

BÀI GIẢNG

HỆ THỐNG THÔNG TIN DOANH NGHIỆP



Chương 3: HỆ THỐNG THÔNG TIN TÍCH HỢP

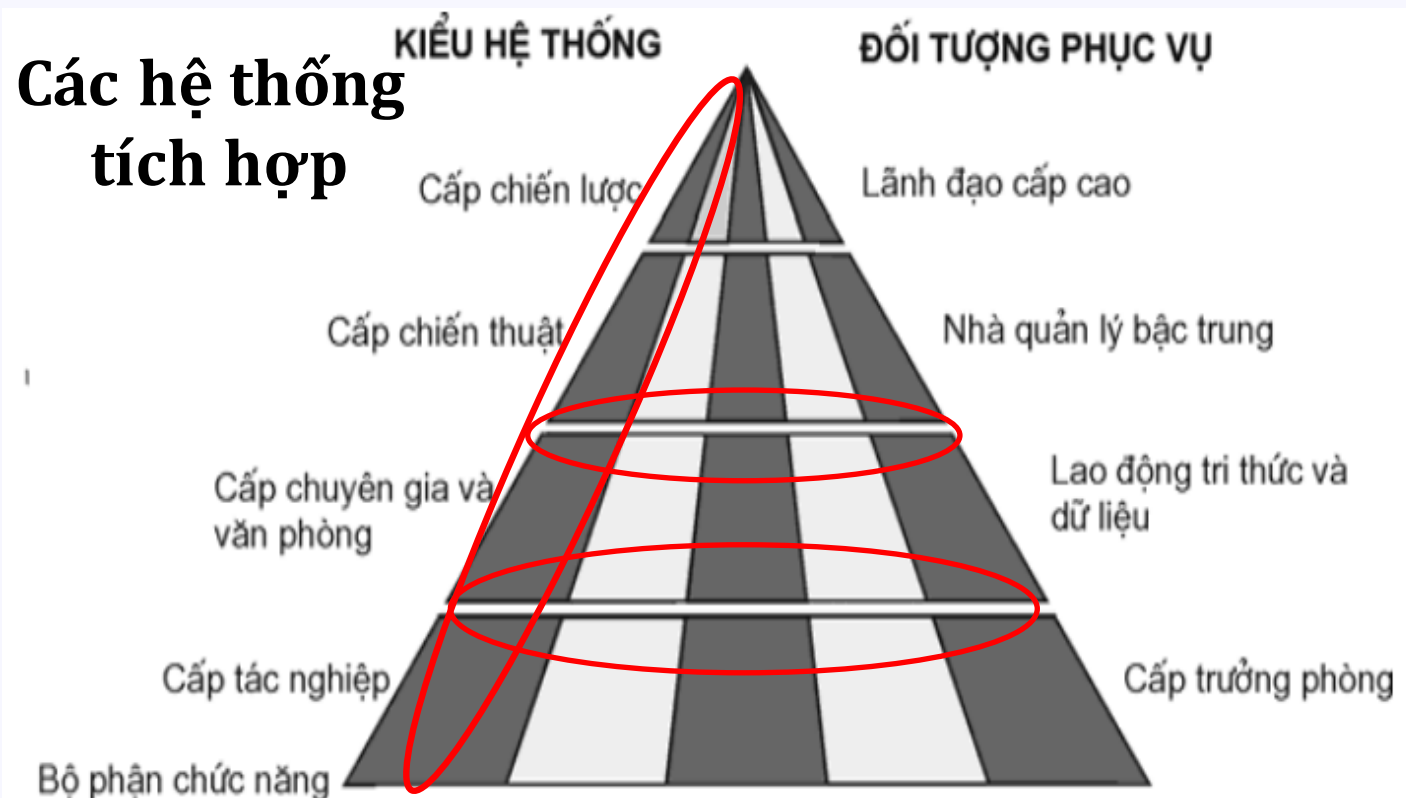
Giáo viên: Nguyễn Thị Uyên Nhi
Email: uyennhisgu@gmail.com

KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

1. Giới thiệu về hệ thống thông tin tích hợp

2

- Hệ thống tích hợp trong DN là những hệ thống liên kết xuyên suốt nhiều bộ phận chức năng, cấp bậc tổ chức và đơn vị kinh doanh .



1. Giới thiệu về hệ thống thông tin tích hợp

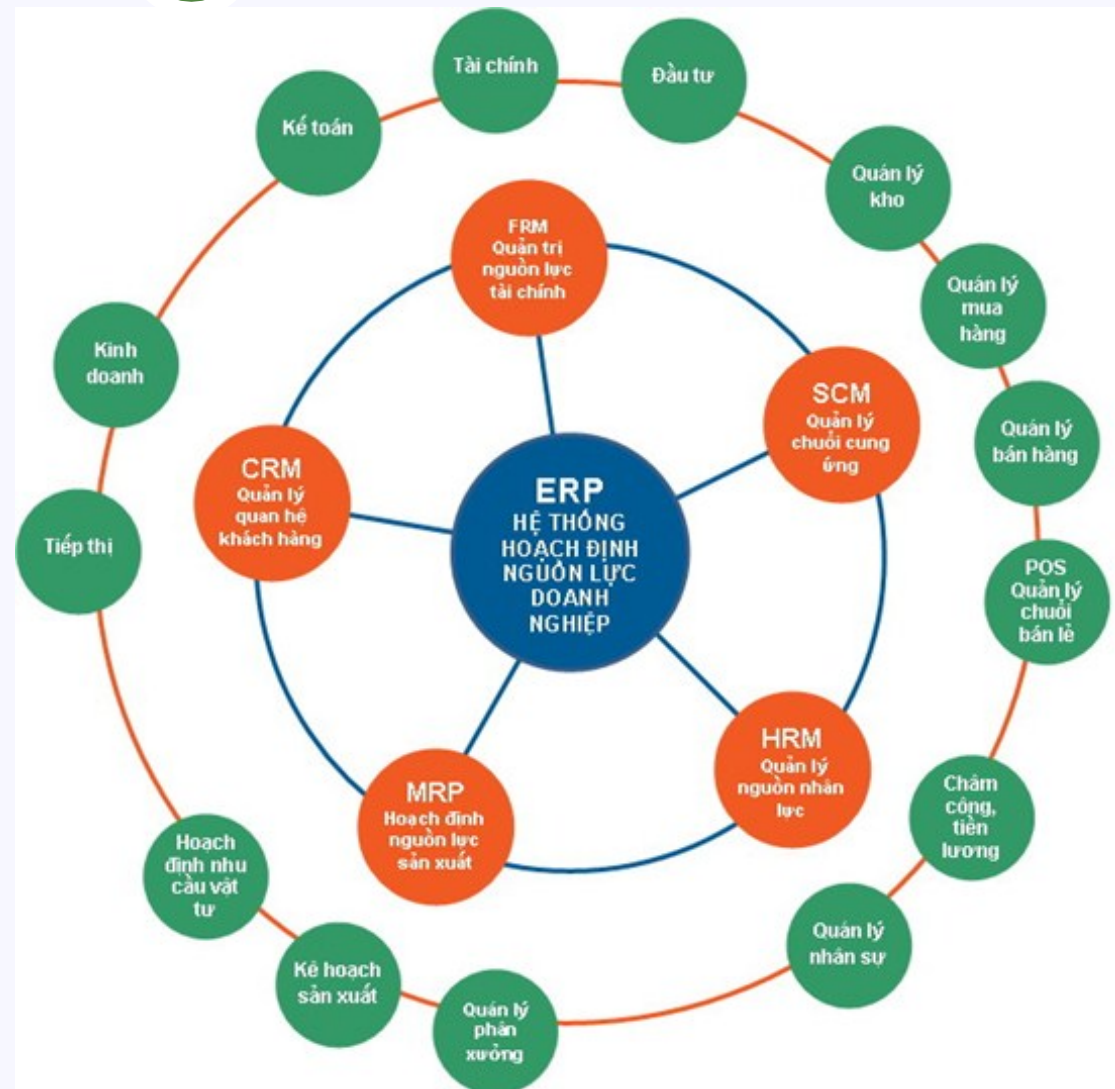
3

- ❖ Sử dụng mạng nội bộ và công nghệ web, phần mềm ứng dụng để trao đổi thông tin bên trong công ty với đối tác bên ngoài
- ❖ Có tính đa cấp, xuyên chức năng và hướng quy trình.

1. Giới thiệu về hệ thống thông tin tích hợp

4

❖ Mỗi liên hệ giữa các chức năng, nghiệp vụ, tổ chức trong một doanh nghiệp với HTTT:



1. Giới thiệu về hệ thống thông tin tích hợp

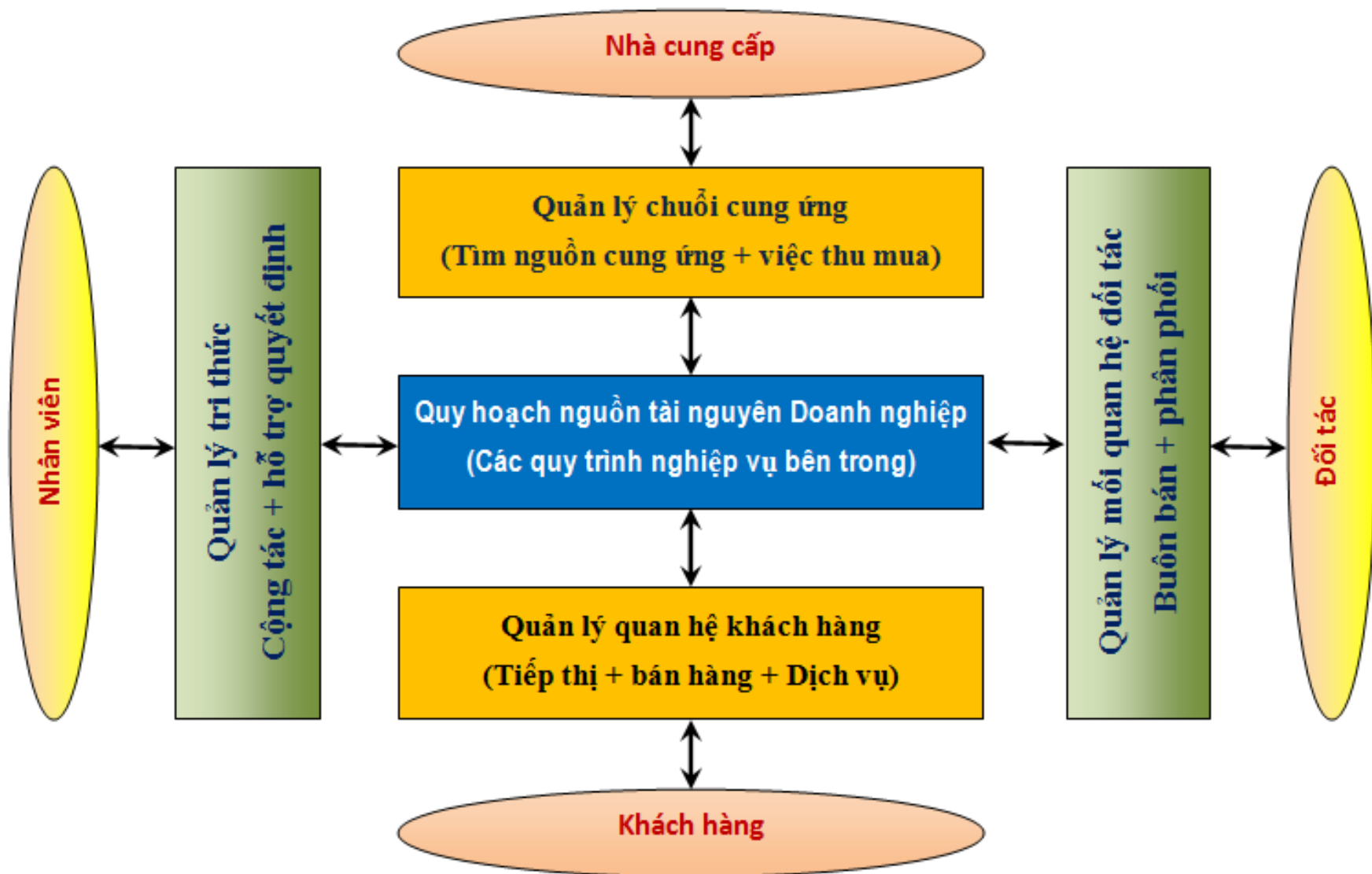
5

| | |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ERP (Enterprise Resource Planning) | Quản lý nguồn lực doanh nghiệp - Hệ thống phần mềm ứng dụng đa phân hệ giúp tổ chức, doanh nghiệp quản lý các nguồn lực và điều hành tác nghiệp |
| HRM (Human Resource Management) | Quản lý nhân sự - con người là tài sản quan trọng nhất mà một doanh nghiệp có. Sự thành công của doanh nghiệp phụ thuộc vào tính hiệu quả của cách "quản lý con người". |
| SCM (Supply Chain Management) | Quản lý dây chuyền cung ứng - là sự phối kết hợp nhiều thủ pháp nghệ thuật và khoa học nhằm cải thiện cách thức các DN tìm kiếm những nguồn nguyên liệu thô cấu thành sản phẩm/dịch vụ, sau đó sản xuất ra sản phẩm/dịch vụ đó và phân phối tới các khách hàng. |

1. Giới thiệu về hệ thống thông tin tích hợp

6

| | |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FRM (Finance Resource Management) | Quản lý tài chính - sử dụng các thông tin phản ánh chính xác tình trạng tài chính của một doanh nghiệp để phân tích điểm mạnh điểm yếu của nó và lập các kế hoạch kinh doanh, kế hoạch sử dụng nguồn tài chính, tài sản cố định và nhu cầu nhân công trong tương lai |
| MRP (Manufacturing Resource Planning) | Quản lý sản xuất - phân hệ hoạch định quá trình sản xuất và nguyên vật liệu trong sản xuất, phản ánh quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và xây dựng hệ thống tiêu chuẩn quản lý sản xuất. |
| CRM (Customer Relationship Management) | Quản lý quan hệ khách hàng - là phương pháp giúp các doanh nghiệp tiếp cận và giao tiếp với khách hàng một cách có hệ thống và hiệu quả, quản lý các thông tin của khách hàng như thông tin về tài khoản, nhu cầu, liên lạc... nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn. |



8



2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

9

2.1. Khái niệm:

- ❖ **CRM** (Customer Relationship Management: Quản lý quan hệ khách hàng) Là hệ thống tích hợp giúp quản lý và liên kết toàn diện các quan hệ với khách hàng qua nhiều kênh và bộ phận chức năng khác nhau nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn.
- ❖ **CRM** không đơn giản là vấn đề về công nghệ, mà là chiến lược, quy trình nghiệp vụ, và mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp được thiết lập ở quy mô toàn doanh nghiệp

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

10



2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

11

❖ CRM có thể cho phép doanh nghiệp:

- ❖ Xác định dạng khách hàng
- ❖ Xây dựng các chiến dịch marketing cho từng cá nhân khách hàng
- ❖ Đối xử với khách hàng trên phương diện là mỗi cá nhân
- ❖ Hiểu rõ về hành vi mua hàng của khách hàng
- ❖ Tập trung vào quản lý toàn diện việc quan hệ khách hàng hiện tại và khách hàng tương lai
- ❖ Tích hợp những quy trình liên quan tới khách hàng và tổng hợp thông tin khách hàng từ nhiều kênh
- ❖ Tổng hợp dữ liệu từ nhiều nguồn và cung cấp công cụ phân tích
- ❖ Đòi hỏi những thay đổi về chu trình bán hàng, tiếp thị, và dịch vụ khách hàng
- ❖ Đòi hỏi sự hỗ trợ từ phía lãnh đạo và ý thức rõ ràng về lợi ích đem lại từ việc hợp nhất dữ liệu khách hàng

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

12

❖ CRM có thể cho phép doanh nghiệp:

- ❖ Xác định dạng khách hàng
- ❖ Xây dựng các chiến dịch marketing cho từng cá nhân khách hàng
- ❖ Đối xử với khách hàng trên phương diện là mỗi cá nhân
- ❖ Hiểu rõ về hành vi mua hàng của khách hàng
- ❖ Tập trung vào quản lý toàn diện việc quan hệ khách hàng hiện tại và khách hàng tương lai
- ❖ Tích hợp những quy trình liên quan tới khách hàng và tổng hợp thông tin khách hàng từ nhiều kênh
- ❖ Tổng hợp dữ liệu từ nhiều nguồn và cung cấp công cụ phân tích
- ❖ Đòi hỏi những thay đổi về chu trình bán hàng, tiếp thị, và dịch vụ khách hàng
- ❖ Đòi hỏi sự hỗ trợ từ phía lãnh đạo và ý thức rõ ràng về lợi ích đem lại từ việc hợp nhất dữ liệu khách hàng

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

13

2.2. Lợi ích của CRM

- Tăng chất lượng và hiệu quả
- Giảm giá thành tổng thể
- Hỗ trợ việc đưa ra các quyết định
- Tạo sự chú ý của khách hàng
- Thiết lập các mối quan hệ có lợi với khách hàng
- Tăng lợi ích và uy tín của DN
- Phát triển các kế hoạch kinh doanh, Marketing
- Thúc đẩy sự phát triển sản phẩm
- Tối ưu hóa các chu trình dịch vụ



2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

15

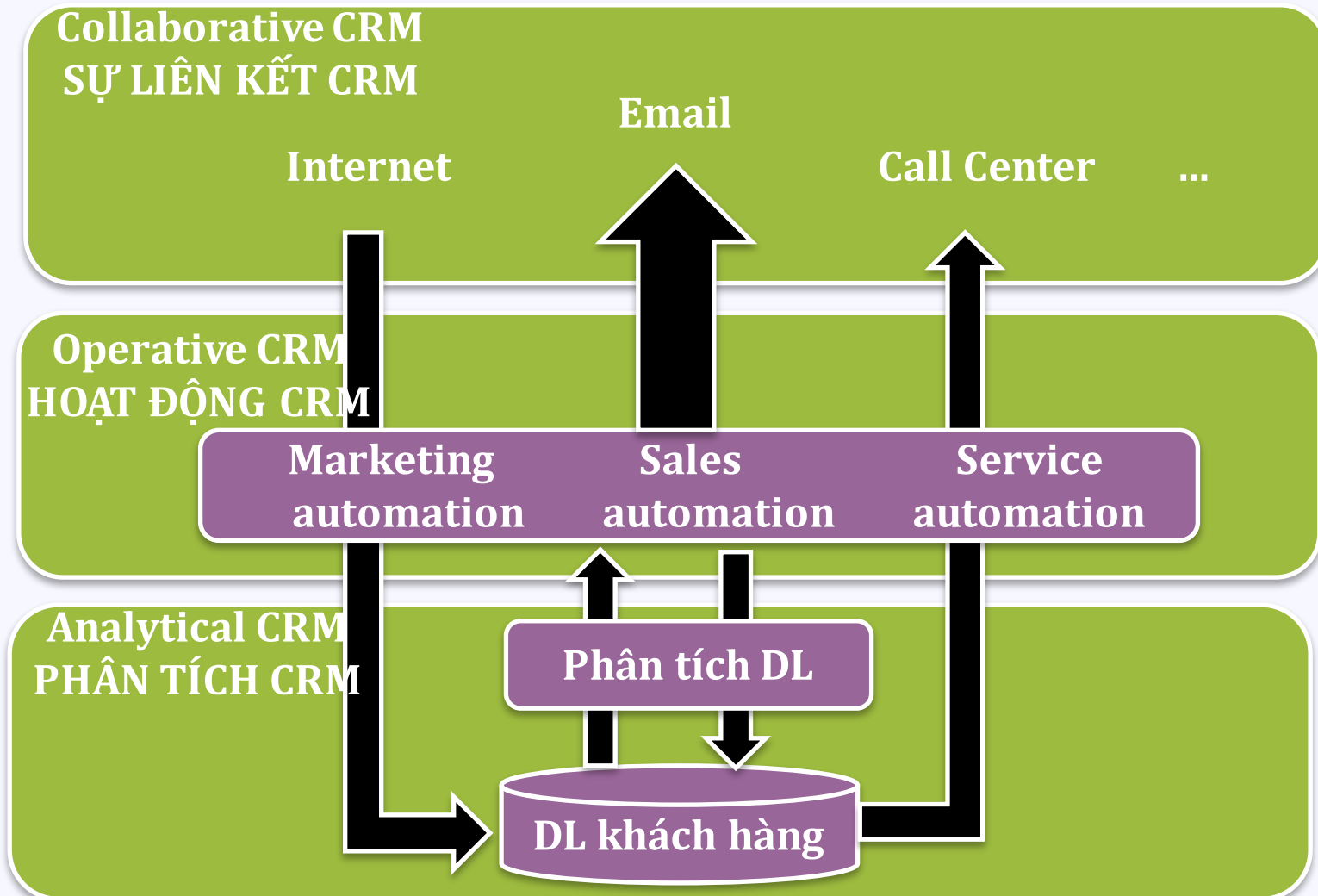
2.3. Chức năng của CRM

- Quản lý điều hành nội bộ
- Tổ chức quản lý bán hàng
- Tổ chức dịch vụ sau bán hàng
- Quản lý các hoạt động Marketing
- Quản lý khách hàng
- Quản lý cơ hội
- Quản lý dự án
- Quản lý email, tài liệu, ghi chú
- Quản lý lịch làm việc cá nhân, nhóm, phòng ban.
- Báo cáo thống kê
- ...

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

16

2.4. Kiến trúc hệ thống CRM:



2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

17

a) Analytical CRM

- CRM phân tích dựa trên nền tảng thông tin khách hàng. DL liên quan đến khách hàng có thể được tìm thấy trong kho DL bán hàng, DL tài chính, DL tiếp thị và các DL dịch vụ... và có thể từ các nguồn DL bên ngoài.
- Nhiệm vụ của Analytical CRM là nắm bắt, lưu trữ, giải thích, phân tích DL liên quan đến khách hàng.
- Với mục đích là nhận ra nhu cầu, tiềm năng và rủi ro đối với khách hàng hiện tại cũng như khách hàng tiềm năng, từ đó có các biện pháp cụ thể, kịp thời đối với từng khách hàng.
- Các phân tích được thể hiện thông qua báo cáo, bảng DL, biểu đồ, mô hình... từ đó hỗ trợ các quyết định về kinh doanh của công ty, tăng cường giá trị của công ty.

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

18

b) Operative CRM có nhiệm vụ tự động hóa việc hỗ trợ khách hàng, cải thiện cảm nhận khách hàng thông qua việc tương tác với khách hàng bằng cách truy cập các DL đã được thu thập từ khách hàng với các chức năng chính là:

- Tự động hóa marketing,
- Tự động hóa bán hàng,
- Tự động hóa dịch vụ.

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

19

c) Collaborative CRM

- Collaborative CRM mô tả sự liên kết của các chiến lược và chiến thuật của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng nhằm mang lại nhiều lợi nhuận hơn, thu hút, duy trì và phát triển khách hàng.
- Collaborative CRM kết hợp con người, quy trình, công nghệ nhằm tối ưu hóa giá trị công ty, đối tác, khách hàng. Thông qua các hỗ trợ công nghệ (website, email, cổng thông tin..) của CRM công ty có thể tiếp cận khách hàng qua nhiều kênh khác nhau, liên lạc với đối tác, nhân viên hiệu quả hơn.

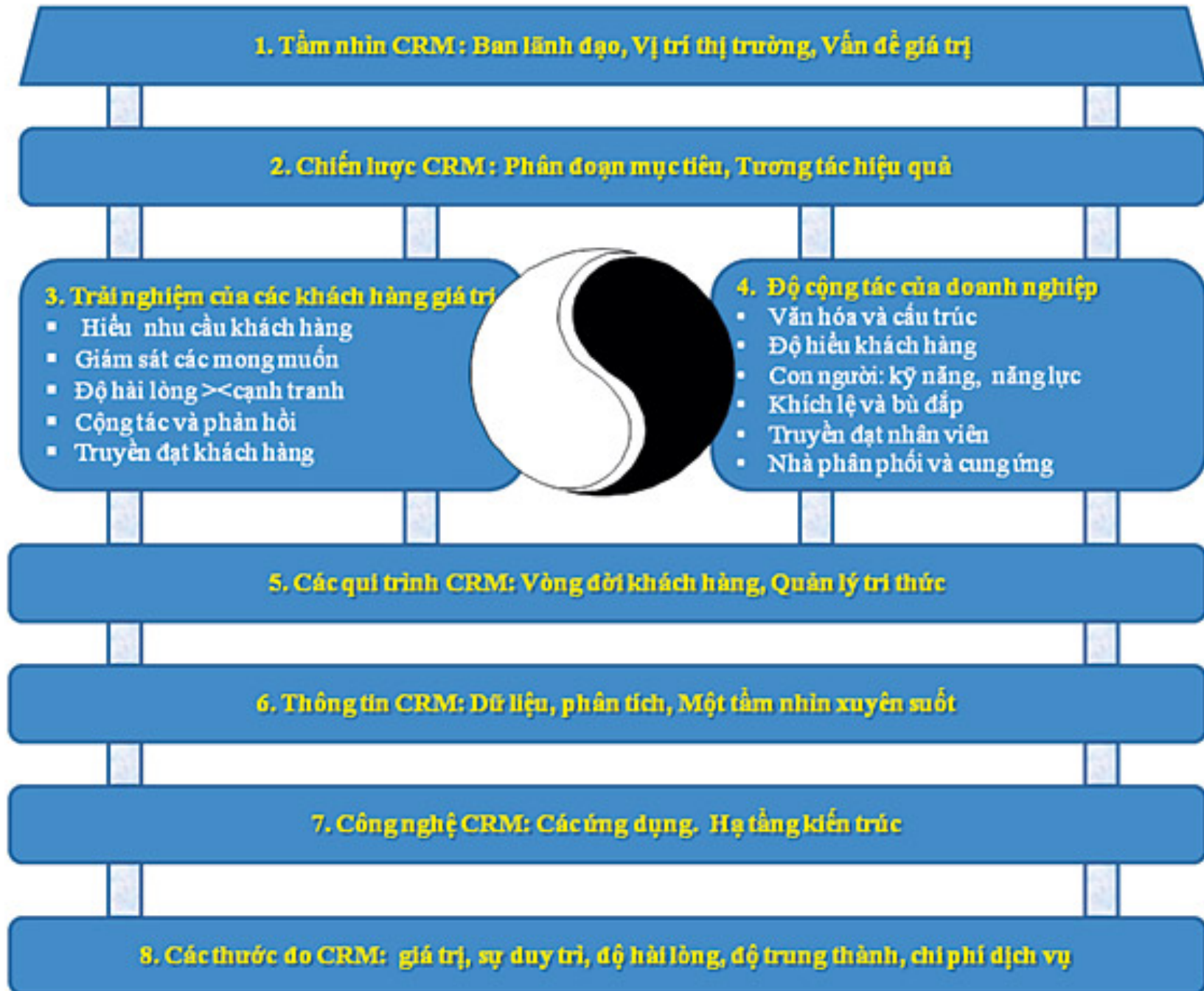
2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

20

2.4. Triển khai CRM: DN có thể tiến hành các bước trong triển khai CRM:

- Đặt ra yêu cầu cụ thể, chi tiết cho từng bộ phận, phòng, ban, dựa trên những mục tiêu tổng quát ban đầu trong chiến lược CRM.
- Thiết kế và tích hợp hệ thống, đây thường là giai đoạn chiếm nhiều thời gian trong triển khai.
- Test hệ thống: kiểm tra những chức năng của giải pháp đã lựa chọn phục vụ nhu cầu DN ở mức độ nào, đảm bảo hệ thống được vận hành thông suốt.
- Đào tạo nhân viên khai thác và sử dụng hệ thống
- Thu thập ý kiến phản hồi của NV, đặc biệt là bộ phận chăm sóc khách hàng, cũng như những ý kiến từ phía KH. Trên cơ sở đó, đánh giá kết quả hoạt động, những lợi ích mà CRM mang lại.

**Kiến trúc chiến lược CRM
để đảm bảo thành công cho dự án CRM**



2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

22

Người sử dụng hệ thống CRM:

❖ Người quản trị hệ thống

- Tạo CSDL, cài đặt CRM
- Thiết lập cấu hình hệ thống, cài đặt tham số hệ thống
- Thiết lập phân nhóm, người sử dụng

❖ Nhà quản lý

- Thống kê tình hình kinh doanh
- Thiết lập các chiến dịch Marketing
- Xem báo cáo công việc của nhân viên và theo dõi quá trình tác nghiệp của từng nhân viên.

2. Quản lý quan hệ khách hàng CRM

23

❖ Nhân viên.

- Nhập đầy đủ thông tin khách hàng tiềm năng, tổ chức, người liên hệ
- Lập kế hoạch công việc hàng ngày
- Tạo và theo dõi các cơ hội bán hàng
- Quản lý mail
- Tạo báo giá khách hàng
- Đơn đặt hàng
- Hợp đồng
- ...

Viettel áp dụng thành công hệ thống CRM

24

- ❖ Tháng 6/2011, Viettel triển khai xong hệ thống Quản lý Quan hệ Khách hàng CRM nội bộ trên toàn quốc
- ❖ Nhân viên hoàn tất việc đào tạo nghiệp vụ và vận hành hệ thống, khai thác triệt để khối DL dùng chung nhằm nâng cao hiệu quả và năng suất làm việc, tạo lợi thế cạnh tranh.
- ❖ DL khách hàng và cơ hội bán hàng được quản lý tập trung và phân quyền. Các NV có thể chia sẻ cơ hội bán hàng, cán bộ quản lý chỉ cần đăng nhập phần mềm là có thể xem được tất cả thông tin về những cơ hội bán hàng mà các nhân viên của mình đang làm, tỷ lệ thành công và kết quả của các cơ hội đấy, rất thuận lợi trong việc hỗ trợ nhân viên giải quyết và ra các quyết định phù hợp.
- ❖ CSDL khách hàng được quản lý chi tiết sẽ giúp NV có thể theo dõi và cập nhật chi tiết tới từng khách hàng của mình, giúp việc phân loại, đánh giá và chăm sóc khách hàng được thuận lợi hơn.

Viettel áp dụng thành công hệ thống CRM

25

❖ Lợi ích thu được của Viettel:

- Năm 2011 tăng trưởng doanh thu 28%, đạt trên 117.000 tỷ đồng, đạt lợi nhuận 20.000 tỷ đồng
- Năm 2013 lợi nhuận đạt 31.000 tỷ đồng, gấp 4 lần lợi nhuận của VNPT. Tốc độ tăng trưởng 35%.
- Phủ sóng 98% các huyện, 85% các xã
- Gần 2500 nhân viên, 4 công ty thành viên và 61 chi nhánh trên toàn quốc.
- Khảo sát sự hài lòng của khách hàng với chất lượng phục vụ dịch vụ, Viettel đứng đầu với 71% (hơn Vinaphone là 66% và Mobiphone là 57%)

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

26

- ❖ **SCM (Supply Chain Management – Quản lý chuỗi cung ứng):** Là hệ thống tích hợp giúp quản lý và liên kết các bộ phận sản xuất, khách hàng và nhà cung cấp.
- ❖ **Các tính năng chính của SCM:**
 - Lập kế hoạch mua nguyên vật liệu
 - Lựa chọn nhà cung cấp
 - Lập kế hoạch cho lượng hàng sản xuất
 - Quản lý quá trình giao hàng bao gồm quản lý kho và lịch giao hàng
 - Quản lý hàng trả lại và hỗ trợ khách hàng trong việc nhận hàng

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

27



3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

28

- ❖ **Cấu trúc của SCM:** Một dây chuyền cung ứng sản xuất bao gồm tối thiểu ba yếu tố: nhà cung cấp, bản thân đơn vị sản xuất và khách hàng.
 - ✓ Nhà cung cấp: là các công ty bán sản phẩm, dịch vụ là nguyên liệu đầu vào cần thiết cho quá trình sản xuất, kinh doanh.
 - ✓ Đơn vị sản xuất: là nơi sử dụng nguyên liệu, dịch vụ đầu vào và áp dụng các quá trình sản xuất để tạo ra sản phẩm cuối cùng. Các nghiệp vụ về quản lý sản xuất được sử dụng tối đa tại đây nhằm tăng hiệu quả, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo nên sự thông suốt của dây chuyền cung ứng.
 - ✓ Khách hàng: là người sử dụng sản phẩm của đơn vị sản xuất.

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

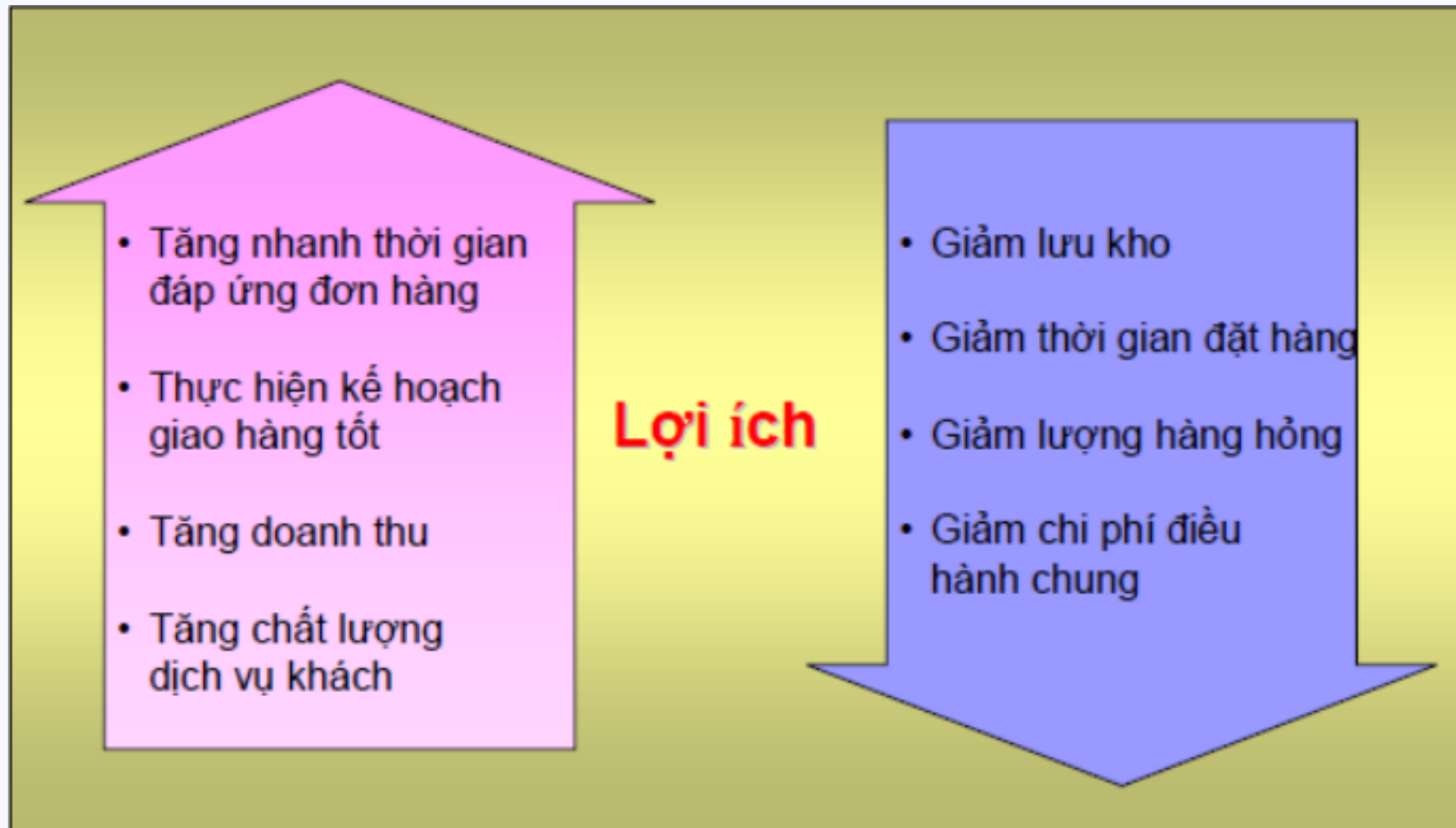
29

- ❖ **Các thành phần cơ bản của SCM:** Chuỗi cung ứng được cấu tạo từ 5 thành phần cơ bản. Các thành phần này là các nhóm chức năng khác nhau và cùng nằm trong chuỗi cung ứng:
 - ✓ Sản xuất (Làm gì, như thế nào, khi nào)
 - ✓ Vận chuyển (Khi nào, vận chuyển như thế nào)
 - ✓ Tồn kho (Chi phí sản xuất và lưu trữ)
 - ✓ Định vị (Nơi nào tốt nhất để làm cái gì)
 - ✓ Thông tin (Cơ sở để ra quyết định)

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

30

❖ Lợi ích của SCM:



3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

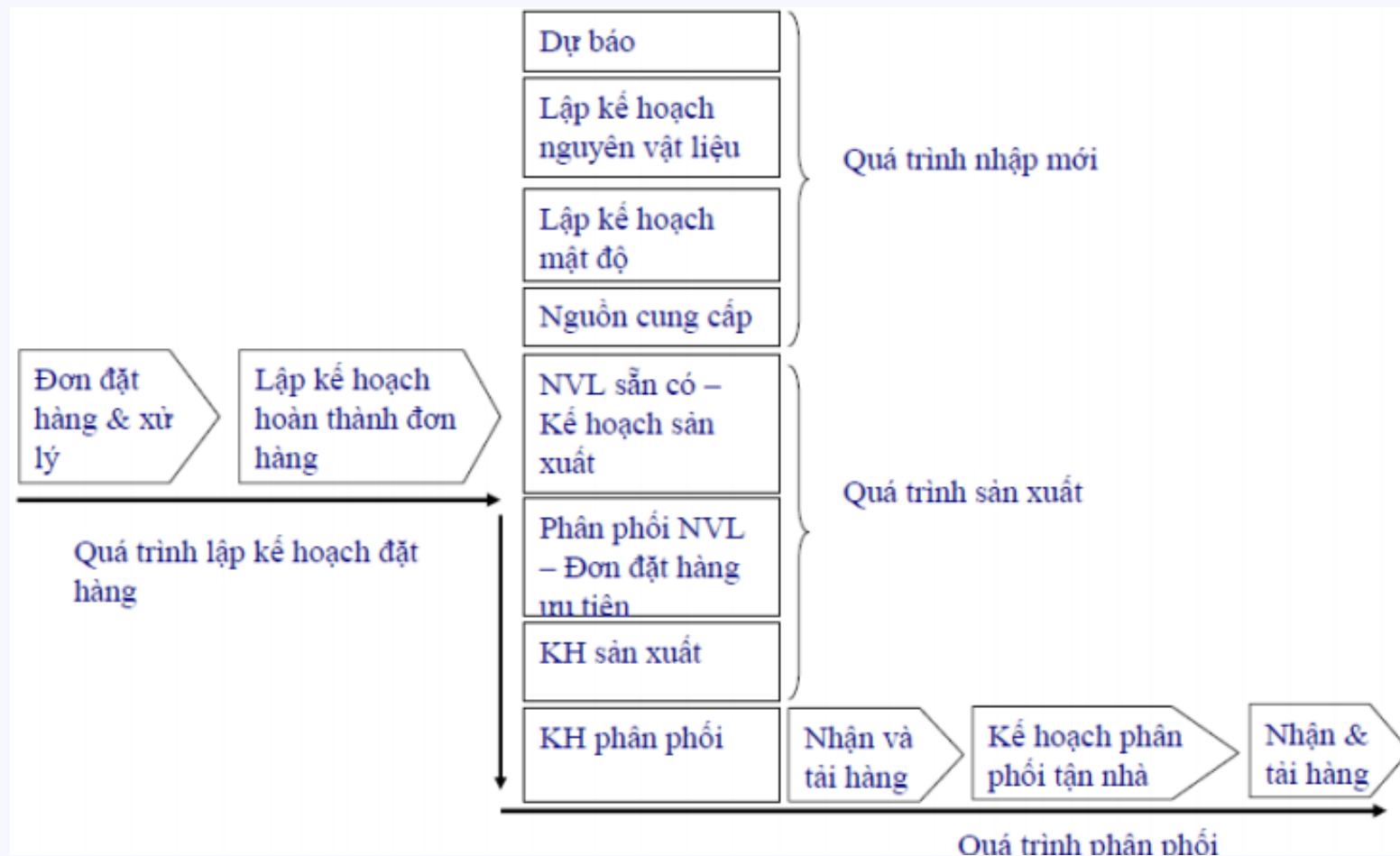
31

- ❖ **Quản lý chuỗi cung ứng:** Tính hiệu quả của hệ thống SCM có thể cho phép doanh nghiệp:
 - ✓ Giảm áp lực từ phía người mua
 - ✓ Tăng áp lực của chính nó với vai trò là nhà cung cấp
 - ✓ Tăng chi phí chuyển đổi nhằm ngăn chặn sự cạnh tranh từ phía các dịch vụ hoặc sản phẩm thay thế
 - ✓ Tạo rào cản đối với các đối thủ mới gia nhập ngành
 - ✓ Tăng khả năng xây dựng được ưu thế cạnh tranh với chi phí thấp

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

32

❖ Hệ thống chuỗi cung ứng:



3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

33

| Các vấn đề với chuỗi cung ứng | Giải pháp được hỗ trợ bởi HTTT |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Xử lý theo chuỗi tuần tự -> chậm | Xử lý song song |
| Chờ đợi giữa các khâu trong chuỗi | Xác định nguyên nhân (DSS) và hỗ trợ truyền thông, hợp tác (PM hỗ trợ nhóm) |
| Tồn tại những hoạt động không tạo nên giá trị | Phân tích giá trị (phần mềm SCM), phần mềm mô phỏng |
| Phân phối các tài liệu giấy tờ chậm | Tài liệu điện tử và hệ thống truyền thông |
| Chậm trễ chuyển hàng từ các kho | Sử dụng phần mềm quản lý kho hàng |
| Dư thừa trong chuỗi cung ứng: quá nhiều đơn hàng, đóng gói quá nhiều,.. | Chia sẻ thông tin qua mạng, tạo các nhóm hợp tác được hỗ trợ bởi CNTT |
| Một số hàng hóa bị hỏng do lưu kho quá lâu | Giảm mức độ lưu kho bằng cách chia sẻ thông tin trong nội bộ và cả với bên ngoài |

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

34

❖ Các bước triển khai SCM:

- a) **Kế hoạch:** Đây là bộ phận chiến lược của SCM. Xây dựng một bộ các phương pháp, cách thức giám sát chuỗi cung ứng để đảm bảo cho dây chuyền hoạt động hiệu quả, tiết kiệm chi phí và tạo ra sản phẩm có chất lượng cao để đưa tới khách hàng.
- b) **Nguồn cung cấp:** Lựa chọn những NCC thích hợp để đáp ứng các chủng loại hàng hoá, dịch vụ đầu vào để làm ra sản phẩm. Xây dựng các quy trình định giá, giao nhận và thanh toán với nhà phân phối, thiết lập các phương pháp giám sát và cải thiện mối quan hệ. Tiến hành song song các quy trình này nhằm quản lý nguồn hàng hoá, dịch vụ nhận được từ các nhà cung cấp.

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

35

❖ Các bước triển khai SCM:

- c) **Sản xuất:** Lên lịch trình cụ thể về các hoạt động sản xuất, kiểm tra, đóng gói và chuẩn bị giao nhận. Đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất của chuỗi cung ứng, vì thế cần giám sát, đánh giá chặt chẽ các tiêu chuẩn chất lượng của thành phẩm, cũng như hiệu suất làm việc của nhân viên.
- d) **Giao nhận:** Đây là giai đoạn “hậu cần”. Hãy xem xét từng khía cạnh cụ thể bao gồm các đơn đặt hàng, xây dựng mạng lưới cửa hàng phân phối, lựa chọn đơn vị vận tải để đưa sản phẩm của bạn tới khách hàng, đồng thời thiết lập một hệ thống hoá đơn thanh toán hợp lý.

3. HTTT quản lý chuỗi cung ứng SCM

36

❖ Các bước triển khai SCM:

- e) **Hoàn lại:** Đây là công việc chỉ xuất hiện trong trường hợp dây chuyền cung ứng có vấn đề. Nhưng dù sao, cũng cần phải xây dựng một chính sách đón nhận những sản phẩm khiếm khuyết bị khách hàng trả về và trợ giúp khách hàng trong trường hợp có vấn đề rắc rối đối với sản phẩm đã được bàn giao.

4. HTTT hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP

37

- Ý nghĩa ERP - Enterprise Resource Planning:
- E: Enterprise (Doanh nghiệp).
- R: Resource (Tài nguyên). Trong CNTT, tài nguyên là bất kỳ PM, phần cứng hay dữ liệu thuộc hệ thống mà có thể truy cập và sử dụng được. Ứng dụng ERP vào quản trị DN đòi hỏi DN phải biến nguồn lực thành tài nguyên.
- P: Planning (Hoạch định), là kế hoạch là một khái niệm quen thuộc trong quản trị kinh doanh. Điều cần quan tâm ở đây là hệ ERP hỗ trợ DN lên kế hoạch như thế nào?

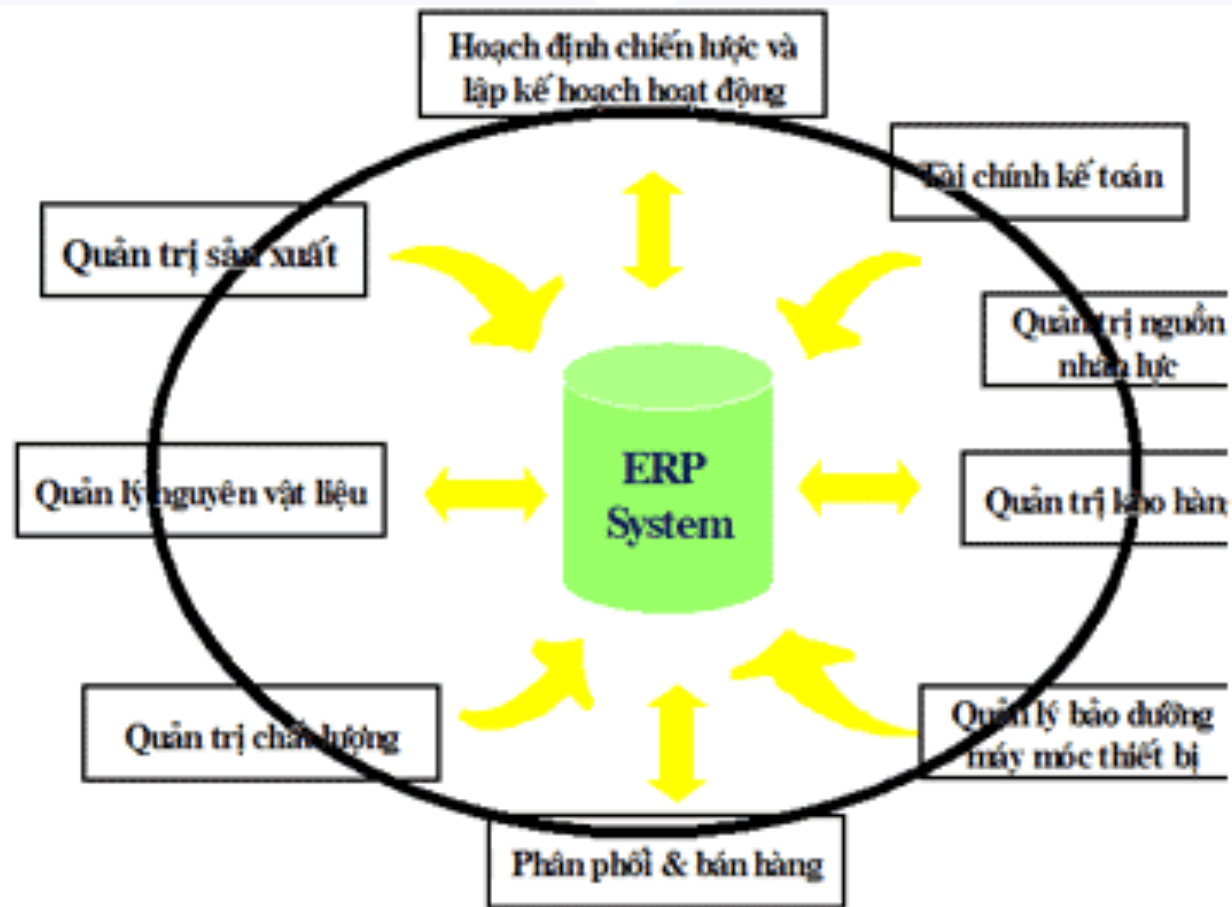
4. HTTT hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP

38

- ERP (Enterprise Resource Planning) là một hệ thống thông tin quản lý tích hợp các nguồn lực của doanh nghiệp, bao trùm lên toàn bộ các hoạt động chức năng chính của doanh nghiệp.
- ERP tạo ra các module:
 - Quản lý tài chính kế toán
 - Quản lý mua hàng và cung cấp vật tư
 - Quản lý bán hàng và phân phối.
 - Quản trị quan hệ khách hàng
 - Quản lý kho vật tư và hàng hóa
 - Quản lý sản xuất
 - Quản lý nhân sự tiền lương
 - Hệ thống,...

4. HTTT hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP

39



Sơ đồ: Thông tin tích hợp qua hệ thống ERP

4. HTTT hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP

40

- ❖ ERP là một hệ thống quản lý tổng thể, đáp ứng toàn diện nhu cầu quản lý của doanh nghiệp ở tất cả các bộ phận, được thiết kế thành các module có mối quan hệ với nhau tạo thành các quy trình tác nghiệp khép kín, tự động hóa các khâu trung gian:
 - ✓ Tích hợp SX và KD
 - ✓ Do con người làm chủ với sự hỗ trợ của máy tính.
 - ✓ Hoạt động theo quy tắc với các nhiệm vụ đã xác định rõ.
 - ✓ Liên kết các bộ phận chức năng trong tổ chức.

4. HTTT hoạch định nguồn lực doanh nghiệp ERP

41



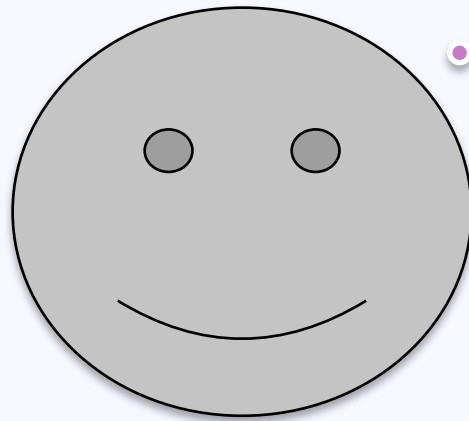
ERP - Resource

42

- **“Nguồn lực” thành “Tài nguyên”**
 - Phải làm cho mọi bộ phận của đơn vị đều có khả năng khai thác nguồn lực phục vụ cho doanh nghiệp.
 - Phải hoạch định và xây dựng lịch trình khai thác nguồn lực của các bộ phận có sự phối hợp nhịp nhàng.
 - Phải thiết lập được các quy trình khai thác đạt hiệu quả cao nhất.
 - Phải luôn cập nhật thông tin tình trạng nguồn lực doanh nghiệp một cách chính xác, kịp thời.

ERP - Resource

43



**Vậy doanh nghiệp
cần làm gì để biến
Nguồn lực thành
Tài nguyên?**

ERP - Resource

44

Doanh nghiệp cần phải:

- Thay đổi văn hóa kinh doanh trong và ngoài doanh nghiệp
- Đây là giai đoạn 'chuẩn hóa dữ liệu'
- Quyết định thành bại của việc triển khai hệ thống ERP
- Chiếm phần lớn chi phí đầu tư cho ERP.

ERP - planning

45

- Tính toán và dự báo các khả năng sẽ phát sinh trong quá trình điều hành sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.
 - Ví dụ: ERP giúp nhà máy tính chính xác kế hoạch cung ứng nguyên vật liệu cho mỗi đơn hàng dựa trên tổng nhu cầu nguyên vật liệu, tiến độ, năng suất, khả năng cung ứng.
- ⇒ Cho phép DN có đủ vật tư sản xuất nhưng vẫn không để lượng tồn kho quá lớn gây đọng vốn.
- ERP hỗ trợ lên kế hoạch trước các nội dung công việc, nghiệp vụ cần trong sản xuất kinh doanh.
 - Ví dụ: Hoạch định chính sách giá, chiết khấu, các kiểu mua hàng giúp tính toán ra phương án mua nguyên liệu, tính được mô hình sản xuất tối ưu
- ⇒ Giảm thiểu sai sót trong xử lý nghiệp vụ.

ERP - Enterprise

46

- **Enterprise (Doanh nghiệp).** Đích đến thật sự của ERP.
 - ERP tích hợp tất cả các phòng ban và toàn bộ chức năng của công ty vào chung một hệ thống máy tính duy nhất mà có thể đáp ứng tất cả các nhu cầu quản lý khác nhau của từng phòng ban.
 - ERP kết hợp toàn bộ các hệ thống riêng lẻ vào chung một chương trình phần mềm tích hợp, chạy trên một cơ sở dữ liệu để các bộ phận có thể dễ dàng chia sẻ thông tin và tương tác với nhau. Việc tích hợp này sẽ mang lại nhiều lợi ích nếu các công ty biết thiết lập phần mềm một cách đúng đắn.

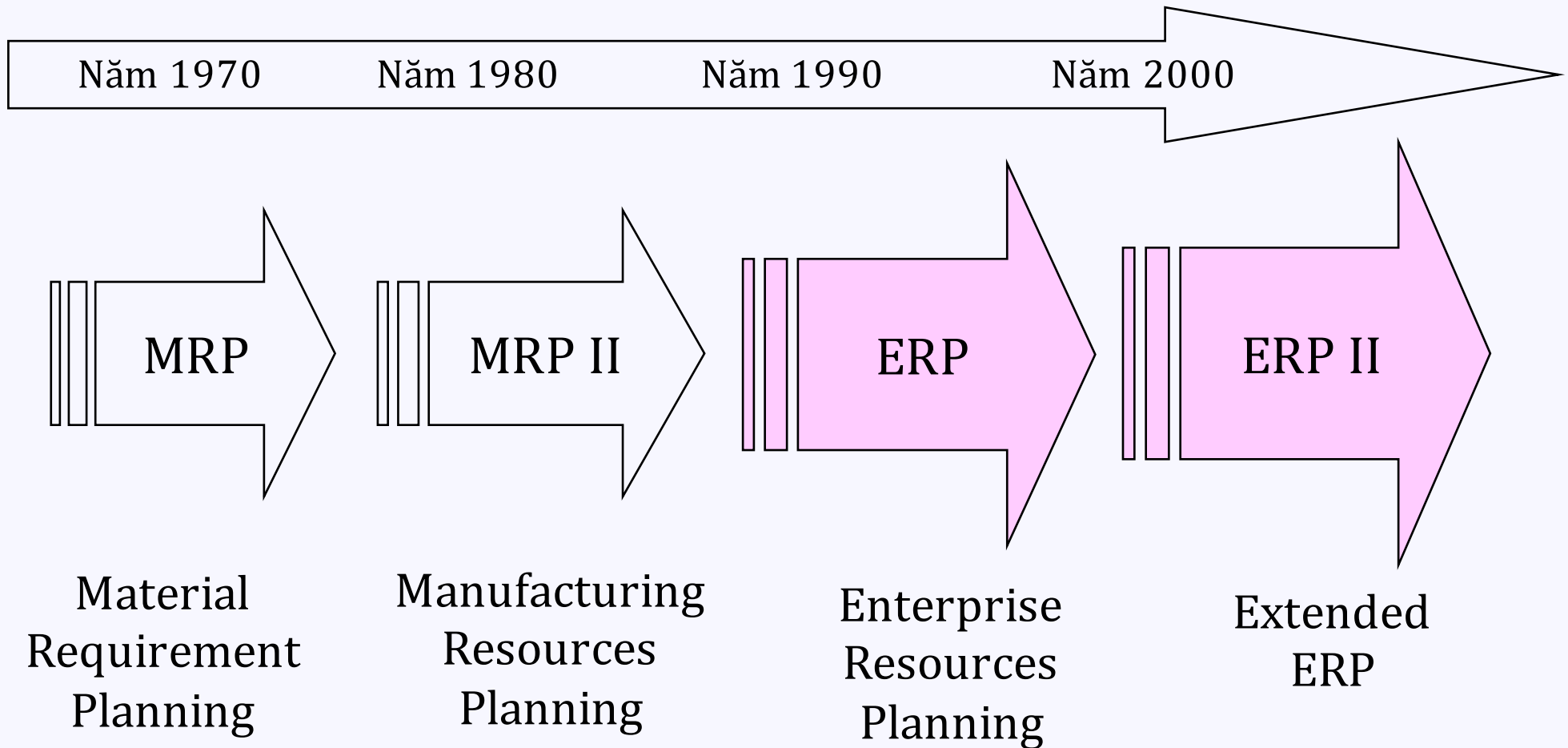
ERP - Enterprise

47

- Hầu hết các nhà cung cấp phần mềm ERP linh động trong việc cài đặt một số phân hệ theo yêu cầu, ngoại trừ việc mua toàn bộ.
- Ví dụ, một số công ty chỉ cài đặt một phân hệ Tài chính hay quản lý Nhân sự và các chức năng còn lại sẽ triển khai sau.

Các giai đoạn phát triển

48



Các giai đoạn phát triển

49

❖ MRP:

- một tập các thủ tục chuyển nhu cầu được dự báo cho sản phẩm thành kế hoạch sản xuất ra sản phẩm.
- chỉ giới hạn ở việc điều khiển dòng vật chất cho sản phẩm, và không điều khiển sản xuất.

❖ MRP II:

- điều khiển sản xuất và tích hợp các hoạt động sản xuất thành một hệ thống nhất.
- chỉ phục vụ cho chức năng sản xuất
- dữ liệu và xử lý của nó không tích hợp với các chức năng khác như tiếp thị, tài chính hoặc nhân sự.

Các giai đoạn phát triển

50

❖ ERP:

- Cung cấp một phương tiện chia sẻ thông tin
- Tích hợp và tối ưu hóa các tiến trình xử lý của nhiều chức năng khác nhau trong tổ chức.
- Được thiết kế nhằm làm thỏa mãn yêu cầu của khách hàng
- ERP không tích hợp SCM hay CRM.

❖ **ERP II:** là một ERP hướng đến tối ưu hóa các tiến trình xử lý bên trong lẫn bên ngoài tổ chức, có tích hợp SCM, CRM. Cho phép DN trao đổi thông tin và hoạt động xử lý qua internet.

Đặc điểm của ERP

51

- a) **Tính phân hệ và tích hợp:** phần mềm ERP là tích hợp nhiều phân hệ để xử lý các hoạt động kinh doanh, chia sẻ và chuyển thông tin thông qua một cơ sở dữ liệu chung mà các phân hệ này đều có thể truy cập được.
- b) **Cơ sở dữ liệu quản lý tập trung và chia sẻ thông tin:** Tất cả các dữ liệu của các phân hệ tích hợp được quản lý tập trung và tổ chức theo kiểu hệ quản trị CSDL (database management system). Các phân hệ đều có thể truy cập và sử dụng chung nguồn dữ liệu này. Cách tổ chức dữ liệu tập trung này giúp việc thu thập và lưu trữ dữ liệu không bị trùng lặp, không mâu thuẫn với nhau, các dữ liệu được sử dụng hiệu quả cao.

Đặc điểm của ERP

52

- c) Hoạch định toàn bộ nguồn lực của doanh nghiệp.** Đây chính là điểm cốt lõi, cơ bản trong hệ thống ERP. Nguồn lực của doanh nghiệp có thể chia thành 3 loại chính là tài chính, nhân lực và vật lực. Liên quan tới một nguồn lực sẽ có nhiều bộ phận tham gia từ khi yêu cầu, hình thành cho tới khi sử dụng và thông tin về chúng được luân chuyển qua các bộ phận trong quá trình thực hiện hoạt động kinh doanh.
- d) ERP ghi nhận và xử lý thông tin theo qui trình hoạt động kinh doanh.** Hệ thống ERP ghi nhận và xử lý thông tin theo nguyên tắc: nếu bước hoạt động trước chưa được ghi nhận dữ liệu vào hệ thống thì sẽ không có căn cứ để hệ thống cho phép bước hoạt động sau thực hiện.

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

53

VAI TRÒ CỦA ERP:

- a) Tích hợp thông tin tài chính
- b) Tích hợp thông tin về đơn đặt hàng
- c) Chuẩn hoá và tăng hiệu quả sản xuất
- d) Giảm bớt lượng hàng tồn kho
- e) Chuẩn hoá thông tin nhân sự

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

54

a) Tích hợp thông tin tài chính

- Hệ thống ERP tập trung các dữ liệu từ mỗi phân hệ vào một cơ sở quản lý dữ liệu chung giúp cho các phân hệ riêng biệt có thể chia sẻ thông tin với nhau một cách dễ dàng.
- Với ERP, chỉ có một kiểu sự thật; không thắc mắc, không nghi ngờ. Vì sao? vì tất cả phòng ban, nhân viên đều sử dụng chung một hệ thống.

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

55

b) Tích hợp thông tin về đơn đặt hàng

- Với hệ thống ERP, đơn hàng của khách hàng đi theo một lộ trình tự động hoá từ khoảng thời gian nhân viên giao dịch nhận đơn hàng cho đến khi xuất hàng ra cảng và bộ phận Tài chính xuất hoá đơn.
- Hệ thống phần mềm ERP giúp công ty bạn theo dõi đơn hàng một cách dễ dàng, giúp phối hợp với bộ phận Sản xuất, Kho và giao hàng ở các địa điểm khác nhau trong cùng một thời điểm.

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

56

c) Chuẩn hoá và tăng hiệu quả sản xuất

- Hệ thống ERP đem đến những phương pháp tiêu chuẩn để tự động hoá các bước đi của quy trình sản xuất.
- Việc tiêu chuẩn hoá các quá trình trên và sử dụng cùng một hệ thống máy tính tích hợp riêng biệt có thể tiết kiệm thời gian, tăng hiệu suất sản xuất và giảm việc ➔ Giảm chi phí SX cho doanh nghiệp

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

57

d) Giảm bớt lượng hàng tồn kho

- ERP giúp tiến trình sản xuất diễn ra trôi chảy tới việc giảm lượng nguyên vật liệu tồn kho và giúp người sử dụng hoạch định tốt hơn kế hoạch giao hàng cho khách, giảm thành phẩm tồn kho.
- Phân hệ quản lý kho hàng trong phần mềm ERP cho phép các công ty theo dõi hàng tồn kho chính xác và xác định được mức hàng tồn kho tối ưu, nhờ đó mà giảm nhu cầu vốn lưu động và đồng thời giúp tăng hiệu quả kinh doanh.

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

58

e) Chuẩn hoá thông tin nhân sự

- Phân hệ quản lý nhân sự và tính lương hỗ trợ tất cả các nghiệp vụ quản lý nhân viên giúp sắp xếp hợp lý các quy trình quản lý nhân sự và tính lương, giúp sử dụng nhân sự hiệu quả, đồng thời giảm thiểu các sai sót và gian lận trong hệ thống tính lương.
- Theo dõi giờ giấc của nhân công và hướng dẫn họ về các nghĩa vụ và quyền lợi.

Vai trò và lợi ích của ERP trong DN

59

LỢI ÍCH CỦA ERP:

- ❖ Thay đổi cơ cấu tổ chức, quy trình quản lý, nền tảng công nghệ, và năng lực kinh doanh
- ❖ Được thiết kế dựa trên các quy trình nghiệp vụ xuyên chức năng và có thể cải thiện tình hình báo cáo quản lý và ra quyết định
- ❖ Cung cấp một nền tảng CNTT duy nhất, hoàn thiện và thống nhất, chứa đựng dữ liệu về tất cả các quy trình nghiệp vụ chủ yếu
- ❖ Giúp DN thiết lập nền tảng cho việc lấy KH làm trọng tâm
- ❖ ERP là công cụ quản lý tập trung toàn bộ hoạt động sản xuất KD.
 - ✓ Thu thập dữ liệu từ các hệ thống chức năng chính
 - ✓ Lưu trữ dữ liệu tại kho dữ liệu tổng hợp.
 - ✓ Các bộ phận chức năng truy xuất từ kho DL chung để phối hợp thực hiện công việc.

Những thách thức khi áp dụng ERP

60

- ❖ Đòi hỏi những khoản đầu tư lớn
- ❖ ☐ Thay đổi phương thức hoạt động của DN
- ❖ ☐ Đòi hỏi những phần mềm phức tạp và đầu tư lớn về thời gian, công sức và tiền bạc
- ❖ Khi hệ thống trở nên lạc hậu, việc thay thế sẽ càng khó khăn và tốn kém
- ❖ ☐ Khuyến khích hình thức quản lý tập trung
- ❖ ☐☐ Cần tích hợp và chuẩn hóa chức năng trong kinh doanh

Phân phối và bán hàng trong ERP

61



Phân phối và bán hàng trong ERP

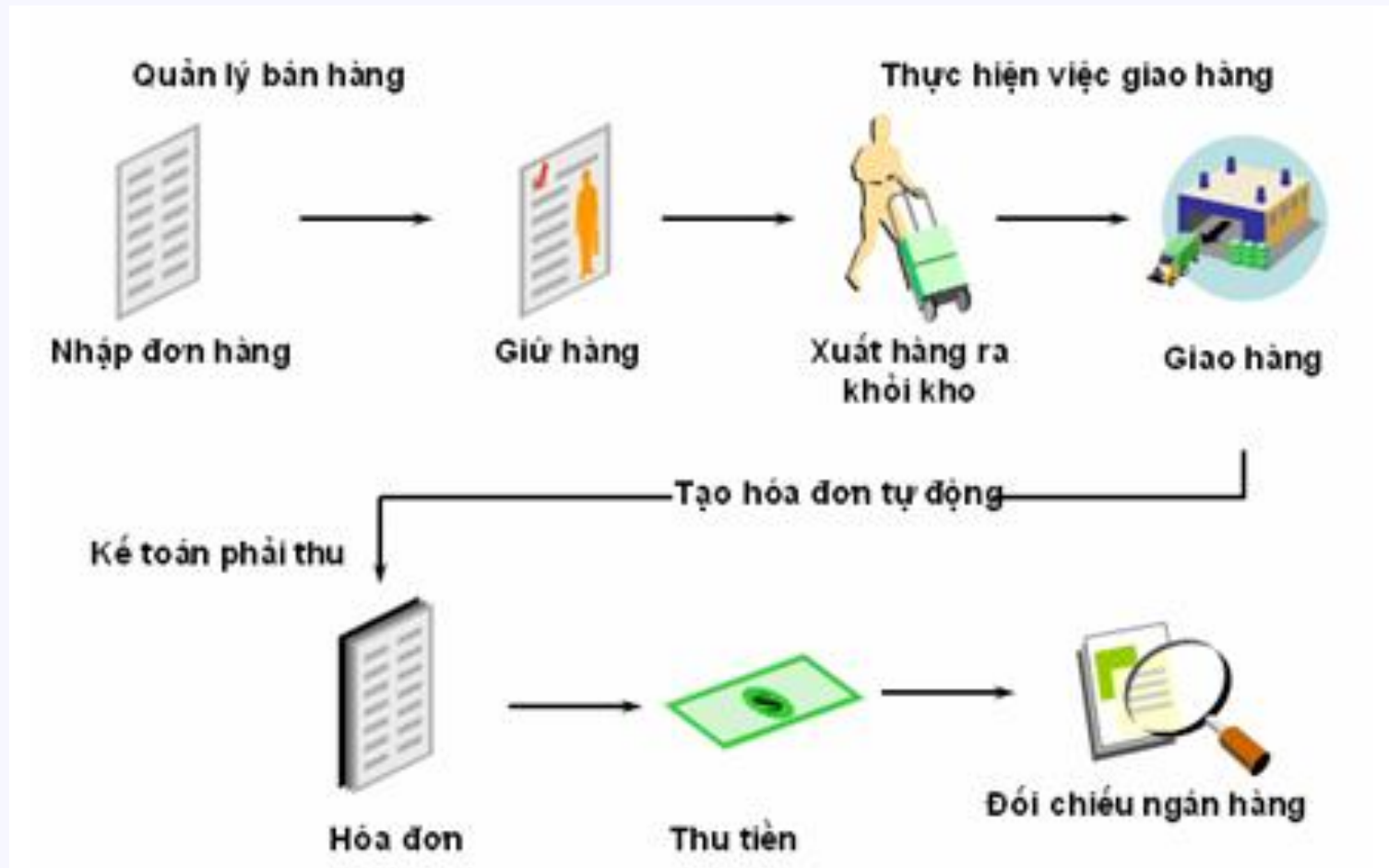
62

- ❖ Quy trình từ bán hàng đến thu tiền của ứng dụng quản trị doanh nghiệp ERP hỗ trợ tự động hóa quy trình bán hàng của doanh nghiệp, giúp việc kiểm soát các bước của quá trình được chặt chẽ hơn cũng như cung cấp thông tin đầy đủ, kịp thời, chính xác phục vụ công tác quản lý.
- ❖ Vai trò của ERP trong phân phối và bán hàng:
 - Xử lý đơn đặt hàng theo nhiều cách
 - Sử dụng cơ sở DL, số liệu thống nhất trên toàn hệ thống
 - Hạn chế lỗi và cung cấp DL chính xác đến tất cả khách hàng theo thời gian thực
 - Giám sát quá trình xử lý đơn hàng

Phân phối và bán hàng trong ERP

63

QUY TRÌNH PHÂN PHỐI VÀ BÁN HÀNG TRONG ERP



Phân phối và bán hàng trong ERP

64

- ❖ **Quy trình:** theo dõi thông tin xuyên suốt từ khi nhận đơn hàng cho đến khi giao hàng cho khách hàng, phát hành hóa đơn bán hàng, thu tiền và hạch toán kế toán.
- ❖ **Bán hàng:** quản lý các đơn bán hàng hay hợp đồng, cho phép DN lưu trữ tất cả các hợp đồng bán hàng, *thông tin đơn hàng* bán cho khách hàng. Ngoài ra, chức năng quản lý đơn hàng cho phép DN khai báo các chính sách bán hàng như chiết khấu, giảm giá, quản lý vận chuyển...
- ❖ **Hỗ trợ quản lý nhiều loại hợp đồng, đơn hàng:** hệ thống ERP hỗ trợ quản lý nhiều loại hợp đồng bán hàng như hợp đồng chuẩn, hợp đồng khung, hợp đồng kế hoạch và bán hàng không qua kho.

Phân phối và bán hàng trong ERP

65

- ❖ **Theo dõi hạn mức công nợ của khách hàng:** cho phép khai báo hạn mức công nợ của khách hàng theo từng khách hàng hoặc từng nhóm khách hàng (Customer Class). Chức năng này cho nhân viên bán hàng biết được khách hàng nào đã nợ quá hạn hoặc đến hạn mức cho phép, từ đó sẽ đưa ra quyết định có nên bán hàng cho khách hàng này nữa hay không.
- ❖ **Giữ hàng:** cho phép DN quản lý tốt hơn thông tin hàng tồn kho, đặc biệt trong trường hợp hàng hóa được giữ cho đơn đặt hàng nào đó mà chưa được giao. Chức năng này còn cho phép bộ phận Kinh doanh và Sản xuất có thông tin để lên kế hoạch sản xuất sát với yêu cầu quản lý và điều độ sản xuất của DN.

Phân phối và bán hàng trong ERP

66

- ❖ **Giao hàng:** cho phép theo dõi thông tin liên quan đến việc giao hàng cho khách hàng. Kết quả của quá trình này là hàng đã được xuất khỏi kho và khách hàng đã nhận được hàng.
- ❖ **Tạo hóa đơn bán hàng và thanh toán:** cho phép tạo hóa đơn bán hàng tự động để theo dõi công nợ của khách hàng theo các thông tin trên đơn bán hàng. Hệ thống cũng thực hiện việc thanh toán khi khách hàng trả tiền mua hàng hóa. Các giao dịch này được thực hiện trên phân hệ Kế toán phải thu.
- ❖ **Hạch toán kế toán:** tất cả các giao dịch phát sinh trong quá trình bán hàng như xuất kho, hóa đơn và thanh toán đều được hạch toán tự động và lưu vào sổ phụ kế toán. Các giao dịch này sẽ cập nhật vào sổ cái khi có lệnh của kế toán.