

**TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**



**ĐỒ ÁN HỆ THỐNG HOẠCH ĐỊNH NGUỒN LỰC DOANH
NGHIỆP**

TÌM HIỂU QUY TRÌNH CHUỖI CUNG ỨNG SCM CỦA CÔNG TY TH TRUE MILK

Người hướng dẫn: **NGUYỄN THANH KHƯƠNG**

Người thực hiện: **Lê Quang Vũ - 51900696**

Lê Thành Đăng Khoa - 51900119

Nguyễn Lê Bảo Thy - 51900239

Khoá : 23

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2022

**TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**



**ĐỒ ÁN HỆ THỐNG HOẠCH ĐỊNH NGUỒN LỰC DOANH
NGHIỆP**

**TÌM HIỂU QUY TRÌNH CHUỖI CUNG ỨNG
SCM CỦA CÔNG TY TH TRUE MILK**

Người hướng dẫn: **NGUYỄN THANH KHƯƠNG**

Người thực hiện: **Lê Quang Vũ - 51900696**

Lê Thành Đăng Khoa - 51900119

Nguyễn Lê Bảo Thy - 51900239

Khoá : 23

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, 2022

LỜI CẢM ƠN

Lời nói đầu, nhóm chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến giảng viên **Nguyễn Thanh Khương**. Trong suốt quá trình thực hiện bài báo cáo thầy luôn tận tâm giúp đỡ, hỗ trợ và hướng dẫn chúng tôi để chúng tôi có thể hoàn thành bài báo cáo “**Tìm hiểu quy trình chuỗi cung ứng SCM của công ty TH true MILK**” thành công tốt đẹp.

Nhóm chúng tôi cũng gửi lời đến khoa Công Nghệ Thông Tin trường Đại học Tôn Đức Thắng. Mặc dù vì dịch COVID-19 khiến cho việc học trực tiếp trên trường trở nên khó khăn nhưng khoa và trường đã tạo điều kiện để cho chúng tôi thực hiện việc học trực tuyến. Tuy có những lúc có những tác động khách quan khiến cho chúng tôi không thể tận hưởng được toàn bộ kiến thức như trực tiếp trên trường nhưng chúng tôi thật sự trân trọng những buổi học trực tuyến. Những buổi học đã cung cấp cho chúng tôi những kiến thức cần thiết cho việc thực hiện đề tài báo cáo cuối kì, ngoài ra còn có những kiến thức thực tế cho công việc tương lai sau này.

Đây là lần đầu tiên chúng tôi tiếp xúc với những kiến thức về môn Hoạch định nguồn lực doanh nghiệp nên không thể tránh những sai sót và kỹ năng thực hiện trong quá trình tìm hiểu, nghiên cứu. Kính mong thầy cô sẽ thông cảm và bỏ qua những thiếu sót của chúng tôi.

NHÓM XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN !

ĐỒ ÁN ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG

Nhóm chúng tôi xin cam đoan đây hoàn toàn là sản phẩm đồ án riêng của nhóm chúng tôi và được sự hướng dẫn từ giảng viên Nguyễn Thanh Khương. Các nội dung trong đề tài nghiên cứu và kết quả hoàn thành trong đề tài này là trung thực và cũng chưa được công bố dưới bất kỳ hình thức nào trước đây. Những số liệu trong các bảng biểu phục vụ cho việc phân tích, nhận xét và đánh giá được chính các thành viên nhóm nghiên cứu và thu thập thông tin từ các nguồn khác nhau trong phần tài liệu tham khảo.

Ngoài ra, trong đồ án còn sử dụng một số nhận xét, đánh giá cũng như số liệu của các tác giả khác hoặc là của các cơ quan tổ chức khác đều được trích dẫn và chú thích nguồn gốc rõ ràng.

Nếu phát hiện được có bất kỳ sự gian lận nào thì chúng tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung đồ án của mình. Trường Đại học Tôn Đức Thắng không liên quan đến những vi phạm tác quyền, bản quyền do chúng tôi gây ra trong quá trình thực hiện (nếu có).

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm

Đồng tác giả

(ký tên và ghi rõ họ tên)

Lê Thành Đăng Khoa

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm

Đồng tác giả

(ký tên và ghi rõ họ tên)

Lê Quang Vũ

Đồng tác giả

(ký tên và ghi rõ họ tên)

Nguyễn Lê Bảo Thy

PHẦN XÁC NHẬN VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN

Phần xác nhận của GV hướng dẫn

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm
(kí và ghi họ tên)

Phần đánh giá của GV chấm bài

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm
(kí và ghi họ tên)

TÓM TẮT

Trong thời buổi chất lượng cuộc sống ngày càng tăng cao. Con người luôn chú trọng trong việc tìm kiếm những sản phẩm tốt và có lợi cho sức khỏe. Từ những nhu cầu đó kéo theo sự phát triển của ngành tiêu dùng thực phẩm của chúng ta trên đà tăng trưởng. Điều đó cũng tạo điều kiện thúc đẩy ngành công nghiệp sản xuất, chế biến sữa và các sản phẩm từ sữa của nước ngày càng có tiềm năng phát triển.

Mặc dù trong năm 2020 nhiều ngành tiêu thụ bị ảnh hưởng nhiều bởi đại dịch COVID-19 nhưng ngành công nghiệp sữa lại ít bị ảnh hưởng, trái lại vẫn đang tăng trưởng rất mạnh. Theo Euromonitor, thị trường sữa Việt Nam ước tính đạt 135 nghìn tỷ đồng trong năm 2020 (+8,3% so với cùng kỳ), nhờ tốc độ tăng trưởng nhanh của các ngành hàng sữa chua và sữa uống tăng. Nhưng để đáp ứng với tốc độ tăng trưởng và nhu cầu của thị trường thì đòi hỏi các công ty có trong tay những phương pháp vận hành quản lý chuỗi cung ứng hợp lí với hướng phát triển của công ty. Trong đó phải nói đến một công ty đã nhận được giải Vàng Chất Lượng quốc gia 2019 – 2020, đó là Công ty CP Thực phẩm Sữa TH. Hiện tại TH true MILK chiếm khoảng 45% thị phần trong phân khúc ngành sữa tại Việt Nam, xuất sang thị trường Trung Quốc và các nước ASEAN. TH đã triển khai xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn TCVN ISO 9001 : 2008 và áp dụng từ khâu cung cấp nguyên liệu chính(sữa bò tươi) đến nhà máy chế biến và hệ thống phân phối sản phẩm.

Vậy hệ thống phân phối sản phẩm đã góp phần làm nên sự thành công của công ty TH hiện nay là gì?

Đó cũng chính là lý do chúng tôi lựa chọn đề tài ***“Tìm hiểu quy trình chuỗi cung ứng SCM của công ty TH true MILK”*** để tìm ra câu trả lời cho câu hỏi.

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	3
ĐỒ ÁN ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG	4
PHẦN XÁC NHẬN VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN.....	6
TÓM TẮT.....	7
MỤC LỤC	8
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	11
DANH MỤC BẢNG	12
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	13
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ERP	14
1.1. ERP là gì?.....	14
1.2. Các chức năng chính của ERP	15
1.2.1. Chức năng Sản xuất.....	15
1.2.2. Tính toán	16
1.2.3. Quản lý nhân sự.....	16
1.2.4. Quản lý mối quan hệ với khách hàng.....	17
1.2.5. Quản lý hàng tồn kho	17
1.2.6. Phân phối.....	17
1.2.7. Giải pháp quản trị doanh nghiệp thông minh.....	18
1.3. Vì sao phải triển khai hệ thống ERP?	18
1.4. Những lợi ích khi triển khai hệ thống ERP	19
1.5. Các thành phần của ERP	20
1.5.1. Quản lý nhân sự (Human Resource Management - HRM):.....	20

1.5.2.	Quản lý quan hệ khách hàng(Customer relationship management - CRM):	21
1.5.3.	Hệ thống báo cáo quản trị thông minh(Business intelligence - BI):	21
1.5.4.	Quản lý chuỗi cung ứng(Supply chain management - SCM) :	22
1.5.5.	Quản lý hàng tồn kho(Inventory Management system):	22
1.5.6.	Quản lý tài chính(Financial management):	23
CHƯƠNG 2: QUY TRÌNH NGHIỆP VỤ		24
2.1.	Tổng quan về chuỗi cung ứng	24
2.1.1.	Chuỗi cung ứng	24
2.1.2.	Quản trị chuỗi cung ứng	25
2.1.3.	Tổng quan chuỗi cung ứng ở Việt Nam	28
2.2.	Chuỗi cung ứng ngành sữa	31
2.2.1.	Khái quát chung về ngành sữa ở Việt Nam	31
2.2.2.	Cơ cấu sản phẩm sữa	33
2.2.3.	Thị phần các công ty sữa	34
CHƯƠNG 3: KỊCH BẢN THỰC HÀNH		37
3.1.	Giới thiệu về Công ty cổ phần sữa TH (TH true MILK)	37
3.1.1.	Tầm nhìn và sứ mạng	37
3.1.2.	Người lãnh đạo Công ty TH true MILK là ai?	37
3.1.3.	Mô hình chuỗi cung của TH true MILK	39
3.1.4.	Điểm mạnh, hạn chế, cơ hội trong chuỗi cung ứng TH true MILK	43
3.1.5.	Bài học rút ra từ thành công trong chuỗi cung ứng sản phẩm sữa của TH true MILK	44
CHƯƠNG 4: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH		45
CHƯƠNG 5: PHÂN CÔNG VÀ ĐÁNH GIÁ		54

5.1. Phân công và đánh giá.....	54
5.2. Kế hoạch giao tiếp nhóm.....	55
5.3. Quy tắc quản lý đồ án của nhóm.....	56
5.3.1. Quản lý tài liệu.....	56
5.3.2. Quản lý tiến độ.....	56
TÀI LIỆU THAM KHẢO	57

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. Thành phần trong chuỗi cung ứng.....	25
Hình 2. Tỷ lệ phần trăm số lượng doanh nghiệp đứ ở Việt Nam năm 2020 bị ảnh hưởng	30
Hình 3. Tỷ lệ nguyên nhân dẫn đến sự đứt gãy chuỗi cung ứng và leo thang giá cả năm 2020	30
Hình 4. Bảng so sánh quy mô và năng lực sản xuất của một số doanh nghiệp sữa tại Việt Nam	32
Hình 5. Thị phần sữa Việt Nam 2020.....	33
Hình 6. Mô hình chuỗi cung ứng của TH True Milk	41
Hình 7. Sơ đồ quy trình chuỗi cung ứng TH True Milk.....	42
Hình 8. Logo Hệ thống nguồn mở ERP Odoo	45
Hình 9. Giao diện mua hàng.....	45
Hình 10. Tạo báo giá	46
Hình 11. Gửi báo giá qua email.....	46
Hình 12. Xác nhận đơn hàng	47
Hình 13. Tạo đơn hàng để sản xuất	47
Hình 14. Tạo lệnh và xác nhận lệnh sản xuất.....	48
Hình 15. Kiểm tra kho vận	48
Hình 16. Đơn hàng cần xử lý.....	49
Hình 17. Hoàn tất sản xuất	49
Hình 18. Tạo đơn bán hàng	50
Hình 19. Gửi báo giá	50
Hình 20. Kiểm tra lại hóa đơn	51
Hình 21. Trang mua sản phẩm	51
Hình 22. Chọn số lượng mua.....	52
Hình 23. Giỏ hàng	52
Hình 24. Tiến hành thanh toán	53

Hình 25. Đã thanh toán.....	53
-----------------------------	----

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1. Phân công và đánh giá công việc	55
---	----

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ERP - Enterprise Resource Planning (Hoạch định nguồn lực doanh nghiệp)

MRP - Material Requirement Planning (Hoạch định nguồn lực sản xuất)

HR - Human Resources (ngành Quản trị nhân sự)

CRM - Customer Relationship Management (quản lý quan hệ khách hàng)

BI - Business Intelligence (Trí tuệ doanh nghiệp)

DN - doanh nghiệp

HRM - Human Resource Management (Quản trị nguồn nhân lực)

SCM - Supply chain management (Quản trị chuỗi cung ứng)

SKU - Stock Keeping Unit (Đơn vị lưu kho)

HCM - Hồ Chí Minh

HN - Hà Nội

VN - Việt Nam

VDA - Hiệp hội sữa Việt Nam

FMCG - Fast Moving Consumer Goods (ngành hàng tiêu dùng nhanh)

TNHH - Trách nhiệm hữu hạn

ISO - International Organization for Standardization (Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế)

OHSAS - Occupational Health and Safety Assessment Series (Tiêu chuẩn về Hệ thống quản lý An toàn sức khỏe nghề nghiệp)

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ERP

1.1. ERP là gì?

Là phần mềm hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (viết tắt là ERP). Một mô hình ứng dụng công nghệ thông tin vào vào quản lý hoạt động kinh doanh, thu thập dữ liệu, lưu trữ, phân tích diễn giải. Bộ tích hợp bao gồm nhiều công cụ: kế hoạch sản phẩm, chi phí sản xuất hay dịch vụ giao hàng, tiếp thị và bán hàng, quản lý kho quỹ, kế toán phù hợp với tập đoàn công ty lớn.

- Enterprise: Doanh nghiệp, sử dụng hệ thống phần mềm để sử dụng tài nguyên theo quy trình các hoạt động tốt nhất.
- Resource: Tài nguyên, những tài sản liên quan đến công ty có sẵn. Những giá trị được tạo ra hàng ngày...Nhân viên nhà quản lý cũng có thể coi là một dạng tài nguyên.
- Planning: Hoạch định. Nhân viên các phòng ban trao đổi tương tác giải quyết công việc diễn ra thường xuyên hàng ngày. Quá trình này dù đơn giản hay phức tạp cũng tác động đến toàn bộ cơ sở tài nguyên của công ty.

Dự án ERP là dự án triển khai phần mềm hệ thống quản trị doanh nghiệp cho toàn bộ hoạt động của công ty. Tùy theo quy mô của doanh nghiệp mà dự án ERP sẽ áp dụng cho toàn bộ hoặc 1 phần các phần hành của đơn vị kinh doanh đó.

Trong thực tế thì quy trình triển khai dự án ERP khá phức tạp và tốn kém, đòi hỏi nhà quản lý phải có sự cân nhắc thận trọng và nguồn lực đủ mạnh thì mới có thể vận dụng hoàn toàn hệ thống quản trị nguồn lực vào toàn bộ doanh nghiệp.

Một quy trình dự án ERP bao gồm 5 bước cơ bản bao gồm:

- Chuẩn bị cho dự án ERP: Chủ doanh nghiệp cần xác định rõ ràng mục tiêu và kết quả cần đạt được. Doanh nghiệp cần phải chọn đơn vị uy tín để hợp tác để có thể đạt được kết quả tốt nhất.

- **Lập kế hoạch dự án ERP:** Tiếp đến doanh nghiệp sẽ cùng nhau ngồi bàn bạc và thảo luận về các vấn đề liên quan đến dự án như là: nhu cầu của công ty, nguồn lực và tài chính của công ty,... Tiếp đến là đưa ra mô tả chi tiết về tình hình của công ty để đơn vị hợp tác có thể xây dựng kế hoạch hoạch định doanh nghiệp đúng với nhu cầu của doanh nghiệp...
- **Thử nghiệm và đánh giá phần mềm ERP:** Tại đây, đơn vị cung cấp sẽ tiến hành thử nghiệm hệ thống ERP theo quy trình đã thông qua trước đó. Thông thường là các hoạt động liên quan đến các vấn đề như mẫu báo cáo, quy trình xử lý thông tin và mối quan hệ giữa các phòng ban,...
- **Đánh giá dự án ERP:** Doanh nghiệp sẽ tiến hành kiểm thử mô hình với quy mô nhỏ và dựa vào đó để đưa ra các yêu cầu chỉnh sửa. Các nhân viên sẽ được huấn luyện về phần mềm ERP và hệ thống mới.
- **Triển khai hệ thống ERP:** Cuối cùng sau khi thông qua giải pháp phần mềm ERP, doanh nghiệp sẽ triển khai rộng rãi mô hình này trên quy mô toàn bộ doanh nghiệp. Ngoài ra sẽ có các đợt đào tạo để các nhân viên có thể làm quen với quy trình mới

1.2. Các chức năng chính của ERP

1.2.1. Chức năng Sản xuất

Trước khi sử dụng phần mềm ERP, các doanh nghiệp thường sử dụng phần mềm MRP (hệ thống hoạch định nguồn lực sản xuất). Tuy nhiên trong quá trình hoạt động họ nhận thấy rằng cần phải có sự hỗ trợ cho các hoạt động trong các bộ phận như văn phòng và hành chính. Do đó sẽ có các sửa đổi bổ sung cho hệ thống MRP việc bổ sung các chức năng đó đã làm cho phần mềm MRP khá giống với hệ thống ERP. Chức năng sản xuất giúp doanh nghiệp quản lý được quá trình sản xuất và phát triển sản phẩm. Qua đó cho thấy rằng người dùng có khả năng quản lý nguồn lực, tài chính và khu vực sản xuất trong doanh nghiệp. Hệ thống sản xuất sẽ hỗ trợ nhà doanh nghiệp trong việc lên kế hoạch, thời gian biểu, ngân sách và quản lý vật liệu. Ngoài ra có thể đưa ra các giải pháp hay các công cụ để phát triển dự án. Các công cụ này sẽ được phối hợp chặt chẽ với nhau trong trình

sản xuất của doanh nghiệp. Từ đó, các nhóm làm việc sẽ có thêm thời gian và nguồn lực để tận tâm tạo nên sản phẩm, tránh các lỗi sai.

1.2.2. Tính toán

Phần mềm ERP thường được sản xuất với nhu cầu hỗ trợ trong quá trình sản xuất cũng như quá trình làm việc trong văn phòng. Do đó vấn đề tính toán phải được ưu tiên lên hàng đầu và cũng là chức năng chính của ERP. Chức năng tính toán sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng quản lý các hoạt động thu chi và cũng như là tài chính của doanh nghiệp. Ngoài ra phần mềm còn hỗ trợ các công việc tính toán khác như tính tiền lương cho nhân viên, báo cáo thu chi, báo cáo thuế.

Tuy nhiên trong hệ thống ERP, hoạt động tính toán sẽ có một chút khác biệt. Lúc này, các cơ sở dữ liệu trên ERP sẽ cung cấp các module tính toán dựa trên các dữ liệu thu được trong hoạt động của toàn doanh nghiệp, từ đó có thể giảm thiểu được số lượng nhân viên và tăng khả năng tính toán chính xác hơn về vấn đề tài chính của doanh nghiệp.

1.2.3. Quản lý nhân sự

Quản lý nhân sự cũng làm một chức năng cần thiết của hệ thống ERP dành cho bộ phận văn phòng tài chính. Phần mềm sẽ hỗ trợ các chức năng để phù hợp với từng vị trí trong doanh nghiệp. Ngoài ra còn hỗ trợ theo dõi các ứng cử viên có thể hỗ trợ chỉ ra các nhân viên có tiềm năng. Giúp bộ phận tuyển dụng có thể tuyển được những nhân viên tiềm năng.

Chức năng HR cũng gói gọn quá trình đào tạo nhân viên mới và lợi ích của quản trị viên. Ngoài ra chức năng này còn bao gồm cả việc quản lý đào tạo, bản lương và hiệu suất công việc của từng các nhân. Hỗ trợ phân tích và báo cáo dữ liệu liên quan đến hiệu suất công việc. Nhờ có cơ sở dữ liệu của ERP, mọi hệ thống nhận dữ liệu có thể quy về một nguồn. Qua đó doanh nghiệp có thể nhận biết được mô hình trong thực tiễn và hiệu suất công việc.

1.2.4. Quản lý mối quan hệ với khách hàng

Tạo được mối quan hệ bền vững với khách hàng là nền tảng cho các chứng năng khác trong doanh nghiệp. Các công cụ quản lý khách hàng sẽ thúc đẩy các mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp. Ngoài ra chức năng CRM hỗ trợ doanh nghiệp trong việc theo dõi các chiến dịch, hiển thị các khách hàng tiềm năng và duy trì thông tin khách hàng. Và đặc biệt hơn chức năng CRM có thể biến đổi để phù hợp với công việc của doanh nghiệp.

Nhờ tính toàn diện của CRM mà các doanh nghiệp có thể nhập các dữ liệu khách hàng vào ứng dụng một cách nhanh chóng. Giúp giảm đi việc lãng phí thời gian.

CRM là một phần của giải pháp ERP và cung cấp dữ liệu khách hàng trong cùng một nơi. Nhờ đó, người dùng có thể tìm kiếm dữ liệu khách hàng nhanh hơn khi cần vận chuyển hàng, thanh toán và cho mục đích tiếp thị.

1.2.5. Quản lý hàng tồn kho

Chức năng quản lý hàng tồn kho của hệ thống ERP đóng một vai trò quan trọng trong hệ thống. Giải pháp này giúp cho người dùng có nhiều quyền kiểm soát hơn và việc quản lý hàng tồn kho sẽ trao đổi dữ liệu với hồ sơ lưu trữ sản xuất, phân phối, bán hàng và khách hàng. Điều này giúp cho người dùng có thể hiểu rõ hơn về chuỗi cung ứng cũng như dự đoán trước các vấn đề như là giao hàng trễ do mức hàng tồn kho thấp một cách chính xác hơn. Ngoài ra phần mềm quản lý hàng tồn kho cũng có thể dự đoán về nhu cầu của khách hàng thông qua công cụ phân tích, Qua đó có thể đưa ra các chiến thuật tốt nhất cho doanh nghiệp. Và cũng giống như các module ở trên, chức năng quản lý hàng tồn kho sẽ hoạt động tốt nhất khi là một phần của ERP đa chức năng.

1.2.6. Phân phối

Quá trình phân phối là quá trình đi từ việc doanh nghiệp đưa một sản phẩm từ kho đến đích đến cuối cùng cụ thể là người dùng. Cũng giống như việc quản lý hàng tồn kho. Hệ thống ERP thể hiện được rằng các chức năng của hệ thống có thể hỗ trợ mọi việc trong doanh nghiệp. Công cụ phân phối quản lý các chức năng như mua hàng, thực hiện

đơn hàng, theo dõi đơn hàng và hỗ trợ khách hàng. Việc tích hợp dữ liệu quản lý hàng tồn kho có vai trò đặc biệt hữu ích trong các hoạt động này, vì nó cung cấp cho người dùng cái nhìn sâu sắc về nơi của sản phẩm và số lượng có sẵn.

Ngoài ra, dữ liệu CRM cũng rất hữu ích trong quá trình phân phối. Các công cụ này cung cấp cho người dùng về thông tin thanh toán và danh sách khách hàng ưu tiên. Vì vậy, doanh nghiệp có khả năng đảm bảo được sự chú ý đầu tiên cho khách hàng quan trọng.

1.2.7. Giải pháp quản trị doanh nghiệp thông minh

Giải pháp kinh doanh thông minh (BI) cung cấp cho doanh nghiệp các công cụ có thể tận dụng tối đa các dữ liệu được thu từ ERP. Chức năng BI sẽ thu thập và phân tích đầy đủ các thông tin của phần mềm ERP qua đó có thể khám phá ra những hoạt động tích cực và tiêu cực. Công cụ này cũng có thể dự đoán tình hình trong tương lai để doanh nghiệp có thể nắm bắt các vấn đề sắp xảy ra.

Ngoài ra BI còn hỗ trợ việc truyền tải dữ liệu đến tay người dùng thông qua các công cụ hỗ trợ việc báo cáo. Ngoài ra còn cung cấp các bảng mẫu và bảng điều khiển tùy chỉnh, biểu đồ và trực quan hóa dữ liệu. Báo cáo còn cho phép các nhà lãnh đạo công ty đưa ra các quyết định về kinh doanh có chiến lược hơn dựa trên dữ liệu và các sự kiện thực tế.

Tóm lại, hệ thống ERP có thể hỗ trợ các nhà lãnh đạo đưa doanh nghiệp đưa ra những giải pháp phù hợp nhất đối với doanh nghiệp của mình

1.3. Vì sao phải triển khai hệ thống ERP?

Như đã nói ở phần khái niệm, hệ thống ERP là một mô hình ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý kinh doanh. Chính xác thì ERP giúp nâng cao hiệu quả quản lý, nhờ các quy trình chặt chẽ của ERP từ đó giảm thiểu được tối đa những sai sót cơ bản trong quá trình quản lý.

Tất cả các tài liệu và báo cáo được đồng bộ hóa lưu trên hệ thống cho phép người quản lý có thể xem bất cứ thông tin mà không cần phải liên hệ các bộ phận khác nhau.

Như thế giúp cho nhà quản lý tiết kiệm được thời gian quản lý, kiểm soát hiệu quả, thống kê các nghiệp vụ khác trong công ty và giảm thiểu được tối đa mức độ phức tạp trong đồng bộ hóa thông tin. Không những thế còn giúp tránh tình trạng một dữ liệu lại lưu trữ quá nhiều nơi, khi gặp sự cố công việc cập nhật lại tốn quá nhiều thời gian không cần thiết.

Ngoài việc truyền tải thông tin giữa các bộ phận thì ERP còn đảm bảo quyền riêng tư, giúp cho các bộ không bị xung đột và quá phụ thuộc lẫn nhau. Nhân viên vẫn có thể truy cập các thông tin cần thiết khi cần sử dụng đến nhưng không thể truy cập nhưng thông tin chưa cho phép quyền truy cập. Khi đó sẽ làm tăng tính bảo mật của công ty lên và ngăn chặn tối đa các trường hợp gây rối ảnh hưởng tới dữ liệu chung của công ty.

Hệ thống ERP cũng là một "trợ thủ" đắc lực giúp cho công ty làm hài lòng và giữ chân khách hàng lại. Thường thì bên quản lý sẽ khó có thể đáp ứng những yêu cầu của khách hàng nhanh chóng như phía khách hàng mong đợi vì phải tốn rất nhiều thời gian để quản lý có thể nhận được báo cáo từ phía khách hàng. Nhưng vấn đề này đã được ERP giải quyết ổn thoả với khả năng giúp nhà quản lý có thể quản trị toàn bộ thông tin sản phẩm, dịch vụ theo thời gian thực, từ đây có thể sẽ giảm bớt được phần nào thời gian duyệt báo cáo đánh giá từ phía khách hàng và nhanh chóng đáp ứng lại yêu cầu đó.

1.4. Những lợi ích khi triển khai hệ thống ERP

ERP không chỉ dành cho các doanh nghiệp lớn. Không phân biệt bạn là một doanh nghiệp đang phát triển hay một doanh nghiệp quy mô vừa, việc triển khai hệ thống ERP mang lại vô số lợi ích:

- Thông tin kế toán tài chính, quản trị chính xác kịp thời
- Giúp doanh nghiệp giảm thiểu chi phí
- Cải tiến và chuẩn hóa hoạt động kinh doanh theo quy trình
- Thông tin tập trung và cho phép khai thác ở tất cả các bộ phận của DN có triển khai phân hệ đó
- Thay đổi thói quen làm việc, hướng đến chuyên môn hóa và chuyên nghiệp hóa

- Hệ thống ERP cung cấp quản lý thông tin và định hướng công việc
- Tăng chất lượng sản phẩm
- Chuẩn xác trong quá trình vận chuyển- nghiệp vụ logistics
- Giúp đẩy mạnh hiệu suất công việc
- Giúp lưu trữ dữ liệu hiệu quả
- Tự động hóa và tổ chức tốt hơn quy trình sản xuất với khả năng tùy chỉnh cao
- Thích ứng với điều kiện của thị trường nhanh hơn
- Nâng cao sự hài lòng của khách hàng

Trong những lợi ích của ERP lợi ích quan trọng nhất chính là tính dễ sử dụng mà nó mang lại cho doanh nghiệp

1.5. Các thành phần của ERP

Có sáu thành phần cốt lõi trong hệ thống ERP bao gồm: quản lý nhân sự, quản lý quan hệ khách hàng, hệ thống báo cáo quản trị thông minh quản lý chuỗi cung ứng, quản lý tồn kho, quản lý tài chính

1.5.1. Quản lý nhân sự (Human Resource Management - HRM):

Nhân viên là nền tảng của bất kỳ công ty nào. Bạn không thể hoạt động nếu không có một lực lượng lao động hiệu quả. Nhưng việc giao những nhiệm vụ tầm thường cho nhân viên của bạn sẽ làm suy giảm tiềm năng của họ và làm giảm khả năng đạt được các mục tiêu tốt hơn của công ty.

Module Quản trị Nguồn nhân lực (HRM) của hệ thống ERP quản lý các chức năng quan trọng như tuyển dụng, giới thiệu, xác định cấu trúc lương, chấm công, giới thiệu và theo dõi các khoản khấu trừ thuế và phúc lợi. Nó cũng hoạt động như một phần mềm tính lương bằng cách tự động hóa các khoản tiền gửi trực tiếp, nếu được thực hiện thủ công, sẽ tiêu tốn nhiều thời gian.

Nó giám sát hiệu suất của nhân viên và gửi báo cáo định kỳ cho người quản lý của họ. Nếu cảm nhận được sự sai lệch nào đó trong hiệu suất của nhân viên, nó sẽ cảnh báo cho người quản lý bằng cách gửi các báo cáo trực quan dưới dạng đồ thị và biểu đồ. Nó gợi ý

các chương trình đào tạo nhân viên và cũng lập biểu đồ về quỹ đạo tương lai của họ. Nó cũng làm giảm rất nhiều thủ tục giấy tờ và nhập dữ liệu đơn điệu.

1.5.2. Quản lý quan hệ khách hàng(Customer relationship management - CRM):

Một công ty không thể đảm bảo sự tồn tại của mình nếu không có một cơ sở khách hàng bền vững. Chính khách hàng cung cấp tiền để đổi lấy sản phẩm của công ty vì vậy việc quản lý và xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng là một việc quan trọng đối với doanh nghiệp. Module quản lý quan hệ khách hàng của hệ thống ERP thu thập dữ liệu khách hàng thiết yếu bao gồm: tên, địa chỉ, id, tuổi, geographic details, demographic details, thói quen, giới tính, tôn giáo,...

Một trong những tính năng quan trọng nhất của module CRM là nó theo dõi thói quen mua hàng của khách hàng và thu thập dữ liệu. Dữ liệu này giúp nhận biết những gì mà khách hàng đang tìm kiếm và cách tốt nhất để họ biết đến sản phẩm của bạn. Nó cũng gợi ý những sản phẩm mà bạn có thể bán thêm và bán kèm và cũng cho biết thời điểm phù hợp để làm như vậy. Theo dõi lịch sử cuộc trò chuyện - đây là một tính năng chính của CRM để nếu một khách hàng cụ thể được chỉ định một nhân viên bán hàng mới, họ sẽ biết phải giao tiếp những gì và làm thế nào để chuyển tiếp. Bên cạnh đó, nó cũng lưu trữ thông tin thanh toán để khách hàng có thể mua sản phẩm của bạn chỉ bằng một nút bấm, giúp hợp lý hóa quá trình mua hàng và cải thiện trải nghiệm của khách hàng.

1.5.3. Hệ thống báo cáo quản trị thông minh(Business intelligence - BI):

“Dữ liệu là dầu mới” là câu châm ngôn nóng nhất trên thị trường. Đó là bởi vì các doanh nghiệp trong tất cả các ngành phụ thuộc một phần hoặc hoàn toàn vào dữ liệu. Bạn không thể nghĩ đến việc cạnh tranh trong ngành của mình mà không biết khách hàng của bạn muốn gì và muốn trả tiền cho những gì. Business Intelligence (BI) tạo thành trụ cột cơ bản của hệ thống ERP. Nó thu thập dữ liệu, thực hiện phân tích chặt chẽ và cung cấp thông tin chi tiết hữu ích. Nó cung cấp dữ liệu dưới dạng số, bảng và báo cáo trực quan hiển thị xu hướng một cách hiệu quả.

Thành phần BI của hệ thống ERP tích hợp dữ liệu từ các phòng ban khác nhau và trình bày một bức tranh toàn cảnh về doanh nghiệp của bạn. Do đó, nó giúp phá hủy các hầm chứa thông tin.

Thành phần BI của hệ thống ERP tích hợp dữ liệu từ các phòng ban khác nhau và trình bày một bức tranh toàn cảnh về doanh nghiệp của bạn. Do đó, nó giúp phá hủy các hầm chứa thông tin.

1.5.4. Quản lý chuỗi cung ứng(Supply chain management - SCM)

Xây dựng một chuỗi cung ứng hiệu quả chưa bao giờ là điều dễ dàng. Quản lý chuỗi cung ứng bắt đầu từ việc thu mua nguyên liệu thô từ các nhà cung cấp. Nó đòi hỏi việc so sánh các nhà cung cấp với các thông số khác nhau bao gồm giá cả và số lượng nguyên liệu thô, chiết khấu số lượng lớn và thời gian nhận được nguyên liệu thô và giao tiếp với nhà cung cấp. Hệ thống ERP tinh chỉnh và tìm kiếm của nó dựa trên các thông số đã đặt và liên tục cập nhật danh sách các nhà cung cấp. Danh sách dài các nhà cung cấp thứ cấp sẽ giúp ích khi nhà cung cấp chính yêu cầu cao hơn giá thị trường hoặc không có sẵn.

SCM thu thập dữ liệu thời gian thực và khắc phục các sự cố khi chúng xảy ra. Nó cũng sử dụng phân tích dự đoán để chuẩn bị kế hoạch sản xuất cập nhật từng phút và giúp lập kế hoạch nhu cầu.

SCM sắp xếp tầng kho bằng cách phân tích những sản phẩm nào được mua cùng nhau. Khi được kết hợp với CMR, nó giúp khách hàng cập nhật về trạng thái sản phẩm của họ và cung cấp cho họ thông tin chi tiết về lô hàng .

Một tính năng thiết yếu khác của thành phần SCM là bí đặt hàng các nguyên liệu thô quan trọng trước khi hàng tồn kho xuống dưới mức ngưỡng đã đặt

1.5.5. Quản lý hàng tồn kho(Inventory Management system):

Hệ thống quản lý hàng tồn kho của phần mềm Hoạch định Nguồn lực Doanh nghiệp (ERP) là một lợi ích cho các công ty. Nó hoạt động cùng với thành phần quản lý chuỗi cung ứng và đảm nhận cả việc bán hàng và lưu kho. Nó tự động hóa việc quản lý hàng tồn kho bằng cách giảm kiểm soát hàng tồn kho thủ công và bằng cách giới thiệu các tính

năng theo dõi hàng tồn kho khác - bao gồm theo dõi mức độ sửa đổi, theo dõi số sê-ri nhiều cấp và SKU (đơn vị giữ hàng). Những tính năng này rất quan trọng đối với các công ty có trung tâm phân phối vì chúng tối ưu hóa quy trình giao hàng.

Một chức năng quan trọng khác của hệ thống quản lý hàng tồn kho là hệ thống này tự động cập nhật các nguyên liệu hết hàng trên trang web của bạn để khách hàng không đặt hàng những sản phẩm mà bạn không có trong kho.

1.5.6. Quản lý tài chính(Financial management):

Mọi doanh nghiệp thực hiện các giao dịch tài chính hàng ngày, bao gồm trả lương cho nhân viên, nhận tiền từ khách hàng, thanh toán cước phí, thực hiện các cam kết của nhà cung cấp hoặc nhà phân phối hoặc nhà cung cấp và nộp thuế. Tất cả những điều này đòi hỏi phải ghi lại, theo dõi và phân tích dữ liệu tài chính.

Module quản lý tài chính của hệ thống ERP lưu ý các giao dịch quan trọng của doanh nghiệp như các khoản phải trả, các khoản phải thu, chi phí cố định và biến đổi, và ngân sách. Nó cũng phân tích các xu hướng chi tiêu của bạn để giúp bạn giảm chi phí, tăng lợi nhuận và khám phá các cơ hội chưa được khai thác. Khi kết hợp với sức mạnh của dữ liệu, nó sẽ tiến hành dự báo tài chính và giúp xác định quỹ đạo trong tương lai của bạn.

Module này không chỉ tích hợp các giao dịch tài chính xảy ra giữa các bộ phận mà còn giải phóng thời gian của lực lượng lao động của bạn bằng cách tự động hóa các nhiệm vụ nhỏ. Do đó, nhân viên của bạn có thêm thời gian để thực hiện các chức năng đòi hỏi kỹ năng tư duy phản biện và sự sáng tạo.

CHƯƠNG 2: QUY TRÌNH NGHIỆP VỤ

2.1. Tổng quan về chuỗi cung ứng

2.1.1. Chuỗi cung ứng

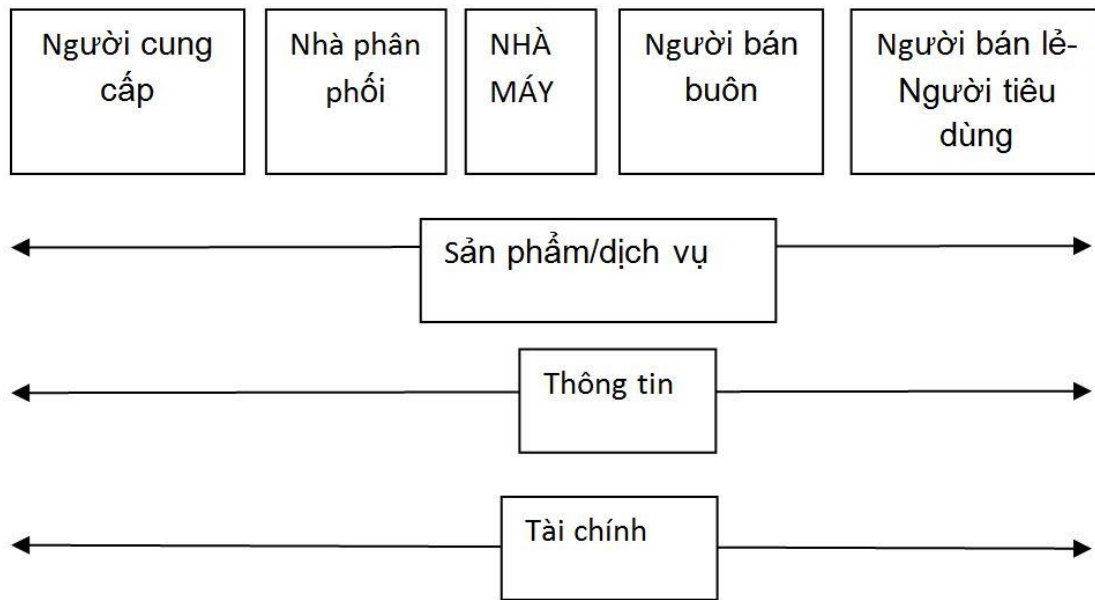
a) Khái niệm

Chuỗi cung ứng (Supply chain) là một hệ thống các tổ chức, con người, hoạt động, thông tin và các nguồn lực liên quan tới việc di chuyển sản phẩm hay dịch vụ từ nhà cung cấp hay nhà sản xuất tới người tiêu dùng.

b) Cách thành phần trong chuỗi cung ứng

Tổng cộng có 5 thành phần tạo ra một chuỗi cung ứng hoàn chỉnh:

- Nhà cung cấp nguyên liệu thô: đây là thành phần quan trọng nhất, thực hiện nhiều vụ cung cấp nguyên liệu cho hoạt động sản xuất. Chúng ta sẽ không thể nào thực hiện công việc sản xuất nếu không nguyên liệu.
- Nhà sản xuất: đây là một thành phần liên kết với nhà cung cấp nguyên liệu thô, chỉ cần một trong hai có vấn đề sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến cả chuỗi cung ứng. Khi đã có nguyên liệu chúng ta bước vào giai đoạn sản xuất tạo ra những sản phẩm hoàn thiện trước khi đưa đến tay người dùng.
- Nhà phân phối: khi sản xuất xong, chúng ta cần có một nhà phân phối chuyển giao những thành phẩm đến các đại lý nhỏ lẻ khác. Và nhà phân phối thường chỉ xuất hiện khi chúng ta bán sản phẩm với số lượng lớn.
- Đại lý bán lẻ: đây là thành phần có cấp bậc thấp hơn so với nhà phân phối. Các nhà đại lý bán lẻ như các siêu thị, tiệm tạp hóa, cửa hàng tiện lợi...nhập hàng từ nhà phân phối, quản lý lưu kho và bán trực tiếp sản phẩm cho người tiêu dùng.
- Khách hàng: Là thành phần cuối cùng hoàn thành chuỗi cung ứng. Họ là người tiêu thụ sản phẩm và đem lại doanh thu cho doanh nghiệp. Có một số ít khách hàng đang kinh doanh dịch vụ hoặc tiệm tạp hóa gia đình liên hệ trực tiếp mua số lượng lớn sản phẩm với nhà phân phối nhưng đó là trường hợp đặc biệt rất ít còn lại đa số sẽ mua ở các đại lý bán lẻ.



Hình 1. Thành phần trong chuỗi cung ứng

c) Vai trò

Để tạo ra một ly sữa để chúng ta sử dụng hằng ngày phải trải qua rất nhiều giai đoạn từ khâu tuyển chọn những con bò chất lượng, các nhà máy sản xuất đến quy trình vận chuyển từ nhà phân phối đến các đại lý nhỏ lẻ và cuối cùng đến tay chúng ta. Tất cả những quy trình này đều nằm trong chuỗi cung ứng.

Vai trò của chuỗi cung ứng chính là quản lý và ảnh hưởng quy trình đó nhằm cải tiến và nâng quả hiệu quả sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp để đảm bảo sản phẩm luôn thuận lợi đến tay người dùng. Chuỗi cung ứng của doanh nghiệp hoạt động tốt sẽ đem lại cho công ty doanh số bán hàng cao và đồng thời kéo lợi nhuận của công ty lên.

2.1.2. Quản trị chuỗi cung ứng

Theo như CSCMP (Council of Supply Chain Management Professionals) định nghĩa về quản trị chuỗi cung ứng – Supply Chain Management (SCM) là “quản trị chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các hoạt động quản lý hậu cần gồm lập kế hoạch và quản lý tất cả các hoạt động liên quan đến việc tìm nguồn cung ứng và thu mua, bao gồm tất cả hoạt động Logistics. Quan trọng hơn, nó cũng bao gồm sự phối hợp và hợp tác với các đối tác trong một chuỗi cung ứng toàn diện, trong đó có thể là nhà cung cấp, các nhà cung cấp

dịch vụ bên thứ ba, và khách hàng. Về bản chất, quản lý chuỗi cung ứng tích hợp quản trị cung cầu bên trong và giữa các công ty khác nhau.”

a) Cấu trúc của SCM

Nhà cung cấp: là nơi có nhiệm vụ cung cấp sản phẩm, nguyên liệu thô cần thiết cho quá trình sản xuất. Các công ty cung cấp các dịch vụ cho sản xuất, kinh doanh được gọi là nhà cung cấp dịch vụ.

Đơn vị sản xuất: là nơi thực hiện sản xuất sản phẩm từ những nguyên liệu trực tiếp được nhận từ phía nhà cung. Các nghiệp vụ thực hiện các quy trình sản xuất sẽ đẩy mạnh tối đa hiệu quả sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Khách hàng: là sử dụng sản phẩm của đơn vị sản xuất.

b) Các thành phần cơ bản của SCM

Sản xuất: trong quá trình sản xuất, các nhà quản trị phải thường xuyên lập ra các lịch trình sản xuất phù hợp khả năng sản xuất của đơn vị sản xuất. Phải kiểm soát được chất lượng sản phẩm, đồng thời lên lịch bảo trì các thiết bị.

Vận chuyển: đây là nơi đảm nhận nhiệm vụ vận chuyển nguyên liệu cho đến sản phẩm cung cấp đến nhà phân phối. Vận chuyển bằng đường biển và sắt có giá thành rẻ nhưng thời gian lại dài và không đáng tin cậy. Trong khi đó vận chuyển bằng đường hàng không và đường điện tử thì nhanh nhưng với đường hàng không giá thành cao, còn đường điện tử bị giới hạn các loại hàng hóa. Cũng như đường điện tử, vận chuyển đường ống tương đối hiệu quả nhưng lại giới hạn loại hàng hóa. Phương thức vận chuyển đường bộ là tối ưu nhất, vừa nhanh chóng, vừa thuận tiện, giá thành lại không quá cao.

Tồn kho: Nếu mà sản phẩm tồn kho ít chứng tỏ rằng sản phẩm đang được tiêu thụ nhiều đồng nghĩa rằng doanh thu và lợi nhuận của công ty đang đạt ở cao tối đa.

Địa điểm: Khi đã được quyết định tức là chúng ta đã xác định được những yếu tố nguyên vật liệu sản xuất, địa điểm tiêu thụ tốt phù hợp và định hướng được hướng đi hợp lý để đưa sản phẩm đến tay người dùng.

Thông tin: Để ra quyết định hiệu quả về việc sản xuất thì ta cần những thông tin chính xác và thực tế. Chính vì thế chúng ta nên thu thập nhiều thông tin từ nhiều nguồn khác nhau từ đó làm cơ sở để đưa các quyết định chính xác.

c) Các bước triển khai SCM

Kế hoạch: Đây là bộ phận chiến lược của SCM. Để có thể quản lý được nguồn lực, cung cấp các sản phẩm dịch vụ một cách tối ưu nhất đến tay người dùng cần phải vạch ra một chiến lược phù hợp. Việc lập kế hoạch nhằm xây dựng phương pháp, các thức giám sát dây chuyền cung ứng để đảm bảo rằng dây chuyền hoạt động của doanh nghiệp được diễn ra một cách tối ưu nhất, tiết kiệm chi phí và đưa đến khách hàng những sản phẩm có chất lượng cao nhất.

Nguồn cung cấp: Việc lựa chọn nhà cung cấp phù hợp cũng là một công việc vô cùng quan trọng. Cần phải lựa chọn nhà cung cấp có uy tín để có thể nhận được các loại hàng hóa, dịch vụ tốt nhất và phù hợp nhất cho doanh nghiệp. Ngoài ra cần phải xây dựng được bộ các quy trình đánh giá, giao nhận và thanh toán chi phí, cũng như thiết lập một mối quan hệ hợp tác lâu dài với bên nhà cung cấp. Song song đó các quy trình này hỗ trợ việc quản lý hàng hóa và dịch vụ mà doanh nghiệp bạn nhận được từ phía đối tác, từ việc nhận và kiểm tra hàng hóa và vận chuyển chúng đến các cơ sở của doanh nghiệp đến việc thanh toán hóa đơn hàng hóa.

Sản xuất: Sau khi đã nhận được nguồn hàng từ bên nhà phân phối. Doanh nghiệp sẽ lên lịch trình cụ thể cho các hoạt động sản xuất, kiểm tra, đóng gói và đưa đi tiêu thụ. Đây là yếu tố quan trọng nhất của quá trình cung ứng nên cần phải giám sát một cách chặt chẽ để sản xuất được các sản phẩm đạt chất lượng, cũng như có thể giám sát được hiệu suất làm việc của nhân viên.

Giao nhận: Đây là yếu tố được cho là “hậu cần”. Quá trình này bao gồm quản lý các đơn đặt hàng, duy trì mạng lưới cửa hàng phân phối, hợp tác với các đơn vị vận tải để đưa các sản phẩm đến tay khách hàng, đồng thời cũng xây dựng một hệ thống thanh toán các hóa đơn một cách phù hợp nhất.

Hoàn lại: Trong nhiều trường hợp, sẽ có xuất hiện một số vấn đề trong quá trình cung ứng. Cho nên cần phải xây dựng một chính sách đón nhận những sản phẩm lỗi hay những sản phẩm bị trả về và hỗ trợ khách hàng khi các sản phẩm đã được bàn giao phát sinh ra vấn đề.

2.1.3. Tổng quan chuỗi cung ứng ở Việt Nam

a) Trước đại dịch COVID-19

Năm 2014 là một năm đầy thách thức với các doanh nghiệp tại Việt Nam trong quản lý và vận hành chuỗi cung ứng cũng như công tác hậu cần. Theo Julien Brun, tổng giám đốc công ty tư vấn CEL Consulting đưa ra những nhận định về chuỗi cung ứng của Việt Nam trong giai đoạn này :

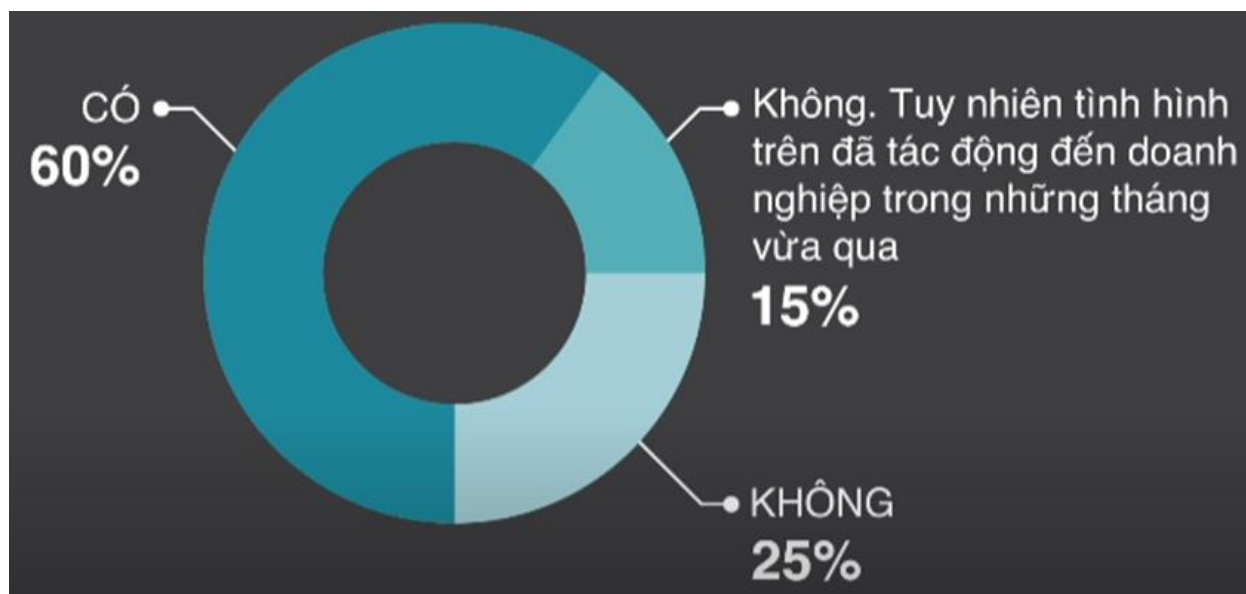
- Doanh nghiệp chưa quản lý kho hàng hiệu quả: nhiều doanh nghiệp vẫn chưa quản lý hàng tồn kho hiệu quả dẫn đến kẹt vốn, hao hụt kinh phí, mất doanh số.
- Nhiều doanh nghiệp trong giai đoạn này kể cả doanh nghiệp lớn và vừa vẫn đang sử dụng những công cụ quản lý thiếu tính chuyên dụng như Excel hoặc báo cáo giấy.
- Chất lượng, trình độ, tay nghề của nhân công vẫn chưa được đảm bảo. Theo thống kê do công ty CEL Consulting thì hơn 80% nhân sự chuỗi cung ứng cần tham gia tập huấn chỉ đạt 30% điểm số tiêu chuẩn về kiến thức.
- Các chi phí vận tải hậu cần và chi phí mua hàng tăng và có sự biến động mạnh.

Nhìn chung, trong giai đoạn này các doanh nghiệp Việt Nam đang dần nhận thức được tầm quan trọng của chuỗi cung ứng trong quản lý chi phí, quản lý tiền mặt và chất lượng dịch vụ. Đứng trước tình hình kinh tế khó khăn, các doanh nghiệp Việt Nam có thể coi đó là một cơ hội cho phép thực hiện một bước chuyển mình thông qua đầu tư và hiện đại hóa chuỗi cung ứng, Nếu như giai đoạn 2008-2012 là giai đoạn mở rộng kinh doanh và kêu gọi đầu tư, thì giai đoạn 2014-2015 sẽ là giai đoạn tinh gọn hóa và tối ưu hoạt động kinh doanh.

b) Trong bối cảnh COVID-19

Đại dịch Covid gây ra đứt gãy chuỗi cung ứng tại VN:

- Đối mặt với nhiều thách thức. Hàng chục ngàn người dân đổ xô về quê ngay sau khi dịch bắt đầu bùng phát đã khiến các công ty và doanh nghiệp ở các thành phố lớn như HCM, HN và một số tỉnh lân cận sẽ bị ảnh hưởng nặng nề do thiếu nguồn nhân lực.
- Hệ thống vận chuyển, giao hàng, chuyển hàng bị ách tắc do việc phải thường xuyên phải dừng lại khai báo y tế và thực hiện các thủ tục khác trong việc phòng chống COVID-19.
- Các doanh nghiệp phải chịu thêm sức ép về kinh phí để phòng chống dịch. Một số lĩnh vực bị ảnh hưởng chủ yếu là may mặc, giày dép, áo quần, những lĩnh vực sản xuất cần nhiều nhân công và ảnh hưởng nhiều đến những công ty tập trung ở miền Nam Việt Nam. Các công ty quy mô nhỏ lợi nhuận thấp và các công ty có quy mô lớn rất khó khăn trong việc đảm bảo chi phí thực hiện yêu cầu chống dịch như cho công nhân ở lại để làm việc, chi phí xét nghiệm do đó những lĩnh vực sản xuất đó phải gánh thêm chi phí từ những yêu cầu phòng chống dịch và điều này sẽ dẫn đến tăng giá hàng hóa ảnh hưởng đến giá cả trong nước nói riêng và các nước trong khu vực cũng như toàn cầu nói chung từ đó làm gia tăng áp lực lạm phát.
- Đầu tháng 9/2020 phòng công nghiệp và thương mại Đức tại Việt Nam đã công bố một báo với tên gọi “sự đứt gãy chuỗi cung ứng đã làm giảm đà tăng trưởng của doanh nghiệp Đức tại Việt Nam”.



Hình 2. Tỷ lệ phần trăm số lượng doanh nghiệp đức ở Việt Nam năm 2020 bị ảnh hưởng



Hình 3. Tỷ lệ nguyên nhân dẫn đến sự đứt gãy chuỗi cung ứng và leo thang giá cả năm 2020

Giải pháp giải quyết tình trạng được đặt ra bao gồm:

- Các công ty có hai giải pháp tạm thời đó là có thể tăng giá sản phẩm tạm thời .

- Chính phủ cần làm đó là phát huy nội lực và tăng cường năng lực cạnh tranh của các công ty VN để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp.
- Các công ty vn cần phải chuyên nghiệp và tăng năng suất cao hơn để tăng cơ hội được đầu tư từ các công ty nước ngoài.
- Các doanh nghiệp áp dụng khoa học công nghệ vào quản lý hàng hóa. Sử dụng hệ thống ERP hoặc BI trong chuỗi quản lý chuỗi cung ứng và hậu cần. Ngoài ra chú trọng đào tạo nâng cao tay nghề đội ngũ nhân sự.

Trong bối cảnh các quốc gia không ngừng phục hồi và phát triển sau đại dịch COVID-19, việc đương đầu với những biến động là một yếu tố thiết yếu vô cùng quan trọng đối với các doanh nghiệp để duy trì và phát triển. Tuy đại dịch đem lại nhiều khó khăn thử thách nhưng đồng thời cũng mở ra những cánh cửa cơ hội tiềm năng to lớn.

Khó khăn nhưng mà cũng tạo ra những cơ hội cho VN:

- Các công ty lớn đang dần đổ về VN. Theo khảo sát có tới gần 90% các công ty ở Đức đang đi tìm nhà cung cấp mới ở VN và nước ngoài.
- Chuyển đổi từ hiệu suất cao sang teamwork.
- Chính bản thân khách hàng cũng thay đổi.

2.2. Chuỗi cung ứng ngành sữa

2.2.1. Khái quát chung về ngành sữa ở Việt Nam

Theo nhận xét đánh giá của các chuyên gia thì ngành sữa Việt Nam là một trong những ngành có tính ổn định cao, ít bị tác động bởi chu kỳ kinh tế. Việt Nam là một quốc gia có tốc độ tăng trưởng ngành sữa khá cao trong khu vực. Theo tổng cục thống kê, tốc độ tăng trưởng bình quân của thị trường sữa năm 2000 đến 2009 đạt hơn 9% một năm; mức tiêu thụ sữa bình quân đầu người tăng 7,85% mỗi năm, từ 9 lít năm 2000 lên gần 15 lít năm 2008. Vào ngày 25/03/2010, Hiệp hội sữa Việt Nam được chính thức thành lập gồm 68 doanh nghiệp thành viên chính thức và 6 đơn vị liên kết.

Ngành sữa ở Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19:

- Đại dịch COVID-19 không chỉ gây ra gián đoạn trong việc học hành, làm việc của chúng ta mà còn đặt ra một nhu cầu lớn về nhu cầu các thực phẩm đảm bảo sức khỏe cùng với sự phát triển kinh tế vượt bậc của VN trong những năm gần đây thì nhu cầu sử dụng các sản phẩm làm từ sữa của người dân tăng cao đặc biệt là sữa tươi và sữa chua nhằm tăng cường sức khỏe và hệ miễn dịch ngoài ra nhờ có sự xuất hiện của các hãng sữa trong và ngoài nước làm gia tăng tính cạnh tranh lành mạnh của thị trường sữa VN và mang lại nguồn sữa dồi dào với chất lượng tốt giúp cho thị trường sữa ngày một càng mở rộng .
- Năm 2019 sản lượng tiêu thụ sữa và các sản phẩm được làm từ sữa ở Việt Nam tăng trưởng vượt bậc và đạt 1.940.000 tấn. Năm 2020 dưới sự ảnh hưởng nặng nề của dịch bệnh những ngành sữa trong nước vẫn có những sự phát triển tăng trưởng tiêu thụ đạt tổng doanh thu 113.515 tỷ đồng tăng 5% so với cùng kỳ năm 2019.
- Theo dự đoán của Euromonitor thì sản lượng tiêu thụ sữa và các sản phẩm được làm từ sữa của Việt Nam giai đoạn 2020-2024F được kỳ vọng ở mức tăng 9,3% và đạt tổng mức tiêu thụ 3,05 triệu tấn sản phẩm vào đầu năm 2024. Đặc biệt sữa chua được kỳ vọng tăng trưởng tốt nhất với tốc độ tăng trưởng đạt +12%/năm.
- Theo hiệp hội sữa Việt Nam (VDA) hơn 80 doanh nghiệp sữa trong đó có 10 doanh nghiệp sản xuất với quy mô lớn.

So sánh quy mô và năng lực sản xuất của một số doanh nghiệp ngành sữa tại Việt Nam								
Chỉ tiêu	Doanh nghiệp nội địa				Doanh nghiệp đa quốc gia			
	VNM	TH	Nutifood	IDP	Nestlé	Friesland Campina	Abbott	Mead Johnson
Số nhà máy tại Việt Nam	13	01	03	01	06	02	-	-
Công suất thiết kế (triệu tấn/năm)	1,2	0,5	0,2	N.A	N.A	0,55	-	-
Quy mô đàn bò tại Việt Nam năm 2019 (con)	130.000	50.000	5.000	N.A	N.A	35.000	-	-
Danh mục sản phẩm								
Sữa nước	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Sữa bột	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Sữa đặc, kem đặc	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗
Sữa chua	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Khác (kem, bơ, phô mai, cà phê)	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗

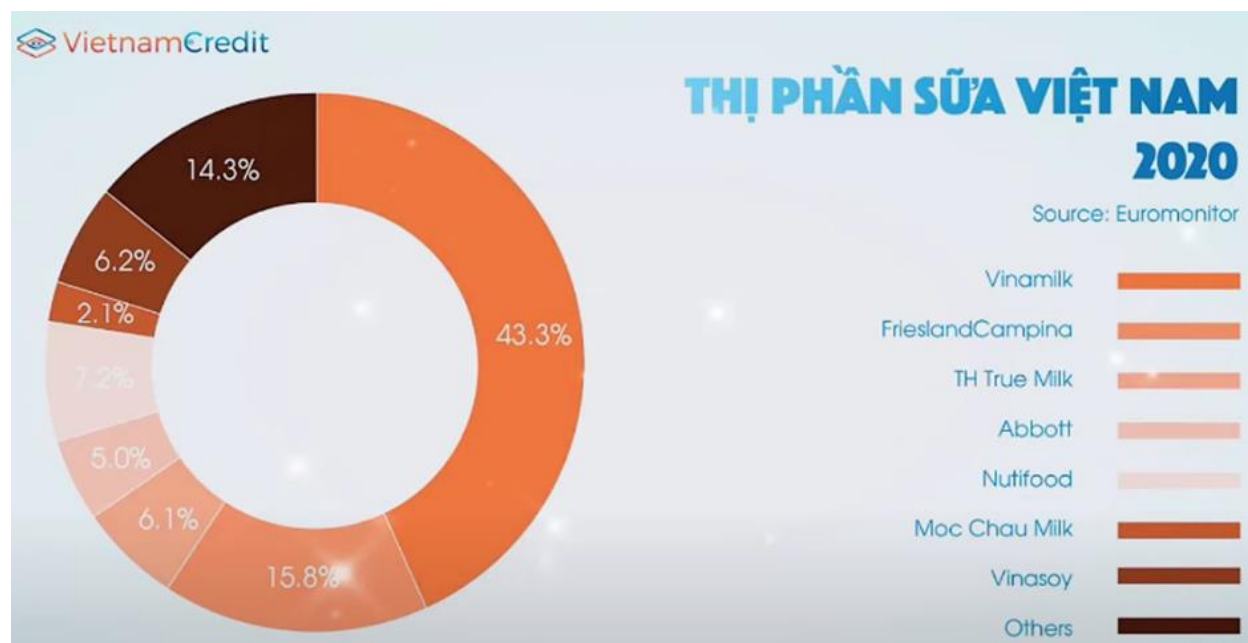
Nguồn: FPTIS Tổng hợp

Hình 4. Bảng so sánh quy mô và năng lực sản xuất của một số doanh nghiệp sữa tại Việt Nam

2.2.2. Cơ cấu sản phẩm sữa

Theo như báo cáo thị phần sữa Việt Nam 2020:

Năm 2020, ngành sữa tăng 19,1% về giá trị vốn hóa, khả quan hơn so với chỉ số chứng khoán VN-Index (+14,9% năm 2020). Trong đó, từ mức đáy ngày 24/3/2020, ngành sữa tăng mạnh 60% nhưng vẫn thấp hơn so với mức phục hồi của toàn thị trường là +67,5%.



Hình 5. Thị phần sữa Việt Nam 2020

Theo SSI Research, nhu cầu trong nước đối với những sản phẩm sữa ít bị ảnh hưởng hơn bởi COVID-19, chỉ giảm -6,1% về giá trị so với mức giảm – 7,5% đối với tiêu thụ hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) trong 9 tháng đầu năm 2020 (nguồn Nielsen) và tăng trưởng doanh thu bán lẻ danh nghĩa của cả nước là 4,98% (nguồn Tổng cục Thống kê, tính chu kỳ 9 tháng năm 2020).

Tiêu thụ sữa chiếm 11,9% tiêu thụ FMCG tại Việt Nam, không thay đổi so với năm 2019. Người dân tăng cường sử dụng sữa tươi và sữa chua để tăng khả năng miễn dịch trong thời kỳ dịch bệnh trong khi nhu cầu bị ảnh hưởng bởi những trường học trên toàn quốc phải đóng cửa gần ba tháng (năm 2020).

SSI Research dẫn số liệu của Euromonitor, cho biết, thị trường sữa (gồm sữa uống, sữa bột trẻ em, sữa chua ăn và sữa chua uống, phô mai, bơ và những sản phẩm từ sữa khác) ước tính đạt 135 nghìn tỷ đồng trong năm 2020 (+8,3% so với cùng kỳ), nhờ tốc độ tăng trưởng nhanh của những ngành hàng sữa chua và sữa uống tăng.

Trong đó những ngành hàng tăng trưởng cao hơn bao gồm sữa uống (+10%), sữa chua (+12%), phô mai (+11%), bơ (+10%) và những sản phẩm từ sữa khác (+8%) trong khi sữa bột chỉ tăng 4% về giá trị (số liệu của Euromonitor).

2.2.3. Thị phần các công ty sữa

Một trong những chỉ số tích cực của ngành sữa trong năm qua là tỷ suất lợi nhuận gia tăng. Cụ thể, dịch COVID-19 đã tác động đến nhu cầu sữa toàn cầu, khiến giá sữa nguyên liệu ở mức thấp trong năm 2020, đặc biệt là giá chất béo khan Anhydrous (-23% so với cùng kỳ). Ngoài ra, giá dầu thấp giúp giảm chi phí đóng gói và vận chuyển. Những yếu tố này hỗ trợ tỷ suất lợi nhuận gộp của những công ty sữa.

a) VINAMILK

Vinamilk là tên viết tắt của Công ty Cổ phần Sữa Việt Nam, được thành lập từ năm 1976. Công ty hiện đang chiếm 43,3% thị phần và dẫn đầu ngành sữa Việt Nam. Ngoài việc phân phối mạnh trong nước với mạng lưới 244 nhà phân phối và gần 140.000 điểm bán hàng phủ khắp 64/64 tỉnh thành, sản phẩm của Vinamilk còn được xuất khẩu sang Hoa Kỳ, Pháp, Canada, Ba Lan, Đức, Trung Đông và Đông Nam Á.

Năm 2020, tổng doanh thu hợp nhất của Vinamilk là 59.723 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế đạt 11.236 tỷ đồng, tăng lần lượt 6,5% và 5,9%.

b) FRIESLANDCAMPINA

Công ty TNHH FrieslandCampina Việt Nam được thành lập vào năm 1995 với vốn đầu tư hàng năm khoảng 1 triệu USD. Sau gần 30 năm hoạt động, FrieslandCampina Việt Nam đã trở thành một trong những công ty hàng đầu trong ngành sữa Việt Nam. Hơn 2.400 hộ nông dân đã trở thành đối tác của công ty, được đào tạo và kiểm tra thường xuyên, cung cấp khoảng 170 tấn sữa chất lượng cao mỗi ngày.

FrieslandCampina Việt Nam là công ty đầu tiên tại Việt Nam nhận được cả 4 chứng chỉ quốc tế về hệ thống quản lý ISO 9000: 2008 (về chất lượng), ISO 14000: 2004 (về môi trường), ISO 22000: 2005 (về an toàn thực phẩm) và OHSAS 18001: 2007 (về an toàn và sức khỏe nghề nghiệp) của Bureau Veritas.

Do công ty này có vốn đầu tư nước ngoài nên thông tin tài chính mới nhất của công ty chỉ được cung cấp theo yêu cầu.

c) NUTIFOOD

Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Nutifood tiền thân là Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Thành Tâm được thành lập vào ngày 29 tháng 03 năm 2000. Ngày 16 tháng 06 năm 2011 Công ty đổi tên thành Công ty Cổ phần Thực phẩm Dinh dưỡng Nutifood. Từ khi thành lập đến nay, Công ty luôn thực hiện phương châm “Luôn chú trọng nâng cao sự hài lòng của khách hàng bằng các sản phẩm có chất lượng phù hợp, an toàn và dịch vụ tốt nhất với giá cả hợp lý”, đưa NutiFood trở thành một trong những công ty thực phẩm hàng đầu Việt Nam và trong khu vực. Với hệ thống phân phối rộng khắp cả nước, NutiFood đã chứng kiến doanh thu hàng năm tăng hơn 250%.

Tính đến tháng 12 năm 2020, giá trị thương hiệu của Nutifood là 93,9 triệu USD và là công ty sữa lớn thứ ba tại Việt Nam.

d) TH TRUE MILK

TH true MILK được thành lập từ năm 2008. Dự án TH true MILK được khởi động từ năm 2009 với việc nhập khẩu công nghệ chăn nuôi bò sữa của Israel và hàng nghìn con bò từ New Zealand. Kể từ đó, công ty đã chứng kiến sự phát triển nhanh chóng.

Theo số liệu đo lường thị trường bán lẻ tháng 11/2018, sữa TH true MILK tăng trưởng gần 22% về sản lượng và 30% về doanh thu. Cho đến nay, thị phần sữa tươi tại các kênh bán lẻ thành thị đã đạt 40%.

Từ năm 2017, Công ty TH true MILK đã có những bước phát triển nhảy vọt trong hoạt động kinh doanh. Lợi nhuận sau thuế năm 2017 của công ty là 319 tỷ đồng, năm

2018 là 450 tỷ đồng. Trong vòng 5 năm 2014 – 2018, lợi nhuận sau thuế của TH đã tăng gấp 15 lần.

d) ABBOTT

Abbott là công ty sữa đến từ Mỹ, thành lập văn phòng tại Thành phố Hồ Chí Minh vào năm 1995 và có khoảng 100 nhân viên tại Việt Nam. Các sản phẩm chính của Abbott tại Việt Nam là sữa bột như Ensure, Pediasure, Similac, Grow ...

Năm 2014 và 2015, doanh thu của tập đoàn này lần lượt đạt 357 và 331 triệu USD. Năm 2016, doanh thu của Abbott tăng vọt lên 434 triệu USD.

Năm 2016, Abbott gây chú ý khi mua lại Glomed, qua đó sở hữu 2 nhà máy sản xuất thuốc tại Bình Dương. Ngoài ra, Abbott hiện đã gián tiếp sở hữu gần 52% vốn điều lệ tại Công ty Dược phẩm Domesco thông qua công ty con là CFR International SPA.

Thị trường sữa bột của Việt Nam được đánh giá là cạnh tranh vô cùng gay gắt. Theo báo cáo của một công ty chứng khoán, Vinamilk và Abbott đang cạnh tranh gay gắt cho vị trí dẫn đầu phân khúc sữa bột, trong đó Abbott có vị thế nhỉnh hơn.

CHƯƠNG 3: KỊCH BẢN THỰC HÀNH

3.1. Giới thiệu về Công ty cổ phần sữa TH (TH true MILK)

TH true MILK có tên gọi đầy đủ là công ty cổ phần thực phẩm sữa TH, trực thuộc sự quản lý của tập đoàn TH. Doanh nghiệp được thành lập dựa trên sự cố vấn về tài chính đến từ ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á. Bắt đầu kinh doanh từ năm 2010, TH true MILK luôn muốn hướng đến mục tiêu cho ra đời những sản phẩm sữa tươi sạch theo đúng nghĩa của nó đến với người tiêu dùng.

3.1.1. Tầm nhìn và sứ mạng

a) Tầm nhìn

Tập đoàn TH mong muốn trở thành nhà sản xuất hàng đầu Việt Nam trong ngành hàng thực phẩm sạch có nguồn gốc từ thiên nhiên. Với sự đầu tư nghiêm túc và dài hạn kết hợp với công nghệ hiện đại nhất thế giới, chúng tôi quyết tâm trở thành thương hiệu thực phẩm đẳng cấp thế giới được mọi nhà tin dùng, mọi người yêu thích và quốc gia tự hào.

b) Sứ mệnh

Với tinh thần gần gũi với thiên nhiên, Tập đoàn TH luôn nỗ lực hết mình để nuôi dưỡng thể chất và tâm hồn Việt bằng cách cung cấp những sản phẩm thực phẩm có nguồn gốc từ thiên nhiên – sạch, an toàn, tươi ngon và bổ dưỡng.

3.1.2. Người lãnh đạo Công ty TH true MILK là ai?

Người sáng lập, chủ tịch HĐQT của công ty TH true MILK hiện tại là bà Thái Hương. Bà hiện đang nằm trong top 50 nữ doanh nhân quyền lực nhất Châu Á. Bà Hương là người dẫn dắt, chèo lái doanh nghiệp để có được những thành công như hiện tại. Mặc dù vậy, bà đã quyết định lui về hậu trường làm người tư vấn cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sau hơn 10 năm gắn bó.

a) Các sản phẩm của TH True MILK

Hiện nay, thương hiệu TH true MILK cho ra đời nhiều dòng sản phẩm khác nhau. Các dòng sản phẩm phổ biến của thương hiệu có thể kể tới:

- Các sản phẩm từ sữa: Sữa tươi thanh trùng, sữa tươi tiệt trùng, Sữa tươi công thức Topkid, sữa chua tự nhiên, sữa hạt, sữa chua uống tiệt trùng
- Các sản phẩm bơ, phomat: Bơ lát tự nhiên, phomat que Mozzarella
- Nước giải khát: Nước uống trái cây TH true MILK Juice, nước uống sữa trái cây TH true MILK Juice, nước gạo rang TH true MILK RICE
- Nước tinh khiết
- Các sản phẩm kem: Kem ốc quế, kem que các vị, kem hộp
- Sản phẩm gạo Japonica FVF

b) Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty TH True MILK

Công ty TH true MILK bắt đầu được xây dựng kể từ năm 2008. Ý nghĩa của thương hiệu được doanh nghiệp giải thích dựa theo ý nghĩa của từ True Happy – Hạnh phúc đích thực.

Dự án TH true MILK được bắt đầu khởi động kể từ 2009 với việc nhập khẩu công nghệ chăn nuôi bò sữa từ Israel, hàng ngàn giống bò từ New Zealand. Tính từ thời điểm đó, hoạt động kinh doanh của công ty phát triển nhanh chóng. Hiện nay, doanh nghiệp trở thành đơn vị đi đầu trong việc sản xuất sữa tươi “sạch”, với đàn bò lên đến 45.000 con được nhập khẩu và chăm sóc theo chế độ đặc biệt.

Sản phẩm TH true MILK chính thức đến tay người tiêu dùng vào tháng 12/2010. Đến năm 2013, công ty này đã đạt được doanh thu lũy kế xấp xỉ 6.000 tỷ đồng. Riêng doanh thu của năm 2013 đạt 3.000 tỷ đồng.

c) Thực trạng kinh doanh của Công ty TH true MILK

Dù xuất hiện trên thị trường thời gian chưa lâu, nhưng TH true MILK ngày càng chứng tỏ được sự vượt trội của mình trên phân khúc sữa Việt Nam. Công ty đã giới thiệu

ra thị trường với trên 70 sản phẩm dựa theo nền tảng sữa tươi. Mục tiêu của doanh nghiệp là luôn hướng tới các sản phẩm sạch, đồ uống sạch cho người tiêu dùng.

Theo số liệu đo lường về thị trường bán lẻ tính đến tháng 11/2018, sữa TH true MILK tăng trưởng gần 22% về sản lượng và 30% về doanh thu. Tính đến hiện tại, TH true MILK đã đạt tới 40 % dung lượng thị trường trong phân khúc sữa tươi tại các kênh bán lẻ thành thị.

Kể từ 2017, doanh nghiệp đã có những bước nhảy vọt như: Lãi ròng đạt 319 tỷ đồng năm 2017, năm 2018 đạt 450 tỷ. Trong vòng 4 năm từ 2014 – 2018, doanh nghiệp đã tăng lãi ròng lên tới 15 lần.

Năm 2018, Công ty TH đã cán mốc doanh thu hơn 7.000 tỷ đồng, vượt nhanh hơn lộ trình mà ban lãnh đạo đã đặt ra. Thành tích này có được nhờ sự tăng trưởng vượt bậc trong hoạt động kinh doanh của sản phẩm sữa tươi của sản phẩm sữa tươi. Số lượng sữa nội địa sau 10 năm đã tăng đáng kể. Từ đó giúp giảm con số nhập khẩu sữa bột về pha lại từ 92% của năm 2008 xuống còn hơn 60% ở thời điểm hiện tại.

3.1.3. Mô hình chuỗi cung của TH true MILK

Đàn bò được chọn lọc kỹ càng và được nhập nhập từ các trang trại chăn nuôi bò sữa lớn trên thế giới như Úc, New Zealand, Canada,... Và phải có nguồn gốc và phả hệ rõ ràng để tránh giao phối cận huyết được được quản lý theo công nghệ Afifarm theo công nghệ Israel có gắn chip theo dõi cho từng con bò để quản lý thông tin sức khỏe và sinh sản đồng thời được chăm sóc theo quy trình sạch và được đảm bảo cho chất lượng sữa tốt và sạch nhất bởi đội ngũ chuyên gia từ Israel và một đội ngũ kỹ sư trình độ cao được cử sang các vùng sản xuất sữa nổi tiếng và được chăn nuôi ở trang trại bò sữa TH tại Nghĩa Đàn, Nghệ An với diện tích hàng ngàn hecta đất đỏ Bazan màu mỡ với nguồn nước từ thiên nhiên từ hồ sông Sào rộng lớn, được xem là trang trại chăn nuôi kiểu mẫu ứng dụng tất cả các công nghệ hiện đại tiên tiến nhất hiện nay trong lĩnh vực chăn nuôi bò sữa và trồng trọt nông sản. Nguồn thức ăn, dinh dưỡng cho bò cũng được sàng lọc kỹ lưỡng đây chính là chìa khóa để tạo ra dòng sữa tươi sạch và tinh túy chất lượng nhất. Mọi thức

ăn của bò đều được xử lý bằng các phương pháp ủ chua sau đó bổ sung dinh dưỡng và phân loại đến cho từng giống bò khác nhau với khẩu phần ăn từ 12-15 món bổ dưỡng mỗi ngày do các chuyên gia dinh dưỡng hoạch định bằng hệ thống phần mềm hiện đại nhằm đảm bảo đàn bò cho ra nguồn sữa với vi lượng và trữ lượng chất thiết yếu mà con người cần có. Đàn bò được uống và sử dụng nguồn nước sạch được xử lý theo công nghệ Amilad tối tân của Israel với bộ lọc tự động AMS cho phép loại bỏ các tạp chất vô cùng nhỏ nhằm đảm bảo nguồn nước sạch và an toàn, tinh khiết. Quy trình vắt sữa bò được thực hiện bằng máy tự động và an toàn vệ sinh tuyệt đối với quy trình khép kín hệ thống sẽ từ chối tiếp nhận nếu sữa không đảm bảo chất dinh dưỡng. Nguồn sữa sau đó sẽ được nhanh chóng vận chuyển đến nhà máy bằng xe bồn lạnh và được giữ lạnh 2 - 4 độ C nhằm giữ trọn vẹn chất lượng và ngăn sữa khỏi nguy cơ nhiễm khuẩn. Sữa được sản xuất theo tiêu chuẩn hiện địa với trang thiết bị nhập khẩu từ khối các nước trong nhóm G7 và một số nước Châu Âu, quy trình sản xuất đạt chuẩn ISO 22000 nhằm đáp ứng tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm khắc khe. Sản lượng sữa trung bình nay đạt xấp xỉ 400 tấn sữa tươi/ngày và vẫn sẽ tăng lên trong thời gian tới. Sau đó sữa được phân phối đến các cửa hàng và đại lý trên toàn quốc để phục vụ và đưa đến tay người tiêu dùng. Với mong muốn mang đến những giá trị nguyên vẹn từ thiên nhiên đến tay người tiêu dùng TH đã đầu tư và phát triển kênh bán hàng đạt chuẩn quốc tế để giới thiệu các sản phẩm đó là chuỗi cửa hàng thực phẩm tươi sạch mang thương hiệu TH true mart và hơn 300 cửa trên toàn quốc. Ngoài TH cũng đang xây dựng dịch vụ giao hàng tận nhà. Về vấn đề tồn kho, lượng sữa được tồn kho khoảng thời gian 1-2 tháng với số lượng 2.000.000 lít đến 4.000.000 lít và được bảo quản tồn kho sẽ được đóng dán vào từng bịch hoặc hộp trong bao bì giấy tiệt trùng 6 lớp ở môi trường hoàn toàn vô trùng được cung cấp bởi Tetra Pak(Thụy Điển) và Combiblic(Đức) và được in rõ thông tin trên bao bì.



Hình 6. Mô hình chuỗi cung ứng của TH True Milk



Hình 7. Sơ đồ quy trình chuỗi cung ứng TH True Milk

3.1.4. Điểm mạnh, hạn chế, cơ hội trong chuỗi cung ứng TH true MILK

a) Điểm mạnh và thành tựu

Sở hữu thương hiệu sữa sạch, công nghệ chăn nuôi - sản xuất hiện đại, nhận được nhiều sự giúp đỡ liên minh hợp tác với các chuyên gia tập đoàn trong từng lĩnh vực cùng với đó là đội ngũ nhân viên tràn đầy nhiệt huyết và sự quyết tâm và ban lãnh đạo có tầm nhìn xa rộng đã tạo nên một TH true MILK

b) Hạn chế:

Bên cạnh những điểm mạnh vẫn tồn tại những điểm yếu, hạn chế:

- Nhà máy của công ty vẫn còn nhỏ với công suất chưa thực sự lớn
- Giá thành vẫn còn cao, chưa được tối ưu chi phí
- Không chiếm được thị phần trên thị trường nhiều mục tiêu đã đề ra.
- Không được các kênh bán lẻ ủng hộ cho lắm, độ phủ thị trường chưa cao như mong đợi.
- Các đối thủ sẽ tiến hành tăng mức độ phủ sóng truyền hình. TH true MILK có thể không tạo được ấn tượng, tiếng vang như mong muốn.
- Nhà máy sữa TH true MILK chưa thể khai thác hết công suất do chưa hoàn thành trong giai đoạn đầu tung ra sản phẩm.

c) Cơ hội:

Thị trường sữa tại Việt Nam hiện đang được đánh giá rất cao và có nhiều tiềm năng do mức thu nhập sống của người dân Việt Nam đang dần được cải thiện và tăng cao, người tiêu dùng có xu hướng chú trọng về sức khỏe và đầu tư nhiều vào thực phẩm chức năng và các sản phẩm dinh dưỡng. Được chính phủ đưa ra nhiều chính sách và khuyến khích

d) Thách thức:

Sản phẩm chưa đa dạng, chưa đạt được mục tiêu, thách thức về kênh phân phối

3.1.5. Bài học rút ra từ thành công trong chuỗi cung ứng sản phẩm sữa của TH true MILK

Thành công trong chuỗi cung ứng sản phẩm sữa của TH true MILK là không thể phủ nhận và chúng ta có thể rút ra được nhiều bài học từ thành công này:

- Luôn xác định chuỗi cung ứng là một trong những lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.
- Đầu tư và xây dựng hệ thống thông tin mới để hỗ trợ cho chuỗi cung ứng.
- Nâng cao cộng tác với các đối tác trong chuỗi cung ứng.
- Xây dựng chương trình “liên tục kinh doanh” (business continuity) nhằm quản lý rủi ro từ hoạt động “thuê ngoài”.
- Thực hiện tốt quản lý bảo quản sản phẩm nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu và trách nhiệm xã hội.

CHƯƠNG 4: HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

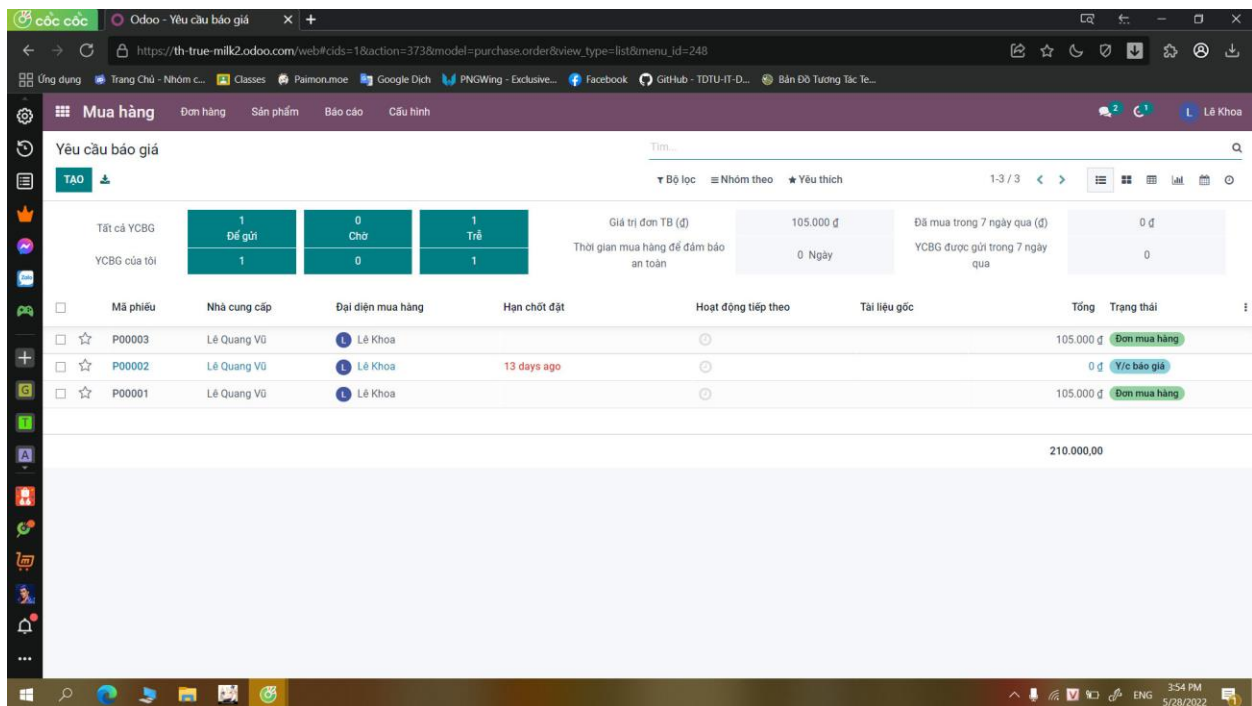
Phần thực hành được làm trên *Hệ thống nguồn mở ERP Odoo*



Hình 8. Logo Hệ thống nguồn mở ERP Odoo

Link video demo:

<https://drive.google.com/file/d/1g489LaJXHLD5ekBawVizdY0ePscz2fY2/view?fbclid=IwAR0eQ079bxQvBn8WBda0GnKapSx7KnfotyARyciAjoOUCIV8yWMIPcqH-6s>



Hình 9. Giao diện mua hàng

Yêu cầu báo giá / Mới

LƯU **HỦY BỎ**

GỬI QUA EMAIL **IN Y/C BÁO GIÁ** **XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG** **HỦY** **Y/C BÁO GIÁ** **Y/C BÁO GIÁ ĐÃ ĐƯỢC GỬI** **ĐƠN MUA HÀNG**

Yêu cầu báo giá

☆ **New**

Nhà cung cấp: Lê Quang Vũ
Mã nhà cung cấp: 1rsaf11516

Hạn chót đặt: 28/05/2022 15:54:49
Ngày nhận: 28/05/2022 15:54:49

100% Giao hàng đúng hạn
☐ Yêu cầu xác nhận

Sản phẩm	Mô tả	Số lượng	Đơn giá	Thuế	Thành tiền
Đường	Đường	1.000,00	100,00	Thuế GTGT được khấu ...	100.000 đ

Thêm sản phẩm Thêm khu vực Thêm ghi chú

Xác định điều khoản và điều kiện của bạn ...

Tổng chưa thuế: 100.000 đ
Thuế GTGT 10%: 10.000 đ
Tổng: 110.000 đ

Hình 10. Tạo báo giá

Soạn email

Người nhận: Followers of the document and (Lê Quang Vũ X) (hiện các liên hệ để thông báo...)

Chủ đề: TH TRUE MILK Order (Ref P00004)

Dear Lê Quang Vũ

Here is in attachment a request for quotation P00004 with reference: 1rsaf11516 from TH TRUE MILK.

If you have any questions, please do not hesitate to contact us.

Best regards,
Administrator

RFQ_P00004.pdf PDF

Load template Purchase Order: Send RFQ

GỬI **HỦY** **LƯU MẪU MỚI**

Yêu cầu báo giá / P00004 (1rsaf11516)

LƯU **HỦY BỎ**

GỬI QUA EMAIL **IN Y/C BÁO GIÁ** **XÁC NHẬN ĐƠN HÀNG** **HỦY** **Y/C BÁO GIÁ** **Y/C BÁO GIÁ ĐÃ ĐƯỢC GỬI** **ĐƠN MUA HÀNG**

Yêu cầu báo giá

☆ **New**

Nhà cung cấp: Lê Quang Vũ
Mã nhà cung cấp: 1rsaf11516

Hạn chót đặt: 28/05/2022 15:54:49
Ngày nhận: 28/05/2022 15:54:49

100% Giao hàng đúng hạn
☐ Yêu cầu xác nhận

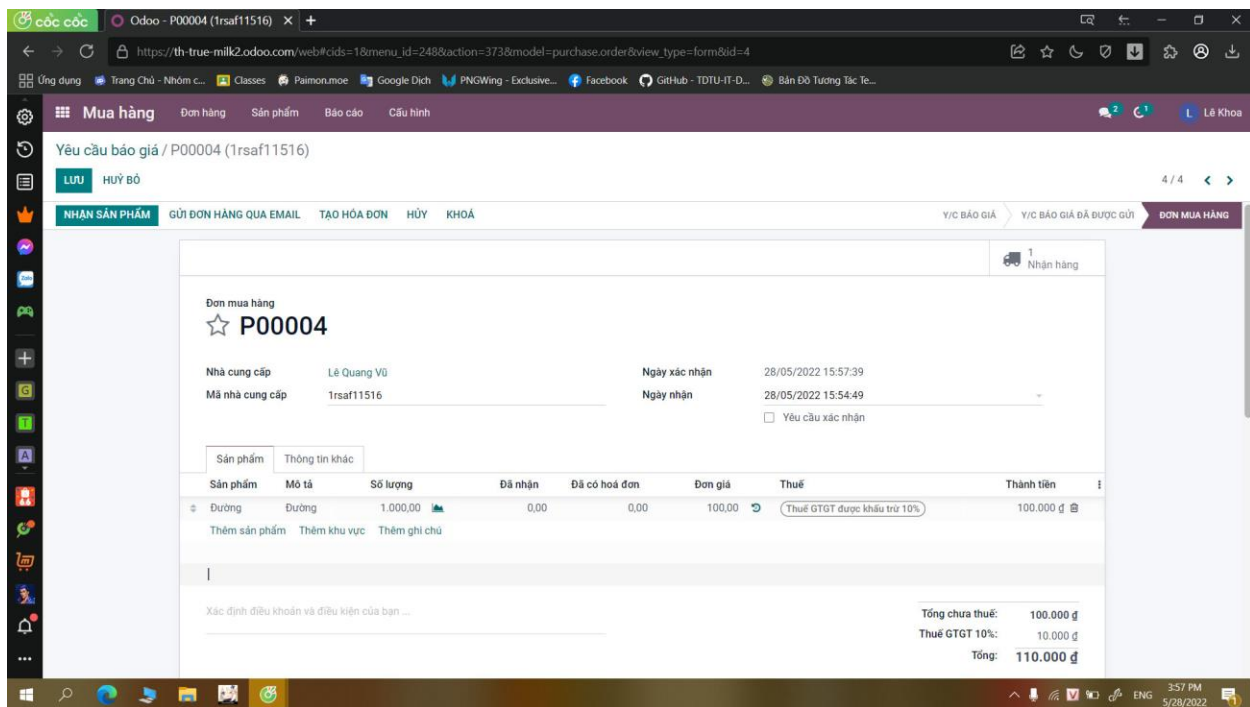
Sản phẩm	Mô tả	Số lượng	Đơn giá	Thuế	Thành tiền
Đường	Đường	1.000,00	100,00	Thuế GTGT được khấu ...	100.000 đ

Thêm sản phẩm Thêm khu vực Thêm ghi chú

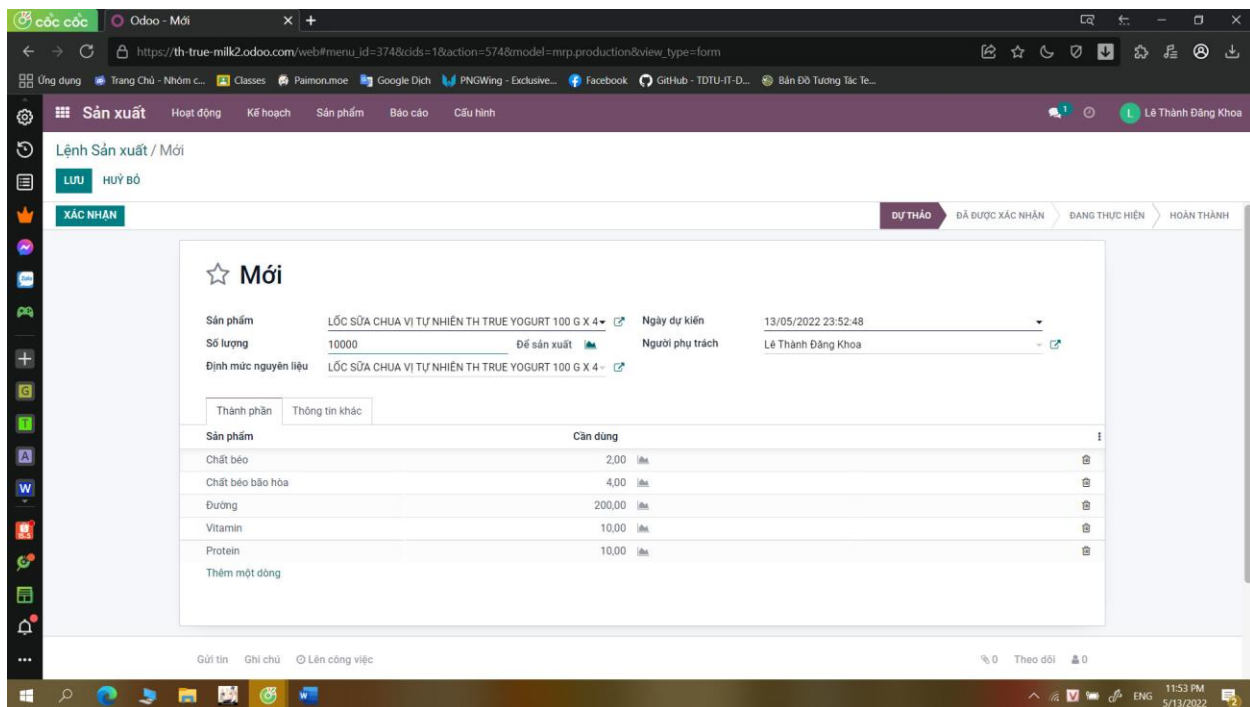
Xác định điều khoản và điều kiện của bạn ...

Tổng chưa thuế: 100.000 đ
Thuế GTGT 10%: 10.000 đ
Tổng: 110.000 đ

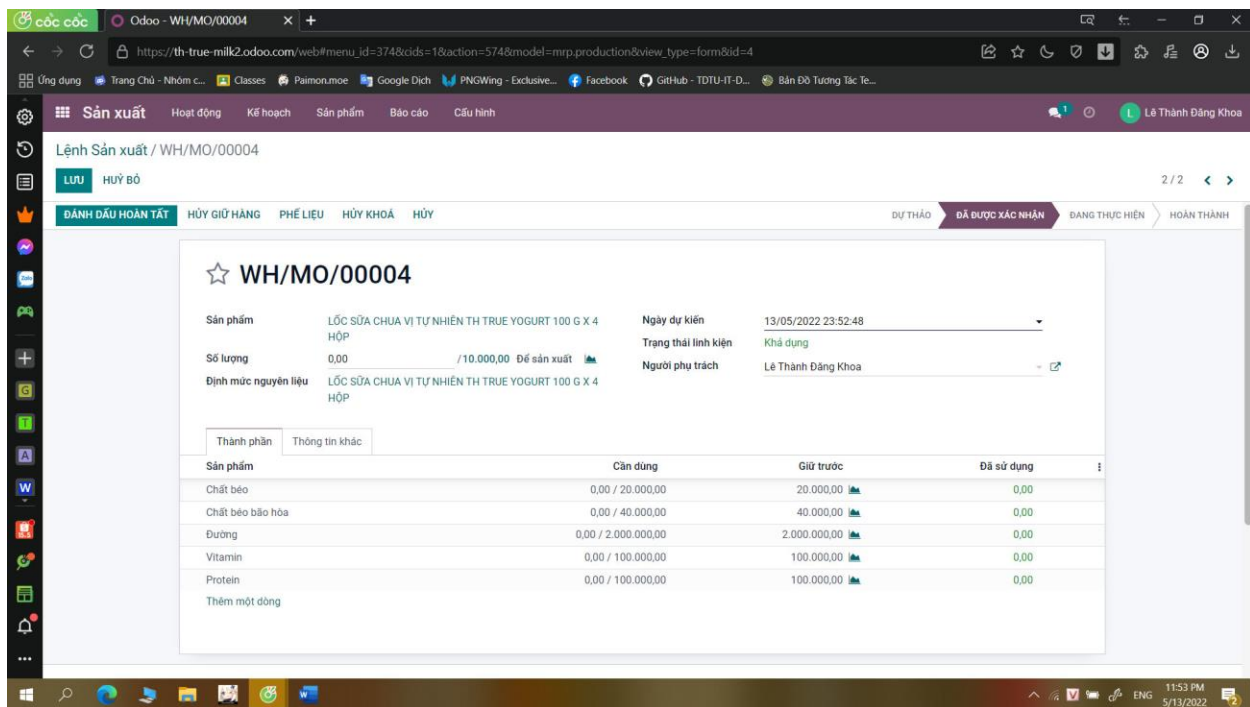
Hình 11. Gửi báo giá qua email.



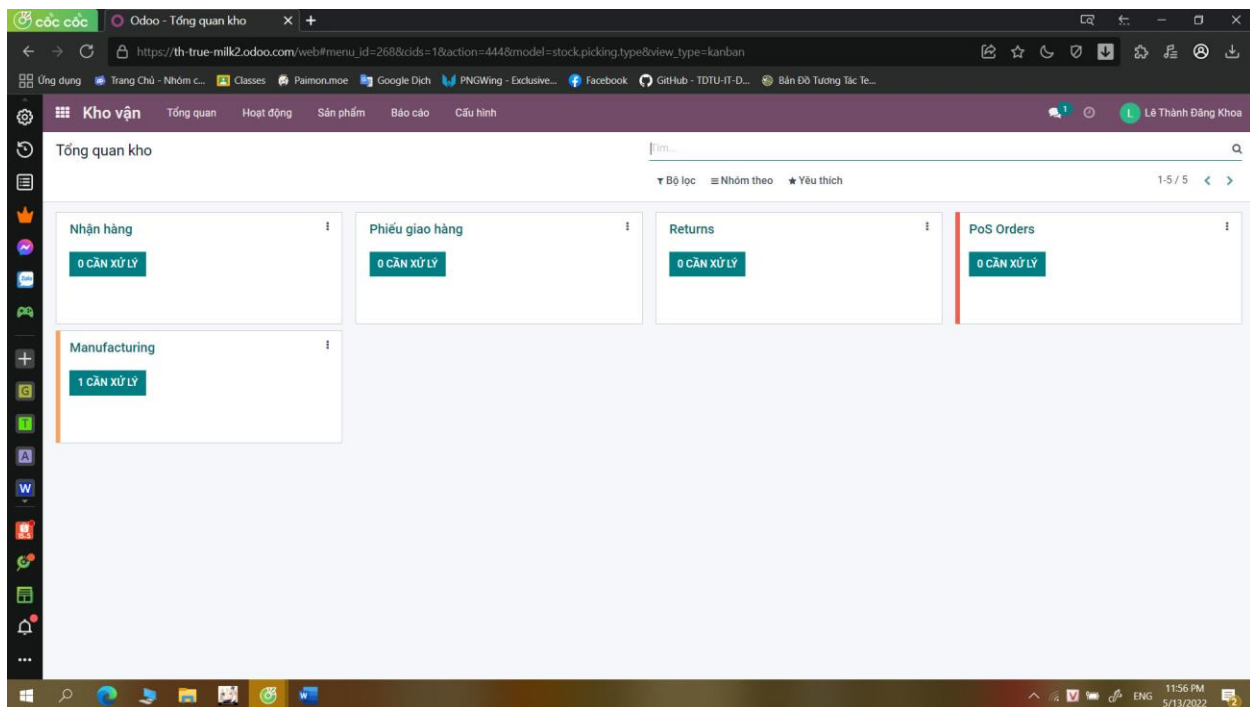
Hình 12. Xác nhận đơn hàng



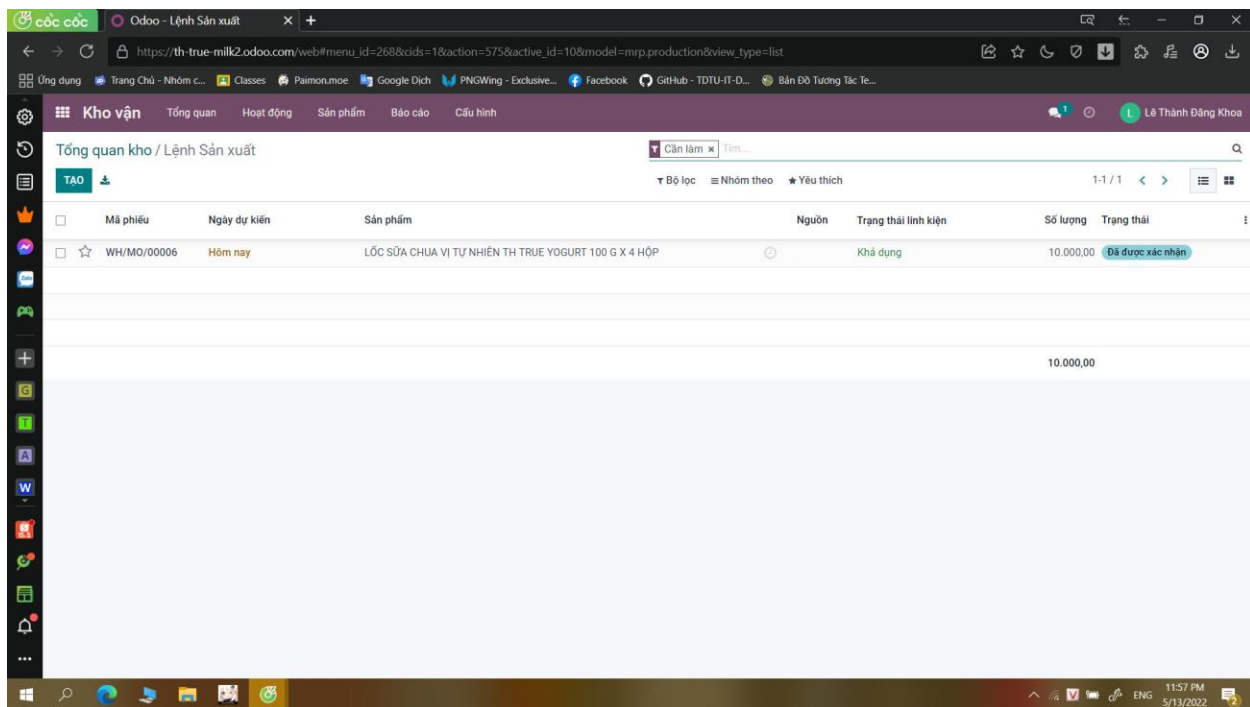
Hình 13. Tạo đơn hàng để sản xuất



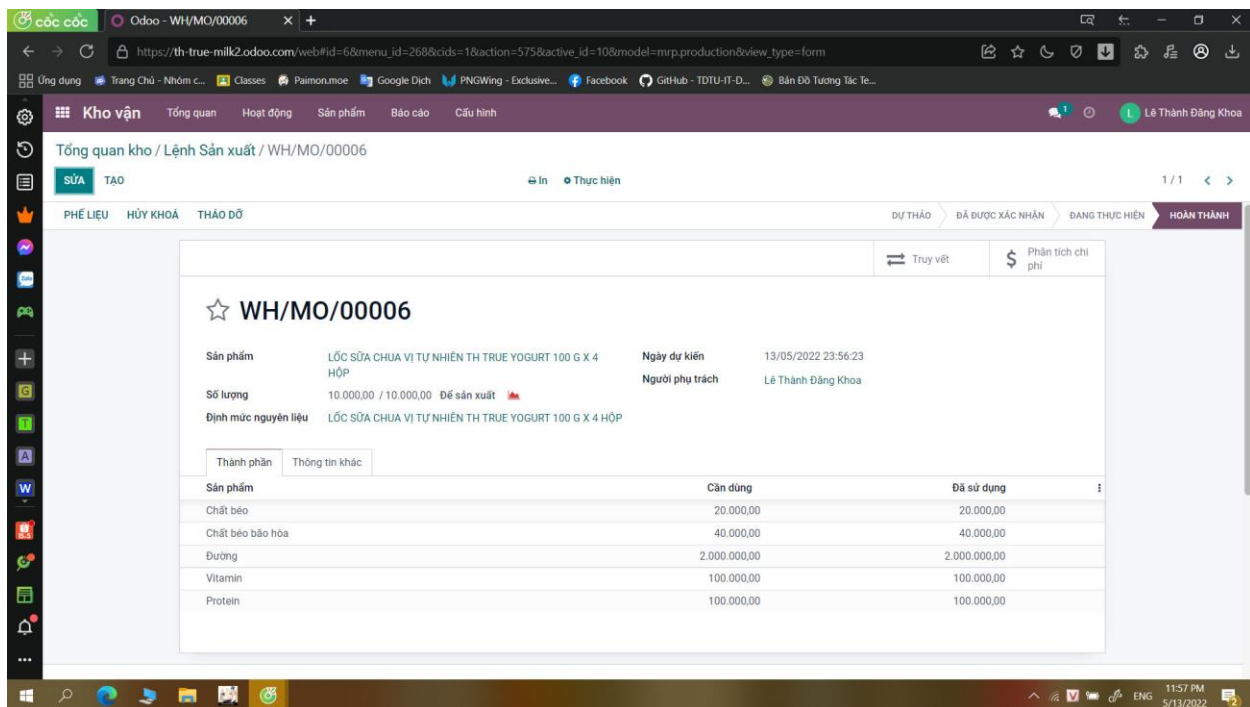
Hình 14. Tạo lệnh và xác nhận lệnh sản xuất



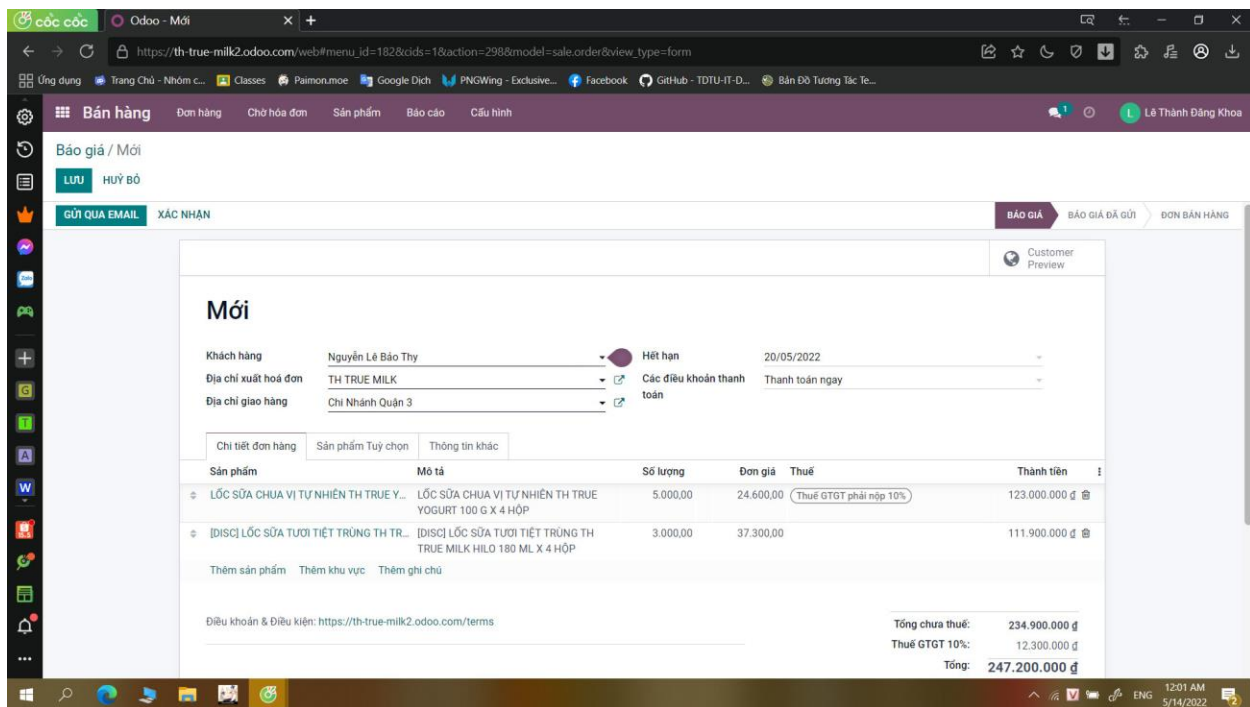
Hình 15. Kiểm tra kho vận



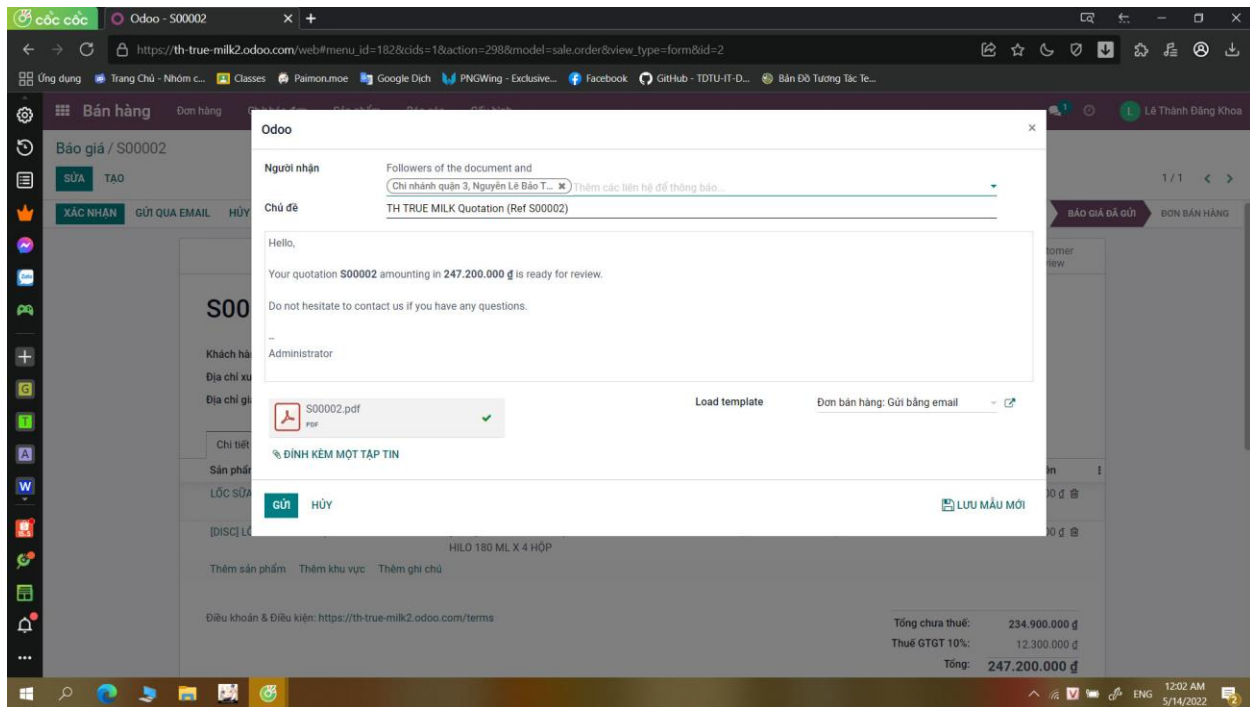
Hình 16. Đơn hàng cần xử lý



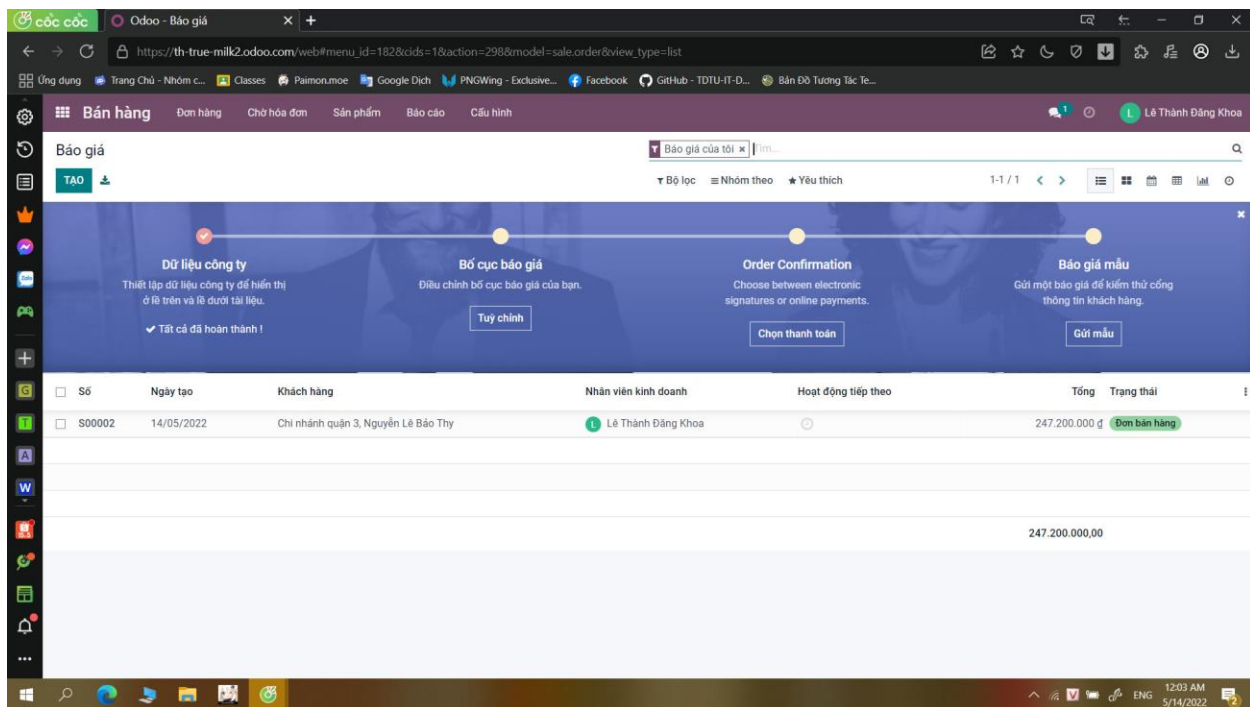
Hình 17. Hoàn tất sản xuất



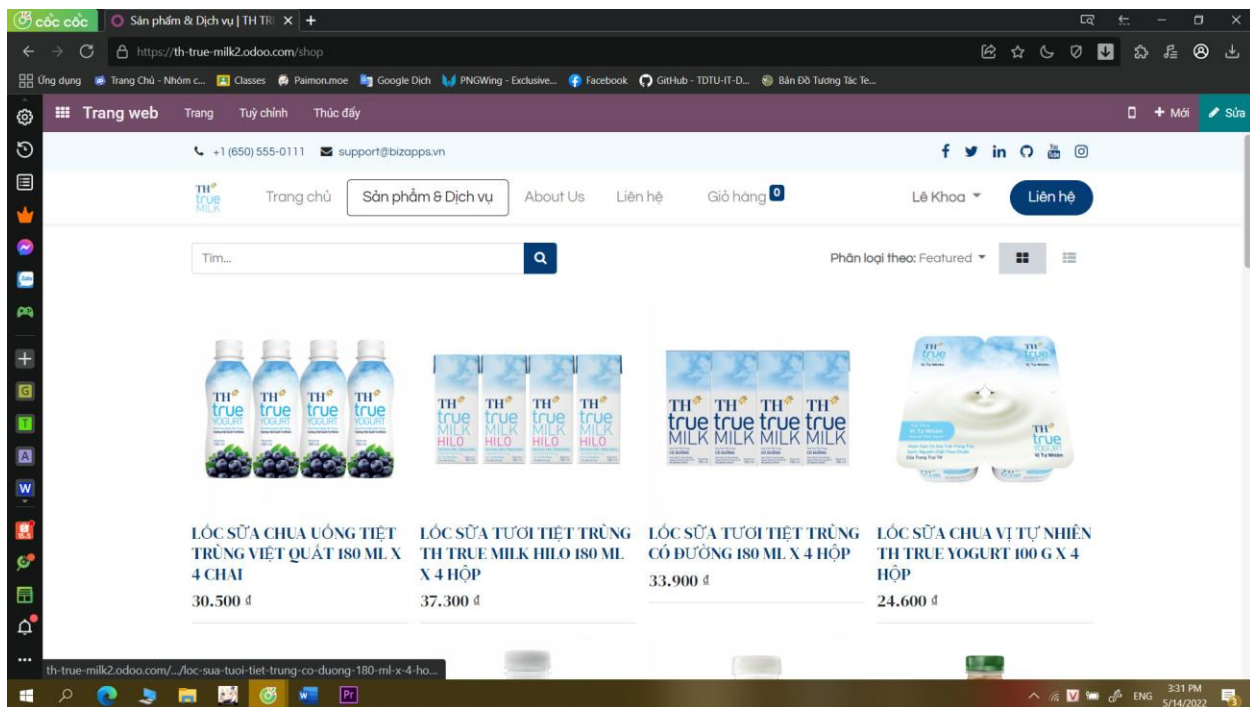
Hình 18. Tạo đơn bán hàng



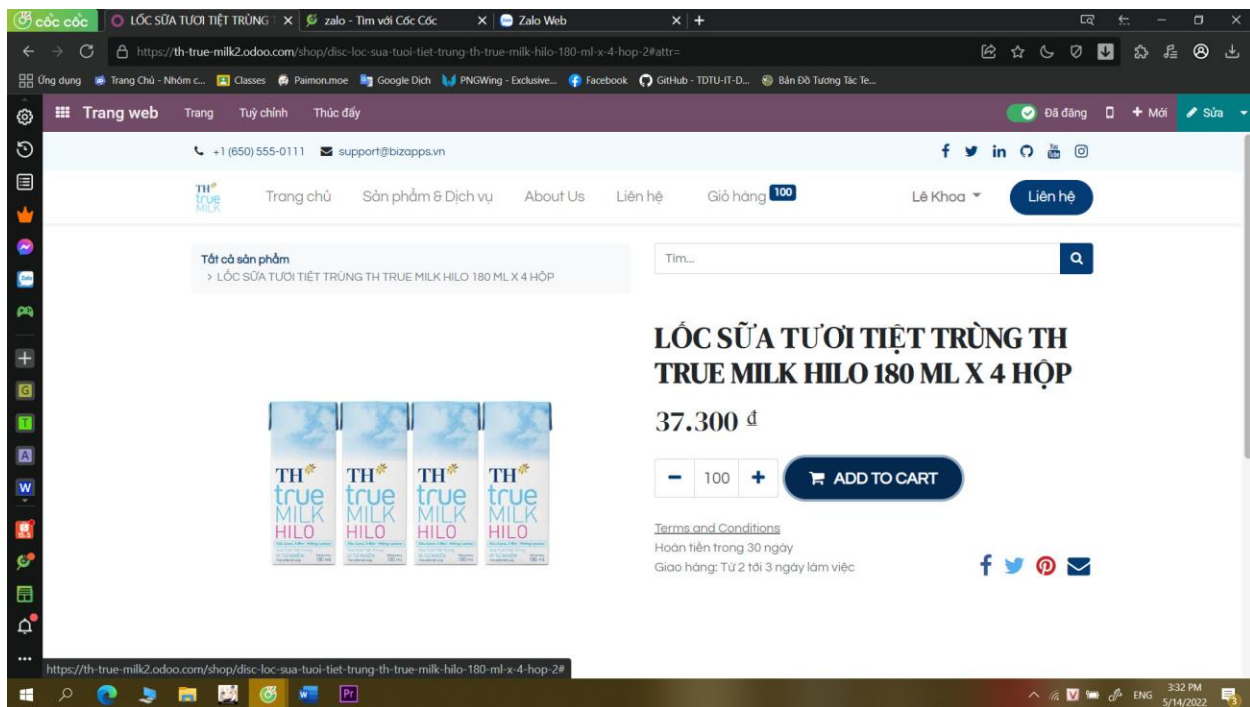
Hình 19. Gửi báo giá



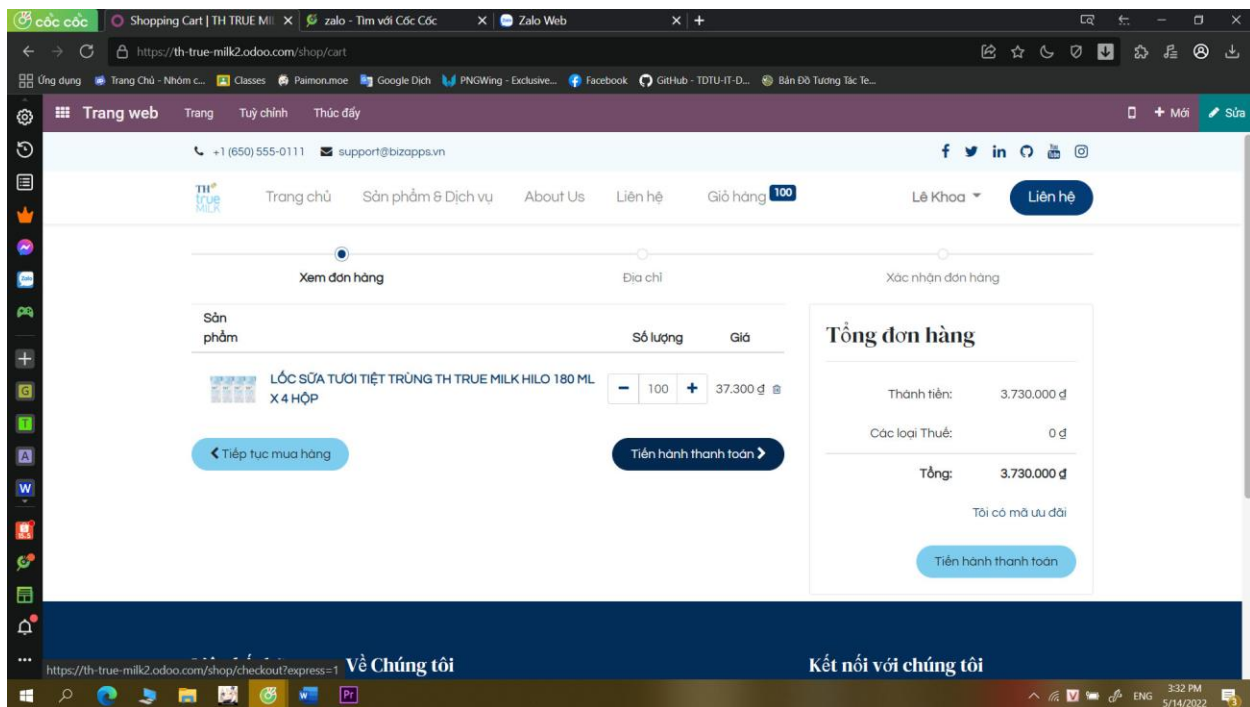
Hình 20. Kiểm tra lại hóa đơn



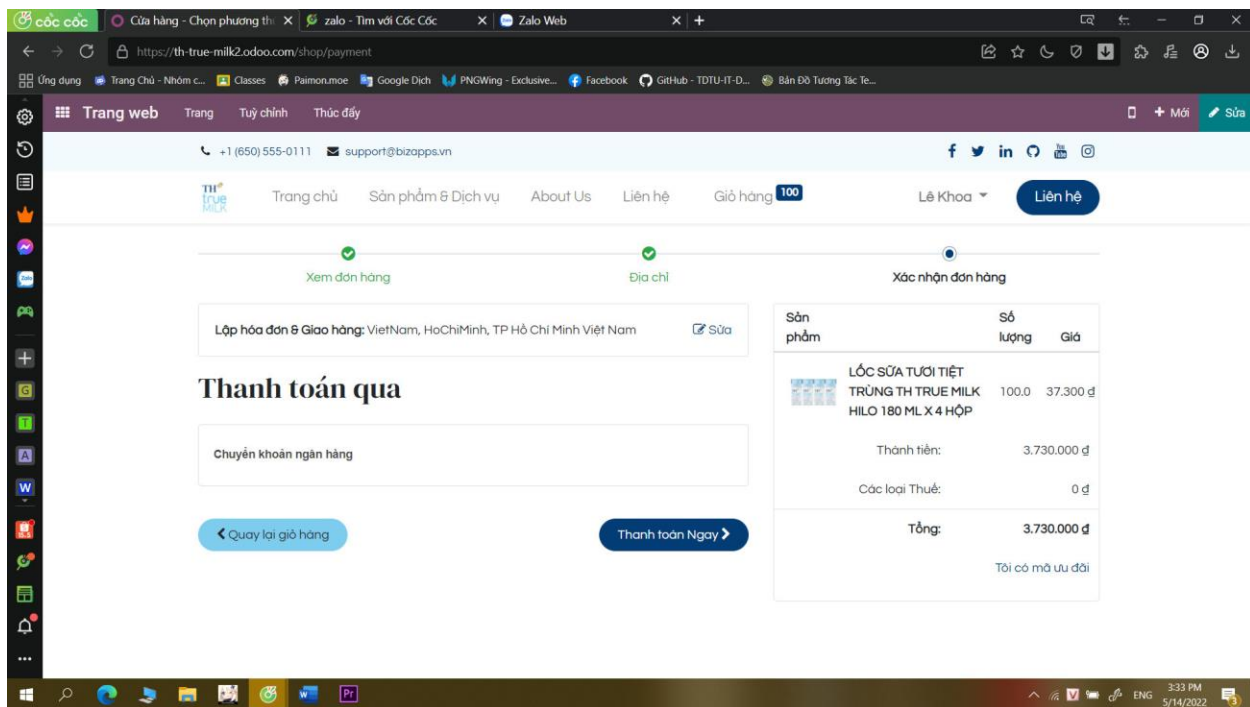
Hình 21. Trang mua sản phẩm



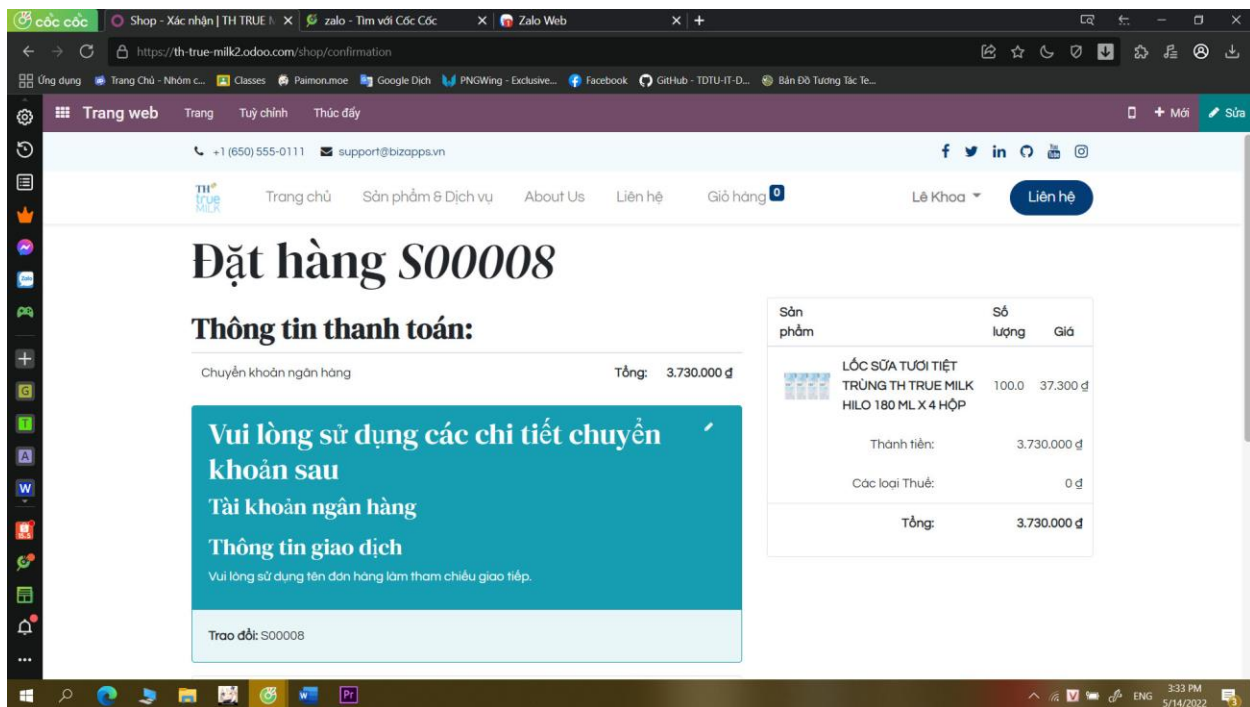
Hình 22. Chọn số lượng mua



Hình 23. Giỏ hàng



Hình 24. Tiến hành thanh toán



Hình 25. Đã thanh toán

CHƯƠNG 5: PHÂN CÔNG VÀ ĐÁNH GIÁ

5.1. Phân công và đánh giá

STT	MSSV	Họ và tên	Công việc	Đánh giá
SV1	51900239	Nguyễn Lê Bảo Thy	<p>Chương 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vì sao phải triển khai hệ thống ERP Vai trò của ERP trong doanh nghiệp <p>Chương 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> Chuỗi cung ứng Quản lý chuỗi cung ứng <p>Demo</p> <p>Tổng hợp, chỉnh sửa, hoàn thiện báo cáo</p>	Hoàn thành
SV2	51900119	Lê Thành Đăng Khoa	<p>Chương 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> ERP là gì Các chức năng chính của ERP <p>Chương 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> Các bước triển khai SCM Cơ cấu sản phẩm sữa Thị phần các công ty sữa 	Hoàn thành

			<p>Chương 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> Giới thiệu về doanh nghiệp TH true MILK <p>Demo + Quay demo</p> <p>Thuyết trình</p>	
SV3	51900696	Lê Quang Vũ	<p>Chương 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> Những lợi ích khi triển khai hệ thống ERP Các thành phần của ERP <p>Chương 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tổng quan chuỗi cung ứng ở việt nam Khái quát chung về ngành sữa ở việt nam <p>Chương 3:</p> <ul style="list-style-type: none"> Chuỗi cung ứng của TH True Milk Sơ đồ quy trình chuỗi cung ứng Mô hình quy trình chuỗi cung ứng của TH True Milk 	Hoàn thành

Bảng 1. Phân công và đánh giá công việc

5.2. Kế hoạch giao tiếp nhóm

- Tần suất: 1 tuần 1 lần.
- Thời gian: 7h30 Thứ 4.

- Địa điểm: Google meet.
- Thông báo thông qua Messenger.

5.3. Quy tắc quản lý đồ án của nhóm

5.3.1. Quản lý tài liệu

Nhóm thảo luận thống nhất sử dụng Google Docs làm phương tiện để trao đổi tài liệu báo cáo.

5.3.2. Quản lý tiến độ

- Quản lý thời gian tiến độ bằng Google Sheets
- Đặt thời gian phải hoàn thành công việc cho từng thành viên.
- Báo cáo tiến độ hoàn thành khi đến hạn

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Sữa và các sản phẩm sữa. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://investvietnam.gov.vn/vi/nganh.nghd/15/sua-va-cac-san-pham-sua.html>
- [2]. Triển vọng ngành sữa 2021: Hợp nhất ngành tiến triển nhanh. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://mbs.com.vn/cn/research-center/market-overview/macro-insights/trien-vong-nganh-sua-2021-hop-nhat-nganh-tien-trien-nhanh/>
- [3]. CÁC CÔNG TY SỮA HÀNG ĐẦU VIỆT NAM 2020 - Báo cáo công ty. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://baocaocongtty.com/cac-cong-ty-sua-hang-dau-viet-nam-2020/>
- [4]. TH true TEA, TH true MILK đạt thương hiệu vàng nông nghiệp Việt Nam | Doanh nghiệp | Vietnam+ (VietnamPlus). (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://www.vietnamplus.vn/th-true-tea-th-true-milk-dat-thuong-hieu-vang-nong-nghiep-viet-nam/767722.vnp>
- [5]. TH true MILK xuất sắc giành giải Vàng Chất lượng quốc gia 2019 – 2020. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://www.thmilk.vn/th-true-milk-xuat-sac-gianh-giai-vang-chat-luong-quoc-gia-2019-2020/>
- [6]. 5 Lý do tại sao các doanh nghiệp cần sử dụng phần mềm ERP (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://vinsofts.com/5-ly-do-tai-sao-cac-doanh-nghiep-can-su-dung-phan-mem-erp-2/>
- [7]. ERP là gì? Vì sao doanh nghiệp cần triển khai phần mềm ERP. (2022). Retrieved 16 April 2022, from http://bugnetproject.com/vi-sao-doanh-nghiep-can-trien-khai-phan-mem-erp/#Vi_sao_doanh_nghiep_can_trien_khai_phan_mem_ERP
- [8]. chủ, T., việc, C., & Logistics, T. (2022). Supply chain là gì? Hiểu Supply chain để định hướng tương lai. Retrieved 16 April 2022, from <https://timviec365.vn/blog/supply-chain-la-gi-new6535.html>
- [9]. Chuỗi cung ứng là gì? Tìm hiểu về cung ứng và chuỗi cung ứng tại Việt Nam. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://simbagroup.vn/cung-ung-la-gi>
- [10]. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://cscmp.org/about-us/supply-chain-management-definitions>

- [11]. SCM là gì? Ý nghĩa của nó trong quản lý chuỗi - HL Shipping. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://hlshipping.com/scm-la-gi-y-nghia-cua-no-trong-quan-ly-chuoi/>
- [12]. Quản trị chuỗi cung ứng (SCM) - Triển khai Oracle Netsuite Cloud ERP / Suitecloud Company Ltd Vietnam. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://suitecloud.vn/quan-tri-chuoi-cung-ung-scm/>
- [13]. Những tính năng và chức năng chính của phần mềm ERP. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://ocd.vn/phan-mem-erp/>
- [14]. Tổng hợp về thị phần sữa Việt Nam 2021 - Buddypress. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://buddypress.vn/thi-phan-sua-viet-nam/>
- [15]. Hé lộ lịch sử xây dựng và phát triển TH TRUE MILK thành thương hiệu sữa tươi sạch hàng đầu Việt Nam. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://news.timviec.com.vn/cong-ty-th-true-milk-66923.html>
- [16]. 6 thành phần cốt lõi của ERP - MISA AMIS. (2022). Retrieved 16 April 2022, from https://amis.misa.vn/12260/6-thanh-phan-cot-loi-cua-erp/?utm_source=coccoc&utm_medium=organic
- [17]. True book. (2022). Retrieved 16 April 2022, from <https://www.thmilk.vn/true-book/>