

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI  
KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH**

\*\*\*\*\*



**HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM QUA MẠNG  
INTERNET CỦA NHASACHTRITUE.COM  
TỪ KHI THÀNH LẬP ĐẾN NĂM 2010**

## **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : Thạc sĩ Trần Phương Ngọc

*Sinh viên thực hiện* : Trịnh Thị Phương

*Lớp* :

**HÀ NỘI – 2011**

---

## MỤC LỤC

<b>MỤC LỤC</b> .....	<b>1</b>
<b>DANH MỤC TỪ VÀ KÍ HIỆU VIẾT TẮT</b> .....	<b>1</b>
<b>PHẦN MỞ ĐẦU</b> .....	<b>6</b>
<b>CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XBP QUA MẠNG INTERNET</b> .....	<b>10</b>
<b>1.1 Một số khái niệm</b> .....	<b>10</b>
<i>1.1.1 Mạng máy tính</i> .....	<i>10</i>
<i>1.1.2 Mạng Internet</i> .....	<i>12</i>
<i>1.1.3 Khái niệm tiêu thụ XBP qua mạng Internet</i> .....	<i>21</i>
<b>1.2 Đặc điểm của hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet</b> .....	<b>22</b>
<i>1.2.1 Đặc điểm thị trường</i> .....	<i>22</i>
<i>1.2.2 Đặc điểm khách hàng</i> .....	<i>26</i>
<i>1.2.3 Đặc điểm về thanh toán và giao hàng</i> .....	<i>29</i>
<b>1.3 Hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng internet</b> .....	<b>31</b>
<i>1.3.1 Chào hàng và thu hút khách hàng</i> .....	<i>31</i>
<i>1.3.2 Tương tác với khách hàng</i> .....	<i>34</i>
<i>1.3.3 Nhận đơn và thực hiện đặt hàng</i> .....	<i>36</i>
<i>1.3.4 Phương thức thanh toán</i> .....	<i>38</i>
<i>1.3.5 Giao hàng</i> .....	<i>40</i>
<b>CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XBP QU MẠNG INTERNET CỦA NHASACHTRITUE.COM TỪ KHI THÀNH LẬP ĐẾN NĂM 2010</b> .....	<b>41</b>
<b>2.1 Giới thiệu về trang Web Nhasachtritue.com</b> .....	<b>41</b>
<b>2.2 Hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet của Nhasachtritue.com</b> .....	<b>51</b>
<i>2.2.1 Chào hàng và thu hút khách hàng</i> .....	<i>51</i>

---

2.2.2 <i>Nhận đơn và thực hiện đặt hàng</i> .....	55
2.2.3 <i>Phương thức thanh toán</i> .....	66
2.2.4 <i>Giao hàng</i> .....	69
2.3 <b>Nhận xét chung</b> .....	75
2.3.1 <i>Ưu điểm</i> .....	75
2.3.2 <i>Hạn chế</i> .....	81
<b>CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG</b>	
<b>TIÊU THỤ XBP QUA MẠNG INTERNET CỦA</b>	
<b>NHASACHTRITUE.COM</b> .....	86
3.1 <b>Xu hướng tiêu dùng qua mạng Internet</b> .....	86
3.1.1 <i>Xu hướng thăm dò qua mạng trước khi mua hàng tại Việt Nam</i>	
<i>tăng</i> .....	87
3.1.2 <i>“Mua theo nhóm” sẽ tạo nên xu hướng mua sắm mới tại Việt</i>	
<i>Nam</i> .....	87
3.1.3 <i>Mua hàng giá rẻ qua mạng</i> .....	93
3.2 <b>Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động tiêu thụ XBP qua</b>	
<b>mạng Internet của Nhasachtritue.com</b> .....	95
3.2.1 <i>Đối với Nhasachtritue.com</i> .....	95
3.2.2 <i>Đối với Nhà nước</i> .....	102
<b>KẾT LUẬN</b> .....	103
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	104

---

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nền kinh tế hàng hóa, trao đổi thông tin là cần thiết và cấp bách. Chúng ta đang sống trong thời đại công nghệ thông tin, thời đại công nghệ số. Trên Thế giới với những thành tựu vượt bậc về khoa học kỹ thuật như: sáng tạo ra Robot, các thiết bị điều khiển từ xa . . . Nhưng trong đó phải kể đến sự phát triển của Internet. Nhờ nó mà con người có thể gặp gỡ, trao đổi . . . với nhau xuyên qua không gian và thời gian, làm ngắn khoảng cách đi lại và chi phí thời gian đi rất nhiều so với việc tiếp xúc trực tiếp.

Ngày nay Internet còn được sử dụng rất nhiều trong hoạt động thương mại. Hoạt động này có thể diễn ra ở các quốc gia khác nhau hay trong cùng một quốc gia. Một mặt là do kinh tế hàng hóa phát triển thì sản xuất hàng hóa cũng trở nên giản đơn hơn mà tiêu thụ hàng hóa đó mới là vấn đề quan trọng quyết định doanh số, lợi nhuận của doanh nghiệp. Mặt khác đời sống của con người được nâng cao hơn cả về vật chất lẫn tinh thần. Do đó những đòi hỏi cũng cao hơn. Vì vậy mà những người kinh doanh phải không ngừng sáng tạo ra các cách thức bán hàng mới để phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Hoạt động thương mại thông qua Internet đã sử dụng ngày càng phổ biến ở nhiều quốc gia trên thế giới từ hơn một thập kỷ trước và thu được những thành tựu đáng ngờ. Hình thức này cũng đã hình thành và phát triển ở Việt Nam, song chưa phải là phổ biến với tất cả các loại hàng hóa mà chủ yếu là các mặt hàng như: giấy, dép, quần, áo, đồ gia dụng . . . Đối với XBP nói chung và sách nói riêng là hàng hóa thuộc lĩnh vực văn hóa, tư tưởng cùng với sự hạn chế về công nghệ thông tin thì hình thức tiêu thụ này vẫn chưa được áp dụng nhiều. Trên thế giới đã có nhiều trang Web bán hàng qua mạng lớn và họ

---

cũng đã rất phát triển và thành công như: Amazon.com, facebook.com, Walmart.com ... Tại Việt Nam thì có một số doanh nghiệp áp dụng hình thức tiêu thụ này đã góp phần làm tăng hiệu quả kinh doanh, tạo uy tín và hình ảnh cho doanh nghiệp như: Vinabook.com, bestbuy.com, Megabuy.com... nhưng tiêu biểu phải kể đến Nhasachtritue.com.

Tiêu thụ XBP qua mạng Internet cũng là sự tất yếu của nền kinh tế hàng hóa thúc đẩy sự phát triển của ngành, theo kịp các lĩnh vực kinh tế khác, góp phần làm tăng thu nhập quốc dân mà vẫn đảm bảo được sự phát triển theo đúng chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước và định hướng chỉ đạo của ngành. Với mong muốn nâng cao kiến thức của bản thân và góp phần hoàn thiện hơn cơ sở lý luận và thực tiễn hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet, tôi đã chọn đề tài “ Hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm qua mạng internet của nhasachtritue.com từ khi thành lập đến năm 2010” làm khóa luận tốt nghiệp cho mình.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

Xuất phát từ tính cấp thiết của đề tài, thông qua nghiên cứu hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet của Nhasachtritue.com. Từ đó để có những hiểu biết cụ thể hơn về hình thức tiêu thụ này và có thể tìm ra đặc điểm, nội dung và những giải pháp tốt hơn nhằm thúc đẩy hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet ngày càng phát triển hơn nữa.

## **3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu:

Nghiên cứu đặc điểm thị trường, khách hàng và hàng hóa trong lĩnh vực XBP mà cụ thể ở đây là thị trường, khách hàng và hàng hóa thông qua hoạt động tiêu thụ qua mạng Internet. Qua đó để chúng ta có thể thấy tiêu thụ qua mạng Internet khác gì so với tiêu thụ truyền thống. Chỉ trên cơ sở sự khác

---

biệt đó thì chúng ta mới có những biện pháp thúc đẩy hoạt động tiêu thụ phù hợp.

Nghiên cứu nội dung của hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet của Nhasachtritue.com từ khi thành lập đến năm 2010. Cụ thể hơn là quy trình tiêu thụ qua mạng.

Từ đó đưa ra những nhận xét, đánh giá sơ bộ và đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển hình thức này thông qua nghiên cứu hoạt động tiêu thụ của Nhasachtritue.com.

- Phạm vi nghiên cứu:

Do hạn chế về thời gian đề tài chỉ nghiên cứu hoạt động tiêu thụ XBP qua mạng Internet của Nhasachtritue.com từ khi thành lập Website Nhasachtritue.com ngày 28/04/2009 đến hết năm 2010.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Đề tài được nghiên cứu trên cơ sở của một số phương pháp sau:

Phương pháp phân tích tổng hợp, so sánh, đối chiếu, điều tra, phân tích khảo cứu ... trên cơ sở kết hợp chặt chẽ giữa lý luận và thực tiễn khách quan.

#### **5. Kết cấu của đề tài**

Ngoài phần mở đầu và kết luận, bố cục của bài khóa luận được chia làm 3 chương:

**CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XBP QUA MẠNG INTERNET**

**CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XBP QUA MẠNG INTERNET CỦA NHASACHTRITUE.COM TỪ KHI THÀNH LẬP ĐẾN NĂM 2010**

**CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XBP QUA MẠNG INTERNET CỦA NHASACHTRITUE.COM**

Khóa luận cũng đưa ra nhận định và đánh giá đối với xu hướng và khả năng tiêu dùng qua mạng Internet, khi internet và thương mại điện tử cũng trở nên phổ biến hơn ở Việt Nam. Tuy nhiên đây còn là một hình thức tiêu dùng và kinh doanh khá mới ở nước ta. Bên cạnh đó còn một số hạn chế về cơ sở hạ tầng, thói quen tiêu dùng ... Tuy em đã cố gắng rất nhiều nhưng do kiến thức còn hạn hẹp, cũng như điều kiện thực tiễn hạn chế nên bài khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được ý kiến đóng góp của thầy, cô giáo và các bạn để khóa luận ngày càng hoàn thiện hơn.

Trong suốt quá trình viết luận văn, em đã nhận được sự giúp đỡ tận tình của Thạc sĩ Trần Phương Ngọc – Giảng viên khoa xuất bản – phát hành. Em xin được gửi lời cảm ơn chân thành đến cô, em cũng xin được gửi lời cảm ơn tới các thầy, cô giáo trong khoa xuất bản – phát hành, những người đã cho em kiến thức như ngày hôm nay và các anh chị văn phòng nhasachtritue.com của Công ty Sách và Thiết bị Giáo dục Trí Tuệ đã tạo điều kiện cho em hoàn thành bài khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn.

---

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Donfailla ( 2007) – Những điều cần biết về kinh doanh theo mạng – NXB Văn hóa - Thông tin, Hà Nội
2. Nguyễn Khách Toàn ( 2010 ) – Kinh doanh theo mạng dành cho người ít thời gian – NXB Dân Trí, Hà Nội
3. Nguyễn Tiến Dũng ( 2009) – Những điều cần biết về kinh doanh theo mạng - NXB Lao Động, Hà Nội
4. Luật thương mại ( 2005 ) – NXB Chính trị Quốc gia - điều 92 – Trang 56
5. Luật xuất bản ( 2004) ( sửa đổi bổ sung năm 2008) - NXB Chính trị Quốc gia
6. Website: <http://www.alex.com>  
<http://www.dantri.com>  
<http://www.google.com>  
<http://www.OnePAY.com>  
<http://who.is/vnnic.com>  
[vinabook.com](http://www.vinabook.com)  
[nhasachtritue.com](http://www.nhasachtritue.com)