Bắc, từ đây chấm dứt tình hình xây dựng và phát triển kinh tế trong hòa bình, Đảng và Nhà nước ta chủ trương: Tiếp tục nhiệm vụ sản xuất và chống chiến tranh phá hoại của đế quốc Mỹ, tiếp tục ủng hộ sự nghiệp giải phóng miền Nam. *Chủ trương chuyển hướng trong quản lý kinh tế: Sơ tán, phân tán các xí nghiệp của các bộ, ngành ra các tỉnh, xa Thành phố để tiếp tục sản xuất. Sau đó thực hiện phân cấp quản lý kinh tế cho tỉnh, Thành phố. Các xí nghiệp ở các tỉnh, các doanh nghiệp thương nghiệp, HTX, công tư hợp doanh... được giao cho tỉnh, Thành phố trực tiếp quản lý. Sự phân cấp này đã xuất hiện thành phần kinh tế Nhà nước do các cấp tỉnh, Thành phố trực tiếp quản lý.*

b. Thời kỳ 1976-1985:

Đây là thời kỳ thống nhất đất nước. Sau khi giải phóng miền Nam, chúng ta đã tiến hành cải tạo các thành phần kinh tế ở miền Nam và triển khai mô hình của miền Bắc ra cả nước (mô hình kinh tế theo cơ chế kế hoạch hóa tập trung).

Đến những năm 1981, Đảng và Nhà nước ta chủ trương phân cấp quản lý kinh tế cho cấp huyện và tiến hành xây dựng huyện thành cấp cơ bản quản lý

kinh tế. Huyện được phân cấp trực tiếp quản lý kinh tế quốc doanh (Nhà nước) cả sản xuất và lưu thông chủ yếu là nông trường, trạm, trại, cơ khí nông lâm ngư nghiệp và HTX.

Sự phân cấp quản lý cho cấp huyện đã hình thành trong nền kinh tế quốc dân nước ta 3 cấp quản lý kinh tế là; TW (các bộ tổng cục); tỉnh, Thành phố (thường gọi là địa phương) và huyện.

Tóm lại: Đặc điểm cơ chế quản lý kinh tế theo mô hình kế hoạch hóa tập trung, ưu và nhược điểm:

** Đặc trưng:*

- Nền kinh tế chỉ có hai hình thức sở hữu về tư liệu sản xuất chủ yếu là sở hữu quốc doanh (Nhà nước) và sở hữu tập thể (HTX) cũng do Nhà nước tổ chức và điều hành các hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Nhà nước tổ chức và trực tiếp quản lý, trực tiếp điều hành toàn bộ nền kinh tế quốc dân thông qua các cấp chính quyền từ TW đến huyện, xã.

- Công cụ chủ yếu để quản lý và điều hành nền kinh tế và các ngành, các tổ chức và đơn vị kinh tế là kế hoạch hóa. Sản xuất, cung ứng, tiêu thụ sản phẩm theo chỉ tiêu kế hoạch. Chỉ tiêu kế hoạch được giao từ cấp quản lý kinh tế trực tiếp.

- Về phân phối và lưu thông vật tư hàng hóa. Phân phối chỉ tiêu với các loại vật tư kỹ thuật, các hàng tiêu dùng thiết yếu (vải, gạo, thịt, đường...) theo chỉ tiêu hiện vật, định lượng; theo địa chỉ cụ thể đến tận đơn vị sản xuất, đến người tiêu dùng với giá cả quy định. Về chỉ tiêu phân phối, phân theo cấp quản lý kinh tế trực tiếp.

Tổ chức các cơ quan (doanh nghiệp lưu thông hàng hóa) chỉ có thành phần kinh tế Nhà nước trong phạm vi cả nước, trên phạm vi một tỉnh, Thành phố hoặc một huyện, thị xã. Các hợp tác xã mua bán, HTX tiêu thụ chỉ là khâu bán lẻ cuối cùng, thực hiện các chỉ tiêu phân phối và mua bán các hàng hóa có tính địa phương và tại chỗ.

** Ưu điểm:*

+ Nhà nước tập trung lực lượng vật chất: Sức của, sức người vào tay mình; có thể thực hiện được các nhiệm vụ lớn của Nhà nước như xây dựng, quốc phòng...

+ Thực hiện được bình đẳng xã hội; xóa bỏ bóc lột, thất nghiệp, ổn định tình hình xã hội ...

** Nhược điểm:*

+ Nhược điểm lớn nhất là lãng phí nguồn lực để nâng cao đời sống của toàn dân

+ khoa học kỹ thuật công nghệ mới chậm được phát triển và áp dụng trong sản xuất; sản xuất kinh doanh phát triển chậm, năng suất, chất lượng, hiệu quả thấp; sản phẩm ngày càng ít, càng mở rộng phân phối.

+ Bộ máy quản lý ngày càng cồng kềnh, nặng nề, quan liêu, tham nhũng phát triển...

c. Thời kỳ từ 1986 đến nay:

Thời kỳ chuyển sang cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

+ Chủ trương của Đảng và Nhà nước: Xóa bỏ cơ chế quản lý kinh tế tập trung quan liêu, bao cấp, chuyển sang cơ chế kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa để chuyển nền kinh tế theo hướng mới

+ Đảng ta đề ra hướng chuyển: Từ nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp chuyển sang cơ chế thị trường, bảo đảm quyền độc lập, tự chủ, tự trang trải của các đơn vị sản xuất kinh doanh và từ nền kinh tế đóng cửa chuyển sang nền kinh tế mở cửa, kêu gọi các nhà đầu tư vào nước ta.

• *Đặc trưng:*

Tính tự chủ của các doanh nghiệp được đề cao; hàng hóa - dịch vụ ngày càng phong phú; giá cả hình thành trên thị trường; đã xuất hiện cạnh tranh giữa các nhà cung ứng hàng hóa- dịch vụ; quan hệ kinh tế mở, xóa được quan hệ kinh tế khép kín, tự cấp tự túc...

• *ưu điểm:*

+ năng suất, chất lượng và hiệu quả cao; nền kinh tế năng động, luôn luôn đổi mới mặt hàng, chất lượng, công nghệ, thị trường;

+ nền kinh tế dư thừa hàng hóa và dịch vụ và các doanh nghiệp tự điều chỉnh hoạt động của mình theo nhu cầu của thị trường.

+ Thời kỳ các doanh nghiệp thương mại tự đổi mới để nâng cao khả năng cạnh tranh và chủ động hội nhập vào thị trường quốc tế.

• *Nhược điểm:*

+ Thất nghiệp, bóc lột, cạnh tranh dẫn đến độc quyền;

+ bất công, bất bình đẳng, sự phân hóa giai cấp, phân hóa giàu nghèo phát triển.

+ vì mục đích lợi nhuận một số ngành, một số lĩnh vực sẽ được đầu tư phát triển cao, một số ngành, một số lĩnh vực không được đầu tư, phát triển trì trệ, lạc hậu nền kinh tế bị méo mó.

+ Để kiếm lợi nhuận các doanh nghiệp ít chú ý đến bảo vệ môi trường cảnh quan, vệ sinh... làm phương hại tới lợi ích chung. Đồng tiền là vật ngang giá chung, làm tha hóa một bộ phận xã hội lấy tiền làm mục đích như tệ làm hàng

giả, buôn lậu và các hiện tượng gian lận thương mại khác gia tăng. Đặc biệt, ở những vùng cao, vùng sâu, vùng xa (Biên giới, hải đảo, các nhu cầu về hàng hóa, dịch vụ không được thỏa mãn, các tổ chức (đơn vị) hoạt động thương mại nhỏ bé, thưa thớt, thường xa các thôn bản...). Ngược lại, ở các Thành phố, thị xã, thương mại dịch vụ phát triển mạnh tạo ra sự dư thừa hàng hóa dịch vụ.

Thông qua nghiên cứu quá trình hình thành và phát triển khác DNTM cần được tăng cường để thực hiện bình ổn giá cả, thúc đẩy sản xuất và đời sống phát triển, thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

1.2. Các loại hình doanh nghiệp thương mại

a. Căn cứ vào tình chất các mặt hàng kinh doanh có thể chia thành:

+ Doanh nghiệp kinh doanh chuyên môn hóa: Đó là các doanh nghiệp chuyên kinh doanh một hoặc một số mặt hàng có cùng công dụng, trạng thái tính chất hoặc phục vụ cho nhu cầu nhất định trong nền kinh tế quốc dân. Ví dụ: Các tổng công ty của bộ thương mại hoặc tổng công ty vật tư nông nghiệp

+ Doanh nghiệp kinh doanh tổng hợp: Là các doanh nghiệp kinh doanh nhiều mặt hàng có công dụng, trạng thái khác nhau phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng trên phạm vi lãnh thổ nhất định. Ví dụ các công ty của tỉnh(thành phố), quận (huyện) thường là các đơn vị kinh doanh tổng hợp.

+ Các doanh nghiệp đa dạng hóa kinh doanh: là của doanh nghiệp kinh doanh nhiều mặt hàng (giống kinh doanh tổng hợp) và nhiều lĩnh vực kinh doanh như sản xuất, dịch vụ, kinh doanh hàng hóa...

b. Theo quy mô của doanh nghiệp chia thành:

- DNTM có quy mô nhỏ;
- DNTM có quy mô vừa;
- DNTM có quy mô lớn.

Để xếp loại doanh nghiệp người ta thường căn cứ vào hệ thống các tiêu thức khác nhau. Đối với DNTM tiêu thức để xếp loại là số vốn kinh doanh, số lượng lao động, doanh số hàng hóa lưu chuyển hàng năm, phạm vi địa bàn kinh doanh...

Trong thực tế người ta coi các tập đoàn kinh doanh, các tổng công ty 90 và 91 là các doanh nghiệp có quy mô lớn còn lại là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp thương mại đa số là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

c. Theo phân cấp quản lý chia ra:

- DNTM do trung ương quản lý: Bao gồm các DNTM do các bộ, các ngành của TW quản lý, DNTM của Bộ thương mại, của các Bộ ngành khác trong nền kinh tế quốc dân.

- DNTM do các địa phương quản lý: Bao gồm các DNTM thuộc các tỉnh, Thành phố, quận (huyện), thị trấn, thị xã quản lý. Các doanh nghiệp địa phương

quản lý đại đa số là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, kinh doanh tổng hợp trên địa bàn của địa phương.

d. Theo chế độ sở hữu tư liệu sản xuất có:

+ Doanh nghiệp thương mại Nhà nước: theo điều 1 luật doanh nghiệp Nhà nước năm 2003 có hiệu lực từ 01/7/2004, "doanh nghiệp Nhà nước là tổ chức kinh tế do Nhà nước sở hữu toàn bộ vốn điều lệ hoặc có cổ phần, vốn góp chi phối được tổ chức dưới hình thức công ty Nhà nước, công ty cổ phần, công ty TNHH". Như vậy DNTM Nhà nước có thể có các hình thức tổ chức sau:

- Công ty Nhà nước;
- Công ty cổ phần Nhà nước;
- Công ty TNHH Nhà nước một thành viên;
- Công ty TNHH Nhà nước hai thành viên trở lên;
- Doanh nghiệp có cổ phần, vốn góp chi phối của Nhà nước;
- Công ty Nhà nước giữ quyền chi phối doanh nghiệp khác.

+ Doanh nghiệp thương mại tập thể: DNTM mà vốn kinh doanh do tập thể người lao động tự nguyện góp vốn để cùng nhau hoạt động.

+ Công ty TNHH, công ty cổ phần.

+ Công ty liên doanh với nước ngoài.

+ Doanh nghiệp tư nhân: Do các tư nhân trong nước và nước ngoài bỏ vốn đăng ký kinh doanh.

Không thuộc loại hình doanh nghiệp, ở Việt Nam còn có hệ thống những người buôn bán nhỏ, đó là các hộ cá thể có các cửa hàng, quầy hàng kinh doanh các hàng hóa phục vụ nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.

Ngoài ra còn có loại hình pha trộn giữa các hình thức trên. Cùng với sự phát triển kinh tế, các loại hình doanh nghiệp thương mại có xu hướng ngày càng đa dạng, phức tạp, đan xen nhiều chế độ sở hữu khác nhau. Ngày nay với chủ trương phát triển nền kinh tế nhiều thành phần, các doanh nghiệp thuộc các loại hình sở hữu khác nhau đều bình đẳng trước pháp luật, vì vậy việc phân loại các loại hình DNTM chỉ có ý nghĩa trong nghiên cứu, việc nhận dạng các loại hình DNTM liên quan đến xác định cơ cấu tổ chức quản lý, phương thức huy động vốn, chỉ đạo các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đồng thời làm cơ sở cho việc quy hoạch lại cơ cấu các loại DN TM trong tương lai.

1.3. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của DNTM

a. DNTM hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực lưu thông hàng hóa nhằm chuyển đưa hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng.

Đây là đặc điểm cơ bản nhất của doanh nghiệp thương mại, quyết định chức năng nhiệm vụ, cơ cấu tổ chức bộ máy và quy định phương thức hoạt

động kinh doanh. Từ đó quyết định đến cơ cấu vốn kinh doanh, tính chất chi phí kinh doanh và phương thức tìm lợi nhuận của doanh nghiệp.

+ *Cơ cấu vốn kinh doanh*: Do chỉ làm nhiệm vụ chuyển đưa hàng hóa nên vốn lưu động thường chiếm tỷ lệ lớn (80%) trong vốn kinh doanh tính chất chu chuyển vốn lưu động nhanh hơn đặc biệt phần vốn do dự trữ hàng hóa.

+ *Tính chất chi phí kinh doanh*: Chi phí kinh doanh của doanh nghiệp thương mại bao gồm hai loại chi phí:

- Chi phí có tính chất sản xuất: dự trữ, gia công chế biến và hoàn thiện sản phẩm, các chi phí này đảm bảo hoạt động tiếp tục quá trình sản xuất trong lưu thông.

- Chi phí để bán hàng: Chi phí cho hoạt động quảng cáo, khuyến mại, cho các hoạt động yểm trợ bán hàng.

+ *Phương thức tìm lợi nhuận của doanh nghiệp*: Thu nhập trong kinh doanh bao gồm các nguồn thu từ các hoạt động kinh doanh chính và các nguồn thu từ các hoạt động dịch vụ, hoạt động kinh doanh phụ. Dù nguồn thu có khác nhau nhưng đều *trên cơ sở thỏa mãn nhu cầu khách hàng để tìm kiếm lợi nhuận.*

b. Sản phẩm của doanh nghiệp thương mại cung ứng cho khách hàng về bản chất là dịch vụ phục vụ khách hàng:

Nếu đơn vị sản xuất cung ứng cho người tiêu dùng là sản phẩm vật chất (Phần cứng) thì sản phẩm chủ yếu của doanh nghiệp TM là sản phẩm phi vật chất (Phần mềm).

DNTM trong quá trình chuyển đưa hàng hóa cho các doanh nghiệp sản xuất tạo ra chỉ thêm vào các hoạt động dịch vụ làm hài lòng khách hàng

Đặc điểm này làm sản phẩm của doanh nghiệp thương mại phong phú hơn so với doanh nghiệp sản xuất. Với mỗi loại nguyên liệu, trình độ công nghệ và thiết bị hiện có các doanh nghiệp sản xuất chỉ đem đến một vài loại sản phẩm nhất định cho người tiêu dùng. Ngược lại cùng một thời điểm doanh nghiệp thương mại có thể lựa chọn đầu vào để cung ứng nhiều loại sản phẩm, cho các nhu cầu khác nhau vì vậy danh mục sản phẩm phong phú, đa dạng hơn và có thể thay đổi danh mục sản phẩm theo nhu cầu thị trường. Do chuyên môn hóa mua bán hàng hóa và thực hiện các hoạt động dịch vụ nên doanh nghiệp thương mại có thể sử dụng tất cả các ưu thế của mình trong việc giúp đỡ khách hàng lựa chọn các loại sản phẩm phù hợp với chất lượng và giá cả khác nhau, thiết lập các kênh phân phối để đưa hàng đến nơi tiêu dùng theo đúng yêu cầu, lựa chọn các hình thức quảng cáo, khuyến mại và các hoạt động yểm trợ bán hàng để phát triển thị trường, phát triển kinh doanh. Nhiều doanh nghiệp thương mại đã kinh doanh tổng hợp hoặc đa dạng hóa kinh doanh thực hiện nhiều hoạt động dịch vụ để phục vụ nhu cầu khách hàng. Điều này đối với các doanh nghiệp sản

xuất diễn ra chậm chạp và khó khăn hơn. Đặc điểm này đòi hỏi các doanh nghiệp thương mại phải chủ động nghiên cứu thị trường để kinh doanh các sản phẩm theo đúng nhu cầu thị trường đang cần.

c. Thị trường của doanh nghiệp thương mại đa dạng, rộng lớn hơn so với các đơn vị sản xuất.

Do:

+ Các đơn vị sản xuất thường mua một vài dạng nguyên liệu của các nhà cung cấp để sản xuất sản phẩm bán cho những khách hàng nhất định. Còn sản phẩm của doanh nghiệp thương mại trên thị trường đầu ra bao gồm các hàng hóa và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong đời sống nhân dân nên phạm vi thị trường rộng lớn hơn bao gồm cả thị trường trong nước và thị trường quốc tế.

+ DNTM có điều kiện thuận lợi hơn để thay đổi thị trường của mình ở các khu vực địa lý khác nhau.

Đặc điểm này đòi hỏi hoạt động kinh doanh thương mại phải thường xuyên nghiên cứu thị trường để nắm bắt nhu cầu và chủ động xây dựng chiến lược phát triển thị trường, chú trọng cả thị trường đầu vào và thị trường đầu ra để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

d. Hoạt động xúc tiến thương mại có vai trò quan trọng đặc biệt:

+ Xúc tiến thương mại là hoạt động có mục đích, có kế hoạch của chủ thể kinh doanh nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội cung ứng hàng hóa và dịch vụ khách hàng

VD: các hoạt động quảng cáo hàng hóa, xây dựng thương hiệu, khuyến mại, mở rộng quan hệ công chúng, tham gia hội chợ, triển lãm và hoạt động yểm trợ cho hoạt động bán hàng.

+ Tác dụng của xúc tiến thương mại:

- Xúc tiến thương mại làm tăng cơ hội tiếp xúc và phát triển các mối quan hệ với khách hàng, có điều kiện hiểu biết lẫn nhau để thiết lập mối quan hệ kinh tế hợp lý, bền chặt hơn.

- Xúc tiến thương mại góp phần hướng dẫn, định hướng tiêu dùng kích thích người mua quan tâm đến sản phẩm.

- Trong điều kiện cạnh tranh, hội nhập kinh tế, xúc tiến thương mại giúp doanh nghiệp thương mại nâng cao khả năng cạnh tranh, tiếp cận và mở rộng thị trường và làm công cụ đắc lực của doanh nghiệp trong hội nhập vào thị trường quốc tế.

e. Kinh doanh trong cơ chế thị trường luôn mở ra muôn vàn cơ hội tìm kiếm lợi nhuận nhưng cũng đầy cạm bẫy rủi ro: