

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



GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: KỸ THUẬT Trưng Bày Hàng Hóa

NGÀNH: QUẢN LÝ Bán Hàng Siêu Thị

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

(Ban hành kèm theo Quyết định số 404 /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

Cùng với sự chuyển mình và phát triển của đất nước. Kinh doanh thương mại dịch vụ là một ngành góp phần không nhỏ vào tăng trưởng GDP của cả nước. Trong đó loại hình kinh doanh siêu thị là loại hình góp phần không nhỏ thúc đẩy sự phát triển của ngành kinh doanh thương mại dịch vụ. Siêu thị góp phần thúc đẩy phát triển hàng hóa trong nước và nước ngoài. Siêu thị đáp ứng tính tiện dụng và phù hợp với sự thay đổi của xu hướng tiêu dùng. Trưng bày hàng hóa đóng vai trò quan trọng thúc đẩy hình thành nhu cầu và tạo lợi thế hơn so với bán hàng truyền thống.

Để nắm rõ được những kiến thức cơ bản, rèn luyện thực hành 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 “**Kỹ thuật trưng bày hàng hóa**”. Giáo trình để làm tài liệu giảng dạy cho học sinh ngành Quản lý bán hàng siêu thị trình độ trung cấp.

Trong quá trình biên soạn giáo trình “**Kỹ thuật trưng bày hàng hóa**” 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

Chân thành cảm ơn!

NHÓM TÁC GIẢ

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TRUNG BÀY HÀNG HÓA	10
1. Khái niệm, vai trò của trưng bày hàng hóa	12
1.1. Khái niệm trưng bày hàng hóa	12
1.2. Vai trò của trưng bày hàng hóa	12
2. Nguyên tắc và phương pháp trưng bày hàng hoá trong siêu thị	12
2.1. Các nguyên tắc trưng bày chung trong siêu thị	12
2.2. Phương pháp trưng bày hàng hóa	13
3. Các kiểu trưng bày hàng hoá trong siêu thị	13
3.1. Trưng bày tổng thể siêu thị	13
3.2. Trưng bày hàng hóa trên quầy, kệ	16
4. Quy trình chung trưng bày hàng hoá trong siêu thị	17
CHƯƠNG 2: TRUNG BÀY HÀNG HÓA CÁC NGÀNH HÀNG TRONG SIÊU THỊ TỔNG HỢP	19
1. Sơ lược về siêu thị tổng hợp	21
1.1. Khái niệm	21
1.2. Cơ cấu ngành hàng cơ bản trong siêu thị tổng hợp	21
2. Trưng bày hàng hoá các ngành hàng cơ bản trong siêu thị	21
2.1. Trưng bày hàng thực phẩm	21
2.2. Trưng bày hàng gia dụng	30
2.3. Trưng bày hoá mỹ phẩm	37
2.4. Trưng bày ngành hàng thời trang	43
2.5. Trưng bày ngành hàng Bakery- food city	49
CHƯƠNG 3: TRUNG BÀY HÀNG HÓA TRONG SIÊU THỊ CHUYÊN DOANH	59
1. Sơ lược về siêu thị chuyên doanh	60
1.1. Khái niệm	60
1.2. Đặc điểm siêu thị chuyên doanh	60
2. Trưng bày hàng hoá tại một số siêu thị chuyên doanh	60
2.1. Siêu thị kinh doanh điện máy	60
2.2. Siêu thị kinh doanh sách và văn phòng phẩm	65

CHƯƠNG 4: MÃ SỐ, MÃ VẠCH VÀ BẢNG GIÁ CỦA HÀNG HÓA TRONG SIÊU THỊ	71
1. Mã số, mã vạch của hàng hóa	73
1.1. Mã số của hàng hoá.....	73
1.2. Mã vạch của hàng hoá.....	75
2. Bảng giá hàng hoá.....	76
2.1. Khái niệm	76
2.2. Các loại bảng giá.....	76
2.3. Quy tắc hiển thị	77

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Kỹ thuật trưng bày hàng hóa

2. Mã số môn học: MH18

3. Vị trí, tính chất của môn học

3.1. Vị trí:

Thực hành bán hàng siêu thị là môn học thuộc nhóm các môn học chuyên môn khối chuyên ngành trong chương trình đào tạo trình độ trung cấp “Quản lý bán hàng siêu thị”

3.2. Tính chất:

Kỹ thuật trưng bày hàng hóa là môn học thực hành, có nội dung chuyên môn tổng hợp của ngành. Đánh giá môn học bằng hình thức kiểm tra kết thúc môn.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

+ Trang bị những nội dung cơ bản liên quan đến quá trình trưng bày, bán hàng và quản lý hàng hóa trong siêu thị.

+ Xử lý được những vấn đề về kỹ năng trưng bày hàng hóa đáp ứng hoạt động kinh doanh ở siêu thị.

+ Sử dụng hệ thống thông tin trong việc đưa ra các quyết định quản lý hoạt động kinh doanh.

4.2. Về kỹ năng:

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

+ Thực hiện đúng, thành thạo các nội dung trưng bày hàng hóa

+ Sử dụng các phương pháp trưng bày hiệu quả

+ Vận dụng các cách thức bố trí và trưng bày khác nhau tạo ấn tượng mạnh mẽ lên người tiêu dùng.

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.

+ Có tác phong công nghiệp, năng động, sáng tạo và có tính tự lập cao.

+ Có ý thức tổ chức kỷ luật, có sức khỏe và trách nhiệm khi thực hiện công việc sau này tại các doanh nghiệp.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH/ MĐ	Tên môn học/mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)				
			Tổng số	Trong đó			Thi/Kiểm tra
				Lý thuyết	Thực hành/		
thực tập/							
bài tập/ thảo 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 QPAN	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	65	1590	568	981	41
II.1	Môn học cơ sở	18	270	256	0	14
MH07	Tổng quan về siêu thị	2	30	28	-	2
MH08	Quản trị học	3	45	43	-	2
MH09	Luật kinh tế	2	30	28	-	2
MH10	Nguyên lý kế toán	3	45	43	-	2
MH11	Marketing căn bản	2	30	28	-	2
MH12	Tâm lý khách hàng và KNGT	3	45	43	-	2
MH13	Thương phẩm học	3	45	43	-	2
II.2	Môn học chuyên môn	45	1290	284	981	25
MH14	Tiếng Anh Thương mại	3	45	43	-	2
MH15	Quản lý siêu thị	3	45	43	-	2
MH16	Nghiệp vụ mua hàng	2	30	28	-	2
MH17	Nghiệp vụ bán hàng siêu thị	3	45	43	-	2
MH18	Kỹ thuật trưng bày hàng hóa	3	45	43	-	2
MH19	Nghiệp vụ kho, vận chuyển hàng hóa trong siêu thị	2	30	28	-	2
MH20	Kỹ thuật bảo quản hàng hóa	2	30	28	-	2
MH21	Phần mềm q. lý bán hàng siêu thị	2	60	-	57	3

MH22	Thuế	2	30	28	-	2
MH23	Thực hành nghiệp vụ mua, bán, trưng bày hàng hóa	4	120		117	3
MH24	Thực hành nghiệp vụ kho, vận chuyển, bảo quản hàng hóa	3	90		87	3
MH25	Thực tập tốt nghiệp	16	720	-	720	
II.3	Môn học tự chọn (chọn 1 trong 2)	2	30	28	0	2
MH26	Thương mại điện tử	2	30	28	-	2
MH27	Khởi sự doanh nghiệp	2	30	28	-	2
Tổng cộng		77	1845	662	1129	54

5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên bài	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Kiểm tra
1	Bài 1: Tổng quan về trưng bày hàng hóa	10	5	5	
2	Bài 2: Nguyên tắc và phương pháp trưng bày hàng hóa	15	4	10	1
3	Bài 3: Quy trình thực hiện trưng bày hàng hóa	20	4	15	1
Cộng		45	13	30	2

6. Điều kiện thực hiện môn học:

- 6.1. Phòng học lý thuyết: Đáp ứng phòng học chuẩn
- 6.2. Trang thiết bị dạy học: Projeor, 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-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 20 giờ.
Định kỳ	Viết/ thuyết trình	Tự luận/ trắc nghiệm	Sau 28 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận/ 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 Quản lý và bán hàng siêu thị

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....

* Thực hành: Phân chia nhóm nhỏ thực hành 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 2-3 người học sẽ được cung cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết. 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.

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ TRUNG BÀY HÀNG HÓA

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 1 hướng dẫn học sinh tìm hiểu tổng quan về trưng bày hàng hóa trong siêu thị như: khái niệm, vai trò, nguyên tắc, các kiểu trưng bày và quy trình trưng bày tổng thể. Qua đó giúp người học nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của trưng bày trong quản lý và bán hàng siêu thị.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nắm vững các kiến thức cơ bản về trưng bày hàng hóa trong siêu thị. Hiểu được quy trình trưng bày hàng hóa, các kiểu trưng bày hiệu quả.

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng thành thạo kiến thức cơ bản về trưng bày

- Kỹ năng sắp xếp tổng quan không gian siêu thị

- Nâng cao kỹ năng sử dụng các thiết bị trưng bày

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 siêu thị 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, Làm mẫu); yêu cầu người học thực hành và trả lời các câu hỏi tình huống (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ nội dung thực hành.

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 hàng hóa 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: Tự luận)

+ Kiểm tra định kỳ: 1 điểm kiểm tra (hình thức: kiểm tra tự luận

NỘI DUNG

1. Khái niệm, vai trò của trưng bày hàng hóa

1.1. Khái niệm trưng bày hàng hóa

Trưng bày hàng hóa là việc sắp xếp, trưng bày sản phẩm trên một khu vực nhất định theo những cách thức có hiệu quả nhất nhằm thuyết phục khách hàng mua sản phẩm đó.

1.2. Vai trò của trưng bày hàng hóa

- Giúp cho khách hàng tìm kiếm hàng hóa mà họ cần mua một cách dễ dàng và thuận tiện.

- Là một yếu tố kích thích gợi mở nhu cầu khách hàng.

Là một trong những nhân tố tác động đến tâm lý tình cảm của khách hàng về hình ảnh của siêu thị.

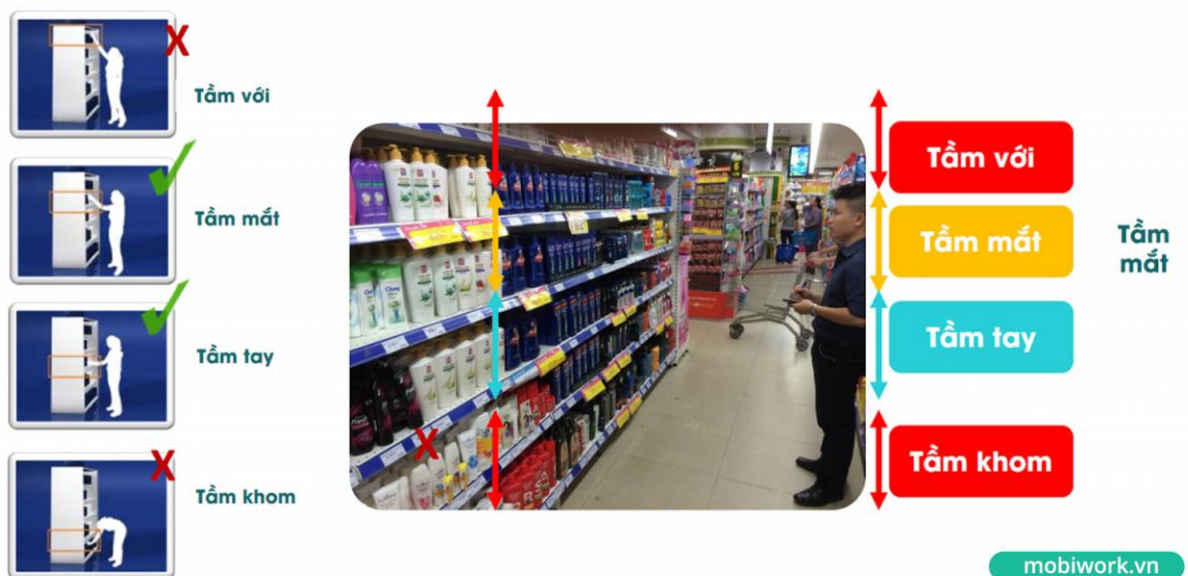
2. Nguyên tắc và phương pháp trưng bày hàng hoá trong siêu thị

2.1. Các nguyên tắc trưng bày chung trong siêu thị

a. Vị trí.

+ Sản phẩm có thể trưng bày ở trên kệ hay ngoài kệ.

- Trên kệ: Nằm trong tầm với của người mua và chủ cửa hàng, ở vị trí trên kệ.



- Ngoài kệ: tại các tiểu đảo, khu trưng bày.

+ Sản phẩm trưng bày cần ở nơi đông người qua lại: Độ tiếp cận, nơi giao nhau của các lối đi, gần quầy tính tiền.

+ Sản phẩm cho trẻ em ở dưới thấp.

+ Sản phẩm không nên bày trực tiếp dưới ánh nắng hay tầm tối, nơi nhiệt độ cao - nơi độ ẩm cao, gần các sản phẩm nặng mùi.

b. Kích cỡ:

+ Trưng bày lớn tạo sự chú ý.

+ Trữ hàng đủ lượng đảm bảo luôn đủ hàng.

+ Bày chung hàng với các sản phẩm cùng loại nhằm tạo sự phong phú, đa dạng.

c. Tạo sự ấn tượng.

+ Trưng bày sáng tạo hay hoành tráng làm sản phẩm của chúng ta nổi bật và tạo sự chú ý của người mua hàng.

+ Trưng bày liên kết với khuyến mãi cho người tiêu dùng tăng sự kích thích và gia tăng lượng người mua đến cửa hàng mua sắm

2.2. Phương pháp trưng bày hàng hóa

- Phương pháp nghệ thuật: căn cứ vào đặc tính của hàng hóa như đẹp về dáng, đẹp về màu sắc hoặc đẹp về cảm tính để dùng những thủ pháp nghệ thuật khác nhau thể hiện những nét độc đáo đó. Có những phương pháp như: trưng bày theo kiểu đường thẳng, đường cong, đường xuyên, hình tháp, hình treo đối xứng cân bằng tập thể, họa tiết... có thể căn cứ hàng hóa kinh doanh để chọn thủ pháp kinh doanh.

- Phương pháp liên kết: sắp xếp mặt hàng có cùng hình thể ở cùng một chỗ để tạo cảm giác đẹp. để đảm bảo tính liên kết của hàng hóa có thể áp dụng các phương pháp phân loại hàng hóa trước rồi trưng bày theo mẫu mã, cung cách chất lượng, phân loại chất liệu hàng hóa trước rồi trưng bày theo màu sắc, mục đích sử dụng.

- Phương pháp so sánh: nếu muốn nhấn mạnh sự mềm mại của mặt hàng có thể sắp xếp chúng cạnh hàng cứng, có thể so sánh về màu sắc, về hình thể.

3. Các kiểu trưng bày hàng hoá trong siêu thị

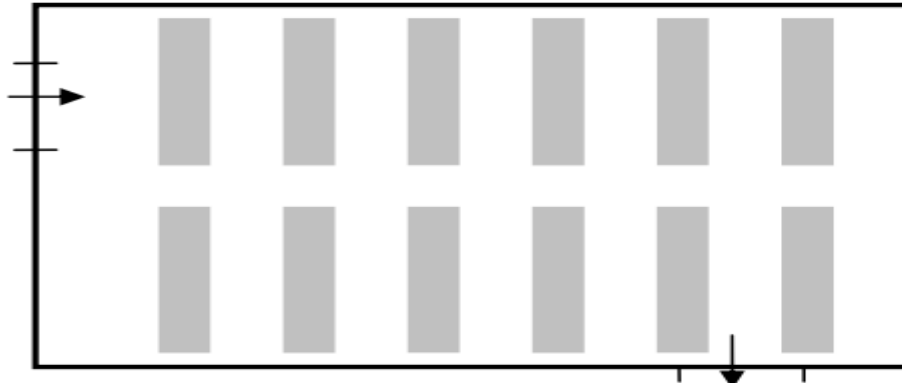
3.1. Trưng bày tổng thể siêu thị

Các siêu thị có thể lựa chọn từng kiểu riêng biệt hoặc kết hợp chúng tùy theo mục đích.

- *Bố trí kệ hàng theo các khối (Grid layout)*

Các quầy hàng được sắp xếp thành các đường song song. Cách thức này giống như dựng lên hàng rào ngăn cản sự di chuyển tự do với mục đích là tăng tối đa không gian bán hàng và đơn giản hóa an ninh. Do đó, kiểu bố cục này mang lại hiệu quả cho siêu thị chứ không phải sự thuận tiện dành khách hàng.

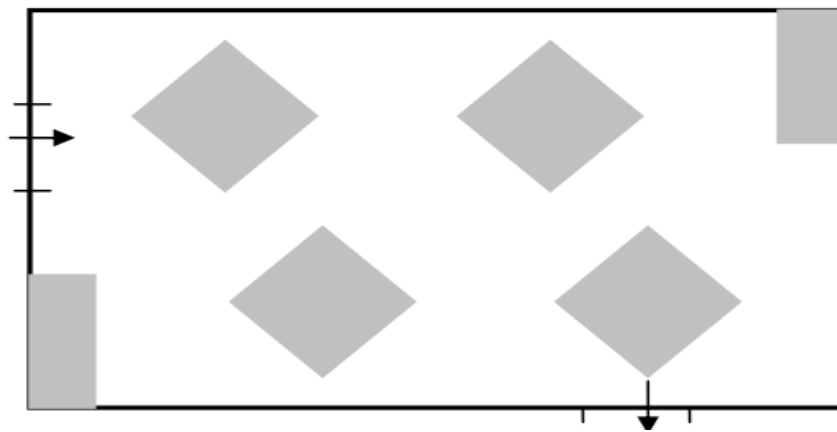
Cách bố cục này sẽ buộc khách hàng xuôi theo lối đi chính của siêu thị, buộc khách hàng phải đi qua hết các dãy kệ mới được nơi cần mua, từ đó gia tăng được thời gian mua sắm của khách hàng tại siêu thị.



Hình 1. Sơ đồ bố trí theo các khối (Grid layout).

- *Bố trí luồng di chuyển tự do (Free flow).*

Kiểu bố cục buộc này buộc cửa hàng sẽ phải bỏ bớt đi kho hoặc không gian trưng bày để tạo ra nhiều lối đi giữa các khu trưng bày, các vật cố định và lối đi được sắp xếp một cách không cân xứng và các kệ hàng được đặt theo kiểu mở. Tầm nhìn bao quát có thể có được từ mọi điểm trong cửa hàng do các kệ hàng được sử dụng tương đối thấp. Khách hàng được khuyến khích di chuyển tự do và lựa chọn sản phẩm. Mục đích của kiểu bố cục này là mang tới cho khách hàng một không gian mua sắm rộng rãi, thoải mái, do đó việc mua sắm trở nên dễ dàng và vui vẻ hơn. Cách bố cục này phải được thiết kế một cách cẩn thận và sẽ tốn chi phí, tuy nhiên chi phí tăng lên có thể được bù đắp bằng cách tăng doanh thu và lợi nhuận. Cách bố cục này thường được sử dụng tại các cửa hàng đặc biệt, các cửa hàng nhỏ bán quần áo hoặc các mặt hàng mới ra.

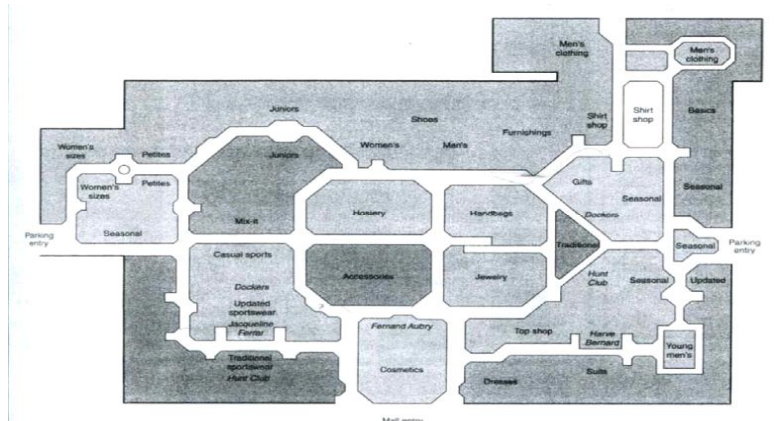


Hình 2. Sơ đồ bố trí theo luồng di chuyển tự do (Free flow).

- *Bố trí theo cách bố trí racetrack.*

Một vấn đề của cách bố cục theo kiểu Grid là khách hàng không bị thu hút một cách tự nhiên về phía cửa hàng. Điều này không là vấn đề trong những cửa hàng tạp phẩm, nơi mà khách hàng đã định trước hàng hóa cần mua trước khi vào cửa hàng. Nhưng những trung tâm thương mại, cửa hàng lớn làm cách nào để thu hút khách hàng. Cách bố cục theo kiểu Race track sẽ giúp lôi kéo khách hàng đi qua những trung tâm thương mại nhiều tầng, khuyến khích hàng vi mua bốc đồng của khách hàng. Cách này được thiết kế có một lối đi chính qua các khu vực, các nhánh này sẽ

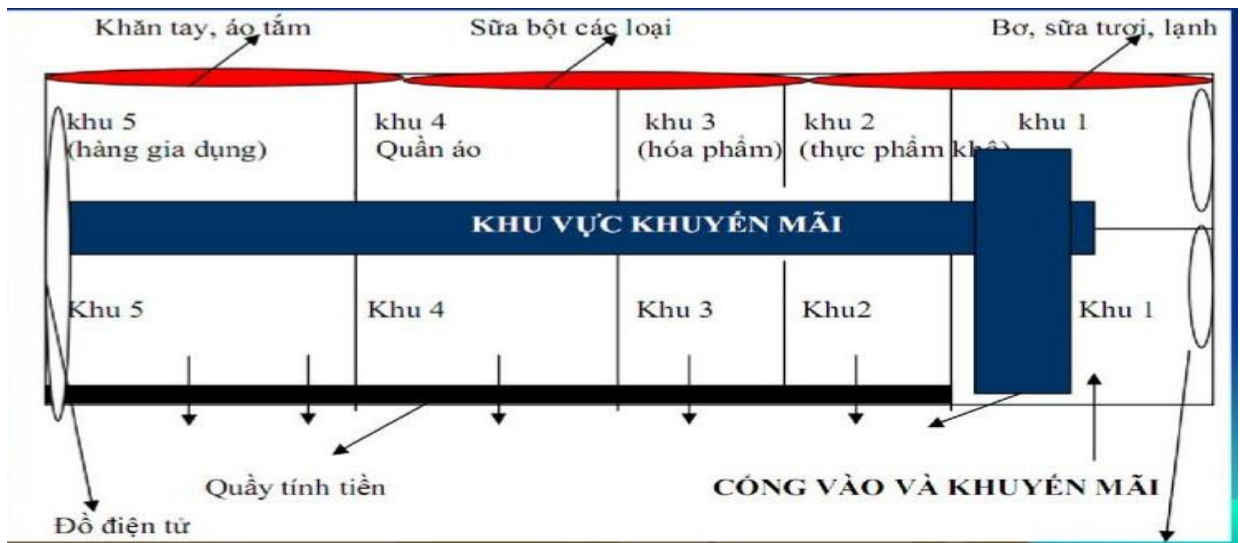
đi qua những khu vực độc lập được thiết kế gần như có sự tương đồng nhau. Khi khách hàng đi vòng quanh của hàng, con mắt sẽ bị tác động bởi nhiều góc nhìn khác nhau, hơn nữa còn nhìn xuống cuối lối đi như cách bố cục kiểu Grid.



Hình 3. Sơ đồ bố trí theo cách bố trí racetrack.

Như vậy, thật ra các kiểu bố cục này khác biệt nhau ở hai điểm: lối đi và cách bố trí kệ, tủ và bố trí lối đi trong cửa hàng.

Ví dụ: Mô hình trưng bày tổng thể một số siêu thị



Hình 4. Sơ đồ trưng bày tổng thể cửa hàng của siêu thị Big C



Hình 5. Sơ đồ trưng bày tổng thể siêu thị Aloha Mall

3.2. Trưng bày hàng hóa trên quầy, kệ

- Trưng bày theo cách thức đối xứng.

Bày xếp theo cách thức đối xứng, tức là đạt được hiệu quả trưng bày có chính có phụ, tôn thêm cho nhau về màu sắc, đặc trưng và kiểu dáng của sản phẩm. Kiểu trưng bày này có tác dụng tăng cường hơn nữa sức biểu đạt và sức truyền cảm của sản phẩm.

Trưng bày kiểu đối xứng, khi vận dụng vào thiết kế, cấu tạo đèn điện, trang trí, đạo cụ, tủ bày hàng, quầy trưng bày, sẽ tạo độ tương phản giữa các vật thể được trưng bày. Từ đó, thực hiện mục đích làm nổi bật các sản phẩm chủ yếu như sản phẩm mới, sản phẩm độc đáo, những sản phẩm xúc tiến và các sản phẩm độc quyền sáng chế.

- Trưng bày theo phương thức lặp lại.

Bày xếp theo phương thức lặp lại, tức là sử dụng các sản phẩm, vật trang trí, các tiêu chí, quảng cáo... cùng loại, giống nhau, thông qua các biện pháp mang tính ám thị và nhấn mạnh nhiều lần, để làm tăng cảm nhận thị giác của các khách hàng đối với các sản phẩm hoặc nhãn hiệu. Việc trưng bày lặp lại làm cho khách hàng cảm thấy sự kích thích nhiều lần về mặt thị giác. Phương pháp này vừa có thể làm cho người xem có ấn tượng sâu sắc, đã xem qua thì không quên, lại vừa làm cho tất cả các mặt trưng bày hài hòa thống nhất.

- Trưng bày kiểu liên hệ.

Bày xếp kiểu liên hệ (hoặc kiểu bổ sung cho nhau) là chỉ cách trưng bày những sản phẩm có liên quan chặt chẽ với nhau đặt cùng nhau, hoặc gần nhau. Trưng bày bày liên hệ kích thích có hiệu quả sự liên tưởng của khách hàng, khơi gợi cho khách mua hàng đồng bộ, thuận tiện cho khách hàng so sánh và lựa chọn sản phẩm. từ đó tạo ra cách nghĩ mua hàng theo trọn bộ. Khi thực hiện trưng bày theo kiểu liên hệ,

phải chú ý các mặt như kiểu dáng, màu sắc phong cách, chất lượng, giá cả... của sản phẩm phải được hài hòa, có thứ tự. Như thế mới có thể tiến hành tổ chức, phối hợp một cách thuận tiện và còn thể hiện được mức độ chính và phụ của sản phẩm. Đồng thời còn chú ý đến tính tổng thể, tính hài hòa của sản phẩm.

- Trưng bày theo kệ đặc thù.

Đây là hình thức trưng bày với các nhãn hiệu mạnh hay mới tung vào thị trường. Yêu cầu của phương pháp này đòi hỏi điểm bán phải có diện tích rộng. Phương pháp này sử dụng các kệ được thiết kế đặc thù để trưng bày sản phẩm. Tại siêu thị, khi hàng hóa muốn được trưng bày theo cách thức riêng thì thường là các nhãn hiệu mạnh, họ phải đấu giá và trả giá cao cho vị trí và cách thức trưng bày như thế này.

Trong thực tế, không phải lúc nào cũng có thể trưng bày sản phẩm theo đúng các phương thức trên mà tùy tình hình cụ thể để có thể chọn phương pháp trưng bày phù hợp, hoặc trưng bày hỗn hợp các phương pháp để đảm bảo sản phẩm càng dễ đập vào mắt khách hàng và khách hàng càng dễ tiếp xúc với sản phẩm thì càng tốt.

4. Quy trình chung trưng bày hàng hoá trong siêu thị

Bước	Nội dung công việc	Yêu cầu
1. Lấy hàng hóa	Lấy hàng hóa để trưng bày	Phải lấy đúng hàng hóa (hàng của quầy nào phải trưng bày ở quầy đó, hàng hóa phù hợp về kích thước, hình khối trưng bày)
2. Làm vệ sinh quầy kệ	Dùng khăn lau, làm vệ sinh quầy trước khi trưng bày hàng hóa	Quầy phải được làm vệ sinh sạch sẽ
3. Làm vệ sinh hàng hóa	Dùng khăn lau sạch lau hàng hóa, làm vệ sinh hàng hóa trước khi trưng bày hàng hóa vào quầy.	Hàng hóa phải được lau sạch sẽ, khô ráo, tránh làm hư hỏng hàng hóa.
4. Trưng bày hàng hóa vào quầy, kệ	Trưng bày hàng hóa vào quầy, kệ.	Thực hiện việc trưng bày hàng hóa tuân thủ các nguyên tắc trưng bày.
5. Kiểm tra, thu dọn, vệ sinh công nghiệp	Kiểm tra việc trưng bày hàng hóa, thu dọn dụng cụ, vỏ thùng, hộp, làm vệ sinh khu vực quầy	Phát hiện những lỗi trưng bày (nếu có) và khắc phục kịp thời, thu dọn, làm vệ sinh sạch sẽ.

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1: Trình bày khái niệm và vai trò của trưng bày hàng hóa?

Câu 2: Nêu nguyên tắc và phương pháp trưng bày hàng hóa trong siêu thị?

Câu 3: Hãy cho biết các kiểu trưng bày hàng hóa phổ biến trong siêu thị?

Câu 4: Nêu các bước trong quy trình trưng bày hàng hóa tổng thể trong siêu thị?

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

- Khái niệm, vai trò của trưng bày hàng hóa
- Nguyên tắc và phương pháp trưng bày hàng hóa trong siêu thị
- Các kiểu trưng bày hàng hóa trong siêu thị
- Quy trình trưng bày hàng hóa trong siêu thị

CHƯƠNG 2

TRUNG BÀY HÀNG HÓA CÁC NGÀNH HÀNG TRONG SIÊU THỊ TỔNG HỢP

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 2 hướng dẫn học sinh tìm hiểu tổng quan về trưng bày hàng hóa trong siêu thị tổng hợp như: khái niệm, cơ cấu ngành hàng. Trưng bày hàng hóa các ngành hàng trong siêu thị như: hàng thực phẩm, gia dụng, mỹ phẩm, thời trang, bakery - food. Qua đó giúp người học nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của trưng bày trong quản lý và bán hàng siêu thị.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nắm vững các kiến thức cơ bản về trưng bày hàng hóa trong siêu thị tổng hợp. Hiểu được quy trình trưng bày hàng hóa các ngành hàng trong siêu thị tổng hợp.

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng thành thạo kiến thức cơ bản về trưng bày
- Kỹ năng sắp xếp tổng quan từng ngành hàng
- Nâng cao kỹ năng sử dụng các thiết bị trưng bày theo từng ngành hàng

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 siêu thị 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 2

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, Làm mẫu); yêu cầu người học thực hành và trả lời các câu hỏi tình huống (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ nội dung thực hành.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 2

- 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 hàng hóa liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 2

- 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: Tự luận)

+ Kiểm tra định kỳ: 1 điểm kiểm tra (hình thức: kiểm tra tự luận

NỘI DUNG

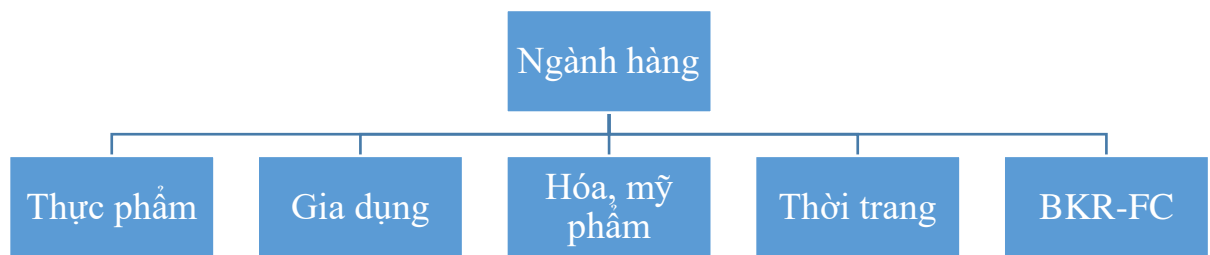
1. Sơ lược về siêu thị tổng hợp

1.1. Khái niệm

Siêu thị kinh doanh tổng hợp là loại hình siêu thị kinh doanh tổng hợp nhiều mặt hàng phục vụ cho nhu cầu của người tiêu dùng.

Ví dụ: siêu thị Aloha mall, siêu thị Lan chi, Siêu thị Go...

1.2. Cơ cấu ngành hàng cơ bản trong siêu thị tổng hợp



Sơ đồ 1. Cơ cấu ngành hàng siêu thị tổng hợp

Trong đó:

- Thực phẩm: thực phẩm ngọt, thực phẩm mặn, đồ uống, bơ sữa, thực phẩm đông lạnh, thịt đã qua sơ chế, rau củ quả các loại...
- Gia dụng: điện máy gia đình, đồ gia dụng, trang trí nhà cửa, văn phòng.
- Hóa mỹ phẩm: mỹ phẩm, hóa phẩm (bột giặt, nước rửa chén, xả vải, thuốc sát trùng...)
- Thời trang: thời trang nữ, thời trang nam, thời trang trẻ em.
- Bakery- food city: cửa hàng bánh mì, food city (bánh hamburger, đồ uống pha chế, đồ ăn nhanh...).

2. Trưng bày hàng hoá các ngành hàng cơ bản trong siêu thị

2.1. Trưng bày hàng thực phẩm

2.1.1. Kiến thức cơ bản về ngành hàng thực phẩm

a. Khái niệm:

Theo Điều 2 Luật ATTP quy định: Thực phẩm là sản phẩm mà con người ăn, uống ở dạng tươi sống hoặc đã qua sơ chế, chế biến, bảo quản. Thực phẩm không bao gồm mỹ phẩm, thuốc lá và các chất sử dụng như dược phẩm.

b. Đặc điểm hàng thực phẩm

- Thực phẩm là sản phẩm con người đưa vào cơ thể qua hoạt động ăn, uống vì vậy ảnh hưởng trực tiếp đến sức khoẻ con người.

- Thời gian sử dụng của thực phẩm, đặc biệt là thực phẩm chưa qua chế biến rất ngắn, vì vậy vấn đề chế biến và bảo quản thực phẩm rất quan trọng.

- Đối với các thực phẩm chưa qua chế biến được bán trong siêu thị, quá trình trưng bày đồng thời là quá trình bảo quản, vì vậy nhân viên trưng bày cần nắm vững yêu cầu bảo quản của từng mặt hàng.

c. Các nguồn thực phẩm chủ yếu

+ Thực vật: Thực vật là nguồn cung cấp thực phẩm chủ yếu và có thể dùng được nhiều bộ phận khác nhau như thân, lá, hoa, quả, hạt, rễ (củ).

+ Động vật: Thịt (lợn, bò, gà, hải sản...), sữa, các chế phẩm từ sữa; những động vật đẻ trứng và trứng của chúng (trứng gà, trứng cút,...) và các cơ quan nội tạng của động vật.

d. Các loại thực phẩm thường kinh doanh trong siêu thị

+ Thực phẩm tươi sống

Thực phẩm tươi sống là thực phẩm chưa qua chế biến bao gồm thịt, trứng, cá, thủy hải sản, rau, củ, quả tươi và các thực phẩm khác chưa qua chế biến.

Đối với rau củ quả, khi được gọi là tươi sống nghĩa là chúng mới vừa được thu hoạch, mới vừa được xử lý đúng với tiêu chuẩn "sau thu hoạch". Những sản phẩm này phải đảm bảo không bị hư hỏng, dập nát hay héo úa.

+ Thực phẩm đã qua chế biến

Thực phẩm đã qua chế biến là những thực phẩm đã chịu ảnh hưởng của một trong số hoặc nhiều hơn các quá trình sau: đông lạnh, đóng hộp, làm khô hay chịu các tác động của nhiệt như: chiên, xào, nướng, áp chảo,...

+ Thực phẩm đông lạnh

Thực phẩm đông lạnh là một trong những cách bảo quản phổ biến nhất hiện nay. Phương pháp này có thể làm chậm quá trình phân hủy của thực phẩm và ức chế sự phát triển của các vi khuẩn gây hư hỏng.





+ Thực phẩm chức năng


Thực phẩm chức năng là thực phẩm dùng để hỗ trợ chức năng của cơ thể con người, tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng, giảm bớt nguy cơ mắc bệnh, bao gồm thực phẩm bổ sung, thực phẩm bảo vệ sức khỏe, thực phẩm dinh dưỡng y học.

2.1.2. Các thiết bị trưng bày hàng thực phẩm cơ bản

Loại thiết bị	Đặc điểm kỹ thuật	Hình ảnh minh họa
---------------	-------------------	-------------------

<p>Tủ mát trưng bày rau củ quả</p>	<p>Được thiết kế dạng tủ đứng hở với một mặt tựa vào tường, một mặt thoáng để khách hàng có thể thoải mái chọn lựa loại thực phẩm mong muốn.</p> <p>Bên trong tủ gồm các ngăn riêng biệt được làm từ nhựa cứng chắc chắn vừa giúp bảo quản được số lượng thực phẩm lớn nhất và giúp người dùng có thể sắp xếp, trưng bày các loại thực phẩm khác nhau tùy ý.</p>	
<p>Tủ đựng thịt cá tươi sống trưng bày trong ngày</p>	<p>Tủ được thiết kế dạng cong vòm tạo thẩm mỹ hiện đại với cửa trước cố định, cửa sau có thể dễ dàng đẩy sang phải hoặc trái để khách hàng dễ dàng quan sát và lựa chọn thực phẩm. Chất liệu kính cường lực dày trong suốt tạo nên môi trường bảo quản hoàn toàn tách biệt với môi trường bên ngoài đảm bảo chất lượng của thực phẩm trong tủ.</p>	
<p>Tủ để trái cây nhập khẩu, nước giải khát lạnh, thịt nguội...</p>	<p>Khung tủ được chế tạo từ chất liệu hợp kim thép cao cấp. Nhiệt độ làm lạnh là 2 đến 10 độ giúp bảo quản mọi loại thực phẩm tươi ngon trong thời gian dài mà không làm mất đi màu sắc và hương vị.</p> <p>Kính cường lực trong suốt 2 lớp, chịu được va đập lớn, dễ quan sát. Tủ có chức năng sấy kính giúp mặt kính không bị bám sương, động nước mang đến hiệu quả thu hút sản phẩm tốt nhất.</p>	

<p>Tủ để kem, thịt cá đông lạnh trong nhiều ngày</p>	<p>Về thiết kế: tủ đông có hai dạng là tủ đứng và tủ nằm. Tủ được chia thành các ngăn riêng biệt phù hợp với việc bảo quản các loại thực phẩm khác nhau, tận dụng tối đa không gian bên trong tủ.</p> <p>Nắp kính trong suốt giúp khách hàng có thể quan sát được thực phẩm bên trong ở mọi góc độ.</p>	
<p>Tủ đựng thực phẩm làm nóng</p>	<p>Tủ có nhiệt độ duy trì là 35 tới 65 độ C - mức nhiệt độ lý tưởng để bảo quản đồ ăn nóng (khô nóng), đồng thời giúp diệt khuẩn một cách hiệu quả.</p> <p>Tủ với hệ thống sấy kính và phun ẩm, giúp hạn chế được tối đa tình trạng đọng sương trên cửa kính, mang lại sự thẩm mỹ cho sản phẩm.</p>	
<p>Kệ trưng bày rau củ quả</p>	<p>Phần khung kệ trưng bày rau củ quả được làm chắc chắn, đảm bảo việc trưng bày được nhiều loại hoa quả, rau củ. Phần trần ôm mâm có kích thước vừa đủ để đặt các giỏ nhựa bày sản phẩm và được đặt nghiêng mặt ra phía ngoài. Chiều cao phổ thông là dưới 1.5m</p>	
<p>Kệ hải sản</p>	<p>Được sản xuất bằng chất liệu inox cao cấp, có độ bền cao, và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Kệ trưng bày được trang bị hệ thống xả đá giúp việc vệ sinh, lau chùi thiết bị sau mỗi lần sử dụng nhẹ nhàng hơn. Có 4 bánh xe giúp cho việc di chuyển tủ dễ dàng. Sử dụng môi chất làm lạnh R134A không chứa các chất gây hại, an toàn, và thân thiện với môi trường.</p>	

<p>Kệ trưng bày thực phẩm đóng gói sẵn</p>	<p>Kệ trưng bày thực phẩm có chất liệu khung sắt vững chắc, độ bền cao. Kệ sử dụng trong các cửa hàng, gian hàng trưng bày thực phẩm nhập khẩu, bánh kẹo, các loại hạt khô, thực phẩm chức năng, thực phẩm hữu cơ,...</p>	 <p>Kệ sắt bày hàng thực phẩm trong các siêu thị</p>
--	---	---

2.1.3. Nguyên tắc trưng bày

* Nguyên tắc chung

- Phân khu riêng để trưng bày từng loại thực phẩm (tươi sống, đã chế biến, đông lạnh, đồ hộp- chức năng).

- Không đặt rau ăn sống gần các thực phẩm tươi sống như thịt cá, hải sản đông lạnh để tránh vi khuẩn có điều kiện lây nhiễm chéo. Trong quá trình trưng bày, nên thường xuyên kiểm tra chất lượng rau. Nhân viên có thể sắp xếp lại vị trí đặt rau từ 2-3h một lần hoặc ngay khi cần thiết.

- Các loại thực phẩm tươi sống nên để riêng 1 tủ, tuyệt đối không để chung với các loại thực phẩm khác.

* Nguyên tắc riêng

+ Rau củ quả:

- Rau ăn lá cần được bảo quản trong bọc. Nên xếp nghiêng, đầu ngọn và lá hướng lên trên. Phần tem nhãn cần được hướng ra bên ngoài.

- Rau củ quả được bảo quản trong khay xốp nên được bảo quản trong tủ mát. Xếp đứng, hơi nghiêng về thành kệ để tránh bị đọng nước vào bên trong.

- Rau củ được bảo quản trong túi lưới, màng co nên được sắp xếp, phân vùng cụ thể cho từng loại. Đối với những loại rau/củ gia vị chia thành các túi với trọng lượng nhỏ có thể treo lên kệ. Chú ý kích thước của túi không quá lớn, tránh làm che mắt tầm nhìn của khách hàng.

- Một số loại rau không nên trưng bày ở gần nhau. Bởi mùi vị của chúng có thể làm ảnh hưởng đến các loại thực phẩm khác. Có thể kể đến như: Cải bông xanh và ớt chuông; Chanh và các loại gia vị như sả, gừng, nghệ; Khoai lang và hành tây.

- Rau bắt buộc phải trưng bày trong tủ mát: Chùm ngây, rau ngót, bông bí, ngọn bí, bông hoa thiên lý, cải xoong, xà lách, rau baby, đậu hà lan, cải bó xôi, giá đỗ, nấm tươi... Đặc biệt với những loại rau như rau sống, rau chế biến sẵn, nấm tươi thì cần được bảo quản trong tủ mát ngay khi vừa được đưa tới từ nhà cung cấp.

- Rau có thể để ở nhiệt độ thường hoặc tủ mát: Đây thường là những loại rau ôn đới, có thể để ở nhiệt độ phòng từ 1-2 ngày. Tuy nhiên nếu muốn bảo quản chúng được tươi lâu hơn thì nên sử dụng tủ mát. Một số loại rau tiêu biểu đó là các loại

đậu, họ, ngò rí, hành tươi, tỏi tây, ngô, các loại cải (cải bắp, cải thảo, cải bẹ dưa,...), các loại rau ăn lá, ăn thân, dưa chuột, cà chua,....

- Các loại rau chỉ cần trưng bày trên kệ: chủ yếu là các loại củ quả, rau gia vị (sả, hành tỏi, gừng, chanh)

- Các loại rau không trưng bày trong tủ mát: Bên cạnh những loại rau bắt buộc phải bảo quản trong tủ mát thì cũng có những loại rau không “ưa lạnh”. Nếu bảo quản chúng trong nhiệt độ dưới 15 độ sẽ rất dễ làm thâm lá. Tiêu biểu là những loại rau như húng quế, lá lốt, rau rút.

+ Các loại thịt tươi, thịt đông lạnh, kem, sữa...

- Phân chia thành nhiều ngăn khác nhau để bày từng loại.

- Không trưng bày quá nhiều chất cứng tủ khiến hơi mát không lan tỏa đều làm cho sản phẩm nhanh bị hỏng. Không chồng các sản phẩm lên nhau. Phần tem nhãn cần được hướng ra bên ngoài.

- Trước khi cho thịt vào tủ nên dùng màng bọc thực phẩm bao thật kỹ để thịt không bị khô và mùi giữa các loại thịt không ảnh hưởng làm mất đi hương vị đặc trưng riêng.

+ Các sản phẩm đóng hộp, bao gói từ nhà sản xuất: trưng bày theo nguyên tắc chung của sản phẩm bao gói sẵn:

- Nguyên tắc dễ nhìn – dễ thấy – dễ lấy.

- Nguyên tắc sắp xếp kệ trưng bày

- Sản phẩm còn hạn sử dụng dài bên trong, sản phẩm hạn sử dụng ngắn bên ngoài

- Nhóm hàng tiêu dùng thiết yếu bên trong, nhóm hàng ngẫu hứng bên ngoài

- Nhóm hàng kích thước nhỏ ra ngoài, nhóm hàng kích thước lớn vào trong

- Xen kẽ các sản phẩm nhiều màu sắc để kích thích thị giác của người tiêu dùng

Chú ý: Những sai lầm thường gặp khi trưng bày bảo quản thực phẩm

- Rau, thịt tươi sống các loại khi được vận chuyển từ nhà cung cấp đến siêu thị không được đưa ngay vào phòng lạnh

- Rau đã bị hỏng vẫn được trưng bày cùng với rau mới làm dễ làm vi khuẩn lây lan. Rau xanh không được phun sương ẩm nên bị héo, kém hấp dẫn.

- Các loại thực phẩm xếp lẫn lộn chồng chéo lên nhau gây mất mỹ quan. Đồng thời các loại củ quả có thể chồng lên rau xanh làm dập nát.

- Bảng giá không ngay ngắn, thông tin trên bảng giá không thống nhất với thông tin trong hệ thống, tem sản phẩm.

- Không chú ý tới hạn sử dụng của sản phẩm (nhiều loại có HSD rất ngắn) nên không có biện pháp xử lý kịp thời.

2.1.4. Quy trình trưng bày hàng thực phẩm

Thực hiện theo quy trình chung (chương 1). ***Chú ý quy trình trưng bày hàng thực phẩm tươi sống:***

Bước 1. Kiểm tra, đảm bảo các điều kiện trước trưng bày thực phẩm

+ Phân loại nhóm thực phẩm

Mỗi nhóm thực phẩm cần được đặt tại những vị trí khác nhau, phù hợp với đặc tính của từng loại cũng như thuận tiện cho khách hàng khi lựa chọn.

+ Kiểm tra nhiệt độ phòng, nhiệt độ thiết bị trưng bày

- Đối với việc bảo quản rau củ, cần đảm bảo nhiệt độ phòng xung quanh khu vực trưng bày rau củ không quá 25 độ C. Nhiệt độ duy trì ở mức từ 10 độ đến 25 độ là điều kiện tốt nhất để giữ cho rau củ luôn tươi.

- Đối với các thực phẩm tươi sống, đông lạnh, thực phẩm chế biến sẵn: tùy theo từng loại thực phẩm mà điều chỉnh nhiệt độ phù hợp. Đối với thịt các loại bán trong ngày: Nhiệt độ mát (5-10 độ) đây là mức nhiệt giúp bảo quản thực phẩm tươi mà không khiến chúng bị đông lạnh. Thực phẩm đông lạnh: Nhiệt độ đông (dưới 0 độ)

+ Chuẩn bị các dụng cụ hỗ trợ: máy phun sương/bình xịt nước, túi đựng thực phẩm cho khách, cân điện tử đầu quầy, bảng giá...

Bước 2: Vệ sinh quầy kệ, thiết bị trưng bày.

- Đối với lĩnh vực thực phẩm thì yếu tố vệ sinh an toàn luôn được đặt lên hàng đầu. Trước và sau mỗi ngày làm việc nhân viên cửa hàng cần tiến hành vệ sinh các khay, giỏ, tủ đựng thực phẩm để đảm bảo không có dịch bẩn của thực phẩm trên quầy kệ để phòng tránh lây lan bệnh, nấm mốc.

- Nguyên tắc vệ sinh: từ trên xuống dưới, từ trong ra ngoài.

Bước 3: Lấy sản phẩm, trưng bày hàng hóa vào quầy, kệ và gắn giá cho hàng hóa

- Hàng thực phẩm tươi sống có đặc thù đã được làm sạch, phân loại, đóng gói từ khâu nhập hàng nên nhân viên bán hàng chỉ cần lấy sản phẩm và trưng bày lên quầy, kệ. Đối với thực phẩm chế biến sẵn, đã bao gói, đóng hộp cần vệ sinh bên ngoài sản phẩm.

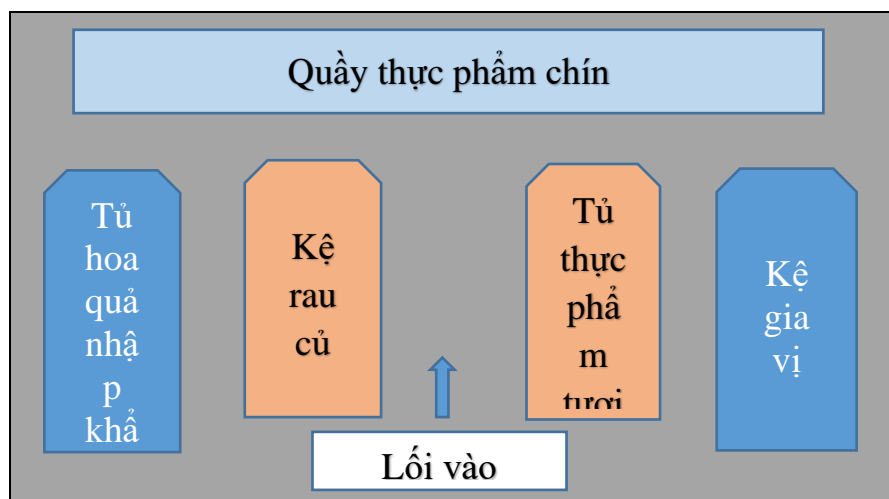
- Thực hiện việc trưng bày hàng hóa tuân thủ các nguyên tắc trưng bày và có gắn giá chính xác cho hàng hóa.

Bước 4: Kiểm tra, thu dọn, vệ sinh công nghiệp

Kiểm tra việc trưng bày hàng hóa, thu dọn dụng cụ, vỏ thùng, hộp, làm vệ sinh khu vực quầy.

2.1.5. Mô hình trưng bày

a. Mô hình trưng bày tổng quan quầy thực phẩm






b. Mô hình trưng bày tủ hoa quả nhập khẩu

TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP
TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP
TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP

c. Mô hình trưng bày kệ rau củ

BẢNG GIÁ CHUNG SẢN PHẨM

 <p data-bbox="606 403 1021 448">Các loại rau ăn lá dễ dập nát</p>	Tầng trên
 <p data-bbox="478 716 1149 772">Các loại rau củ có trọng lượng vừa, khó dập nát</p>	Tầng dưới
 <p data-bbox="494 1041 1133 1097">Các loại củ quả trọng lượng lớn, khó dập nát</p>	Tầng cuối

d. Mô hình trưng bày thực phẩm tươi sống

BẢNG GIÁ CHUNG CÁC SẢN PHẨM			
	 <u>Thịt bò</u>	 <u>Thịt heo</u>	 <u>Thịt gà</u>
Kệ hải sản tươi sống	Thịt tươi sống các loại		

e. Mô hình trưng bày chéo các loại gia vị

<u>Gia vị mặn</u>	<u>Gia vị cay</u>	<u>Gia vị đắng</u>	<u>Gia vị ngọt:</u> Đường, mật ong, mạch nha
Muối, nước mắm, xì dầu, magi, mắm tôm, nước tương	Ớt, hạt tiêu, gừng...	Vỏ chanh, vỏ quýt, nước hàng	
TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP

2.2. Trưng bày hàng gia dụng

2.2.1. Kiến thức cơ bản về ngành hàng gia dụng

a. Khái niệm

Hàng gia dụng là những hàng hóa và các sản phẩm được sản xuất, chế tạo, mua bán với mục đích chủ yếu là sử dụng trong các hộ gia đình phục vụ cho cuộc sống tiện nghi của cá nhân và gia đình, là một thành phần của hàng dân dụng. Đây là những tài sản hữu hình và thuộc loại động sản, mang tính cá nhân.

b. Đặc điểm hàng gia dụng

- Hàng gia dụng trên thị trường gồm nhiều sản phẩm thuộc nhiều thương hiệu khác nhau, đáp ứng nhu cầu phục vụ cho sinh hoạt gia đình vì vậy sự cạnh tranh giữa các cơ sở kinh doanh, thương hiệu rất gay gắt.

- Sản phẩm thiết yếu ít biến động về tính năng và mẫu mã qua các năm vì người mua thường quan tâm chủ yếu đến chất lượng, độ bền, độ tiết kiệm điện...

⇒ Vòng đời sản phẩm dài: Một sản phẩm có thể bán được trong khoảng thời gian lâu hơn.

- Trưng bày, bảo quản đơn giản hơn so với hàng thực phẩm, chủ yếu tập trung vào việc thu hút, hấp dẫn khách hàng.

c. Các loại hàng gia dụng trong siêu thị

- Điện máy gia đình: Nồi cơm điện, quạt, máy làm sữa chua, máy xay, bếp ga, ấm siêu tốc,...

- Đồ gia dụng: Nhà bếp, bát đĩa, đồ vệ sinh, đồ nhựa.

- Trang trí nhà cửa: Chăn, ga, gối, đệm, khăn, trang trí trong nhà, phòng khách, phòng ngủ, phòng tắm.
- Giải trí: Đồ chơi, sách, thể thao, xe đạp, hành lý và túi.
- Điện gia dụng: Phụ kiện ô tô, đèn, nội thất gia đình, dụng cụ cầm tay, làm vườn.
- Văn phòng: Giấy, bút, văn phòng phẩm, quà tặng, cặp...

2.2.2. Thiết bị trưng bày chủ yếu

Loại thiết bị	Đặc điểm kỹ thuật	Hình ảnh minh họa
Kệ lưng lưới	Kệ có khung sắt chắc chắn, mâm tole liền và tấm lưng lưới tạo sự thông thoáng khi trưng bày hàng, giúp khách có thể dễ dàng quan sát được các sản phẩm. Có các loại kệ lưng mỏng 0.6mm, kệ dày 0.7mm, 0.8mm.	
Kệ tôn đục lỗ	Kệ tôn lỗ là mẫu kệ có kiểu dáng đẹp mắt, độ bền cao, sức tải trọng các mâm tầng lớn. Kệ có sự kết hợp giữa tấm lưng đục lỗ và mâm tole liền. Siêu thị có thể sử dụng các móc treo hàng để tận dụng tối đa không gian kệ	
Kệ tôn liền	Kệ siêu thị tôn liền có độ bền cao, tải trọng các mâm tầng lớn nhất trong các loại giá kệ trưng bày. Sự kết hợp giữa tấm lưng liền, mâm tole liền tạo nên sự vững chắc và an toàn cho hàng hóa ở phía trên. Kệ được sử dụng nhiều tại các siêu thị, trung tâm thương mại, mini mart...	

2.2.3. Nguyên tắc trưng bày



a. Nguyên tắc trưng bày đầu quầy

STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh hoạ	
		Đúng	Sai
1	2 sản phẩm trên 1 đầu quầy không được là sản phẩm cạnh tranh nhau		
2	Bày hàng mẫu đối với các sản phẩm có vỏ hộp bao kín. Chỉ cần demo 1- 2 sản phẩm, không bóc mẫu nhiều tránh ảnh hưởng chất lượng bên ngoài của sản phẩm		







<p>3</p>	<p>Chỉ trưng bày tối đa 2 sản phẩm tại đầu quầy</p>		
<p>4</p>	<p>Chỉ trưng bày sản phẩm có giá khuyến mãi hoặc hàng tặng kèm ở đầu quầy. Không trưng bày hàng giá thường</p>		
<p>5</p>	<p>Chú ý xoay mặt chính của sản phẩm 2 bên đầu quầy</p>		

6	Không để khoảng trống giữa các tab		
7	Chú ý màu sắc của sản phẩm để trưng bày cho nổi bật		

b. Nguyên tắc trưng bày đảo, ụ

STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa	
		Đúng	Sai
1	<p>1 đảo có thể trưng bày tối đa 4 sản phẩm. Chiều cao tối đa 1,5m</p> <p>Chú ý xoay mặt chính của sản phẩm ra các hướng nhìn của khách hàng.</p>		

c. Nguyên tắc trưng bày trên quầy, kệ

STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa	
		Đúng	Sai
1	<p>- Hàng KM luôn ưu tiên trưng bày ở khu vực lối đi khuyến mãi và các đầu quầy.</p> <p>- Hàng KM trưng bày ở ngoài đầu quầy và vực khuyến mại như thì trong quầy cũng phải hiện diện sản phẩm đó.</p>		
2	<p>Trưng bày hàng mẫu và đánh số hàng stock phía dưới để giúp khách hàng dễ chọn lựa sản phẩm và bảo quản sản phẩm tốt với những mặt hàng đặc trưng như bộ lau nhà, bộ nồi, bộ ly, cốc...</p>		
3	<p>- Không để trống nóc quầy.</p> <p>- Hàng trên nóc quầy là hàng stock của kệ hàng tầng sát nhất.</p> <p>- Độ cao nóc quầy tối đa 40cm.</p>		

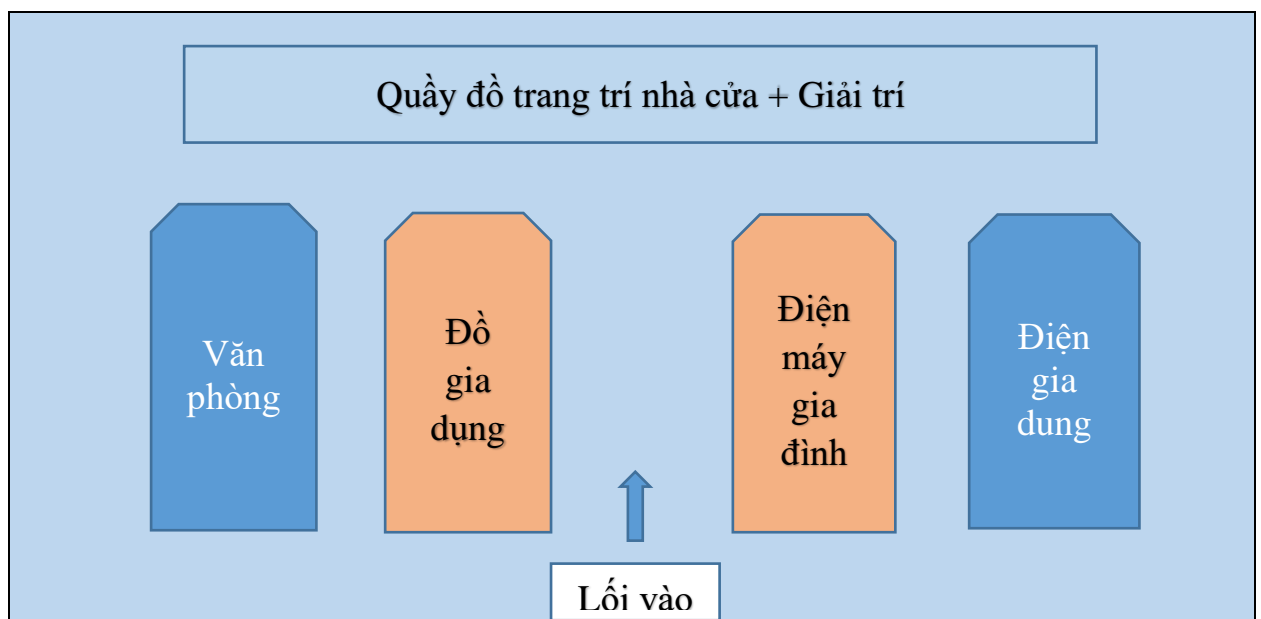
4	<p>- Chú ý : Sản phẩm cần được sắp xếp theo màu sắc .</p>		
5	<p>- Dây treo được trưng bày chéo nhưng phải logic. - Dây treo luôn được chêm hàng và gắn tem giá đầy đủ. - Chú ý: cứ 2 line hàng có 1 dây trưng bày chéo và dây cách mặt đất 60cm</p>		

2.2.4. Quy trình trưng bày

Thực hiện trưng bày theo quy trình chung của trưng bày siêu thị (chương 1).

2.2.5. Mô hình trưng bày quầy gia dụng

Layout trưng bày tổng quan quầy gia dụng



2.3. Trưng bày hoá mỹ phẩm

2.3.1 Kiến thức ngành hoá mỹ phẩm

a. Khái niệm hoá mỹ phẩm

Là các sản phẩm mỹ phẩm được gia công từ các loại hóa chất tổng hợp nhằm chăm sóc da, giúp làm sạch và giúp tạo mùi hương cho cơ thể, dùng bằng tiếp xúc bề mặt, không lưu đọng lại trên da.

b. Đặc điểm ngành hàng hoá mỹ phẩm

- Hóa mỹ phẩm thường được điều chế bao gồm các nguyên liệu như một số loại hóa chất, hương liệu tổng hợp như benzen, cồn, etylene, axeton, glyxerrin... Thông thường, nó có thành phần dầu mỡ (mineral), sáp, dung môi, các chất tạo màu, tạo mùi (fragrance)... Trong mỹ phẩm thường xuất hiện các thành phần như nước (H₂O), chất nhũ hóa, chất bảo quản, chất làm đặc, chất làm mềm, các phẩm màu, chất làm mờ, làm sáng và mùi hương.

- Nhu cầu thị trường về mặt hàng hoá mỹ phẩm rất lớn, trở thành mặt hàng quen thuộc không thể thiếu của các gia đình.

- Rất nhiều thương hiệu sản xuất hoá mỹ phẩm và bán trong siêu thị vì vậy sự cạnh tranh giữa các sản phẩm của các thương hiệu này rất gay gắt.

c. Các nhóm hoá mỹ phẩm thông dụng

*** Nhóm gia dụng**

Các sản phẩm ở mặt hàng gia dụng được nhìn thấy thường xuyên là: Xà phòng, sữa tắm, nước lau sàn, nước lau nhà, nước tẩy rửa vệ sinh, các sản phẩm khử mùi, nước rửa tay,... Đây là những sản phẩm rất cần thiết và hữu dụng trong đời sống hằng ngày vì nó hiệu quả trong việc tẩy rửa, vệ sinh một cách hiện đại và tiết kiệm thời gian.

*** Nhóm chăm sóc da**

Các sản phẩm của dòng hóa mỹ phẩm chăm sóc da hiện nay rất đa dạng. Hoạt động bề mặt nhằm chăm sóc và làm sạch cho bề mặt của da, giúp cải thiện tình trạng da bên ngoài một cách nhanh chóng. Sản phẩm chăm sóc da điển hình như mặt nạ, sữa rửa mặt, kem chống nắng, nước tẩy trang, làm trắng da, kem trị nám, tàn nhang, đôi môi, trị sẹo, trị mụn,.. hỗ trợ điều trị các vấn đề thẩm mỹ trên làn da của bạn.

*** Nhóm chăm sóc tóc**

Bên cạnh việc chăm sóc da thì tóc cũng là vấn đề các chị em và cả cánh đàn ông cũng rất quan tâm chăm sóc. Sản phẩm cho tóc bằng hoá mỹ phẩm là gì? Nó được chia làm 2 loại: chăm sóc và làm đẹp tóc. Về mảng chăm sóc tóc như kem dưỡng ẩm tóc, chống gãy rụng, serum tóc, và làm sạch tóc: dầu gội, dầu xả,.. Còn về làm đẹp, phục hồi tóc có thuốc uốn, thuốc nhuộm, thuốc duỗi, dầu ủ mềm tóc.

2.3.2. Thiết bị trưng bày hoá mỹ phẩm





Mặt hàng hoá mỹ phẩm thường được trưng bày trên các kệ, tủ chuyên dụng.

Loại thiết bị	Đặc điểm kỹ thuật	Hình ảnh minh họa
Kệ gỗ	Kệ gỗ trưng bày mỹ phẩm được làm từ nguyên liệu gỗ tự nhiên hoặc gỗ công nghiệp. Bề mặt kệ trơn bóng, không gò ghề tránh làm trầy xước sản phẩm, hoặc tay khách hàng.	
Kệ lưng lưới	Kệ có khung sắt chắc chắn, mâm tole liền, tấm lưng lưới tạo sự thông thoáng khi trưng bày hàng, giúp khách có thể dễ dàng quan sát được nhiều thứ hơn.	
Kệ tôn lỗ	Kệ tôn lỗ là mẫu kệ có kiểu dáng đẹp mắt, độ bền cao, sức tải trọng các mâm tầng lớn. Kệ có sự kết hợp giữa tấm lưng đục lỗ và mâm tole liền. Siêu thị có thể sử dụng các móc treo hàng để tận dụng tối đa không gian kệ	
Kệ tôn liền	Kệ siêu thị tôn liền có độ bền cao, tải trọng các mâm tầng lớn nhất trong các loại giá kệ trưng bày. Sự kết hợp giữa tấm lưng liền, mâm tole liền tạo nên sự vững chắc và an toàn cho hàng hóa ở phía trên. Kệ được sử dụng nhiều tại các siêu thị, trung tâm thương mại, mini mart...	

<p>Kệ quảng cáo thương hiệu</p>	<p>Kệ có thiết kế nhỏ gọn, đa tính năng, thường có thiết kế thêm những bộ phận để thuận tiện cho việc dán logo, slogan thương hiệu cần quảng bá. Mẫu kệ này thường được đặt ở vị trí ngoài cùng, những điểm mà khách hàng có thể nhìn thấy. Nó giúp khách hàng ghi nhớ được thương hiệu, dễ dàng tìm đến sản phẩm mình cần mua</p>	
---------------------------------	--	--

2.3.3. Nguyên tắc trưng bày

a. Nguyên tắc trưng bày đầu quầy

STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa	
		Đúng	Sai
1	Chỉ trưng bày tối đa 2 sản phẩm tại đầu quầy		
2	Chỉ trưng bày sản phẩm để giá khuyến mãi		 <p style="text-align: center;">SP để giá thường</p>

3	2 sản phẩm đầu quầy không phải là sản phẩm cạnh tranh nhau		
4	Chú ý xoay mặt chính của sản phẩm 2 bên đầu quầy		
5	Không để khoảng trống giữa các Tab		

b. Nguyên tắc trưng bày ụ, đảo


STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh hoạ	
		Đúng	Sai

1	1 đảo có thể trưng bày tối đa 4 sản phẩm. Chiều cao tối đa 1,5m. Chú ý Xoay mặt chính của sản phẩm ra các hướng nhìn của khách hàng.		
---	--	---	---

c. Nguyên tắc trưng bày hàng khuyến mại

STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa
1	<p>Hàng KM luôn tập trung trưng bày ở khu vực hành lang khuyến mại và các đầu quầy.</p> <p>Hàng KM trưng bày ở ngoài đầu quầy và các khu vực khuyến mại như thế nào thì trong quầy cũng phải hiện diện sản phẩm đó.</p>	

d. Nguyên tắc trưng bày trong quầy, kệ

STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa
1	<ul style="list-style-type: none"> - Không để trống nóc quầy. - Hàng trên nóc quầy là hàng stock của kệ hàng tầng sát nhất. - Độ cao nóc quầy tối đa 40cm. 	

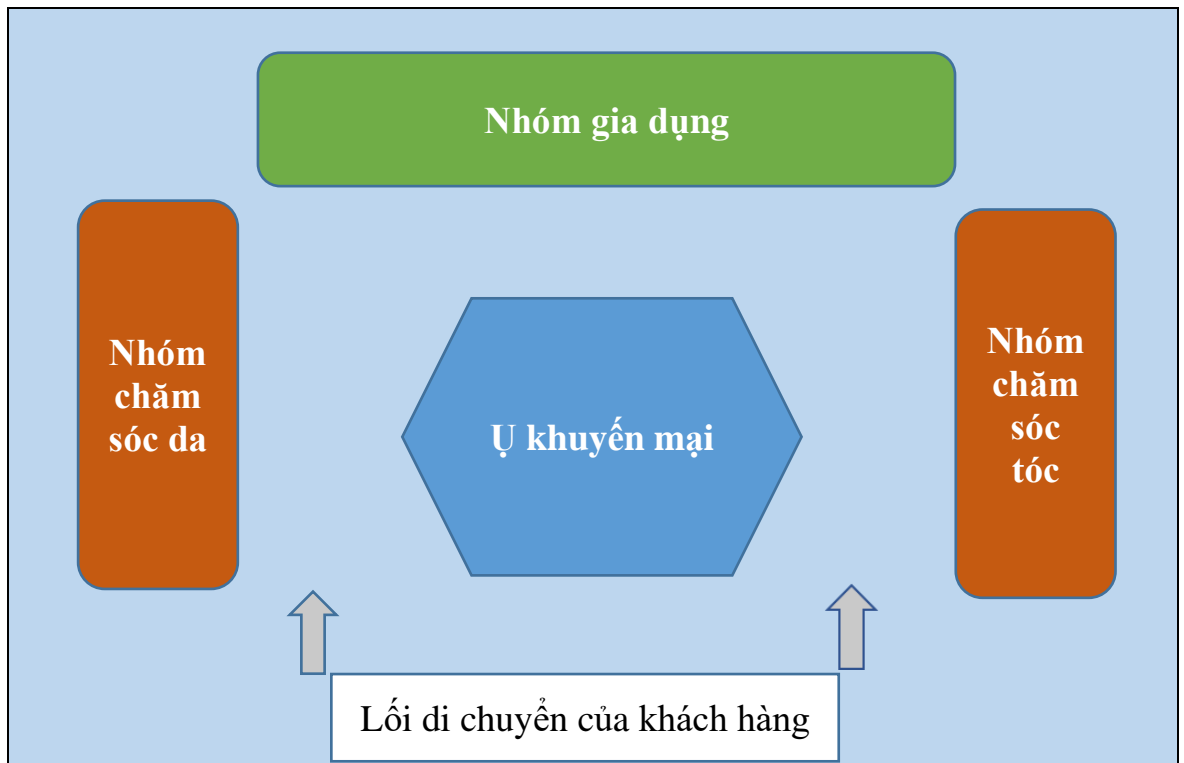
2	Hàng bán chéo trưng bày phải logic giữa sản phẩm trưng bày chéo với gam hàng của cả dãy kệ sản phẩm	
3	Chú ý: cứ 2 line hàng có 1 dây trưng bày chéo và dây cách mặt đất 60cm	
4	Mỗi 1 đầu quầy được gắn bảng thông tin khu vực ngành hàng giúp khách hàng dễ định hướng và tiếp cận sản phẩm.	
	Không để sản phẩm dưới đất	

2.3.4. Quy trình trưng bày hoá mỹ phẩm

Thực hiện quy trình trưng bày theo quy trình chung (chương 1)

2.3.5. Mô hình trưng bày quầy hoá mỹ phẩm

Mô hình trưng bày tổng quan ngành hàng



2.4. Trưng bày ngành hàng thời trang

2.4.1. Kiến thức chung

a. Khái niệm thời trang

Thời trang diễn tả một thói quen hay phong cách về giày dép, quần áo, phụ kiện, trang điểm hoặc nội thất nhà. Ngoài ra, thời trang là một xu hướng có thể thay đổi trong phong cách diện đồ tùy theo sự phát triển độ tuổi hoặc tính chất công việc thay đổi.

Vận Kinh doanh thời trang là lĩnh vực kinh doanh các sản phẩm như giày dép, quần áo, mũ, túi xách, thắt lưng, đồng hồ... và các sản phẩm khác liên quan đến thời trang.

b. Đặc điểm sản phẩm thời trang

- Là loại sản phẩm có yêu cầu rất phong phú, đa dạng tùy thuộc vào đối tượng tiêu dùng. Người tiêu dùng khác nhau về văn hoá, phong tục tập quán, tôn giáo, khác nhau về khu vực địa lý, khí hậu, về giới tính, tuổi tác... sẽ có nhu cầu rất khác nhau về trang phục. Nghiên cứu thị trường để nắm vững nhu cầu của từng nhóm người tiêu dùng trong các bộ phận thị trường khác nhau có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc tiêu thụ sản phẩm.

- Sản phẩm mang tính thời trang cao, phải thường xuyên thay đổi mẫu mã, kiểu dáng, màu sắc, chất liệu để đáp ứng nhu cầu thích đổi mới, độc đáo và gây ấn tượng của người tiêu dùng. Do đó để tiêu thụ được sản phẩm, việc am hiểu các xu hướng thời trang là rất quan trọng.

- Các sản phẩm có yếu tố thời vụ. Phải căn cứ vào chu kỳ thay đổi của thời tiết trong năm ở từng khu vực thị trường mà cung cấp hàng hoá cho phù hợp. Điều này cũng liên quan đến vấn đề thời hạn giao hàng, hàng thời trang cần được giao đúng thời hạn để cung cấp hàng hoá kịp thời vụ.

- Sản phẩm thời trang rất đa dạng, phong phú về chất liệu bao gồm các sản phẩm chủ yếu : sợi, vải, và các hàng may mặc.

c. Phân loại sản phẩm thời trang




- Thời trang nữ: gồm quần áo, giày dép, túi xách, phụ kiện... phục vụ cho khách hàng nữ.

- Thời trang nam: chủ yếu gồm quần áo, giày dép, túi, ví, thắt lưng phục vụ khách hàng là nam giới.

- Thời trang trẻ em: chủ yếu gồm quần áo, giày dép phục vụ nhu cầu khách hàng trẻ em.

2.4.2. Thiết bị trưng bày mặt hàng thời trang.

Tên thiết bị	Đặc điểm	Hình ảnh minh họa
Kệ trưng bày quần áo kiểu treo	Được thiết kế gồm kệ khung sắt kết hợp móc treo quần áo lên kệ làm cho không gian gọn gàng	
Kệ trưng bày quần áo gấp	Kệ trưng bày quần áo gấp có các tầng mâm để chứa đồ, nên không chỉ để được trang phục gấp mà còn để được phụ kiện như giày dép hay mũ nón...	

Kệ kết hợp	Kệ trưng bày kết hợp gồm khung sắt, móc treo đồ được gắn phía trên đồng thời có các tầng mâm để chứa đồ gấp, thích hợp trưng bày quần áo trẻ em, giày dép hoặc các phụ kiện thời trang khác.	
Ma nơ canh	Là búp bê có khớp nối thường được sử dụng để trưng bày quần áo trong quầy hàng thời trang.	
Ụ khuyến mại	Kệ ụ khuyến mại thường được thiết kế hình vuông, hình tròn, kệ chữ nhật,... với 3 - 4 tầng bày hàng. Mỗi mâm tầng sẽ được trang bị thêm rào chắn để hàng hóa trưng bày không bị rơi ra ngoài. Đây được xem như một bộ kệ siêu thị thu nhỏ, chuyên dụng để trưng bày hàng hóa khuyến mãi.	

2.4.3. Nguyên tắc trưng bày

a. Nguyên tắc chung

- Trưng bày đủ, không tham nhiều hoặc quá ít.

- Thời gian tối thiểu thay đổi mẫu trưng bày : thứ 6 hàng tuần. Áp dụng nguyên tắc này với tất cả các nhóm hàng thời trang.

- Trưng bày theo các tiêu chí : kiểu dáng, chất liệu, màu sắc, kích thước, mùa vụ và nhóm hàng.

- Yêu cầu trưng bày đủ mẫu mã, màu sắc trên quầy.




- Hàng mùa vụ phải được trưng bày đúng thời điểm, tuy nhiên vẫn đảm bảo khu vực trưng bày nhóm sản phẩm giao mùa.

- Ngoài trưng bày chéo, chú ý trưng bày phối kết hợp trên manôquin để thúc đẩy các nhóm sản phẩm phụ kiện đi kèm (quần, áo với túi xách, thắt lưng, khăn, mũ...).

- Hàng khuyến mãi phải có thông tin đầy đủ rõ ràng để khách hàng nhận biết và được ưu tiên vị trí trưng bày dễ thu hút khách hàng nhất.

b. Nguyên tắc trưng bày cụ thể

STT	Nguyên tắc	Minh họa hình ảnh
1	Dây treo được trưng bày chéo nhưng phải logic giữa sản phẩm trưng bày chéo với gam hàng của cả dãy kệ sản phẩm	

<p>2</p>	<p>- Kết hợp các sản phẩm cơ bản cùng một phong cách /một kiểu để phối hợp với nhau cho thành bộ theo chủng loại riêng biệt, không trưng bày áo sơ mi và thun trên cùng kệ.</p> <p>- Có 4 kiểu phong cách chính:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Công sở + Dạo phố + Thể thao + Denim 	
<p>3</p>	<p>Theo màu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Từ màu sáng đến màu tối cho những sản phẩm khác gam màu - Từ màu nhạt đến màu đậm cho những sản phẩm cùng gam màu 	
<p>4</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Theo size: Nhỏ phía trước, lớn phía sau. - Theo chất liệu - Giá từ thấp đến cao, theo hướng đi chính của khách hàng. 	 <p style="text-align: center;">---> Lối đi của khách hàng</p>

2.4.4. Quy trình trưng bày

Thực hiện quy trình trưng bày theo quy trình chung (chương 1), chú ý một số

bước như sau:

Bước 1. Kiểm tra, phân loại sản phẩm trước trưng bày

- Phân loại theo nhóm mặt hàng quần áo, váy, phụ kiện; theo tiêu chí size, màu sắc...

- Với những mặt hàng giảm giá, hàng khuyến mãi, hàng mới về sắp xếp chúng ra riêng một khu vực để khách hàng dễ nhìn hơn, dễ lựa chọn và thử đồ.

- Sắp xếp các sản phẩm liên quan cạnh nhau: Ví dụ, đặt cà vạt cạnh áo sơ mi, hay quần âu gắn liền với thắt lưng, với giày dép thì xếp gần tất chân.

- Với những bộ quần áo, phụ kiện đang hot, bán chạy nên bày trí ở nơi dễ đập vào tầm mắt của khách hàng nhất và dễ đưa tay để chọn: chọn lọc trước sản phẩm để trưng bày trên ma nơ canh.

+ Kiểm tra các dụng cụ trưng bày như kệ, giá, ma nơ canh, bảng giá...

Bước 2: Vệ sinh quầy kệ, thiết bị trưng bày.

- Trước và sau mỗi ngày làm việc nhân viên cửa hàng cần tiến hành vệ sinh các kệ, giá, ma nơ canh.

- Nguyên tắc vệ sinh: từ trên xuống dưới, từ trong ra ngoài.

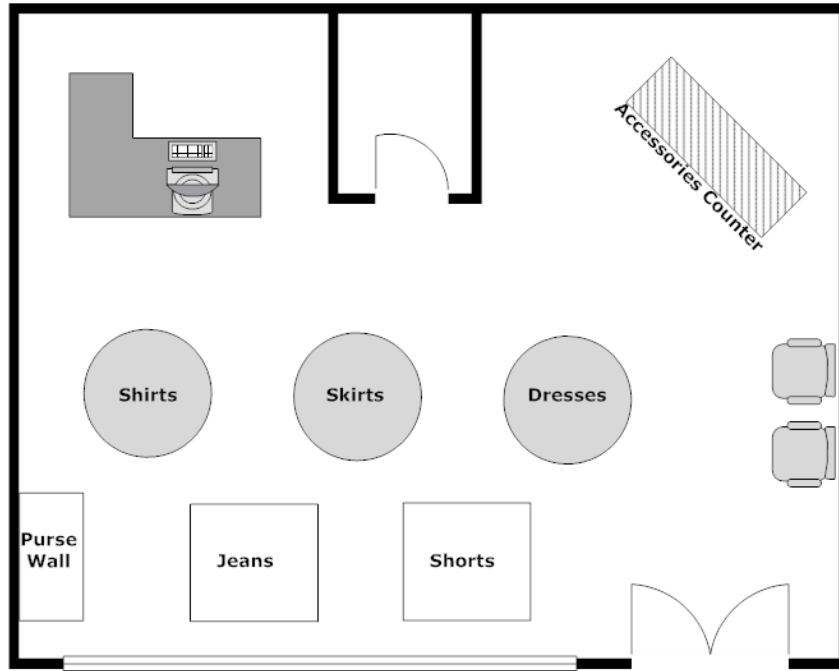
Bước 3: Lấy sản phẩm, trưng bày hàng hóa vào quầy, kệ và gắn giá cho hàng hóa

Thực hiện việc trưng bày hàng hóa tuân thủ các nguyên tắc trưng bày và có gắn giá chính xác cho hàng hóa.

Bước 4: Kiểm tra, thu dọn, vệ sinh công nghiệp

Kiểm tra việc trưng bày hàng hóa, thu dọn dụng cụ, vỏ thùng, hộp, làm vệ sinh khu vực quầy.

2.4.5. Mô hình trưng bày quầy thời trang



2.5. Trưng bày ngành hàng Bakery- food city

2.5.1. Kiến thức chung ngành hàng

a. Khái niệm

Ngành hàng Bakery- Foodcity trong siêu thị bao gồm các hoạt động chế biến thức ăn, bán và phục vụ nhu cầu tiêu dùng các thức ăn, đồ uống và cung cấp các dịch vụ khác nhằm thỏa mãn các nhu cầu về ăn uống của khách hàng siêu thị.



b. Đặc điểm

- Khách hàng chủ yếu là khách mua hàng siêu thị, có nhu cầu ăn nhanh tại chỗ hoặc mua về.

- Sản phẩm chế biến không cất giữ được lâu và dễ bị hư hỏng.

- Chủ yếu là các món ăn, đồ uống được chế biến sẵn, được làm nóng và phục vụ nhanh


- Khẩu phần nhỏ gọn, hương vị hấp dẫn, trình bày bắt mắt để kích thích thực khách.



c. Phân loại

- Bakery: Cửa hàng bánh mì

- Food city: Khu ăn uống trong siêu thị (đồ ăn nhanh, nước giải khát...)




2.5.2. Thiết bị trưng bày




Tên TB	Đặc điểm	Hình ảnh minh họa
Kệ trưng bày bánh mì	<ul style="list-style-type: none">- Bộ khung được làm từ sắt sơn tĩnh điện, có khả năng chống han gỉ, lớp sơn mịn có tính thẩm mỹ rất cao.- Phần khay để bánh sử dụng chất liệu gỗ công nghiệp được xử lý chống ẩm và chống mối mọt.- Kệ bánh mì thường được thiết kế có từ 2 – 4 tầng bày bánh, hơi nghiêng ra phía ngoài. Chiều cao khoảng 1.2 – 1.8m rất thuận tiện để trưng bày cũng như việc mua bánh của khách hàng.	

<p>Tủ bánh ngọt</p>	<p>Tủ có lóc làm mát, được kết cấu hoàn toàn chất liệu inox cao có khả năng chống han rỉ, đảm bảo độ chắc chắn. Bên trong tủ được bao phủ mặt kính chịu lực chịu nhiệt cao. Tủ có chức năng sấy kính giúp mặt kính khi bày bánh kem không bị mờ. Thiết kế ngăn tủ thon gọn với các ngăn và kệ đựng chắc chắn giúp bảo quản các loại bánh ngọt.</p>	
<p>Tủ mát đựng nước</p>	<p>Tủ có 1-2 cánh cửa và các khay đựng, cho phép người dùng đựng nhiều thực phẩm cùng lúc.</p> <p>Cửa tủ mát làm bằng kính trong suốt, cách nhiệt tốt và chống đọng sương tuyệt đối. Người dùng có thể điều chỉnh khoảng cách giữa các ngăn, kệ bên trong tủ để phù hợp với loại thực phẩm đang bảo quản.</p> <p>Tủ có khả năng làm lạnh nhanh, vận hành êm ái nhờ sở hữu dàn cao cấp, độ bền cao</p>	

2.5.3 Nguyên tắc trưng bày

STT	Nhóm sản phẩm	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa
-----	---------------	------------	-------------------

1	Nhóm bánh baguette	<p>- Thể hiện đầy đủ 02 loại bánh Baguette:</p> <p>+ Bánh Baguette 200g</p> <p>+ Bánh Baguette 350g</p> <p>- Cung cấp đầy đủ 02 mẫu túi: Baguette lớn và nhỏ phục vụ khách hàng.</p> <p>- Bánh Baguette được đặt trên các lót Ghi inox.</p>	
2	Nhóm bánh mặn, pizza	<p>- Sản phẩm cùng nhóm hàng được trưng bày tập trung trên cùng khu vực kệ hàng bán.</p> <p>- Trưng bày theo 04 dòng sản phẩm chính của nhóm Bánh mặn, Pizza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bánh Pizza; • Bánh chiên; • Bánh nhân thịt; • Bánh nhân xúc xích; <p>- Sản phẩm được trưng bày trên khay nhựa đen có lót giấy thấm dầu.</p> <p>- Yêu cầu hiện diện đầy đủ kẹp gấp và túi nilon phục vụ khách hàng.</p>	
3	Nhóm bánh gato	<p>- Sản phẩm được trưng bày trên khay nhựa hoặc hộp nhựa.</p> <p>- Yêu cầu hiện diện đầy đủ kẹp gấp và túi nilon phục vụ khách hàng.</p>	

4	Nhóm bánh ngọt (bánh đóng túi)	<p>Các sản phẩm bánh được tập trung trưng bày cùng khu vực và được phân biệt rõ ràng theo 04 dòng bánh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bánh gối; • Bánh mì dinh dưỡng; • Bánh khô; • Bánh ngọt khác; 	
5	Nhóm bánh giảm giá	<p>Đảm bảo trưng bày các sản phẩm giảm giá tập trung tại một khu vực tách biệt trên kệ hàng của Bakery</p>	
6	Nhóm hàng trưng bày chéo	<p>Đảm bảo trưng bày chéo các sản phẩm hỗ trợ các mặt hàng bánh mì bán chính:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Sữa đặc (dạng lon, vỉ, hộp giấy); + Sữa tươi (hộp nhỏ, bán tốt); + Mứt các loại (cam, táo...); + Tương các loại (tương ớt, tương cà chua); 	

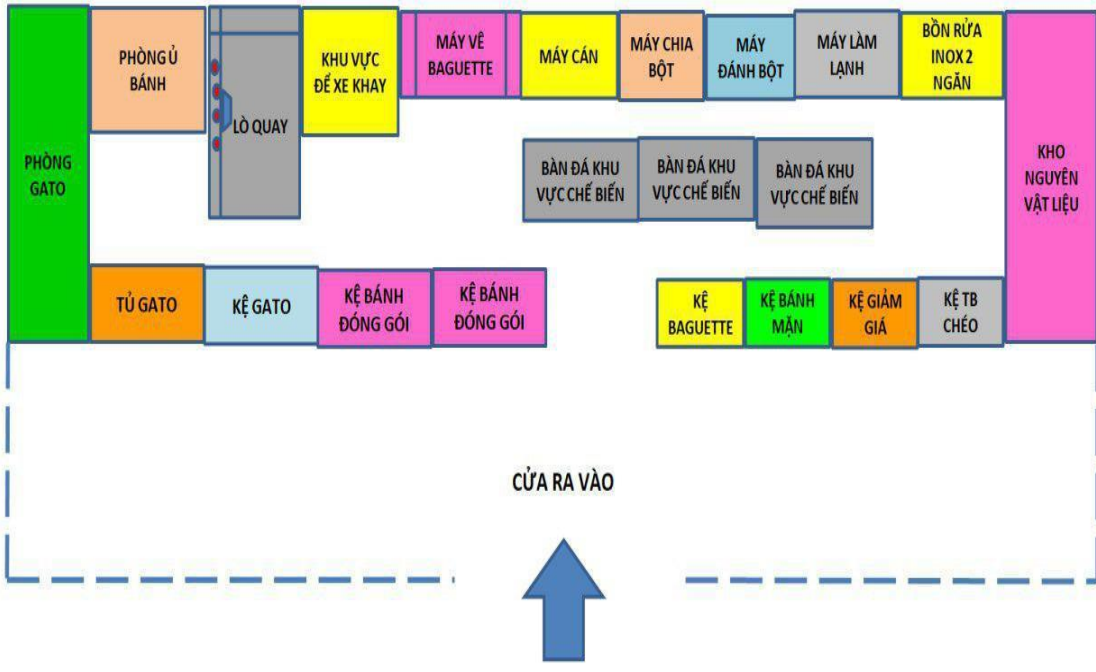
2.5.4. Quy trình trưng bày

Thực hiện theo quy trình chuẩn trong chương 1.

2.5.5. Mô hình trưng bày ngành hàng BKR- FC

a. Mô hình trưng bày tổng thể quầy hàng

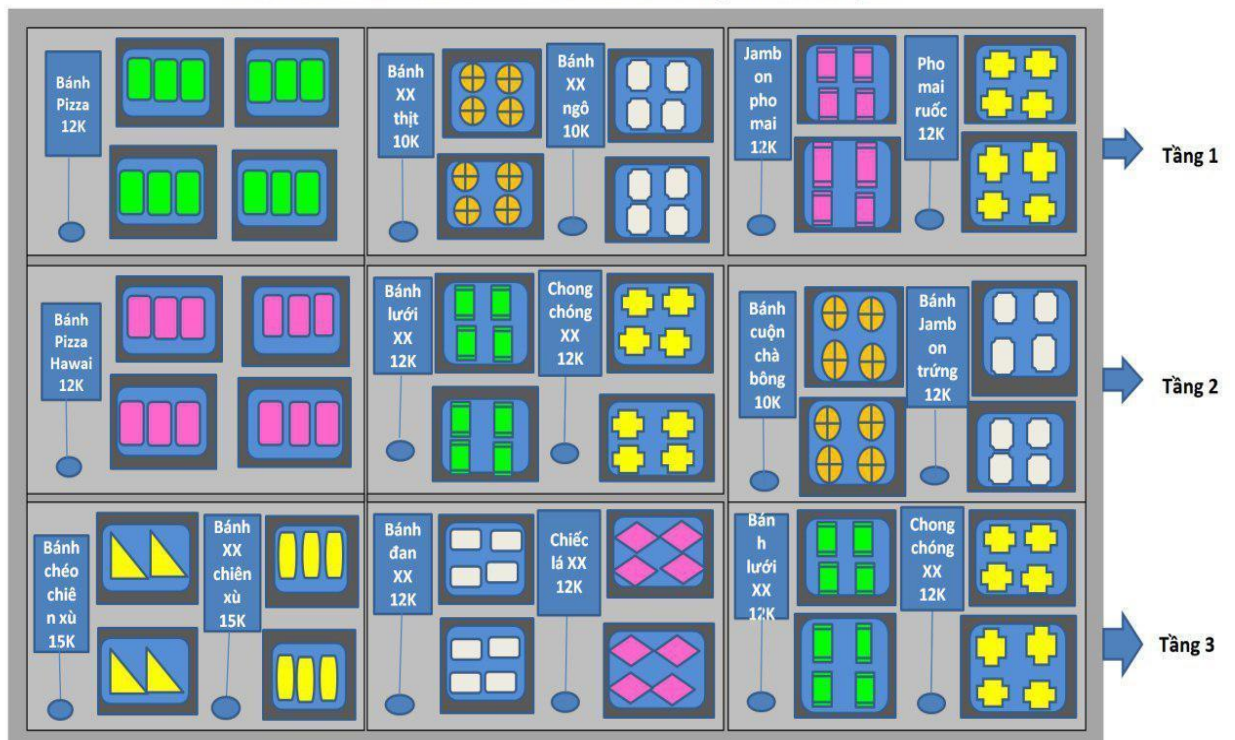
LAYOUT QUY CHUẨN TRƯNG BÀY TỔNG QUAN QUẦY BAKERY



b. Mô hình trưng bày hàng bánh mì.

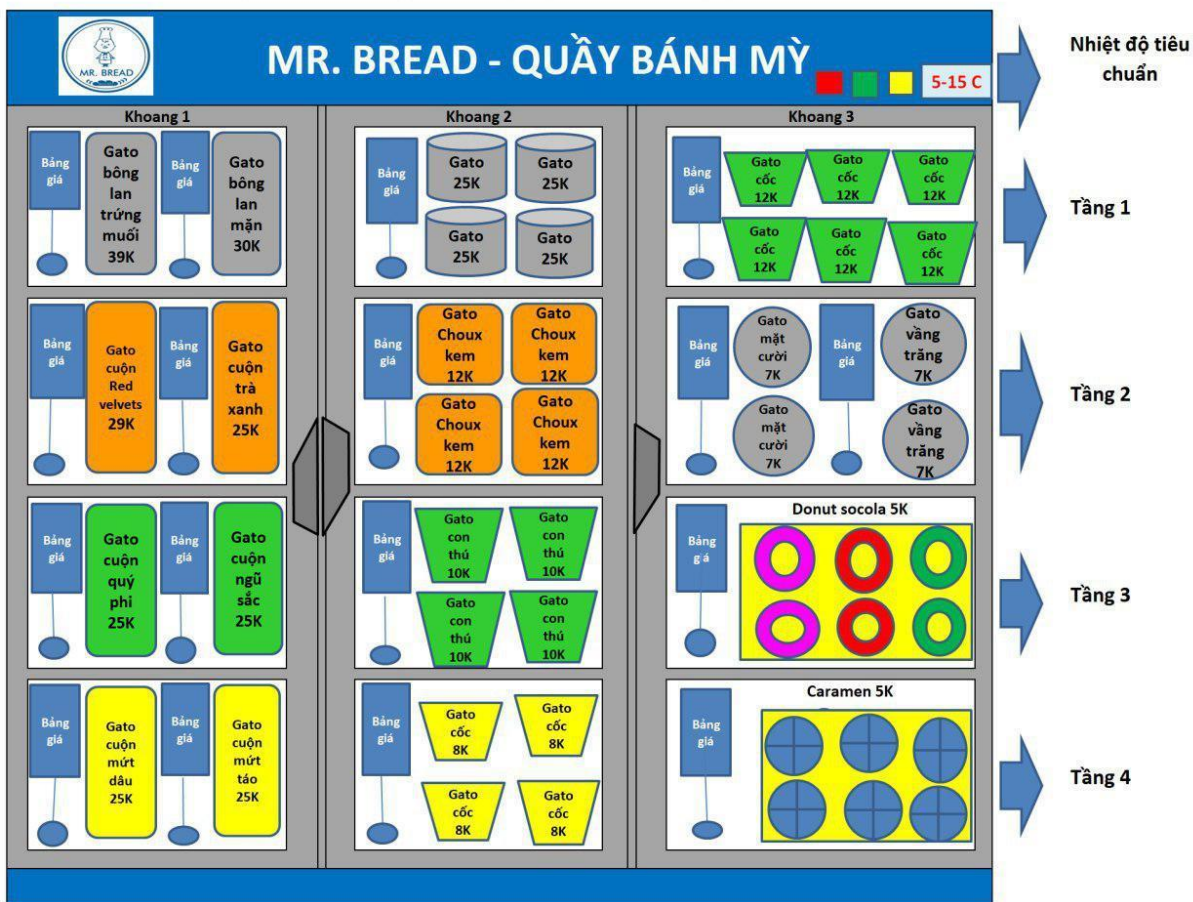
+ Kệ bánh mận:

LAYOUT QUY CHUẨN TRƯNG BÀY KỆ BÁNH MẶN



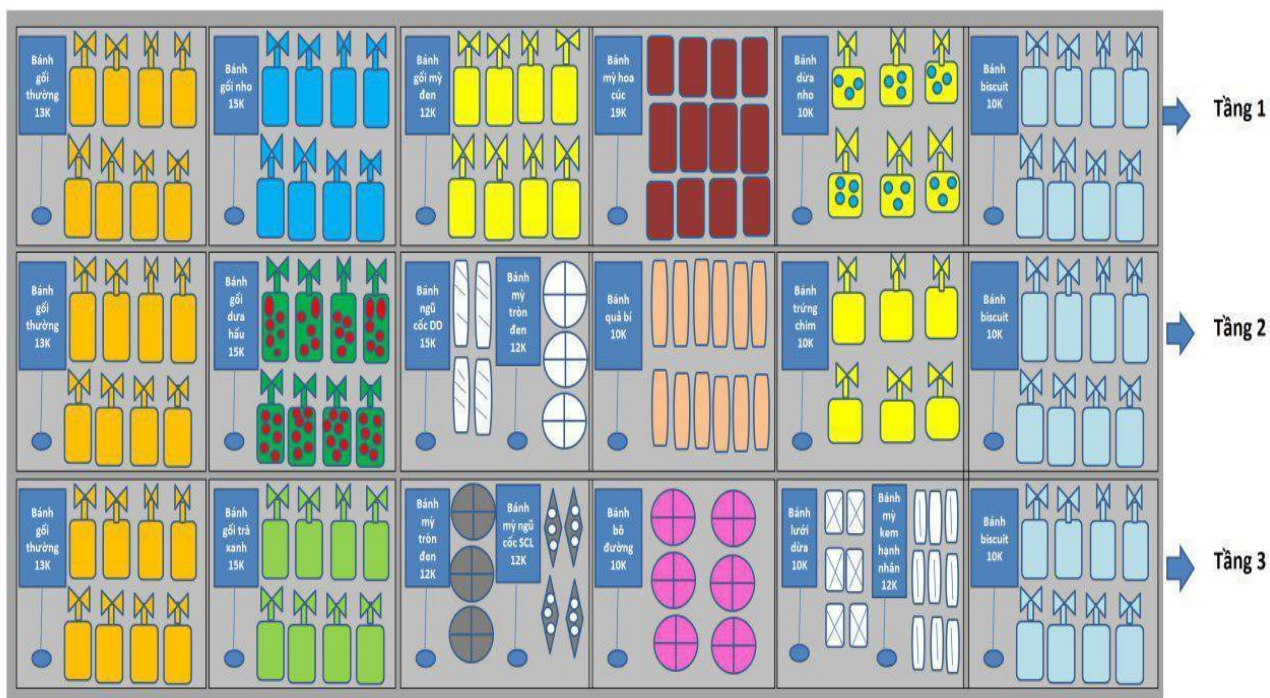
+ Tủ gato:

LAYOUT QUY CHUẨN TRƯNG BÀY TỦ GATO

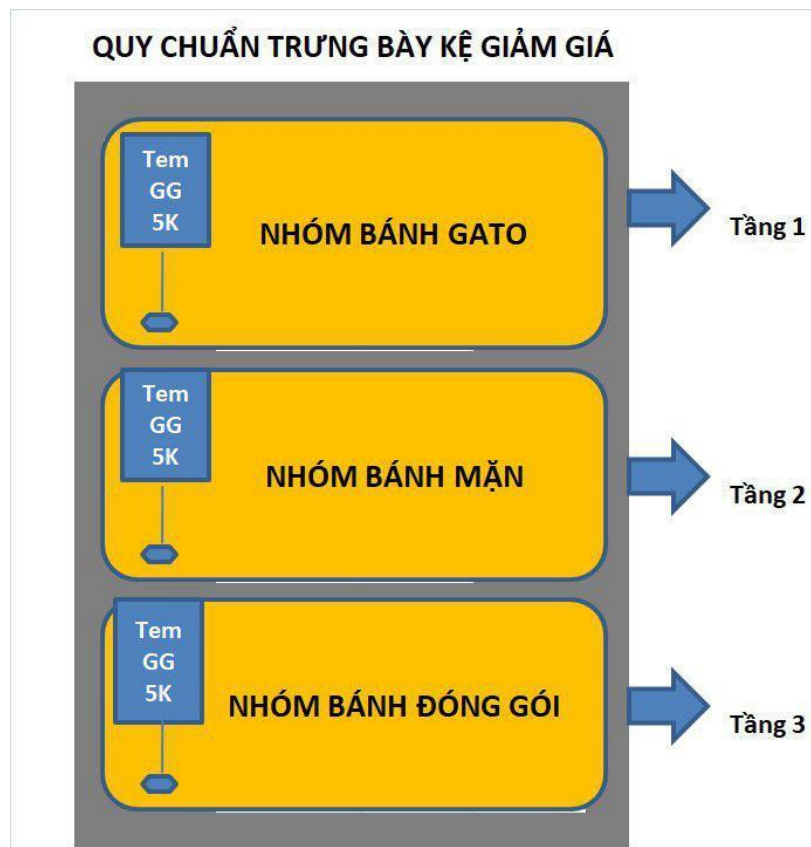


+ Kệ bánh đóng túi:

LAYOUT QUY CHUẨN TRƯNG BÀY KỆ BÁNH ĐÓNG TÚI (BÁNH NGỌT)



+ Kệ bánh giảm giá:

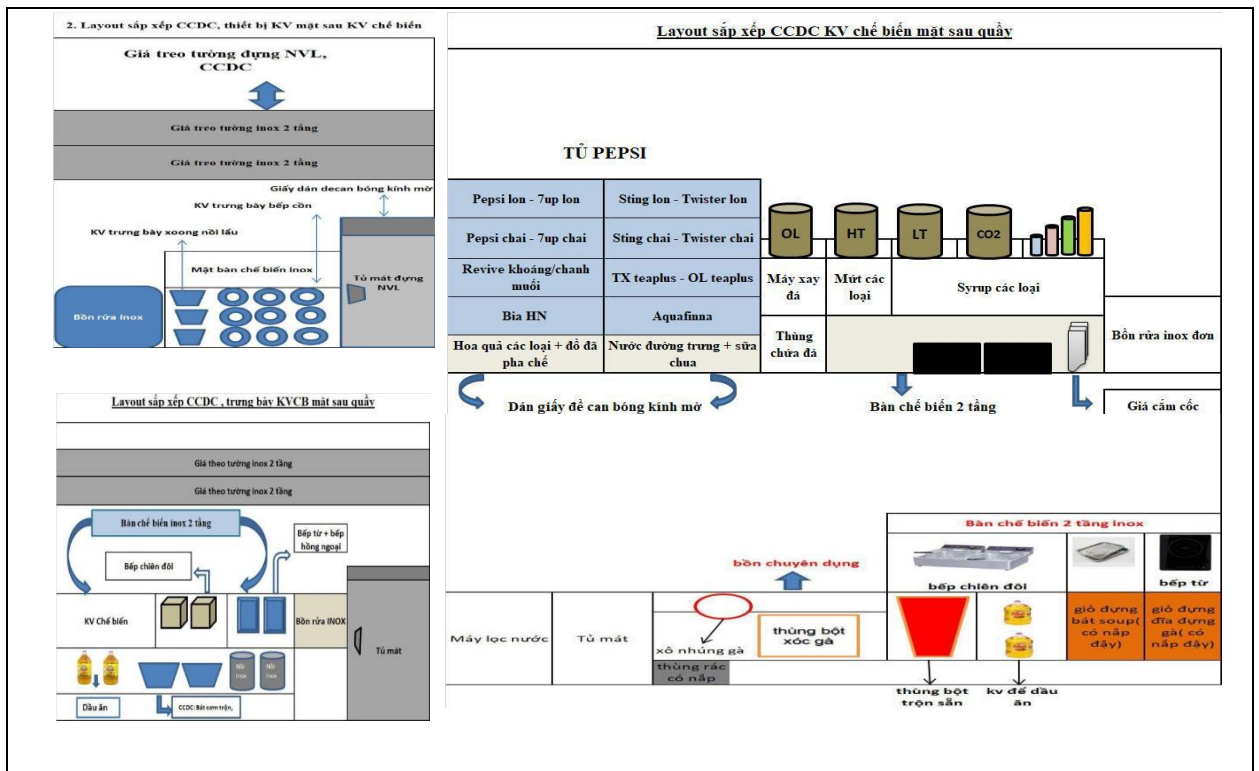


+ Kệ sản phẩm trưng bày chéo:

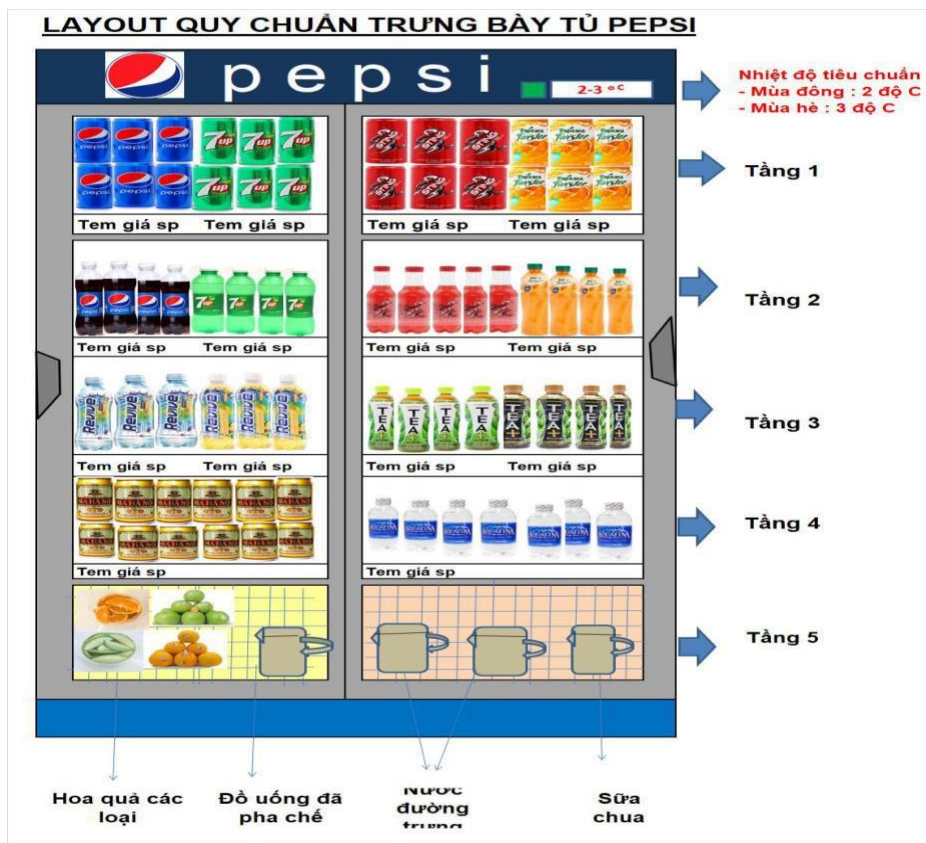
LAYOUT QUY CHUẨN SẮP XẾP, TRƯNG BÀY CHÉO - QUẦY BAKERY

			
TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP
			
TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP
			
TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP	TEM KỆ SP

c. Mô hình trưng bày quầy food city
+ Mô hình tổng thể quầy food city



+ Mô hình trưng bày tủ nước ngọt



CÂU HỎI ÔN TẬP

- Câu 1: Hãy cho biết các thiết bị dùng trong trưng bày hàng thực phẩm?
Câu 2: Nêu nguyên tắc trưng bày hàng thực phẩm?
Câu 3: Trình bày quy trình trưng bày hàng thực phẩm?
Câu 4: Hãy cho biết các thiết bị dùng trong trưng bày hàng gia dụng?
Câu 5: Nêu nguyên tắc trưng bày hàng gia dụng?
Câu 6: Trình bày quy trình trưng bày hàng gia dụng?

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

- Sơ lược về siêu thị tổng hợp
 - + Khái niệm
 - + Cơ cấu ngành hàng cơ bản trong siêu thị tổng hợp
- Trưng bày hàng hóa các ngành hàng cơ bản trong siêu thị
 - + Trưng bày hàng thực phẩm
 - + Trưng bày hàng gia dụng
 - + Trưng bày hóa mỹ phẩm
 - + Trưng bày ngành hàng thời trang
 - + Trưng bày ngành hàng Bakery – food

CHƯƠNG 3

TRUNG BÀY HÀNG HÓA TRONG SIÊU THỊ CHUYÊN DOANH

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 3 hướng dẫn học sinh tìm hiểu tổng quan về trưng bày hàng hóa trong siêu thị tổng hợp như: khái niệm, cơ cấu ngành hàng. Trưng bày hàng hóa các ngành hàng trong siêu thị như: sách, điện máy. Qua đó giúp người học nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của trưng bày trong quản lý và bán hàng siêu thị.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nắm vững các kiến thức cơ bản về trưng bày hàng hóa trong siêu thị tổng hợp. Hiểu được quy trình trưng bày hàng hóa các ngành hàng trong siêu thị tổng hợp.

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng thành thục kiến thức cơ bản về trưng bày trong siêu thị chuyên doanh

- Kỹ năng sắp xếp tổng quan từng ngành hàng

- Nâng cao kỹ năng sử dụng các thiết bị trưng bày tại các siêu thị chuyên doanh

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 siêu thị 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 3

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, Làm mẫu); yêu cầu người học thực hành và trả lời các câu hỏi tình huống (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ nội dung thực hành.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 3

- 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 hàng hóa liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 3

- 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: Tự luận)

+ Kiểm tra định kỳ: 1 điểm kiểm tra (hình thức: kiểm tra tự luận)

NỘI DUNG

1. Sơ lược về siêu thị chuyên doanh

1.1. Khái niệm

Siêu thị chuyên doanh là siêu thị bán một hay một số loại hàng hoá của một ngành nào đó.

Ví dụ: Một số loại siêu thị chuyên doanh như siêu thị thực phẩm, siêu thị rượu, siêu thị trái cây, siêu thị sách, siêu thị giày, siêu thị máy tính, siêu thị địa ốc, siêu thị vật liệu xây dựng, siêu thị điện thoại di động....

1.2. Đặc điểm siêu thị chuyên doanh

- Siêu thị chuyên doanh cung cấp các loại hàng hoá có tính chuyên sâu cao, có tính đặc thù của ngành hàng mà không một ngành hàng nào có thể cung cấp.

- Nhiều sản phẩm cùng chủng loại được bày bán tại siêu thị với số lượng phong phú, mẫu mã đa dạng.

- Nhiệm vụ tư vấn, hỗ trợ khách hàng được chú trọng. Khách hàng được nhân viên tư vấn, hướng dẫn tận tình...

2. Trưng bày hàng hoá tại một số siêu thị chuyên doanh

2.1. Siêu thị kinh doanh điện máy

2.1.1. Kiến thức cơ bản về ngành hàng

a. Khái niệm

Mặt hàng điện máy là một thuật ngữ chỉ những thiết bị, vật dụng được vận hành nhờ điện năng phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt, giải trí hoặc thông tin liên lạc của các tổ chức, cá nhân.

b. Phân loại

+ Ngành hàng Điện tử - bao gồm 4 nhóm:

- Điện thoại & phụ kiện: điện thoại, máy tính bảng, ốp lưng, pin sạc dự phòng, sim, gậy chụp hình...

- Thiết bị điện tử: Tivi, android tivi box, tai nghe, thiết bị âm thanh, đồng hồ thông minh, thiết bị game...

- Máy tính & laptop: laptop, máy tính bàn, linh kiện máy tính, chuột bàn phím, thiết bị mạng...

- Camera: máy ảnh, camera, thẻ nhớ, dụng cụ hỗ trợ chụp hình...

+ Ngành hàng Điện gia dụng bao gồm:

- Nhóm hàng nhà bếp: bếp điện, bếp từ, lò nướng, lò vi sóng, máy rửa bát...

- Nhóm hàng giặt là: máy giặt, máy sấy quần áo, bàn là

- Nhóm hàng điện lạnh: tủ lạnh, điều hoà, máy tạo độ ẩm...

- Nhóm hàng chiếu sáng: đèn điện, đèn bàn...

- Các mặt hàng khác.

c. Đặc điểm





- Ngành hàng điện máy gồm các sản phẩm thuộc lĩnh vực công nghệ và kỹ thuật, đòi hỏi nhân viên bán hàng am hiểu về đặc tính kỹ thuật cũng như các thương hiệu khác nhau để tư vấn cho khách hàng.


- Sản phẩm điện tử luôn được đổi mới từng ngày để đáp ứng được nhu cầu và sở thích của người mua. Vòng đời sản phẩm ngắn: Một sản phẩm sẽ khó bán chạy trong thời gian dài.

- Sản phẩm điện gia dụng: Sản phẩm thiết yếu ít biến động về tính năng và mẫu mã qua các năm vì người mua thường quan tâm chủ yếu đến chất lượng, độ bền, độ tiết kiệm điện... Vòng đời sản phẩm dài: Một sản phẩm có thể bán được trong khoảng thời gian lâu hơn.

2.1.2. Thiết bị trưng bày

Tên thiết bị	Đặc điểm	Hình ảnh minh họa
--------------	----------	-------------------

<p>Kệ trưng bày hàng điện máy</p>	<p>Kệ có thiết kế mâm tầng tiện lợi giúp phân chia khoảng cách hợp lý để người mua có thể dễ dàng và thuận tiện hơn khi lựa chọn hàng hóa.</p> <p>Khả năng chịu tải trọng cao, trưng bày được nhiều sản phẩm hàng hóa. Không võng và cong vênh trong quá trình sử dụng.</p> <p>Kệ có kết cấu lắp ghép, dễ dàng trong việc di chuyển, tháo lắp và thay đổi khoảng cách mâm tầng.</p> <p>Gồm các mẫu: kệ lưng lưới, tôn lỗ, kệ sắt V lỗ.</p>	 
<p>Tủ kính trưng bày điện thoại, phụ kiện</p>	<p>Tủ gỗ ép MDF hoặc nhựa để trưng bày điện thoại, được thiết kế theo phong cách hiện đại, sáng tạo, công năng tốt, tủ được chia thành nhiều ngăn, nhiều khoang với mục đích trưng bày được nhiều sản phẩm điện thoại thuộc các dòng, thương hiệu khác nhau.</p> <p>Tủ được thiết kế cửa kính lùa trong suốt, có hệ thống chiếu sáng làm nổi bật sản phẩm.</p>	
<p>Kệ trưng bày tủ lạnh, máy giặt</p>	<p>Kệ có thiết kế 01 tầng, khả năng chịu tải trọng cao để trưng bày các sản phẩm có trọng lượng lớn như tủ lạnh, máy giặt...</p>	

<p>Kệ giữa cửa hàng</p>	<p>Kệ đặt giữa cửa hàng thường có chiều cao vừa phải giúp không gian cửa hàng luôn liền mạch. Bên cạnh đó, các loại kệ được các cửa hàng máy tính hiện nay thường là dạng kết hợp bàn trải nghiệm cho khách hàng thuận tiện xem và kiểm tra máy.</p> <p>Kệ thường làm bằng chất liệu gỗ sơn trắng bày laptop, điện thoại ở giữa cửa hàng</p>	

2.1.3. Nguyên tắc trưng bày hàng điện máy

a. Nguyên tắc trưng bày tổng thể siêu thị

+ Phân chia các khu trưng bày sản phẩm

Phân chia các sản phẩm thành những khu riêng biệt theo nhóm hàng, ngành hàng, thương hiệu, những sản phẩm giống nhau hoặc tương tự nhau sẽ được sắp xếp thành một khu. Bao gồm:

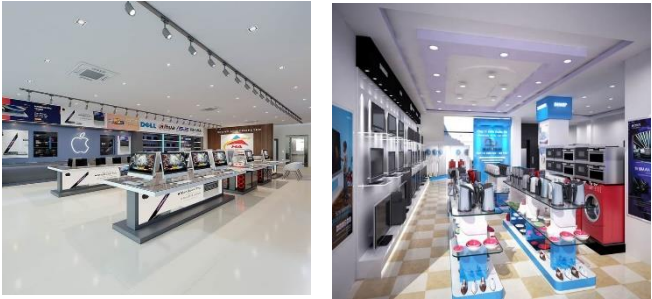


- Sản phẩm điện tử: nhóm bao gồm các sản phẩm như tivi, loa đài, đầu DVD được sắp xếp liền kề. Phân chia tivi thành một góc riêng, tiếp đến là loa đài, đầu DVD,... Tương tự là nhóm điện thoại và phụ kiện, nhóm máy tính, máy in, máy chiếu...

- Sản phẩm điện gia dụng: nhóm đồ dùng nhà bếp như nồi cơm điện, lò vi sóng, lò nướng,... hoặc nhóm điện lạnh điều hòa, tủ lạnh,... được đặt riêng ở một khu.

+ Lựa chọn màu sắc thiết kế siêu thị điện máy và đồng bộ thương hiệu.

b. Nguyên tắc trưng bày trên kệ

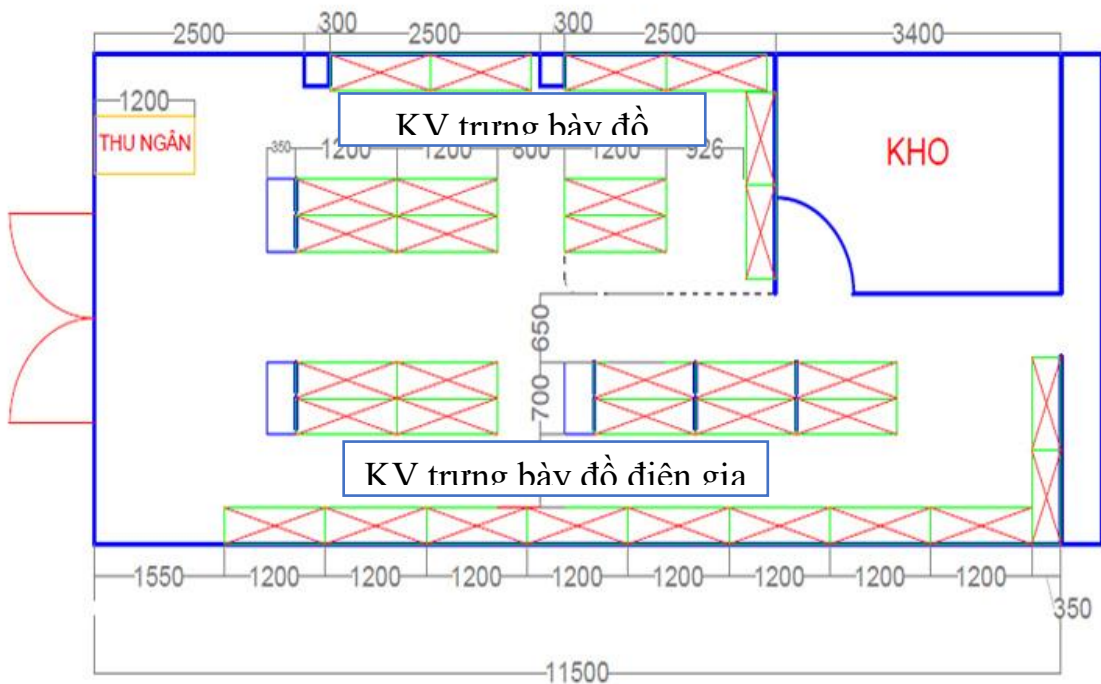
STT	Nguyên tắc	Hình ảnh minh họa
-----	------------	-------------------

1	<p>Mỗi sản phẩm được đặt riêng theo nhãn hiệu, theo chủng loại để khách hàng dễ phân biệt.</p> <p>Ví dụ: Tivi LG được xếp thành một khu riêng với kích thước tăng dần từ 32 inch, ...</p>	
2	<p>Sản phẩm đang khuyến mãi cần được bố trí trưng bày ở vị trí mặt tiền, đúng tầm mắt của khách nhằm tạo ấn tượng nổi bật.</p>	
3	<p>Sản phẩm được trưng bày không quá tầm nhìn, nếu sản phẩm có nhiều mẫu mã cần được trưng bày những mẫu mã nổi bật, tránh tình trạng nhồi nhét quá nhiều hàng hóa lên kệ.</p>	

2.1.4. Quy trình trưng bày

Thực hiện theo quy trình chuẩn trong chương 1.

2.1.5. Mô hình trung bày



2.2. Siêu thị kinh doanh sách và văn phòng phẩm

2.2.1. Kiến thức cơ bản về ngành hàng

a. Khái niệm

Sách là sản phẩm trí tuệ của con người, được tích lũy thông qua những kiến thức thực tiễn, nền văn hóa, lịch sử của các dân tộc trên thế giới. Sách không chỉ cung cấp nguồn kiến thức phục vụ cho quá trình học tập và làm việc, ngoài ra sách còn được coi là một phương thức giải trí cho con người sau những khoảng thời gian làm việc căng thẳng.

Văn phòng phẩm được hiểu đơn giản là tất cả các vật dụng, sản phẩm, vật tư được sử dụng phục vụ cho các hoạt động văn phòng. Một số mặt hàng VPP phổ biến như giấy in (giấy photocopy), tập vở, sổ kế toán, các loại bút bi/bút xóa, ghim kẹp, kẹp file,...

b. Phân loại

+ Sách các loại:

- Sách Chính trị – pháp luật;
- Sách Khoa học công nghệ – Kinh tế;
- Sách Văn học nghệ thuật;
- Sách Văn hóa xã hội – Lịch sử;
- Sách Giáo khoa các lớp, Giáo trình;
- Sách Truyện, tiểu thuyết;

- Sách Tâm lý, tâm linh, tôn giáo;
- Sách Sách thiếu nhi.

+ Văn phòng phẩm

- Các loại giấy: giấy copy A4, giấy note, giấy in hóa đơn, chứng từ bán hàng, tem sản phẩm cho bộ phận kế toán, bán hàng.
- Các loại sổ: sổ sách kế toán và các loại sổ văn phòng mà mọi công ty đều cần đến. Các loại sổ sách dành cho kế toán, sổ văn phòng...
- Folder đựng tài liệu
- Bút: bút bi, bút chì, bút nhớ, bút bấm bàn, bút xóa. Ngoài ra còn các loại bút dạ, bút laser sử dụng trong các cuộc họp hoặc khi thuyết trình.
- Các vật dụng văn phòng phẩm khác: kệ đựng hồ sơ, hộp đựng name card, kéo, thước kẻ, bấm ghim, kẹp bướm, bấm lỗ, băng keo, hồ dán, máy tính tay, dụng cụ vệ sinh văn phòng...
- Đồ dùng học sinh, đồ chơi trẻ em: cặp, balo, hộp đồ chơi...

c. Đặc điểm của mặt hàng sách và văn phòng phẩm

- Số lượng tên hàng rất lớn, thuộc nhiều loại sản phẩm, có kiểu dáng, mẫu mã, nhiều thương hiệu khác nhau.

- Tuy hàng văn phòng phẩm thường có giá trị thấp song kích cỡ sản phẩm không quá lớn, nhiều sản phẩm rất nhỏ vì vậy khó khăn trong công tác trưng bày, bảo quản.

- Đối tượng khách hàng chính là học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng, hay các công ty doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng văn phòng phẩm.

2.2.2. Thiết bị trưng bày sách và văn phòng phẩm

Tên thiết bị	Đặc điểm	Hình ảnh minh họa
--------------	----------	-------------------

<p>Kệ trưng bày văn phòng phẩm</p>	<p>Kệ được lắp ráp từ các chi tiết rời để dễ di chuyển, bố trí trong cửa hàng.</p> <p>Chất liệu làm kệ thường là gỗ, nhựa, inox, kim loại... Kệ kim loại được sơn tĩnh điện hai lớp, không độc hại với người dùng, chống oxy hóa. Kệ luôn sáng bóng, không bị hao mòn và làm nổi bật sản phẩm trưng bày. Đối với kệ gỗ sẽ được sơn phủ chống mối mọt, ẩm mốc.</p> <p>Kệ cũng có nhiều mức tải trọng khác nhau tùy nhu cầu khách hàng. Thông thường mức tải trọng của kệ văn phòng phẩm là 50 – 80kg/tầng. Kích thước tầng cũng rất đa dạng, có thể điều chỉnh để trưng bày nhiều loại sản phẩm như sách, cặp, túi, sổ...</p>	
<p>Tủ kính trưng bày văn phòng phẩm</p>	<p>Tủ có khung gỗ (được làm bằng gỗ công nghiệp) hoặc khung nhôm chắc chắn, mặt trên và xung quanh là kính, dùng để trưng bày các mặt hàng có kích cỡ nhỏ như đồng hồ, bút máy, mắt kính,...thường đặt ở vị trí đầu và giữa siêu thị hoặc trong quầy thu ngân</p>	

2.2.3. Nguyên tắc trưng bày sách và văn phòng phẩm

STT	Nội dung	Hình ảnh minh họa
-----	----------	-------------------

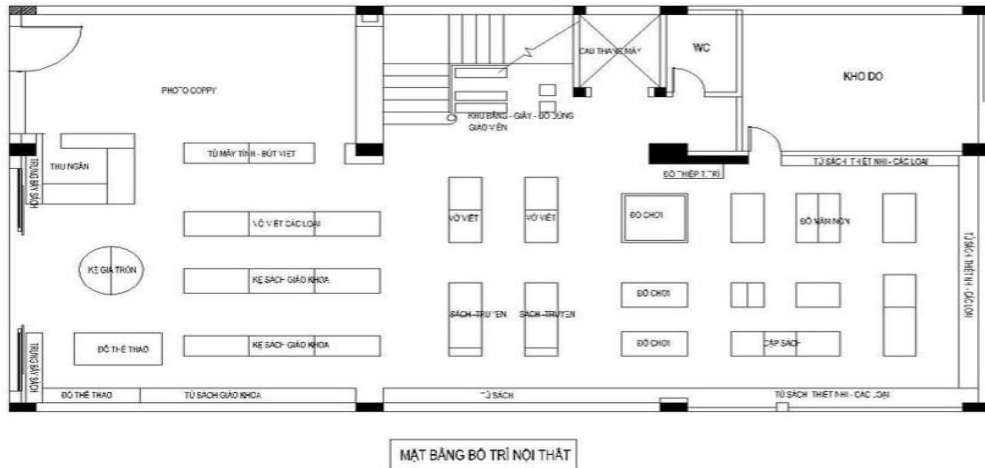
<p>1</p>	<p>- Mỗi giá sách cách nhau tầm 1.5-2m cho dễ dịch chuyển và đi lại.</p> <p>- Bố trí 2 dãy 2 bên chạy dài dọc tường, một dãy đặt ngang ở phía sau và các giá còn lại chạy dọc ở giữa song song nhau và song song với 2 dãy 2 bên.</p>	
<p>2</p>	<p>- Phân chia khu vực theo nhóm sản phẩm, mỗi khu vực có biển hiệu đề rõ ràng.</p> <p>- Các mặt hàng có công dụng gần giống nhau và có liên quan tới nhau nên để gần nhau trong cùng một khu vực cho dễ tìm.</p> <p>Ví dụ như các loại đồ dùng học tập như vở, sổ, các loại bút, giấy nhớ,...thì nên để cạnh nhau trong cùng 1 khu vực.</p> <p>- Các mặt hàng cần phải được trưng bày theo tỷ lệ cân đối. Các mặt hàng có tỷ lệ như sau, tùy vào diện tích của cửa hàng mà nên tinh chỉnh tỷ lệ cho phù hợp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sách giáo khoa, sách tham khảo.... chiếm diện tích: 50% • Bút viết, đồ dùng học sinh 7% • File bìa hồ sơ & đồ dùng văn phòng 8% • Quà lưu niệm: 20% • Đồ chơi trẻ em & mặt hàng khác: 15% 	

<p>3</p>	<p>Sản phẩm khuyến mãi được trưng bày khu vực riêng, thường ở đầu dãy.</p>	
<p>4</p>	<p>- Gọn gàng, sạch sẽ, tiện lợi: Giúp cho người mua dễ tìm nhất.</p>	

2.2.4. Quy trình trưng bày

Thực hiện trưng bày theo quy trình chung ở chương 1.

2.2.5. Mô hình trưng bày siêu thị sách và văn phòng phẩm



CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1: Trình bày khái niệm và đặc điểm của siêu thị chuyên doanh?

Câu 2: Hãy cho biết các nguyên tắc trong trưng bày tại siêu thị sách?

Câu 3: Hãy trình bày các vật liệu sử dụng trong trưng bày tại các siêu thị điện máy?

Câu 4: Siêu thị điện máy có quy trình trưng bày hàng hóa như thế nào?

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

- Sơ lược về siêu thị chuyên doanh
 - + Khái niệm
 - + Đặc điểm siêu thị chuyên doanh
- Trưng bày hàng hoá tại một số siêu thị chuyên doanh
 - + Siêu thị kinh doanh điện máy
 - + Siêu thị kinh doanh sách và văn phòng phẩm

CHƯƠNG 4

MÃ SỐ, MÃ VẠCH VÀ BẢNG GIÁ CỦA HÀNG HÓA TRONG SIÊU THỊ

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Chương 4 hướng dẫn học sinh tìm hiểu tổng quan về mã số, mã vạch và cách xây dựng bảng giá. Qua đó giúp người học nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của hệ thống mã số, mã vạch trong quản lý và bán hàng siêu thị.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nắm vững các kiến thức cơ bản về mã số mã vạch và bảng giá hàng hóa trong siêu thị. Từ đó giúp phân loại và quản lý hàng hóa hiệu quả.

2. Về kỹ năng:

- Vận dụng thành thạo kiến thức cơ bản về mã số, mã vạch

- Kỹ năng nhận diện hàng hóa qua mã số, mã vạch

- Nâng cao kỹ năng phân loại và kiểm tra hàng hóa qua mã số, mã vạch

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 siêu thị 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 4

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, Làm mẫu); yêu cầu người học thực hành và trả lời các câu hỏi tình huống (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 4) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ nội dung thực hành.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 4

- 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 hàng hóa liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 4

- 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: Tự luận)

+ Kiểm tra định kỳ: 1 điểm kiểm tra (hình thức: kiểm tra tự luận

NỘI DUNG

1. Mã số, mã vạch của hàng hóa

1.1. Mã số của hàng hoá

a. Khái niệm

Trong kinh doanh thương mại sử dụng hệ thống mã số và mã vạch để xác định một hàng hóa cụ thể, phân biệt với những hàng hóa khác. **Mã số hàng hóa là con số duy nhất đặc trưng cho một loại hàng hóa**

Bản thân mã số là một dãy số đại diện cho hàng hóa không liên quan đến đặc điểm của hàng hóa, nó không phải là số phân loại hay chất lượng của hàng hóa, trên mã số cũng không ghi giá cả của hàng hóa.

b. Hệ thống mã số hàng hóa

Hiện nay trong kinh doanh thương mại trên toàn thế giới chủ yếu áp dụng 2 hệ thống mã số hàng hóa sau:

- Hệ thống UPC (Universal Product Code) được sử dụng từ năm 1970 và hiện vẫn đang sử dụng ở Mỹ và Canada

- Hệ thống EAN (European Article Number) được sử dụng từ năm 1974 ở châu Âu và sau đó được áp dụng ở hầu hết các nước trên thế giới.

Từ 1/1/2005 chuyển sang sử dụng thống nhất hệ thống EAN

* **Cấu tạo mã số theo hệ thống EAN:** Có 2 loại là EAN-8 (sử dụng 8 con số) và EAN- 13 (sử dụng 13 con số)



EAN 13



EAN 8

+ Hệ thống EAN-13:

- 3 số đầu là mã quốc gia
- 4 số tiếp theo là mã doanh nghiệp
- 5 số sau tiếp là mã mặt hàng
- Số cuối cùng là mã kiểm tra



+ Hệ thống EAN-8: Chỉ sử dụng trên những sản phẩm có kích thước nhỏ, không đủ chỗ ghi mã EAN-13 (như thỏi son môi, chiếc bút chì...)

- 3 số đầu là mã quốc gia
- 4 số sau là mã mặt hàng
- Số cuối cùng là số kiểm tra

00 - 13 USA and Canada	50 Great Britain	627 Kuwait	80 - 83 Italy
20 - 29 internal use	520 Greece	628 Saudi-Arabien	84 Spain
30 - 37 France	528 Lebanon	629 United Arab Emirates	850 Cuba
380 Bulgaria	529 Cyprus	64 Finland	858 Slovakia
383 Slovenia	531 Macedonians	690 - 695 China	859 Czech Republic
385 Croatia	535 Malta	70 Norway	860 Yugoslavia
387 Bosnia-Herzegovina	539 Ireland	729 Israel	867 Nord-Korea
400 - 440 Germany	54 Belgium and Luxembourg	73 Sweden	869 Turkey
45 + 49 Japan	560 Portugal	740 - 745 Central America (Guatemala, el Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panama)	87 Netherlands
460 - 469 Russia	569 Iceland	746 Dominican Republic	880 South Korea
471 Taiwan	57 Denmark	750 Mexico	885 Thailand
474 Estonia	590 Poland	759 Venezuelas	888 Singapore
475 Latvia	594 Rumania	76 Switzerland and Liechtenstein	890 India
476 Aserbeidjan	599 Hungary	770 Colombia	893 Vietnam
477 Lithuania	600, 601 South Africa	773 Uruguay	899 Indonesia
478 Usbekistan	608 Bahrein	775 Peru	90, 91 Austria
479 Sri Lanka	609 Mauritius	777 Bolivia	93 Australia
480 Philippines	611 Morocco	779 Argentina	94 New Zealand
481 Belorussia	613 Algeria	780 Chile	955 Malaysia
482 Ukraine	616 Kenya	784 Paraguay	958 Makao
484 Moldawien	619 Tunisia	786 Ecuador	977 Magazines (ISSN)
485 Armenien	621 Syria	789 - 790 Brazil	978 - 979 Books (ISBN)
486 Georgien	622 Egypt		980 Refund receipts
487 Kazakhstans	624 Lybien		981 - 982 Common Currency Coupons
489 Hong Kong	625 Jordan		990 - 999 Coupons
	626 Irans		

Bảng mã theo quốc gia

c. Cách tính số kiểm tra

Số kiểm tra là số thứ 13 của EAN-13 hoặc số thứ 8 của EAN-8. Nó không phải là một số tùy ý mà phụ thuộc vào 12 số (hoặc 7 số) đứng trước đó và được tính theo quy tắc sau:

- Lấy tổng tất cả các số ở vị trí lẻ (1,3,5,7,9,11) Tổng này nhân với 3 được một số A.
- Lấy tổng tất cả các số ở vị trí chẵn (2,4,6,8,10,12). Được một số B.
- Lấy tổng của A và B được số A+B.
- Lấy phần dư trong phép chia của A+B cho 10, gọi là số x. Nếu số dư này bằng 0 thì số kiểm tra bằng 0, nếu nó khác 0 thì số kiểm tra là phần bù (10-x) của số dư đó.

Số kiểm tra được thêm vào cuối chuỗi số có 12 chữ số (hoặc 7 số) ban đầu tạo ra chuỗi số EAN-13 có 13 chữ số (hoặc EAN-8 có 8 chữ số). Tuy nhiên, trong thực tế sản xuất mã vạch, số này đã được thêm vào cuối chuỗi, nhưng các phần mềm in ấn mã vạch nên có phần kiểm tra lại số này trước khi in, nhằm tránh các sai lầm do sai sót dữ liệu.

1.2. Mã vạch của hàng hoá

a. Khái niệm

Mã vạch là một nhóm các vạch và khoảng trống song song đặt xen kẽ dùng để thể hiện mã số dưới dạng máy quét có thể đọc được. Mã vạch thể hiện mã số EAN gọi là mã vạch EAN.

Trong mã vạch EAN, mỗi con số được thể hiện bằng hai vạch và hai khoảng trống theo ba phương án khác nhau (Set A, B, C). Mỗi mã vạch hay khoảng trống có chiều rộng từ 1 đến 4 môđun. Như vậy mã vạch EAN thuộc loại mã đa chiều rộng, mỗi môđun có chiều rộng tiêu chuẩn là 0,33 mm.

b. Tính chất

Mã vạch EAN là loại mã vạch sử dụng riêng để thể hiện mã số EAN. Mã vạch EAN có những tính chất sau đây:

- Chỉ thể hiện các con số (từ 0 đến 9) với chiều dài cố định (13 hoặc 8 con số)
- Là mã đa chiều rộng, tức là mỗi vạch (hay khoảng trống) có thể có chiều rộng từ 1 đến 4 môđun. Do vậy, mật độ mã hoá cao nhưng độ tin cậy tương đối thấp, đòi hỏi có sự chú ý đặc biệt khi in mã.

c. Cấu tạo

Mã vạch EAN có cấu tạo như sau: Kể từ bên trái, khu vực để trống không ghi ký hiệu nào cả, ký hiệu bắt đầu, ký hiệu dãy số bên trái, ký hiệu phân cách, ký hiệu dãy số bên phải, số kiểm tra, ký hiệu kết thúc, sau đó là khoảng trống bên phải. Toàn bộ khu vực mã vạch EAN-13 tiêu chuẩn có chiều dài 37,29 mm và chiều cao là 25,93mm.

Mã vạch EAN-8 có cấu tạo tương tự nhưng chỉ có chiều dài tiêu chuẩn là 26,73mm và chiều cao 21,31mm.






2. Bảng giá hàng hoá



2.1. Khái niệm

Bảng giá siêu thị hay khung bảng giá siêu thị là vật phẩm để thể hiện, niêm yết giá tại khu vực trưng bày hàng hóa bán trong siêu thị, của hàng nhằm thể hiện được giá niêm yết tại thời điểm bán cho khách hàng dễ dàng quan sát thấy giá cả hàng hóa và đưa ra quyết định mua hàng nhanh chóng.

Tùy từng khu vực và chủng loại hàng hóa trưng bày mà có thể dùng các loại khung bảng giá phù hợp.

2.2. Các loại bảng giá

Loại bảng giá	Công dụng	Quy cách	Hình ảnh minh họa																									
- Bảng giá rẻ nhất a3	Sử dụng trưng bày ở ụ, đảo, đầu tường km. Tem trắng biểu thị km có hàng tặng kèm; tem vàng biểu thị km giảm giá.	Chất liệu nhựa và mica. <table border="1"> <thead> <tr> <th>TIÊU ĐỀ</th> <th>SIZE</th> <th>FONT CHỮ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tên sản phẩm</td> <td>60</td> <td rowspan="4">Arial</td> </tr> <tr> <td>Giá bán KM</td> <td>GẠCH CHÂN 36</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Số giá KM</td> <td>Trước 260</td> </tr> <tr> <td>Sau 150</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Hiện thị KM</td> <td>SP KM 36</td> </tr> <tr> <td>trị giá hàng KM 100</td> </tr> <tr> <td>Thời gian áp dụng</td> <td>28</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> Có cột dựng và chân đế.	TIÊU ĐỀ	SIZE	FONT CHỮ	Tên sản phẩm	60	Arial	Giá bán KM	GẠCH CHÂN 36	Số giá KM	Trước 260	Sau 150	Hiện thị KM	SP KM 36	trị giá hàng KM 100	Thời gian áp dụng	28										
TIÊU ĐỀ	SIZE	FONT CHỮ																										
Tên sản phẩm	60	Arial																										
Giá bán KM	GẠCH CHÂN 36																											
Số giá KM	Trước 260																											
	Sau 150																											
Hiện thị KM	SP KM 36																											
	trị giá hàng KM 100																											
Thời gian áp dụng	28																											
Bảng giá rẻ nhất a4.	Sử dụng trưng bày ở ụ, đảo, không thuộc lối đi km hoặc mỗi đầu kệ. Tem trắng biểu thị km có hàng tặng kèm; tem vàng biểu thị km giảm giá.	Chất liệu nhựa và mica. Có cột dựng và chân đế. <table border="1"> <thead> <tr> <th>TIÊU ĐỀ</th> <th>SIZE</th> <th>FONT</th> <th>CHÚ Ý</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tên sản phẩm</td> <td>48</td> <td rowspan="4">Arial</td> <td rowspan="2">Gạch chân</td> </tr> <tr> <td>Giá bán</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Giá KM</td> <td>36</td> <td rowspan="2">Gạch chéo</td> </tr> <tr> <td>Thời gian KM</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>Số giá KM</td> <td>120</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Số giá bán</td> <td>45</td> <td></td> </tr> <tr> <td>% giảm giá</td> <td>88</td> <td>Arial (Body)</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	TIÊU ĐỀ	SIZE	FONT	CHÚ Ý	Tên sản phẩm	48	Arial	Gạch chân	Giá bán	18	Giá KM	36	Gạch chéo	Thời gian KM	22	Số giá KM	120		Số giá bán	45		% giảm giá	88	Arial (Body)		
TIÊU ĐỀ	SIZE	FONT	CHÚ Ý																									
Tên sản phẩm	48	Arial	Gạch chân																									
Giá bán	18																											
Giá KM	36		Gạch chéo																									
Thời gian KM	22																											
Số giá KM	120																											
Số giá bán	45																											
% giảm giá	88	Arial (Body)																										

<p>Bảng giá rẻ nhất a6</p>	<p>Sử dụng tại giá kệ, tủ trưng bày.</p> <p>Tem trắng biểu thị km có hàng tặng kèm; Tem vàng biểu thị km giảm giá</p>	<p>Chất liệu Mica.</p> <table border="1" data-bbox="671 286 1031 577"> <thead> <tr> <th>TIÊU ĐỀ</th> <th>SIZE</th> <th>FONT</th> <th>CHÚ Ý</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tên sản phẩm</td> <td>18</td> <td rowspan="7">Arial</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Giá bán</td> <td>11</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Giá KM</td> <td>18</td> <td>Gạch chân</td> </tr> <tr> <td>Thời gian KM</td> <td>12</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Số giá KM</td> <td>72</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Số giá bán</td> <td>22</td> <td>Gạch chéo</td> </tr> <tr> <td>% giảm giá</td> <td>28</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	TIÊU ĐỀ	SIZE	FONT	CHÚ Ý	Tên sản phẩm	18	Arial		Giá bán	11		Giá KM	18	Gạch chân	Thời gian KM	12		Số giá KM	72		Số giá bán	22	Gạch chéo	% giảm giá	28		
TIÊU ĐỀ	SIZE	FONT	CHÚ Ý																										
Tên sản phẩm	18	Arial																											
Giá bán	11																												
Giá KM	18		Gạch chân																										
Thời gian KM	12																												
Số giá KM	72																												
Số giá bán	22		Gạch chéo																										
% giảm giá	28																												
<p>Tem giá cài kệ</p>	<p>Sử dụng cài trên kệ bán hàng.</p> <p>Tem trắng biểu thị km có hàng tặng kèm; Tem vàng biểu thị km giảm giá</p>	<p>Có các loại:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tem quầy, kích thước 4cm X 7cm, do Siêu thị in từ hệ thống. - Tem dán, kích thước 2cm X 4cm, được in bằng phần mềm và máy in chuyên dụng, thường được dán từ kho Trung tâm. 																											

2.3. Quy tắc hiển thị

- Tất cả sản phẩm trên quầy kệ đều bắt buộc phải gắn tem quầy, trừ các sản phẩm ngành hàng Thời trang.
- Dây trưng bày chéo cũng phải hiển thị tem giá quầy.
- Bảng giá A6 - Tem quầy bắt buộc phải nằm bên trái của sản phẩm hoặc ngoài cùng bên trái của mặt hàng.
- Không dán tem mã vạch hoặc tem bàn cân đè lên tem thông tin của NCC hoặc thông tin in trực tiếp trên bao bì sản phẩm.

CÂU HỎI ÔN TẬP

- Câu 1: Hãy trình bày khái niệm và hệ thống mã số mã vạch hàng hóa?
- Câu 2: Trình bày cấu tạo hệ thống mã số mã vạch theo hệ thống EAN?
- Câu 3: Hãy cho biết khái niệm, tính chất và cấu tạo của mã vạch của hàng hóa?
- Câu 4: Trình bày các loại bảng giá hàng hóa?
- Câu 5: Quy tắc hiển thị của các bảng giá tại siêu thị như thế nào?

TÓM TẮT CHƯƠNG 4

- Mã số, mã vạch của hàng hóa

- + Mã số của hàng hoá
- + Mã vạch của hàng hoá

- Bảng giá hàng hoá

- + Khái niệm
- + Các loại bảng giá
- + Quy tắc hiển thị

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Phan Thanh Lâm, *Kỹ năng bán hàng*, NXB Phụ nữ, 2011.
- [2]. TS. Nguyễn Thị Nhiều, *Siêu thị phương thức kinh doanh bán lẻ hiện đại ở Việt Nam*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội, 2016.
- [3]. Nguyễn Ánh Dương, Anh Tuấn, *Nghệ thuật quản lý - marketing - Bán hàng hiện đại*, NXB Thống kê, 2015.