

a) Về trồng mía, phải chú ý các khâu :

— *Dành đủ đất để luân canh hợp lý, bảo đảm thâm canh mía tốt*, đồng thời trồng màu để người ăn độn và phát triển chăn nuôi lấy phân. Hướng dẫn chặt chẽ việc trồng xen các loại cây khác vào mía và việc để mía gốc sao cho hợp lý, không để ảnh hưởng đến diện tích và năng suất mía. Mặt khác, phải tính toán bố trí diện tích mía trồng ở ngoài bãi sao cho đỡ thiệt hại về lụt nhất.

— *Chuẩn bị đủ giống* để trồng hết diện tích. Ngoài việc tận thu, bảo vệ và điều hòa ngọn giống, các nhà máy phải dành lại một số mía cây không ép để cung cấp cho hợp tác xã làm giống. Phát triển các loại giống mía tốt.

— *Đầy mạnh phong trào làm phân bón ở hợp tác xã*, nhất là phát triển chăn nuôi lợn. Quản lý chặt chẽ việc sử dụng phân hóa học dành cho mía, bảo đảm phân phải vào hết cho mía, không được dùng để bón cho cây khác.

— *Tích cực chống lụt và chống hạn cho mía*. Phải tranh thủ trồng sớm mía trồng ở ngoài bãi để khi lụt đỡ thiệt hại, và trang bị thêm bơm dầu cho những nơi chưa có công trình để chống hạn cho mía.

— *Đầy mạnh việc phòng, trừ sâu, bệnh cho mía*. Cần có chế độ trừ sâu bệnh cho mía một cách chặt chẽ và kiểm tra việc thực hiện thật tốt để bảo đảm độ đường của mía. Cung cấp đầy đủ, kịp thời thuốc và bơm thuốc cho hợp tác xã.

— *Về thu hoạch, chế biến mía*, từ đốn chặt, đến ép mía phải tính toán rất chặt chẽ để hạn chế được thiệt hại đến năng suất và độ đường của mía đến mức thấp nhất. Phải có lịch thu hoạch mía thật hợp lý, vừa bảo đảm yêu cầu sử dụng mía của nhà máy, vừa bảo đảm giải phóng đất sớm để trồng mía mới kịp thời vụ đối với từng loại ruộng và từng vùng và tổ chức chặt chẽ công tác đốn chặt mía ở hợp tác xã, bảo đảm quy định chặt mía ngày nào thì ngày đó phải chặt giao đủ mía cho nhà máy, không để xe, thuyền phải chờ và cũng không chặt trước khi có yêu cầu, tránh làm lỡ kế hoạch vận chuyển và kế hoạch sử dụng mía của nhà máy. Đồng thời, các nhà máy phải cải tiến công tác vận chuyển, bốc vác, xếp dỡ, giao nhận mía, không được để mía hư hỏng, thiệt hại cho cả hợp tác xã và nhà máy. Bộ Lương thực và thực phẩm phải phụ trách hoàn toàn trước Nhà nước và trước hợp tác xã về khâu này.

— *Về lao động và công cụ*, phải dành lao động thích đáng cho sản xuất mía và tổ chức hợp lý để bảo đảm làm tốt tất cả các khâu, từ trồng đến chăm sóc, bảo vệ, đốn chặt, vận chuyển mía... Cung cấp đầy đủ các loại công

cụ chuyên dùng cho hợp tác xã. Ở những nơi có đội máy kéo thì cần sử dụng máy kéo để cày bừa và làm các công tác khác trên đồng mía. Đồng thời tăng cường thêm phương tiện cho khâu vận chuyển mía (kể cả phương tiện cơ giới và xe, thuyền...).

b) *Tăng cường quản lý sản phẩm mía*. Nông trường và hợp tác xã phải bảo đảm mía cho nhà máy, không được để lại ép, và bán ra thị trường tự do. Phải đặt nghĩa vụ cho hợp tác xã cung cấp mía cho nhà máy đường của trung ương và địa phương một cách nghiêm chỉnh. Nhà máy và địa phương phải có cán bộ đi sát hợp tác xã, sát ruộng mía để quản lý cho tốt. Đồng thời, phải có biện pháp tăng cường công tác quản lý thị trường. Giải quyết thỏa đáng vấn đề mua bán lá mía, không được để lá mía phá mía.

c) *Đề khuyến khích hợp tác xã tích cực trồng mía và bán mía cho nhà máy*, các cơ quan Nhà nước có trách nhiệm phải làm đúng và làm đầy đủ nghĩa vụ của mình đối với hợp tác xã, nhất là phải bảo đảm cung cấp đầy đủ, kịp thời, thuận tiện lương thực đến tận tay người trồng mía. Tăng cường bán tư liệu sản xuất và hàng hóa tiêu dùng cho hợp tác xã.

Sản xuất mía là một vấn đề rất lớn. Ủy ban hành chính các cấp và các ngành có liên quan phải thi hành nghiêm chỉnh chỉ thị này.

Hà-nội, ngày 10 tháng 1 năm 1970

K.T. Thủ tướng Chính phủ

Phó thủ tướng

ĐỖ MƯỜI

CÁC BỘ

BỘ NỘI THƯƠNG

CHỈ THỊ số 2-NT ngày 14-1-1970 về tăng cường công tác trang trí, quảng cáo thương nghiệp.

Trong thương nghiệp xã hội chủ nghĩa, công tác trang trí, quảng cáo ở cửa hàng có một vị trí quan trọng; nhằm giới thiệu hàng hóa, hướng dẫn nhân dân tiêu dùng, đầy mạnh bán ra, phục vụ văn minh thương nghiệp, tăng

thêm mỹ quan cho đời sống của xã hội, thể hiện trình độ văn hóa của dân tộc.

Trong mấy năm qua, do ảnh hưởng của chiến tranh, việc trang trí, quảng cáo ở các cửa hàng mậu dịch quốc doanh, hợp tác xã mua bán, cũng như các cửa hàng của hợp tác xã tiểu thương bị xem nhẹ. Nhiều cửa hàng thiếu vệ sinh, không được tu sửa, sơn quét vôi lại. Hàng hóa sắp xếp trình bày lộn xộn, bụi bặm. Biển cửa hàng, bảng thông báo giờ giấc, bảng giá bị hư hỏng không được sửa chữa lại... Trong thương nghiệp quốc doanh, Nhà nước đã quy định một tỷ lệ phí thích đáng để chi cho công tác trang trí, quảng cáo, nhưng hầu hết các cửa hàng đều không sử dụng hết hoặc hoàn toàn không sử dụng đến. Trong khu vực hợp tác xã mua bán và nhất là các hợp tác xã tiểu thương thì việc trang trí, quảng cáo lại càng kém hơn. Nhiều cửa hàng hợp tác xã cắt tóc đã đem toàn bộ thu nhập chia hết cho xã viên, không để lại quỹ để tu sửa và trang trí, vệ sinh cửa hàng. Tình trạng trên đã làm cho bộ mặt thương nghiệp ngày càng trở nên tiêu điều, chẳng những ảnh hưởng không tốt đến việc phục vụ văn minh khách hàng, mà còn ảnh hưởng đến việc kinh doanh của ngành.

Sở dĩ có tình hình trên chủ yếu là do nhận thức về vị trí của công tác trang trí, quảng cáo chưa đầy đủ, quan điểm phục vụ quần chúng còn yếu, dẫn đến xem nhẹ và buông lỏng việc chỉ đạo kiểm tra đôn đốc, hướng dẫn việc thực hiện cho các cơ sở.

Hiện nay toàn ngành ta đang ra sức cải tiến công tác kinh doanh thương nghiệp nhằm phục vụ tốt cho đời sống nhân dân. Đi đôi với việc mở rộng kinh doanh, cải tiến phương thức phân phối hàng hóa, cần phải tăng cường công tác trang trí và quảng cáo đối với các cửa hàng thương nghiệp.

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU, PHƯƠNG CHÂM VỀ TRANG TRÍ, QUẢNG CÁO HÀNG HÓA.

1. Giới thiệu được sản phẩm hàng hóa thể hiện thành tích và trình độ phát triển sản xuất của ta, đặc biệt là tình hình phát triển của kinh tế địa phương từng thời kỳ; hướng dẫn nhân dân mua sắm tiêu dùng được hợp lý, thoải mái, góp phần đẩy mạnh bán ra và nâng cao năng suất lao động thương nghiệp.

2. Làm cho bộ mặt cửa hàng gọn, đẹp, nâng cao dần bộ mặt văn minh thương nghiệp; vừa

thuận tiện cho công tác quản lý hàng hóa của cửa hàng, vừa làm đẹp bộ mặt thành phố, thị xã, thị trấn.

3. Phương châm là phải chân thực, giản dị và tiết kiệm, tránh phô trương hình thức, nhưng không qua loa tùy tiện, phải phát động được đông đảo quần chúng nhân viên cửa hàng làm công tác trang trí và quảng cáo hàng hóa.

II. NỘI DUNG CÔNG TÁC TRANG TRÍ, QUẢNG CÁO HÀNG HÓA.

1. Tu sửa và vệ sinh cửa hàng.

Muốn làm cho bộ mặt cửa hàng gọn, đẹp, trước tiên phải thường xuyên tu sửa và vệ sinh cửa hàng:

— Tất cả các hàng bán lẻ, ăn uống phục vụ tối thiểu một năm phải quét vôi, sơn biên lại một lần.

— Tường, trần, nền, cống rãnh, tủ quầy... khi hư hỏng phải sửa chữa ngay.

— Hàng ngày sau giờ bán hàng và phục vụ phải làm vệ sinh cửa hàng.

2. Trang trí, quảng cáo bên trong cửa hàng.

— Phải bố trí tủ quầy phù hợp với yêu cầu của vận động hàng hóa, thuận tiện cho việc mua sắm, lựa chọn của khách hàng.

— Sắp xếp hàng hóa tại nơi bán hàng cho gọn gàng, ngăn nắp, đẹp mắt, theo phương pháp định vị, định lượng cho dễ thấy, dễ lấy, dễ kiểm. Trên từng mặt hàng nhất thiết phải cho biểu giá, những hàng bán theo tiêu chuẩn phân phối cần ghi rõ phương thức phân phối.

— Tủ quầy, hàng hóa phải được lau chùi sạch sẽ hàng ngày, không được để bụi bặm.

— Trong những cửa hàng lớn, nhất là ở các thành phố, khi có điều kiện, cố gắng có tủ kính trưng bày hàng hóa bên trong cửa hàng để giới thiệu hàng hóa với khách hàng.

— Các cửa hàng phải cố gắng bảo đảm ánh sáng cho khách có điều kiện lựa chọn hàng hóa. Những nơi chưa có điện phải tận dụng ánh sáng trời, đồng thời phải thường xuyên chuẩn bị đèn để sử dụng khi trời tối. Những nơi có điện cần tập trung ánh sáng điện bên trong cửa hàng, ít nhất ánh sáng điện bên trong cửa hàng

cũng phải sáng hơn ánh sáng thường bên ngoài. Đặc biệt là ở những quầy bán vải, hàng may mặc sẵn, tránh sử dụng loại ánh sáng làm biến đổi màu sắc của vải để bảo đảm tính chân thực của trang trí, quảng cáo.

— Ở những cửa hàng lớn tại thành phố cần sử dụng hệ thống phát thanh bên trong cửa hàng để giới thiệu hàng hóa và hướng dẫn việc mua bán cho khách hàng.

3. Trang trí, quảng cáo bên ngoài cửa hàng.

— Bên ngoài tất cả các cửa hàng bán lẻ, ăn uống phục vụ, hợp tác xã mua bán, hợp tác xã tiêu thương đều phải có biển cửa hàng, bảng thông báo hàng hóa và giờ giấc đóng, mở cửa hàng. Những bảng này phải sơn kẻ rõ ràng sạch sẽ và phải treo tại cửa ra vào. Riêng bảng thông báo hàng hóa có thể sử dụng hình thức bảng đen.

— Tờ chức tốt việc trình bày quảng cáo tại tủ kính cửa sổ. Việc trình bày tủ kính cửa sổ phải làm thật cẩn thận, tươm tể, đẹp mắt và phải đạt cho được 3 yêu cầu về chính trị, kinh tế và hướng dẫn tiêu dùng. Tủ kính cửa sổ phải được đổi mới thường xuyên về hàng hóa và hình thức trưng bày đặc biệt là vào các dịp lễ tết hoặc khi sắp chuyển thời vụ.

Ngoài ra, ở những nơi có điều kiện, nên tận dụng các phương tiện như báo chí, đài truyền thanh hoặc điện ảnh để giới thiệu hàng hóa và các phương thức phân phối, phục vụ của thương nghiệp.

Hình thức trang trí, quảng cáo phải đẹp và hấp dẫn. Nói chung là phải tận dụng hàng hóa để trưng bày, nhưng cũng có thể sử dụng một số phối cảnh như tranh vẽ, hoa, cây cảnh v.v... để tăng thêm sức hấp dẫn khách hàng.

Trên đây là những nội dung tối thiểu về trang trí, quảng cáo thương nghiệp mà trong điều kiện hiện tại có thể thực hiện được. Các cửa hàng thương nghiệp quốc doanh phải phấn đấu làm cho tốt có tác dụng hướng dẫn chỉ đạo cho hợp tác xã mua bán và hợp tác xã tiêu thương. Riêng một số cửa hàng hợp tác xã mua bán, hợp tác xã tiêu thương nếu chưa có điều kiện làm được tất cả các nội dung nói trên thì ít nhất cũng phải bảo đảm cho được một số nội dung cơ bản như vệ sinh, tu sửa cửa hàng, sắp xếp bố trí hàng hóa bên trong cửa hàng, ngoài cửa hàng phải có biển cửa hàng, bảng thông báo hàng hóa, thông báo giờ giấc đóng cửa, mở cửa v.v...

III. BIỆN PHÁP THỰC HIỆN

Nhận được chỉ thị này, các sở, ty thương nghiệp, sở ăn uống phục vụ Hà-nội, phải có kế hoạch phổ biến kịp thời, giải quyết tốt về nhận thức cho tất cả các cửa hàng (kể cả mạo dịch quốc doanh, hợp tác xã mua bán và hợp tác xã tiêu thương) và các cán bộ chuyên trách làm công tác trang trí, quảng cáo, khắc phục những nhận thức không đúng như cho rằng thiếu hàng nên khó trang trí, hoặc địa điểm cửa hàng còn tạm bợ nên chưa cần phải trang trí v.v..., đồng thời có biện pháp cụ thể thi hành một cách khẩn trương, tạo nên một không khí phấn khởi lạc quan trong ngành cũng như trong nhân dân, phục vụ tốt cho công tác cải tiến phân phối hàng hóa, trước mắt là phục vụ tốt cho Tết nguyên đán sắp tới.

Tuy nhiên, do điều kiện hiện nay của ta chưa cho phép làm một cách đồng loạt về mặt trang trí, cho nên các sở, ty cần có kế hoạch giải quyết từng bước, trước hết là những cửa hàng ở các thành phố, thị xã lớn, sau đó sẽ làm dần.

Đề đẩy mạnh công tác trang trí, quảng cáo thương nghiệp đi dần vào nền nếp, các địa phương cần phải giải quyết một số vấn đề cụ thể sau đây :

1. Cử cán bộ có khả năng về trang trí, quảng cáo thương nghiệp theo dõi, chỉ đạo thường xuyên công tác này trong toàn ngành. Đồng thời có kế hoạch đào tạo, hướng dẫn đội ngũ mạo dịch viên có những hiểu biết cơ bản về trang trí, quảng cáo để họ làm tốt được việc trưng bày hàng hóa ở nơi bán hàng và có thể đảm nhiệm được việc trưng bày tủ kính cửa sổ ở các cửa hàng nhỏ.

Riêng ở thủ đô và các thành phố lớn cần có cán bộ chuyên trách làm công tác trang trí, quảng cáo, trực tiếp phục vụ cho các cửa hàng lớn và những cửa hàng trên các trục giao thông chính để thể hiện cho được bộ mặt văn minh của thương nghiệp xã hội chủ nghĩa.

2. Hàng năm, các sở, ty cần dành một số nguyên liệu, dụng cụ cần thiết cho công tác trang trí, quảng cáo như kính, sơn, vôi, bột màu, giá, bục, đèn v.v... để tạo điều kiện làm tốt công tác này. Nhưng do hoàn cảnh kinh tế còn có khó khăn, cho nên khi làm phải hết sức tiết kiệm, tránh phô trương lãng phí.

3. Các sở, ty cần chỉ đạo các công ty dành hẳn một số tiền để chi cho công tác trang trí, quảng cáo (theo quy định hướng dẫn của Vụ tài vụ thì có thể trích 0,04% so với doanh số

www.LawSuuHoc.com
Tel: +84-8-3845 6684

bán ra) và phải hướng dẫn, kiểm tra việc sử dụng của các cơ sở, kể cả việc sử dụng quỹ tích lũy của các hợp tác xã mua bán và hợp tác xã tiêu thương kinh doanh và phục vụ nhằm không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ của các cửa hàng.

4. Công tác trang trí, quảng cáo phải được coi là một nội dung thi đua của các cửa hàng, phát động được đông đảo quần chúng nhân viên tự nguyện, tự giác làm tốt công tác này được nêu nếp thường xuyên.

Các sở, ty phải có kế hoạch kiểm tra công tác trang trí, quảng cáo ở tất cả các cửa hàng mậu dịch quốc doanh, hợp tác xã mua bán, hợp tác xã tiêu thương và phải có chế độ khen thưởng, kỷ luật như đối với tất cả các công tác khác, nhất là phải nghiêm khắc đối với những trường hợp vi phạm chế độ vệ sinh cửa hàng.

Các sở, ty thương nghiệp, sở ăn uống phục vụ Hà-nội phải báo cáo kết quả thực hiện đợt đầu trong dịp Tết này cho Bộ biết vào giữa tháng 2 năm 1970.

Hà-nội, ngày 14 tháng 1 năm 1970

K.T. Bộ trưởng Bộ Nội thương

Thư trưởng

BÙI BẢO VĂN

BAN THI ĐUA TRUNG ƯƠNG

**THÔNG TƯ số 22-TĐ ngày 7-1-1970
hướng dẫn việc lựa chọn xét duyệt
các tổ, đội, phân xưởng lao động
xã hội chủ nghĩa năm 1969 và việc
đăng ký cho các tổ, đội, phân xưởng
phấn đấu trong năm 1970.**

Hiện nay các cơ sở, các ngành, các địa phương đang chuẩn bị tổng kết công tác, bình bầu các danh hiệu thi đua và lựa chọn xét duyệt các tổ, đội, phân xưởng lao động xã hội chủ nghĩa năm 1969.

Riêng việc lựa chọn xét duyệt các tổ, đội, phân xưởng lao động xã hội chủ nghĩa năm nay được tiến hành trong những điều kiện thuận lợi sau đây :

Đầu năm nay, các đơn vị cơ sở, các ngành, các địa phương đã chú ý vận dụng tốt thông tư số 2855-TĐ ngày 11-12-1968 và công văn số 7 ngày 14-2-1969 của Ban Thi đua trung ương và Tổng công đoàn hướng dẫn việc lựa chọn xét duyệt các tổ, đội, phân xưởng lao động xã hội chủ nghĩa năm 1968 và việc đăng ký cho các tổ, đội, phân xưởng phấn đấu trong năm 1969. Nhờ đó việc lựa chọn, kiểm tra, xét duyệt tổ, đội lao động xã hội chủ nghĩa năm 1968 đã được tiến hành tương đối chặt chẽ, bước đầu đi vào chất lượng, chống việc buông lỏng quản lý. Những hiện tượng thiên về thành tích một chiều, chạy theo số lượng, đã bớt đi nhiều và rất rõ rệt ở các đơn vị cơ sở, ở các ngành, ở các địa phương. Số tổ, đội được công nhận hiện nay đa số phát huy tác dụng tốt, ít có phát hiện sai sót trong quá trình xét duyệt.

Mặt khác, trong năm 1969, thông qua công tác chuẩn bị tổng kết 4 năm chống Mỹ, cứu nước ở các cơ sở, thông qua các đợt thi đua ngắn chào mừng những ngày kỷ niệm lớn năm 1970, thông qua các đợt thi đua «biển đấu thương thành hành động cách mạng» nhân dịp học tập lời di chúc của Bác Hồ; quần chúng ở cơ sở cũng đã thêm phần tự giác nâng cao nhận thức về chất lượng các tổ lao động xã hội chủ nghĩa; cán bộ lãnh đạo các đơn vị cơ sở, các ngành, các địa phương đã có nhiều dịp nắm sát tình hình các tổ, đội lao động xã hội chủ nghĩa trong đơn vị, trong ngành, trong địa phương mình. Do đó, việc nhận định đánh giá phong trào và lựa chọn xét duyệt các tổ, đội, phân xưởng lao động xã hội chủ nghĩa năm 1969 có nhiều khả năng bảo đảm chính xác, và có thể làm gọn, sớm, xong trong quý I năm 1970.

Dựa vào những điều kiện thuận lợi trên đây và để tăng cường thêm một bước chất lượng phong trào tổ, đội, xúc tiến thêm một bước việc phân cấp quản lý và xét duyệt tổ, đội lao động xã hội chủ nghĩa, đúng theo tinh thần các quyết định số 56-CP ngày 29-4-1965 và số 71-CP ngày 8-5-1969 của Hội đồng Chính phủ về việc ủy nhiệm cho các ông Bộ trưởng, các ông thủ trưởng cơ quan ngang Bộ, cơ quan trực thuộc Hội đồng Chính phủ, các ông Chủ tịch Ủy ban hành chính khu, tỉnh, thành phố quyền hàng năm công nhận các tổ, đội lao động xã hội chủ nghĩa, Ban Thi đua trung ương, sau khi trao đổi ý kiến với các ngành ở trung ương, hướng dẫn việc tiến hành lựa chọn, xét duyệt các tổ, đội, phân xưởng lao động xã hội chủ nghĩa năm 1969 như sau :