

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN KINH TẾ



Ảnh 3x4

KHÓA LUẬN
TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH TIN HỌC KINH TẾ

Đề tài:

XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH QUẢN LÝ BÁN HÀNG
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI ĐIỆN MÁY TÍN PHÁT, HÀ NỘI

Sinh viên thực hiện: Lý Mùi Coi

Lớp: THKT K15A Hệ chính quy

Giảng viên hướng dẫn: Th.S Đỗ Năng Thắng

THÁI NGUYÊN, NĂM 2020

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành được bài khóa luận tốt nghiệp em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Th.S Đỗ Năng Thắng đã hướng dẫn, hỗ trợ tận tình cho em trong suốt thời gian thực tập cũng như hoàn thành khóa luận.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến anh Nguyễn Đình Huân cũng như các anh chị trong công ty cổ phần thương mại điện máy Tín Phát đã hướng dẫn, chỉ bảo tận tình và hỗ trợ tạo điều kiện cho em trong suốt quá trình thực tập tại công ty.

Đồng thời em xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo khoa hệ thống thông tin kinh tế và nhà trường đã tạo điều kiện để em tốt nhất để em hoàn thành khóa luận.

Trong quá trình thực hiện đề tài do thời gian cũng như kinh nghiệm bản thân em còn hạn chế nên đề tài này còn có những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô và các bạn để bài báo cáo của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Thái nguyên, ngày...tháng...năm 2020

Sinh viên thực hiện

Lý Mùi Côi

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan bài khóa luận tốt nghiệp này là do em tự tìm hiểu , nghiên cứu qua các tài liệu tham khảo, mạng internet. Đặc biệt là nhận được sự hướng dẫn định hướng của thầy Đỗ Năng Thắng, cùng với sự hỗ trợ giúp đỡ của các anh chị tại công ty thực tập.

Em xin chịu trách nhiệm hoàn toàn trách nhiệm với lời cam đoan trên.

Sinh viên thực hiện

Lý mùi Còi

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN.....	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC HÌNH ẢNH	v
DANH MỤC BẢNG	vi
LỜI NÓI ĐẦU.....	vii
Chương 1 KHÁI QUÁT VỀ QUẢN LÝ BÁN HÀNG.....	1
1.1 Khái niệm bán hàng và các hình thức bán hàng.....	1
1.1.1 Khái niệm bán hàng.....	1
1.1.2 Phân loại bán hàng.....	2
1.2 phương pháp quản lý bán hàng	4
1.2.1 khái niệm Quản lý bán hàng	4
1.2.2 Một số phương pháp quản lý bán hàng	6
1.2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động quản lý bán hàng.....	8
1.3 vai trò của quản lý bán hàng	9
1.4 Sự cần thiết phải tăng cường quản lý của hoạt động bán hàng.....	10
1.5 Xác lập mục tiêu bán hàng.....	11
1.6 Chăm sóc, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng.....	12
1.6.1 Các yếu tố ảnh hưởng tới chăm sóc khách hàng.....	12
1.6.2 Những yếu tố chăm sóc khách hàng tốt.....	13
Chương 2. KHẢO SÁT VÀ PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG HỖ TRỢ QUẢN LÝ BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI ĐIỆN MÁY TÍN PHÁT	17
2.1 Giới thiệu tổng quan về công ty cổ phần thương mại điện máy Tín Phát.....	17
2.1.1 Công ty cổ phần thương mại điện máy Tín Phát	17
2.1.2 Mục tiêu của công ty	18
2.1.3 cơ cấu tổ chức của công ty.....	19
2.1.4 chức năng, nghiệp vụ và quyền hạn của bộ máy quản lý.....	19
2.1.5 Thực trạng công tác quản lý bán hàng tại công ty cổ phần thương mại điện máy Tín Phát.....	22
2.1.6 Tầm quan trọng của quản lý bán hàng của công ty.....	34

2.1.7 Các nhân tố ảnh hưởng tới sự hoạt động của công ty	35
2.1.8 Ưu và nhược điểm của công tác quản lý bán hàng của công ty.....	37
2.2 Đề xuất giải pháp hỗ trợ công tác quản lý bán hàng hiệu quả.....	38
2.3 Phân tích thiết kế hệ thống.....	39
2.3.1 Sơ đồ phân cấp chức năng	39
2.3.2. Biểu đồ luồng dữ liệu	41
2.3.3 Thiết kế cơ sở dữ liệu	49
Chương 3.ỨNG DỤNG PHẦN MỀM MICROSOFT EXCEL VÀO QUẢN LÝ BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI ĐIỆN MÁY TÍN PHÁT	52
3.1 Đặt vấn đề	52
3.2 Các bước xây dựng chương trình.....	52
3.3 Giới thiệu về công cụ xây dựng chương trình Microsoft Excel	53
3.3.1 Giới thiệu về Microsoft Excel.....	53
3.3.2 Các kiểu dữ liệu.....	55
3.3.3 Giới thiệu một số chức năng	56
3.3.4 Giới thiệu về các hàm trong Excel	57
3.4 Một số giao diện của chương trình.....	61
3.4.1 giao diện chính của chương trình	61
3.4.2 Danh mục nhân viên.....	62
3.4.3 Danh mục khách hàng	62
3.4.4 Danh mục hàng hóa	63
3.4.5 Danh mục nhà cung cấp.....	63
3.4.6 Danh mục xuất hàng.....	64
3.4.7 Danh mục theo dõi hàng nhập.....	64
3.4.8 Bảng tổng hợp nhập - xuất - tồn.....	65
KẾT LUẬN.....	66
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	67

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1 Bán hàng là gì ?.....	1
Hình 1.2 các kênh bán hàng	3
Hình 1.3 Quản trị thời gian khoa học	15
Hình 2.1 Trang chủ web bán hàng của công ty.....	17
Hình 2.2 Một số sản phẩm hàng hóa của công ty	18
Hình 2.3 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty	19
Hình 2.4 Sơ đồ mô tả quy trình bán hàng hiện tại của công ty.....	23
Hình 2.5 giao diện trang web bán hàng của công ty	24
Hình 2.6 Sơ đồ phân cấp chức năng.....	40
Hình 2.7 Sơ đồ luồng dữ liệu	42
Hình 2.8 Sơ đồ phân luồng dữ liệu mức ngữ cảnh.....	43
Hình 2.9 Sơ đồ phân luồng dữ liệu mức đỉnh	45
Hình 2.10 Sơ đồ phân luồng dữ liệu mức dưới đỉnh chức năng quản lý danh mục	47
Hình 2.11 Sơ đồ phân luồng dữ liệu mức dưới đỉnh chức năng quản lý nhập-xuất	48
Hình 2.12 Sơ đồ phân luồng dữ liệu mức dưới đỉnh chức năng quản lý báo cáo.....	48
Hình 3.1 Bảng tính Excel.....	54
Hình 3.2 Tính năng DatanValidation	57
Hình 3.3 giao diện chính của chương trình.....	61
Hình 3.4 giao diện quản lý nhân viên nhân viên.....	62
Hình 3.5 Giao diện quản lý khách hàng	62
Hình 3.6 Giao diện danh mục hàng hóa	63
Hình 3.7 Giao diện quản lý danh sách nhà cung cấp	63
Hình 3.8 Giao diện quản lý danh sách hàng hóa xuất bán.....	64
Hình 3.9 Giao diện quản lý danh sách nhập hàng hóa	64
Hình 3.10 Giao diện quản lý danh sách nhập - xuất - tồn hàng hóa	65

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Nhân viên	49
Bảng 2.2: Khách hàng.....	49
Bảng 2.3: Nhà cung cấp.....	50
Bảng 2.4: Hàng Hóa	50
Bảng 2.5: Xuất hàng	50
Bảng 2.6: phiếu Xuất hàng.....	50
Bảng 2.7: Nhập hàng	51
Bảng 2.8: phiếu nhập hàng.....	51

LỜI NÓI ĐẦU

1.Lý do chọn đề tài

Hiện nay khoa học và công nghệ ngày càng phát triển nhanh chóng. Chúng đã đạt được nhiều thành tựu to lớn trong tất cả các lĩnh vực, ngành nghề của đời sống xã hội. Đặc biệt với sự phát triển của công nghệ thông tin đã làm cho việc quản lý các hệ thống thông tin trở nên tiện lợi, an toàn, có tính tự động hóa cao. Ngày nay với tốc độ phát triển ngày càng vượt trội của internet thì việc kinh doanh trực tuyến đã không còn xa lạ. Công việc bán hàng trở nên đơn giản và dễ dàng hơn, nhưng kinh doanh trên mạng chỉ giúp tiết kiệm được một số chi phí về mặt bằng, thời gian và làm tăng khả năng tiếp cận khách hàng, còn những vấn đề xung quanh như thông tin về sản phẩm, tình trạng kho, quy trình mua hàng,... vẫn cần phải trực tiếp quản lý. Trong số đó phải kể đến hệ thống quản lý bán hàng tại các siêu thị, điện máy, cửa hàng,... Đó là một công việc khá phức tạp và một lượng thông tin cần quản lý lớn. Toàn bộ các công việc trong quản lý bán hàng như giá cả, doanh thu, số lượng hàng tồn kho,... đòi hỏi rất nhiều thời gian và nguồn nhân lực. Ngoài ra công việc báo cáo thống kê trong công tác quản lý bán hàng cũng gặp vô vàn khó khăn. Chỉ với việc thống kê số lượng hàng đã bán, các mặt hàng bán chạy cũng mất rất nhiều thời gian, nhiều khi còn xảy ra sai sót do khối lượng hàng hóa quá nhiều lại không được sắp xếp, quản lý một cách hợp lý. Vì vậy phải có những cải tiến tích cực các quy trình nghiệp vụ với việc áp dụng công nghệ thông tin hiện đại. Và cần có một mô hình quản lý bán hàng mới phù hợp, tiện lợi cho việc quản lý bán hàng sẽ là vấn đề cấp thiết hơn bao giờ hết, giúp doanh nghiệp nắm bắt thông tin về hàng hóa, vật tư, thông tin khách hàng và trạng thái các đơn đặt hàng,... một cách chính xác và kịp thời. Từ đó người quản lý có thể đưa ra các kế hoạch và quyết định đúng đắn, giảm chi phí và tăng khả năng cạnh tranh, nâng cao kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh.

Vì vậy xuất phát từ những lý do trên em đã lựa chọn đề tài: “Xây Dựng Chương Trình Quản Lý Bán Hàng Tại Công Ty Cổ Phần Thương Mại Điện Máy Tín Phát, Hà Nội”

2.Mục đích nghiên cứu

Xây dựng thành công chương trình quản lý bán hàng cho công ty điện máy tín phát nhằm quản lý và đạt được kết quả kinh doanh tối ưu.

3.Phạm vi và phương pháp nghiên cứu

Phạm vi nghiên cứu

Thời gian: khóa luận được thực hiện từ ngày 20/04/2020 đến ngày 12/05/2020

Không gian: Tại Công Ty Cổ Phần Thương Mại Điện Máy Tín Phát

Về kiến thức: Quản lý bán hàng, Xây dựng phần mềm quản lý bán hàng bằng Microsoft Excel vào quản lý bán hàng tại công ty.

Phương pháp nghiên cứu

Khảo sát và thu thập dữ liệu, các thông tin từ các tài liệu và cơ sở dữ liệu có liên quan tại công ty cổ phần thương mại điện máy tín phát.

Tìm hiểu lý thuyết về quản lý bán hàng.

Tìm hiểu về phần mềm Microsoft Excel.

Khái quát và đi đến phân tích chi tiết bài toán.

Xây dựng, cài đặt và sử dụng thử nghiệm chương trình.

4. Kết cấu của đề tài

Bài báo cáo gồm có 3 phần:

Chương 1. Tổng quan về quản lý bán hàng

Chương 2. Khảo sát và phân tích thiết kế hệ thống hỗ trợ quản lý bán hàng tại công ty cổ phần thương mại điện máy Tín Phát

Chương 3. Ứng dụng phần mềm Microsoft Excel vào xây dựng quản lý bán hàng tại công ty cổ phần thương mại điện máy Tín Phát

Chương 1

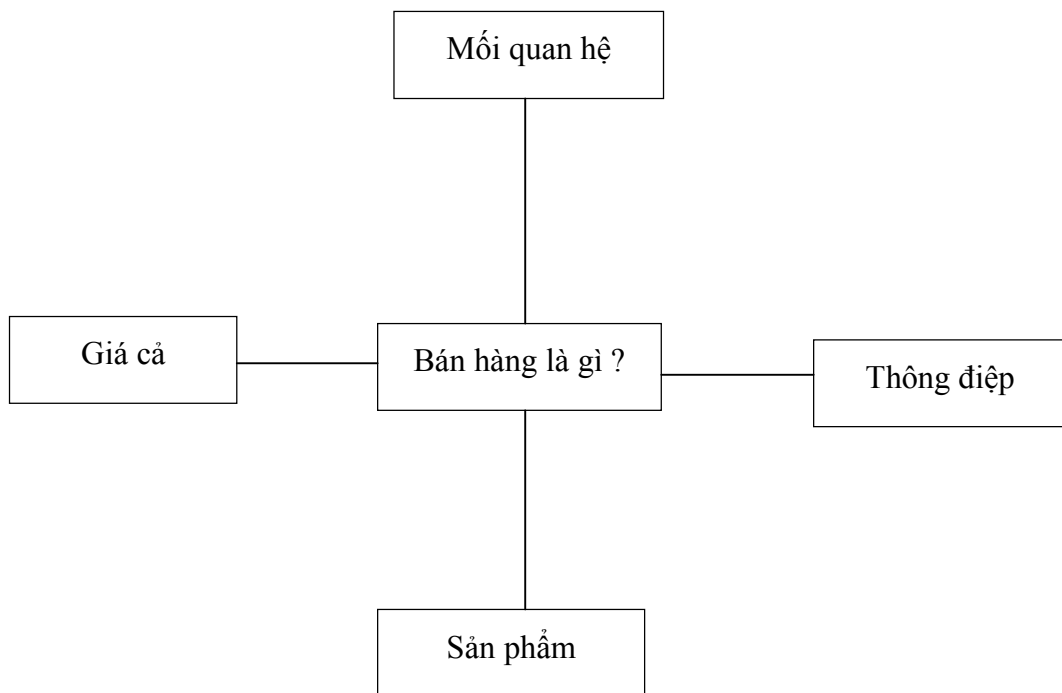
KHÁI QUÁT VỀ QUẢN LÝ BÁN HÀNG

1.1 Khái niệm bán hàng và các hình thức bán hàng

1.1.1 Khái niệm bán hàng

Bán hàng là một quá trình trong đó người bán tìm hiểu, khám phá, gợi tạo và đáp ứng nhu cầu của người mua, để cả hai bên nhận được quyền lợi thỏa đáng.

Theo quan niệm cổ điển: “Bán hàng là hoạt động thực hiện sự trao đổi sản phẩm hay dịch vụ của người bán chuyển cho người mua để được nhận lại từ người mua tiền, vật phẩm hoặc giá trị trao đổi đã thỏa thuận”



Hình 1.1 Bán hàng là gì ?

Theo một số quan điểm hiện đại phổ biến thì khái niệm bán hàng được định nghĩa như sau:

– Bán hàng là nền tảng trong kinh doanh đó là sự gặp gỡ của người bán và người mua ở những nơi khác nhau giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu nếu cuộc gặp gỡ thành công trong cuộc đàm phán về việc trao đổi sản phẩm