

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

BÙI TIẾN UY

NGHIÊN CỨU GIẢI PHÁP QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG
KINH DOANH DỰA TRÊN HƯỚNG TIẾP CẬN HỆ THỐNG
CRM VÀ ỨNG DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP CHÈ
TỈNH THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ

Thái Nguyên, năm 2024

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

BÙI TIẾN UY

NGHIÊN CỨU GIẢI PHÁP QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG
KINH DOANH DỰA TRÊN HƯỚNG TIẾP CẬN HỆ THỐNG
CRM VÀ ỨNG DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP CHÈ
TỈNH THÁI NGUYÊN

Ngành: Hệ thống thông tin quản lý

Mã số: 8340405

LUẬN VĂN THẠC SĨ HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ

Người hướng dẫn khoa học: TS. NGUYỄN THỊ HẰNG

Thái Nguyên - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan tất cả nội dung tài liệu trên là do tôi tự biên soạn, nghiên cứu và sắp xếp theo đúng với nội dung yêu cầu của đề tài.

Nội dung luận văn này chưa hề được trích dẫn hay xuất bản dưới bất cứ hình thức nào và cũng không được trích dẫn từ bất cứ một công trình khoa học nào.

Tất cả phần nội dung đều do tôi trực tiếp nghiên cứu và biên soạn, mỗi một tài liệu đều được chú thích rõ ràng.

Thái Nguyên, Ngày 02 tháng 04 năm 2024

Tác giả luận văn

Bùi Tiến Uy

LỜI CẢM ƠN

Trước hết tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến cô hướng dẫn khoa học TS Nguyễn Thị Hằng vì những chỉ dẫn khoa học, định hướng nghiên cứu đã tận bẻ hỗ trợ tôi trong khoảng thời gian thực hiện luận văn.

Tôi xin cảm ơn các thầy thuộc bộ môn Hệ thống thông tin quản lý, các thầy cô giáo trong trường Đại học Công Nghệ Thông Tin và Truyền Thông – Đại học Thái Nguyên đã cung cấp cho tôi những thông tin hết sức bổ ích và cần thiết suốt khoảng thời gian học tập tại trường giúp tôi tự tin nghiên cứu và thực hiện xuất sắc luận văn này.

Với thời gian nghiên cứu còn có hạn, luận văn không tránh khỏi những thiếu sót, tôi kính mong nhận được các ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô giáo, đồng nghiệp và bạn bè.

Cuối cùng, tôi xin cảm ơn thầy cô cùng bạn bè, những người đã hết lòng động viên và khích lệ tôi, để tôi tự tin và có tâm lý tốt nhất giúp tôi nghiên cứu luận văn này. Tuy nhiên vì hạn chế về mặt thời gian và kinh phí nên luận văn chắc chắn sẽ không tránh được một vài thiếu sót ngoài ý muốn. Tôi cũng mong nhận được sự ủng hộ cùng đóng góp ý kiến của các thầy cô giáo, đồng nghiệp và bạn bè.

HỌC VIÊN

Bùi Tiến Uy

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Viết đầy đủ
DN	Doanh nghiệp
TĐH	Trường đại học
CTĐT	Chương trình đào tạo
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
HTTT	Hệ thống thông tin
QTNL	Quản trị nhân lực
QTQHKH	Quản trị quan hệ khách hàng
CNTT	Công nghệ thông tin
XNK	Xuất nhập khẩu
CRM	Customer Relationship Managemet – Quản trị quan hệ khách hàng
KH	Khách hàng
PGS	Phó giáo sư
GS	Giáo sư
TS	Tiến sĩ
CSKH	Chăm sóc khách hàng
AEC	Cộng đồng kinh tế ASEAN
SĐT	Số điện thoại
TMQT	Thương mại Quốc tế

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	iii
MỤC LỤC	iv
DANH MỤC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ	ix
DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ	xi
LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	6
VỀ ỨNG DỤNG HỆ THỐNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG	6
TẠI CÁC DOANH NGHIỆP.....	6
1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan.	6
1.1.1. Nghiên cứu trong nước.	6
1.1.2. Nghiên cứu ngoài nước.....	9
1.2. Khái quát lý thuyết về quản trị quan hệ khách hàng	11
1.2.1. Khái niệm về hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.	11
1.2.1.1. Khái niệm.....	11
1.2.1.2. Quá trình hình thành của quản trị quan hệ khách hàng.....	13
1.2.1.3. Cấu trúc chung của hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.....	15
1.2.2. Vai trò của hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.....	16
1.2.2.1. Duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng.....	16
1.2.2.2. Xây dựng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.....	17
1.2.2.3. Xử lý khiếu nại của khách hàng.....	18
1.2.3. Các yêu cầu của hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.....	18
1.2.3.1. Sự cam kết của lãnh đạo.....	18

1.2.3.2. Đánh giá thực trạng theo yêu cầu triển khai hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.	18
1.2.3.3. Đào tạo nhận thức chung.	19
1.2.3.4. Xây dựng chiến lược kinh doanh.	19
1.2.3.5. Lựa chọn và lập kế hoạch các dự án đi kèm.	19
1.2.3.6. Lựa chọn công nghệ hỗ trợ.	20
1.2.3.7. Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng.	20
1.2.3.8. Phân tích và lựa chọn khách hàng mục tiêu.	20
1.2.3.9. Xây dựng chiến lược hệ thống quản trị quan hệ khách hàng. .	20
1.2.3.10. Xây dựng chỉ tiêu đánh giá hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.	21
1.2.3.11. Đánh giá hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.	21
1.2.3.12. Các hành động cải tiến hệ thống.	21
1.3. Ứng dụng hệ thống quản trị quan hệ khách hàng tại doanh nghiệp.	22
1.3.1. Lựa chọn và thu hút khách hàng.	23
1.3.1.1. Xác định khách hàng mục tiêu.	23
1.3.1.2. Giá trị lâu dài khách hàng (LCV).	23
1.3.2. Xây dựng và phát triển mối quan hệ lâu dài với khách hàng.	24
1.3.2.1. Duy trì khách hàng.	24
1.3.2.2. Tầm quan trọng mối liên lạc với khách hàng.	24
1.3.2.3. Nhu cầu giữ khách hàng.	25
1.3.2.4. Thiết lập quan hệ với khách hàng.	25
1.3.2.5. Xác định cấu trúc quan hệ.	26
1.3.3. Xây dựng văn hóa định hướng vào doanh nghiệp.	26
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hệ thống CRM trong doanh nghiệp.	26
1.5. Thực trạng ứng dụng CRM tại Việt Nam.	28
1.6. Ứng dụng CRM trong các doanh nghiệp chè tại tỉnh Thái Nguyên.	29

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG HỆ THỐNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH TÚY TRÀ.....	31
2.1. Thực trạng hoạt động của công ty TNHH Túy Trà.	31
2.1.1. Thực trạng quản lý thông tin khách hàng tại công ty TNHH Túy Trà.....	31
2.1.1.1. Khái quát chung.....	31
2.1.1.2. Quy trình và hoạt động duy trì khách hàng.	35
2.1.2. Đánh giá và đề xuất việc ứng dụng hệ thống quản trị quan hệ khách hàng vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.	37
2.1.2.1. Ưu điểm.....	37
2.1.2.2. Nhược điểm.	38
2.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động CRM tại Công ty TNHH Túy Trà.....	39
2.2. Phân tích và thiết kế hệ thống.....	40
2.2.1. Phân tích hệ thống quản trị khách hàng tại công ty TNHH Túy Trà.....	40
2.2.1.1. Mô tả hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.....	40
2.2.1.2. Xây dựng biểu đồ phân cấp chức năng.	41
2.2.1.3. Sơ đồ luồng dữ liệu.....	44
2.2.2. Thiết kế hệ thống.	52
2.2.2.1. Thiết kế kiến trúc dữ liệu.	53
2.2.2.2. Thiết kế giải thuật.	58
2.3. Mô tả khái quát hệ thống CRM tại Công ty TNHH Túy Trà.....	64
2.3.1. Quản lý đơn hàng.....	65
2.3.1.1. Danh sách đơn hàng.....	65
2.3.1.2. Công nợ nhà vận chuyển.....	72
2.3.2. Quản lý kho hàng.....	73

2.3.2.1. Danh sách kho.	73
2.3.2.2. Danh sách sản phẩm.	74
2.3.2.3. Danh mục sản phẩm.	74
2.3.2.4. Tồn kho.	74
2.3.2.5. Nhập kho.	75
2.3.3. Quản lý nhân viên.	75
2.3.4. Quản lý dữ liệu khách hàng, chăm sóc khách hàng.	76
CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ ỨNG DỤNG HỆ THỐNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG VÀO NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH TÚY TRÀ	77
3.1. Định hướng phát triển của công ty TNHH Túy Trà.	77
3.2. Kết quả đạt được từ việc ứng dụng hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.	77
3.2.1. Trước khi ứng dụng hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.	77
3.2.2 Sau khi ứng dụng hệ thống quản trị quan hệ khách hàng.....	78
3.2.3. Đánh giá chung khi sử dụng hệ thống	79
3.2.3.1. Điểm mạnh	79
3.2.3.2. Hạn chế	80
3.3. Các giải pháp hoàn thiện hệ thống quản trị quan hệ khách hàng tại công ty TNHH Túy Trà.....	80
KẾT LUẬN	91
TÀI LIỆU THAM KHẢO	93

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Số lượng khách hàng tại công ty TNHH Túy Trà giai đoạn 2020 - 2022	33
Bảng 2.2: Bảng hợp đồng	55
Bảng 2.3: Bảng nhân vật chủ chốt	55
Bảng 2.4: Bảng khách hàng	56
Bảng 2.5: Bảng giao dịch	57
Bảng 2.6: Bảng nhân viên	57
Bảng 2.7: Bảng sản phẩm	58