MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU 1

NỘI DUNG 2

I. CƠ SỞ LÝ LUẬN 2

1. Khái niệm kiểm tra 2

2. Phân loại kiểm tra 2

3. Mục đích của kiểm tra 3

4. Quy trình kiểm tra 4

5. Nguyên tắc khi tổ chức công tác kiểm tra 8

6. Bảy nguyên tắc quản trị của giáo sư Koontz và O'Donnell 9

II. NỘI DUNG 12

1. Chức năng kiểm tra có cần thiết trong doanh nghiệp? 12

2. Vận dụng kiểm tra trong quản lý của các doanh nghiệp tại Việt Nam 13

3. Hạn chế trong công tác kiểm tra ở các doanh nghiệp Việt Nam. 14

4. Công tác kiểm tra ở siêu thị Big C 15

3.1. Sơ lược về Big C 15

3.2 Mục tiêu kiểm tra ở Big C 16

3.3 Công tác kiểm tra ở Big C 17

3.3. Những thành tựu đạt được của Big C từ chức năng kiểm tra 21

3.4 Những hạn chế của Big C từ chức năng kiểm tra 21

3. Các giải pháp – hướng khắc phục công tác kiểm tra ở các doanh nghiệp tại Việt Nam 24

KẾT LUẬN VÀ NHẬN XÉT 25

TÀI LIỆU THAM KHẢO 26

LỜI MỞ ĐẦU

Doanh nghiệp là tế bào của xã hội, dù thuộc bất kỳ thành phần kinh tế nào thì doanh nghiệp chính là nguồn cung ứng sản phẩm hàng hóa và dịch vụ, đáp ứng cho nhu cầu về khía cạnh vật chất lẫn tinh thần của xã hội nói chung và người tiêu dùng nói riêng.

Trong quá trình phát triển của một doanh nghiệp, chúng ta không thể không nhắc đến chức năng kiểm tra trong quản trị. Đây là một quá trình hết sức cần thiết, không thể thiếu trong mỗi doanh nghiệp. Sau khi tiến hành các chức năng hoạch định, tổ chức, lãnh đạo thì mô hình hoạt động của doanh nghiệp vẫn chưa hoàn hảo. Do vậy nhà quản trị cần phải đo lường thực hiện các kế hoạch trên thực tế nhằm phát hiện ra các sai lệch và đề ra các biện pháp điều chỉnh để thực hiện các mục tiêu kế hoạch đề ra. Đây được gọi là chức năng kiểm tra trong quản trị. Kiểm tra là cách duy nhất để nhà quản trị biết được họ có đạt được mục tiêu của tổ chức đề ra hay không, cũng như lý do tại sao đạt được hoặc không đạt được.

Kiểm tra trong quản trị của các doanh nghiệp tại Việt Nam nay cũng không phải là mới mẻ nhưng cũng không ít ai hiểu sâu về vấn đề này, chính vì vậy, nhóm 2 xin phép nghiên cứu đề tài: ***"Chức năng kiểm tra trong quản trị và vận dụng trong quản lý các doanh nghiệp tại Việt Nam".*** Đồng thời để làm rõ về vấn đề đó, nhóm 2 đã lấy hệ thống siêu thị Big C để tìm hiểu và phân tích về chức năng quản trị ở siêu thị này một cách cụ thể hơn.

Trong quá trình nghiên cứu và phân tích đề tài trên, nhóm 2 không tránh khỏi những sai sót, mong cô và các nhóm góp ý và bổ sung những thiếu sót để bài tiểu luận của nhóm được hoàn thiện hơn.

Nhóm 2 xin chân thành cảm ơn!!!

NỘI DUNG

I. CƠ SỞ LÝ LUẬN

1. Khái niệm kiểm tra

Kiểm tra là một tiến trình đo lường kết quả thực hiện so sánh với những điều đã được hoạch định, đồng thời sữa chữa và chấn chỉnh những sai lầm để đảm bảo công việc đạt được mục tiêu như kế hoạch hoặc các quyết định đặt ra để đạt được các mục tiêu đã đề ra.

Khi triển khai một kế hoạch, cần phải kiểm tra để dự đoán những tiến độ để phát hiện sự chệch hướng khỏi kế hoạch và đề ra biện pháp khắc phục. Trong nhiều trường hợp, kiểm tra vừa tạo điều kiện đề ra mục tiêu mới hình thành kế hoạch mới, cải thiện cơ cấu tổ chức nhân sự và thay đổi kỹ thuật điều khiển.

Những công cụ kiểm tra trong quản trị là những tỷ lệ, tiêu chuẩn, con số thống kê và các sự kiện cơ bản khác, có thể được biểu diễn bằng các loại hình đồ thị, biểu bảng nhằm làm nổi bật những dữ kiện mà các nhà quản trị quan tâm.

Tóm lại, kiểm tra là chức năng của mọi nhà quản trị, từ nhà quản trị cấp cao đến các nhà quản trị cấp cơ sở trong doanh nghiệp. Mặc dù quy mô của đối tượng kiểm tra và tầm quan trọng của sự kiểm tra thay đổi tùy theo cấp bậc của nhà quản trị, tất cả nhà quản trị đều có trách nhiệm thực hiện các mục tiêu đã đề ra, do đó chức năng kiểm tra là chức năng cơ bản đối với mọi nhà quản trị.

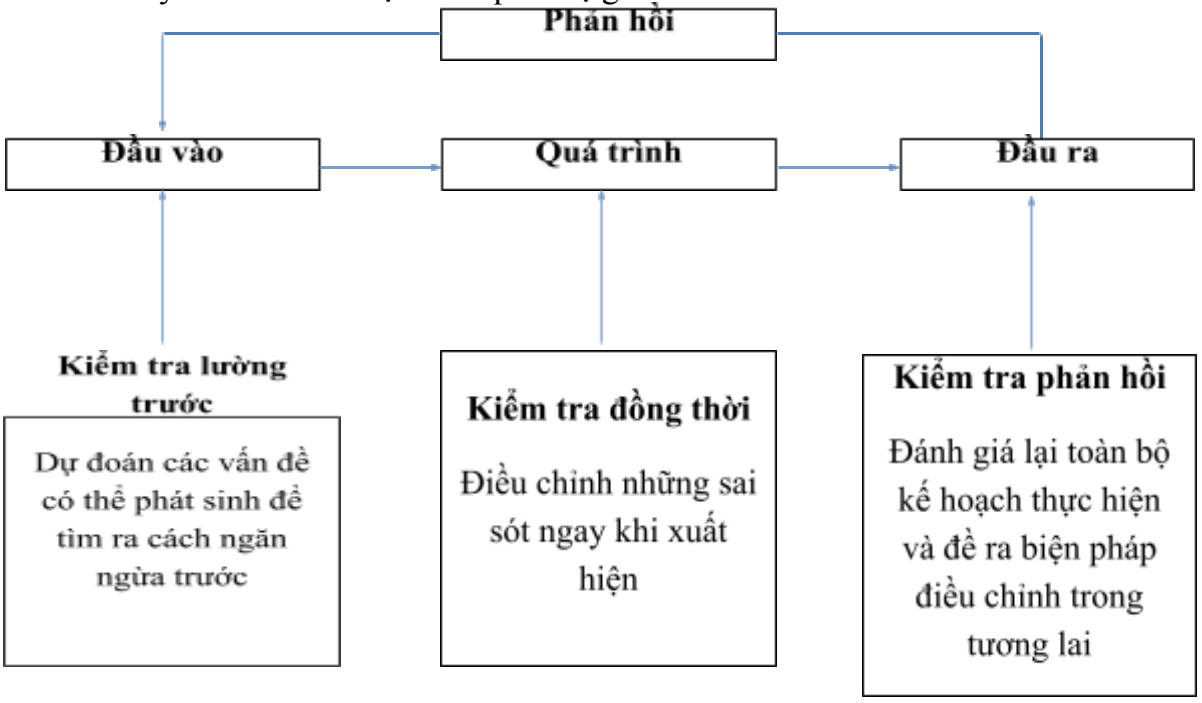
2. Phân loại kiểm tra

Có 3 loại hình kiểm tra: kiểm tra lường trước, kiểm tra trong khi thực hiện (kiểm tra đồng thời) và kiểm tra sau khi thực hiện (kiểm tra phản hồi).

- Kiểm tra lường trước: thực hiện trước khi hoạt động xảy ra, tức là ngăn chặn các vấn đề có thể xảy ra nhằm tránh sai lầm ngay từ đầu thông qua những thông tin từ bên trong và bên ngoài doanh nghiệp để đối chiếu với kế hoạch. Kiểm tra lường trước là hình thức kiểm tra ít tốn chi phí nhưng hiệu quả cao. Càng lên cao, bậc cao thì kiểm tra lường trước càng quan trọng

- Kiểm tra trong khi thực hiện: là trực tiếp theo dõi các diễn biến trong quá trình thực hiện kế hoặc nhằm giảm những trở ngại khó khăn trong khi thực hiện đảm bảo kế hoạch đúng tiến độ.
- Kiểm tra sau khi thực hiện: là đo lường kế quả thực tế đạt được so với kế hoạch ban đầu nhằm đánh giá lại toàn bộ kế hoạch thực hiện và rút ra những kinh nghiệm cho những kế hoạch sau nhưng tốn nhiều thời gian.

Dưới đây là sơ đồ thể hiện mối quan hệ giữa các hình thức kiểm tra



3. Mục đích của kiểm tra

Kiểm tra nhằm mục đích bảo đảm kết quả các hoạt động của doanh nghiệp phù hợp với mục tiêu của tổ chức, bao gồm các chức năng sau:

- Kiểm tra để đảm bảo kết quả đạt được phù hợp với mục tiêu của tổ chức.
- Kiểm tra để bảo đảm các nguồn lực được sử dụng một cách hữu hiệu.
- Kiểm tra sẽ làm sáng tỏ và đề ra những kết quả mong muốn chính xấc hơn theo thứ tự quan trọng.
- Xác định và dự đoán những biến động và những chiều hướng chính.
- Đơn giản hóa các vấn đề ủy quyền, chỉ huy, quyền hành và trách nhiệm.
- Giúp nhà quản trị phác thảo các tiêu chuẩn tường trình, báo cáo rõ ràng, cụ thể, loại bớt những gì quan trọng hay không cần thiết.

- Thông qua việc kiểm tra, nhà quản trị có thể phổ biến những chỉ dẫn cần thiết một cách liên tục để cải tiến việc hoàn thành công việc, tiết kiệm thời gian, công sức của mọi người.
- Phát hiện kịp thời các sai sót và bộ phận chịu trách nhiệm để chấn chỉnh.

4. Quy trình kiểm tra

Quy trình gồm 6 bước:

1. Xác định đối tượng kiểm tra
2. Đề ra các tiêu chuẩn kiểm tra
3. Định lượng kết quả đạt được
4. So sánh kết quả với tiêu chuẩn kiểm tra
5. Làm rõ những sai lệch
6. Các biện pháp khắc phục

Bước 1: **Xác định đối tượng kiểm tra**

Xác định đối tượng kiểm tra thể hiện qua các hình thức kiểm tra:

- ***Kiểm tra chiến lược:*** đánh giá mức độ hiệu quả của chiến lược thường được thực hiện trong quá trình xây dựng và thực hiện chiến lược.
- ***Kiểm tra quản lý:*** là quá trình kiểm tra hoạt động của các bộ phận chức năng, nghiệp vụ, nhằm thúc đẩy các bộ phận này hoàn thành các mục tiêu chiến lược và mục tiêu bộ phận. Loại kiểm tra này phổ biến nhất là việc kiểm kê sổ sách, thu chi các phòng ban...
- ***Kiểm tra tác nghiệp:*** là việc kiểm tra mức độ hoàn thành nhiệm vụ của các nhân viên, thuộc cấp nhằm xác định những thành tích cá nhân, tìm ra những người mẫu điển hình cho doanh nghiệp.

Nội dung của kiểm tra được đề ra:

- ✔ Thành lập bộ phận tiến hành kiểm tra (gồm bao nhiêu người, bao nhiêu đơn vị tham gia)
- ✔ Thời gian và không gian kiểm tra
- ✔ Xác định phương thức kiểm tra (như kiểm tra trực tiếp, kiểm tra gián tiếp, kiểm tra thực tế, kiểm tra sổ sách)

✔ Các yếu tố kiểm tra, bao gồm định tính và định lượng

✔ Chi phí kiểm tra

✔ Thời gian hoàn thành công tác kiểm tra

✔ Báo cáo quá trình kiểm tra, kết quả kiểm tra, các nhận định và đề xuất của bộ phận kiểm tra.

Bước 2: **Đề ra các tiêu chuẩn kiểm tra**

Tiêu chuẩn là các chỉ tiêu thực hiện kế hoạch có thể biểu thị dưới dạng định tính hay định hình, là những chỉ tiêu của nhiệm vụ cần được thực hiện.

Trong hoạt động của một tổ chức, có thể có nhiều loại tiêu chuẩn. Do đó tốt nhất cho việc kiểm tra, các tiêu chuẩn đề ra phải hợp lý và có khả năng thực hiện được trên thực tế. Xây dựng một hệ thống tiêu chuẩn vượt quá khả năng thực hiện rồi sau đó phải điều chỉnh hạ thấp bớt các tiêu chuẩn này là một điều nên tránh ngay từ đầu. Các phương pháp đo lường việc thực hiện cần phải chính xác, dù là tương đối. Một tổ chức tự đặt ra mục tiêu "phải là hàng đầu" nhưng không hề chọn một phương pháp đo lường việc thực hiện nào cả, thì chỉ là xây dựng tiêu chuẩn suông mà thôi..Nó có ý nghĩa quan trọng đối với hiệu quả của công tác kiểm tra: tiêu chuẩn không phù hợp sẽ phản ánh không chính xác thực tế và ngược lại, nếu phù hợp thì việc đo lường sẽ thuận lợi và kết quả phản ánh đúng quá trình thực hiện kế hoạch.

Một số yêu cầu khi đề ra tiêu chuẩn:

✔ Phù hợp với mục tiêu của doanh nghiệp

✔ Luôn luôn có nhiều yếu tố phụ tham gia

✔ Xác định một số tiêu chuẩn kiểm tra định lượng

✔ Tiêu chuẩn kiểm tra phải mang tính bao trùm

✔ Mỗi tiêu chuẩn kiểm tra đều có một định mức riêng phù hợp

✔ Dễ dàng cho việc đo lường

Bước 3: **Định lượng kết quả đạt được**

Trong việc định lượng kết quả hoạt động, vấn đề hết sức quan trọng là phải kịp thời nắm bắt được các thông tin thích hợp. Do đó, nhiệm vụ của nhà quản trị là phải xác định cụ thể những thông tin nào thực sự cần thiết để định lượng và đánh giá kết quả cao.

Các yêu cầu khi đo lường kết quả:

✔ Kết quả phải mang tính hữu ích

✔ Có mức độ tin cậy cao

✔ Kết quả thu được không lạc hậu

Việc định lượng và đánh giá kết quả có thể thực hiện ở một số lĩnh vực sau:

a.. Đánh giá theo chỉ tiêu marketing

Có 5 yếu tố trong marketing chính cần đánh giá và phân tích:

Phân tích doanh số bán hàng, nghĩa là phân tích và so sánh doanh số bán hàng với chỉ tiêu đưa ra. Việc so sánh này nhằm kiểm tra việc thực hiện chiến lược giá của doanh nghiệp.

Phân tích thị phần nhằm xác định vị thế của doanh nghiệp so với các đối thủ cạnh tranh. Việc so sánh thị phần gồm 4 nội dung:

+ Xác định tổng thị phần của doanh nghiệp.

.Thị phần của doanh nghiệp trong thị phần mục tiêu

.So sánh thị phần của doanh nghiệp với thị phần của đối thủ cạnh tranh đối đầu

.So sánh thị phần của doanh nghiệp với tổng thị phần của 3 đối thủ cạnh tranh đứng đầu

+ Nghiên cứu hành vi khách hàng, thái độ khách hàng.

+ Phân tích tỷ lệ kinh phí hoạt động marketing với tổng doanh số.

+ Phân tích, so sánh mức độ hiệu quả của công tác bán hàng, mức độ hiệu quả của các hoạt động chiêu thị.

b. Đánh giá theo chỉ tiêu nguồn nhân lực

Việc định lượng và đánh giá các khoảng theo chỉ tiêu nguồn nhân lực, bao gồm một số nội dung chính như sau:

+ Phân tích và đánh giá tổng chỉ tiêu sản lượng, năng suất lao động.

+ Phân tích và đánh giá về thời gian làm việc, số lần tăng ca, số lần nghỉ việc, đi muộn..

+ Phân tích và đánh giá quan điểm nhận thức của công nhân viên, nhà quản trị thông qua các phiếu điều tra hay phỏng vấn trực tiếp.

=> Việc phân tích và đánh giá này nhằm mục đích phục vụ cho việc xét duyệt tăng lương, đề bạc và nó còn phục vụ cho chiến lược phát triển nhân sự trong tương lai.

c. Đánh giá theo chỉ tiêu sản xuất

Đối với lĩnh vực sản xuất cần phân tích nhiều yếu tố và phân tích một cách sâu sắc. Đối với quá trình sản xuất, nhà quản trị phải tiến hành kiểm tra 3 lần:

+ Kiểm tra trước sản xuất, nhằm xác định trước các tiêu chuẩn của các yếu tố sản xuất đầu vào như nguyên liệu, lao động, máy móc thiết bị, vốn đầu tư…

+ Kiểm tra trong quá trình sản xuất là kiểm tra số lượng, chất lượng các yếu tố trong sản xuất. Việc kiểm tra này được tiến hành thông qua bộ phận theo dõi tiến độ sản xuất.

+ Kiểm tra sau quá trình sản xuất nhằm đánh giá mức độ hiệu quả của quá trình sản xuất. Việc kiểm tra này được thực hiện thông qua yếu tố như giá thành sản phẩm, chất lượng sản phẩm, chất lượng sản phẩm…

Bước 4: **So sánh kết quả với tiêu chuẩn kiểm tra**

So sánh kết quả và tiêu chuẩn cùng nhấn mạnh sự đo lường thành tích bằng cùng những điều kiện được sử dụng để đạt đặt những tiêu chuẩn. Khi nào thành tích thực sự nằm trong giới hạn kiểm soát trên và dưới, những xu hướng tiêu cực chưa hiện rõ, quản lý phải có hàng động.

Một số vấn đề cần lưu ý khi tiến hành so sánh:

+ Phải định lượng theo đúng tiêu chuẩn đã đề ra, nhằm tạo điều kiện cho việc so sánh, đo lường một cách dễ dàng, thuận tiện.

+ Xác định biên độ sai lệch cho phép đối với từng yếu tố kiểm tra.

Bước 5: **Làm rõ những sai lệch**

Làm rõ những sai lệch chính là đi tìm những nguyên nhân gây ra những sai lệch đó. Nếu không tìm được những nguyên nhân gây ra sai lệch, nhà quản trị phải tiến hành khảo sát sâu hơn, bằng cách đặt thêm các câu hỏi có liên quan:

- Những tiêu chuẩn có phù hợp với những mục tiêu và chiến lược đề ra hay không?

- Những mục tiêu và tiêu chuẩn tương ứng còn phù hợp với tình hình hiện thời không?
- Những chiến lược để hoàn thành mục tiêu có còn thích hợp với tình hình hiện nay không?
- Những hoạt động có thích hợp để đạt tiêu chuẩn hay không?

Khi trả lời những câu hỏi này, ta sẽ tìm được những sai lệch trong quá trình thực hiện. Nếu đó là sai lệch xấu, nguyên nhân do khách quan và nếu là sai lệch tốt thì nó vẫn gây hại cho doanh nghiệp nguyên nhân dễ tìm hơn sai lệch xấu.

Bước 6: **Các biện pháp khắc phục**

Sau bước làm rõ những sai lệch thì nhà quản trị cần đưa ra những biện pháp khắc phục. Đó là:

- Xét lại những tiêu chuẩn: xem lại tiêu chuẩn có cùng hướng với mục tiêu hay không (rất ít xảy ra)
- Xét lại những chiến lược: trong một số trường hợp hoàn cảnh bị biến đổi tì có thể gây ra sự sai lệch trong chiến lược, chiến lược không còn thích hợp nữa
- Xem lại cấu trúc hệ thống, sự trợ lực: Sự thực hiện không đầy đủ có thể bắt nguồn từ cấu trúc hệ thống hay sự trợ lực tài nguyên.
- Xét lại những hoạt động: phần lớn do quản đốc chức năng thiết kế và thực thi
- Sự tương quan: cần quan tâm đến các yếu tố khác nha.Tương tụ như khi điều chỉnh mục tiêu có thể cần tới tiêu chuẩn chiến lược khác nhau, tiêu chuẩn tài nguyên hoạt động và có thể cơ cấu tổ chức khác nhau.
- Kiểm soát tiến trình thiết kế chiến lược: đây là hoạt động kiểm soát quan trọng để chắc chắn nó hoạt động đúng và đóng góp vaò thành tích chung của doanh nghiệp.

❖ Nhận định, đánh giá và rút kinh nghiệm

Trước khi kết thúc quá trình kiểm tra, nhà quản trị thường có những nhận định, đánh giá tổng hợp về các vấn đề như:

+ Trình bày quá trình kiểm tra đối tượng

+ Trình bày tổng quát quá trình hoạt động của đối tượng được kiểm tra

+ Những mặt ưu điểm của đối tượng trong hoạt động

+Trình bày và phân tích những sai phạm quá giới hạn cho phép của đối tượng, nếu có

+ Những biện pháp khắc phục, điều chỉnh.

5. Nguyên tắc khi tổ chức công tác kiểm tra

- Chính xác
- Kịp thời
- Tiết kiệm
- Linh hoạt
- Dễ hiểu
- Chuẩn mực kiểm tra hợp lý
- Dựa vào kế hoạch, chiến lược đề ra
- Chọn mẫu tiêu biểu
- Kiểm tra gắn liền với khắc phục – phòng ngừa

6. Bảy nguyên tắc quản trị của giáo sư Koontz và O'Donnell

Theo giáo sư Koontz và O'Donnell đã liệt kê 7 nguyên tắc mà các nhà quản trị phải tuân theo khi xây dựng cơ chế kiểm tra. Đó là:

- ***Kiểm tra phải được thiết kế căn cứ trên kế hoạch hoạt động của tổ chức và căn cứ theo cấp bậc của đối tượng được kiểm tra.***

Cơ sở để tiến hành kiểm tra thường là dựa vào kế hoạch. Do vậy, nó phải được thiết kế theo kế hoạch hoạt động tổ chức. Mặt khác, kiểm tra còn cần được thiết kế căn cứ theo cấp bậc của đối tượng được kiểm tra.

Ví dụ như công tác kiểm tra các hoạt động và nội dung hoạt động của phó giám đốc tài chánh sẽ khác với công tác kiểm tra thành quả của một cửa hàng trưởng. Sự kiểm tra hoạt động bán hàng cũng sẽ khác với sự kiểm tra bộ phận tài chánh. Một doanh nghiệp nhỏ đòi hỏi cách thức kiểm tra khác với sự kiểm tra các xí nghiệp lớn.

- ***Công việc kiểm tra phải được thiết kế theo đặc điểm cá nhân các nhà quản trị***

Điều này sẽ giúp nhà quản trị nắm được những gì đang xảy ra, cho nên việc quan trọng là những thông tin thu thập được trong quá trình kiểm tra phải được nhà quản trị thông hiểu. Những thông tin hay những cách diễn đạt thông tin kiểm tra mà nhà quản trị không hiểu được, thì họ sẽ không thể sử dụng, và do đó sự kiểm tra sẽ không còn ý nghĩa.

- ***Sự kiểm tra phải được thực hiện tại những điểm trọng yếu***

Khi xác định rõ được mục đích của sự kiểm tra, chúng ta cần phải xác định nên kiểm tra ở đâu? Trên thực tế các nhà quản trị phải lựa chọn và xác định phạm vi cần kiểm tra. Nếu không xác định được chính xác khu vực trọng điểm, như kiểm tra trên một khu vực quá rộng, sẽ làm tốn kém thời gian, lãng phí về vật chất việc kiểm tra không đạt được hiệu quả cao.

Tuy nhiên, nếu chỉ đơn thuần dựa vào những chỗ khác biệt thì chưa đủ. Một số sai lệch so với tiêu chuẩn có ý nghĩa tương đối nhỏ, và một số khác có tầm quan trọng lớn hơn. Chẳng hạn, nhà quản trị cần phải lưu tâm nếu chi phí về lao động trong doanh nghiệp tăng 5% so với kế hoạch nhưng sẽ không đáng quan tâm lắm nếu chi phí về tiền điện thoại tăng 20% so với mức dự trù. Hậu quả là trong việc kiểm tra, nhà quản trị nên quan tâm đến những yếu tố có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động của doanh nghiệp, và những yếu tố đó được gọi là các điểm trọng yếu trong doanh nghiệp.

- ***Kiểm tra phải khách quan***

Quá trình quản trị dĩ nhiên là bao gồm nhiều yếu tố chủ quan của nhà quản trị, nhưng việc xem xét các bộ phận cấp dưới có đang làm tốt công việc hay không, thì không phải là sự phán đoán chủ quan.

Nếu như thực hiện kiểm tra với những định kiến có sẵn sẽ không cho chúng ta được những nhận xét và đánh giá đúng mức về đối tượng được kiểm tra, kết quả kiểm tra sẽ bị sai lệch và sẽ làm cho tổ chức gặp phải những tổn thất lớn.

Vì vậy, kiểm tra cần phải được thực hiện với thái độ khách quan trong quá trình thực hiện nó. Đây là một yêu cầu rất cần thiết để đảm bảo kết quả và các kết luận kiểm tra được chính xác.

- ***Hệ thống kiểm tra phải phù hợp với bầu không khí của doanh nghiệp***

Để cho việc kiểm tra có hiệu quả cao cần xây dựng một qui trình và các nguyên tắc kiểm tra phù hợp với nét văn hóa của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp phong cách lãnh đạo dân chủ, nhân viên được độc lập trong công việc, được phát huy sự sáng tạo của mình thì việc kiểm tra không nên thiết lập một cách trực tiếp và quá chặt chẽ. Ngược lại, nếu các nhân viên cấp dưới quen làm việc với các nhà quản trị có phong cách độc đoán, thường xuyên chỉ đạo chặt chẽ, chi tiết và nhân viên cấp dưới có tính ỷ lại, không có khả năng linh hoạt thì không thể áp dụng cách kiểm tra, trong đó nhấn mạnh đến sự tự giác hay tự điều chỉnh của mỗi người.

- ***Việc kiểm tra cần phải tiết kiệm và bảo đảm tính hiệu quả kinh tế***
- Mặc dù nguyên tắc này là đơn giản nhưng thường khó trong thực hành. Thông thường các nhà quản trị tốn kém rất nhiều cho công tác kiểm tra, nhưng kết quả thu hoạch được do việc kiểm tra lại không tương xứng.
- ***Việc kiểm tra phải đưa đến hành động***

Việc kiểm tra chỉ được coi là đúng đắn nếu những sai lệch so với kế hoạch được tiến hành điều chỉnh, thông qua việc làm lại kế hoạch, sắp xếp lại tổ chức; điều động và đào tạo lại nhân viên, hoặc thay đổi phong cách lãnh đạo. Nếu tiến hành kiểm tra, nhận ra cái sai lệch mà không thực hiện việc điều chỉnh, thì việc kiểm tra là hoàn toàn vô ích.

Kiểm tra là chức năng quản trị rất quan trọng, có liên quan mật thiết với các chức năng hoạch định, tổ chức nhân sự. Về cơ bản, kiểm tra là một hệ thống phản hồi, là bước sau cùng của tiến trình quản trị. Với quan niệm quản trị học hiện đại, vai trò của kiểm tra bao trùm toàn bộ tiến trình này.

II. NỘI DUNG

1. Chức năng kiểm tra có cần thiết trong doanh nghiệp?

Qua nghiên cứu về chức năng của kiểm tra, ta thấy kiểm tra là rất quan trọng và cần thiết trong quá trình hoạt động kinh doanh. Như trên thực tế, thuật ngữ kiểm tra thường làm cho ta không thoải mái vì nó dường như liên quan đến quyền tự do của mỗi cá nhân. Vào thời đại mà tính hợp pháp của quyền lực bị đặt nhiều câu hỏi và xu thế hướng tới quyền tự do sáng tạo cho các cá nhân đang được đẩy mạnh. Mặc dù vậy, kiểm tra là cần thiết đối với mọi hệ thống.

Kiểm tra phải tùy thuộc vào từng tình huống, hoàn cảnh, giai đoạn… mà áp dụng các phương pháp và mức độ kiểm tra phù hợp. Nếu kiểm tra quá mức sẽ có hại đối với doanh nghiệp – với các cá nhân vì nó tạo ra bầu không khí căng thẳng, thiếu tin tưởng lẫn nhau trong tập thể, hạn chế và thậm chí làm triệt tiêu khả năng sáng tạo của con người. Nhưng nếu kiểm tra lỏng lẻo, doanh nghiệp sẻ rơi vào tình trạng rối loạn, không tự biết mình đang và sẻ ở đâu, như vậy không thể hoạt động có hiệu quả. Do đó mà ta cần phải chọn những mức độ kiểm tra thích hợp. Chẳng hạn một công ty quảng cáo có thể sẽ cần một hệ thống kiểm tra chặt chẽ hơn việc nghiên cứu triển khai. Hoàn cảnh kinh tế cũng có thể ảnh hưởng tới mức độ kiểm tra được các nhân viên của doanh nghiệp chấp nhận. Trong giai đoạn khó khăn khủng hoảng, phần lớn mọi người sẽ bằng lòng với sự kiểm tra chặt chẽ nhưng khi doanh nghiệp đang làm ăn phát đạt thì sự kiểm tra nhưn vậy lại được coi là không phù hợp. Vì tổ chức con người, môi trường, công nghệ luôn biến đổi thì kiểm tra hiệu quả đòi hỏi quá trình xem xét và đổi mới liên tục. Nếu công nhân của doanh nghiệp là người có tay nghề thấp, ý thức kỷ luật không cao thì cần một hệ thống cho phép thường xuyên kiểm tra chất lượng của sản phẩm và năng suất lao động. Nhưng khi công nhân của doang nghiệp đã được nâng cao tay nghề và có ý thức cao hơn thì số điểm thiết yếu của kiểm tra có thể giảm đi, người công nhân được trao quyền tự chủ cao hơn trong công việc.

Rõ ràng việc kiểm tra là rất quan trọng và cần thiết nhưng chúng ta phải kiểm tra phù hợp và đúng mức. Sự kiểm tra quá mức còn gây tác hại cho doanh nghiệp vì tốn nhiều nguồn lực mà lợi ích thu được thì có thể không phù hợp với chi phí. Đồng

thời cần phải lưu ý việc giảm mức độ kiểm tra không đồng nghĩa với việc tăng quyền tự chủ của cá nhân. Trong thực tế, lúc đó họ càng mất đi quyền tự chủ vì không thể tiến hành dự báo được và phải phụ thuộc vào hành động của người khác. Hơn nữa việc thiếu một hệ thống kiểm tra có hiệu quả có thể buộc các nhà quản lý phải giám sát cấp dưới của mình chặt chẽ hơn và như vậy quyền tự chủ của những người này bị giảm đi.

Do đó, nhiệm vụ của các nhà quản lý khi thiết lập hệ thống kiểm tra là xác định sự cân đối tốt nhất giữa kiểm tra và quyền tự do của cá nhân, giữa chi phí chi kiểm tra và lợi ích do hệ thống này đem lại. Vì vậy, kiểm tra cần phải phù hợp và tuân thủ các nguyên tắc kiểm tra.

2. Vận dụng kiểm tra trong quản lý của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Rất khó để tìm ra hướng chung để giúp các doanh nghiệp khắc phục những yếu kém của hệ thống kiểm tra trong công ty. Tùy từng công ty, tùy từng khuyết điểm mà bạn cần có những biện pháp riêng biệt. Chẳng hạn như đối với việc kiểm tra hoạt động chi tiêu trong công ty, bạn cần phải tìm được cách kiểm tra tối ưu phù hợp nhất với đặc điểm của công ty, vì đây là thứ tài sản dễ bị thất thoát nhất.

Việc kiểm tra chỉ dễ dàng nếu các tiêu chuẩn được xác định đúng đắn và thành quả của các nhân viên được xác định chính xác. Trong một công ty có rất nhiều bộ phận khác nhau nên các quản lý đòi hỏi phải có tư duy tốt, nhiều kinh nghiệm và có thể kiểm soát tốt đội ngũ nhân viên và sản phẩm của công ty. Về phía các nhà quản lý trong công ty, họ có trách nhiệm thành lập, điều hành và giám sát hệ thống kiểm tra nội bộ sao cho phù hợp với mục tiêu của công ty.

Nhưng kiểm tra chất lượng sản phẩm là yêu cầu hàng đầu đối với nhà quản lý. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay nền kinh tế nước ta đang trên đà phát triển và hội nhập thì doanh nghiệp không chỉ dừng lại ở việc bán được sản phẩm mà còn phải chịu trách nhiệm với những sản phẩm đã được bán ra. Chính vì vậy mà kiểm tra chất lượng sản phẩm đối với doanh nghiệp nước ta hiện nay là rất cần thiết và quan trọng.

Công tác kiểm tra chất lượng sản phẩm nhằm đảm bảo việc chấp hành nghiêm chỉnh các tiêu chuẩn và quy định của chất lượng, tạo điều kiện nâng cao hiệu quả sản xuất và cải thiện sản phẩm. Đối với các hoạt động giám sát nguyên vật liệu, một cách

thức khá hiệu quả để hạn chế tình trạng nhân viên ăn cắp nguyên vật liệu là hai biện pháp song song là kiểm tra đột xuất và trả lương cao.

Việc kiểm tra thành quả sẽ khó khăn đối với một số công việc. Ví dụ như đánh giá chất lượng phục vụ của phòng hành chính doanh nghiệp, đánh giá uy tín sản phẩm. Trong trường hợp này đòi hỏi nhà quản trị phải sử dụng hàng loạt các tiêu chuẩn gián tiếp như sự nhiệt tình và lòng trung thành của cấp dưới, thái độ của người tiêu dùng. Do đó, khi tiến hành kiểm tra phải đúng với tiêu chuẩn và mục tiêu đã đề ra.

Như vậy, công tác kiểm tra chất lượng đặt ra ở đây là một hoạt động có hệ thống gắn liền với quá trình chuẩn bị sản xuất và sản xuất. Là hoạt động nhằm đảm bảo mục tiêu chất lượng đã quy định (tiêu chuẩn bằng theo dõi, phân tích đánh giá tình hình chất lượng áp dụng các biện pháp hữu hiệu để ngăn chặn hoặc loại bỏ những sai sót).

Trong quá trình chuẩn bị sản xuất ra một sản phẩm diễn ra theo nhiều giai đoạn và đều được hệ thống quản lý kiểm tra. Đương nhiên nội dung và yêu cầu kiểm tra ở mỗi giai đoạn là khác nhau. Tuy nhiên trong giới hạn của sản xuất thì doanh nghiệp cần tập trung vào nhiệm vụ cụ thể sau: kiểm tra chất lượng, nhân sự, số lượng sản phẩm, doanh thu bán hàng….

Có thể nói, hiện nay ở Việt Nam đã hình thành các mạng lưới đô thị rộng khắp cả nước và các siêu thị đã góp phần tạo ra một diện mạo mới cho thương mại ở Việt Nam. Đây cũng là bước tiến thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam phát triển.

3. Hạn chế trong công tác kiểm tra ở các doanh nghiệp Việt Nam.

Mặc dù các doanh nghiệp trong quá trình thực hiện công tác kiểm tra rất chặt chẽ, nghiêm ngặt, nhưng đôi khi vẫn còn nhiều thiếu soát, sai phạm trong công tác kiểm tra.

Nhiều “lỗ hổng” trong kiểm tra, giám sát:

Hàng loạt sai phạm của các doanh nghiệp trong thời gian qua được cơ quan thanh tra và các cơ quan kiểm tra phát hiện được tập trung ở một số dạng: Sai quy trình thủ tục theo các quy định của Nhà nước; sai thẩm quyền; sai đối tượng cho phép; kinh doanh không đúng bản chất thực tế; trình độ quản lý doanh nghiệp yếu kém dẫn

đến vi phạm quản lý kinh tế và vi phạm pháp luật. Tuy nhiên, cùng với những yếu kém nội tại của doanh nghiệp, sự hạn chế trong công tác kiểm tra, giám sát cũng là nguyên nhân khiến các sai phạm trong quản lý vốn của Nhà nước tại các doanh nghiệp này trở nên phổ biến.

4. Công tác kiểm tra ở siêu thị Big C

3.1. Sơ lược về Big C

Được thành lập vào cuối thế kỷ 19 tại Pháp, trải qua quá trình phát triển hơn 100 năm, tập đoàn Casino là một trong những tập đoàn dẫn đầu trong ngành phân phối bán lẻ tại Châu Âu và nhiều thị trường khác trên thế giới. Với tầm nhìn "Nuôi dưỡng một thế giới đa dạng", chìa khóa thành công của tập đoàn Casino đến từ khả năng đón đầu và đáp ứng những nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng từng thời kỳ và cam kết mạnh mẽ vì sự phát triển bền vững.

Có mặt tại Việt Nam từ năm 1998, hệ thống siêu thị Big C là kết quả hợp tác giữa tập đoàn Casino với các đối tác Việt Nam theo mô hình kinh doanh trung tâm thương mại bao gồm đại siêu thị kèm trung tâm mua sắm với đầy đủ các dịch vụ phân phối tiện ích và hiện đại. Năm 2013, hệ thống siêu thị Big C bao gồm 25 điểm kinh doanh có mặt tại 16 tỉnh thành trên cả nước, được vận hành bởi đội ngũ trên 8.000 cán bộ, nhân viên năng động, đoàn kết, có tinh thần trách nhiệm cao và quyết tâm đổi mới liên tục "Vì sự hài lòng của khách hàng".

Thương hiệu Big C thể hiện hai tiêu chí quan trọng nhất trong định hướng kinh doanh và chiến lược để thành công. Đó là:

+ "Big" có nghĩa tiếng Việt là "To lớn", điều đó thể hiện quy mô lớn của các siêu thị BigC và sự lựa chọn rông lớn về hàng hóa mà chung tôi cung cấp. Hiện tại, mỗi siêu thị BigC có khoảng hơn 40.000 mặt hàng để đáp ứng cho nhu cầu của Khách hàng.

+ "C" là cách viết tắt của chữ "Customer", có nghĩa tiếng Việt là "Khách hàng", Chữ "C" đề cập đến những Khách hàng thân thiết của chúng tôi, họ là chìa khóa dẫn đến thành công trong chiến lược kinh doanh của siêu thị Big C.

Với sự nỗ lực không ngừng của tập thể hơn 8.000 thành viên, siêu thị BigC đã giới thiệu đến người tiêu dùng trên toàn quốc những không gian mua sắm hiện đại, thoáng mát, thoải mái với chủng loại hàng hóa đa dạng, phong phú, chất lượng kiểm soát và giá cả hợp lý, đi cùng với những dịch vụ khách hàng thật hiệu quả. Bên cạnh đó, tất cả các siêu thị Big C trên toàn quốc đều cung cấp những kinh nghiệm mua sắm với nhiều dịch vụ tiện ích cho khách hàng.

Hiện nay Big C có khoảng trên 5000 mặt hàng các loại. Mỗi nhóm hàng của siêu thị lại có rất nhiều mặt hàng khác nhau. Chẳng hạn nhóm hàng đồ uống gồm có rượu, bia, nước ngọt, nước khoáng, sữa… Với hệ thống siêu thị và khu sản xuất nhãn hiệu riêng của mình và hàng ngàn nhân viên mặc dù phải sản xuất với số lượng lớn để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng, nhưng Big C vẫn luôn chú trọng vào từng khâu của quá trình sản xuất để đảm bảo số lượng và chất lượng tốt để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

Ngày nay, do nhu cầu của người tiêu dùng về các sản phẩm đạt chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm ngày càng tăng, đòi hỏi mọi thành phần tham gia chuỗi phân phối như nhà sản xuất, nhà cung cấp, nhà bán lẻ,... phải không ngừng nâng cao nhận thức và năng lực chuyên môn để có thể kiếm soát chất lượng hàng hóa cũng như kiểm tra việc tuân thủ các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm đã được công nhận.

Qua đó, ta thấy được phương thức làm việc của hệ thống quản lý trong một doanh nghiệp luôn phải sáng tạo và tư duy cao nhưng vẫn đảm bảo đầy đủ các tiêu chuẩn đã đặt ra.

Ở big C, hệ thống điều hành, kiểm tra của siêu thị rất tốt. Đối với từng bộ phận khác nhau sẽ có phương pháp kiểm tra phù hợp. Để làm rõ thêm về chức năng kiểm tra trong hệ thống siêu thị Big C, dưới đây nhóm 2 sẽ đi sâu vào phân tích về vấn đề này:

3.2 Mục tiêu kiểm tra ở Big C

Hệ thống siêu thị Big C đã sử dụng những biện pháp và quy trình kiểm tra nào để hoàn thành mục tiêu an toàn thực phẩm với sứ mệnh qua trọng nhất là bảo vệ sức khỏe của người tiêu dùng, điều đó đã được Big C đặt ra 4 mục tiêu sau đây:

- Đảm bảo tất cả sản phẩm được bày bán tại siêu thị Big C phải tuân theo các quy định của pháp luật Việt Nam.
- Kiểm soát chặt chẽ các nhà máy sản xuất với sự hỗ trợ của đối tác là công ty hàng đầu trong việc kiểm tra, thẩm định, kiểm nghiệm, và chứng nhận.
- Áp dụng các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm vào các quy trình hoạt động.
- Tổ chức các khóa huấn luyện cho nhân viên siêu thị Big C.

Siêu thị Big C luôn đặt ra các yêu cầu cần thiết nhằm đảm bảo chất lượng đối với nhiều loại mặt hàng khác nhau.

► Thực phẩm tươi sống: nhà cung cấp phải đạt các yêu cầu về chất lượng, đóng gói, bảo quản, vận chuyển.

► Hàng công nghiệp: tất cả các sản phẩm đều phải có hồ sơ công bố chất lượng, các yêu cầu về nhãn mác và điều kiện bảo quản, vận chuyển.

► Hàng hóa-mỹ phẩm: mỗi sản phẩm đều phải có hồ sơ công bố chất lượng (chỉ tiêu chất lượng, an toàn…), đáp ứng các yêu cầu về nhãn mác.

► …

3.3 Công tác kiểm tra ở Big C

Các tập đoàn bán lẻ, các hệ thống siêu thị đòi hỏi rất khắt khe: các loại thịt phải có chứng nhận kiểm dịch; rau củ quả, trái cây không dư lượng thuốc bảo vệ thực vật; thủy sản không dư lượng kháng sinh; thực phẩm chế biến, đặc sản phải đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm… Chính vì vậy, Big C cũng không ngoại trừ đưa ra những đòi hỏi khắt khe đó.

Bên cạnh đó, các nguồn hàng mới nếu muốn có mặt tại Big C sẽ phải tuân thủ các điều kiện như: Có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện ATVSTP, giấy đăng ký nhãn hiệu, kết quả kiểm nghiệm sản phẩm định kỳ, hồ sơ liên quan đến sản phẩm, truy xuất nguồn gốc, hồ sơ kiểm nghiệm, kiểm dịch, các xe chuyên dụng vận chuyển hàng hóa đúng quy định…

Để đạt được mục tiêu đã đề ra hệ thống siêu thị big C đã có quy trình kiểm tra như sau:

- ***Quản lý đầu vào để đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm hàng hóa tại Big C***

Hàng hóa trong siêu thị có đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm hay không và các siêu thị đang áp dụng hình thức nào để kiểm soát chất lượng hàng hóa… là vấn đề được nhiều người tiêu dùng quan tâm.

Lựa chọn nguồn hàng và giám sát chất lượng

Hằng tháng, Big C tiêu thụ khối lượng lớn rau củ quả và hải sản. Vì vậy, Big C đặc biệt chú trọng đến khâu lựa chọn nhà cung cấp các mặt hàng này.

Theo đó, Big C quan tâm và ưu tiên cho các sản phẩm hàng Việt Nam chất lượng cao, có chứng nhận của Bộ Y tế về đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, có chứng chỉ ISO hoặc HACCP (là hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn để đảm bảo ATTP và duy trì những tiêu chuẩn vệ sinh)..

Riêng về những mặt hàng rau củ quả, Big C ưu tiên chọn hàng của những hợp tác xã có chứng nhận VietGAP, GlobalGAP(Global good Agricultural Practice - Thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu) về quy trình sản xuất rau an toàn, ký hợp đồng bao tiêu nông sản và tiến hành ứng vốn cho các hợp tác xã này để đầu tư nâng cao kỹ thuật, trang thiết bị cũng như con giống và phân bón.

Đối với việc nhập hàng hóa thì các mặt hàng mới nhập về sẽ được nhân viên quản lý phụ trách tin học lưu trữ các thông tin của hàng vào hệ thống quản lý. Các thông tin bao gồm: mã vạch, gía bán, ngày sản xuất, hạn sử dụng, số lượng nhập, đơn vị tính...

Mỗi mặt sẽ được đánh một mã vạch, thực hiện theo quy tắc: Bộ mã bán hàng: là bộ mã mang tính cách pháp lý giữa siêu thị (bên bán) và người dung (bên mua). Mỗi mặt hàng kinh doanh đều có một mã số riêng để phân biệt với những hàng khác. Một mã bán hàng có độ dài 13 ký tự theo cấu trúc của hệ thống mã vạch barcode quốc tế đối với những mặt hàng có in sẵn mã vạch của nhà sản xuất. Nếu một mặt hàng nào không có săn mã vạch hay nếu có mã vạch mà mã vạch mà mã vạch không có khả

năng tin cậy thì mặt hàng đó sẽ được dung mã nội bộ của siêu thị làm mã bán hàng và mã này có chiều dài 8 ký tự.

- ***Quản lý công việc bán hàng tại Big C***

Ưu đãi đối với khách hàng thân thiết

Khi một khách hàng chưa là khách hàng thân thiết của siêu thị đến mua hàng, nếu tổng giá trị hàng hóa trong một lần mua từ 50.000đ trở lên thì sau khi tính tiền khách hàng có thể đăng ký chương trình khách hàng thân thiết của siêu thị với nhân viên quản lý. Nhân viên quản lý sẽ lưu trữ lại các thông tin của khách hàng và cấp cho các khách hàng này thẻ khách hàng thân thiết với số điểm thưởng tương ứng với giá trị hóa đơn ở trên.

Những đợt mua hàng tiếp theo có giá trị hơn 50.000đ , trước khi thanh toán hóa đơn, khách hàng cần đưa thẻ khách hàng thân thiết cho nhân viên bán hàng, hệ thống sẽ tự động tính toán và cập nhật điểm thưởng của khách hàng.

Khi khách hàng thân thiết có số điểm trên 30 điểm của siêu thị thì trong các đợt mua hàng sau đó, họ sẽ được giảm giá 5% trên tổng giá trị hàng họ mua. Tuy nhiên, cuối năm hệ thống phải tự động xóa khách hàng này ra khỏi danh sách khách hàng thân thiết của siêu thị.

Tính tiền hóa đơn

Tính tiền hóa đơn là việc của nhân viên bán hàng tại các quầy tính tiền

Những nghiệp vụ chính yếu

+ Nghiệp vụ bán hàng:

Xuất hiện : Có khách hàng đến mua hàng.

Cách thực hiện : TÍnh tiền cho khách , lập hóa đơn và cập nhật vào CSDL

Chịu trách nhiệm : Tổ thu ngân

+Nghiệp vụ quản lý kiểm kê:

Xuất hiện : Kiểm tra tình trạng hàng hóa và số lượng tồn trong quầy

Cách thực hiện: Kiểm tra số lượng tại kho và hàng trưng bày tại quầy.

Chịu trách nhiệm: Tổ mặt hàng

+Nghiệp vụ quản lý nhập hàng

Xuất hiện: Khi nhập hàng hóa từ nhà cung cấp

Cách thực hiện: lập phiếu nhập , lưu thông tin hàng hóa vào cơ sở dữ liệu

Chịu trách nhiệm: tổ quản lý

+Nghiệp vụ quản lý xuất hàng:

Xuất hiện: khi xuất hàng hóa từ kho vào quầy trưng bày.

Cách thực hiện: Lập phiếu xuất hàng và cập nhật CSDL

Chịu trách nhiệm: Tổ quản lý

+Nghiệp vụ thống kê tổng hợp:

Xuất hiện: Lập và gửi báo cáo tổng hợp cho ban giám đốc hợp tác xã.

Cách thực hiện: Tổng hợp các báo cáo do tổ tin học lập.

Chịu trách nhiệm: tổ văn phòng

Ban giám đốc có nhu cầu thống kê tình hình mua bán tại siêu thị với những tiêu chí khác nhau .

Nhưng hiện nay hằng ngày tại ban giám đốc chỉ nhận được báo cáo về doanh thu .

Chương trình quản lý khách hàng được xây dựng bằng ngôn ngữ Access, do đó dữ liệu bán hàng ngày càng lớn

 Quản lý đầu ra để đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm hàng hóa tại Big C

► Định kỳ gởi sản phẩm đến các phòng thí nghiệm độc lập nhằm kiểm tra sự phù hợp của sản phẩm so với các tiêu chuẩn công bố.

► Đánh giá thường xuyên các môi trường sản xuất thực phẩm như nguồn nước, không khí, các bề mặt tiếp xúc thực phẩm…

Ngoài ra, với vai trò là nhà phân phối bán lẻ, nằm trong khâu cuối cùng trong chuỗi cung ứng đưa hàng hóa đến tay người tiêu dùng, ngoài việc tuân thủ triệt để các quy định về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà nước trong công tác thu mua, Big C còn tăng cường công tác kiểm tra, giám sát hoạt động nhập hàng tại các siêu thị, tổ chức công tác kiểm tra định kỳ việc tôn trọng các qui trình chất lượng tại các cơ sở sản xuất và kinh doanh của nhà cung cấp cũng như không ngừng nâng cao năng lực của đội ngũ Quản lý chất lượng thông qua công tác đào tạo do các công ty đào tạo chuyên nghiệp thực hiện. Nội dung kiểm tra bao gồm kiểm tra nguồn gốc xuất

xứ hàng hóa, thực hiện an toàn vệ sinh thực phẩm, các quy chế về ghi nhãn, chất lượng hàng hóa đối với các mặt hàng thực phẩm kinh doanh tại siêu thị.

Qua đó, chúng ta thấy rõ hệ thống siêu thị big C đã áp dụng đúng quy trình kiểm tra như xác định đối tượng kiểm tra, đề ra các tiêu chuẩn kiểm tra, định lượng kết quả đạt được sau đó so sánh kết quả với tiêu chuẩn kiểm tra, làm rõ những sai lệch và có những biện pháp khắc phục để đạt được mục tiêu đã đề ra.

Cuối cùng là việc phân tích, đánh giá định kỳ ở các cấp, các bộ phận, các đơn vị chức năng đưa ra các mặt yếu kém, các vấn đề vướng mắc còn tồn động để bộ phận quản lý tìm hướng giải quyết.

3.3. Những thành tựu đạt được của Big C từ chức năng kiểm tra

Thành tựu mà hệ thống Big C đạt được trong quá trình 15 năm hoạt động tại Việt Nam

Sau 15 năm hoạt động tại Việt Nam, nhờ sự thành công có sẵn của tập đoàn Casino và kinh nghiệm quản lý của tập của tập đoàn,nắm bắt tốt thị trường trong nước Big C đã nhanh chóng chiếm được lòng tin của khách hàng. Trở thành hệ thống siêu thị hàng đầu trong nước.

Đặc biệt, Big C còn đi đầu trong công tác kiểm soát với các nhà cung cấp để cải thiện chất lượng sản phẩm như thu mua rau củ quả Đà Lạt, phát triển gam thịt sạch, phát triển gam rau an toàn. Hiện nay, Big C đã thiết lập được mạng lưới hộ nông dân là nhà cung cấp ổn định và cách thức làm việc chuyên nghiệp, xây dựng và vận hành hiệu quả các trạm trung chuyển, tạo được hệ thống hậu cần ổn định.

Từ một siêu thị đơn lẻ ở Đồng Nai được khai trương năm 1998, đến nay Big C đã phát triển thành hệ thống của mình lên 29 siêu thị bao phủ thị trường khắp cả nước trải dọc theo chữ S của đất nước. Và gần đây nhất ngày 15 tháng 11 năm 2014 Big C đã khai trương siêu thị thứ 29 tại Nha Trang, có tổng vốn đầu tư 20 triệu USD với tổng diện tích sử dụng hơn 30.000m2, được xây dựng theo tiêu chuẩn công trình xanh. Riêng khu siêu thị tự chọn rộng gần 5.000m2 kinh doanh hơn 28.000 mặt hàng với chủng loại hàng hóa phong phú như thực phẩm khô, thực phẩm tươi sống, hàng dệt

may, điện máy, gia dụng… trong đó, chiếm 95% là hàng sản xuất tại Việt Nam. Big C Nha Trang sử dụng gần 500 lao động, trong đó, hơn 80% là người địa phương.

Tổng vốn đầu tư của tất cả các siêu thị thuộc hệ thống Big C vào khoảng 250 triệu USD. Thuộc top 1000 doanh nghiệp có doanh thu lớn nhất cả nước năm 2012 với doanh thu trên 6000 tỷ đồng. Tốc độ tăng doanh thu hằng năm đạt 25%. Là thương hiệu Việt được yêu thích nhất trong nhiều năm liền mới đây nhất năm 2012 Big C vinh dự nhận giải thưởng "Thương hiệu Việt được yêu thích nhất năm 2012" và giải thưởng "Thương hiệu vàng". Là phân phối bán lẻ tiêu dùng tốt nhất tại Việt Nam.

3.4 Những hạn chế của Big C từ chức năng kiểm tra

Lâu nay, hệ thống siêu thị Big C luôn được đánh giá là hệ thống bán lẻ hàng đầu Việt Nam với chất lượng hàng hóa được kiểm soát chặt chẽ, tuy nhiên trong thời gian gần đây siêu thị này gặp không ít những vụ việc ảnh hưởng đến uy tín ảnh hưởng đáng kể.

Đó là:

Tại siêu thị đang dùng phần mềm quản lí hàng hóa để quản lí hơn 200.000 mặt hàng kinh doanh. Trung bình mỗi ngày bộ phận bán hàng xử lý hơn 10.000 mẫu tin nên tốc độ truy xuất dữ liệu không còn nhanh như trước, hiện tại và tương lai không thể đáp ứng được nhu cầu cho siêu thị. Ngoài ra các vấn đề thay đổi đơn vị tính và xử lý số lượng lẻ đối với một số mặt hàng như: vải vóc, rau quả, thực phẩm tươi sống tại siêu thị chưa được giải quyết ổn thỏa.

- *Big C bán thịt lợn nghi nhiễm bệnh lợn gạo*

Vụ việc khách hàng mua phải thịt heo nghi nhiễm bệnh lợn gạo tại Big C Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh ngày 10/3 vừa qua khiến người tiêu dùng vô cùng hoang mang. Giải thích về số sản phẩm thịt heo trên, bà Dương Thị Quỳnh Trang (Giám đốc đối ngoại hệ thống siêu thị Big C) khẳng định lô hàng này đã có giấy chứng nhận kiểm dịch thú y do cơ quan thú y Đồng Nai cung cấp.

- *Nấm không rõ nguồn gốc bán tại Big C*

Vào ngày 20/2/2014, việc siêu thị Big C và Fivimart bán nấm không rõ nguồn gốc mang nhãn hiệu nấm Lưu Mai Hương đã làm khách hàng lo lắng.

Hai siêu thị cho biết có nhập nấm của cơ sở Lưu Mai Hương sau khi cơ sở này đã nộp đủ hồ sơ mua bán hàng hóa và các giấy tờ về chất lượng tem nhãn. Trong đó, có giấy chứng nhận cơ sở đủ điều kiện về vệ sinh an toàn thực phẩm do Sở Y tế Lạng Sơn cấp. Tuy nhiên, khi cấp giấy xác nhận hợp quy cho cơ sở Lưu Mai Hương, Sở Y tế Lạng Sơn đã dựa trên công văn đề nghị của Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn Lạng Sơn trong khi Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn không đủ nguồn lực để kiểm tra. Ngoài ra, cấp giấy rồi thì trách nhiệm kiểm tra cũng bị bỏ lửng…Và hệ quả là những cây nấm không rõ nguồn gốc đội lốt hàng sản xuất tại Việt Nam ngang nhiên bày bán trong các siêu thị lớn.

Ngay sau khi có thông tin những sản phẩm nấm của cơ sở Lưu Mai Hương không rõ nguồn gốc xuất xứ, Big C và Fivimart đã tạm ngừng bán các loại nấm nhập từ cơ sở này.

Ngoài ra, tại Thanh Hóa, siêu thị Big C mới đây được khách hàng phản ánh mua phải sữa chua và bánh ngọt vòng dừa đã quá hạn sử dụng khoảng nửa tháng. Theo đó, sản phẩm sữa chua có ngày sản xuất 18/12/2013 và hạn sử dụng 31/1/2014, quá hạn sử dụng gần nửa tháng. Còn bánh ngọt vòng dừa có ngày sản xuất 30/1/2013 và hạn sử dụng 30/1/2014, quá hạn sử dụng đúng nửa tháng.

Đó là những sai phạm trong quá trình tiêu thụ các mặt hàng của Big C còn chưa nghiêm ngặt, còn những hạn chế, sai sót trong công tác kiểm tra. Chính vì vậy, big C cần tăng cường công tác kiểm tra hơn nữa để khắc phục tình trạng trên.

3. Các giải pháp – hướng khắc phục công tác kiểm tra ở các doanh nghiệp tại Việt Nam

Nhằm chấn chỉnh những bất cập trong quy định về kiểm tra, giám sát của cơ quan quản lý đối với các doanh nghiệp, các thanh tra đã tiến hành kiểm tra đối với các doanh nghiệp trong việc chấp hành pháp luật và tuân thủ các quyết định của chủ sở hữu, cách thức quản lý...

Ngoài ra, phía doanh nghiệp cũng còn hạn chế về hiểu biết pháp luật thanh tra, không ít doanh nghiệp có hiện tượng vi phạm pháp luật, nhất là doanh nghiệp nào có sai phạm nghiêm trọng lại càng sợ thanh tra, kiểm tra và do đó không có phản ứng lại đối với những việc làm sai trái, hành vi tiêu cực của cán bộ thanh, kiểm tra.

Do đó, để khắc phục tồn tại trong công tác thanh tra, kiểm tra đối với doanh nghiệp, giảm tần suất thanh tra, cần thực hiện một số giải pháp sau:

+ Kiểm tra phải khách quan, chính xác, dựa trên những tiêu chuẩn rõ ràng.

+ Kiểm tra phải phù hợp với các đặc điểm, hình thức của doanh nghiệp.

+ Tăng cường việc kiểm tra, giám sát đối với hoạt động kiểm tra. Việc kiểm tra phải đảm bảo tiết kiệm thời gian cho doanh nghiệp thông qua việc phát hiện, đánh giá và xử lý nhanh các vấn đề phát sinh, giảm phiền hà cho doanh nghiệp.

+ Thủ trưởng các cơ quan, đơn vị cần rà soát lực lượng cán bộ, công chức làm công tác kiểm tra để xác định khả năng chuyên môn khi tiến hành kiểm tra doanh nghiệp. Xử lý nghiêm những trường hợp lợi dụng nhiệm vụ được giao để nhũng nhiễu, vòi vĩnh doanh nghiệp; cố ý làm trái những quy định, quy trình công tác để vụ lợi.

+ Các cơ quan chức năng cao cần tuyên truyền cho các doanh nghiệp nắm rõ các quy định của pháp luật về kiểm tra vì công tác kiểm tra của các cấp, các ngành phải tuân thủ các quy định của pháp luật về kiểm tra và đã được các cấp, các ngành phê duyệt kế hoạch từ trước đó; khi tiến hành kiểm tra phải có quyết định của người có thẩm quyền. Các doanh nghiệp cần nắm rõ các quy định này để có những phản ánh đúng và kịp thời với cơ quan chức năng.

KẾT LUẬN VÀ NHẬN XÉT

Kiểm tra là chức năng quan trọng không thể thiếu ở bất kì doanh nghiệp nào. Có thể nói, kiểm tra có tầm quan trọng rất lớn trong việc phát triển của doanh nghiệp. Kiểm tra giúp doanh nghiệp đánh giá các tiêu chuẩn đề ra, những mục tiêu mà các doanh nghiệp đã đạt được hay chưa đạt được. Đồng thời, kiểm tra giúp các doanh nghiệp nhận biết được những sai lệch, nguyên nhân dẫn đến những sai lệch trong quá trình hoạt động từ lúc bắt đầu đến khi kết thúc quá trình hoạt động đó. Từ đó, các doanh nghiệp sẽ khắc phục những nguyên nhân đó và đưa ra các biện pháp hay chính sách phù hợp cho công ty. Chính vì vậy, kiểm tra được áp dụng hầu hết trong công tác quản lý của các doanh nghiệp. Ở nước ta, chức năng kiểm tra này cần thiết và quan trọng hơn bao giờ hết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình Quản trị học (Đại học Công Nghiệp TP.HCM)- PGS-TS Nguyễn Minh Tuấn, Ths. Phạm Đình Tịnh. Năm 2012.

2. Internet:

+http://baodientu.chinhphu.vn/Doi-song/Quan-ly-dau-vao-de-dam-bao-VSATTP-hang-hoa-tai-sieu-thi/204532.vgp

+https://voer.edu.vn/c/kiem-tra-trong-quan-tri/28562d8b/91fdd200

+http://www.baomoi.com/Nhung-su-co-de-doi-cua-sieu-thi-BigC/50/13194417.epi

+ http://wcag.mard.gov.vn/pages/news_detail.aspx?NewsId=35735

+ http://www.dankinhte.vn/7-nguyen-tac-kiem-tra-cua-nha-quan-tri/

Nếu còn bất kỳ thắc mắc nào hoặc muốn tìm kiếm thêm nhiều tài liệu luận văn, tiểu luận mới mẻ khác hãy truy cập ngay vào trang chủ của Tri Thức Công Đồng,
Liên hệ dịch vụ viết tiểu luận thuê:
https://trithuccongdong.net/viet-tieu-luan-thue.html
Hoặc qua SĐT: 0946 88 33 50 hoặc email: ttcd.group@gmail.com để được giúp đỡ nhé!