

BÁN HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THƯƠNG MẠI

TS. NGUYỄN THỊ HỒNG CẨM*

Bán hàng là khâu cuối cùng của quá trình lưu thông hàng hoá đồng thời thực hiện quan hệ trao đổi, giao dịch, thanh toán giữa người mua và người bán. Bán hàng trong các hoạt động kinh doanh thương mại chủ yếu là bán hàng hoá và dịch vụ.

Quan niệm về bán hàng

- Xét về bản chất

kinh tế: bán hàng được coi là một phạm trù kinh tế. Quá trình bán hàng là quá trình chuyển sở hữu về hàng hoá và tiền tệ. Thực hiện nghiệp vụ kinh doanh này, người bán (doanh nghiệp) mất quyền sở hữu về hàng

hoá và được quyền sở hữu về tiền tệ hay quyền đòi tiền của người mua. Người mua (khách hàng) được quyền sở hữu về hàng hoá, mất quyền sở hữu về tiền tệ hay có nghĩa vụ phải trả tiền cho người bán.

- *Xét về hành vi:* bán hàng là hành vi thương mại của thương nhân. Hoạt động bán hàng diễn ra sự trao đổi, thỏa thuận giữa người bán và người mua, người bán chấp nhận bán và giao hàng; người mua chấp nhận mua và trả tiền hay chấp nhận trả tiền.

- *Xét về quá trình vận động của vốn:* bán hàng là khâu cơ bản, quan trọng của quá trình sản xuất kinh doanh. Trong hoạt động bán hàng, vốn kinh doanh chuyển từ hình thái hiện vật (hàng hoá) sang hình thái tiền tệ.

- *Xét về chuyên môn:* bán hàng là quá trình thực hiện các nghiệp vụ kỹ thuật bán hàng gồm nghiên cứu hành vi mua sắm của khách hàng, lựa chọn kênh bán và các hình thức bán, phân bổ hàng hóa vào các kênh, quảng cáo và xúc tiến bán hàng, thực hiện bán hàng tại cửa hàng, đánh giá và điều chỉnh hoạt động bán hàng.

Đặc điểm bán hàng trong nền kinh tế thị trường

- Khách hàng là người mua quyết định thị trường, quyết định người bán;

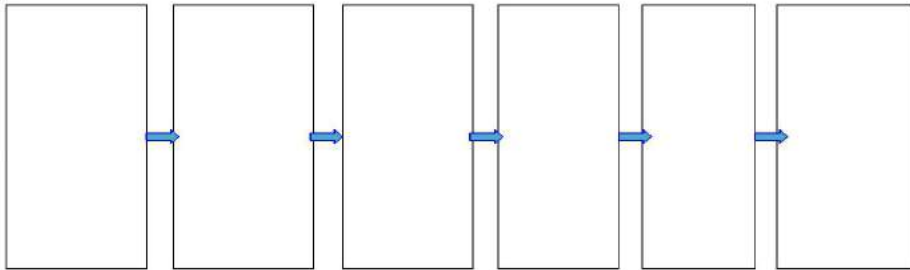
- Khách hàng quan tâm nhiều đến hàng hóa có chất lượng cao, giá cả thấp và được mua - bán thuận tiện;

- Khách hàng là người mua đòi hỏi người bán phải quan tâm đến lợi ích của mình;

- Nhu cầu, thị hiếu của khách hàng luôn thay đổi, gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh thương mại nói riêng và kinh doanh nói chung.

Nhiệm vụ bán hàng cá nhân

- Tìm kiếm khách hàng mới;



Sơ đồ: Các nghiệp vụ kỹ thuật trong quá trình bán hàng

- Giao tiếp với khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng về sản phẩm;

- Bán hàng, liên lạc với khách hàng, trả lời các câu hỏi và cố gắng giải quyết thương vụ;

- Thực hiện dịch vụ, cung cấp trợ giúp và dịch vụ cho khách hàng từ trước khi bán hàng, trong khi bán và sau khi bán hàng;

- Thu thập thông tin về thị trường để phản hồi vào quá trình lập kế hoạch Marketing;

- Thực hiện phân phối sản phẩm. Trong những thời điểm thiếu hụt sản phẩm, nhân viên bán hàng có thể tự quyết định hàng hoá được phân phối.

Bán hàng cá nhân là quá trình giao tiếp trực tiếp với khách hàng hiện có và khách hàng tiềm năng về một sản phẩm, dịch vụ với mục đích thiết lập thương vụ, bán được hàng hóa và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp. Có thể bắt đầu trọng tâm vào phát triển quan hệ với khách hàng nhưng cuối cùng luôn luôn kết thúc bằng những nỗ lực kết thúc thương vụ - "Close the sale". Người mua phải hiểu được những ưu điểm của sản phẩm hay dịch vụ được cung cấp để tiếp nhận với trạng thái vui vẻ và thỏa mãn nhất.

Bán hàng là một quá trình giao tiếp chủ động với mục tiêu: làm rõ quan niệm về bán hàng; các phương

* Trường Đại học Công đoàn

thức và thủ thuật bán hàng; công tác chuẩn bị bán hàng; quy trình bán hàng; chiến lược bán hàng.

Vai trò của bán hàng

- *Đối với xã hội:* bán hàng là một nhân tố quan trọng thúc đẩy quá trình tái sản xuất xã hội. Doanh nghiệp bán được nhiều hàng đồng nghĩa với việc hàng hoá được chấp nhận, bán được nhiều, làm nhu cầu mới phát sinh và cần có hàng hoá mới nên cần tái sản xuất cũng như mở rộng sản xuất.

- *Đối với thị trường hàng hoá:* bán hàng thực hiện quá trình trao đổi giá trị. Người có giá trị sử dụng (người sản xuất) lấy được giá trị sử dụng hàng hoá và phải trả bằng giá trị (tiền).

- *Đối với doanh nghiệp thương mại:* với chức năng là trung gian nối liền giữa sản xuất và tiêu dùng nên doanh nghiệp thương mại có nhiệm vụ cung cấp dịch vụ hàng hoá cho người tiêu dùng. Trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại, quá trình lưu chuyển hàng hoá được diễn ra theo chu trình: Mua vào - Dự trữ - Bán ra, trong đó bán hàng hoá là khâu cuối cùng nhưng lại có tính chất quyết định. Bán hàng quyết định xem doanh nghiệp có nên tiếp tục mua vào hay dự trữ nữa hay không? Số lượng là bao nhiêu?... Vậy bán hàng là mục đích cuối cùng của doanh nghiệp thương mại cần hướng tới và rất quan trọng, nó quyết định đến việc thành công hay thất bại của doanh nghiệp. Do đó thực hiện tốt khâu bán hàng sẽ giúp doanh nghiệp thương mại:

+ Thu hồi vốn nhanh, quay vòng tốt để tiếp tục hoạt động kinh doanh;

+ Đẩy mạnh tốc độ chu chuyển vốn lưu động → quản lý vốn tốt giảm việc huy động vốn từ bên ngoài (lãi suất cao);

+ Thực hiện tốt quá trình chu chuyển hàng hoá trong doanh nghiệp thương mại, điều hoà lượng hàng hoá mua vào, dự trữ bán ra hợp lý;

+ Xác định được kết quả kinh doanh để hoạch định kế hoạch kinh doanh cho năm/kỳ tiếp theo được tốt hơn;

+ Hoàn thành việc thực hiện nghĩa vụ đối với ngân sách nhà nước cũng như nghĩa vụ thanh toán với các bên liên quan như: ngân hàng, chủ nợ...

Công tác quản lý nghiệp vụ bán hàng

- Nhân viên bán hàng cần ghi chép chi tiết tình hình biến động của mỗi mặt hàng tiêu thụ, cần quản lý từng khách hàng về số lượng mua, về thanh toán công nợ, quản lý doanh thu của mỗi khách hàng qua đó biết được từng mặt hàng nào tiêu thụ nhanh hay chậm để có biện pháp quản lý, xúc tiến hoạt động kinh doanh hợp lý. Bán hàng có nhiều phương thức khác nhau, do đó hiệu quả kinh doanh của từng phương thức

cũng khác nhau về số lượng, giá cả hàng hoá và phương thức thanh toán...

- Người quản lý bán hàng phải đối chiếu, so sánh chính xác để xác định được phương thức bán hàng hiệu quả nhất cho doanh nghiệp thương mại. Do bán hàng là quá trình chuyển hoá tài sản của doanh nghiệp từ hình thái hiện vật sang hình thái tiền tệ, cho nên quản lý nghiệp vụ bán hàng phải quản lý cả hai mặt tiền và hàng. Tiền liên quan đến tình hình thu hồi tiền bán hàng, tình hình công nợ và thu hồi công nợ của khách hàng. Yêu cầu kế toán cũng như thủ quỹ phải quản lý theo từng khách hàng, từng khoản nợ tiếp theo từng nghiệp vụ kinh tế phát sinh. Hàng hóa liên quan đến quá trình bán ra, dự trữ hàng hoá, các khoản giảm trừ, chiết khấu thương mại, giảm giá hàng bán. Để đảm bảo tính liên tục trong kinh doanh phải có thông tin về tình hình hàng hoá bán ra hay hàng hóa trả lại để có kế hoạch kinh doanh ở kỳ tiếp theo một cách kịp thời. Thêm vào đó, người quản lý bán hàng phải thường xuyên kiểm tra tình hình thực hiện kế hoạch bán hàng và thực hiện các chính sách có liên quan đến hoạt động đó: giá cả, chi phí bán hàng, quảng cáo tiếp thị... đồng thời phải tính toán và đưa ra kế hoạch về hoạt động đó một cách hợp lý.

Các nghiệp vụ kỹ thuật bán hàng ở cửa hàng

- *Công việc của người bán hàng:* nhập hàng hóa vào kho/cửa hàng → chuẩn bị hàng hóa → tổ chức hậu cần địa điểm bán hàng → giao tiếp với khách hàng → giao hàng cho khách hàng → thanh toán → thực hiện dịch vụ → tập hợp thông tin.

- *Các bước công việc:* thăm dò sàng lọc các thông tin thị trường và khách hàng → tiếp cận sơ bộ với khách hàng → tổ chức chương trình giới thiệu và trình diễn về sản phẩm cho khách hàng → sử dụng các chiêu thức bán, có thể sử dụng thử sản phẩm để khách hàng nhìn thấy và thuyết phục khách hàng → thúc đẩy tác dụng của quá trình bán hàng.

Yêu cầu đối với nhân viên bán hàng

- *Thái độ:* có đạo đức kinh doanh, tự tin, lịch sự, bình tĩnh, kiên trì;

- *Thể chất:* sức khỏe, tác phong ứng xử của người ngoại giao (hoạt động, dáng vóc, cử chỉ);

- *Trình độ:* trình độ chuyên môn, tài năng, khôn ngoan, khéo léo, có đầu óc phán đoán, giác quan tâm lý.

Vận dụng bán hàng trong kinh doanh thương mại hiện nay ở nước ta

Có thể thấy rằng nghiệp vụ bán hàng đóng vai trò quan trọng trong doanh nghiệp thương mại nhất là trong cơ chế thị trường cạnh tranh gay gắt. Mỗi doanh nghiệp cần tìm ra được chỗ đứng cho riêng

mình trên thương trường cũng như mỗi doanh nghiệp thương mại phải tìm ra được biện pháp để thúc đẩy quá trình bán hàng để đứng vững và ngày càng phát triển hơn. Doanh nghiệp thương mại cần quan tâm tới chất lượng hàng hoá, giá cả, các dịch vụ sau bán hàng, chính sách thu hút khách hàng (quảng cáo, tiếp thị, giảm giá...). Quá trình bán hàng được thực hiện trôi chảy thì các quá trình khác cũng sẽ được thực hiện tốt do chúng có mối quan hệ ảnh hưởng trực tiếp đến nhau, xây dựng được mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Làm được như vậy, các doanh nghiệp thương mại mới góp phần thúc đẩy bán hàng thông qua kinh doanh thương mại, tăng số lượng và chất lượng bán hàng trong hoạt động kinh doanh cả trong hiện tại và tương lai.

Ngoài các vấn đề cần thực hiện như trên, các doanh nghiệp thương mại cần chú trọng thêm các điểm sau:

- Về nhân viên bán hàng: phải được đào tạo bài bản về nghiệp vụ bán hàng, phải hiểu rõ về sản phẩm mà doanh nghiệp đang kinh doanh, doanh nghiệp sàng lọc để lựa chọn nhân viên bán hàng phù hợp. Hạn chế tối đa việc thay đổi nhân viên bán hàng, vì tâm lý người Việt Nam nói chung vẫn luôn muốn quay lại mua sản phẩm tại nơi có nhân viên bán hàng nhiệt tình, khéo léo và tâm lý với khách hàng nếu sản phẩm của các điểm bán hàng tương tự như nhau.

- Về quản lý nghiệp vụ bán hàng: phải chắc chắn tập hợp đầy đủ các chứng từ bán hàng trong ngày; các chứng từ mua và bán hàng cần đầy đủ, rõ ràng thông tin về bên bán và bên mua (Họ tên, số chứng minh thư của người mua hoặc đại diện doanh nghiệp đi mua/bán; Tên, mã số thuế, địa chỉ của doanh nghiệp mua/bán). Điều này giúp doanh nghiệp xác định rõ và chính xác quyền và trách nhiệm liên quan đến mua/bán, rõ ràng và minh bạch trong quản trị doanh nghiệp. Các số chứng minh thư không thể trùng lặp trong khi họ tên, ngày tháng năm sinh có thể trùng nhau. Đồng thời, thuận tiện và đảm bảo chính xác thông tin cho các cơ quan quản lý nhà nước về quản lý các doanh nghiệp.

Ví dụ: Công ty Cổ phần Đầu tư Thương mại và Phát triển Dịch vụ Hoàng Gia (xem *bảng 1*)

Nhìn vào thông tin bảng 1 có thể nhận xét về phiếu nhập như sau:

- Thiếu thông tin về người giao hàng; vị trí ghi địa chỉ ngay sau *Họ tên người giao hàng* khiến người kiểm tra (người đọc) hoặc cơ quan quản lý nhà nước băn khoăn xem đây là địa chỉ của người giao hàng hay địa chỉ của Công ty CPXNK TBCN THJ Việt Nam;

Bảng 1. Trích dẫn phiếu nhập hàng hóa của Công ty

Cty CPĐTTM&PTDV Hoàng Gia MST: 0106514615	
PHIẾU NHẬP	
Ngày 11/9/2015	Nợ: 156, 133111
Số 0460	Có: 13311
Họ tên người giao hàng:	
Địa chỉ: số 12, ngõ 2, Ngọc Lâm, Long Biên, Gia Lâm, Hà Nội	
Lý do nhập: nhập hàng lần đầu	
Mã khách hàng: TRA006	
Tên khách hàng: Công ty CPXNK TBCN THJ Việt Nam	
Hóa đơn số: 0460 ngày 11/9/2015	

Nguồn: Công ty Cổ phần Đầu tư Thương mại và Phát triển Dịch vụ Hoàng Gia ^[1]

- Thiếu mã số thuế của đơn vị xuất hàng.

Nếu có biến cố xảy ra với các hàng hóa trong phiếu nhập này, cả hai công ty xuất hàng và nhập hàng phải mất thời gian tìm xem ai là người giao hàng để xác định trách nhiệm. Chắc chắn cơ quan Kiểm toán nhà nước yêu cầu giải trình về các những thông tin cần thiết đó.

Bảng 2. Trích dẫn Hóa đơn bán hàng của Công ty

HÓA ĐƠN GTGT	
Ngày 23/10/2015	Dư nợ cũ: xxx
Số...	Phát sinh: xxx
	Thanh toán: xxx
	Dư nợ mới: xxx
Đơn vị bán hàng: Cty CPĐTTM&PTDV Hoàng Gia	
MST: 0106514615	
Địa chỉ: Đội 4, thôn Lạc Thị, xã Ngọc Hồi, Thanh Trì, Hà Nội	
Điện thoại: 04.xxxx	
Họ tên người mua hàng: Công ty Cổ phần Thịnh Cường	
Mã khách hàng: THU001, Công ty Cổ phần Thịnh Cường	
Địa chỉ: thôn Tân Phú, xã Sơn Đồng, TX Sơn Tây, Hà Nội	
Hình thức thanh toán:	MST: 0500406907
Kho xuất hàng: tại kho Công ty CPĐTTM&PTDV Hoàng Gia	
Hạn thanh toán:.....	

Nguồn: Công ty Cổ phần Đầu tư Thương mại và Phát triển Dịch vụ Hoàng Gia ^[1]

Nhìn vào thông tin bảng 2 có thể thấy trong hóa đơn GTGT của Công ty:

- Thiếu số Hóa đơn GTGT;
- Họ và tên người mua hàng không chính xác mà thiếu thông tin về *người đại diện công ty* mua hàng;
- Thiếu hình thức và thời hạn thanh toán.

Như vậy, có thể thấy cả phiếu nhập và hóa đơn GTGT đều thuộc nghiệp vụ phải ghi chép của nhân viên bán hàng. Ngoài các thông tin cần thiết về sản

(Xem tiếp trang 70)

đặt trong nhiều năm nay. Qua việc mua nợ, chuyển đổi quyền chủ nợ từ các tổ chức tín dụng, DATC đã xử lý làm lành mạnh tài chính của các doanh nghiệp đang lâm vào tình trạng thua lỗ, khôi phục sản xuất kinh doanh, nâng cao năng lực hoạt động và chuyển đổi thành công ty cổ phần có vốn góp của DATC. Sau khi được tái cơ cấu, các doanh nghiệp phục hồi sản xuất kinh doanh, có những đóng góp đáng kể vào ngân sách nhà nước. Tuy nhiên, do quy mô công ty còn nhỏ so với tổng số nợ xấu cần giải quyết nên số lượng nợ xấu được DATC xử lý còn chưa nhiều.

Đối với VAMC, đơn vị này chủ yếu mua lại nợ của các ngân hàng thương mại, tổ chức tín dụng nhưng mới chỉ giúp cho các tổ chức tín dụng làm sạch bảng tổng kết tài sản chứ chưa thực sự tham gia vào quá trình tái cơ cấu doanh nghiệp.

Hiện nay, việc xử lý nợ xấu được tiến hành bằng 3 cách thức chính, gồm: Bán nợ, bán tài sản và thu hồi nợ từ nguồn khác. Tuy nhiên, riêng việc bán nợ thì gần như chưa có thị trường trong lĩnh vực này. Hiện chỉ có hai đơn vị mua bán nợ chuyên nghiệp là DATC và VAMC và hơn hai chục công ty mua bán nợ thuộc các tổ chức tín dụng nhưng chủ yếu tập trung xử lý của nội bộ. Còn các công ty có nhu cầu mua bán nợ khác thì gần như không có, vì thường không được phép thành lập hoặc bị gây khó dễ, mặc dù pháp luật không hề cấm đoán hay quy định là ngành nghề kinh doanh có điều kiện.

Thời gian tới, cần hoàn thiện hành lang pháp lý cho DATC, VAMC cũng như các tổ chức mua bán nợ khác để các đơn vị này hoạt động hiệu quả trong việc mua bán nợ. Mặt khác, Nhà nước cần tạo điều kiện, khuyến khích nhiều hơn nữa số lượng các tổ chức giống như DATC được ra đời để tiến tới xây dựng một thị trường mua bán nợ tương xứng với quy mô nợ xấu tại các doanh nghiệp, ngân hàng hiện nay.

Để đẩy nhanh tốc độ xử lý nợ xấu, đặc biệt là nợ xấu của DNNN vay các ngân hàng điều quan trọng nhất hiện nay là cần rút ngắn các thủ tục như: tố tụng, đấu giá, mua bán, sang tên... Điều đó sẽ giúp vừa đẩy nhanh tiến độ xử lý chính khoản nợ đó, đồng thời sẽ tác động đến mọi con nợ khác để họ thấy rằng cần phải hợp tác với ngân hàng để xử lý nhanh chóng thay vì chây ỳ, trì hoãn, kéo dài như hiện nay.

Đối với công ty chuyên xử lý nợ của DNNN như DATC cần được giao quyền chủ động hơn trong các phương thức và quyết định xử lý nợ. Hiện, hệ thống thể chế cho hoạt động mua bán nợ chưa hoàn thiện đã làm ảnh hưởng đến việc mở rộng phạm vi, đối tượng doanh nghiệp trong nền kinh tế có thể được DATC hỗ trợ tái cơ cấu thông qua xử lý nợ xấu; hạn chế về tính linh hoạt trong việc vận dụng phương

thức mua bán nợ, các giải pháp thu hồi nợ, xử lý tài sản bảo đảm; hạn chế khả năng hỗ trợ các doanh nghiệp sớm phục hồi, ổn định sản xuất kinh doanh tái cơ cấu. Do đó, trong tương lai DATC cần được trao quyền chủ động hơn, mở rộng ngành nghề kinh doanh, bảo đảm cho đơn vị có cơ sở pháp lý vững vàng, giảm thiểu rủi ro trong quá trình hoạt động.

Mặt khác, bản thân DATC cần linh hoạt hơn, nhanh chóng hơn đối với cả quyết định mua và bán nợ (bán tài sản của khoản nợ). Đặc biệt là doanh nghiệp nên ngoài việc hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận, thời gian tới DATC cần hướng tới hỗ trợ các DNNN và nền kinh tế. □

Tài liệu tham khảo

1. TS. Vũ Sỹ Cường (2014), *Mua bán nợ xấu, tái cơ cấu doanh nghiệp: Nhìn từ thực trạng thị trường đến vai trò của DATC*.
2. <http://datc.vn/portal/Home/default.aspx>
3. Báo cáo hội thảo: "Nâng cao hiệu quả hoạt động của DATC: Phát triển thị trường mua bán, xử lý nợ tài sản tồn đọng của doanh nghiệp trong quá trình cải cách doanh nghiệp nhà nước" do Bộ Tài chính tổ chức ngày 21/10/2011, tại Hà Nội.
4. Phạm Phan Quang - Chủ tịch HĐQT của DATC (2012): *Hiệu quả hoạt động của DATC - sự khẳng định từ thực tế*, Thời báo Tài chính số 202 ngày 26/8/2012.

BÁN HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG...

(Tiếp theo trang 60)

phẩm cần ghi chép, nhân viên bán hàng cần có đầy đủ nghiệp vụ, nói cách khác là khi nhân viên bán hàng được đào tạo bài bản, nắm vững nghiệp vụ thì không dễ xảy ra thiếu sót trên.

Đồng thời, sự rõ ràng và đầy đủ thông tin giúp công tác quản trị bán hàng được hiệu quả, không lãng phí thời gian bổ sung thông tin, không ảnh hưởng đến thời gian tác nghiệp trong công ty, giúp công ty quản trị doanh nghiệp hiệu quả hơn và giúp các cơ quan quản lý nhà nước thực thi nhiệm vụ được nhanh chóng và tránh lãng phí. □

Tài liệu tham khảo

1. Công ty Cổ phần Đầu tư Thương mại và Phát triển Dịch vụ Hoàng Gia, Báo cáo tài chính và kế toán Công ty, Hà Nội.
2. PGS. TS. Hoàng Minh Đường, PGS. TS. Nguyễn Thừa Lộc (2013), *Giáo trình Quản trị doanh nghiệp thương mại*, (2 tập) Nxb LĐ-XH, Hà Nội.
3. GS. TS. Đặng Đình Đào, GS. TS. Hoàng Đức Thân (2013), *Giáo trình Kinh tế thương mại*, Nxb KTQD, Hà Nội.
4. Quốc hội (2005), *Luật Thương mại* ngày 14 tháng 6 năm 2005.