

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING
KHOA KHOA HỌC DỮ LIỆU



**ĐỒ ÁN MÔN HỌC
LẬP TRÌNH WEB NÂNG CAO**

Tên đề tài:

**XÂY DỰNG WEBSITE QUẢN LÝ
BÁN SÁCH CỦA NHÀ SÁCH FAHASA**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thanh Trường

Mã lớp học phần : 2511101169702

Sinh viên thực hiện : 2221004306 - Nguyễn Trần Đoan Thi

TP. Hồ Chí Minh, tháng 04 năm 2025

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING
KHOA KHOA HỌC DỮ LIỆU



**ĐỒ ÁN MÔN HỌC
LẬP TRÌNH WEB NÂNG CAO**

Tên đề tài:

**XÂY DỰNG WEBSITE QUẢN LÝ
BÁN SÁCH CỦA NHÀ SÁCH FAHASA**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thanh Trường

Mã lớp học phần : 2511101169702

Sinh viên thực hiện : 2221004306 - Nguyễn Trần Đoan Thi

TP. Hồ Chí Minh, tháng 04 năm 2025

NHẬN XÉT – ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM 1

Điểm số:.....

Điểm chữ:

Tp. HCM, ngày tháng năm 2024

Giảng viên

Ký tên (ghi rõ họ tên)

NHẬN XÉT – ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM 2

Điểm số:

Điểm chữ:

Tp. HCM, ngày tháng năm 2024

Giảng viên

Ký tên (ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn đến toàn thể quý thầy cô Khoa Khoa học Dữ liệu trường Đại học Tài chính – Marketing đã dành nhiều thời gian và công sức của mình để giảng dạy và truyền đạt những kiến thức hữu ích cho chúng em. Thầy cô đã tạo cho chúng em những điều kiện thuận lợi nhất để chúng em có thể hoàn thành đồ án này. Đặc biệt, em xin dành lời cảm ơn chân thành đến **thầy Nguyễn Thanh Trường** – người thầy dạy dỗ tận tình và luôn giải đáp các thắc mắc, ý kiến, giúp đỡ chúng em trong quá trình thực hiện đồ án kết thúc môn học.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng do hạn chế về thời gian thực hiện, kinh nghiệm nên không tránh khỏi những sai sót trong bài đồ án. Em xin chân thành cảm ơn những ý kiến đóng góp và sự hỗ trợ nhiệt tình từ giảng viên hướng dẫn đã giúp em ngày một hoàn thiện bản báo cáo này. Em rất mong có thể nhận được những ý kiến đóng góp, nhận xét để có thể bổ sung, hoàn thiện kiến thức bản thân.

Cuối cùng, em kính chúc **thầy Nguyễn Thanh Trường** – giảng viên khoa Khoa học Dữ liệu trường Đại học Tài chính – Marketing lời chúc sức khỏe và luôn thành công trong sự nghiệp của mình!

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	iv
MỤC LỤC.....	v
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	viii
DANH MỤC THUẬT NGỮ ANH – VIỆT	ix
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	x
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	xii
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN ĐỀ TÀI.....	1
1.1. Lý do hình thành đề tài.....	1
1.2. Giới thiệu về công ty	1
1.2.1. Giới thiệu chung.....	1
1.2.2. Lịch sử hình thành và phát triển	3
1.2.3. Cơ cấu tổ chức	3
1.3. Mục tiêu và nội dung nghiên cứu.....	4
1.3.1. Mục tiêu nghiên cứu.....	4
1.3.2. Nội dung nghiên cứu	4
1.4. Đối tượng và phạm vi đề tài.....	5
1.5. Phương pháp nghiên cứu.....	5
1.6. Dự kiến kết quả đạt được	5
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT	7
2.1. Đặt vấn đề	7
2.1.1. Mô tả bài toán	7
2.1.2. Quy trình nghiệp vụ.....	9
2.2. Tổng quan về nghiệp vụ.....	11
2.2.1. Tổng quan về Thương mại điện tử	11
2.2.2. Tổng quan về quản trị	13
2.2.3. Tổng quan về nghiệp vụ bán hàng	14
2.2.4. Tổng quan về quản lý bán hàng	16

2.2.5.	<i>Quy trình nghiệp vụ về quản lý doanh thu</i>	18
2.2.6.	<i>Quy trình nghiệp vụ về quản lý tồn kho</i>	20
2.3.	Công cụ hỗ trợ	23
2.3.1.	<i>Microsoft Visual Studio</i>	23
2.3.2.	<i>Microsoft SQL Server</i>	25
2.3.3.	<i>Draw.io</i>	27
CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG		30
3.1.	Khảo sát hiện trạng và yêu cầu	30
3.1.1.	<i>Khảo sát hiện trạng tổ chức và cấu trúc tổ chức</i>	30
3.1.2.	<i>Khảo sát hiện trạng công nghệ thông tin</i>	31
3.1.3.	<i>Khảo sát hiện trạng các quy trình nghiệp vụ</i>	33
3.1.4.	<i>Các yêu cầu về hệ thống</i>	34
3.1.5.	<i>Mô tả hệ thống</i>	36
3.2.	Phân tích và thiết kế mô hình xử lý (chức năng)	37
3.2.1.	<i>Sơ đồ phân cấp chức năng BFD</i>	37
3.3.	Phân tích và thiết kế cơ sở dữ liệu	41
3.3.1.	<i>Thiết kế cơ sở dữ liệu mức quan niệm</i>	41
3.3.2.	<i>Thiết kế cơ sở dữ liệu mức logic</i>	50
3.3.3.	<i>Thiết kế cơ sở dữ liệu mức vật lý và cài đặt cơ sở dữ liệu</i>	59
CHƯƠNG 4: THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH		68
4.1.	Chức năng dành cho khách hàng	68
4.1.1.	<i>Giao diện đăng nhập</i>	68
4.1.2.	<i>Giao diện đăng ký</i>	70
4.1.3.	<i>Giao diện trang chủ</i>	71
4.1.4.	<i>Giao diện trang sản phẩm</i>	78
4.1.5.	<i>Giao diện trang chi tiết sản phẩm</i>	81
4.1.6.	<i>Giao diện trang giỏ hàng</i>	85
4.1.7.	<i>Giao diện trang đơn hàng</i>	87
4.1.8.	<i>Giao diện trang thông báo hoàn thành đơn hàng</i>	90
4.2.	Chức năng dành cho quản lý cửa hàng	91
4.2.1.	<i>Giao diện đăng nhập</i>	91

4.2.2.	<i>Giao diện trang chủ</i>	93
4.2.3.	<i>Giao diện trang Trò chuyện</i>	96
4.2.4.	<i>Giao diện trang Nhóm sản phẩm</i>	97
4.2.5.	<i>Giao diện trang Loại sản phẩm</i>	103
4.2.6.	<i>Giao diện trang Sản phẩm</i>	109
4.2.7.	<i>Giao diện trang Cập nhật thông tin sản phẩm</i>	113
4.2.8.	<i>Giao diện trang Khách hàng</i>	119
4.2.9.	<i>Giao diện trang Thông tin khách hàng</i>	122
4.2.10.	<i>Giao diện trang Đơn hàng</i>	128
4.2.11.	<i>Giao diện trang Chi tiết đơn hàng</i>	132
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN		136
5.1.	Kết quả đạt được	136
5.2.	Hạn chế.....	137
5.3.	Hướng phát triển	137
PHỤ LỤC		138
TÀI LIỆU THAM KHẢO		139

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Ý nghĩa
TMĐT	Thương mại điện tử
CSDL	Cơ sở dữ liệu
CNTT	Công nghệ thông tin
JIT	Just-in-time
XSS	Cross Site Scripting
CSRF	Cross-Site Request Forgery
MVC	Model-View-Controller
SSL	Secure Sockets Layer
POS	Point of Sale
BFD	Business Function Diagram
DFD	Data Flow Diagram
ERB	Entity Relationship Diagram

DANH MỤC THUẬT NGỮ ANH – VIỆT

Từ tiếng anh	Nghĩa Tiếng Việt

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 3. 1. Bảng khảo sát hiện trạng CNTT về phần cứng	32
Bảng 3. 2. Bảng khảo sát hiện trạng CNTT về phần mềm	32
Bảng 3. 3. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể KHACHHANG	41
Bảng 3. 4. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể NHANVIEN	42
Bảng 3. 5. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể NHOMSP.....	43
Bảng 3. 6. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể LOAISP	43
Bảng 3. 7. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể SANPHAM.....	43
Bảng 3. 8. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể DONHANG	44
Bảng 3. 9. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể CHINHANH	45
Bảng 3. 10. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể KHUYENMAI.....	45
Bảng 3. 11. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể NHACUNGCAP	46
Bảng 3. 12. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể TAIKHOAN	46
Bảng 3. 13. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ KHACHHANG	51
Bảng 3. 14. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHANVIEN	52
Bảng 3. 15. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHOMSP.....	53
Bảng 3. 16. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ LOAISP	53
Bảng 3. 17. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ SANPHAM.....	53
Bảng 3. 18. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ DONHANG	54
Bảng 3. 19. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ CTDONHANG	55
Bảng 3. 20. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ CHINHANH	56
Bảng 3. 21. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ KHUYENMAI.....	56
Bảng 3. 22. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHACUNGCAP	56

Bảng 3. 23. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ TAIKHOAN	57
Bảng 3. 24. Bảng KHACHHANG	59
Bảng 3. 25. Bảng NHANVIEN.....	60
Bảng 3. 26. Bảng SANPHAM	61
Bảng 3. 27. Bảng NHOMSP	62
Bảng 3. 28. Bảng LOAISP.....	62
Bảng 3. 29. Bảng DONHANG.....	63
Bảng 3. 30. Bảng CTDONHANG.....	64
Bảng 3. 31. Bảng CHINHANH.....	65
Bảng 3. 32. Bảng KHUYENMAI	65
Bảng 3. 33. Bảng NHACUNGCAP	66
Bảng 3. 35. Bảng TAIKHOAN.....	66
Bảng 4. 1. Tài khoản khách hàng	68
Bảng 4. 2. Tài khoản quản lý	92

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. 1. Logo Công ty cổ phần Phát hành sách Fahasa.....	3
Hình 1. 2. Mô hình tổ chức tại Fahasa	4
Hình 2. 1. Quy trình nghiệp vụ	10
Hình 2. 2. Công thức tính chi phí mua hàng phân bổ cho hàng hoá đã bán trong kỳ hoặc tồn kho cuối kỳ	22
Hình 2. 3. Công thức tính giá vốn thực tế của hàng hoá xuất kho đã bán trong kỳ..	22
Hình 2. 4. Công thức tính giá vốn thực tế của hàng hoá tồn kho cuối kỳ.....	22
Hình 2. 5. Giao diện Visual Studio phiên bản 2022	23
Hình 2. 6. Minh họa tính năng IntelliSense của Microsoft Visual Studio	24
Hình 2. 7. Minh họa tính năng Debug của Microsoft Visual Studio (1 – Thanh công cụ Debug, 2 – Cửa sổ Diagnostic, 3 – Breakpoints, 4 – Cửa sổ theo dõi biến).....	24
Hình 2. 8. Minh họa tính năng hỗ trợ đa ngôn ngữ lập trình của Microsoft Visual Studio	25
Hình 2. 9. Minh họa tính năng tích hợp Git của Microsoft Visual Studio.....	25
Hình 2. 10. Giao diện của Microsoft SQL Server Management Studio	26
Hình 2. 11. Giao diện draw.io	27
Hình 2. 12. Các tính năng tạo hình ảnh, vẽ sơ đồ trong Draw.io.....	28
Hình 2. 13. Tính năng chia sẻ và tương tác trực tuyến trong Draw.io.....	29
Hình 3. 1. Sơ đồ tổ chức tại chi nhánh của cửa hàng Fahasa.....	31
Hình 3. 2. Sơ đồ phân cấp chức năng BFD.....	38
Hình 3. 3. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) mức 0	39
Hình 3. 4. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) mức 1	39

Hình 3. 5. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) Mức 2 – Chức năng chung	40
Hình 3. 6. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) Mức 2 – Chức năng của khách hàng	40
Hình 3. 7. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) Mức 2 – Chức năng của nhân viên	41
Hình 3. 8. Mối kết hợp giữa NHANVIEN và CHINHANH.....	46
Hình 3. 9. Mối quan hệ giữa NHOMSP và LOAISP	47
Hình 3. 10. Mối quan hệ giữa SANPHAM và LOAISP	47
Hình 3. 11. Mối quan hệ giữa SANPHAM và KHUYENMAI	47
Hình 3. 12. Mối quan hệ giữa SANPHAM và NHACUNGCAP	47
Hình 3. 13. Mối quan hệ giữa NHANVIEN và DONHANG	48
Hình 3. 14. Mối quan hệ giữa KHACHHANG và DONHANG.....	48
Hình 3. 15. Mối quan hệ giữa DONHANG và CHINHANH	48
Hình 3. 16. Mối quan hệ giữa DONHANG và KHUYENMAI.....	48
Hình 3. 17. Mối quan hệ giữa SANPHAM và DONHANG	49
Hình 3. 18. Mối quan hệ giữa KHACHHANG và TAIKHOAN.....	49
Hình 3. 19. Mối quan hệ giữa NHANVIEN và TAIKHOAN	49
Hình 3. 20. Mô hình thực thể kết hợp (ERD)	50
Hình 3. 21. Lược đồ CSDL	58
Hình 3. 22. Relationship Diagram.....	67
Hình 4. 1. Giao diện trang Đăng nhập của website Fahasa (1).....	69
Hình 4. 2. Giao diện trang Đăng nhập của website Fahasa (2).....	69
Hình 4. 3. Giao diện trang Đăng ký của website Fahasa (1)	70
Hình 4. 4. Giao diện trang Đăng ký của website Fahasa (2)	70
Hình 4. 5. Giao diện trang Đăng ký của website Fahasa (3)	71

Hình 4. 6. Giao diện trang chủ của website Fahasa (1)	72
Hình 4. 7. Giao diện trang chủ của website Fahasa (2)	73
Hình 4. 8. Giao diện trang chủ của website Fahasa (3)	73
Hình 4. 9. Giao diện trang chủ của website Fahasa (4)	74
Hình 4. 10. Giao diện trang chủ của website Fahasa (5)	75
Hình 4. 11. Giao diện trang chủ của website Fahasa (6)	75
Hình 4. 12. Giao diện trang chủ của website Fahasa (7)	76
Hình 4. 13. Giao diện trang chủ của website Fahasa (8)	76
Hình 4. 14. Giao diện trang chủ của website Fahasa (9)	77
Hình 4. 15. Giao diện trang chủ của website Fahasa (10)	78
Hình 4. 16. Giao diện trang Sản phẩm của website Fahasa (1)	79
Hình 4. 17. Giao diện trang Sản phẩm của website Fahasa (2)	79
Hình 4. 18. Lọc theo nhóm sản phẩm "Kinh tế"	80
Hình 4. 19. Giao diện trang Sản phẩm của website Fahasa (3)	80
Hình 4. 20. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (1)	81
Hình 4. 21. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (2)	82
Hình 4. 22. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (3)	83
Hình 4. 23. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (4)	83
Hình 4. 24. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (5)	84
Hình 4. 25. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (6)	85
Hình 4. 26. Giao diện trang Giỏ hàng của website Fahasa (1)	85
Hình 4. 27. Giao diện trang Giỏ hàng của website Fahasa (2)	86
Hình 4. 28. Giao diện trang GiỎ hàng của website Fahasa (3)	87

Hình 4. 29. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (1).....	88
Hình 4. 30. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (2).....	88
Hình 4. 31. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (3).....	89
Hình 4. 32. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (4).....	89
Hình 4. 33. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (5).....	90
Hình 4. 34. Giao diện trang Thông báo hoàn tất đơn hàng của website Fahasa.....	90
Hình 4. 35. Email thông báo hoàn tất đơn hàng của Fahasa.....	91
Hình 4. 36. Giao diện trang Đăng nhập (1).....	92
Hình 4. 37. Giao diện trang Đăng nhập (2).....	93
Hình 4. 38. Giao diện trang chủ (1)	93
Hình 4. 39. Giao diện trang chủ (2)	94
Hình 4. 40. Giao diện trang chủ (3)	95
Hình 4. 41. Giao diện trang chủ (4)	95
Hình 4. 42. Giao diện trang chủ (5)	96
Hình 4. 43. Giao diện trang Trò chuyện (1).....	97
Hình 4. 44. Giao diện trang Trò chuyện (2).....	97
Hình 4. 45. Danh mục các chức năng dành cho sản phẩm	98
Hình 4. 46. Giao diện trang Nhóm sản phẩm (1).....	98
Hình 4. 47. Giao diện trang Nhóm sản phẩm (2).....	99
Hình 4. 48. File Excel Nhóm sản phẩm	100
Hình 4. 49. Hộp thoại in danh sách nhóm sản phẩm	100
Hình 4. 50. Thêm nhóm sản phẩm mới (1)	101
Hình 4. 51. Thêm nhóm sản phẩm mới (2)	101

Hình 4. 52. Chính sửa nhóm sản phẩm (1)	102
Hình 4. 53. Chính sửa nhóm sản phẩm (2)	102
Hình 4. 54. Danh mục các chức năng dành cho sản phẩm	103
Hình 4. 55. Giao diện trang Loại sản phẩm (1).....	103
Hình 4. 56. Giao diện trang Loại sản phẩm (2).....	104
Hình 4. 57. File Excel Loại sản phẩm.....	105
Hình 4. 58. Hộp thoại in danh sách loại sản phẩm.....	105
Hình 4. 59. Thêm loại sản phẩm mới (1)	106
Hình 4. 60. Thêm loại sản phẩm mới (2)	106
Hình 4. 61. Chính sửa loại sản phẩm (1).....	107
Hình 4. 62. Chính sửa loại sản phẩm (2).....	107
Hình 4. 63. Xóa loại sản phẩm (1)	108
Hình 4. 64. Xóa loại sản phẩm (2)	108
Hình 4. 65. Danh mục các chức năng dành cho sản phẩm	109
Hình 4. 66. Giao diện trang Sản phẩm (1)	109
Hình 4. 67. Giao diện trang Sản phẩm (2)	110
Hình 4. 68. File Excel Sản phẩm.....	111
Hình 4. 69. Hộp thoại in danh sách sản phẩm.....	111
Hình 4. 70. Xóa sản phẩm (1)	112
Hình 4. 71. Xóa loại sản phẩm (2)	113
Hình 4. 72. Giao diện trang Cập nhật sản phẩm (1).....	113
Hình 4. 73. Giao diện trang Cập nhật sản phẩm (2).....	114
Hình 4. 74. Nhập thông tin sản phẩm mới (1)	115

Hình 4. 75. Nhập thông tin sản phẩm mới (2)	115
Hình 4. 76. Thông báo cập nhật thông tin mới thành công.....	116
Hình 4. 77. Danh sách sản phẩm sau khi thêm mới.....	116
Hình 4. 78. Giao diện cập nhật lại thông tin sản phẩm	117
Hình 4. 79. Chỉnh sửa thông tin của sản phẩm muốn cập nhật.....	118
Hình 4. 80. Thông báo sau khi chỉnh sửa thông tin sản phẩm	118
Hình 4. 81. Danh sách sản phẩm đã được cập nhật lại	119
Hình 4. 82. Giao diện trang Khách hàng (1)	120
Hình 4. 83. Giao diện trang Khách hàng (2)	120
Hình 4. 84. File Excel Khách hàng	121
Hình 4. 85. Hộp thoại in danh sách khách hàng	122
Hình 4. 86. Giao diện trang Thông tin khách hàng (1)	123
Hình 4. 87. Nhập thông tin khách hàng mới (1)	124
Hình 4. 88. Nhập thông tin khách hàng mới (2)	124
Hình 4. 89. Thông báo cập nhật thông tin mới thành công.....	125
Hình 4. 90. Danh sách khách hàng sau khi thêm mới.....	125
Hình 4. 91. Giao diện cập nhật lại thông tin khách hàng	126
Hình 4. 92. Chỉnh sửa thông tin của khách hàng muốn cập nhật.....	127
Hình 4. 93. Thông báo sau khi chỉnh sửa thông tin khách hàng	127
Hình 4. 94. Danh sách khách hàng đã được cập nhật lại	128
Hình 4. 95. Giao diện trang Đơn hàng (1)	129
Hình 4. 96. Giao diện trang Khách hàng (2)	129
Hình 4. 97. File Excel Đơn hàng.....	130

Hình 4. 98. Hộp thoại in danh sách đơn hàng	131
Hình 4. 99. Xóa đơn hàng (1).....	132
Hình 4. 100. Xóa đơn hàng (2).....	132
Hình 4. 101. Giao diện trang Chi tiết đơn hàng (1)	133
Hình 4. 102. Hộp thoại in thông tin chi tiết đơn hàng	134
Hình 4. 103. Mục Đăng xuất trên Menu	135
Hình 4. 104. Nút Đăng xuất trên hộp thoại tài khoản cá nhân.....	135

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN ĐỀ TÀI

1.1. Lý do hình thành đề tài

Trong bối cảnh thương mại điện tử (TMĐT) đang phát triển bùng nổ, kinh doanh online đang là xu hướng kinh doanh phổ biến giúp các doanh nghiệp tiếp cận được nhiều khách hàng hơn, mở rộng thị trường và tiết kiệm chi phí. Kinh doanh online không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nghiệp mà còn giúp nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng hơn.

Một trong những lĩnh vực đang có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong TMĐT là thị trường sách và văn phòng phẩm. Tại Việt Nam, nhu cầu mua sắm các mặt hàng này đang không ngừng gia tăng, đặc biệt là khi xu hướng đọc sách và sử dụng văn phòng phẩm chất lượng cao ngày càng được quan tâm. Các cửa hàng kinh doanh sách và văn phòng phẩm cũng đang dần chuyển đổi mô hình từ truyền thống sang kinh doanh online nhằm tiếp cận nhiều đối tượng khách hàng hơn, nâng cao trải nghiệm mua sắm và mang lại sự tiện lợi tối đa cho người tiêu dùng.

Xuất phát từ thực tế trên, em xin thực hiện đề tài **Xây dựng Website quản lý bán sách của nhà sách Fahasa** nhằm đáp ứng nhu cầu mua sắm online ngày càng cao của người tiêu dùng. Website sẽ cung cấp đầy đủ thông tin về các sản phẩm sách và văn phòng phẩm, hỗ trợ khách hàng lựa chọn các sản phẩm phù hợp với nhu cầu và sở thích của bản thân. Ngoài ra, website còn cung cấp các chức năng giúp cho việc quản lý cửa hàng thuận tiện và hiệu quả hơn và có các dịch vụ chăm sóc, hỗ trợ khách hàng, giúp khách hàng có những trải nghiệm mua sắm online tuyệt vời nhất.

1.2. Giới thiệu về công ty

1.2.1. Giới thiệu chung

Tháng 4 - 1993, Ủy ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh ra Quyết định thành lập doanh nghiệp nhà nước Công ty Phát hành sách thành phố Hồ Chí Minh với tên giao dịch là Fahasa, đặt trụ sở tại số 40 Nguyễn Huệ, quận 1, thành phố Hồ Chí Minh. Năm 1995, với việc thành lập Phòng liên kết xuất bản và xưởng in, Fahasa đã hình

thành quy trình khép kín “Xuất bản - In - Phát hành”. Đây là bước đột phá táo bạo vì thời điểm đó, mô hình này còn rất mới. Bên cạnh đó, Fahasa đã sớm đi đầu xây dựng mô hình các nhà sách tự chọn.

Đầu năm 2005, Fahasa bắt đầu thực hiện các bước công tác cổ phần hóa và chính thức hoạt động dưới hình thức công ty cổ phần từ đầu năm 2006 với tên tiếng Việt là Công ty cổ phần Phát hành sách Thành phố Hồ Chí Minh - Fahasa, tên giao dịch quốc tế: Hochiminh City Book Distribution Corporation.

Hiện nay, Fahasa có hệ thống gần 60 nhà sách ở Thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh và hơn 100 đại lý khắp nước. Mạng lưới phát hành của Fahasa rộng khắp, với 4 Trung tâm sách, 1 chi nhánh, 1 xí nghiệp in và gần 60 nhà sách lớn trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành phố khác như: Hà Nội, Hà Tĩnh, Huế, Đà Nẵng, Cần Thơ, An Giang, Vĩnh Long, Mỹ Tho, Quy Nhơn, Quảng Nam,... Fahasa có hơn 2.200 cán bộ, công nhân viên với trình độ chuyên môn giỏi, nhiệt tình, năng động trong công tác, có trách nhiệm cao trong công việc. Lực lượng quản lý Fahasa có thâm niên công tác, giỏi nghiệp vụ nhiều kinh nghiệm, có khả năng quản lý tốt và điều hành doanh nghiệp hoạt động hiệu quả.

- Tên quốc tế: HOCHIMINH CITY BOOK DISTRIBUTION CORPORATION
- Tên chính thức: CÔNG TY CỔ PHẦN PHÁT HÀNH SÁCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - FAHASA
- Địa chỉ: 60-62 Lê Lợi, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
- Người đại diện: Phạm Minh Thuận
- Điện thoại: 1900636467
- Loại hình doanh nghiệp: Công ty cổ phần ngoài nhà nước
- Ngành nghề kinh doanh: Bán lẻ sách, báo, tạp chí văn phòng phẩm trong các cửa hàng chuyên doanh.



Hình 1. 1. Logo Công ty cổ phần Phát hành sách Fahasa

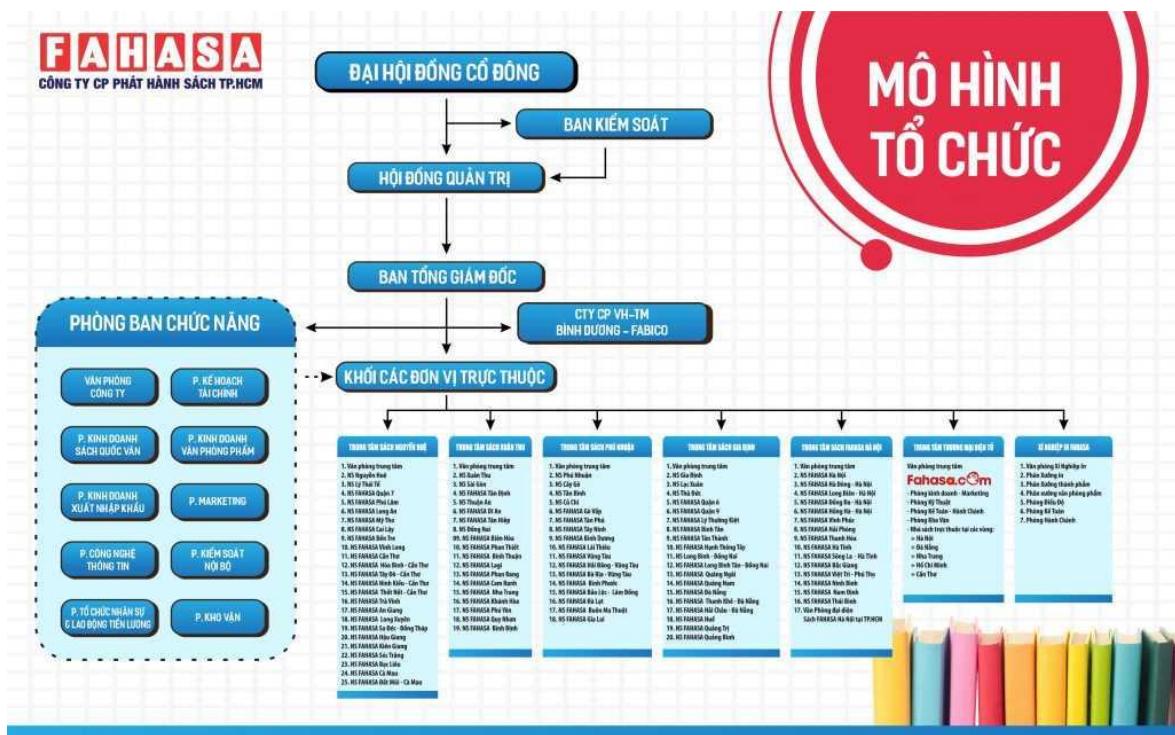
1.2.2. Lịch sử hình thành và phát triển

Năm 2004 Công ty đã được Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam công nhận sở hữu độc quyền tên thương hiệu FAHASA.

Năm 2005, Công ty FAHASA được Trung tâm sách kỷ lục Việt Nam công nhận là đơn vị có hệ thống Nhà sách nhiều nhất Việt Nam; được Tạp chí The Guide công nhận Nhà sách Xuân Thu - đơn vị trực thuộc Công ty FAHASA là Nhà sách Ngoại văn đẹp nhất, lớn nhất, quy mô nhất, nhiều sách nhất ở Thành phố Hồ Chí Minh và cả nước.

Năm 2012, FAHASA là Doanh nghiệp nằm trong Top 10 nhà bán lẻ hàng đầu Việt Nam. Đặc biệt năm 2006, 2009, 2012 FAHASA đạt danh hiệu Top 500 Nhà bán lẻ hàng đầu Châu Á Thái Bình Dương, giải thưởng được tạp chí Retail Asia (Singapore) bình chọn.

1.2.3. Cơ cấu tổ chức



Hình 1.2. Mô hình tổ chức tại Fahasa

Fahasa chia các cấp tổ chức và các phòng ban chức năng tại mỗi đơn vị trực thuộc giúp việc giám sát các hoạt động tại cửa hàng hiệu quả hơn.

1.3. Mục tiêu và nội dung nghiên cứu

1.3.1. Mục tiêu nghiên cứu

- Hiểu rõ quy trình hoạt động của một trang web TMĐT Fahasa.
- Thiết kế và triển khai trang web quản lý bán sách của nhà sách Fahasa sử dụng ASP.NET Web Application (.NET Framework).
- Nghiên cứu và phát triển các tính năng quản lý sản phẩm, quản lý đơn hàng và quá trình mua hàng của người tiêu dùng trên trang web.

1.3.2. Nội dung nghiên cứu

- Phân tích yêu cầu của trang web bán sách của nhà sách Fahasa.
- Thiết kế cơ sở dữ liệu (CSDL) để lưu trữ thông tin về sản phẩm và đơn hàng.
- Phát triển giao diện người dùng thân thiện và trực quan cho trang web.

- Triển khai tính năng quản lý sản phẩm, đơn hàng và khách hàng.

1.4. Đối tượng và phạm vi đề tài

Đối tượng của đề tài bao gồm các nhà sách Fahasa, khách hàng mua sách và văn phòng phẩm và người quản lý trang web.

Phạm vi đề tài tập trung vào việc xây dựng và phát triển trang web quản lý bán sách của nhà sách Fahasa và phát triển trang hỗ trợ quản lý sản phẩm, đơn hàng, khách hàng.

1.5. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập và phân tích tài liệu thông qua các sách học thuật chuyên ngành để nắm rõ nền tảng lý thuyết; các trang web, website chính thức của nhà sách Fahasa để hiểu rõ về website thực tế.
- Phương pháp khảo sát từ người dùng, khách hàng để thu thập các đánh giá của người dùng, khách hàng về mức độ hài lòng về website thực tế.
- Phương pháp phân tích và tổng hợp để đánh giá hiện trạng, nhu cầu hệ thống.

1.6. Dự kiến kết quả đạt được

- Thiết kế và triển khai trang web bán sách Fahasa: Xây dựng và triển khai trang web quản lý bán sách của nhà sách Fahasa, tạo ra một giao diện trực tuyến thuận tiện cho người tiêu dùng mua sắm và tương tác.
- Xây dựng CSDL quản lý sản phẩm và đơn hàng: Tạo và vận hành cơ sở dữ liệu chuyên biệt để quản lý thông tin sản phẩm, đơn hàng và thông tin khách hàng một cách hiệu quả.
- Triển khai giao diện người dùng thân thiện và tính năng quản lý: Phát triển giao diện người dùng dễ sử dụng và triển khai tính năng quản lý sản phẩm và đơn hàng để cung cấp trải nghiệm mua sắm tốt nhất cho người dùng và thuận tiện cho việc quản lý của nhà cung cấp.

- Triển khai các chức năng hỗ trợ quản lý các hoạt động tại cửa hàng: Xây dựng các chức năng chính hỗ trợ việc quản lý như quản lý sản phẩm, đơn hàng và khách hàng.
- Các kết quả này sẽ giúp cải thiện quản lý bán sách của nhà sách Fahasa và tạo ra một nền tảng hiệu quả để tương tác giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng trong thị trường sách và văn phòng phẩm.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Đặt vấn đề

2.1.1. Mô tả bài toán

Trong thời đại công nghệ số hiện nay, việc mua sắm trực tuyến đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta. Đặc biệt, việc mua sắm sách và văn phòng phẩm trực tuyến đang ngày càng trở nên phổ biến. Tuy nhiên, việc xây dựng một website bán hàng hiệu quả không chỉ đòi hỏi việc hiểu rõ về sản phẩm mà còn cần có kiến thức về công nghệ thông tin (CNTT) và kỹ năng quản lý website. Đề tài “**Xây dựng Website quản lý bán sách của nhà sách Fahasa**” sẽ tập trung vào việc xây dựng giao diện website và khám phá các kiến thức về website và quản lý trang web.

Các vấn đề khi xây dựng trang web có thể gặp phải:

❖ Không quản lý được số lượng các mặt hàng

Các sản phẩm sách và văn phòng phẩm rất đa dạng, từ các thể loại sách cho đến các dụng cụ học tập. Với số lượng hàng hóa và phân loại sản phẩm rất lớn, quá trình nhập xuất kho, kiểm kho, và bảo quản dễ có nhiều sai sót xảy ra.

Thông tin cơ bản về một sản phẩm sách bao gồm tác giả, nhà xuất bản, thể loại, trọng lượng, kích thước, mô tả, giá bán. Thông tin cơ bản về một sản phẩm văn phòng phẩm bao gồm nhà cung cấp, thương hiệu, xuất xứ, màu sắc, trọng lượng, giá bán. Một trong những bài toán khó là quản lý hàng tồn đọng trong kho tìm ra giải pháp. Khi đối tượng khách hàng của Fahasa ngày càng nhiều sẽ khiến số lượng của hàng hóa trong kho thay đổi liên tục. Cần phải nắm rõ, cập nhật và đồng bộ toàn bộ số lượng thay đổi hàng hóa một cách chính xác và đầy đủ nhất.

Việc không thể quản lý chính xác số lượng hàng hóa có thể dẫn đến việc mất cơ hội bán hàng, hàng tồn kho và thậm chí là rủi ro mất cắp. Nếu không có quản lý chính xác, doanh nghiệp có thể gặp khó khăn trong việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng và điều này có thể ảnh hưởng đến uy tín và doanh thu.

❖ **Khó quản lý hiệu suất nhân viên**

Để quy trình bán hàng của một công ty diễn ra thành công, cần có nhân viên từ rất nhiều bộ phận như: bộ phận kho, bộ phận mua hàng, bộ phận bán hàng, bộ phận kiểm kê và báo cáo, bộ phận kế toán,... Vì thế, việc giám sát và quản lý nhân viên đòi hỏi người quản lý phải thường xuyên theo dõi nhân viên để có thể nắm bắt được hiệu suất làm việc của nhân viên, các đơn hàng, hóa đơn, phiếu nhập/xuất mà nhân viên đó đã tạo để tránh những sự cố có thể xảy ra trong tương lai.

Hiệu suất làm việc của nhân viên có ảnh hưởng trực tiếp đến sự thành công của doanh nghiệp. Nếu không quản lý hiệu quả, nhân viên có thể không hoàn thành công việc đúng hạn, dẫn đến việc giảm năng suất và doanh thu.

❖ **Khó quản lý chăm sóc khách hàng**

Việc chăm sóc khách hàng là một yếu tố quan trọng để xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng, tăng cơ hội bán hàng và doanh thu và nâng cao hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp. Nếu không quản lý hiệu quả, doanh nghiệp có thể mất cơ hội để tăng doanh thu và cải thiện sự hài lòng của khách hàng.

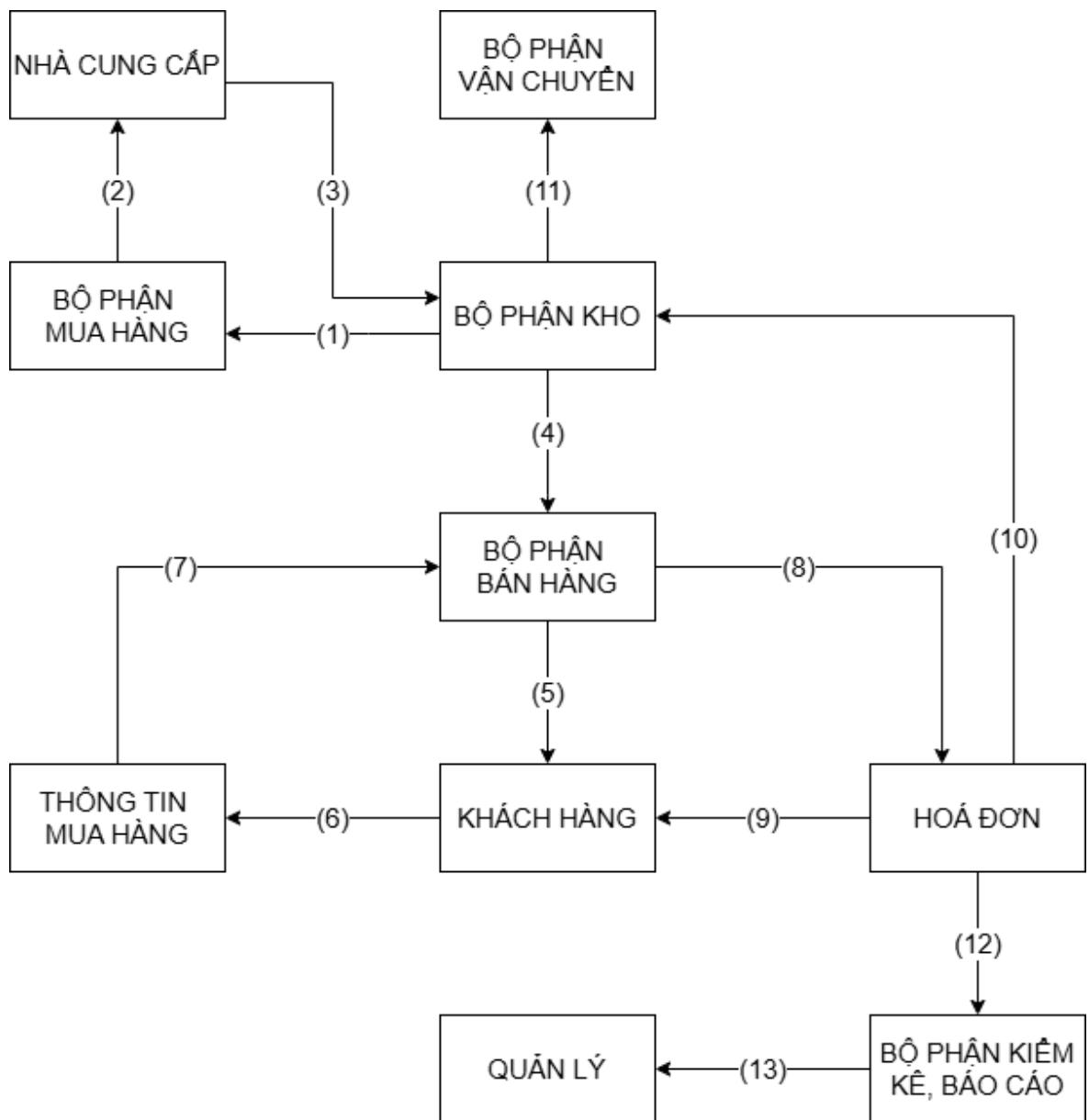
Nhưng để chăm sóc khách hàng tốt thì cần có hệ thống lưu trữ thông tin khách hàng. Bạn sẽ khó mà quản lý thông tin của khách hàng cùng lịch sử mua hàng bằng cách lưu giữ trong sổ sách. Do đó cần có một hệ thống lưu trữ các thông tin của khách hàng như: tên, số điện thoại, địa chỉ,... Từ các thông tin đó, doanh nghiệp có thể hiểu rõ từng đối tượng khách hàng và tiến hành nghiên cứu hành vi mua hàng, sở thích, phân nhóm khách hàng để có thể lựa chọn các chiến lược kinh doanh phù hợp.

Từ các vấn đề trên, cần xây dựng trang web quản lý bán sách của nhà sách Fahasa thỏa mãn các yêu cầu sau:

- 1. Quản lý Sản phẩm:** Lưu trữ thông tin về các sản phẩm sách và văn phòng phẩm, bao gồm thông tin về giá cả, số lượng tồn kho, tác giả, thương hiệu, nhà cung cấp, nơi sản xuất,...

2. **Quản lý Đơn hàng:** Theo dõi các đơn hàng từ người tiêu dùng, cập nhật trạng thái vận chuyển của đơn hàng.
3. **Quản lý Khách hàng:** Khách hàng có thể truy cập vào trang web và xem thông tin sản phẩm, khi muốn đặt mua thì đăng nhập (đăng ký nếu chưa có tài khoản). Lưu trữ thông tin về khách hàng, bao gồm các thông tin về tên, tuổi, địa chỉ, số điện thoại,...
4. **Quản lý Nhân viên:** Theo dõi hoạt động của nhân viên từ các bộ phận khác nhau trong quy trình bán hàng. Lưu trữ các thông tin về nhân viên, bao gồm các thông tin về tên, ngày sinh, giới tính, số điện thoại, địa chỉ, chức vụ, phòng ban,...
5. **Quản lý Admin:** Giao diện quản trị để thêm/xóa/sửa/cập nhật sản phẩm, tạo thống kê liên quan đến sản phẩm và đơn hàng.

2.1.2. Quy trình nghiệp vụ



Hình 2. 1. Quy trình nghiệp vụ

Mô tả Quy trình nghiệp vụ:

- (1) Khi sản phẩm trong kho sắp hết hoặc sắp hết hạn sử dụng, bộ phận kho gửi yêu cầu mua sản phẩm đến cho bộ phận mua hàng.
- (2) Bộ phận mua hàng tạo yêu cầu mua hàng và gửi đến nhà cung cấp.
- (3) Nhà cung cấp nhận yêu cầu mua hàng và chuẩn bị hàng, sau đó gửi hàng cho bộ phận kho.
- (4) Bộ phận kho xác nhận hàng đã đến và giao cho bộ phận bán hàng.
- (5) Bộ phận bán hàng xác nhận hàng đã được bán và giao cho khách hàng.
- (6) Khách hàng cung cấp thông tin mua hàng.
- (7) Khách hàng nhận hóa đơn.
- (8) Hóa đơn được gửi từ bộ phận bán hàng đến bộ phận kiểm kê, báo cáo.
- (9) Khách hàng trả về hóa đơn.
- (10) Bộ phận kiểm kê, báo cáo xác nhận số lượng hàng đã bán.
- (11) Bộ phận vận chuyển xác nhận hàng đã được gửi.
- (12) Bộ phận kiểm kê, báo cáo xác nhận số lượng hàng đã giao.
- (13) Bộ phận kiểm kê, báo cáo tổng hợp và gửi báo cáo cho quản lý.

- (4) Bộ phận kho gửi thông tin các sản phẩm trong kho cho bộ phận bán hàng.
- (5) Bộ phận bán hàng nhập thông tin sản phẩm, số lượng sản phẩm có sẵn trong kho lên website để khách hàng có thể truy cập vào và xem thông tin sản phẩm, lựa chọn các sản phẩm phù hợp.
- (6) Khách hàng đưa ra lựa chọn mua hàng, chọn các sản phẩm muốn mua và đưa và giờ hàng.
- (7) Thông tin mua hàng của khách hàng được gửi cho bộ phận bán hàng.
- (8) Bộ phận bán hàng tiếp nhận thông tin mua hàng và tiến hành tạo hóa đơn bán hàng.
- (9) Hóa đơn được gửi đến cho khách hàng để khách hàng thanh toán hóa đơn.
- (10) Hóa đơn được gửi cho bộ phận kho để bộ phận kho chuẩn bị hàng.
- (11) Bộ phận kho chuyển hàng cho bộ phận vận chuyển để bộ phận vận chuyển giao hàng cho khách.
- (12) Hóa đơn được lưu lại và gửi cho bộ phận kiểm kê, báo cáo để tiến hành kiểm kê, báo cáo bán hàng khi cần.
- (13) Các thông tin đã kiểm kê, báo cáo sẽ được gửi đến quản lý.

2.2. Tổng quan về nghiệp vụ

2.2.1. Tổng quan về Thương mại điện tử

2.2.1.1. Khái niệm, vai trò của Thương mại điện tử

Thương mại điện tử (e-commerce, ecomm hay EC) là hình thức kinh doanh trực tuyến sử dụng nền tảng CNTT với sự hỗ trợ của Internet để thực hiện các giao dịch mua bán, trao đổi, thanh toán trực tuyến. TMĐT dựa trên một số công nghệ như chuyển tiền điện tử, quản lý chuỗi dây chuyền cung ứng, tiếp thị Internet, quá trình giao dịch trực tuyến, trao đổi dữ liệu điện tử (EDI), các hệ thống quản lý hàng tồn kho, và các hệ thống tự động thu thập dữ liệu. TMĐT hiện đại thường sử dụng mạng World Wide Web là một điểm ít nhất phải có trong chu trình giao dịch, mặc dù nó có

thể bao gồm một phạm vi lớn hơn về mặt công nghệ như email, các thiết bị di động như điện thoại.

Bán hàng trên các sàn TMĐT lớn ở Việt Nam là một trong nhiều phương thức mà người bán có thể lựa chọn. Một số công ty chỉ tập trung bán hàng trực tuyến, nhưng đối với nhiều doanh nghiệp thì TMĐT là một trong nhiều kênh phân phối thuộc một chiến lược bán hàng rộng hơn, bao gồm cửa hàng thật và nhiều nguồn doanh thu khác.

Trang web TMĐT chính là gian hàng của bạn trên Internet, tạo điều kiện cho người bán và khách hàng giao dịch với nhau. Đó là một không gian ảo nơi bạn trưng bày sản phẩm của bạn để khách hàng lựa chọn. Trang web sẽ đóng vai trò là kệ sản phẩm, nhân viên bán hàng kiêm cả quầy thu ngân của kênh bán hàng trực tuyến của bạn.

2.2.1.2. Sử dụng ASP.NET để xây dựng trang TMĐT

ASP.NET là một nền tảng ứng dụng web (web application framework) được phát triển và cung cấp bởi Microsoft, cho phép những người lập trình tạo ra những trang web động, những ứng dụng web và những dịch vụ web. Các ứng dụng viết bằng ASP.NET có thể chạy trên Windows, Linux, macOS và Docker.

ASP.NET mang lại nhiều lợi ích khi được áp dụng để xây dựng một trang TMĐT, cụ thể như sau:

- Hiệu suất cao và khả năng mở rộng: ASP.NET sử dụng cơ chế biên dịch JIT và caching thông minh, giúp tăng tốc xử lý và dễ dàng mở rộng khi lượng truy cập tăng.
- Bảo mật cao: ASP.NET cung cấp các tính năng xác thực, mã hóa và bảo vệ khỏi các cuộc tấn công như SQL Injection, XSS và CSRF, đảm bảo an toàn thông tin cá nhân của người dùng và dữ liệu quan trọng của doanh nghiệp.

- Tích hợp tốt với các công nghệ khác: ASP.NET hỗ trợ kết nối cơ sở dữ liệu, tích hợp công thanh toán và triển khai trên các nền tảng đám mây như Azure, AWS, nâng cao hiệu quả quản lý dữ liệu.
- Hỗ trợ đa nền tảng: Với .NET Core, ASP.NET chạy được trên Windows, Linux, macOS và hiển thị tốt trên mọi thiết bị nhờ các framework giao diện.
- Quản lý dữ liệu hiệu quả: ASP.NET cho phép quản lý dữ liệu trong các CSDL thuận tiện và nhanh chóng bằng các công cụ như Entity Framework.

Khi xây dựng trang TMĐT bằng ASP.NET, ta có thể tận dụng các tính năng mạnh mẽ của framework này để tạo ra một trải nghiệm mua sắm trực tuyến tốt cho người dùng và cũng giúp doanh nghiệp quản lý và phát triển thị trường của mình một cách hiệu quả và linh hoạt.

2.2.2. *Tổng quan về quản trị*

2.2.2.1. *Khái niệm về quản trị*

Quản trị là tiến trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát những hoạt động của các thành viên trong tổ chức và sử dụng tất cả các nguồn lực khác của tổ chức nhằm đạt được mục tiêu đề ra. Quản trị là sự tác động có hướng đích của chủ thể quản trị lên đối tượng quản trị nhằm đạt được những kết quả cao nhất với mục tiêu đã định trước (Theo James Stoner và Stephen Robins).

2.2.2.2. *Chức năng của quản trị*

Quản trị giúp các bộ phận trong doanh nghiệp phối hợp chặt chẽ để nâng cao hiệu quả hoạt động, tăng năng suất và tối đa hóa lợi nhuận. Bên cạnh đó, quản trị còn bao gồm chức năng tư duy, vì mọi kế hoạch và chính sách được xây dựng đều xuất phát từ sự suy nghĩ và phân tích chiến lược.

Quản trị không chỉ đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận để nâng cao hiệu quả, năng suất và lợi nhuận mà còn bao gồm các chức năng khác như hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát. Thông qua hoạch định, quản trị xác định mục tiêu và lập kế hoạch chiến lược; qua tổ chức, quản trị phân bổ nguồn lực và thiết lập

cơ cấu; qua lãnh đạo, quản trị tạo động lực và định hướng cho nhân viên; và qua kiểm soát, quản trị giám sát, đánh giá, và điều chỉnh hoạt động để đảm bảo tiến độ và chất lượng công việc. Những chức năng này liên kết mật thiết, giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

2.2.2.3. Vai trò của quản trị

Quản trị quyết định tới sự tồn tại, phát triển của tổ chức. Nếu như không có hoạt động của quản trị thì mọi người trong tổ chức sẽ làm việc một cách lonen xộn, không phân công việc cần làm là gì, không hiệu quả.

Thông qua việc hoạch định công việc, phương hướng mọi người sẽ phối hợp với nhau vì mục tiêu chung. Quản trị sẽ giúp tổ chức hoạt động hiệu quả và đạt được các mục tiêu đề ra.

Bên cạnh đó còn giúp điều khiển, kiểm soát quá trình thực hiện, tạo chương trình, quy trình để phối hợp ăn ý với nhau, sử dụng tốt các nguồn lực duy trì hoạt động và đạt được mục tiêu đề ra với chi phí thấp nhất.

Quản trị cũng là người kết nối giữa các thành viên công ty với nhau thông qua các hoạt động. Vai trò kết nối còn được thể hiện qua việc liên lạc với các đối tác, tổ chức bên ngoài để duy trì mối quan hệ hợp tác, đem lại lợi ích lâu dài.

Mọi quyết định của doanh nghiệp đều được nhà quản trị thông qua và phê duyệt. Khi quyết định về các vấn đề quan trọng sẽ tạo nên sự đồng nhất, liên tục với việc sử dụng và phân bổ nguồn lực.

2.2.3. Tổng quan về nghiệp vụ bán hàng

2.2.3.1. Khái niệm, vai trò của hoạt động bán hàng

Bán hàng là quá trình mà người bán tìm hiểu, tư vấn, đáp ứng nhu cầu, mong muốn của người mua nhằm đạt được lợi ích thỏa đáng từ hai phía. Hoạt động bán hàng được xem là nền tảng trong kinh doanh, với mục đích xây dựng cuộc giao dịch, đàm phán trao đổi sản phẩm, quyền lợi một cách hiệu quả.

Vai trò của hoạt động bán hàng:

- Tăng doanh thu và lợi nhuận: Bán hàng là nguồn thu chính giúp doanh nghiệp duy trì hoạt động và phát triển. Doanh số bán hàng cao sẽ trực tiếp làm tăng lợi nhuận, giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường và đầu tư thêm vào các lĩnh vực khác.
- Đáp ứng nhu cầu khách hàng: Hoạt động bán hàng giúp cung cấp sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Việc tư vấn và chăm sóc khách hàng tốt sẽ nâng cao trải nghiệm mua sắm và duy trì lòng trung thành.
- Quảng bá thương hiệu: Thông qua quá trình bán hàng, doanh nghiệp có cơ hội giới thiệu sản phẩm và xây dựng hình ảnh thương hiệu. Bán hàng hiệu quả kết hợp với dịch vụ chuyên nghiệp sẽ giúp thương hiệu ngày càng được khách hàng biết đến và tin tưởng.
- Thu thập thông tin thị trường: Nhân viên bán hàng là cầu nối trực tiếp với khách hàng, giúp doanh nghiệp thu thập thông tin về thị hiếu, xu hướng và phản hồi. Những thông tin này rất quan trọng để cải thiện sản phẩm và điều chỉnh chiến lược kinh doanh.
- Tăng cường mối quan hệ khách hàng: Hoạt động bán hàng không chỉ dừng lại ở việc bán sản phẩm mà còn giúp xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Mối quan hệ bền vững sẽ thúc đẩy sự trung thành, gia tăng giá trị vòng đời khách hàng và mở ra cơ hội bán chéo, bán thêm.

2.2.3.2. Quy trình bán hàng trên trang web Fahasa

- Khách hàng vào website của Fahasa để xem thông tin các sản phẩm.
- Khách hàng nhấn vào nút “Xem thêm” ở mỗi sản phẩm để xem thông tin chi tiết của sản phẩm bất kỳ.
- Sau khi quyết định mua sản phẩm, khách hàng nhấn nút “Mua ngay” để đưa sản phẩm vào giỏ hàng.

- Để có thể đặt hàng, khách hàng cần đăng nhập tài khoản khách hàng. Nếu chưa có tài khoản, khách hàng cần đăng ký tài khoản mới. Việc đăng nhập/đăng ký tài khoản giúp quản lý thông tin của khách hàng.
- Trở lại với trang giỏ hàng, khách hàng nhấn nút “Đặt hàng” để tiến hành đặt hàng. Khách hàng nhập các thông tin của người nhận hàng và chọn phương thức vận chuyển, phương thức thanh toán. Khách hàng chỉ cần đợi sản phẩm được giao đến địa chỉ người nhận.
- Sau khi hệ thống ghi nhận được đơn đặt hàng, nhân viên sẽ tiến hành xuất kho sản phẩm để gửi đến khách hàng. Đồng thời, nhân viên lưu lại thông tin hóa đơn, đơn đặt hàng để có thể kiểm kê, lập báo cáo khi cần thiết.
- Nhân viên cần kiểm tra thường xuyên số lượng sản phẩm có sẵn trong kho và cập nhật số lượng vào CSDL mỗi ngày. Nếu số lượng sản phẩm sắp hết, nhân viên sẽ đặt hàng từ nhà cung cấp và nhập hàng mới vào kho.

2.2.4. Tổng quan về quản lý bán hàng

2.2.4.1. Khái niệm

Quản lý bán hàng là một phần quan trọng trong chu kỳ kinh doanh của một tổ chức. Cho dù bạn đang kinh doanh một dịch vụ hay một sản phẩm, giám đốc bán hàng sẽ phụ trách lãnh đạo lực lượng bán hàng, đặt ra mục tiêu cho đội ngũ, lập kế hoạch và kiểm soát toàn bộ quy trình bán hàng và sau cùng là đảm bảo thực hiện đúng tầm nhìn của đội ngũ. So với mọi đội ngũ khác trong một tổ chức, vai trò của đội ngũ kinh doanh có lẽ là quan trọng nhất vì nó tác động trực tiếp đến doanh thu của toàn tổ chức.

Trên thực tế, hầu hết các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hay sản xuất đều có bộ phận kinh doanh hay còn gọi là bộ phận bán hàng. Song quy trình nghiệp vụ bán hàng và quản trị của từng doanh nghiệp sẽ có những đặc thù khác nhau cho dù họ đang hoạt động cùng ngành hay cùng lĩnh vực. Do đó nội dung và mức độ quản lý bán hàng của từng doanh nghiệp sẽ khác nhau mà thông thường phụ thuộc nhiều vào

quy mô doanh nghiệp, số lượng đơn hàng phát sinh trong kỳ bên cạnh đó là tầm nhìn chiến lược của nhà lãnh đạo.

2.2.4.2. Mô tả công việc của nghiệp vụ quản lý bán hàng

Về cơ bản, quản lý bán hàng sẽ chịu trách nhiệm lên kế hoạch chiến lược kinh doanh và quản lý các hoạt động hàng ngày nhằm đảm bảo hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Cụ thể công việc của một quản lý bán hàng gồm:

- Phân tích, đánh giá và xác định cơ hội kinh doanh mới nhằm thúc đẩy và tăng tỷ lệ tăng trưởng trong thị trường hiện tại và tương lai.
- Đưa ra mục tiêu doanh số cho đội nhóm, cửa hàng, công ty.
- Tuyên dụng, đào tạo và huấn luyện đội ngũ bán hàng mới
- Giám sát, đánh giá nhân viên thường xuyên để xác định các vấn đề cần được thay đổi.
- Đưa ra các chiến lược và kế hoạch kinh doanh để đáp ứng các mục tiêu của công ty.
- Đảm bảo luôn đủ nguồn lực nhân sự, nguyên liệu, thiết bị hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh tại cửa hàng
- Duy trì, đảm bảo hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đúng nguyên tắc, quy định và chính sách.
- Báo cáo, đánh giá hiệu quả của hoạt động kinh doanh theo từng tháng, quý, năm.

2.2.4.3. Cách quản lý bán hàng hiệu quả

Quản lý nhân viên bán hàng: Quản lý con người tương đối phức tạp, đòi hỏi sự tinh tế, tâm lý nhưng vẫn phải đảm bảo kỷ luật. Để tìm ra cách quản lý cửa hàng hiệu quả nói chung cũng như quản lý nhân viên nói riêng, chủ cửa hàng cần thấu hiểu tính cách, biết được ưu nhược điểm từng nhân viên. Từ đó, đưa ra chính sách động viên, thưởng phạt hợp lý.

Quản lý sản phẩm/hàng hoá: kiểm soát tốt các mặt hàng, sản phẩm tồn kho. Nếu không thể theo dõi sát quá trình xuất nhập hàng, không biết số lượng tồn kho cụ thể, chủ cửa hàng sẽ gặp khó khăn trong việc tính toán lợi nhuận và lên kế hoạch nhập hàng hóa. Nhiều cửa hàng quản lý sản phẩm bằng phương pháp ghi sổ thủ công hoặc sử dụng file excel.

Thiết kế cửa hàng, trưng bày hàng hóa hợp lý cũng là kinh nghiệm quản lý bán hàng quan trọng: muôn thu hút nhiều khách hàng cần chú trọng đến vấn đề trưng bày hàng hóa. Không những đẹp mắt, ấn tượng mà các vị trí sắp xếp sản phẩm cũng phải hợp lý, dễ tìm. Tốt nhất bạn có thể bố trí theo từng danh mục, nhóm hàng, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho khách hàng khi tìm kiếm sản phẩm.

Quản lý cửa hàng bán lẻ tốt bằng việc quản lý thông tin khách hàng: vấn đề cần được quan tâm hàng đầu đối với mỗi ngành nghề và là một kinh nghiệm quản lý bán hàng quan trọng. Việc xác định rõ khách hàng mục tiêu ngay từ đầu là một cách quản lý cửa hàng bán lẻ hiệu quả, giúp các chiến dịch quảng bá sản phẩm, tri ân khách hàng đạt hiệu quả tốt nhất, tránh tình trạng chạy chương trình nhưng doanh thu vẫn không cải thiện.

Quản lý thu chi/tài chính rõ ràng, minh bạch trong cửa hàng cũng là một trong những cách quản lý cửa hàng một cách hiệu quả.

2.2.5. Quy trình nghiệp vụ về quản lý doanh thu

2.2.5.1. Khái niệm doanh thu và quản trị doanh thu

Doanh thu là chỉ tiêu tài chính phản ánh tổng giá trị được tính bằng tiền của hàng hóa và dịch vụ đã tiêu thụ trong một thời gian nhất định. Doanh thu của một doanh nghiệp gồm doanh thu từ hoạt động kinh doanh, doanh thu từ hoạt động tài chính và doanh thu từ các hoạt động bất thường khác.

Quản trị Doanh thu là việc làm sao để bán đúng sản phẩm đến đúng khách hàng vào đúng thời điểm với đúng giá qua đúng kênh phân phối.

Để làm được điều đó, hoạt động Quản trị Doanh thu cần dự đoán nhu cầu khách hàng qua các thông tin và dữ liệu thị trường, từ đó đưa ra các quyết định điều tiết giá và sản phẩm bán ra giúp tối đa hóa doanh thu trên cùng một mức chi phí.

2.2.5.2. *Cách xác định doanh thu*

Ta có công thức:

$$S = Q \times P$$

$$S = \sum_{i=1}^n (Q_i \times P_i)$$

Trong đó:

S: doanh thu bán hàng.

Q: số lượng sản phẩm tiêu thụ.

P: giá bán đơn vị sản phẩm.

Q_i : số lượng đơn vị sản phẩm i bán ra.

P_i : giá bán đơn vị sản phẩm i trong kỳ.

Khi kế toán áp dụng phương pháp kê khai thường xuyên thì số lượng sản phẩm bán ra trong kỳ tính như sau:

$$Q_i = Q_{di} + Q_{xx} - Q_{ci}$$

Trong đó:

Q_i : số lượng sản phẩm bán ra trong kỳ.

Q_{di} : số lượng sản phẩm i tồn kho đầu kỳ.

Q_{xx} : số lượng sản phẩm i sản xuất trong kỳ.

Q_{ci} : số lượng sản phẩm i tồn kho cuối kỳ.

Doanh thu thuần = Doanh thu bán hàng – Chiết khấu thương mại, giảm giá bán hàng, hàng bán bị trả lại (có chứng từ hợp lệ), thuế gián thu trong giá bán (nếu có).

2.2.6. Quy trình nghiệp vụ về quản lý tồn kho

2.2.6.1. Khái niệm hàng tồn kho và quản lý tồn kho

Hàng tồn kho là tất cả những nguồn lực dự trữ nhằm đáp ứng cho nhu cầu hiện tại hoặc tương lai. Quản lý hàng tồn kho không chỉ có tồn kho thành phẩm mà còn có tồn kho sản phẩm dở dang, tồn kho nguyên vật liệu/linh kiện và tồn kho công cụ dụng cụ dùng trong sản xuất... Hàng tồn kho quá nhiều hay quá ít đều gây ảnh hưởng đến quá trình sản xuất kinh doanh, do đó cần phải có các cách quản lý hàng tồn kho phù hợp

Quản lý tồn kho là một phần của việc quản lý chuỗi cung ứng với mục đích chính là đảm bảo số lượng sản phẩm để bán tại mọi thời điểm. Việc đảm bảo quy trình này là yếu tố quan trọng hàng đầu để tối ưu doanh số bán hàng và tiết kiệm chi phí giải quyết tồn kho khó bán. Cùng với đó, quản lý kho còn bao gồm việc kiểm soát mọi sản phẩm từ bán chạy đến hàng dư khó bán để đưa ra phương án kịp thời, giải phóng không gian nhà kho, tiết kiệm chi phí và đảm bảo hiệu quả tốt nhất.

2.2.6.2. Vai trò của quản lý tồn kho

Hàng tồn kho thường chiếm tỉ trọng lớn trong tổng số tài sản lưu động của doanh nghiệp và rất dễ bị xảy ra các sai sót hoặc gian lận trong hoạt động quản lý. Mỗi một doanh nghiệp tùy theo điều kiện và tình hình hoạt động của mình sẽ lựa chọn các phương pháp khác nhau để định giá hàng tồn kho cũng như các mô hình dự trữ phù hợp.

Giá trị hàng tồn kho ảnh hưởng trực tiếp tới giá vốn hàng bán và do vậy có ảnh hưởng trọng yếu tới lợi nhuận thuần trong năm tài chính. Việc duy trì một lượng vốn về hàng tồn kho thích hợp sẽ mang lại cho doanh nghiệp nhiều lợi ích.

2.2.6.3. Công thức tính nhập - xuất - tồn kho

❖ **Tính giá nhập kho:** Giá nhập kho hàng hóa được tính theo giá gốc.

Giá gốc hàng hóa mua vào, bao gồm: Giá mua, chi phí thu mua (vận chuyển, bốc xếp, bảo quản hàng từ nơi mua về kho doanh nghiệp, chi phí bảo hiểm, ...), thuế

nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế bảo vệ môi trường (nếu có), thuế GTGT hàng nhập khẩu (nếu không được khấu trừ). Trường hợp doanh nghiệp mua hàng hóa về để bán lại nhưng vì lý do nào đó cần phải gia công, sơ chế, tân trang, phân loại chọn lọc để làm tăng thêm giá trị hoặc khả năng bán của hàng hóa thì trị giá hàng mua gồm cả chi phí gia công, sơ chế. Giá gốc của hàng hóa mua vào được tính theo từng nguồn nhập cho từng thứ hàng hóa.

❖ Tính giá xuất – tồn kho:

Một số đơn vị có đặc thù (ví dụ như các đơn vị kinh doanh siêu thị hoặc tương tự) có thể áp dụng kỹ thuật xác định giá trị hàng tồn kho cuối kỳ theo phương pháp giá bán lẻ. Theo phương pháp này, giá trị xuất kho của hàng hóa được xác định căn cứ vào giá bán của hàng tồn kho trừ đi lợi nhuận biên (do doanh nghiệp tự xác định) theo tỷ lệ phần trăm hợp lý. Tỷ lệ phần trăm này có tính việc các mặt hàng có thể bị hạ giá xuống thấp hơn giá bán ban đầu. Thông thường mỗi bộ phận bán lẻ sẽ sử dụng một tỷ lệ phần trăm bình quân riêng.

Lưu ý:

Nếu chi phí thu mua hàng hóa trong kỳ được hạch toán trực tiếp vào giá gốc của hàng mua trong kỳ, thì khi xuất kho giá xuất kho đã bao gồm giá mua và chi phí mua (không cần phải phân bổ).

Nếu chi phí thu mua hàng hóa trong kỳ không được hạch toán trực tiếp vào giá gốc của hàng mua trong kỳ mà được phân bổ cho hàng hóa tiêu thụ trong kỳ và hàng hóa tồn kho cuối kỳ thì:

Khi xuất kho, kế toán chỉ phản ánh giá mua.

Đến cuối kỳ kế toán phân bổ chi phí thu mua cho hàng hóa xuất kho đã bán trong kỳ và hàng hóa tồn kho cuối kỳ theo công thức:

$$\begin{array}{l} \text{Chi phí} \\ \text{mua hàng} \\ \text{phân bổ} \\ \text{cho HH} \\ \text{đã bán} \\ \text{trong kỳ} \\ (\text{hoặc tồn} \\ \text{kho cuối} \\ \text{kỳ}) \end{array} = \frac{\begin{array}{l} \text{Chi phí} \\ \text{mua hàng} \\ \text{của HH} \\ \text{tồn} \\ \text{kho đầu kỳ} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Chi phí mua} \\ \text{hàng của} \\ \text{HH phát sinh} \\ \text{kho trong kỳ} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{Số lượng HH} \\ \text{tồn kho đầu kỳ} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Số lượng HH} \\ \text{mua trong kỳ} \end{array}} \times \begin{array}{l} \text{Số lượng} \\ \text{HH đã} \\ \text{bán} \\ \text{trong kỳ} \\ (\text{hoặc} \\ \text{tồn kho} \\ \text{cuối kỳ}) \end{array}$$

Hình 2. 2. Công thức tính chi phí mua hàng phân bổ cho hàng hóa đã bán trong kỳ hoặc tồn kho cuối kỳ

Sau đó kế toán toán xác định trị giá vốn thực tế của hàng hóa xuất kho đã bán trong kỳ và tồn kho cuối kỳ theo công thức:

$$\begin{array}{l} \text{Giá vốn} \\ \text{thực tế} \\ \text{của HH} \\ \text{xuất kho} \\ \text{đã bán} \\ \text{trong kỳ} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Giá mua} \\ \text{thực tế} \\ \text{của HH} \\ \text{xuất kho} \\ \text{đã bán} \\ \text{trong kỳ} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Chi phí} \\ \text{thu mua} \\ \text{phân bổ} \\ \text{cho HH} \\ \text{xuất kho} \\ \text{đã bán} \\ \text{trong kỳ} \end{array}$$

Hình 2. 3. Công thức tính giá vốn thực tế của hàng hóa xuất kho đã bán trong kỳ

$$\begin{array}{l} \text{Giá vốn} \\ \text{thực tế} \\ \text{của HH} \\ \text{tồn kho} \\ \text{cuối kỳ} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Giá vốn} \\ \text{thực tế} \\ \text{của HH} \\ \text{tồn kho} \\ \text{đầu kỳ} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Giá vốn} \\ \text{thực tế} \\ \text{của HH} \\ \text{mua vào} \\ \text{trong kỳ} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Giá vốn} \\ \text{thực tế} \\ \text{của HH} \\ \text{xuất kho} \\ \text{đã bán} \\ \text{trong kỳ} \end{array}$$

Hình 2. 4. Công thức tính giá vốn thực tế của hàng hóa tồn kho cuối kỳ

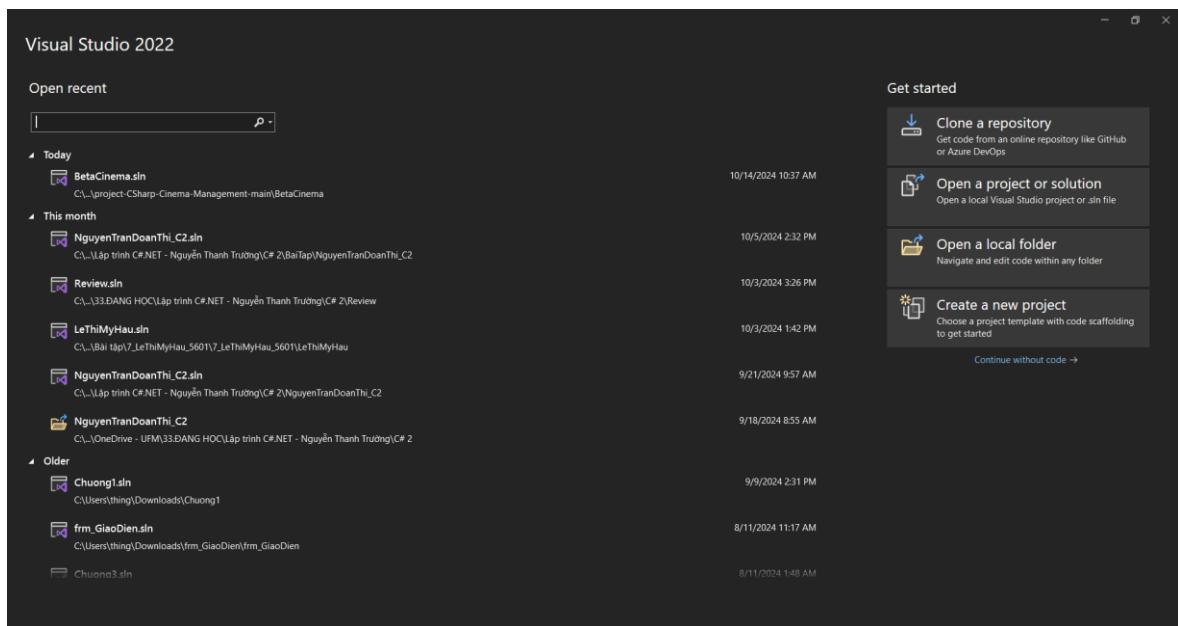
Lưu ý: Hàng hóa tồn cuối kỳ bao gồm hàng hóa tồn trong kho; hàng hóa mua nhưng còn đang đi trên đường và hàng hóa gửi bán nhưng chưa đủ điều kiện ghi nhận doanh thu.

2.3. Công cụ hỗ trợ

2.3.1. Microsoft Visual Studio

Microsoft Visual Studio là một môi trường phát triển tích hợp (IDE - Integrated Development Environment) từ Microsoft. Microsoft Visual Studio còn được gọi là “Trình soạn thảo mã nhiều người sử dụng nhất thế giới”, được dùng để lập trình C++ và C# là chính. Nó được sử dụng để phát triển chương trình máy tính cho Microsoft Windows, cũng như các trang web, các ứng dụng web và các dịch vụ web.

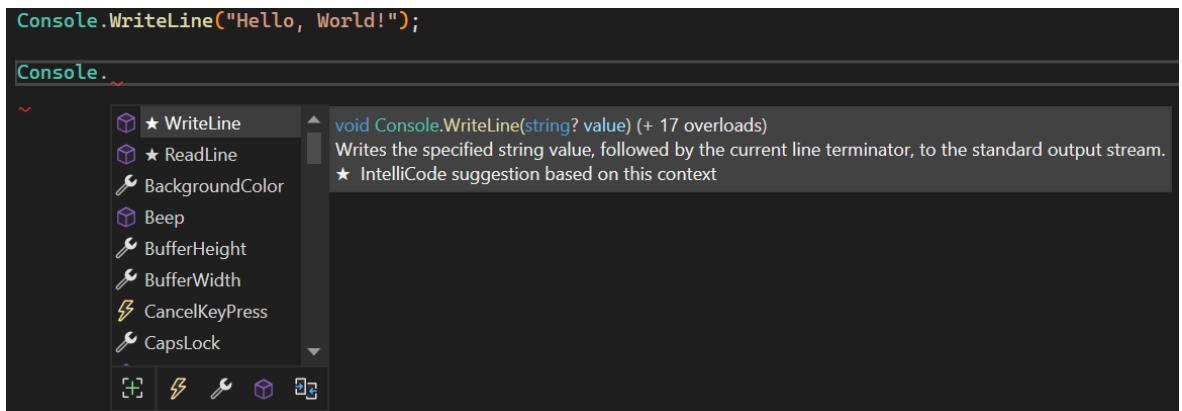
Microsoft Visual Studio là môi trường phát triển tích hợp đa năng, cung cấp nhiều công cụ và tính năng giúp lập trình viên viết, kiểm tra và gỡ lỗi mã nguồn một cách hiệu quả. Công cụ này hoạt động tốt trên nhiều nền tảng hệ điều hành như Windows, MacOS, và có phiên bản Visual Studio Code hỗ trợ Linux.



Hình 2. 5. Giao diện Visual Studio phiên bản 2022

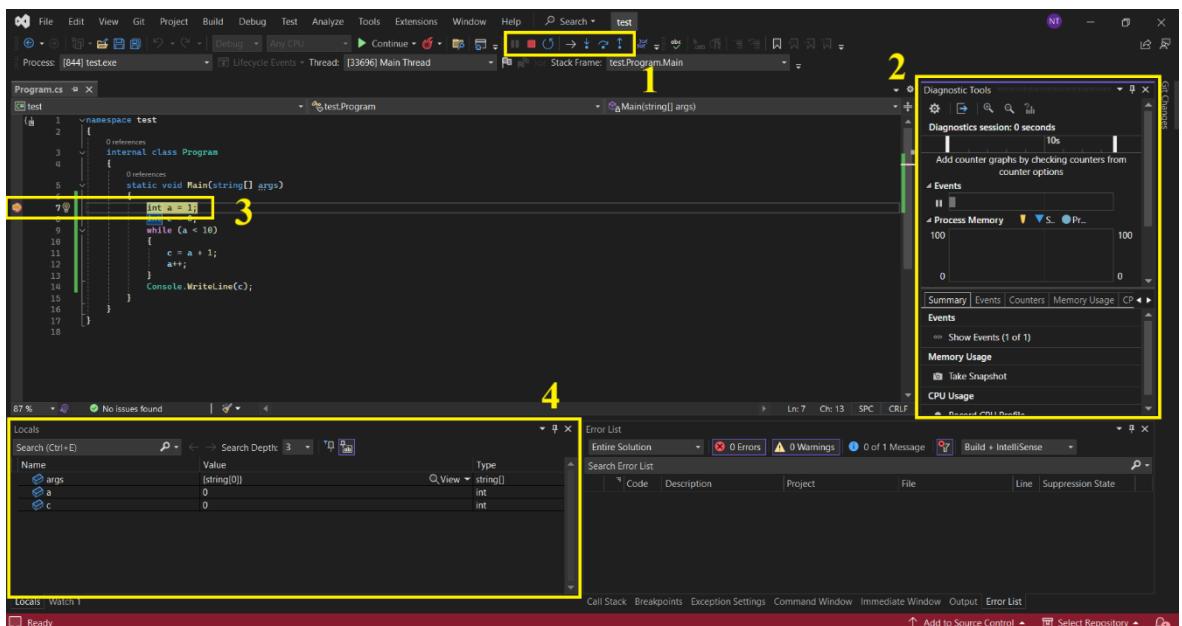
❖ Các tính năng nổi bật của Microsoft Visual Studio

- Tự động hoàn thành mã (IntelliSense).



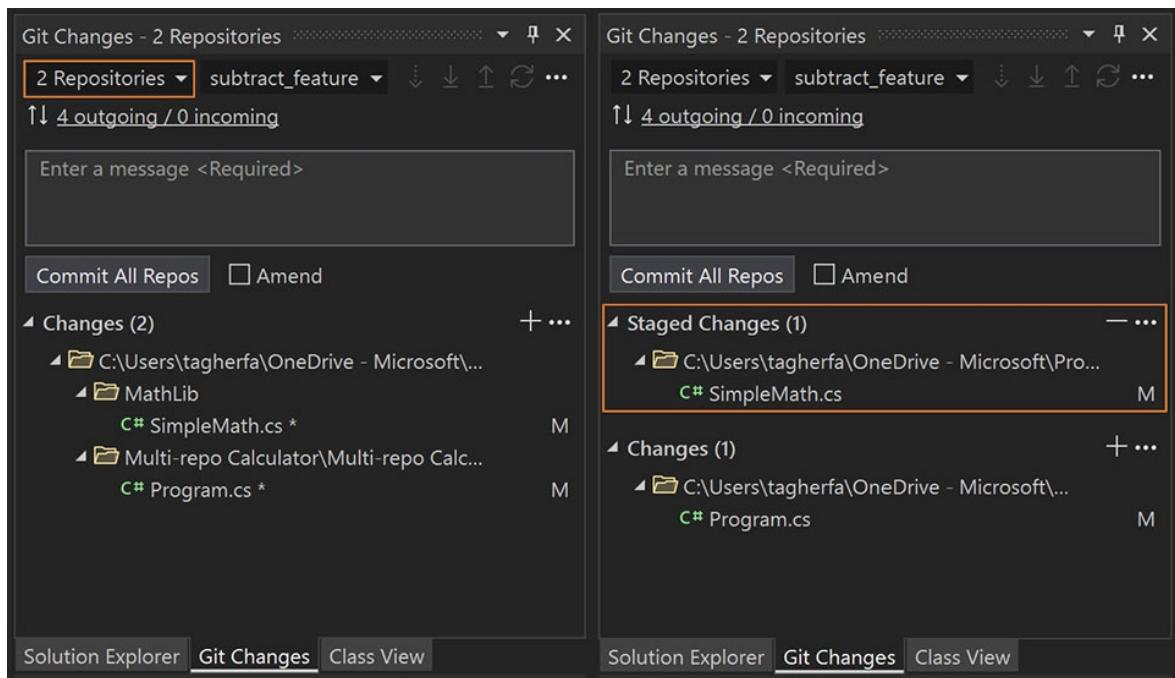
Hình 2. 6. Minh họa tính năng IntelliSense của Microsoft Visual Studio

- Hỗ trợ gỡ lỗi (Debug).



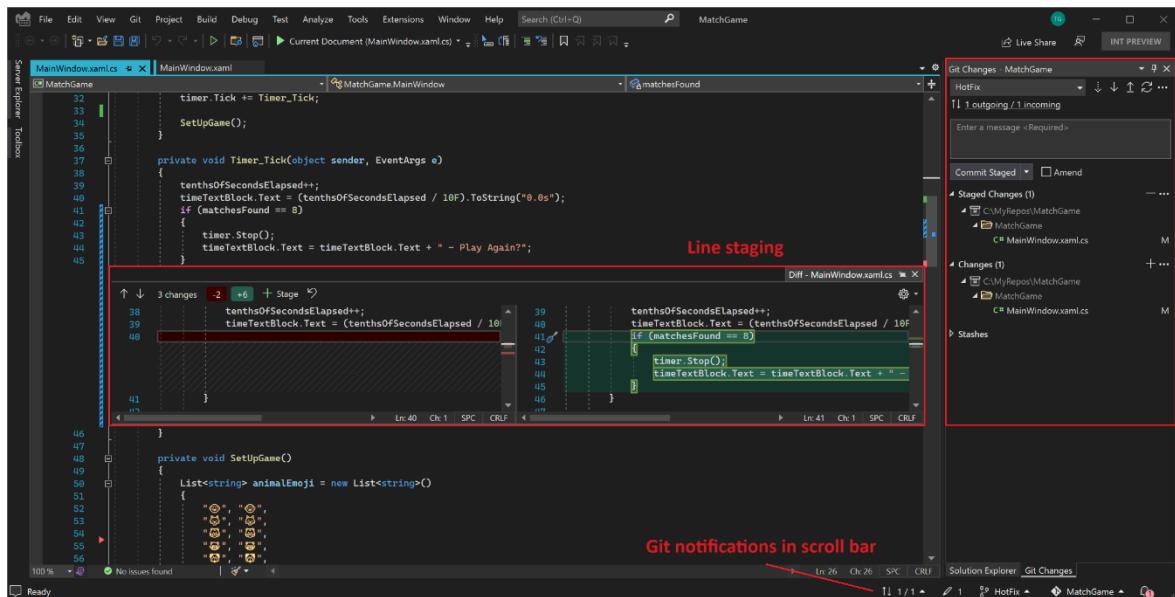
Hình 2. 7. Minh họa tính năng Debug của Microsoft Visual Studio (1 – Thanh công cụ Debug, 2 – Cửa sổ Diagnostic, 3 – Breakpoints, 4 – Cửa sổ theo dõi biến)

- Hỗ trợ đa ngôn ngữ lập trình.



Hình 2.8. Minh họa tính năng hỗ trợ đa ngôn ngữ lập trình của Microsoft Visual Studio

- Tích hợp Git.

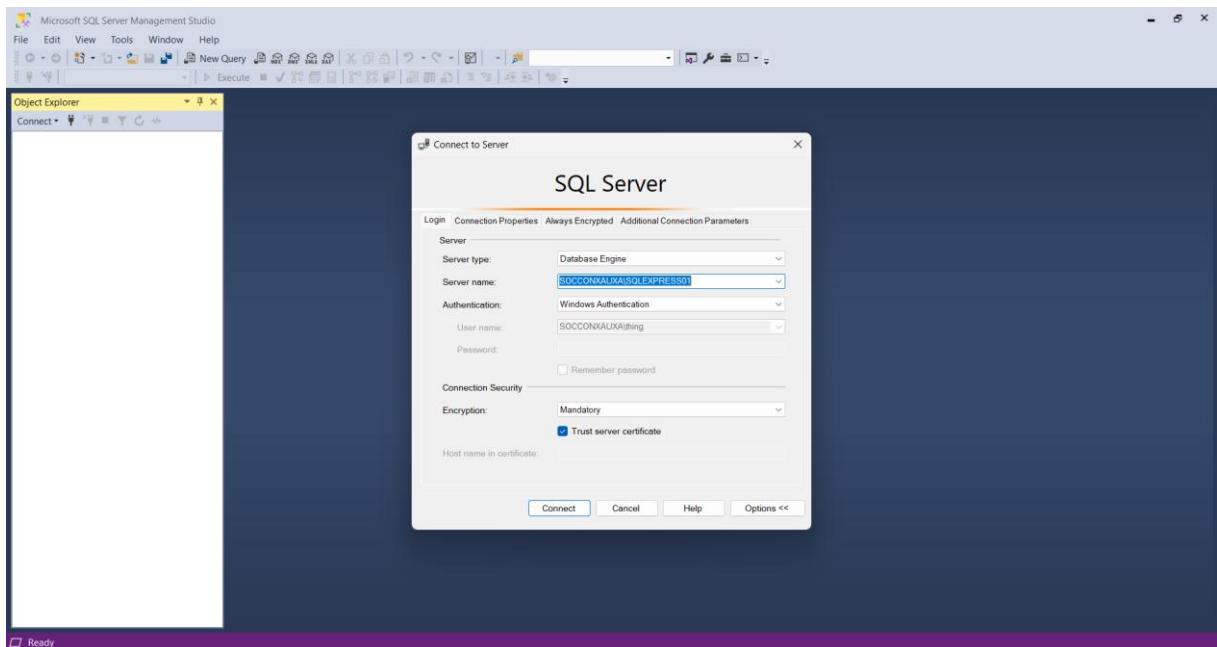


Hình 2.9. Minh họa tính năng tích hợp Git của Microsoft Visual Studio

- Hỗ trợ đa nền tảng.

2.3.2. Microsoft SQL Server

Microsoft SQL Server là một hệ quản trị cơ sở dữ liệu quan hệ được phát triển bởi Microsoft. Là một máy chủ cơ sở dữ liệu, nó là một sản phẩm phần mềm có chức năng chính là lưu trữ và truy xuất dữ liệu theo yêu cầu của các ứng dụng phần mềm khác. Có thể chạy trên cùng một máy tính hoặc trên một máy tính khác trên mạng bao gồm cả Internet.



Hình 2. 10. Giao diện của Microsoft SQL Server Management Studio

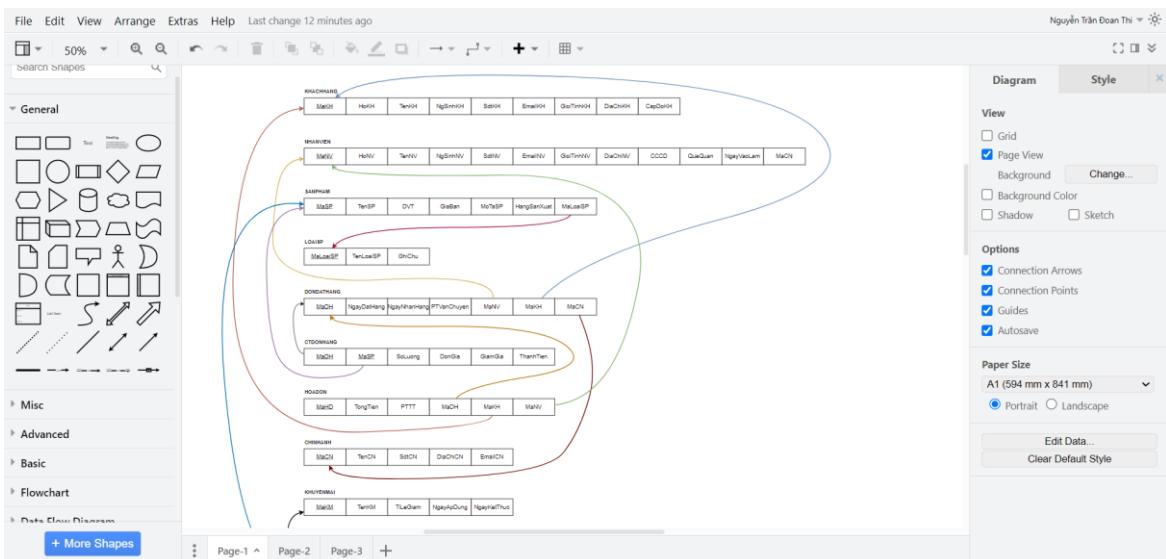
❖ Các tính năng nổi bật của SQL Server

- **SQL Server Data Quality:** SQL Server cung cấp các dịch vụ tích hợp để quản lý chất lượng dữ liệu, bao gồm khả năng kiểm tra, sửa lỗi và làm sạch dữ liệu.
- **SQL Server Master:** Tính năng này cho phép bạn quản lý danh mục dữ liệu và thông tin liên quan, tạo ra một nguồn dữ liệu chung và đáng tin cậy.
- **SQL Server Data Tools:** Đây là một bộ công cụ dành cho lập trình viên để phát triển cơ sở dữ liệu. SQL Server Data Tools cung cấp các tính năng mạnh mẽ để thiết kế, quản lý và triển khai cơ sở dữ liệu MySQL Server.

- **SQL Server Management Studio (SSMS):** Được sử dụng để triển khai, giám sát và quản lý cơ sở dữ liệu. SSMS cung cấp một giao diện đồ họa và dòng lệnh mạnh mẽ cho quản trị viên cơ sở dữ liệu.
- **SQL Server Analysis Services (SSAS):** Bằng cách sử dụng SSAS, bạn có thể tạo các mô hình phân tích dữ liệu và thực hiện các phân tích phức tạp để hiểu rõ hơn về dữ liệu của bạn.
- **SQL Server Reporting Services (SSRS):** SSRS cho phép tạo ra các báo cáo dễ dàng hơn. Bạn có thể thiết kế và phát triển các báo cáo tùy chỉnh dựa trên dữ liệu từ cơ sở dữ liệu SQL Server và chia sẻ chúng với người dùng cuối.

2.3.3. Draw.io

Draw.io là một ứng dụng vẽ sơ đồ trực tuyến cho phép bạn tạo ra các biểu đồ luồng, UML, mối quan hệ thực thể, biểu đồ mạng, mô hình và nhiều hơn nữa. Dữ liệu của bạn chỉ được lưu trữ trong lưu trữ đám mây mà bạn chọn, vì vậy không cần phải tin tưởng vào một bên thứ ba bổ sung để giữ dữ liệu của bạn.

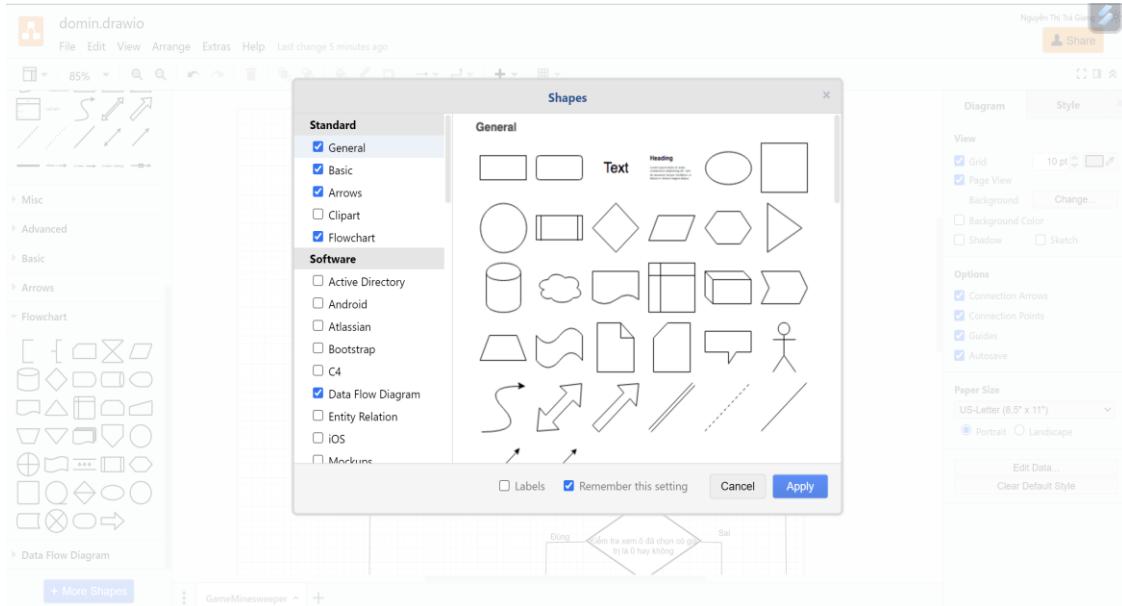


Hình 2. 11. Giao diện draw.io

❖ Các tính năng nổi bật của draw.io

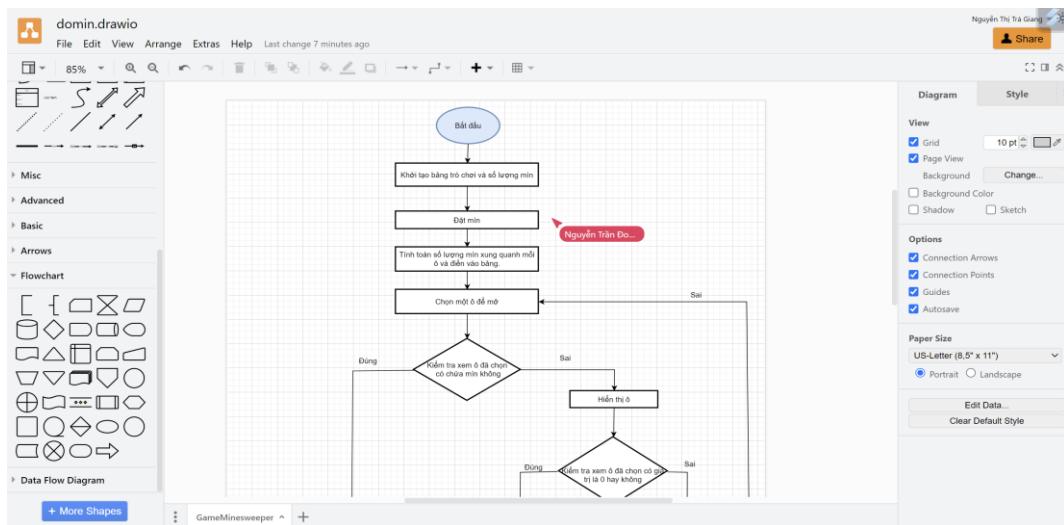
- **Tạo các hình ảnh, biểu đồ và sơ đồ:** Draw.io cung cấp các công cụ vẽ để tạo các hình ảnh, biểu đồ và sơ đồ cho các mục đích khác nhau, từ thiết kế giao

diện đến tư duy và phân tích dữ liệu, cho phép bạn vẽ các đối tượng, hình dạng, đường thẳng, mũi tên và các ký hiệu khác để mô tả ý tưởng.



Hình 2. 12. Các tính năng tạo hình ảnh, vẽ sơ đồ trong Draw.io

- **Chia sẻ và tương tác trực tuyến:** Draw.io cho phép người dùng chia sẻ tài liệu của mình với người khác, có thể chỉ định quyền truy cập của từng người nhận như quyền xem, chỉnh sửa, chia sẻ lại. Draw.io cho phép nhiều người dùng cùng làm việc trên cùng một bản vẽ. Khi có bất kỳ thay đổi nào trên bản vẽ, các thay đổi đó sẽ được đồng bộ hóa và hiển thị trực tiếp trên màn hình của tất cả người dùng khác đang làm việc trên bản vẽ đó.



Hình 2. 13. Tính năng chia sẻ và tương tác trực tuyến trong Draw.io

CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG

3.1. Khảo sát hiện trạng và yêu cầu

3.1.1. Khảo sát hiện trạng tổ chức và cấu trúc tổ chức

Từ kết quả khảo sát về hệ thống thông tin quản lý bán hàng tại nhà sách Fahasa, quá trình phân tích hệ thống sẽ được thực hiện bắt đầu từ việc phân tích quy trình hoạt động quản lý bán hàng của nhà sách để có cơ sở thực hiện nội dung phân tích dữ liệu, thông tin và phân tích chức năng của hệ thống.

Hệ thống cần xây dựng phải đảm bảo dễ dàng quản lý các mặt hàng, loại hàng, thông tin khách hàng, nhân viên và cập nhật các đơn hàng, kho hàng, hóa đơn một cách kịp thời và nhanh chóng.

❖ Các nhà sách Fahasa quản lý hệ thống bán hàng tại cửa hàng

- Quản lý kho hàng và đặt hàng: Fahasa đảm bảo có hệ thống quản lý kho hàng hiệu quả để luôn duy trì sẵn có sản phẩm, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng. Hệ thống đặt hàng được cải tiến liên tục để đáp ứng nhanh chóng và đa dạng hóa các yêu cầu.
- Bố trí sản phẩm: Fahasa sắp xếp sản phẩm một cách hợp lý và rõ ràng, giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm và chọn lựa sản phẩm phù hợp.
- Hệ thống thanh toán: Fahasa chấp nhận nhiều hình thức thanh toán khác nhau từ tiền mặt, thẻ ATM, thẻ tín dụng đến thanh toán trực tuyến, tạo thuận lợi và tốc độ cho quá trình thanh toán của khách hàng.
- Đóng gói hàng: Đơn hàng của Fahasa luôn được đóng gói cẩn thận và chất lượng, đồng thời cung cấp dịch vụ đóng gói và tạo hộp quà tặng để đáp ứng nhu cầu đặc biệt của khách hàng.
- Phục vụ khách hàng: Đội ngũ nhân viên của Fahasa được đào tạo kỹ năng phục vụ khách hàng, tạo điều kiện mua sắm thuận tiện và nhanh chóng. Sự

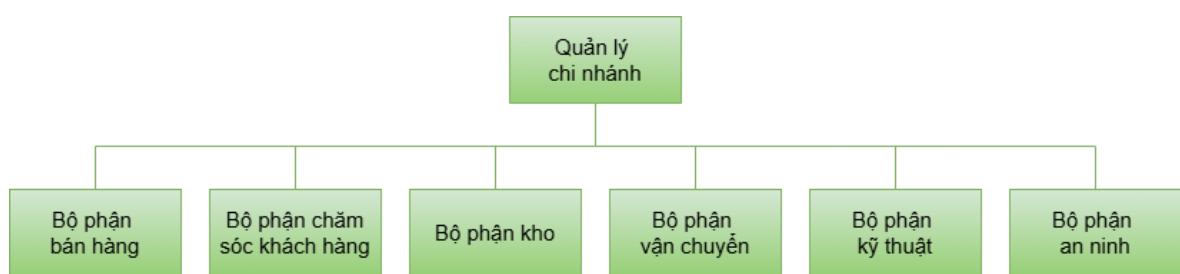
hài lòng và niềm tin của khách hàng đối với cửa hàng luôn được đặt lên hàng đầu.

❖ Cấu trúc tổ chức

Fahasa chia các cấp tổ chức và các phòng ban chức năng tại mỗi đơn vị trực thuộc giúp việc giám sát các hoạt động tại cửa hàng hiệu quả hơn.

Đối với quy trình bán hàng, Fahasa có các phòng ban quản lý tại mỗi chi nhánh, cụ thể như sau:

- Quản lý chi nhánh: theo dõi tình hình kinh doanh của cửa hàng, đảm bảo cho mọi hoạt động tại cửa hàng diễn ra suôn sẻ và hiệu quả.
- Bộ phận kỹ thuật: hỗ trợ kỹ thuật, máy móc, thiết bị phục vụ cho việc bán hàng tại cửa hàng.
- Bộ phận kho: theo dõi tồn kho, nhập xuất hàng trong kho, cập nhật các chứng từ xuất nhập kho tại cửa hàng.
- Bộ phận vận chuyển: đảm nhiệm các quy trình giao hàng cho khách hàng.
- Bộ phận bán hàng: đón tiếp khách hàng, tạo đơn hàng, hướng dẫn khách hàng trong quá trình mua hàng.
- Bộ phận chăm sóc khách hàng: hướng dẫn khách hàng, hỗ trợ khách hàng.
- Bộ phận an ninh: đảm bảo an ninh tại cửa hàng.



Hình 3. 1. Sơ đồ tổ chức tại chi nhánh của cửa hàng Fahasa

3.1.2. Khảo sát hiện trạng công nghệ thông tin

Dưới đây là một số khảo sát về hiện trạng công nghệ thông tin tại Nhà sách Fahasa chi nhánh Quận 9.

3.1.2.1. Phần cứng

Bảng 3. 1. Bảng khảo sát hiện trạng CNTT về phần cứng

STT	Tên thiết bị	Đặc tả	Số lượng
1	Máy tính để bàn	HP AIO ProOne 240 G10 i5 1335U/8GB/512GB/23.8"	5
2	Máy in	Máy in laser trắng đen đa năng HP LaserJet 135w MFP Wifi (4ZB83A)	3
3	Máy quét mã vạch	Máy quét mã vạch không dây IS900 - SB22	3
4	Máy POS	Máy POS cảm ứng POS-GT664A Dual – Core i5 / RAM 08GB / SSD 128GB	3
5	Camera giám sát trong nhà	Camera IP 360 Độ 2MP TP-Link Tapo C200C	10
6	Camera giám sát ngoài trời	Camera IP Ngoài trời 360 Độ 4MP TP-Link Tapo C520WS	3

3.1.2.2. Phần mềm

Bảng 3. 2. Bảng khảo sát hiện trạng CNTT về phần mềm

STT	Phần mềm	Tên phần mềm
1	Hệ điều hành PC	Window 11 - 64 bit
2	Phần mềm soạn thảo	Microsoft Office 365
3	Hệ quản trị CSDL	Microsoft SQL Server

4	Trình duyệt	Google Chrome
5	Phần mềm diệt virus	BKAV
6	Các phần mềm hỗ trợ khác	Unikey, Winrar, Foxit Reader

3.1.2.3. Bảo mật

- Các chính sách bảo mật: bảo mật thông tin khách hàng, bảo mật giao dịch, bảo mật thông tin nhân viên,...
- Các biện pháp bảo vệ dữ liệu: firewall, backup dữ liệu, chứng chỉ bảo mật SSL,...

3.1.2.4. Nhân lực CNTT

- Chi nhánh có 5 nhân viên CNTT, có trình độ và kinh nghiệm cao.
- Thường xuyên đào tạo nhân viên các kỹ năng CNTT.

3.1.3. Khảo sát hiện trạng các quy trình nghiệp vụ

Công ty Cổ phần phát hành sách Tp. Hồ Chí Minh – Fahasa xây dựng một hệ thống thương mại điện tử nhằm mở rộng phạm vi kinh doanh trên mạng Internet. Hoạt động bán hàng trên hệ thống như sau:

- **Nhập hàng:** Nhân viên kho tiếp nhận hàng hóa từ nhà cung cấp, kiểm tra số lượng và chất lượng. Sau đó, họ nhập và lưu thông tin sản phẩm vào hệ thống quản lý kho.
- **Quản lý tồn kho:** Nhân viên/quản lý kho thực hiện kiểm kê định kỳ để điều chỉnh số lượng hàng tồn trong kho, thông báo cho bộ phận mua hàng khi hàng hóa trong kho xuống dưới mức tối thiểu.
- **Sắp xếp và trưng bày hàng hóa:** Nhân viên bán hàng sắp xếp và trưng bày hàng hóa theo phân loại hoặc theo chương trình khuyến mãi. Thông tin sản phẩm được gán trên kệ hàng và cập nhật trên hệ thống.

- **Bán hàng:** Khi khách hàng mua hàng trực tiếp tại nhà sách, sau khi khách hàng lựa chọn sản phẩm thì đến quầy thanh toán. Lúc này nhân viên sẽ là người tạo đơn hàng, in hóa đơn cho khách hàng bằng hệ thống POS (chưa được nâng cấp).
- **Chăm sóc khách hàng:** Nhân viên chăm sóc khách hàng tiếp nhận ý kiến, phản ánh từ khách hàng qua các kênh như điện thoại, email và phổ biến nhất là trực tiếp tại cửa hàng.

3.1.4. Các yêu cầu về hệ thống

3.1.4.1. Yêu cầu chức năng

Đối với yêu cầu xây dựng website bán hàng của Nhà sách Fahasa cần đáp ứng chức năng sau:

❖ Quản lý sản phẩm

Hệ thống quản lý cần cho phép thêm, sửa và xoá sản phẩm. Khi thêm sản phẩm, cần phải cung cấp thông tin chi tiết như tên sản phẩm, loại sản phẩm, giá bán, số lượng tồn trong kho, nhà xuất bản, tác giả, mô tả sản phẩm, hình ảnh,... Khi sửa đổi sản phẩm, cần phải cập nhật thông tin liên quan đến sản phẩm như giá bán, nhà cung cấp, tác giả, mô tả sản phẩm,... Khi xoá sản phẩm, hệ thống sẽ kiểm tra sản phẩm đã tham gia vào quy trình bán hàng hay quy trình mua hàng hay chưa và không cho phép nếu sản phẩm đã tham gia vào hai quy trình trên để tránh tạo lỗ hổng trong dữ liệu.

❖ Quản lý kho

Hệ thống cần cho phép theo dõi số lượng sản phẩm trong kho và kiểm tra tình trạng sản phẩm sắp hết hàng một cách nhanh chóng và chính xác. Nếu sản phẩm sắp hết hàng, bộ phận kho sẽ nhập thêm sản phẩm từ nhà cung cấp (quy trình mua hàng).

❖ Quản lý đơn đặt hàng

Hệ thống chỉ cho phép nhân viên thực hiện các giao dịch bán hàng. Khi khách hàng chọn sản phẩm, nhân viên bán hàng có thể thêm sản phẩm vào phiếu xuất, tính

tổng giá trị đơn hàng và thông báo cho khách hàng. Sau khi khách hàng thanh toán, hệ thống cần in hóa đơn để cung cấp cho khách hàng.

❖ Quản lý khách hàng

Hệ thống quản lý thông tin khách hàng bao gồm tên, số điện thoại, địa chỉ, email, tài khoản và mật khẩu của khách hàng để đăng nhập vào hệ thống. Điều này giúp cửa hàng theo dõi và phân tích hành vi mua hàng của khách hàng để tạo ra các chương trình khuyến mãi với mức giảm giá hợp lý.

❖ Báo cáo

Hệ thống cần cung cấp các báo cáo về doanh thu, chi phí, lợi nhuận thông qua các hóa đơn mua và hóa đơn bán. Các báo cáo này giúp cửa hàng phân tích hiệu quả kinh doanh và đưa ra các quyết định phù hợp. Hệ thống cần có thể theo dõi tình trạng phương thức thanh toán để quản lý dễ dàng kiểm tra số tiền mặt tại cửa hàng.

❖ Quản lý quyền truy cập

Hệ thống cần đảm bảo an ninh và an toàn thông tin bằng cách cấp quyền truy cập khác nhau cho nhân viên hay khách hàng. Nhân viên có quyền truy cập đầy đủ các thông tin của vào hệ thống, trong khi khách hàng chỉ có thể vào hệ thống để đặt mua sản phẩm.

Tóm lại, website bán hàng của Nhà sách Fahasa cần cung cấp các chức năng để khách hàng có thể đặt mua sản phẩm và nhân viên có thể quản lý sản phẩm, quản lý đơn hàng, quản lý khách hàng và báo cáo. Đồng thời, nó cũng cần đảm bảo an ninh và an toàn thông tin bằng cách kiểm soát quyền truy cập của nhân viên, khách hàng.

3.1.4.2. Yêu cầu phi chức năng

Website bán hàng của Nhà sách Fahasa xây dựng các giao diện cho mỗi người dùng tham gia vào hệ thống. Các nhân viên của cửa hàng và khách hàng đều có thể giao tiếp với hệ thống qua giao diện đăng nhập tài khoản, giao diện trang cá nhân, giao diện xem sản phẩm. Mỗi người dùng có vai trò khác nhau cũng sẽ có những giao diện riêng hỗ trợ cho quá trình bán hàng tại Fahasa.

Các yêu cầu phi chức năng của trang web cụ thể như sau:

- Hiệu suất: thời gian tìm kiếm dữ liệu dưới 5 giây.
- Khả năng thực thi: 85% người dùng có thể sử dụng trang web sau 8 giờ huấn luyện.
- Bảo mật: hệ thống xác thực người dùng bằng mật khẩu.
- Khả năng tương thích: hệ thống tương thích với các máy in bên ngoài.
- Nhân viên bán hàng có các giao diện: quản lý khách hàng, quản lý sản phẩm, quản lý loại sản phẩm, quản lý đơn hàng, quản lý hóa đơn.
- Nhân viên kế toán có giao diện: theo dõi doanh thu.
- Hệ thống xây dựng giao diện thân thiện, bắt mắt, dễ nhìn, thuận tiện cho người dùng.

3.1.5. Mô tả hệ thống

Công ty Cổ phần phát hành sách Tp. Hồ Chí Minh – Fahasa xây dựng một hệ thống thương mại điện tử nhằm mở rộng phạm vi kinh doanh trên mạng Internet. Hoạt động bán hàng trên hệ thống như sau:

Đứng đầu hoạt động bán hàng của công ty là người quản lý. Dưới người quản lý là các nhân viên thực hiện các nghiệp vụ bán hàng. Thông tin về nhân viên bao gồm: Mã nhân viên, Họ, Tên, Số điện thoại, Email, Giới tính, Địa chỉ, Ngày sinh, Bộ phận, Chi nhánh mà nhân viên đang làm việc. Mỗi nhân viên ở một bộ phận và làm việc tại một chi nhánh. Thông tin về bộ phận gồm: Mã bộ phận, Tên bộ phận, Số điện thoại, Email. Thông tin về Chi nhánh bao gồm: Mã chi nhánh, Tên chi nhánh, Số điện thoại, Email, Địa chỉ. Mỗi chi nhánh có nhiều bộ phận giám sát hoạt động bán hàng. Thông tin về khách hàng bao gồm: Mã khách hàng, Họ, Tên, Số điện thoại, Email, Giới tính, Địa chỉ, Ngày sinh. Thông tin về nhóm sản phẩm bao gồm: Mã nhóm sản phẩm, Tên nhóm sản phẩm, Ghi chú. Mỗi nhóm sản phẩm có nhiều loại sản phẩm. Thông tin về loại sản phẩm bao gồm: Mã loại sản phẩm, Tên loại sản phẩm, Ghi chú.

Mỗi loại sản phẩm có nhiều sản phẩm. Thông tin về sản phẩm bao gồm: Mã sản phẩm, Mã loại sản phẩm, Giá bán, Nhà xuất bản, Năm xuất bản, Tác giả, Trọng lượng, Kích thước, Ngày thêm, Hình sản phẩm, Mô tả. Một khách hàng có thể có nhiều đơn hàng và một nhân viên cũng có thể tạo nhiều đơn hàng. Thông tin đơn hàng bao gồm: Mã đơn hàng, Ngày đặt hàng, Mã nhân viên (của nhân viên tạo đơn hàng), Mã khách hàng (của khách hàng mua đơn hàng này). Một đơn hàng có thể có nhiều sản phẩm. Khi khách hàng đặt hàng cần lưu lại sản phẩm mà khách hàng đặt và số lượng tương ứng. Một khách hàng có thể có nhiều hóa đơn và một nhân viên cũng có thể tạo nhiều hóa đơn. Thông tin hóa đơn bao gồm: Mã hóa đơn, Mã đơn hàng, Tổng tiền, Phương thức thanh toán.

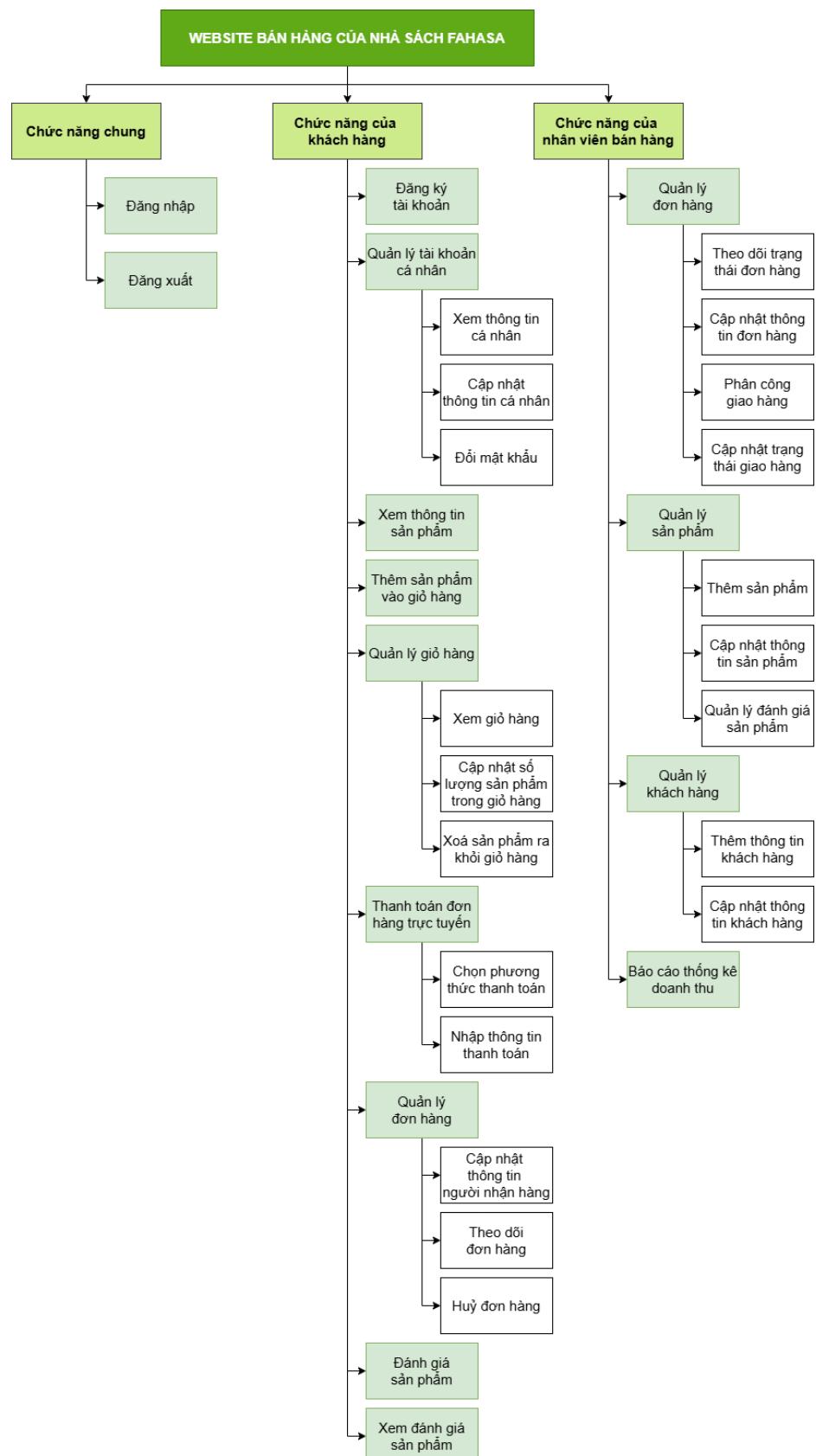
Khi khách hàng mua hàng trực tiếp tại nhà sách, sau khi khách hàng lựa chọn sản phẩm thì đến quầy thanh toán. Lúc này nhân viên sẽ là người tạo đơn hàng, in hóa đơn cho khách hàng.

Hệ thống đảm bảo thông tin cá nhân của người dùng cũng như thông tin khách hàng được bảo mật, an toàn.

Đối với quy trình quản lý doanh thu, nhân viên kế toán sẽ truy cập vào hệ thống, hệ thống sử dụng các thông tin bán hàng, hóa đơn thanh toán để thống kê doanh thu và tạo báo cáo tự động nếu có yêu cầu.

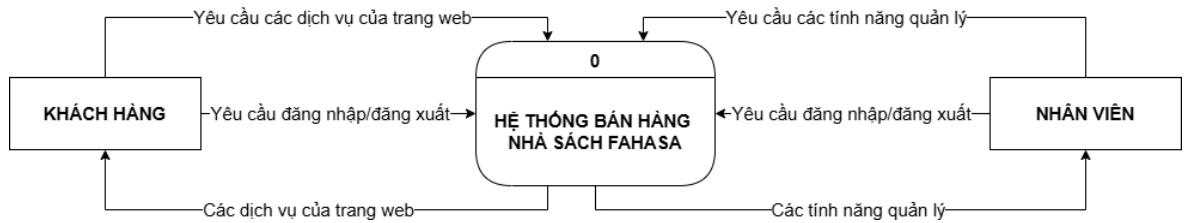
3.2. Phân tích và thiết kế mô hình xử lý (chức năng)

3.2.1. Sơ đồ phân cấp chức năng BFD



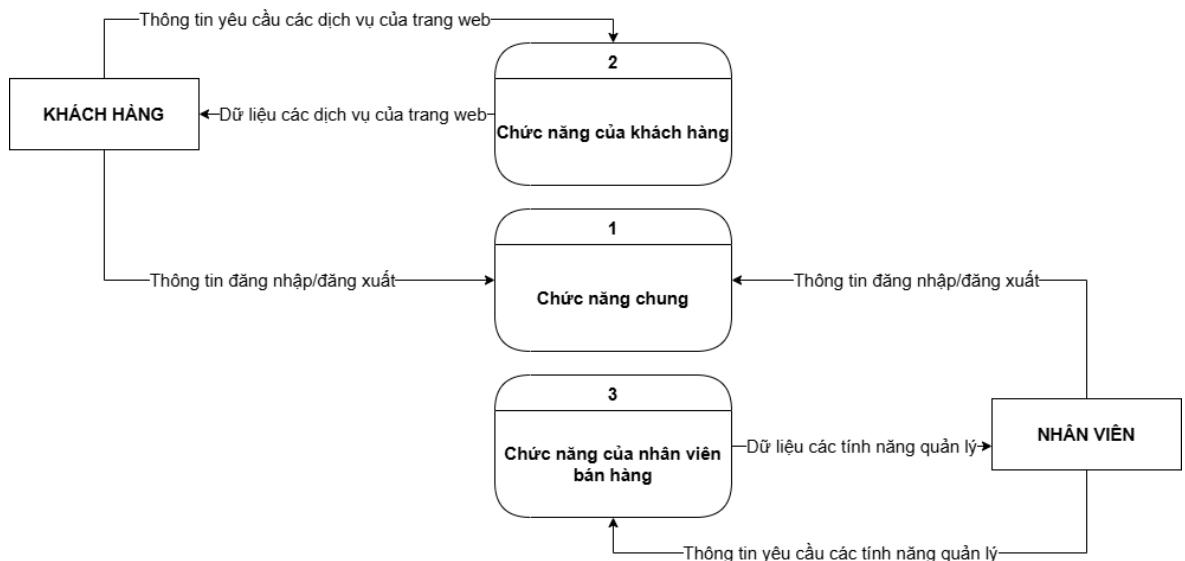
Hình 3. 2. Sơ đồ phân cấp chức năng BFD

3.2.1.1. Mô hình dòng dữ liệu mức cảnh – mức 0



Hình 3. 3. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) mức 0

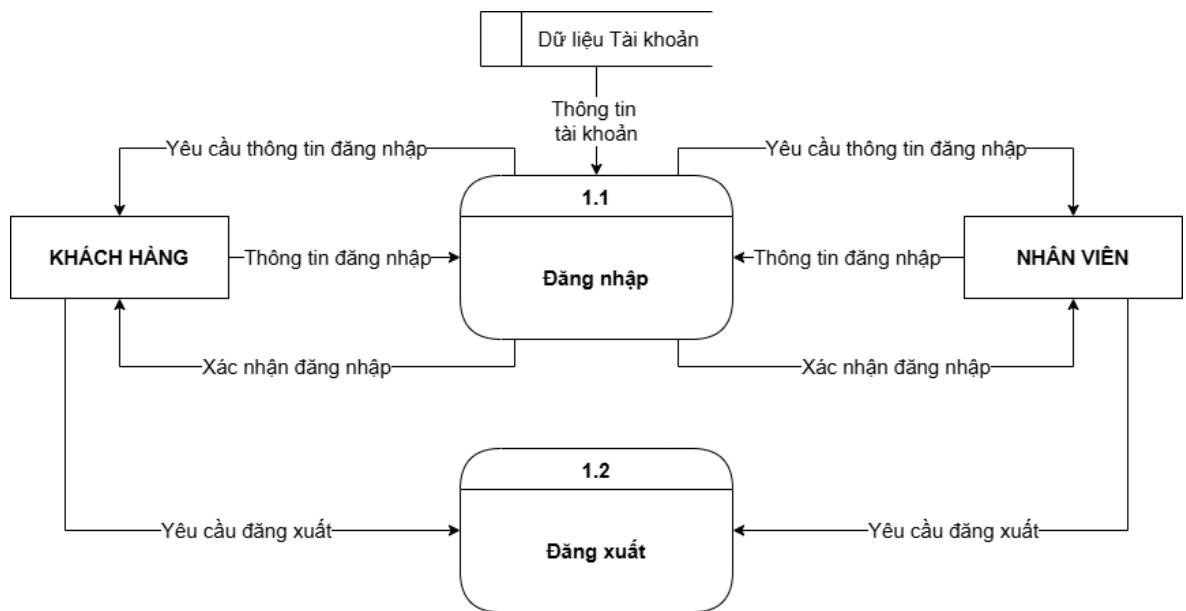
3.2.1.2. Mô hình dòng dữ liệu mức 1



Hình 3. 4. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) mức 1

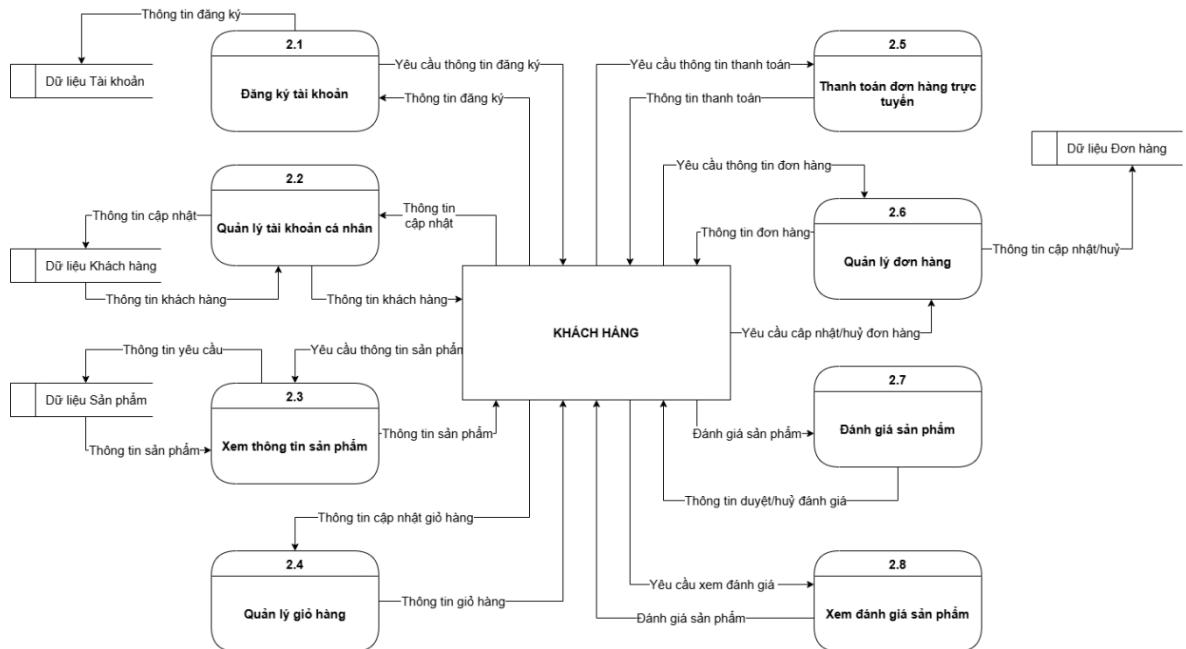
3.2.1.3. Mô hình dòng dữ liệu mức 2

❖ Phân rã từ (1) – Chức năng chung



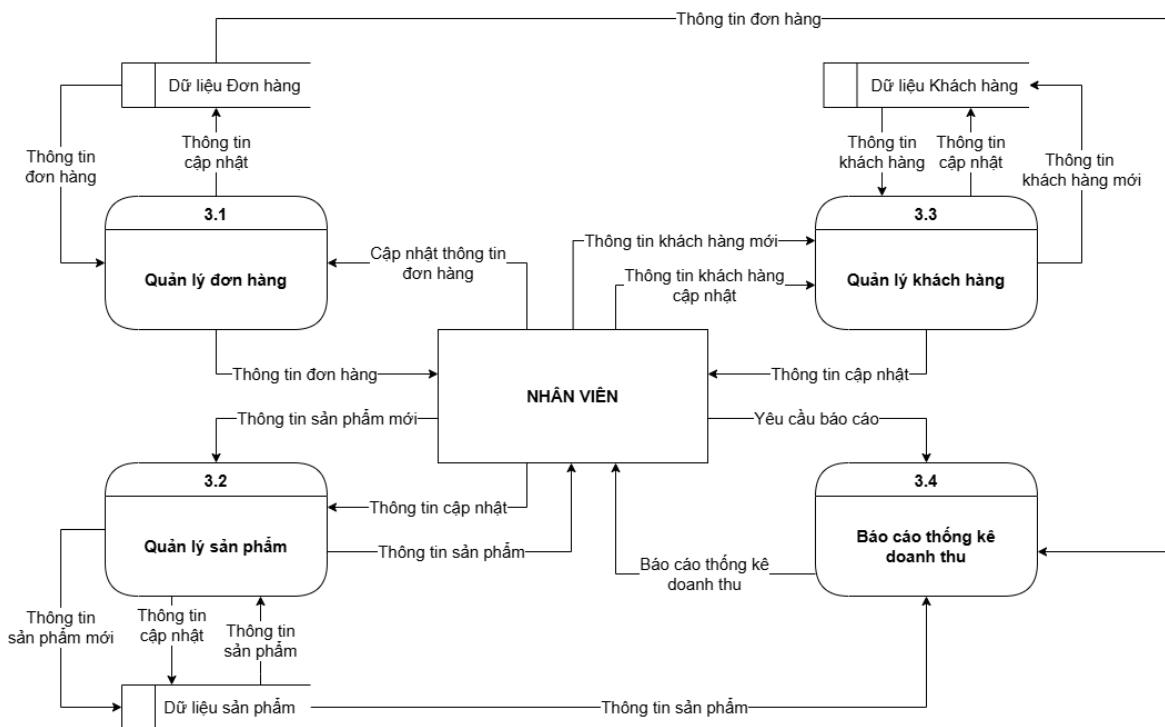
Hình 3. 5. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) Mức 2 – Chức năng chung

❖ Phân rã từ (2) – Chức năng của khách hàng



Hình 3. 6. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) Mức 2 – Chức năng của khách hàng

❖ Phân rã từ (3) – Chức năng của nhân viên



Hình 3.7. Mô hình dòng dữ liệu (DFD) Mức 2 – Chức năng của nhân viên

3.3. Phân tích và thiết kế cơ sở dữ liệu

3.3.1. Thiết kế cơ sở dữ liệu mức quan niệm

3.3.1.1. Các tập thực thể và các bảng thuộc tính

- Tập thực thể Khách hàng (KHACHHANG)

Bảng 3. 3. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể KHACHHANG

STT	Tên thuộc tính	Điễn giải
1	MaKH	Mã khách hàng (thuộc tính định danh)
2	HoKH	Họ khách hàng
3	TenKH	Tên khách hàng
4	NgSinhKH	Ngày sinh của khách hàng
5	GioiTinhKH	Giới tính của khách hàng
6	SdtKH	Số điện thoại khách hàng

7	EmailKH	Email của khách hàng
8	PhuongKH	Địa chỉ phường/xã khách hàng sinh sống
9	QuanKH	Địa chỉ quận/huyện khách hàng sinh sống
10	TinhKH	Địa chỉ tỉnh/thành phố khách hàng sinh sống
11	DiaChiKH	Địa chỉ của khách hàng
12	AvatarKH	Ảnh đại diện account của khách hàng

- Tập thực thể Nhân viên (NHANVIEN)

Bảng 3.4. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể NHANVIEN

STT	Tên thuộc tính	Diễn giải
1	MaNV	Mã nhân viên (thuộc tính định danh)
2	HoNV	Họ nhân viên
3	TenNV	Tên nhân viên
4	NgSinhNV	Ngày sinh của nhân viên
5	GioiTinhNV	Giới tính của nhân viên
6	CCCD	Số căn cước công dân của nhân viên
7	SdtNV	Số điện thoại nhân viên
8	EmailNV	Email của nhân viên
9	PhuongNV	Địa chỉ phường/xã nhân viên sinh sống
10	QuanNV	Địa chỉ quận/huyện nhân viên sinh sống
11	TinhNV	Địa chỉ tỉnh/thành phố nhân viên sinh sống

12	DiaChiNV	Địa chỉ của nhân viên
13	NgayVaoLam	Ngày vào làm của nhân viên

- Tập thực thể Nhóm sản phẩm (NHOMSP)

Bảng 3. 5. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể NHOMSP

STT	Tên thuộc tính	Diễn giải
1	MaNhomaSP	Mã nhóm sản phẩm (thuộc tính định danh)
2	TenNhomaSP	Tên nhóm sản phẩm
3	GhiChu	Ghi chú

- ❖ Tập thực thể Loại sản phẩm (LOAISP)

Bảng 3. 6. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể LOAISP

STT	Tên thuộc tính	Diễn giải
1	MaLoaiSP	Mã loại sản phẩm (thuộc tính định danh)
2	TenLoaiSP	Tên loại sản phẩm
3	GhiChu	Ghi chú

- Tập thực thể Sản phẩm (SANPHAM)

Bảng 3. 7. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể SANPHAM

STT	Tên thuộc tính	Diễn giải
1	MaSP	Mã sản phẩm (thuộc tính định danh)
2	TenSP	Tên sản phẩm
3	GiaNhap	Giá nhập sản phẩm
4	GiaBan	Giá bán của sản phẩm

5	NhaXuatBan	Tên nhà xuất bản sản phẩm
6	NamXuatBan	Năm xuất bản sản phẩm
7	TacGia	Tác giả của sản phẩm
8	HinhSP	Hình ảnh sản phẩm
9	NgayThem	Ngày thêm sản phẩm vào hệ thống
10	MoTa	Mô tả sản phẩm
11	SoLuongTon	Số lượng sản phẩm tồn

- Tập thực thể Đơn đặt hàng (DONHANG)

Bảng 3.8. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể DONHANG

STT	Tên thuộc tính	Điễn giải
1	MaDH	Mã đơn hàng (thuộc tính định danh)
2	NgayDatHang	Ngày tạo đơn hàng
3	NgayGiaoHang	Ngày giao hàng
4	PTVanChuyen	Phương thức vận chuyển đơn hàng cho khách (nhận hàng tại cửa hàng, giao hàng tiết kiệm, giao hàng nhanh)
5	PTTT	Phương thức thanh toán đơn hàng của khách hàng
6	TinhTrang	Tình trạng đơn hàng (đang xử lý, đang giao hàng, giao hàng thành công)
7	TenNguoiNhan	Tên người nhận hàng
8	SdtNguoiNhan	Số điện thoại người nhận hàng
9	EmailNguoiNhan	Email của người nhận hàng

10	PhuongNguoiNhan	Địa chỉ phường/xã người nhận sinh sống
11	QuanNguoiNhan	Địa chỉ quận/huyện người nhận sinh sống
12	TinhNguoiNhan	Địa chỉ tỉnh/thành phố người nhận sinh sống
13	DiaChiNhan	Địa chỉ của người nhận
14	GhiChu	Ghi chú, lời nhắn gửi đến cửa hàng

- Tập thực thể Chi nhánh (CHINHANH)

Bảng 3. 9. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể CHINHANH

STT	Tên thuộc tính	Diễn giải
1	MaCN	Mã chi nhánh (thuộc tính định danh)
2	TenCN	Tên chi nhánh
3	SdtCN	Số điện thoại của chi nhánh
4	DiaChiCN	Địa chỉ của chi nhánh

- Tập thực thể Khuyến mãi (KHUYENMAI)

Bảng 3. 10. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể KHUYENMAI

STT	Tên thuộc tính	Diễn giải
1	MaKM	Mã khuyến mãi (thuộc tính định danh)
2	TenKM	Tên hình thức khuyến mãi
3	TiLeGiam	Tỉ lệ giảm giá (10%, 20%,...)
4	NgayApDung	Ngày áp dụng khuyến mãi
5	NgayKetThuc	Ngày kết thúc khuyến mãi
6	DieuKien	Điều kiện áp dụng khuyến mãi

- Tập thực thể Nhà cung cấp (NHACUNGCAP)

Bảng 3. 11. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể NHACUNGCAP

STT	Tên thuộc tính	Điễn giải
1	MaNCC	Mã nhà cung cấp (thuộc tính định danh)
2	TenNCC	Tên nhà cung cấp
3	DiaChiNCC	Địa chỉ nhà cung cấp
4	SdtNCC	Số điện thoại nhà cung cấp
5	EmailNCC	Email nhà cung cấp
6	Website	Website nhà cung cấp

- Tập thực thể Tài khoản (TAIKHOAN)

Bảng 3. 12. Bảng mô tả thuộc tính của tập thực thể TAIKHOAN

STT	Tên thuộc tính	Điễn giải
1	MaTK	Mã tài khoản (thuộc tính định danh)
2	TenDangNhap	Tên đăng nhập
3	MatKhau	Mật khẩu tài khoản
4	LoaiTK	Loại tài khoản

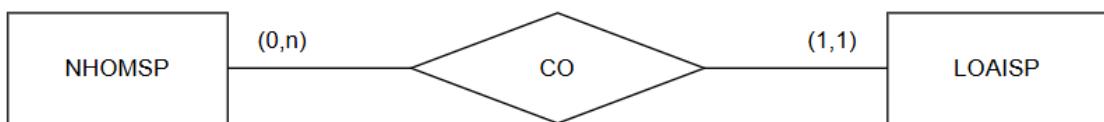
3.3.1.2. Các mối kết hợp giữa các tập thực thể

NHANVIEN [1,1] ↔ [1,n] CHINHANH: Mỗi nhân viên chỉ làm việc ở 1 chi nhánh, mỗi chi nhánh có 1 hoặc nhiều nhân viên làm việc.



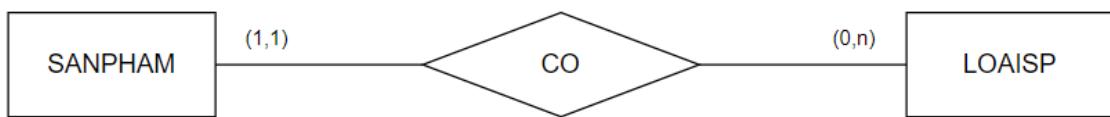
Hình 3. 8. Mối kết hợp giữa NHANVIEN và CHINHANH

NHOMSP [0,n] ↔ [1,1] LOAISP: Mỗi loại sản phẩm chỉ thuộc 1 nhóm sản phẩm, mỗi nhóm sản phẩm có thể không có loại sản phẩm nào hoặc gồm nhiều loại sản phẩm.



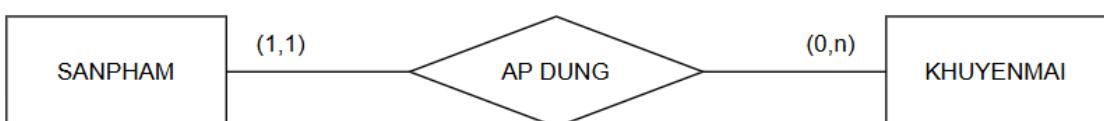
Hình 3. 9. Mối quan hệ giữa NHOMSP và LOAISP

SANPHAM [1,1] ↔ [0,n] LOAISP: Mỗi sản phẩm chỉ thuộc 1 loại sản phẩm, mỗi loại sản phẩm có thể không có sản phẩm nào hoặc gồm nhiều sản phẩm.



Hình 3. 10. Mối quan hệ giữa SANPHAM và LOAISP

SANPHAM [1,1] ↔ [0,n] KHUYENMAI: Mỗi sản phẩm chỉ được áp dụng 1 loại khuyến mãi khi mua hàng, mỗi loại khuyến mãi có thể không áp dụng cho sản phẩm nào hoặc áp dụng cho nhiều sản phẩm.



Hình 3. 11. Mối quan hệ giữa SANPHAM và KHUYENMAI

SANPHAM [1,1] ↔ [0,n] NHACUNGCAP: Mỗi sản phẩm được cung cấp bởi một nhà cung cấp. Mỗi nhà cung cấp có thể cung cấp một hoặc nhiều sản phẩm.



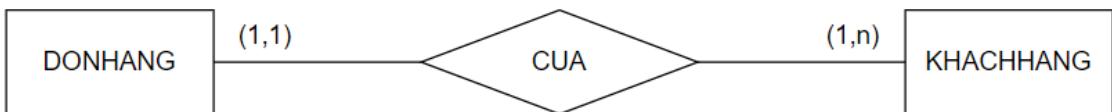
Hình 3. 12. Mối quan hệ giữa SANPHAM và NHACUNGCAP

NHANVIEN [0,n] \leftrightarrow [1,1] DONHANG: Mỗi nhân viên có thể không tạo ra đơn hàng nào hoặc có thể tạo ra nhiều đơn hàng, mỗi đơn hàng do duy nhất một nhân viên tạo ra.



Hình 3. 13. Mối quan hệ giữa NHANVIEN và DONHANG

KHACHHANG [0,n] \leftrightarrow [1,1] DONHANG: Mỗi khách hàng có thể mua 1 hoặc nhiều đơn hàng, mỗi đơn hàng của duy nhất một khách hàng.



Hình 3. 14. Mối quan hệ giữa KHACHHANG và DONHANG

DONHANG [1,1] \leftrightarrow [0,n] CHINHANH: Mỗi đơn hàng chỉ thuộc 1 chi nhánh, mỗi chi nhánh có thể không có hoặc có nhiều đơn hàng.



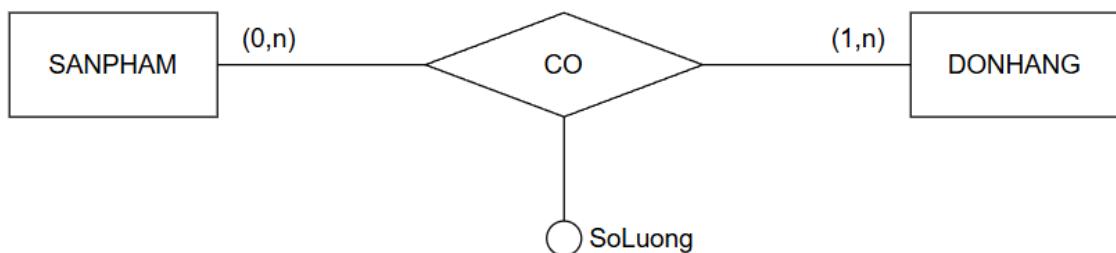
Hình 3. 15. Mối quan hệ giữa DONHANG và CHINHANH

DONHANG [1,1] \leftrightarrow [0,n] KHUYENMAI: Mỗi đơn hàng chỉ được áp dụng 1 khuyến mãi, mỗi khuyến mãi có thể áp dụng nhiều đơn hàng.



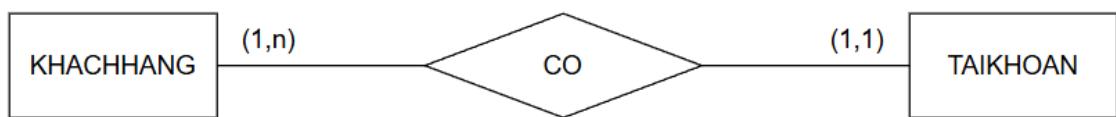
Hình 3. 16. Mối quan hệ giữa DONHANG và KHUYENMAI

SANPHAM [0,n] ↔ [1,n] DONHANG: Mỗi sản phẩm có thể không thuộc đơn hàng nào hoặc thuộc nhiều đơn hàng, mỗi đơn hàng gồm 1 hoặc nhiều sản phẩm, lưu lại thông tin số lượng mỗi sản phẩm trong mỗi đơn hàng (SoLuong).



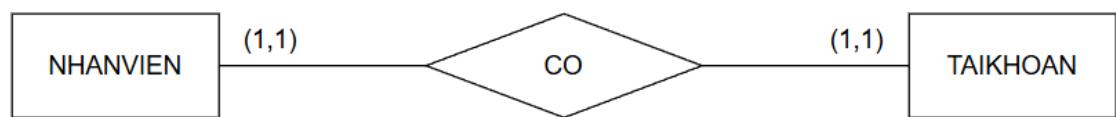
Hình 3. 17. Mối quan hệ giữa SANPHAM và DONHANG

KHACHHANG [1,n] ↔ [1,1] TAIKHOAN: Mỗi khách hàng có thể mở nhiều tài khoản với các số điện thoại khác nhau, mỗi tài khoản của duy nhất một khách hàng.



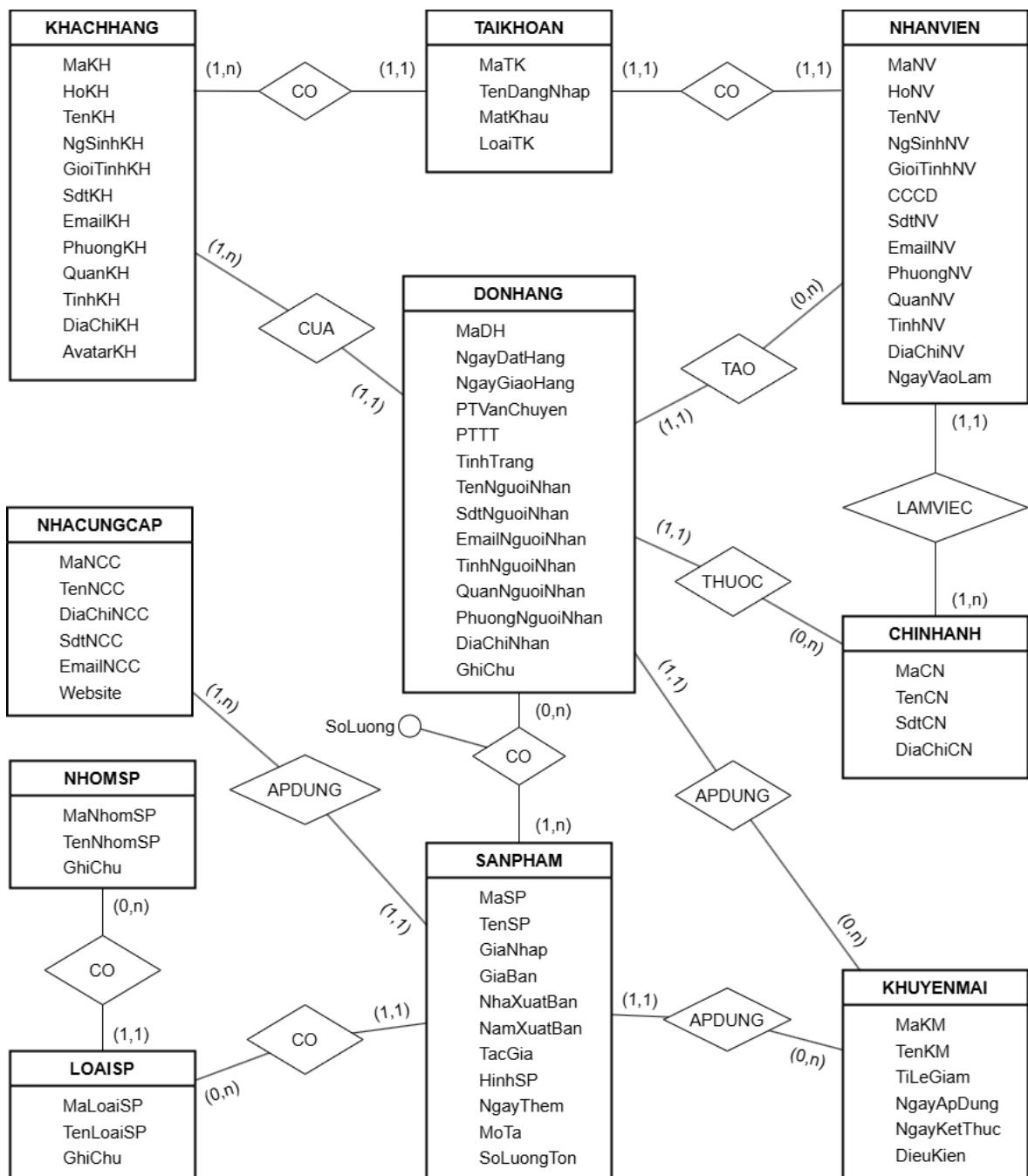
Hình 3. 18. Mối quan hệ giữa KHACHHANG và TAIKHOAN

NHANVIEN [1,n] ↔ [1,1] TAIKHOAN: Mỗi nhân viên được cấp một tài khoản duy nhất, mỗi tài khoản của duy nhất một nhân viên.



Hình 3. 19. Mối quan hệ giữa NHANVIEN và TAIKHOAN

3.3.1.3. Mô hình thực thể kết hợp ERD



Hình 3. 20. Mô hình thực thể kết hợp (ERD)

3.3.2. Thiết kế cơ sở dữ liệu mức logic

3.3.2.1. Lược đồ quan hệ

- **KHACHHANG** (MaKH, HoKH, TenKH, NgSinhKH, GioiTinhKH, SdtKH, EmailKH, PhuongKH, QuanKH, TinhKH, DiaChiKH, Avatar)

- **NHANVIEN** (MaNV, HoNV, TenNV, NgSinhNV, GioiTinhNV, CCCD, SdtNV, EmailNV, PhuongNV, QuanNV, TinhNV, DiaChiNV, NgayVaoLam, MaCN)
- **SANPHAM** (MaSP, TenSP, GiaNhap, GiaBan, NhaXuatBan, NamXuatBan, TacGia, HinhSP, NgayThem, MoTa, SoLuongTon, MaLoaiSP, MaKM, MaNCC)
- **NHOMSP** (MaNhomSP, TenNhomSP, GhiChu)
- **LOAISP** (MaLoaiSP, TenLoaiSP, GhiChu, MaNhomSP)
- **DONHANG** (MaDH, NgayDatHang, NgayGiaoHang, PTVanChuyen, PTTT, TinhTrang, MaNV, MaKH, MaCN, MaKM, TenNguoiNhan, SdtNguoiNhan, EmailNguoiNhan, TinhNguoiNhan, QuanNguoiNhan, PhuongNguoiNhan, DiaChiNhan, GhiChu)
- **CTDONHANG** (MaDH, MaSP, SoLuong)
- **CHINHANH** (MaCN, TenCN, SdtCN, DiaChiCN)
- **KHUYENMAI** (MaKM, TenKM, TiLeGiam, NgayApDung, NgayKetThuc, DieuKien)
- **NHACUNGCAP** (MaNCC, TenNCC, DiaChiNCC, SdtNCC, EmailNCC, Website)
- **TAIKHOAN** (MaTK, TenDangNhap, MatKhau, LoaiTK, MaKH, MaNV)

3.3.2.2. Các thuộc tính và miền giá trị

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ KHACHHANG

Bảng 3. 13. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ KHACHHANG

Thuộc tính	Miền giá trị
MaKH	Chuỗi không dấu, có đúng 10 ký tự
HoKH	Chuỗi có dấu, tối đa 30 ký tự

TenKH	Chuỗi có dấu, tối đa 7 ký tự
NgSinhKH	Thời gian
GioiTinhKH	Chuỗi có dấu, tối đa 3 ký tự, nằm trong tập {"Nam", "Nữ"}
SdtKH	Chuỗi ký tự, đúng 10 ký tự
EmailKH	Chuỗi không dấu, tối đa 50 ký tự
PhuongKH	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
QuanKH	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
TinhKH	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
DiaChiKH	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
Avatar	Chuỗi không dấu, tối đa 100 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHANVIEN

Bảng 3. 14. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHANVIEN

Thuộc tính	Miền giá trị
MaNV	Chuỗi không dấu, đúng 6 ký tự
HoNV	Chuỗi có dấu, tối đa 30 ký tự
TenNV	Chuỗi có dấu, tối đa 7 ký tự
NgSinhNV	Thời gian
GioiTinhNV	Chuỗi có dấu, tối đa 3 ký tự, nằm trong tập {"Nam", "Nữ"}
CCCD	Chuỗi số, có đúng 12 ký tự
SdtNV	Chuỗi ký tự, đúng 10 ký tự
EmailNV	Chuỗi không dấu, tối đa 50 ký tự
PhuongNV	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự

QuanNV	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
TinhNV	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
DiaChiNV	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
NgayVaoLam	Thời gian
MaCN	Chuỗi không dấu, tối đa 5 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHOMSP

Bảng 3. 15. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHOMSP

Thuộc tính	Miền giá trị
MaNhomSP	Chuỗi không dấu, tối đa 3 ký tự
TenNhomSP	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
GhiChu	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ LOAISP

Bảng 3. 16. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ LOAISP

Thuộc tính	Miền giá trị
MaLoaiSP	Chuỗi không dấu, tối đa 3 ký tự
TenLoaiSP	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
GhiChu	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự
MaNhomSP	Chuỗi không dấu, tối đa 3 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ SANPHAM

Bảng 3. 17. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ SANPHAM

Thuộc tính	Miền giá trị
MaSP	Chuỗi không dấu, tối đa 8 ký tự

TenSP	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự
GiaNhap	Số thực
GiaBan	Số thực
NhaXuatBan	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự
NamXuatBan	Số nguyên
TacGia	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
HinhSP	Chuỗi không dấu, tối đa 100 ký tự
NgayThem	Thời gian
MoTa	Chuỗi có dấu
SoLuongTon	Số nguyên
MaLoaiSP	Chuỗi không dấu, tối đa 3 ký tự
MaKM	Chuỗi không dấu, tối đa 4 ký tự
MaNCC	Chuỗi không dấu tối đa 5 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ DONHANG

Bảng 3. 18. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ DONHANG

Thuộc tính	Miền giá trị
MaDH	Chuỗi không dấu, đúng 8 ký tự
NgayDatHang	Thời gian
NgayGiaoHang	Thời gian
PTVanChuyen	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự
PTTT	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự

TinhTrang	Chuỗi có dấu, tối đa 30 ký tự, nằm trong tập {"Đang xử lý", "Đang giao hàng", "Giao hàng thành công"}
MaNV	Chuỗi không dấu, đúng 6 ký tự
MaKH	Chuỗi không dấu, đúng 10 ký tự
MaCN	Chuỗi không dấu, tối đa 5 ký tự
MaKM	Chuỗi không dấu, tối đa 4 ký tự
TenNguoiNhan	Chuỗi có dấu, tối đa 30 ký tự
SdtNguoiNhan	Chuỗi ký tự, đúng 10 ký tự
EmailNguoiNhan	Chuỗi không dấu, tối đa 50 ký tự
PhuongNguoiNhan	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
QuanNguoiNhan	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
TinhNguoiNhan	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
DiaChiNguoiNhan	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
GhiChu	Chuỗi có dấu

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ CTDONHANG

Bảng 3. 19. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ CTDONHANG

Thuộc tính	Miền giá trị
MaDH	Chuỗi không dấu, đúng 8 ký tự
MaSP	Chuỗi không dấu, đúng 8 ký tự
SoLuong	Số nguyên

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ CHINHANH

Bảng 3. 20. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ CHINHANH

Thuộc tính	Miền giá trị
MaCN	Chuỗi không dấu, tối đa 5 ký tự
TenCN	Chuỗi có dấu, tối đa 50 ký tự
SdtCN	Chuỗi ký tự số, đúng 9 ký tự
DiaChiCN	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ KHUYENMAI

Bảng 3. 21. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ KHUYENMAI

Thuộc tính	Miền giá trị
MaKM	Chuỗi không dấu, tối đa 4 ký tự
TenKM	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự
TiLeGiam	Số thực
NgayApDung	Thời gian
NgayKetThuc	Thời gian
DieuKien	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHACUNGCAP

Bảng 3. 22. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ NHACUNGCAP

Thuộc tính	Miền giá trị
MaNCC	Chuỗi không dấu, tối đa 5 ký tự
TenNCC	Chuỗi có dấu, tối đa 100 ký tự
DiaChiNCC	Chuỗi có dấu, tối đa 200 ký tự
SdtNCC	Chuỗi ký tự, tối đa 10 ký tự

EmailNCC	Chuỗi không dấu, tối đa 100 ký tự
Website	Chuỗi không dấu, tối đa 200 ký tự

- Thuộc tính và miền giá trị của quan hệ TAIKHOAN

Bảng 3. 23. Bảng thuộc tính và miền giá trị của quan hệ TAIKHOAN

Thuộc tính	Miền giá trị
MaTK	Chuỗi không dấu, tối đa 5 ký tự
TenDangNhap	Chuỗi có dấu, tối đa 30 ký tự
MatKhau	Chuỗi không dấu, tối đa 30 ký tự
LoaiTK	Chuỗi có dấu, tối đa 10 ký tự
MaKH	Chuỗi không dấu, tối đa 10 ký tự
MaNV	Chuỗi không dấu, tối đa 6 ký tự

3.3.2.3. Mô hình cơ sở dữ liệu mức logic

Đường dẫn đến Lược đồ CSDL:

<https://drive.google.com/file/d/1OGHtZ3m1ttfUNmn1qA94AZutcYfyjHFU/view?usp=sharing>



Hình 3. 21. Lược đồ CSDL

3.3.3. Thiết kế cơ sở dữ liệu mức vật lý và cài đặt cơ sở dữ liệu

3.3.3.1. Mô tả cấu trúc bảng

- Bảng KHACHHANG

Bảng 3. 24. Bảng KHACHHANG

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaKH	Mã khách hàng	varchar	10	Primary key
HoKH	Họ khách hàng	nvarchar	30	NOT NULL
TenKH	Tên khách hàng	nvarchar	7	NOT NULL
NgSinhKH	Ngày sinh khách hàng	date		
GioiTinhKH	Giới tính khách hàng	nvarchar	3	
SdtKH	Số điện thoại khách hàng	varchar	10	NOT NULL
EmailKH	Email khách hàng	varchar	50	
TinhKH	Tỉnh/Thành phố khách hàng	nvarchar	50	
QuanKH	Quận/Huyện khách hàng	nvarchar	50	
PhuongKH	Phường/Xã khách hàng	nvarchar	50	

DiaChiKH	Địa chỉ khách hàng	nvarchar	50	
Avatar	Ảnh đại diện tài khoản khách hàng	varchar	100	

- Bảng NHANVIEN

Bảng 3. 25. Bảng NHANVIEN

Tên thuộc tính	Diễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaNV	Mã nhân viên	varchar	6	Primary key
HoNV	Họ nhân viên	nvarchar	30	NOT NULL
TenNV	Tên nhân viên	nvarchar	7	NOT NULL
NgSinhNV	Ngày sinh nhân viên	date		NOT NULL
GioiTinhNV	Giới tính nhân viên	nvarchar	3	NOT NULL
CCCD	Căn cước công dân của nhân viên	char	12	NOT NULL
SdtNV	Số điện thoại nhân viên	varchar	10	NOT NULL
EmailNV	Email nhân viên	varchar	50	NOT NULL
TinhNV	Tỉnh/Thành phố nhân viên	nvarchar	50	NOT NULL
QuanNV	Quận/Huyện nhân viên	nvarchar	50	NOT NULL

PhuongNV	Phường/Xã nhân viên	nvarchar	50	NOT NULL
DiaChiNV	Địa chỉ nhân viên	nvarchar	50	NOT NULL
NgayVaoLam	Ngày vào làm của nhân viên	date		NOT NULL
MaCN	Mã chi nhánh	varchar	5	Foreign key

- Bảng SANPHAM

Bảng 3. 26. Bảng SANPHAM

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaSP	Mã sản phẩm	varchar	8	Primary key
TenSP	Tên sản phẩm	nvarchar	100	NOT NULL
GiaNhap	Giá nhập	float		NOT NULL
GiaBan	Giá bán	float		NOT NULL
NhaXuatBan	Nhà xuất bản	nvarchar	100	
NamXuatBan	Năm xuất bản	int		
TacGia	Tác giả	nvarchar	50	
HinhSP	Hình ảnh sản phẩm	varchar	100	
NgayThem	Ngày thêm sản phẩm	datetime		
MoTa	Mô tả sản phẩm	nvarchar	max	

SoLuongTon	Số lượng tồn	int		
MaLoaiSP	Mã loại sản phẩm	varchar	3	Foreign key
MaKM	Mã khuyến mãi	varchar	4	Foreign key
MaNCC	Mã nhà cung cấp	varchar	5	Foreign key

- Bảng NHOMSP

Bảng 3. 27. Bảng NHOMSP

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaNhomsP	Mã nhóm sản phẩm	varchar	3	Primary key
TenNhomsP	Tên nhóm sản phẩm	nvarchar	50	NOT NULL
Ghichu	Ghi chú	nvarchar	100	

- Bảng LOAISP

Bảng 3. 28. Bảng LOAISP

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaLoaiSP	Mã loại sản phẩm	varchar	3	Primary key
TenLoaiSP	Tên loại sản phẩm	nvarchar	50	NOT NULL
Ghichu	Ghi chú	nvarchar	100	
MaNhomsP	Mã nhóm sản phẩm	varchar	3	Foreign key

- Bảng DONHANG

Bảng 3. 29. Bảng DONHANG

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaDH	Mã đơn hàng	varchar	8	Primary key
NgayDatHang	Ngày đặt hàng	date		NOT NULL
NgayGiaoHang	Ngày nhận hàng	date		
PTVanChuyen	Phương thức vận chuyển	nvarchar	30	
PTTT	Phương thức thanh toán	nvarchar	30	
TinhTrang	Tình trạng đơn hàng	nvarchar	30	
MaNV	Mã nhân viên	varchar	6	Foreign key
MaKH	Mã khách hàng	varchar	10	Foreign key
MaCN	Mã chi nhánh	varchar	5	Foreign key
MaKM	Mã khuyến mãi	varchar	4	Foreign key
TenNguoiNhan	Tên người nhận	nvarchar	30	NOT NULL
SdtNguoiNhan	Số điện thoại người nhận	varchar	10	NOT NULL

EmailNguoiNhan	Email người nhận	varchar	50	NOT NULL
TinhNguoiNhan	Tỉnh/Thành phố người nhận	nvarchar	50	NOT NULL
QuanNguoiNhan	Quận/Huyện người nhận	nvarchar	50	NOT NULL
PhuongNguoiNhan	Phường/Xã người nhận	nvarchar	50	NOT NULL
DiaChiNhan	Địa chỉ người nhận	nvarchar	50	NOT NULL
GhiChu	Ghi chú	nvarchar	max	

- Bảng CTDONHANG

Bảng 3. 30. Bảng CTDONHANG

Tên thuộc tính	Diễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaDH	Mã hóa đơn	varchar	8	Foreign key
MaSP	Mã sản phẩm	varchar	8	Foreign key
MaSP, MaDH				Primary key
SoLuong	Số lượng	integer		NOT NULL

- Bảng CHINHANH

Bảng 3. 31. Bảng CHINHANH

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaCN	Mã chi nhánh	varchar	5	Primary key
TenCN	Tên chi nhánh	nvarchar	50	NOT NULL
SdtCN	Số điện thoại chi nhánh	varchar	9	NOT NULL
DiachiCN	Địa chỉ chi nhánh	nvarchar	100	NOT NULL

- Bảng KHUYENMAI

Bảng 3. 32. Bảng KHUYENMAI

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaKM	Mã khuyến mãi	varchar	4	Primary key
TenKM	Tên khuyến mãi	nvarchar	100	NOT NULL
TiLeGiam	Tỉ lệ giảm	float		NOT NULL
NgayApDung	Ngày áp dụng	date		NOT NULL
NgayKetThuc	Ngày kết thúc	date		NOT NULL
DieuKien	Điều kiện áp dụng khuyến mãi	nvarchar	100	

- Bảng NHACUNGCAP

Bảng 3. 33. Bảng NHACUNGCAP

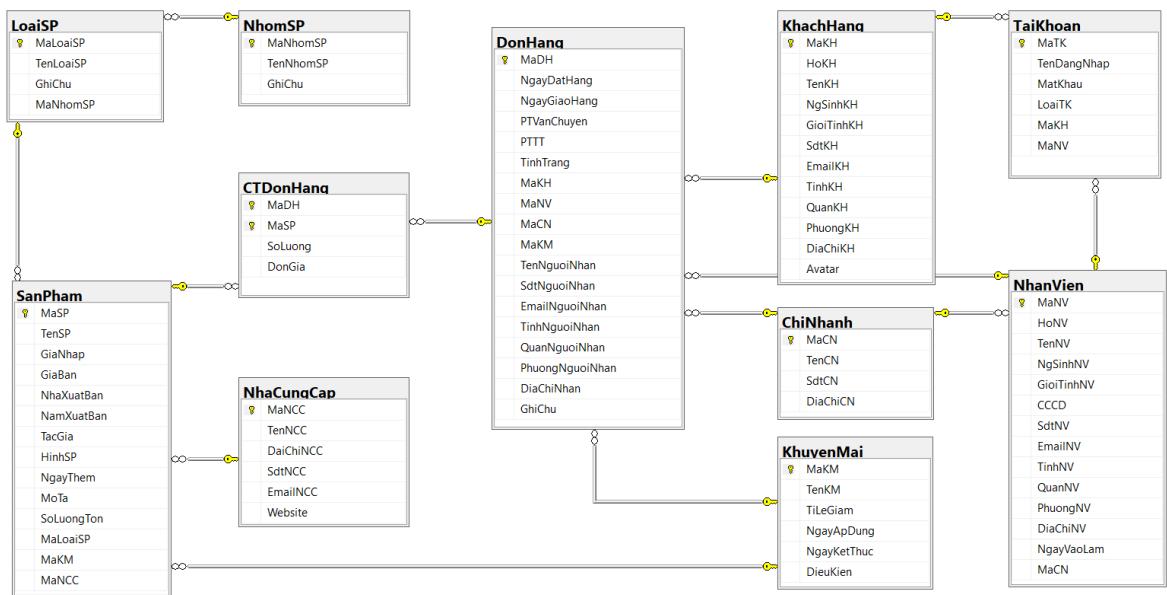
Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaNCC	Mã nhà cung cấp	varchar	5	Primary key
TenNCC	Tên nhà cung cấp	nvarchar	100	
DiaChiNCC	Địa chỉ nhà cung cấp	Nvarchar	200	
SdtNCC	Số điện thoại nhà cung cấp	varchar	10	
EmailNCC	Email nhà cung cấp	varchar	100	
Website	Website nhà cung cấp	varchar	200	

- Bảng TAIKHOAN

Bảng 3. 34. Bảng TAIKHOAN

Tên thuộc tính	Điễn giải	Kiểu dữ liệu	Chiều dài	Ràng buộc
MaTK	Mã tài khoản	varchar	5	Primary key
TenDangNhap	Tên đăng nhập	nvarchar	30	NOT NULL
MatKhau	Mật khẩu tài khoản	varchar	30	NOT NULL
LoaiTK	Loại tài khoản	nvarchar	10	NOT NULL
MaKH	Mã khách hàng	varchar	10	
MaNV	Mã nhân viên	varchar	6	

3.3.3.2. Relationship Diagram



Hình 3. 22. Relationship Diagram

CHƯƠNG 4: THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

4.1. Chức năng dành cho khách hàng

4.1.1. Giao diện đăng nhập

Khách hàng xem Trang chủ, xem sản phẩm trên website Fahasa có thể không cần đăng ký tài khoản người dùng, nhưng nếu khách hàng muốn mua hàng thì phải có tài khoản người dùng để có thể tiến hành đặt hàng.

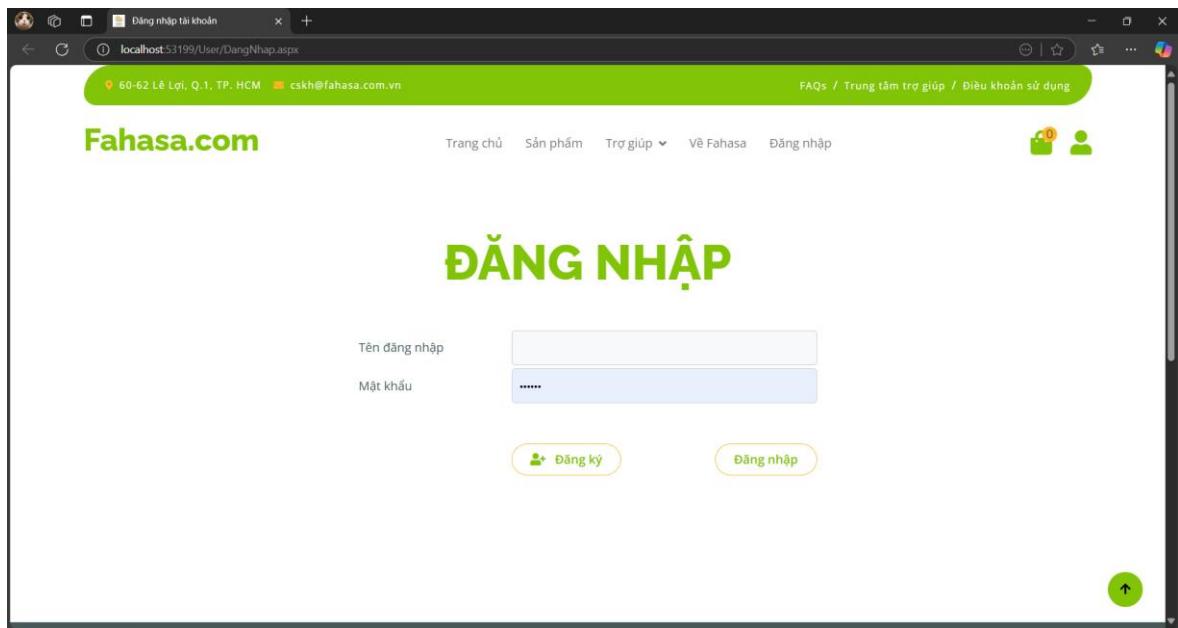
Để đăng nhập tài khoản người dùng, khách hàng chọn nút “Đăng nhập” trên thanh Menu để đến trang Đăng nhập tài khoản.

Khách hàng điền các thông tin Tên đăng nhập và Mật khẩu để đăng nhập vào trang web. Khách hàng nhấn nút “Đăng nhập”, hệ thống sẽ kiểm tra thông tin khách hàng có chính xác hay không. Nếu thông tin đăng nhập chính xác, khách hàng được điều hướng đến Trang chủ.

Hiện tại, chương trình đã cài đặt sẵn tài khoản đăng nhập cho khách hàng.

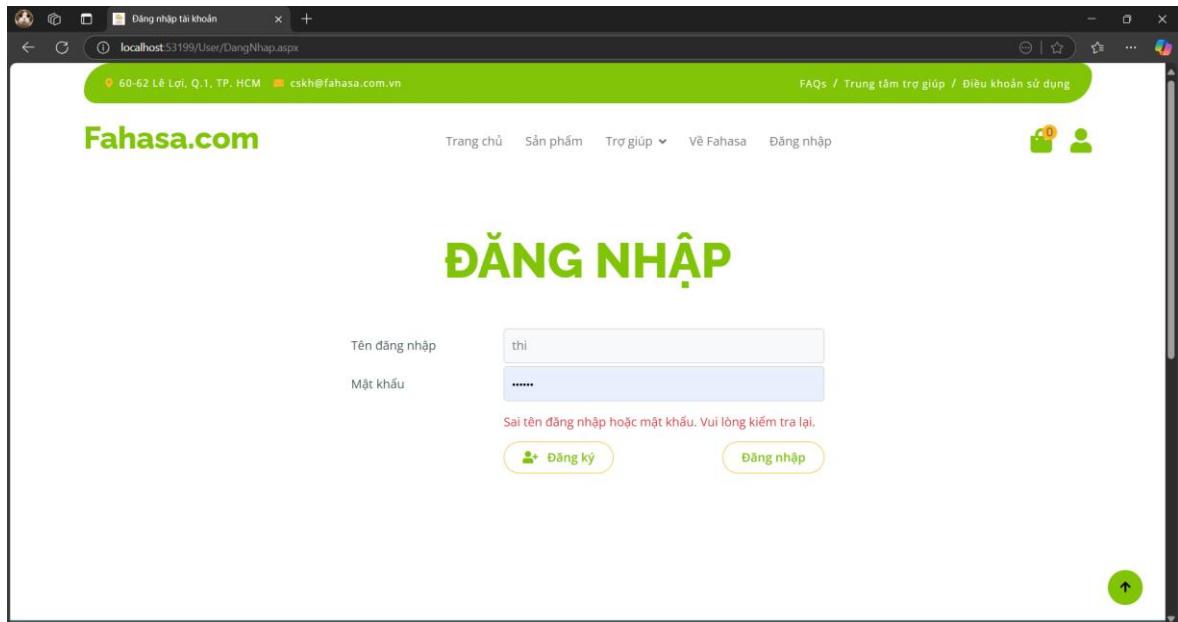
Bảng 4. 1. Tài khoản khách hàng

Tên đăng nhập	Mật khẩu	Loại tài khoản
User	222222	Khách hàng



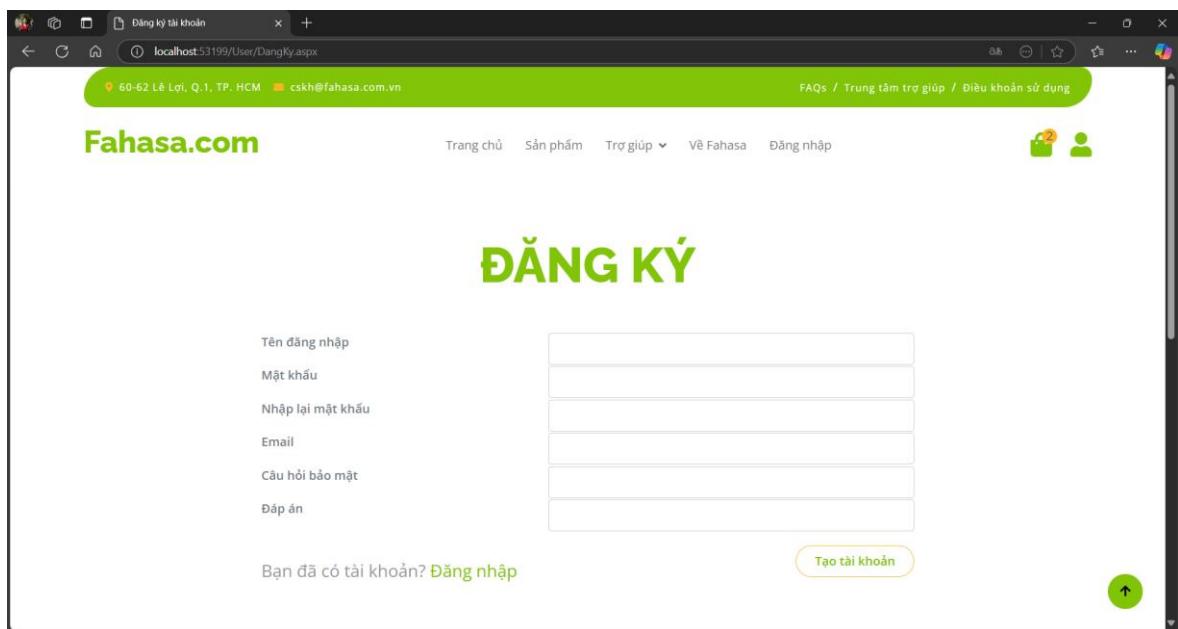
Hình 4. 1. Giao diện trang Đăng nhập của website Fahasa (1)

Khi thông tin đăng nhập không chính xác hoặc khách hàng chưa có tài khoản người dùng, trang web sẽ hiển thị thông báo đến khách hàng. Nếu chưa có tài khoản người dùng, khách hàng nhấp nút “Đăng ký” để tiến hành tạo tài khoản người dùng để phục vụ việc mua sắm thuận tiện hơn cũng như có thể trải nghiệm các chính sách hỗ trợ, ưu đãi của cửa hàng.



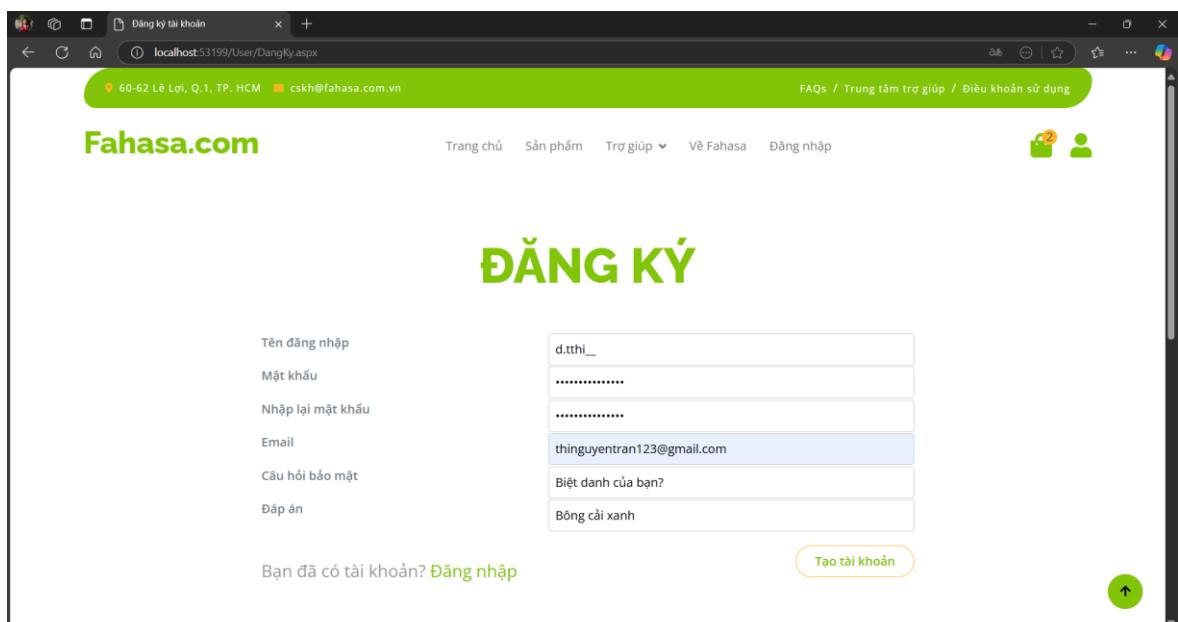
Hình 4. 2. Giao diện trang Đăng nhập của website Fahasa (2)

4.1.2. Giao diện đăng ký



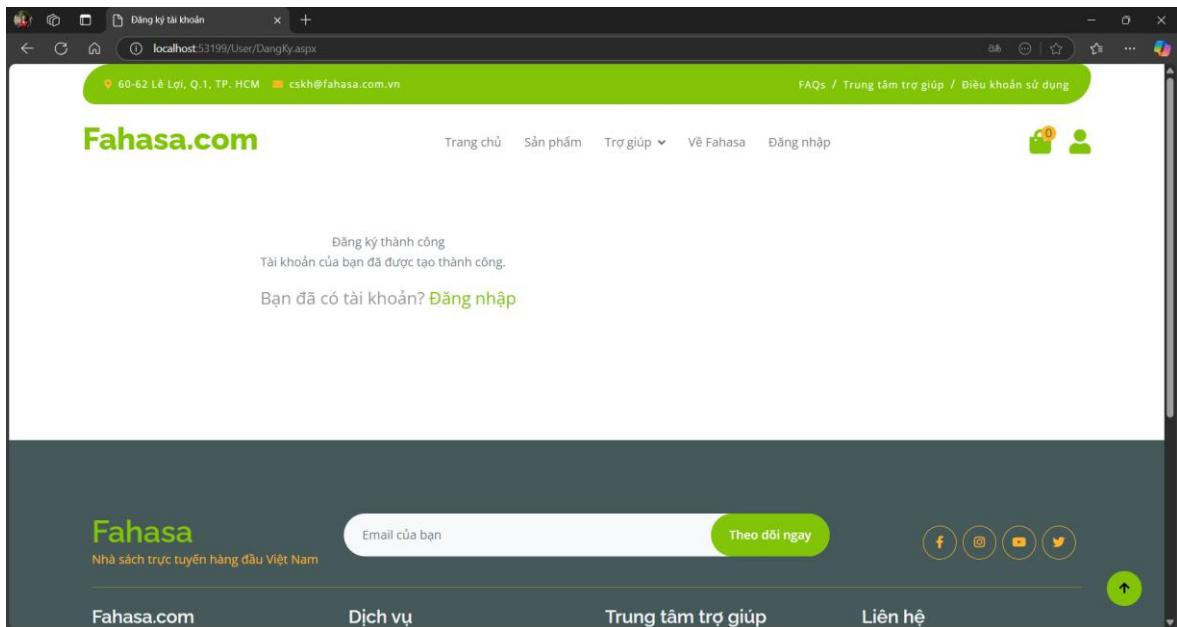
Hình 4. 3. Giao diện trang Đăng ký của website Fahasa (1)

Khách hàng muốn đăng ký tài khoản người dùng thì điền đầy đủ các thông tin website yêu cầu tại trang Đăng ký.



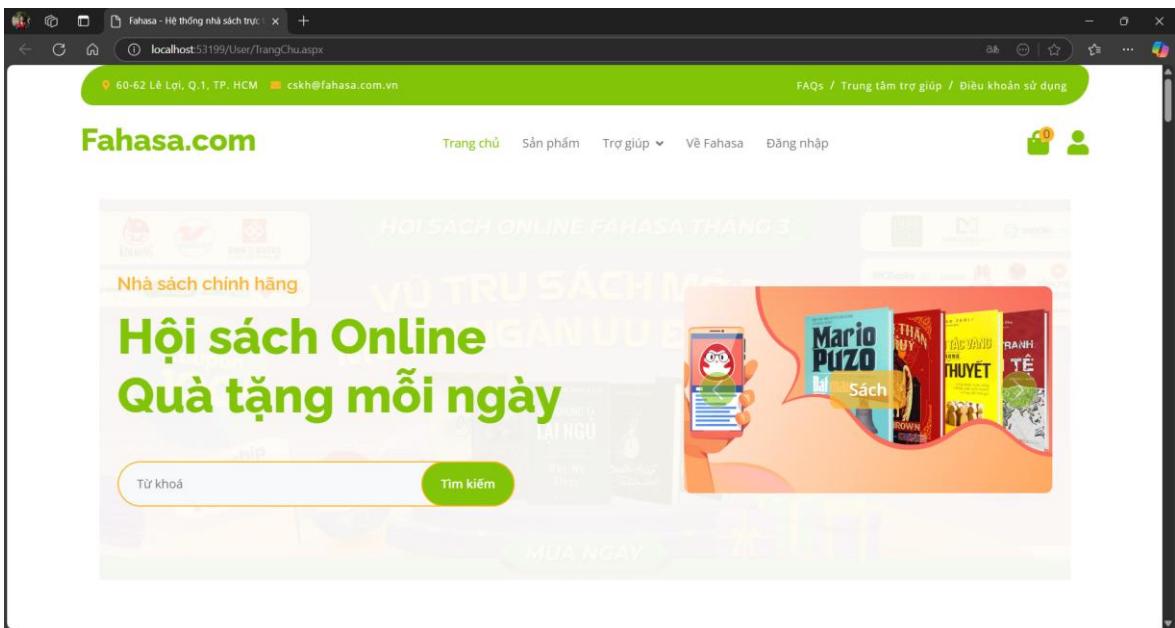
Hình 4. 4. Giao diện trang Đăng ký của website Fahasa (2)

Sau khi điền xong thông tin, khách hàng nhấn nút “Tạo tài khoản”. Lúc này, hệ thống sẽ kiểm tra thông tin đăng ký có bị trùng với các tài khoản đã có hoặc thông tin đăng ký có đúng hay không. Sau khi kiểm tra nếu đúng thì trang web thông báo khách hàng đã đăng ký tài khoản thành công. Khách hàng bấm nút “Đăng nhập” để có thể trở lại trang Đăng nhập và thực hiện việc mua sắm của mình.



Hình 4. 5. Giao diện trang Đăng ký của website Fahasa (3)

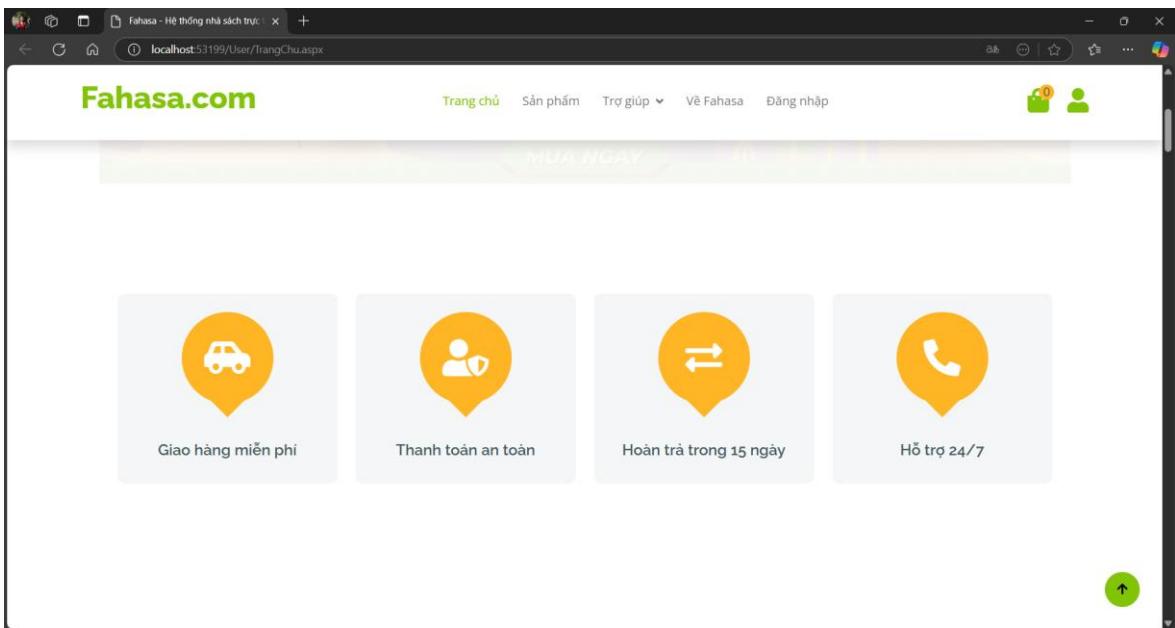
4.1.3. Giao diện trang chủ



Hình 4. 6. Giao diện trang chủ của website Fahasa (1)

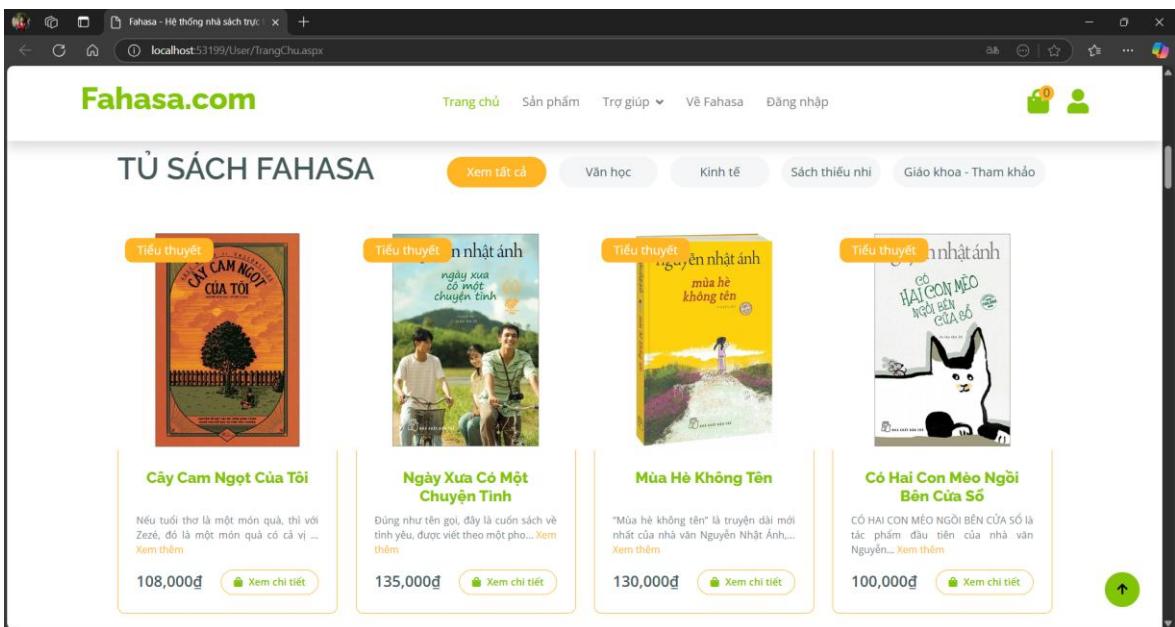
Trang chủ website Fahasa được thiết kế với tông màu xanh lá chủ đạo, bắt mắt và sang trọng. Banner giới thiệu chương trình khuyến mãi hot gần đây của nhà sách Fahasa, đồng thời giới thiệu dòng sản phẩm kinh doanh của nhà sách là Sách và Văn phòng phẩm. Ở trong đề tài này chỉ tập trung vào dòng sản phẩm Sách.

Trên thanh Menu chính cung cấp một số chức năng cơ bản phục vụ cho quá trình mua hàng của khách hàng, gồm chức năng điều hướng đến trang Sản phẩm, Trợ giúp (không tập trung xây dựng trang chức năng này), Về Fahasa (giới thiệu Fahasa), Đăng nhập và 2 nút icon điều hướng đến trang Giỏ hàng và Trang cá nhân (không xây dựng trang này).



Hình 4. 7. Giao diện trang chủ của website Fahasa (2)

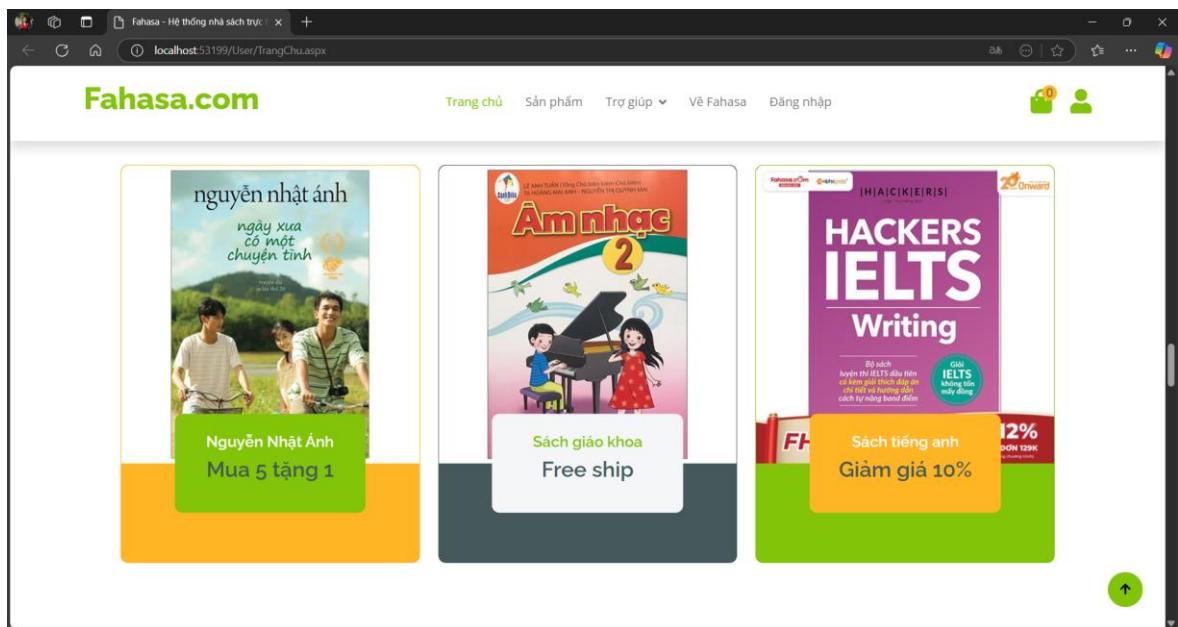
Phía dưới Banner là phần giới thiệu một số lợi ích của Fahasa khi người dùng mua hàng tại nhà sách.



Hình 4. 8. Giao diện trang chủ của website Fahasa (3)

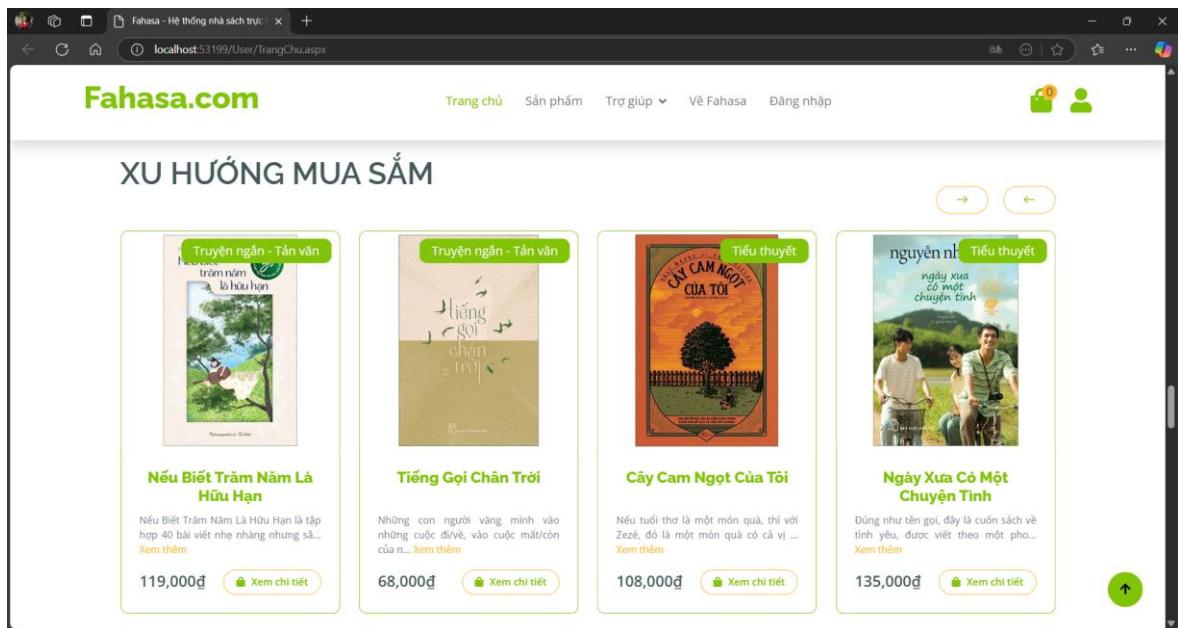
Tủ sách Fahasa là phần trưng bày các sản phẩm của nhà sách. Catalogy của trang hiển thị các nhóm sản phẩm. Khi chọn nhóm sản phẩm bất kỳ thì trang hiển thị các sản phẩm thuộc nhóm tương ứng. Trên mỗi thẻ hiển thị sản phẩm có gắn các tag

loại sản phẩm để người dùng dễ phân biệt sách đó thuộc thể loại nào. Khi bấm vào nút “Xem chi tiết” trên mỗi thẻ sản phẩm, website sẽ hiển thị trang Thông tin chi tiết của sản phẩm đó.



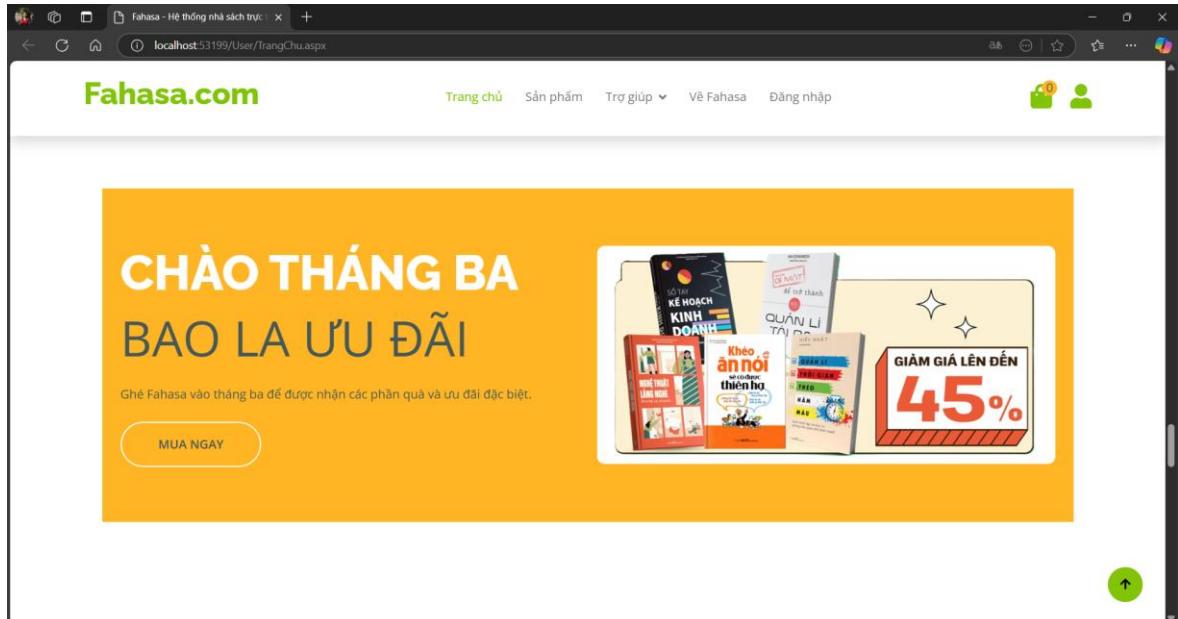
Hình 4. 9. Giao diện trang chủ của website Fahasa (4)

Phía dưới Tủ sách Fahasa là các chương trình khuyến mãi gần đây của Fahasa. Đây là một chiến lược marketing hiệu quả giúp thu hút khách hàng và tăng doanh số bán hàng.



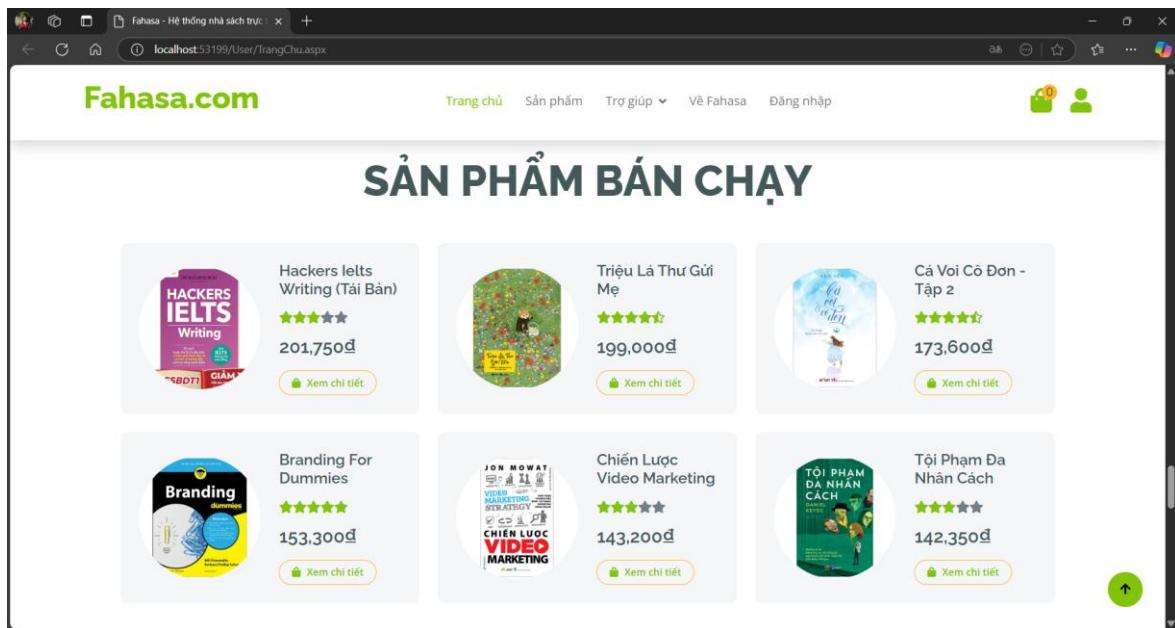
Hình 4. 10. Giao diện trang chủ của website Fahasa (5)

Xu hướng mua sắm là phần hiển thị các sản phẩm được tìm kiếm nhiều trong thời gian gần đây, có 2 nút điều hướng để dải sản phẩm chạy qua chạy lại màn hình.



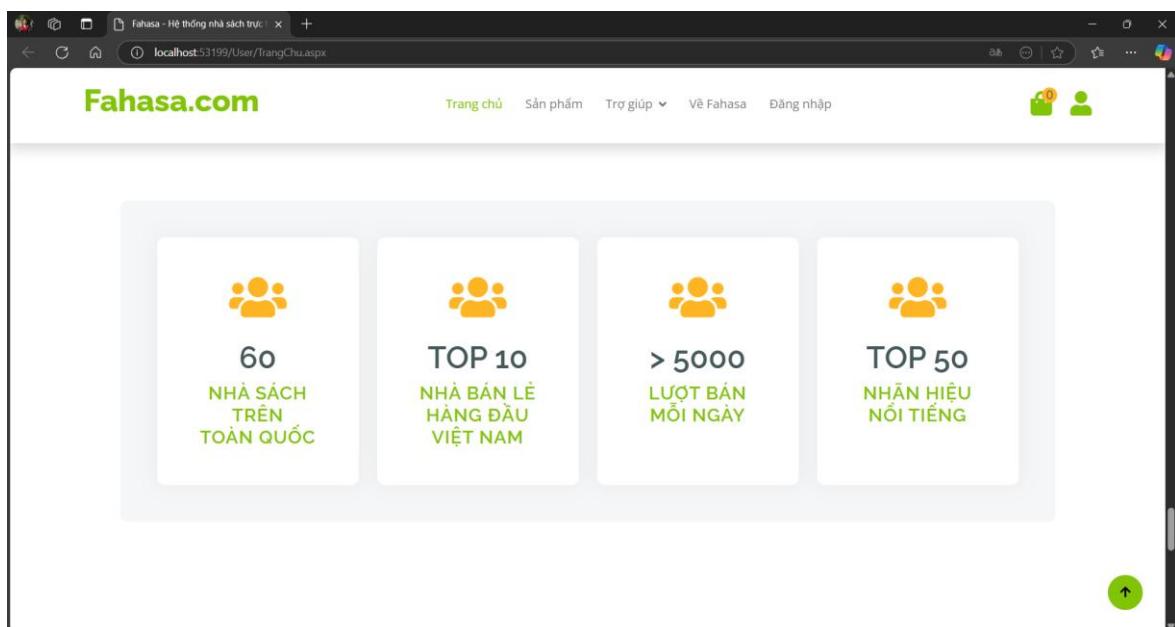
Hình 4. 11. Giao diện trang chủ của website Fahasa (6)

Tiếp theo cũng là Banner hiển thị chương trình khuyến mãi khác của nhà sách.



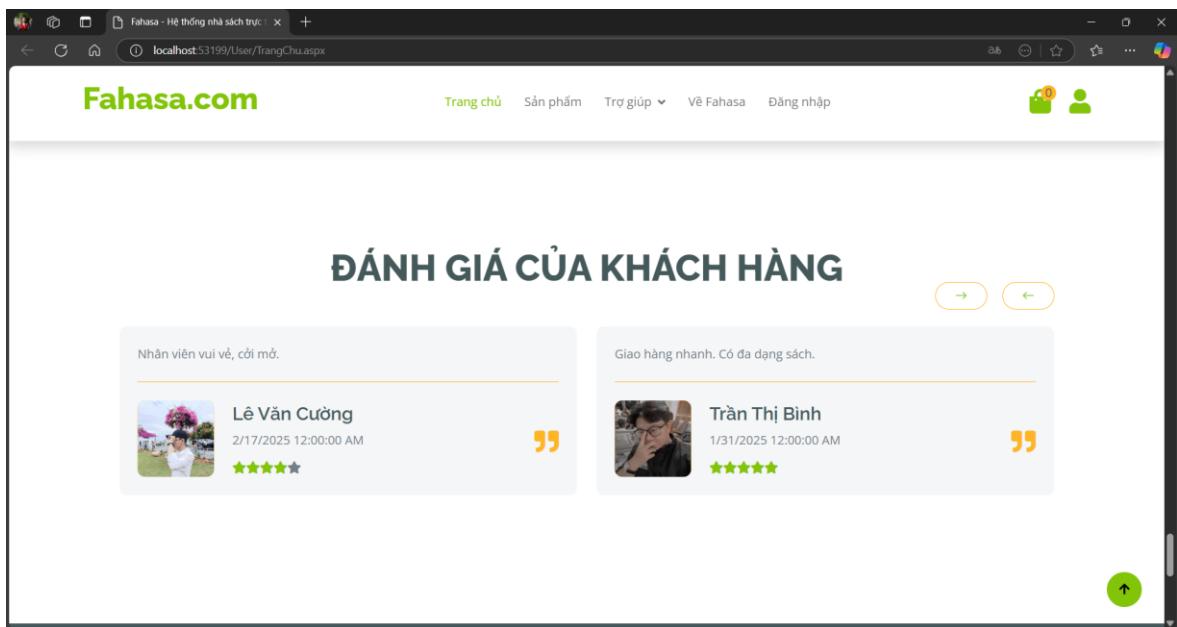
Hình 4. 12. Giao diện trang chủ của website Fahasa (7)

Sản phẩm bán chạy là phần hiển thị các sản phẩm được mua nhiều nhất trong thời gian gần đây. Ở đây chỉ hiển thị 6 sản phẩm được mua nhiều nhất. Trên mỗi sản phẩm còn có đánh giá (các sao) của khách hàng đã mua. Tương tự các thẻ sản phẩm ở phần Tủ sách Fahasa, khi bấm vào hình ảnh/tên/nút Xem chi tiết trên thẻ sản phẩm thì sẽ hiển thị trang Thông tin chi tiết của sản phẩm tương ứng.



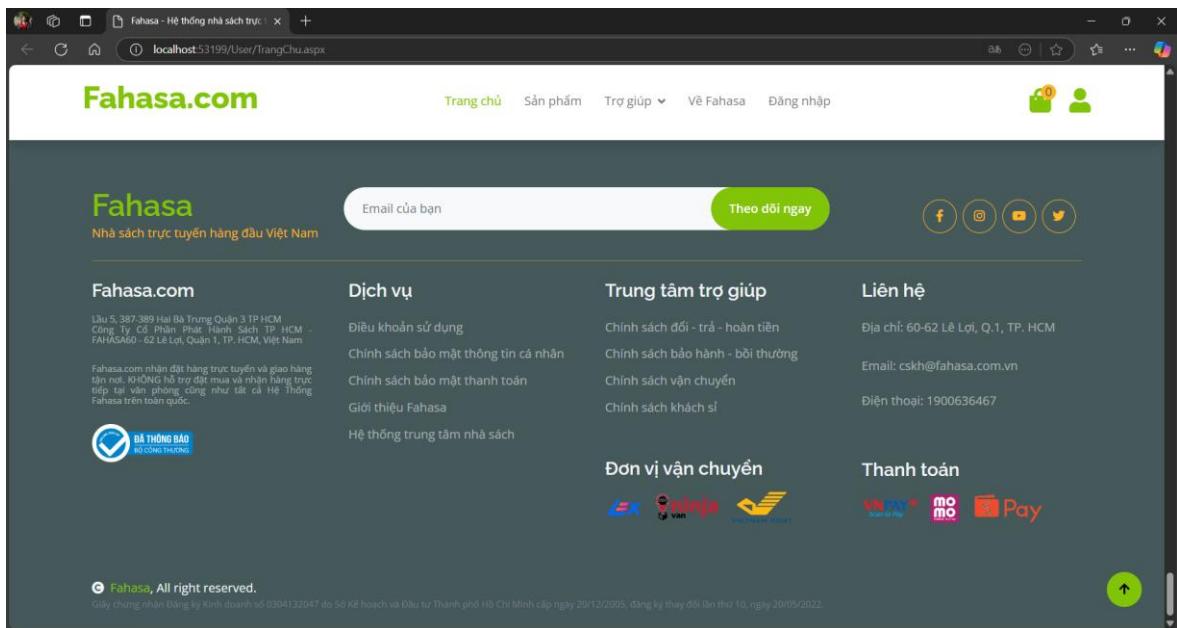
Hình 4. 13. Giao diện trang chủ của website Fahasa (8)

Tiếp theo là các thành tích nổi bật của Fahasa, phần này giúp tăng thêm độ uy tín, độ nhận diện thương hiệu của nhà sách, nhằm thu hút được nhiều khách hàng yên tâm mua sắm ở nhà sách hơn.



Hình 4. 14. Giao diện trang chủ của website Fahasa (9)

Đánh giá của khách hàng là phần hiển thị các bình luận đánh giá chung về nhà sách của các khách hàng đã có trải nghiệm mua sắm ở đây. Phần này giúp cho các khách hàng khác dễ hình dung hơn về cách mua sắm tại nhà sách. Các đánh giá đều được lưu lại và hiển thị kèm với thời gian và tên người dùng cụ thể để tăng thêm uy tín cho trang web và cửa hàng.



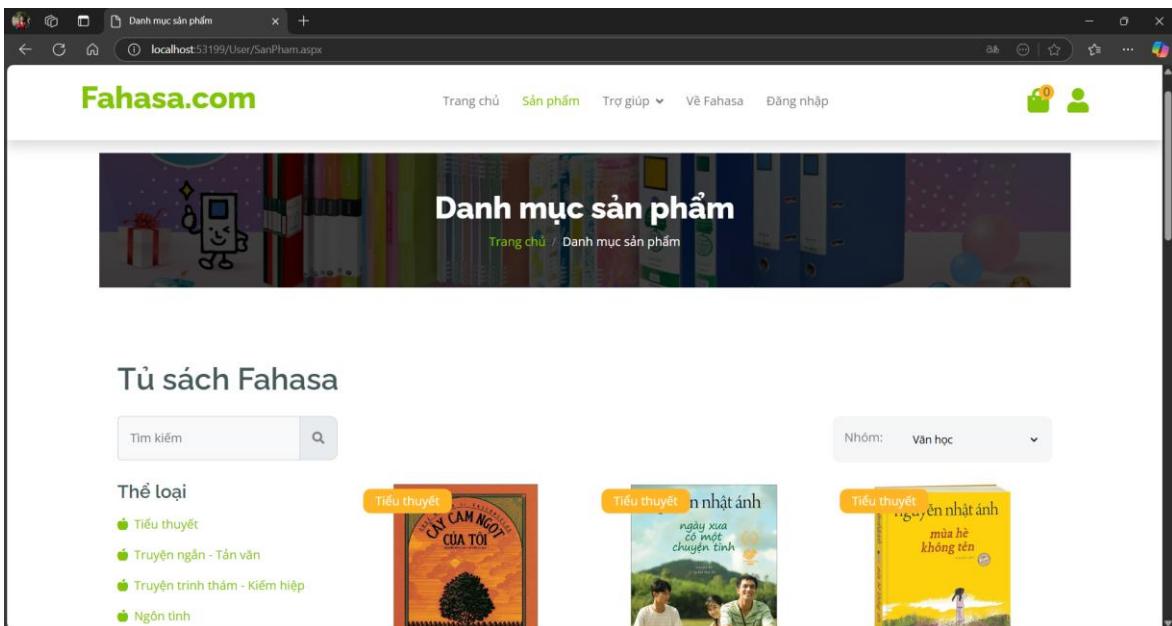
Hình 4. 15. Giao diện trang chủ của website Fahasa (10)

Phần chân trang (footer) của website cung cấp các thông tin quan trọng, cần thiết cho người dùng.

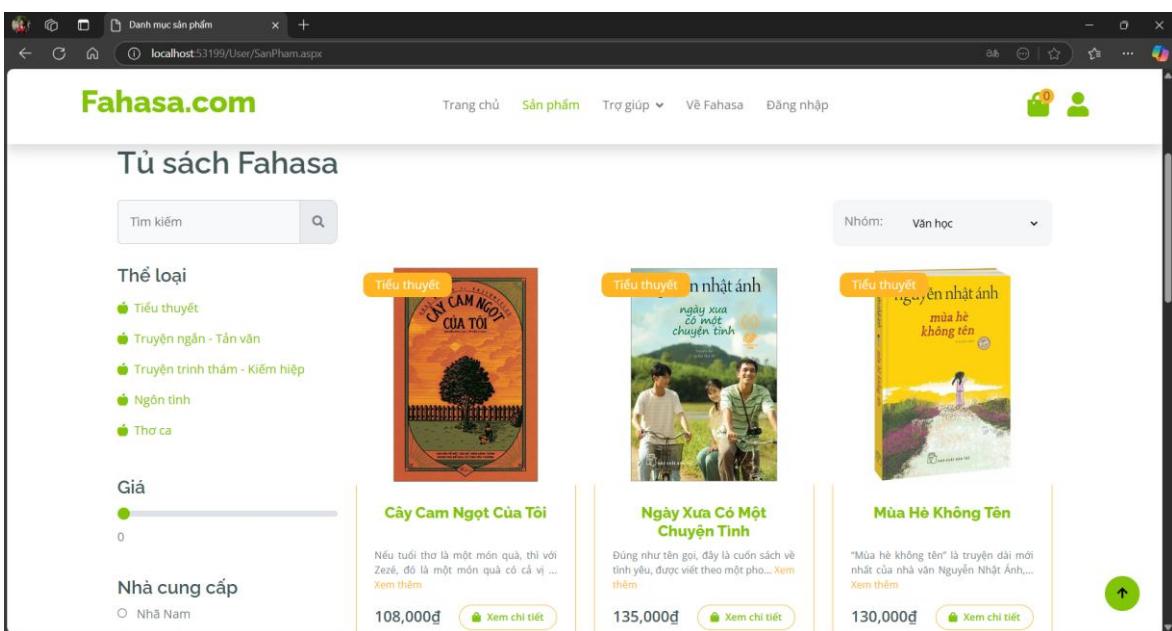
- Thông tin về nhà sách: Tên nhà sách, Địa chỉ, Giới thiệu vắn tắt,...
- Các dịch vụ và chính sách hỗ trợ khách hàng.
- Thông tin liên hệ nhà sách.
- Thông tin về các đơn vị vận chuyển và phương thức thanh toán hợp tác với nhà sách.
- Liên kết đến các trang mạng xã hội khác (Facebook, Instagram, Youtobe,...).

4.1.4. Giao diện trang sản phẩm

Trên thanh Menu trang web, bấm vào mục “Sản phẩm”, trang web sẽ hiển thị trang Sản phẩm với vô số sản phẩm được bán tại cửa hàng.



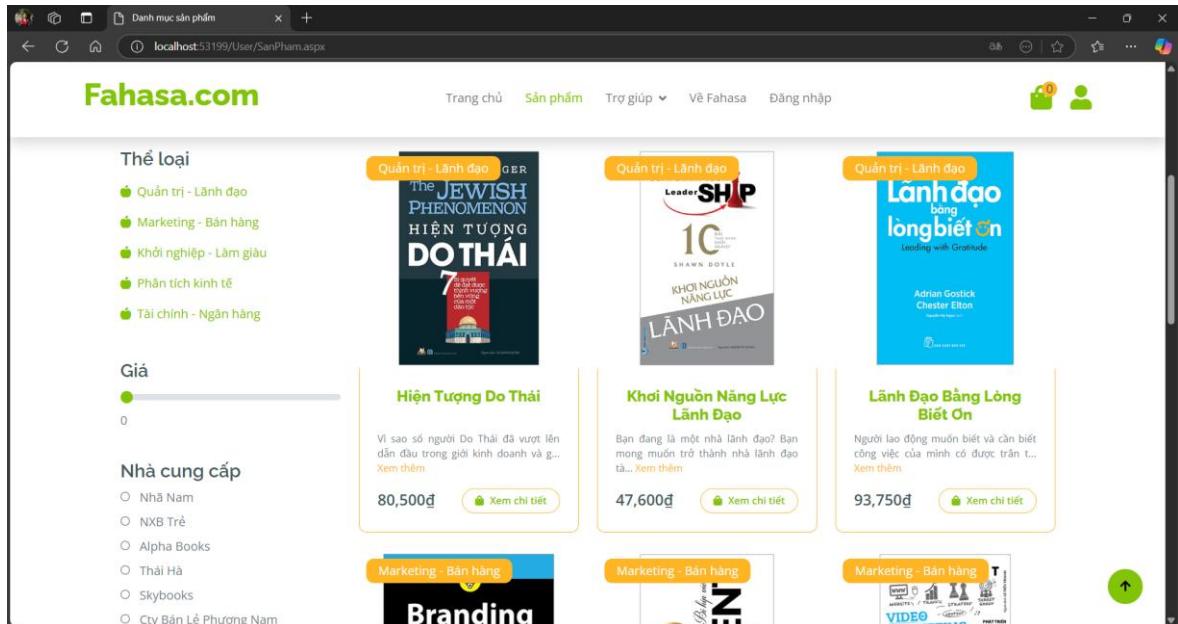
Hình 4. 16. Giao diện trang Sản phẩm của website Fahasa (1)



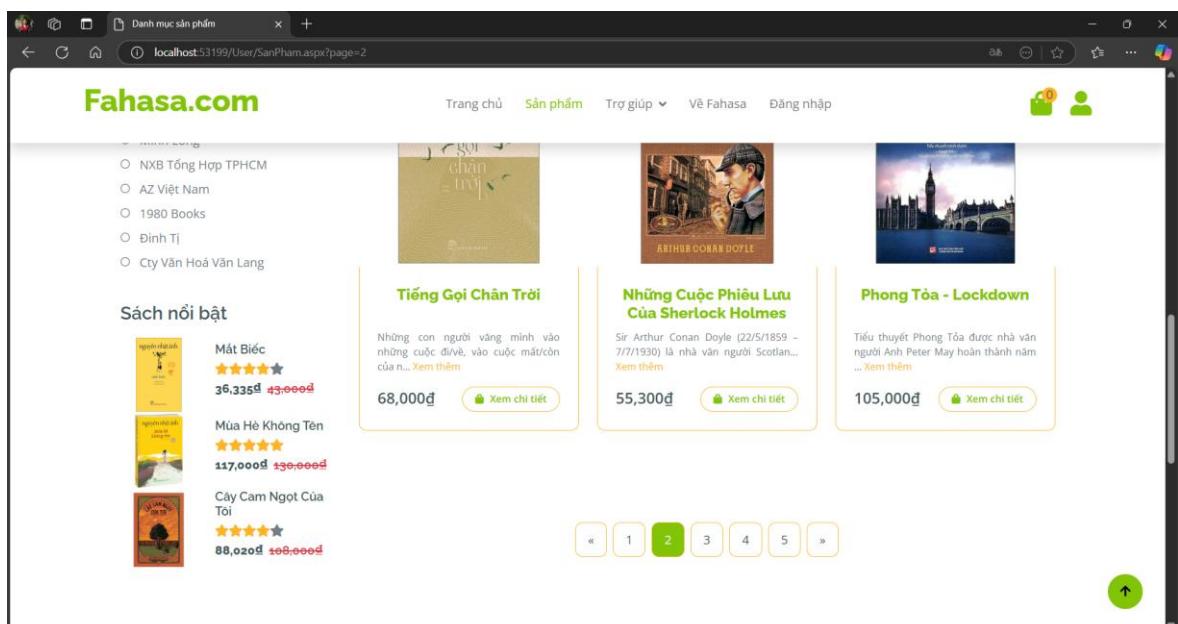
Hình 4. 17. Giao diện trang Sản phẩm của website Fahasa (2)

Trang Sản phẩm hiển thị tất cả các sản phẩm nhà sách cung cấp. Ở đây cung cấp các bộ lọc như lọc theo nhóm sản phẩm, lọc theo thể loại sách, lọc theo giá, lọc theo nhà cung cấp. Khi chọn các bộ lọc khác nhau thì sản phẩm hiển thị tương ứng với yêu cầu lọc của người dùng. Cách hiển thị danh sách sản phẩm theo nhóm, thể loại,...

giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm sản phẩm mà họ quan tâm bằng cách chọn theo bộ lọc.



Hình 4. 18. Lọc theo nhóm sản phẩm "Kinh tế"



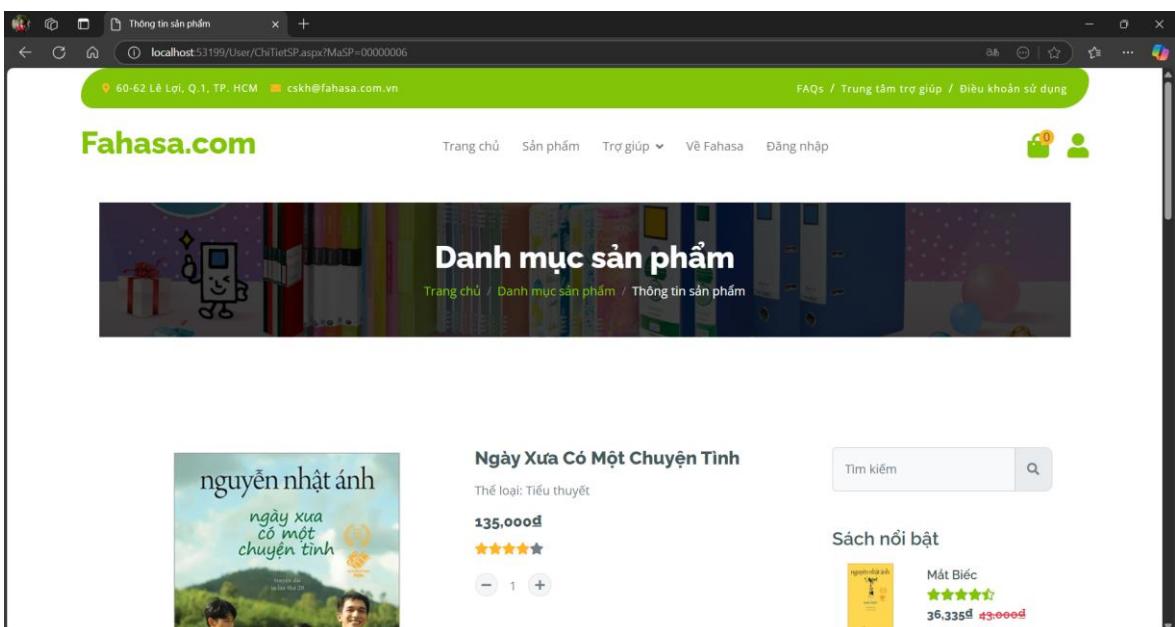
Hình 4. 19. Giao diện trang Sản phẩm của website Fahasa (3)

Vì số lượng sản phẩm nhiều nên website chia thành các trang với các nút điều hướng để hiển thị. Khi chọn các nút điều hướng như nút “2”, “3”, “>>”,... thì sản phẩm khác sẽ hiển thị.

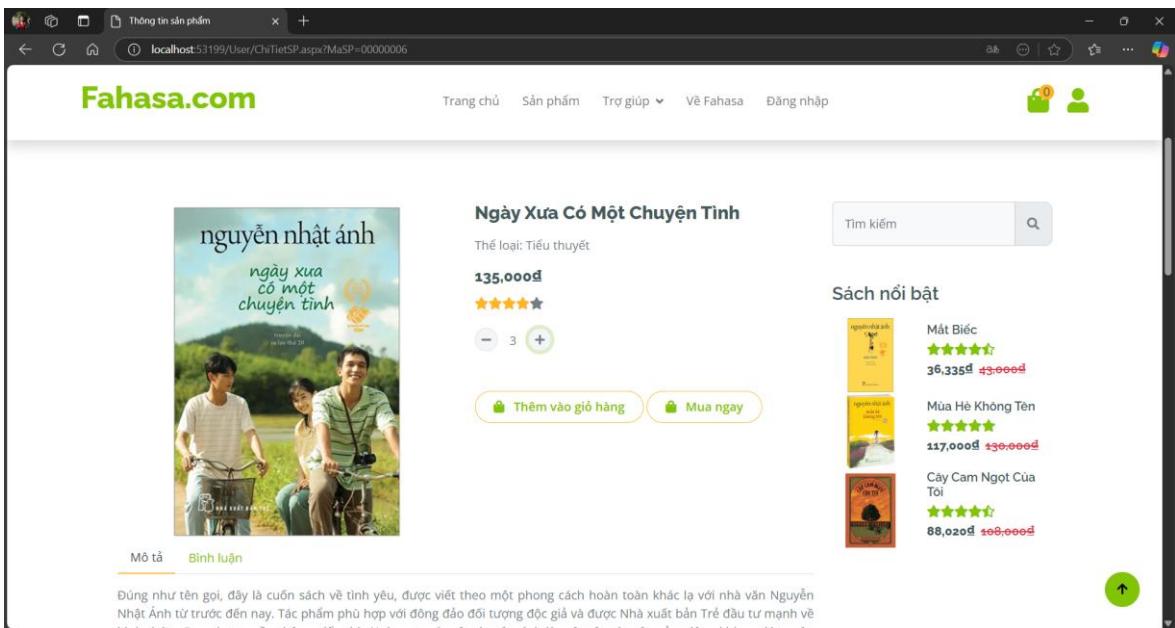
Ngoài ra, tại trang này cũng có danh mục Sách nổi bật để khách hàng tìm kiếm các sản phẩm nhanh hơn.

4.1.5. Giao diện trang chi tiết sản phẩm

Khi muốn thêm một sản phẩm vào giỏ hàng hoặc mua một sản phẩm, khách hàng chọn nút “Xem chi tiết” trên mỗi thẻ sản phẩm ở Trang Chủ hoặc Trang sản phẩm. Khi bấm chọn, website sẽ hiển thị trang Thông tin chi tiết của sản phẩm tương ứng.

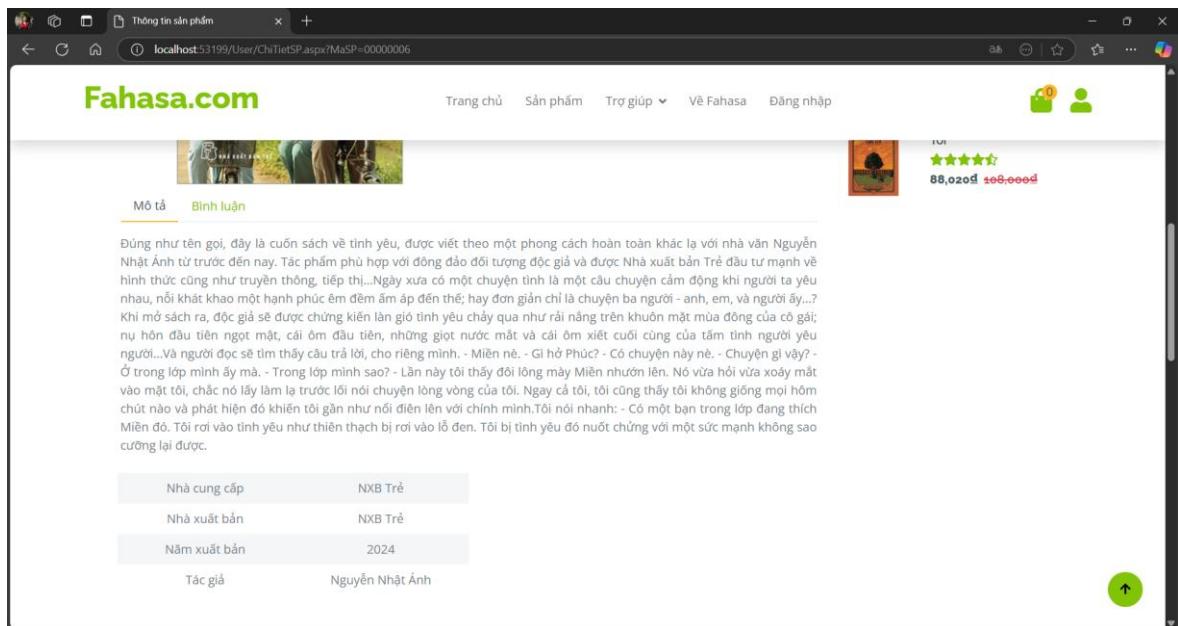


Hình 4. 20. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (1)



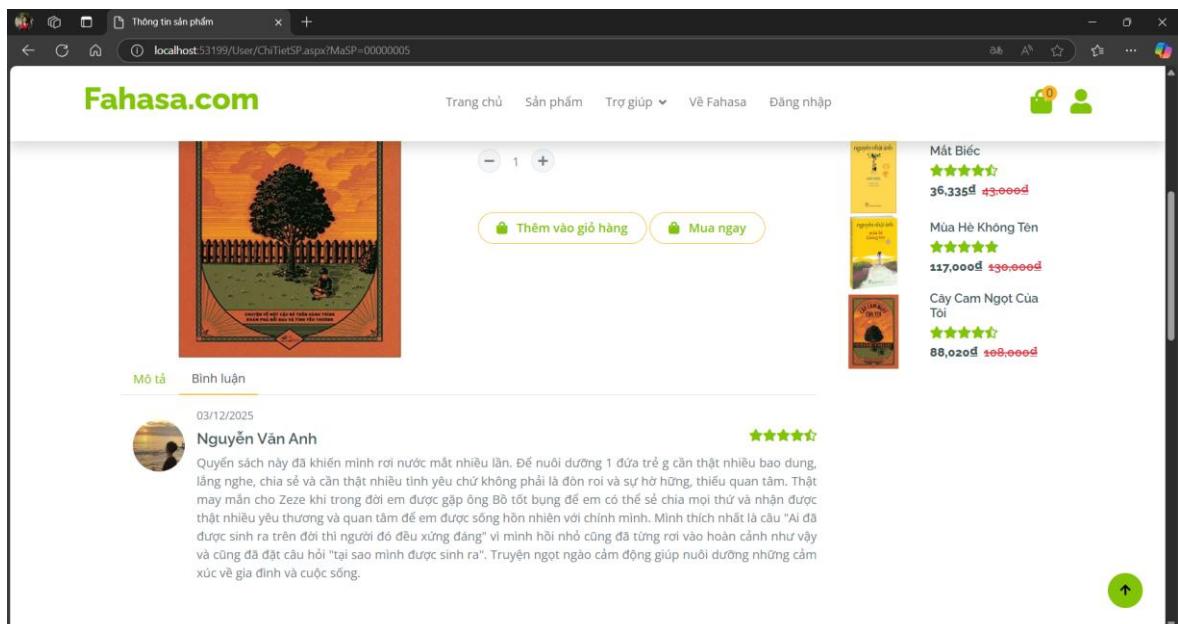
Hình 4. 21. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (2)

Trên phần giới thiệu sơ lược sản phẩm sẽ hiển thị Tên sản phẩm, Thể loại, Giá tiền sản phẩm, Đánh giá của các khách hàng đã mua. Khách hàng có thể chọn số lượng sản phẩm muốn mua bằng cách bấm nút “+” hoặc “-”. Sau khi chọn số lượng sản phẩm, khách hàng có thể bấm “Thêm vào giỏ hàng” để thêm sản phẩm vào giỏ. Khi đó biểu tượng giỏ hàng trên thanh Menu sẽ hiển thị số loại sản phẩm có trong giỏ hàng. Ngoài ra, khách hàng có thể bấm nút “Mua ngay” để đến trang thông tin đơn hàng mà không cần phải vào lại giỏ hàng.



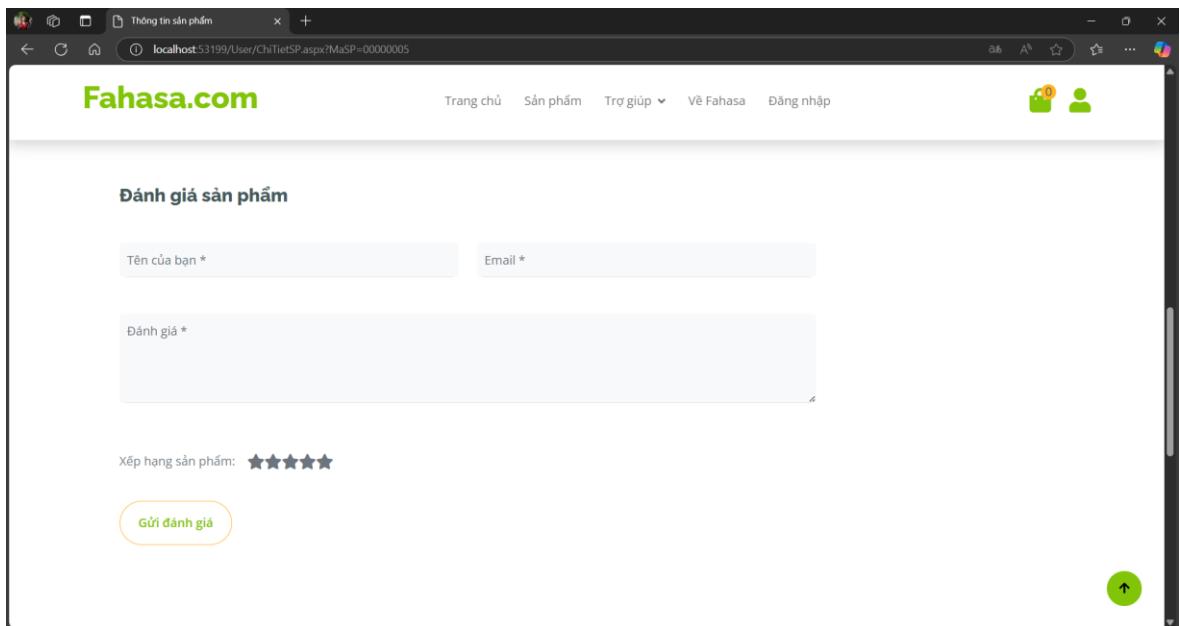
Hình 4. 22. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (3)

Phía bên dưới thông tin chung có 2 tab để khách hàng xem thêm nhiều thông tin hơn là “Mô tả” và “Bình luận”. Ở tab Mô tả, khách hàng có thể xem được nội dung mô tả của cuốn sách, thông tin Nhà cung cấp, Nhà xuất bản, Năm xuất bản và Tác giả của sách. Các thông tin này đều được lưu trữ trong CSDL của website.



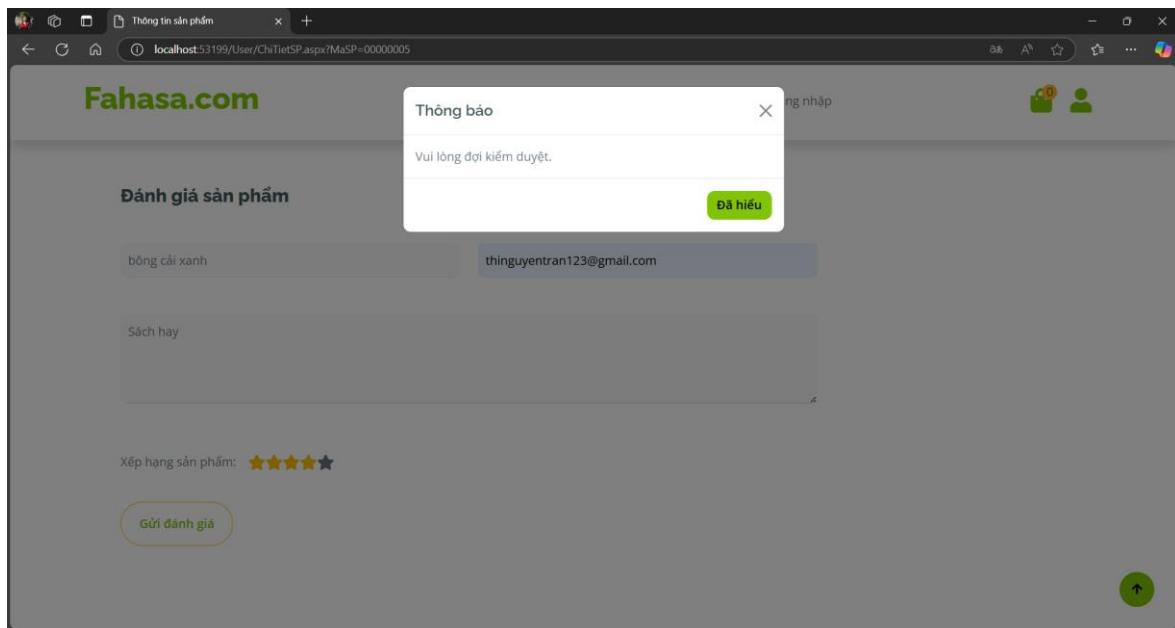
Hình 4. 23. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (4)

Để có những đánh giá khách quan hơn về sản phẩm, khách hàng có thể xem đánh giá về cuốn sách đó của những khách hàng đã mua bên tab “Bình luận”. Đánh giá hiển thị Tên người đánh giá, số sao và ngày đánh giá sản phẩm. Tuỳ vào sản phẩm sẽ có đánh giá hoặc không có đánh giá.



Hình 4. 24. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (5)

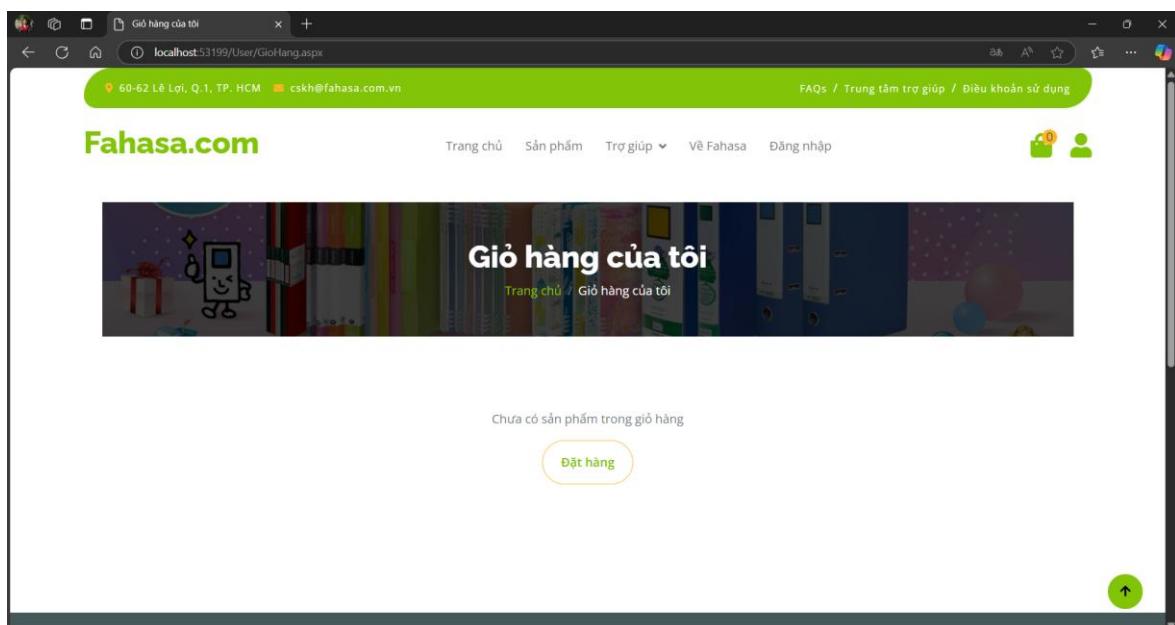
Bên cạnh việc xem đánh giá của người khác, khách hàng có thể tự đánh giá sản phẩm trong phần Đánh giá sản phẩm ở dưới mỗi thông tin sản phẩm. Đánh giá sản phẩm của khách hàng sẽ được quản trị viên website xem xét, sau khi được duyệt, đánh giá của khách hàng mới được hiển thị trên website.



Hình 4. 25. Giao diện trang Thông tin chi tiết sản phẩm của website Fahasa (6)

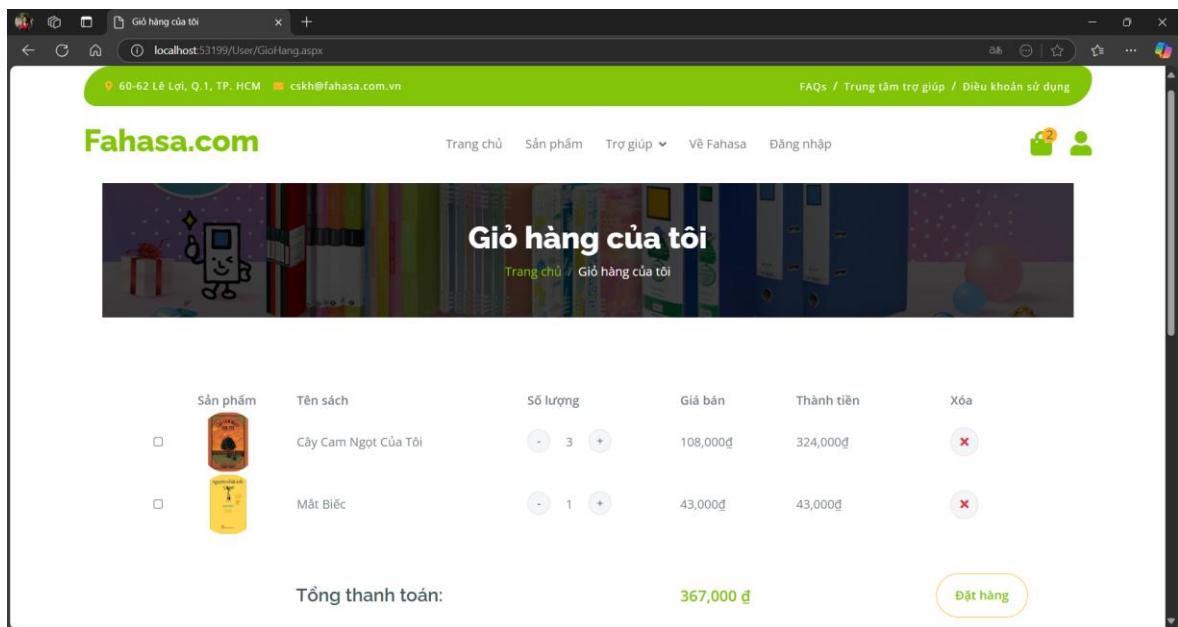
4.1.6. Giao diện trang giỏ hàng

Để đến trang Giỏ hàng, khách hàng bấm vào biểu tượng giỏ hàng trên thanh Menu.



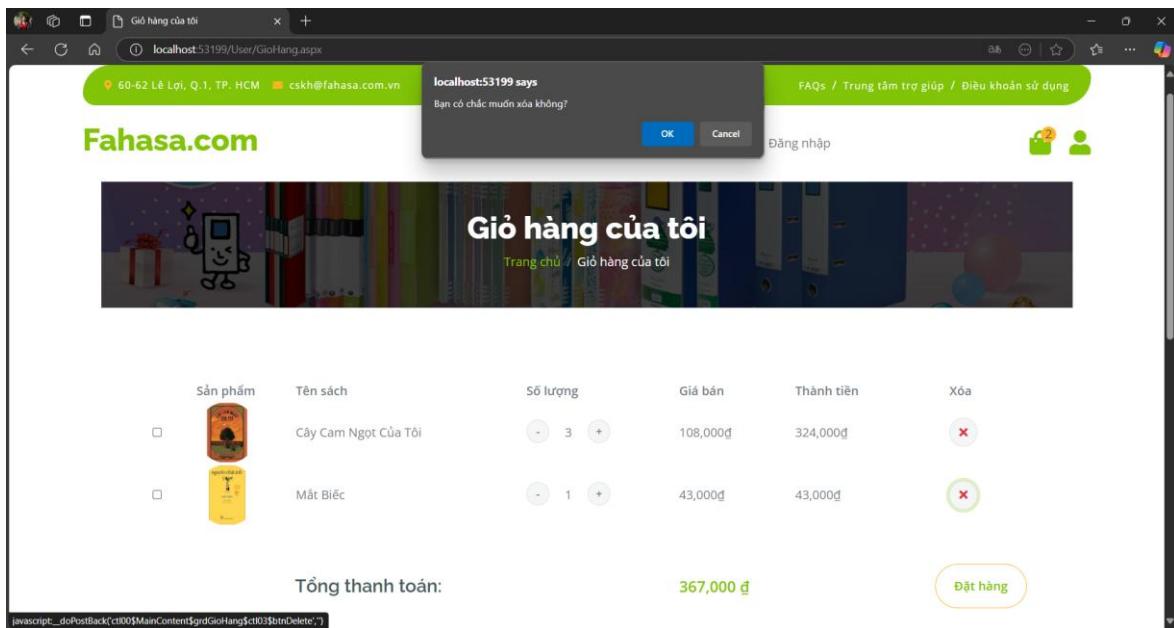
Hình 4. 26. Giao diện trang Giỏ hàng của website Fahasa (1)

Khi chưa có sản phẩm trong giỏ hàng, website sẽ hiển thị nút “Đặt hàng”, khi bấm vào nút này, khách hàng được điều hướng đến trang Sản phẩm để thuận tiện hơn cho việc tìm kiếm sản phẩm để mua.



Hình 4. 27. Giao diện trang Giỏ hàng của website Fahasa (2)

Khi giỏ hàng có sản phẩm muốn mua, biểu tượng giỏ hàng trên thanh Menu sẽ hiển thị số lượng loại sản phẩm có trong giỏ hàng. Ở trang giỏ hàng, khách hàng cũng có thể tăng giảm số lượng sản phẩm muốn mua của mỗi sản phẩm bằng các nút “+” và “-”. Ở đây có hiển thị tổng số tiền mà khách hàng phải thanh toán cho tất cả các sản phẩm trong giỏ hàng.



Hình 4. 28. Giao diện trang Giỏ hàng của website Fahasa (3)

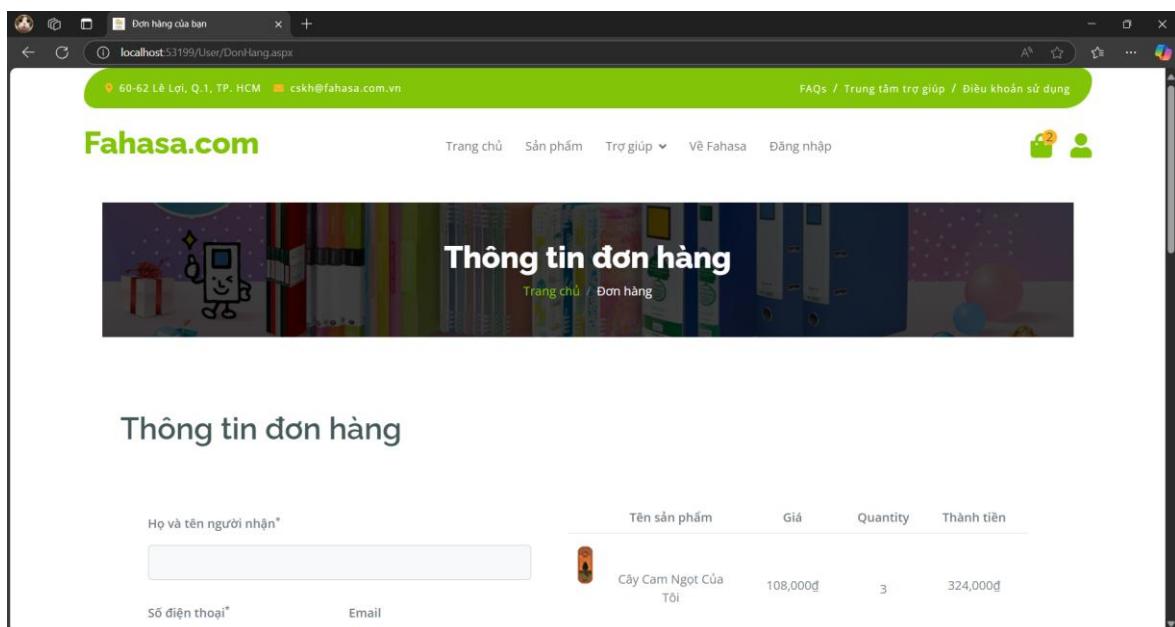
Khách hàng có thể xoá bớt sản phẩm trong giỏ hàng bằng cách nhấn nút “x”.
Hộp thoại xác nhận khách hàng có muốn xoá sản phẩm hay không sẽ được hiển thị lên để khách hàng lựa chọn, tránh trường hợp lỡ tay bấm vào nút “x”.

Sau khi quyết định sẽ mua các sản phẩm trong giỏ hàng, khách hàng bấm vào nút “Đặt hàng” để đến trang Đơn hàng.

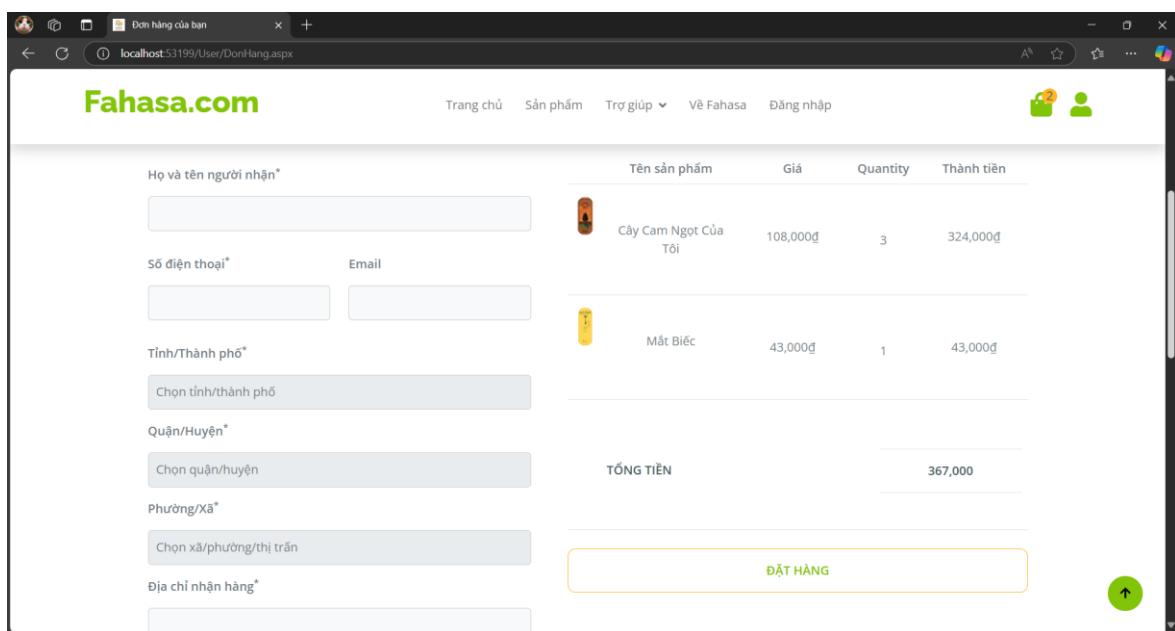
4.1.7. Giao diện trang đơn hàng

Để hoàn tất việc đặt mua hàng online, khách hàng cần điền thông tin nhận hàng để nhà sách tiến hành chuẩn bị đơn hàng và giao hàng. Các thông tin nhận hàng gồm Họ tên người nhận hàng, Số điện thoại, Email, Địa chỉ nhận, Phương thức thanh toán, Phương thức vận chuyển, Lời nhắn cho cửa hàng,...

Ở đây, địa chỉ gồm tỉnh/thành, quận/huyện, xã/phường/thị trấn đã được cài đặt trong chương trình, khi người dùng chọn tỉnh thành sẽ hiển thị các quận huyện tương ứng). Các dữ liệu về địa chỉ ở Việt Nam được lấy từ trang web này: <https://bandolamnghiep.com/file-excel-tatcac-cacxa-huyen-tinh-thanh-pho-o-viet-nam-2021/>

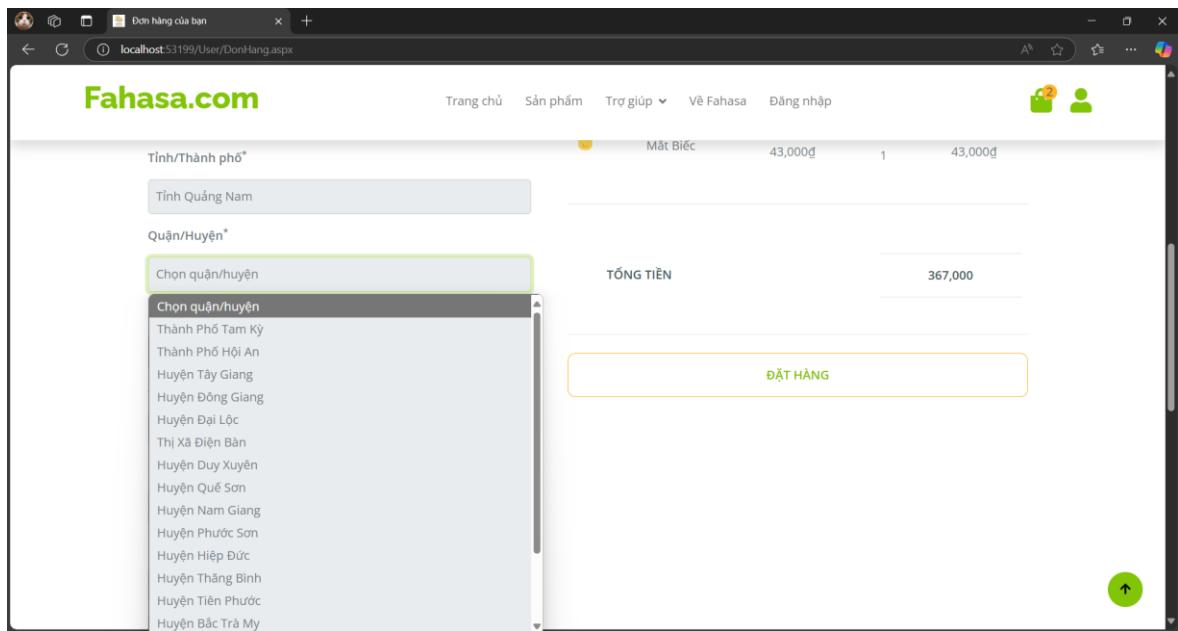


Hình 4. 29. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (1)

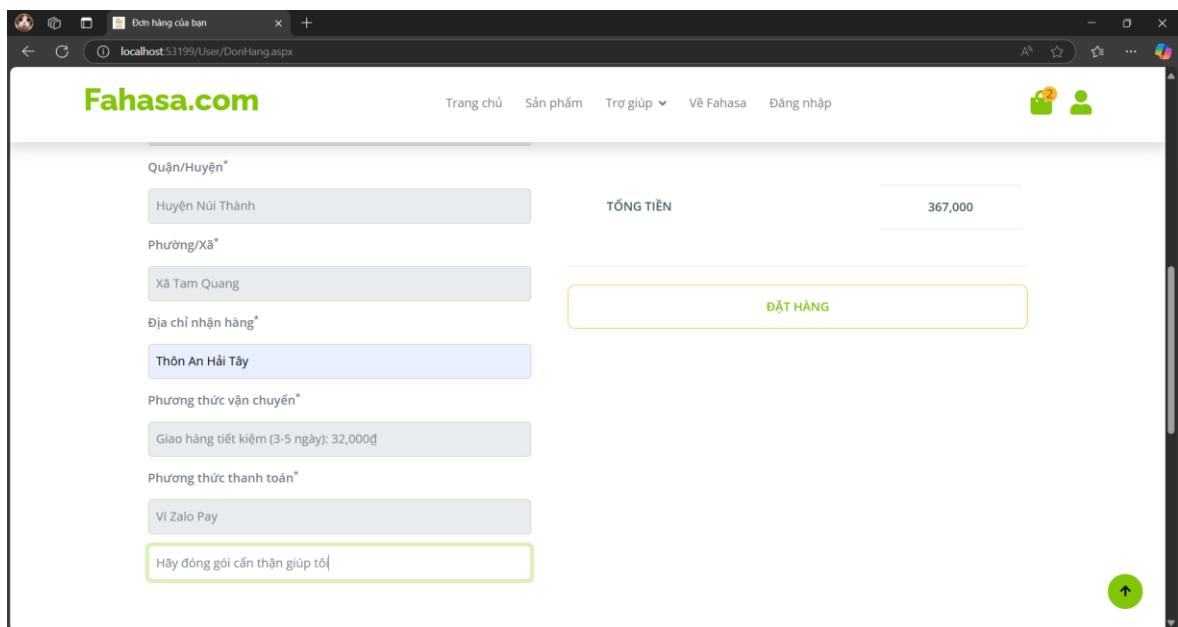


Hình 4. 30. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (2)

Khách hàng có thể xem lại các thông tin mà mình đã chọn mua ở phần hiển thị sản phẩm bên phải màn hình.



Hình 4. 31. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (3)



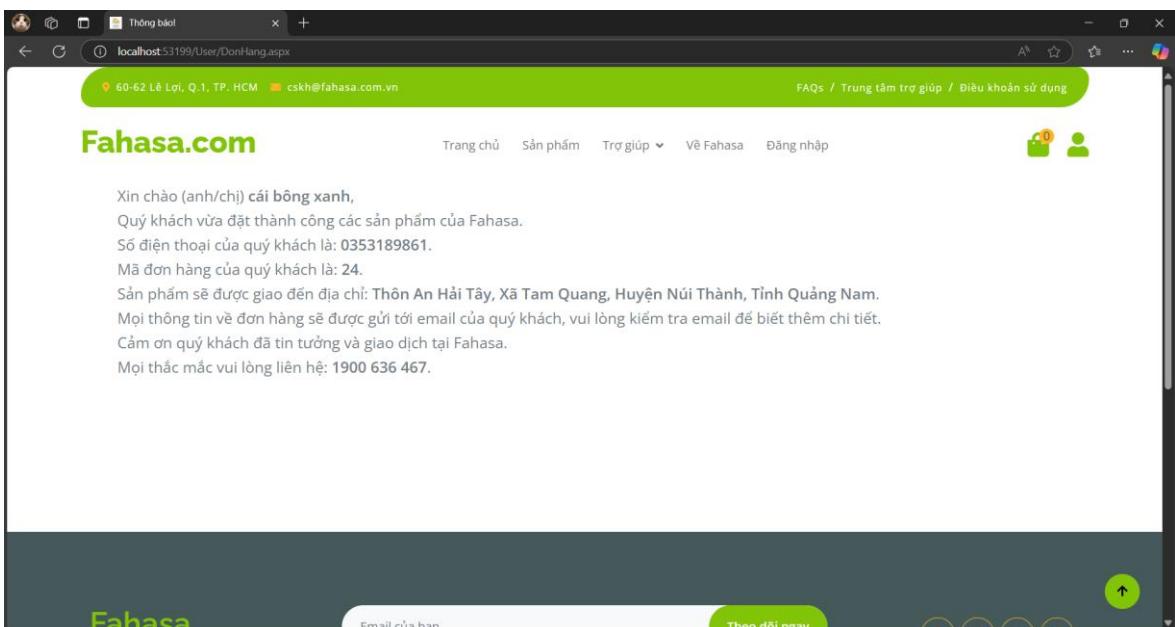
Hình 4. 32. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (4)

Khách hàng hoàn thành các thông tin bắt buộc rồi bấm nút “Đặt hàng” để hoàn tất quá trình đặt hàng online.

The screenshot shows the Fahasa.com website's order information page. At the top, there are fields for 'Số điện thoại*' (Phone number*) containing '0353189861' and 'Email' containing 'thinguyentran123@gmail.com'. Below these are dropdown menus for 'Tỉnh/Thành phố*' (Province/City) set to 'Tỉnh Quảng Nam', 'Quận/Huyện*' (District/County) set to 'Huyện Núi Thành', and 'Phường/Xã*' (Village/Community) set to 'Xã Tam Quang'. There is also a field for 'Địa chỉ nhận hàng*' (Delivery address) containing 'Thôn An Hải Tây' and a note about delivery time: 'Giao hàng tiết kiệm (3-5 ngày): 32,000đ'. On the right, a summary table shows one item: 'Mắt Biếc' (Eye) at 43,000đ with quantity 1, totaling 43,000đ. A large yellow button labeled 'ĐẶT HÀNG' (Place Order) is prominently displayed.

Hình 4. 33. Giao diện trang Thông tin đơn hàng của website Fahasa (5)

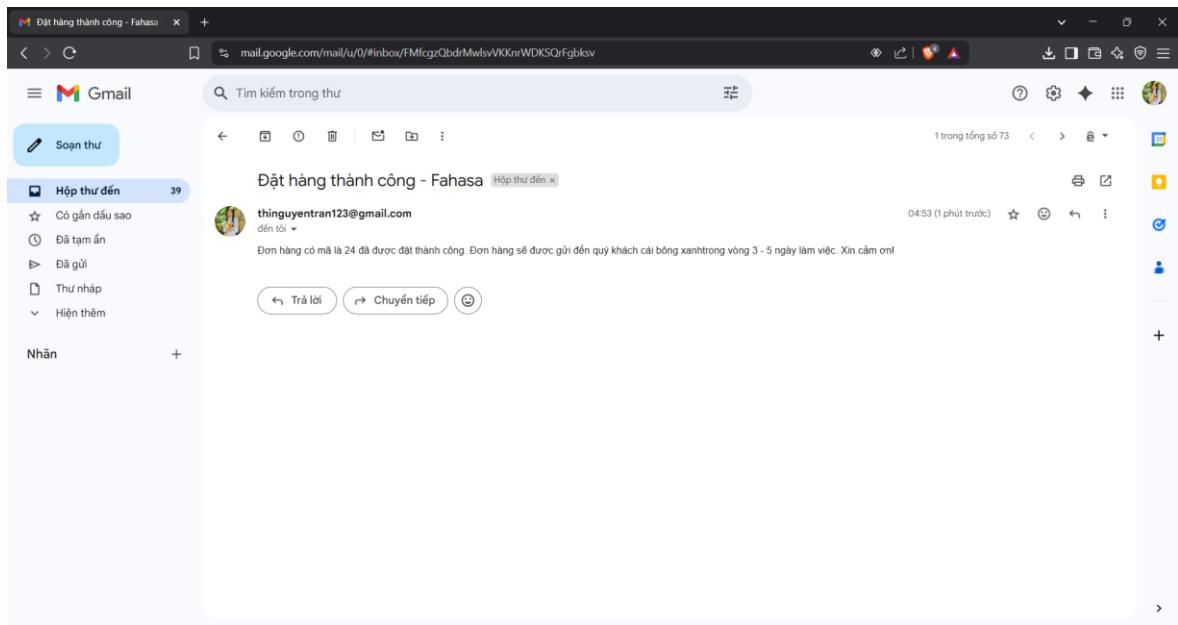
4.1.8. Giao diện trang thông báo hoàn thành đơn hàng



Hình 4. 34. Giao diện trang Thông báo hoàn tất đơn hàng của website Fahasa

Sau khi đặt hàng thành công, khách hàng sẽ được điều hướng đến trang Thông báo hoàn tất đơn hàng để xem các thông tin nhận hàng mà khách hàng đã điền trong lúc đặt hàng.

Bên cạnh đó, Fahasa cũng sẽ tự động gửi mail thông báo hoàn tất đơn hàng đến email của khách hàng. Mã đơn hàng trên Email tương ứng với mã đơn hàng hiển thị trên giao diện Thông báo ở trên.



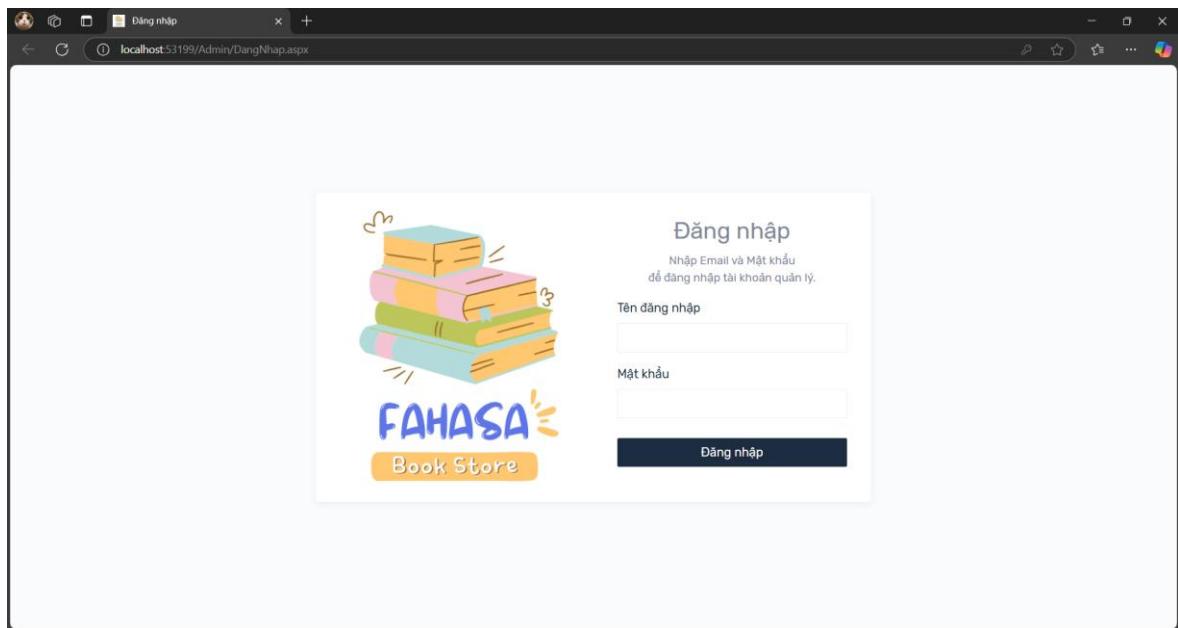
Hình 4. 35. Email thông báo hoàn tất đơn hàng của Fahasa

4.2. Chức năng dành cho quản lý cửa hàng

4.2.1. Giao diện đăng nhập

Quản lý cửa hàng muốn thực hiện các chức năng quản lý sản phẩm, đơn hàng, khách hàng,... thì phải được cấp tài khoản quản lý.

Trước khi thực hiện được các chức năng quản lý, người dùng phải đến trang Đăng nhập để thực hiện đăng nhập tài khoản quản lý.



Hình 4. 36. Giao diện trang Đăng nhập (1)

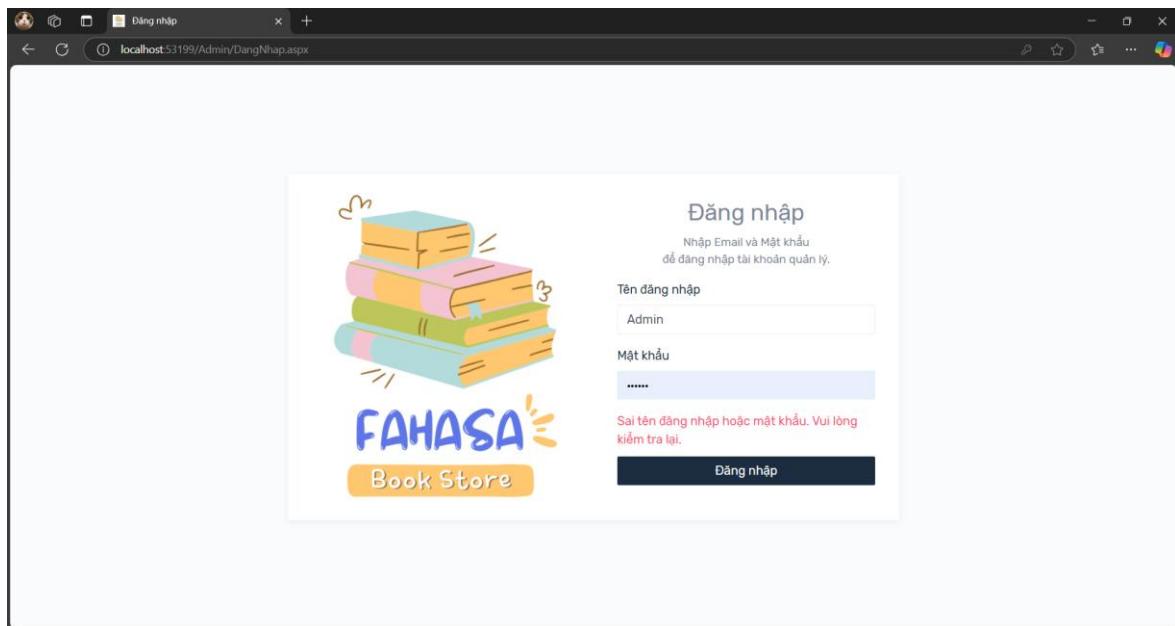
Người dùng điền các thông tin Tên đăng nhập và Mật khẩu để đăng nhập vào trang web quản lý. Người dùng nhấn nút “Đăng nhập”, hệ thống sẽ kiểm tra thông tin tài khoản quản lý có chính xác hay không. Nếu thông tin đăng nhập chính xác, người dùng được điều hướng đến Trang chủ.

Hiện tại, chương trình đã cài đặt sẵn tài khoản đăng nhập cho quản lý.

Bảng 4. 2. Tài khoản quản lý

Tên đăng nhập	Mật khẩu	Loại tài khoản
Admin	111111	Quản lý

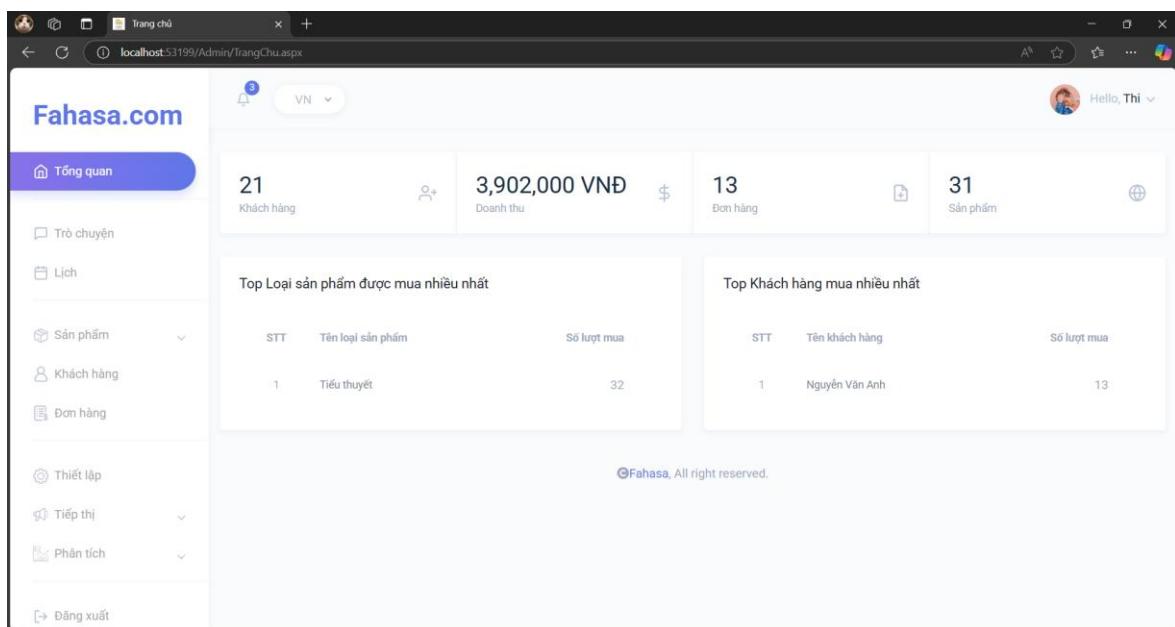
Khi thông tin đăng nhập không chính xác, trang web sẽ hiển thị thông báo đến người dùng.



Hình 4. 37. Giao diện trang Đăng nhập (2)

Nếu chưa có tài khoản quản lý hoặc có sự cố đăng nhập, người quản lý cửa hàng phải báo cho phòng CNTT của doanh nghiệp để được hỗ trợ.

4.2.2. Giao diện trang chủ

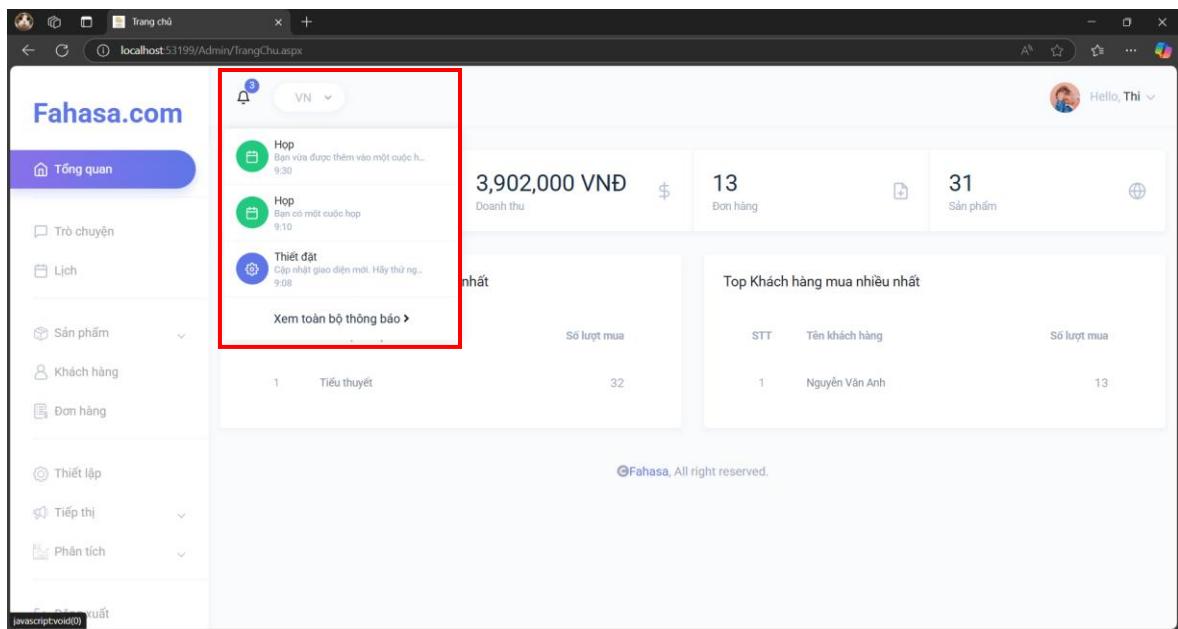


Hình 4. 38. Giao diện trang chủ (1)

Trang chủ Fahasa được thiết kế đơn giản và thuận tiện cho công tác quản lý.

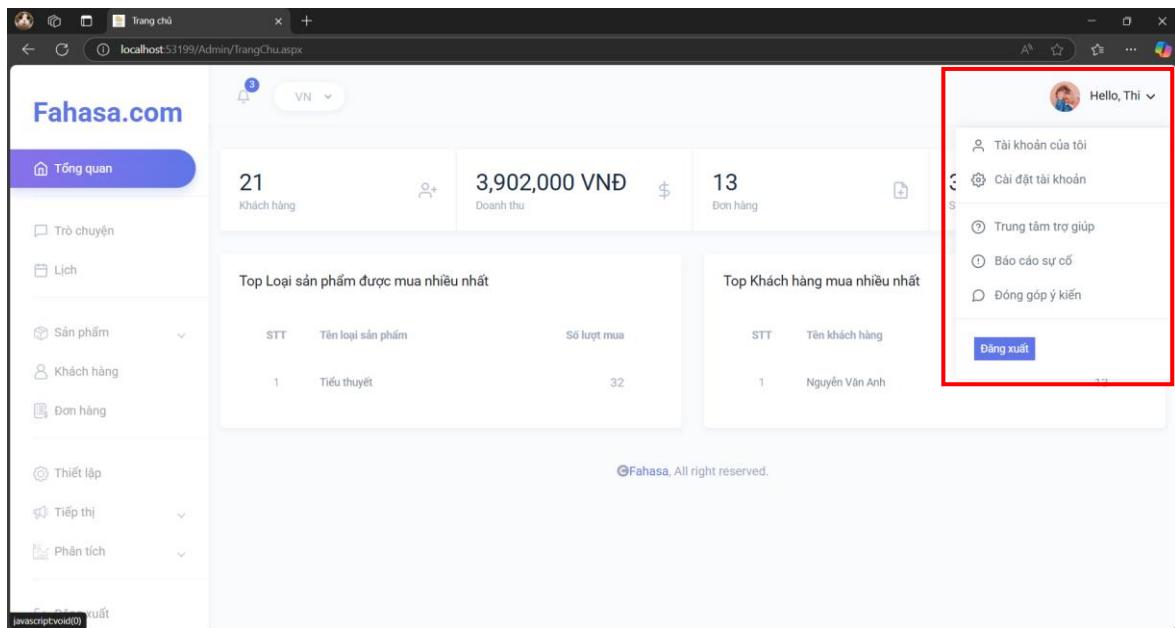
Bên phải là một thanh Menu gồm các chức năng quản lý, người dùng chỉ cần nhấp chọn một chức năng thì sẽ hiển thị trang tương ứng cho chức năng đó.

Phía trên cùng là TopBar. Trong TopBar gồm có một icon hình chuông báo, khi bấm vào icon này sẽ hiển thị list các thông báo đến tài khoản người dùng này.



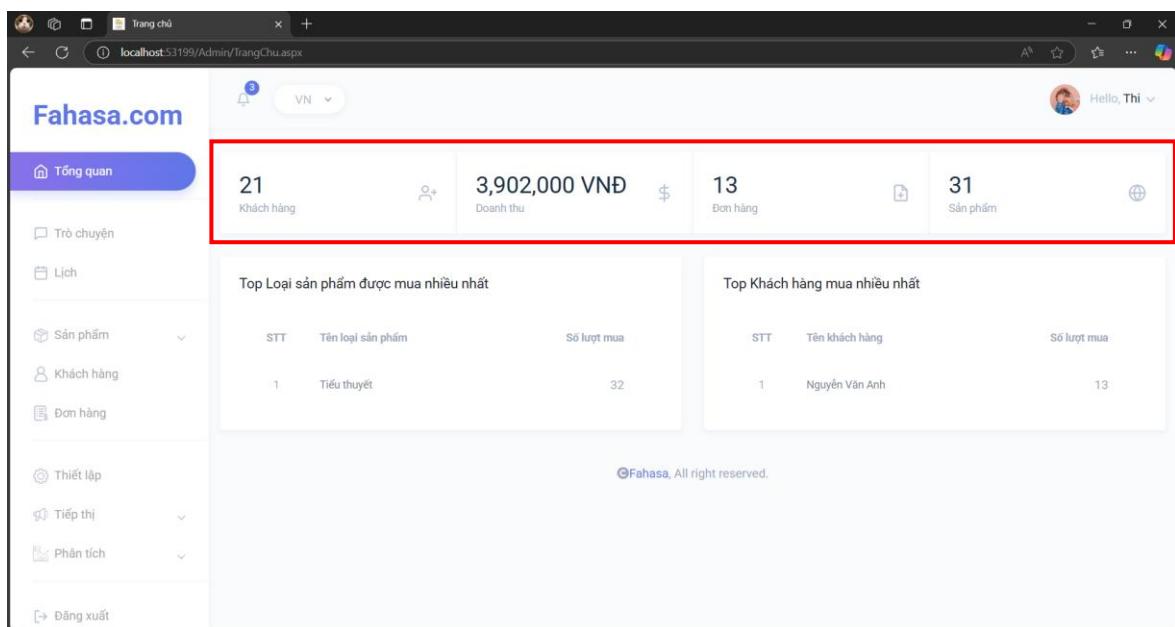
Hình 4. 39. Giao diện trang chủ (2)

Góc bên phải của thanh TopBar là avatar của người chủ tài khoản, đồng thời có dòng chữ “Hello, [tên người quản lý]”, tên sẽ hiển thị tương ứng với người quản lý sử dụng tài khoản đang đăng nhập. Khi bấm vào mũi tên hướng xuống phía bên phải tên người quản lý sẽ hiển thị hộp thoại gồm các chức năng quản lý tài khoản cá nhân.



Hình 4. 40. Giao diện trang chủ (3)

Trong phần thân trang của Trang chủ gồm các thông tin tổng quan trong quá trình kinh doanh. Hàng đầu tiên gồm 4 thẻ hiển thị lần lượt Số lượng khách hàng, Tổng doanh thu, Tổng số đơn hàng, và Tổng số sản phẩm được bán.



Hình 4. 41. Giao diện trang chủ (4)

Ở hàng tiếp theo là 2 bảng hiển thị top 3 loại sản phẩm được mua nhiều nhất và top 3 khách hàng có nhiều lượt mua nhất. Ở đây, em chỉ test trên một khách hàng nên bảng chỉ mới hiển thị một khách hàng.

The screenshot shows the Admin Dashboard of Fahasa.com. On the left, there's a sidebar with various menu items like 'Tổng quan', 'Trò chuyện', 'Lịch', 'Sản phẩm', 'Khách hàng', 'Đơn hàng', 'Thiết lập', 'Tiếp thị', 'Phân tích', and 'Đăng xuất'. The main area displays several key metrics: 21 Khách hàng, 3,902,000 VNĐ Doanh thu, 13 Đơn hàng, and 31 Sản phẩm. Below these, two tables are highlighted with a red border:

Top Loại sản phẩm được mua nhiều nhất			Top Khách hàng mua nhiều nhất		
STT	Tên loại sản phẩm	Số lượt mua	STT	Tên khách hàng	Số lượt mua
1	Tiểu thuyết	32	1	Nguyễn Văn Anh	13

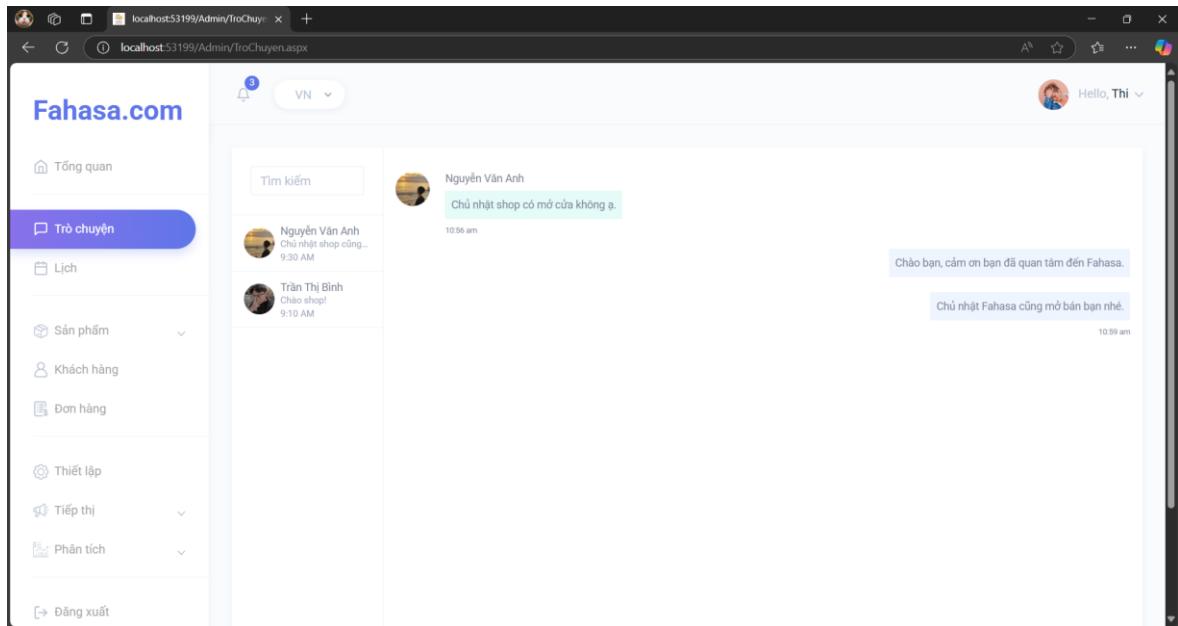
Fahasa, All right reserved.

Hình 4. 42. Giao diện trang chủ (5)

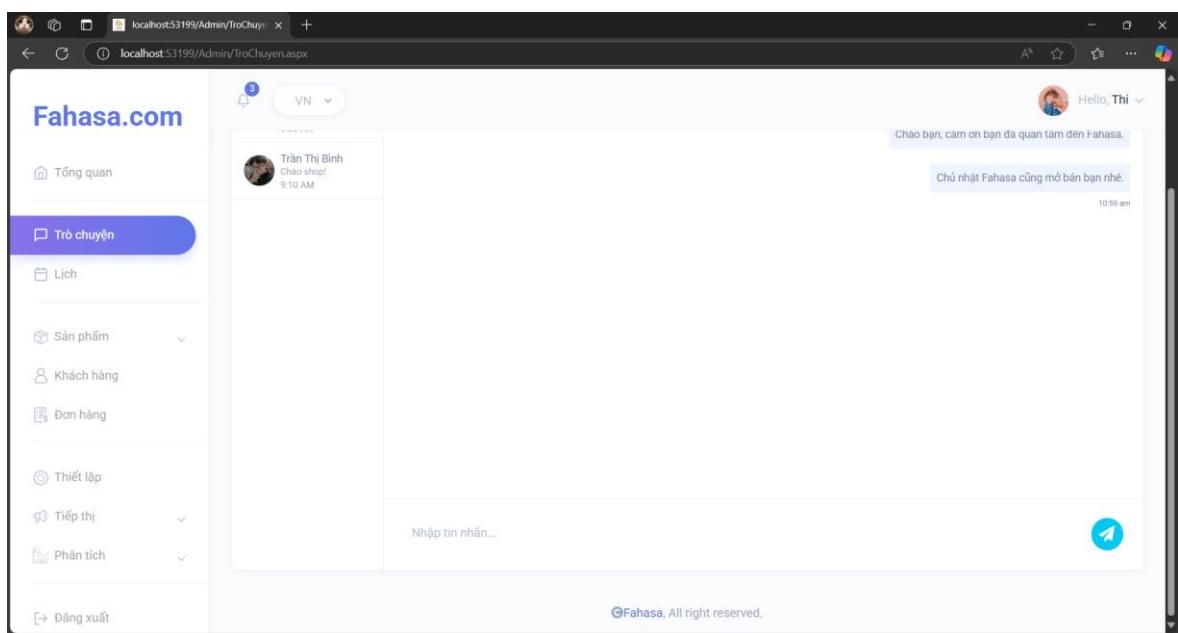
4.2.3. Giao diện trang Trò chuyện

Để thực hiện các công việc chăm sóc khách hàng hiệu quả, hỗ trợ giải đáp thắc mắc kịp thời cho khách hàng, quản lý có thể sử dụng chức năng trò chuyện cùng khách hàng.

Người dùng bấm vào mục Trò chuyện trên thanh Menu bên phải, trang trò chuyện cùng khách hàng sẽ hiển thị.



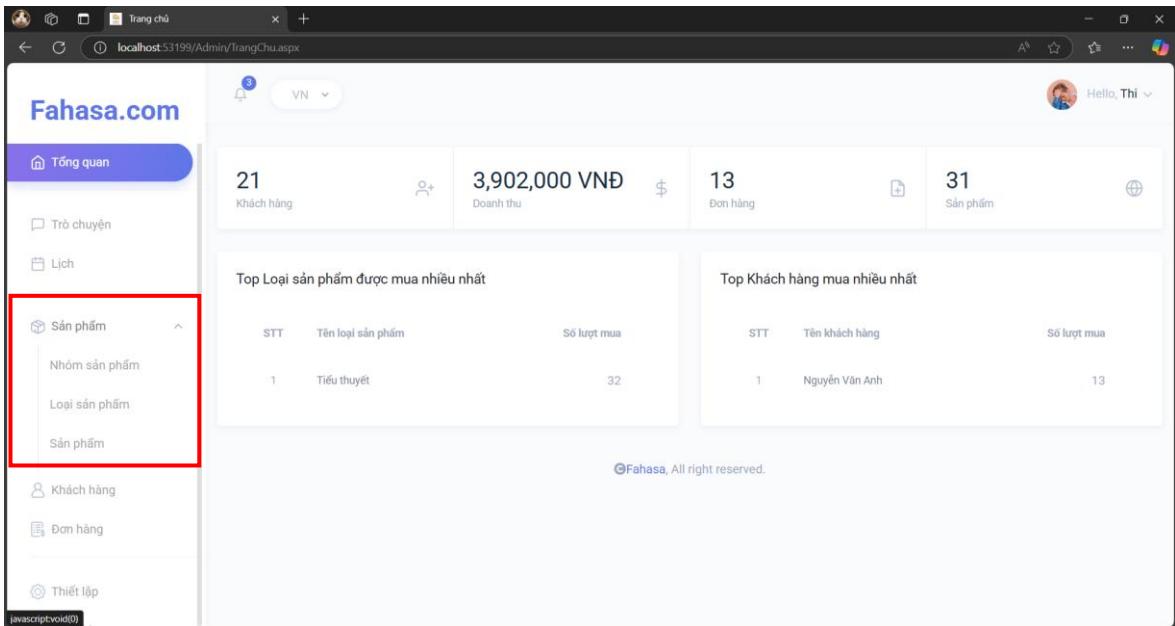
Hình 4. 43. Giao diện trang Trò chuyện (1)



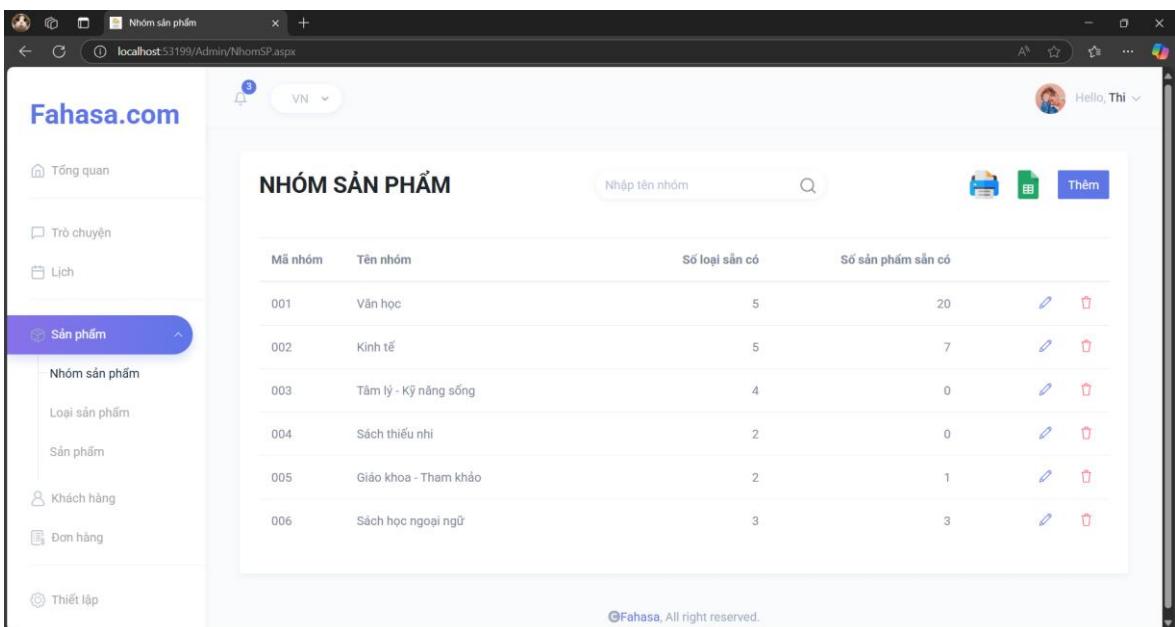
Hình 4. 44. Giao diện trang Trò chuyện (2)

4.2.4. Giao diện trang Nhóm sản phẩm

Khi người dùng nhấp vào mục Sản phẩm sẽ hiển thị 3 danh mục nhỏ tương ứng với mỗi chức năng dành cho sản phẩm. Người dùng chọn Nhóm sản phẩm để thực hiện chức năng quản lý nhóm sản phẩm.



Hình 4. 45. Danh mục các chức năng dành cho sản phẩm

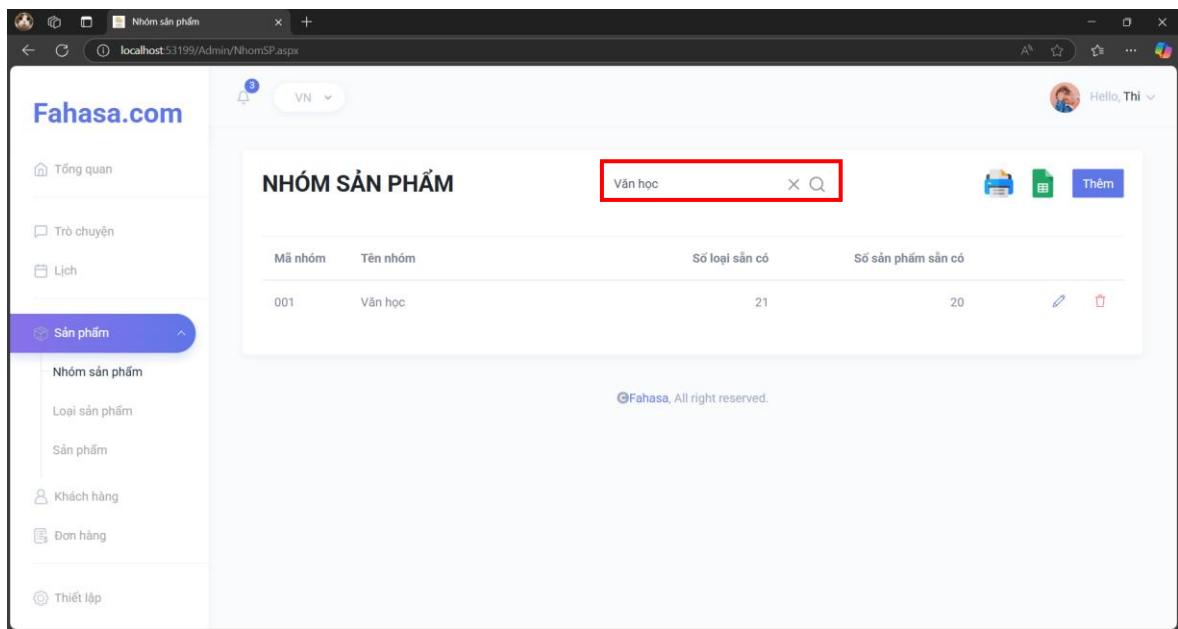


Hình 4. 46. Giao diện trang Nhóm sản phẩm (1)

Trang Nhóm sản phẩm sẽ hiển thị thông tin các nhóm sản phẩm gồm Mã nhóm, Tên nhóm, Số loại sản có và Số sản phẩm sẵn có. Mỗi nhóm có thể được chỉnh sửa hoặc xóa khi nhấn vào 2 icon bút chì và thùng rác ở cuối mỗi hàng trong bảng nhóm sản phẩm.

Ngoài ra trên trang này còn cung cấp chức năng tìm kiếm theo tên nhóm, in thông tin và thêm nhóm mới.

Để tìm kiếm nhóm sản phẩm, người dùng chỉ cần nhập tên nhóm sản phẩm cần tìm vào textbox cho phép nhập rồi bấm icon kính lúp.



Hình 4.47. Giao diện trang Nhóm sản phẩm (2)

Khi trong ô tìm kiếm được nhập, icon dấu “x” sẽ hiển thị giúp xóa nhanh nội dung bên trong.

Quản lý có thể in danh sách nhóm sản phẩm thành file Excel bằng cách nhấn vào nút hoặc sử dụng hộp thoại in trang web bằng cách nhấn vào nút .

DanhSachNhomSanPham • Saved to this PC

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Automate Help

Paste Font Alignment Number Conditional Formatting Styles Cells Editing

Sensitivity Add-ins Analyze Data

A1 DANH SÁCH NHÓM SẢN PHẨM

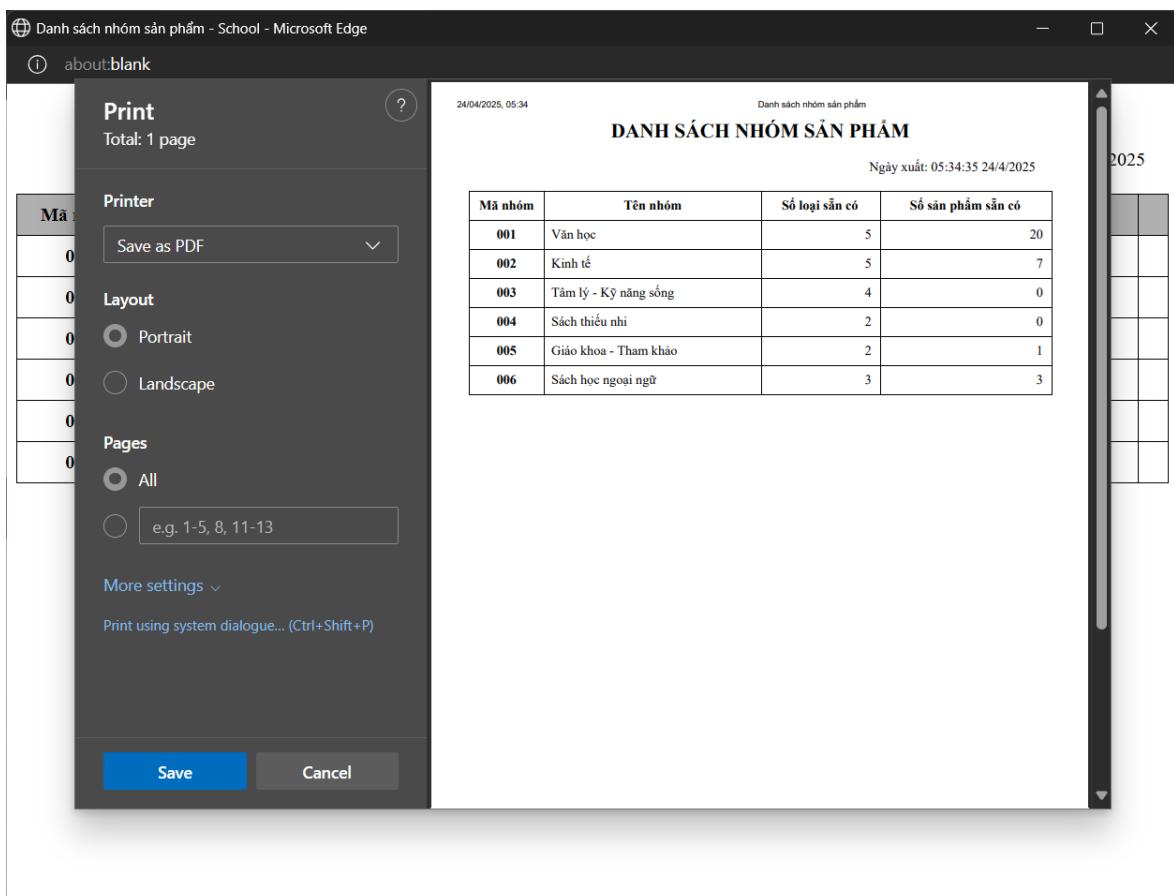
B C D E F G H I J K L M N C

DANH SÁCH NHÓM SẢN PHẨM

Ngày xuất: 24/04/2025 05:34:04

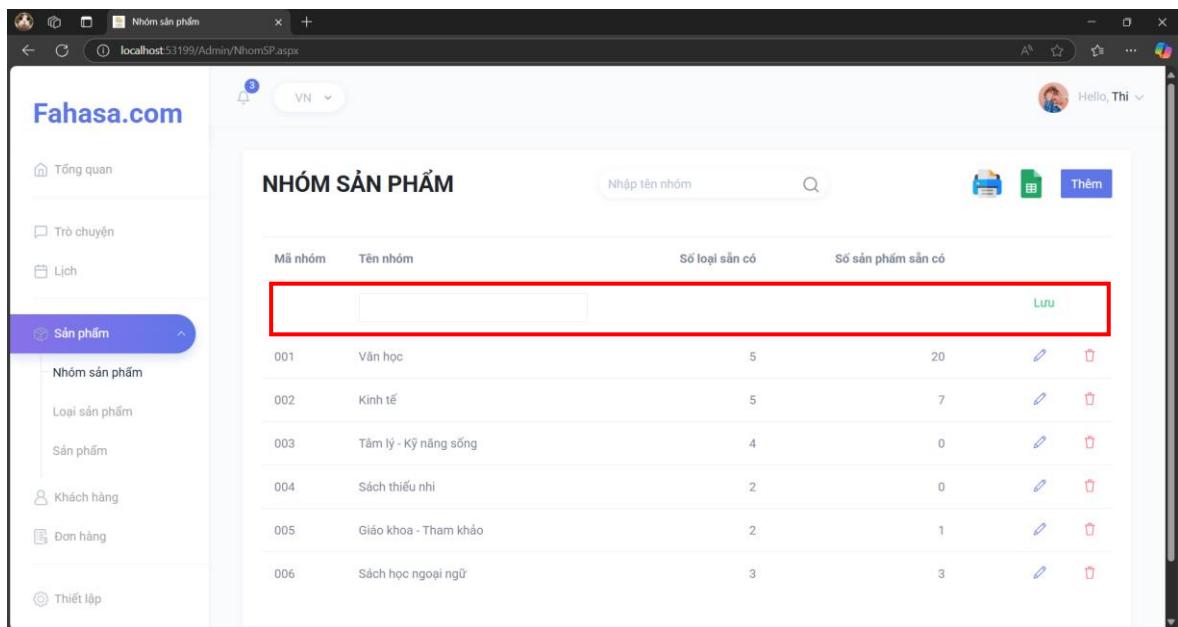
Mã	Tên nhóm	Số loại sản	Số sản phẩm sản
001	Văn học	21	20
002	Kinh tế	10	7
003	Tâm lý - Kỹ năng sống	4	0
004	Sách thiếu nhi	2	0
005	Giáo khoa - Tham	2	1
006	Sách học ngoại ngữ	4	3
Tổng cộng		6	43
			31

Hình 4. 48. File Excel Nhóm sản phẩm

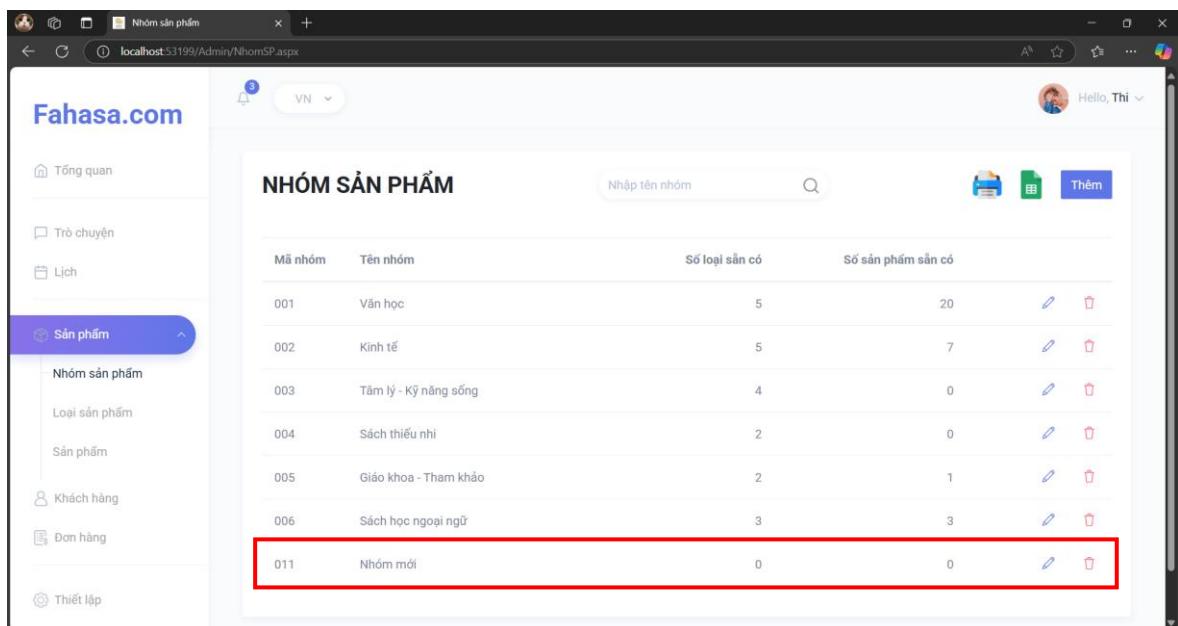


Hình 4.49. Hộp thoại in danh sách nhóm sản phẩm

Để thêm một nhóm sản phẩm mới, người dùng nhấn nút **Thêm**. Lúc này sẽ xuất hiện 1 dòng thêm nhóm mới trên bảng danh sách nhóm. Người dùng chỉ cần nhập tên nhóm rồi bấm nút Lưu, mã nhóm sẽ sinh tự động và bảng danh sách nhóm sẽ load lại với danh sách mới.

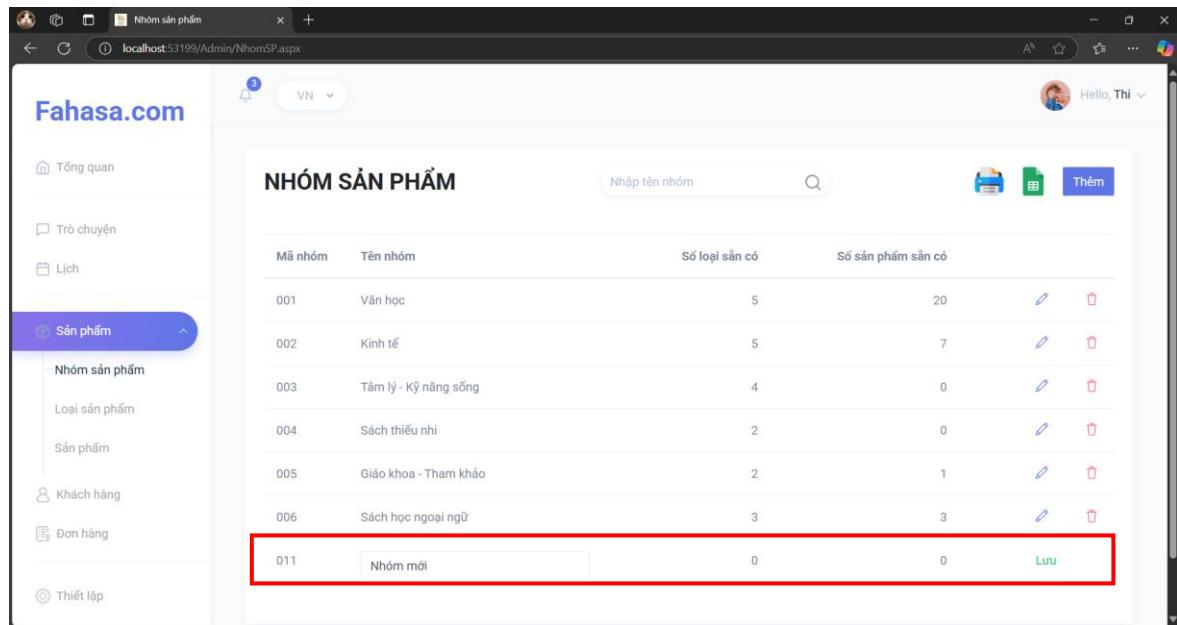


Hình 4. 50. Thêm nhóm sản phẩm mới (1)



Hình 4. 51. Thêm nhóm sản phẩm mới (2)

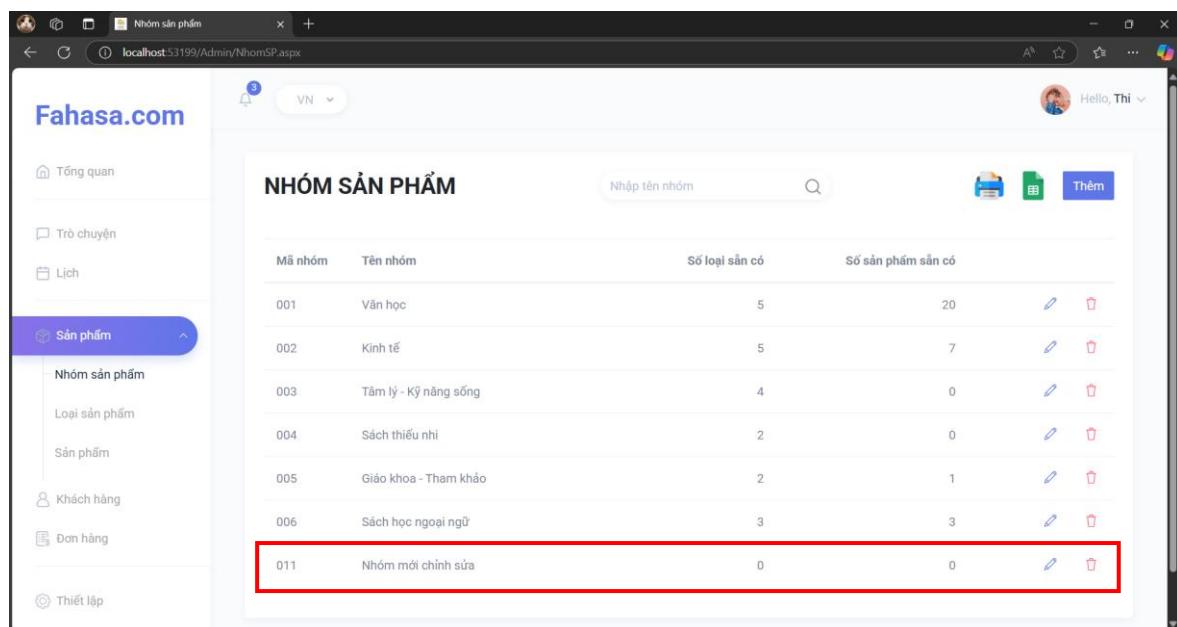
Người dùng muốn chỉnh sửa thông tin nhóm nào có thể bấm vào nút  tại hàng của nhóm muốn chỉnh sửa.



Mã nhóm	Tên nhóm	Số loại sản có	Số sản phẩm sản có		
001	Văn học	5	20		
002	Kinh tế	5	7		
003	Tâm lý - Kỹ năng sống	4	0		
004	Sách thiếu nhi	2	0		
005	Giáo khoa - Tham khảo	2	1		
006	Sách học ngoại ngữ	3	3		
011	Nhóm mới	0	0		

Hình 4. 52. Chính sửa nhóm sản phẩm (1)

Người dùng chỉnh sửa tên nhóm mới rồi bấm nút Lưu để lưu lại thông tin chỉnh sửa



Mã nhóm	Tên nhóm	Số loại sản có	Số sản phẩm sản có		
001	Văn học	5	20		
002	Kinh tế	5	7		
003	Tâm lý - Kỹ năng sống	4	0		
004	Sách thiếu nhi	2	0		
005	Giáo khoa - Tham khảo	2	1		
006	Sách học ngoại ngữ	3	3		
011	Nhóm mới chỉnh sửa	0	0		

Hình 4. 53. Chính sửa nhóm sản phẩm (2)

4.2.5. Giao diện trang Loại sản phẩm

Khi người dùng nhấp vào mục Sản phẩm sẽ hiển thị 3 danh mục nhỏ tương ứng với mỗi chức năng dành cho sản phẩm. Người dùng chọn Loại sản phẩm để thực hiện chức năng quản lý loại sản phẩm.

The screenshot shows the Admin Dashboard of Fahasa.com. On the left sidebar, under the 'Sản phẩm' category, there are three sub-options: 'Nhóm sản phẩm', 'Loại sản phẩm', and 'Sản phẩm'. The 'Sản phẩm' option is highlighted with a red box. The main content area displays two tables: 'Top Loại sản phẩm được mua nhiều nhất' and 'Top Khách hàng mua nhiều nhất'. The footer of the page includes the text '©Fahasa, All right reserved.'

Hình 4. 54. Danh mục các chức năng dành cho sản phẩm

The screenshot shows the 'Loại sản phẩm' list page. The left sidebar has the same navigation as the previous screenshot. The main area is titled 'LOẠI SẢN PHẨM' and contains a table with columns: Mã loại, Tên loại, Số sản phẩm sẵn có, and Nhóm sản phẩm. There are 8 rows of data, each with edit and delete icons. A search bar and a 'Thêm' button are located at the top right of the table area.

Mã loại	Tên loại	Số sản phẩm sẵn có	Nhóm sản phẩm
001	Tiểu thuyết	7	Văn học
002	Truyện ngắn - Tân văn	5	Văn học
003	Truyện trinh thám - Kiếm hiệp	5	Văn học
004	Ngôn tình	3	Văn học
005	Thơ ca	0	Văn học
006	Quản trị - Lãnh đạo	3	Kinh tế
007	Marketing - Bán hàng	4	Kinh tế
008	Khởi nghiệp - Làm giàu	0	Kinh tế

Hình 4. 55. Giao diện trang Loại sản phẩm (1)

Trang Loại sản phẩm sẽ hiển thị thông tin các loại sản phẩm gồm Mã loại, Tên loại, Số sản phẩm sẵn có và Nhóm sản phẩm. Mỗi loại có thể được chỉnh sửa hoặc xóa khi nhấn vào 2 icon bút chì và thùng rác ở cuối mỗi hàng trong bảng loại sản phẩm.

Ngoài ra trên trang này còn cung cấp chức năng tìm kiếm theo tên loại, in thông tin và thêm loại mới.

Để tìm kiếm loại sản phẩm, người dùng chỉ cần nhập tên loại sản phẩm cần tìm vào textbox cho phép nhập rồi bấm icon kính lúp.

Mã loại	Tên loại	Số sản phẩm sẵn có	Nhóm sản phẩm
019	Tiếng Anh	1	Sách học ngoại ngữ
020	Tiếng Nhật	0	Sách học ngoại ngữ
021	Tiếng Hàn	2	Sách học ngoại ngữ

Hình 4. 56. Giao diện trang Loại sản phẩm (2)

Khi trong ô tìm kiếm được nhập, icon dấu “x” sẽ hiển thị giúp xóa nhanh nội dung bên trong.

Quản lý có thể in danh sách loại sản phẩm thành file Excel bằng cách nhấp vào nút hoặc sử dụng hộp thoại in trang web bằng cách nhấp vào nút .

Mã loại	Tên loại	Số sản phẩm sẵn có	Nhóm sản phẩm
'001	Tiểu thuyết	7	Văn học
'002	Truyện ngắn - Tân văn	5	Văn học
'003	Truyện trinh thám - Kiếm hiệp	5	Văn học
'004	Ngôn tình	3	Văn học
'005	Thơ ca	0	Văn học
'006	Quản trị - Lãnh đạo	3	Kinh tế
'007	Marketing - Bán hàng	4	Kinh tế
'008	Khởi nghiệp - Làm giàu	0	Kinh tế
'009	Phân tích kinh tế	0	Kinh tế
'010	Tài chính - Ngân hàng	0	Kinh tế
'011	Kỹ năng sống	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
'012	Tâm lý	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
'013	Rèn luyện nhân cách	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
'014	Hạt giống tâm hồn	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
'015	Manga - Comic	0	Sách thiếu nhi
'016	Kiến thức bách khoa	0	Sách thiếu nhi
'017	Sách giáo khoa	1	Giáo khoa - Tham khảo
'018	Sách tham khảo	0	Giáo khoa - Tham khảo
'019	Tiếng Anh	1	Sách học ngoại ngữ
'020	Tiếng Nhật	0	Sách học ngoại ngữ

Hình 4. 57. File Excel Loại sản phẩm

Mã loại	Tên loại	Số sản phẩm sẵn có	Nhóm sản phẩm
001	Tiểu thuyết	7	Văn học
002	Truyện ngắn - Tân văn	5	Văn học
003	Truyện trinh thám - Kiếm hiệp	5	Văn học
004	Ngôn tình	3	Văn học
005	Thơ ca	0	Văn học
006	Quản trị - Lãnh đạo	3	Kinh tế
007	Marketing - Bán hàng	4	Kinh tế
008	Khởi nghiệp - Làm giàu	0	Kinh tế
009	Phân tích kinh tế	0	Kinh tế
010	Tài chính - Ngân hàng	0	Kinh tế
011	Kỹ năng sống	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
012	Tâm lý	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
013	Rèn luyện nhân cách	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
014	Hạt giống tâm hồn	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
015	Manga - Comic	0	Sách thiếu nhi
016	Kiến thức bách khoa	0	Sách thiếu nhi
017	Sách giáo khoa	1	Giáo khoa - Tham khảo
018	Sách tham khảo	0	Giáo khoa - Tham khảo
019	Tiếng Anh	1	Sách học ngoại ngữ
020	Tiếng Nhật	0	Sách học ngoại ngữ

Hình 4. 58. Hộp thoại in danh sách loại sản phẩm

Để thêm một loại sản phẩm mới, người dùng nhấn nút **Thêm**. Lúc này sẽ xuất hiện 1 dòng thêm loại mới trên bảng danh sách loại. Người dùng chỉ cần nhập tên loại và chọn nhóm sản phẩm rồi bấm nút Lưu, mã loại sẽ sinh tự động và bảng danh sách loại sẽ load lại với danh sách mới.

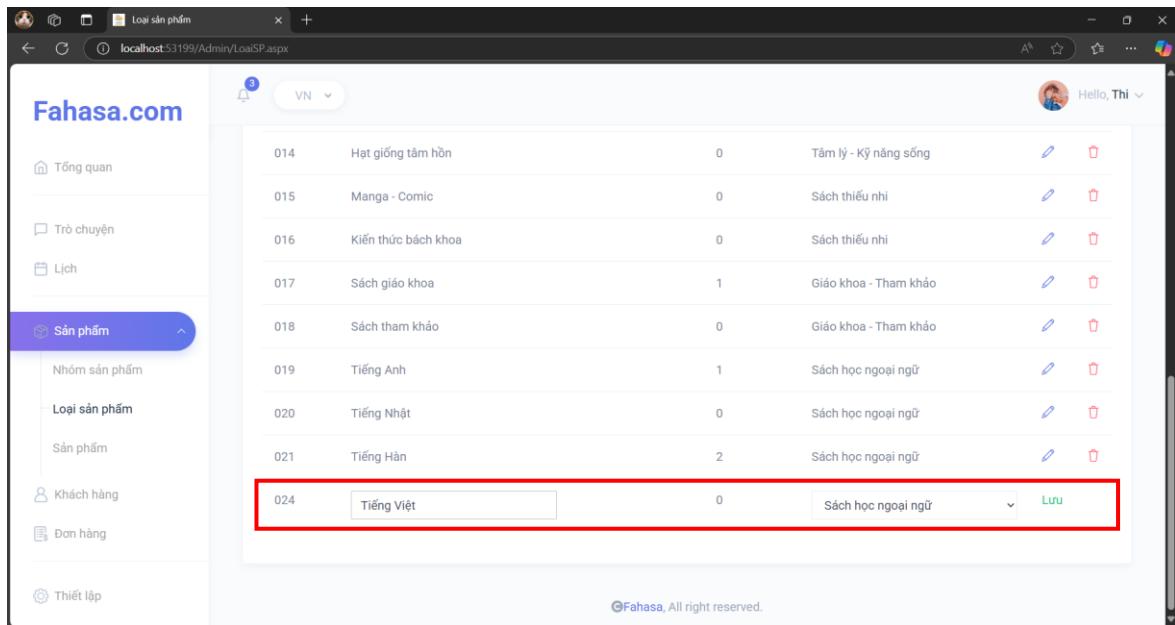
Mã loại	Tên loại	Số sản phẩm sẵn có	Nhóm sản phẩm
	Tiếng Lào	0	Sách học ngoại ngữ
001	Tiểu thuyết	7	- Chọn nhóm sản phẩm -
002	Truyện ngắn - Tản văn	5	Văn học
003	Truyện trinh thám - Kiếm hiệp	5	Kinh tế
004	Ngôn tình	3	Tâm lý - Kỹ năng sống
005	Thơ ca	0	Sách thiếu nhi
006	Quản trị - Lãnh đạo	3	Giáo khoa - Tham khảo
007	Marketing - Bán hàng	4	Sách học ngoại ngữ

Hình 4. 59. Thêm loại sản phẩm mới (1)

Mã loại	Tên loại	Số sản phẩm sẵn có	Nhóm sản phẩm
012	Tâm lý	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
013	Rèn luyện nhân cách	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
014	Hạt giống tâm hồn	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
015	Manga - Comic	0	Sách thiếu nhi
016	Kiến thức bách khoa	0	Sách thiếu nhi
017	Sách giáo khoa	1	Giáo khoa - Tham khảo
018	Sách tham khảo	0	Giáo khoa - Tham khảo
019	Tiếng Anh	1	Sách học ngoại ngữ
020	Tiếng Nhật	0	Sách học ngoại ngữ
021	Tiếng Hàn	2	Sách học ngoại ngữ
024	Tiếng Lào	0	Sách học ngoại ngữ

Hình 4. 60. Thêm loại sản phẩm mới (2)

Người dùng muốn chỉnh sửa thông tin loại nào có thể bấm vào nút  tại hàng của loại muốn chỉnh sửa.

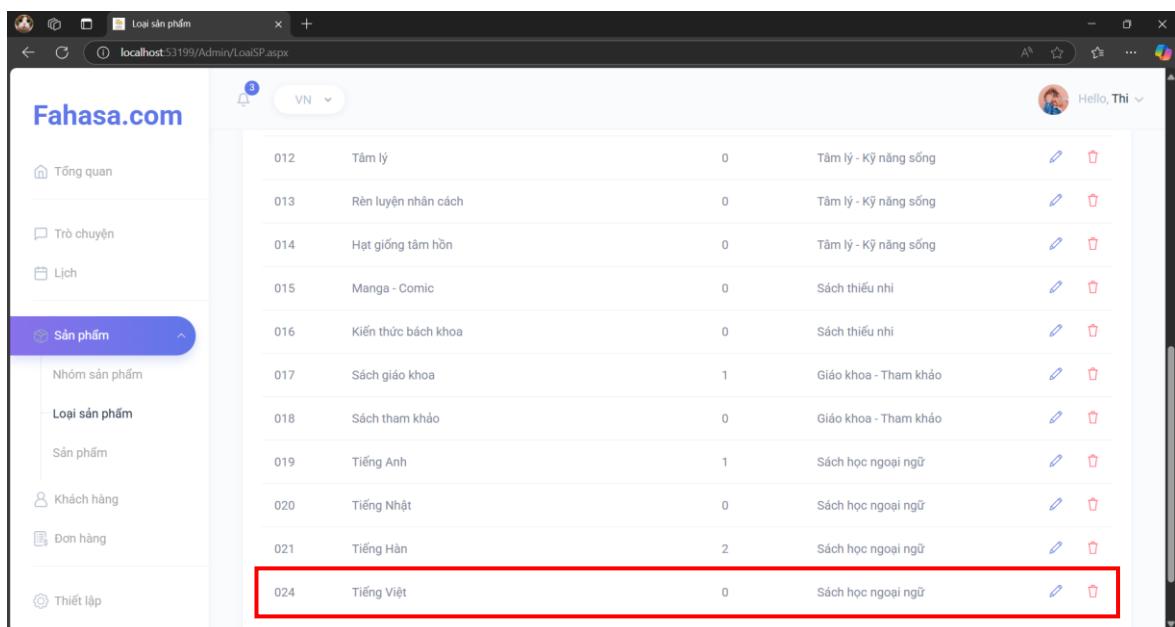


The screenshot shows a list of product categories on the Fahasa.com Admin panel. The left sidebar has a 'Sản phẩm' section with 'Loại sản phẩm' selected. The main area lists categories with columns for ID, Name, Stock, and Description. Row 024 (Tiếng Việt) is highlighted with a red box. The 'Description' column for this row shows 'Sách học ngoại ngữ'. At the bottom right of the list area is a green 'Lưu' (Save) button.

ID	Tên	Số lượng	Mô tả
014	Hạt giống tâm hồn	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
015	Manga - Comic	0	Sách thiếu nhi
016	Kiến thức bách khoa	0	Sách thiếu nhi
017	Sách giáo khoa	1	Giáo khoa - Tham khảo
018	Sách tham khảo	0	Giáo khoa - Tham khảo
019	Tiếng Anh	1	Sách học ngoại ngữ
020	Tiếng Nhật	0	Sách học ngoại ngữ
021	Tiếng Hàn	2	Sách học ngoại ngữ
024	Tiếng Việt	0	Sách học ngoại ngữ

Hình 4. 61. Chỉnh sửa loại sản phẩm (1)

Người dùng chỉnh sửa tên loại mới rồi bấm nút Lưu để lưu lại thông tin chỉnh sửa

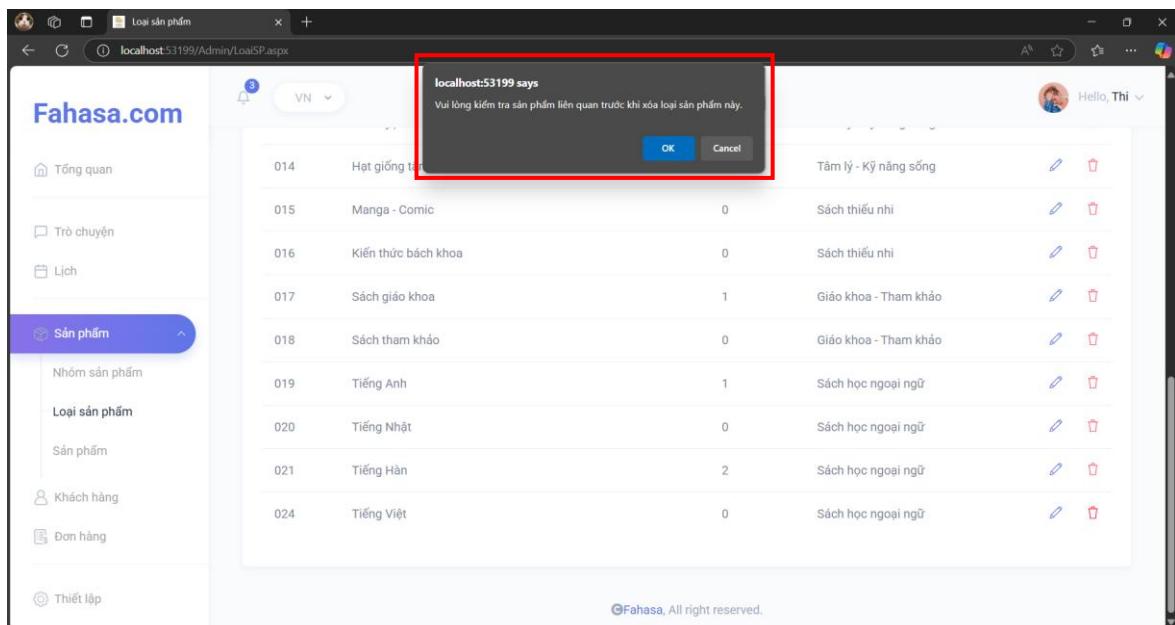


This screenshot shows the same product categories list as the previous one, but with changes made to row 024. The 'Description' column for this row now contains 'Tài liệu'. The rest of the list remains the same.

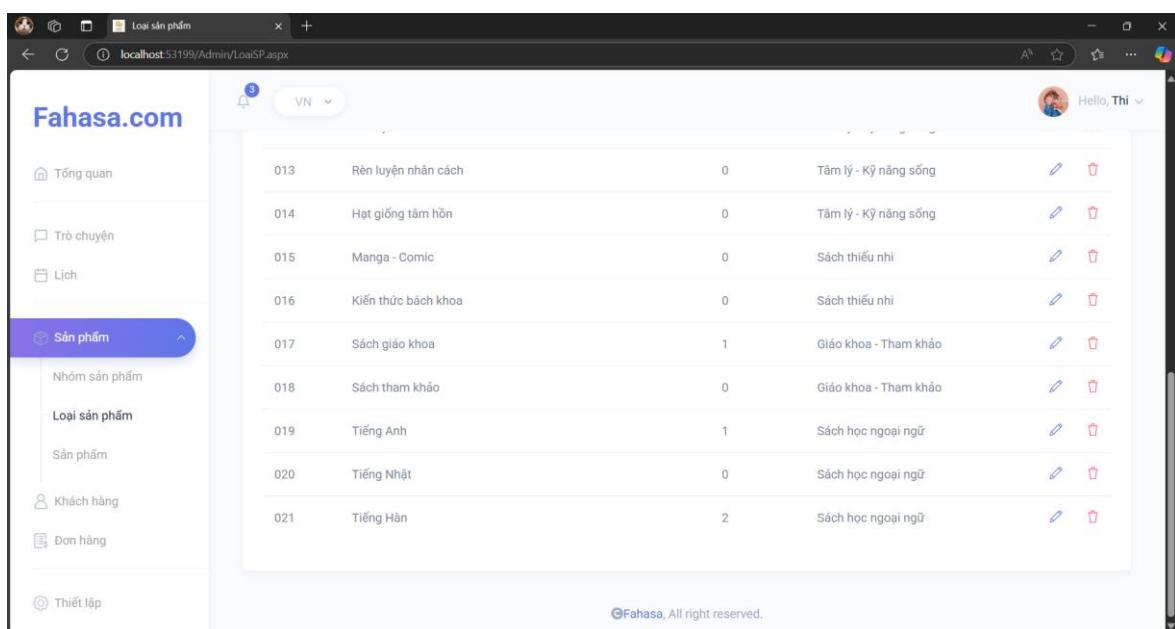
ID	Tên	Số lượng	Mô tả
012	Tâm lý	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
013	Rèn luyện nhân cách	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
014	Hạt giống tâm hồn	0	Tâm lý - Kỹ năng sống
015	Manga - Comic	0	Sách thiếu nhi
016	Kiến thức bách khoa	0	Sách thiếu nhi
017	Sách giáo khoa	1	Giáo khoa - Tham khảo
018	Sách tham khảo	0	Giáo khoa - Tham khảo
019	Tiếng Anh	1	Sách học ngoại ngữ
020	Tiếng Nhật	0	Sách học ngoại ngữ
021	Tiếng Hàn	2	Sách học ngoại ngữ
024	Tiếng Việt	0	Tài liệu

Hình 4. 62. Chỉnh sửa loại sản phẩm (2)

Người dùng có thể xóa loại sản phẩm bằng cách nhấn nút  trên hàng chứa loại sản phẩm muốn xóa. Hộp thoại hiển thị thông báo để nhắc nhở người dùng kiểm tra lại thông tin trước khi xóa. Sau khi xóa xong thì hiển thị lại danh sách loại sản phẩm.



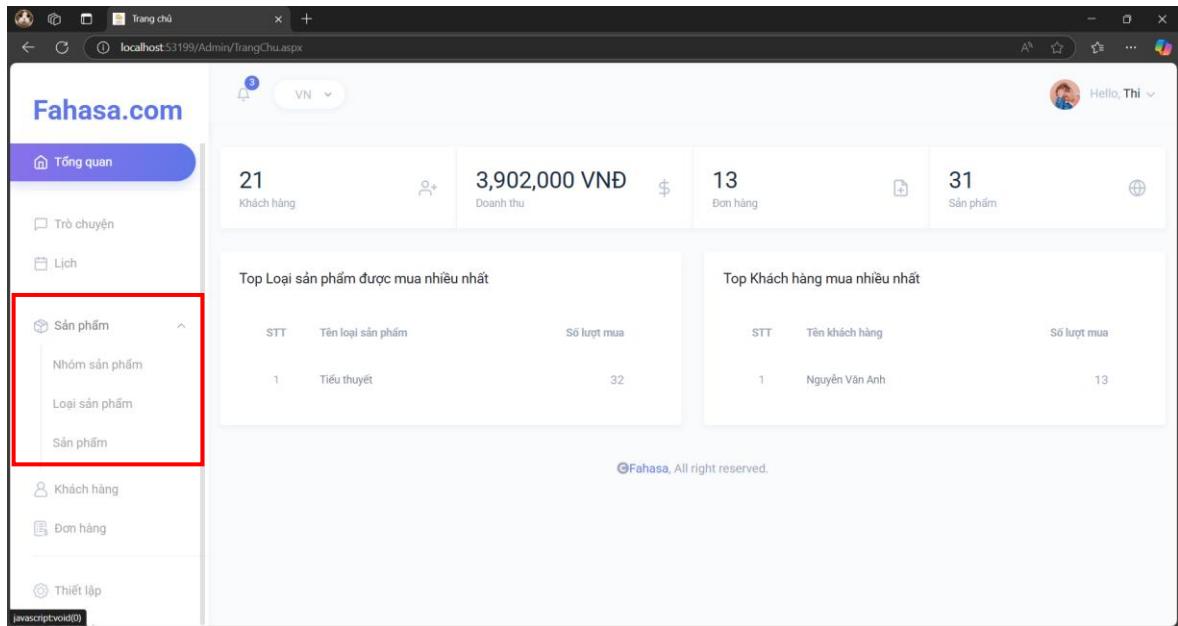
Hình 4. 63. Xóa loại sản phẩm (1)



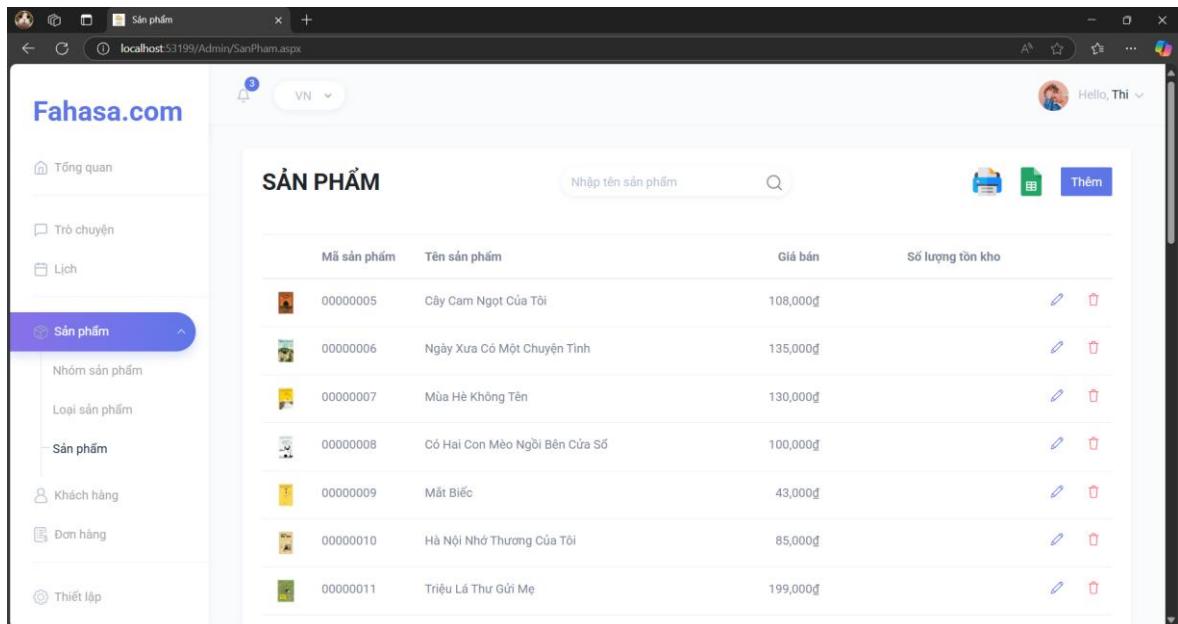
Hình 4. 64. Xóa loại sản phẩm (2)

4.2.6. Giao diện trang Sản phẩm

Khi người dùng nhấp vào mục Sản phẩm sẽ hiển thị 3 danh mục nhỏ tương ứng với mỗi chức năng dành cho sản phẩm. Người dùng chọn Sản phẩm để thực hiện chức năng quản lý Sản phẩm.



Hình 4. 65. Danh mục các chức năng dành cho sản phẩm

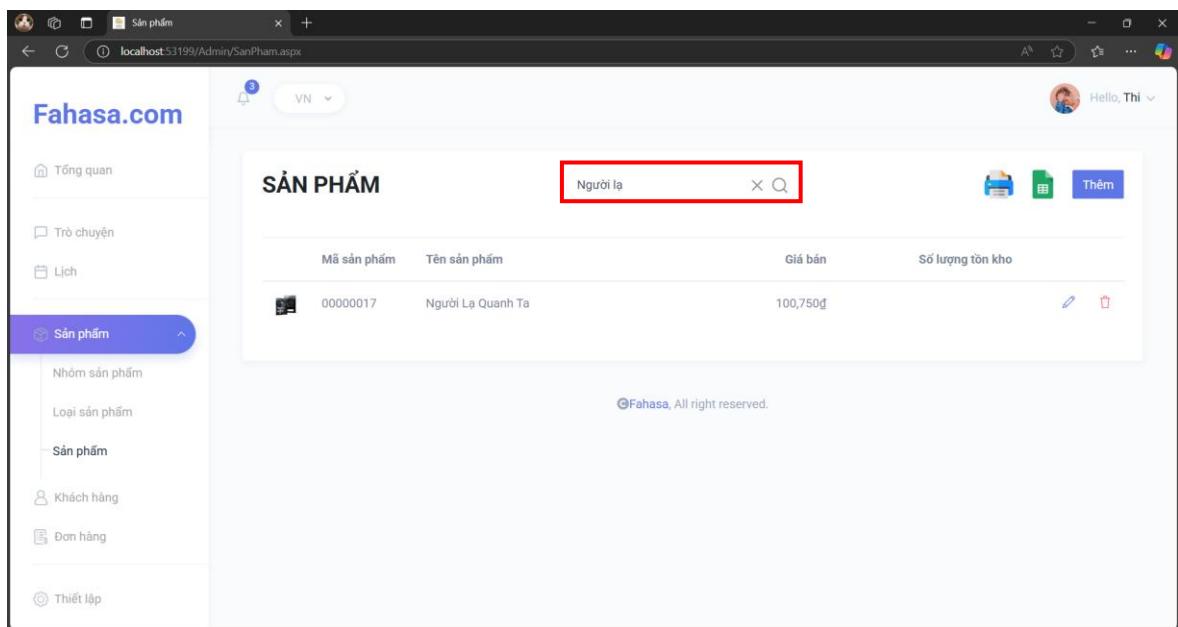


Hình 4. 66. Giao diện trang Sản phẩm (1)

Trang Sản phẩm sẽ hiển thị thông tin các loại sản phẩm gồm Hình sản phẩm, Mã sản phẩm, Tên sản phẩm, Giá bán và Số lượng tồn kho. Mỗi sản phẩm có thể được chỉnh sửa hoặc xóa khi nhấn vào 2 icon bút chì và thùng rác ở cuối mỗi hàng trong bảng sản phẩm.

Ngoài ra trên trang này còn cung cấp chức năng tìm kiếm theo tên sản phẩm, in thông tin và thêm mới.

Để tìm kiếm sản phẩm, người dùng chỉ cần nhập tên sản phẩm cần tìm vào textbox cho phép nhập rồi bấm icon kính lúp.



Hình 4.67. Giao diện trang Sản phẩm (2)

Khi trong ô tìm kiếm được nhập, icon dấu “x” sẽ hiển thị giúp xóa nhanh nội dung bên trong.

Quản lý có thể in danh sách sản phẩm thành file Excel bằng cách nhấn vào nút



hoặc sử dụng hộp thoại in trang web bằng cách nhấn vào nút .

The screenshot shows a Microsoft Excel spreadsheet titled "DANH SÁCH SẢN PHẨM". The table has columns for Product ID (Mã sản phẩm), Product Name (Tên sản phẩm), Price (Giá bán), and Stock Quantity (Số lượng tồn kho). The data includes various book titles and their details.

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá bán	Số lượng tồn kho
'00000005	Cây Cam Ngọt Của Tôi	108,000đ	
'00000006	Ngày Xưa Có Một Chuyện Tình	135,000đ	
'00000007	Mùa Hè Không Tên	130,000đ	
'00000008	Cô Hai Con Mèo Ngồi Bên Cửa Sổ	100,000đ	
'00000009	Mắt Biếc	43,000đ	
'00000010	Hà Nội Nhớ Thương Của Tôi	85,000đ	
'00000011	Triệu Lá Thư Gửi Mẹ	199,000đ	
'00000012	Trốn Lén Mái Nhà Đέ Khóc	76,000đ	
'00000013	Nếu Biết Trăm Năm Là Hữu Hạn	119,000đ	
'00000014	Tiếng Gọi Chân Trời	68,000đ	
'00000015	Những Cuộc Phiêu Lưu Của Sherlock Holmes	55,300đ	
'00000016	Phong Tòa - Lockdown	105,000đ	
'00000017	Người Lạ Quanh Ta	100,750đ	
'00000018	Tội Phạm Đa Nhân Cách	142,350đ	
'00000019	Án Mạng Mười Một Chữ	88,000đ	
'00000020	Hay Nhanh Mất Khi Anh Đến - Tập 1	103,200đ	
'00000021	Bến Xe	53,200đ	
'00000022	Cá Voi Cò Đơn - Tập 2	173,600đ	
'00000023	Hiện Tượng Đo Thái	80,500đ	
'00000024	Khoi Nguồn Năng Lực Lãnh Đạo	47,600đ	

Hình 4. 68. File Excel Sản phẩm

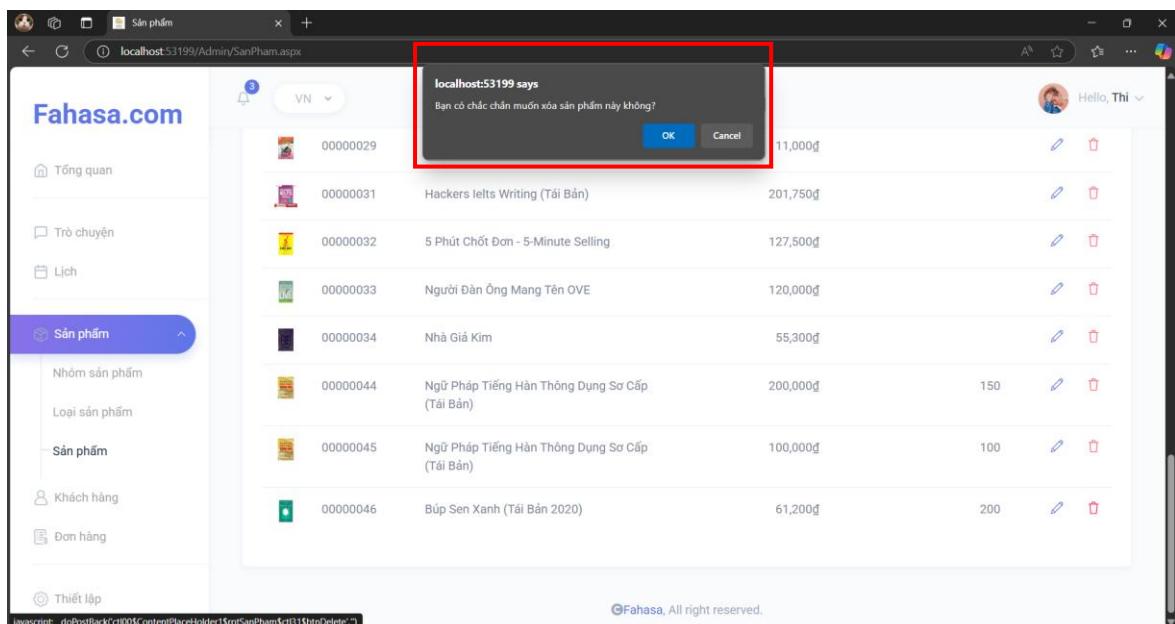
The screenshot shows the Microsoft Edge browser displaying the print preview of the product list. The print dialog box is open, showing options like 'Printer' (Save as PDF), 'Layout' (Portrait), 'Pages' (All), and 'More settings'. The main preview area shows the 'DANH SÁCH SẢN PHẨM' table with the same data as the Excel file.

Hình 4. 69. Hộp thoại in danh sách sản phẩm

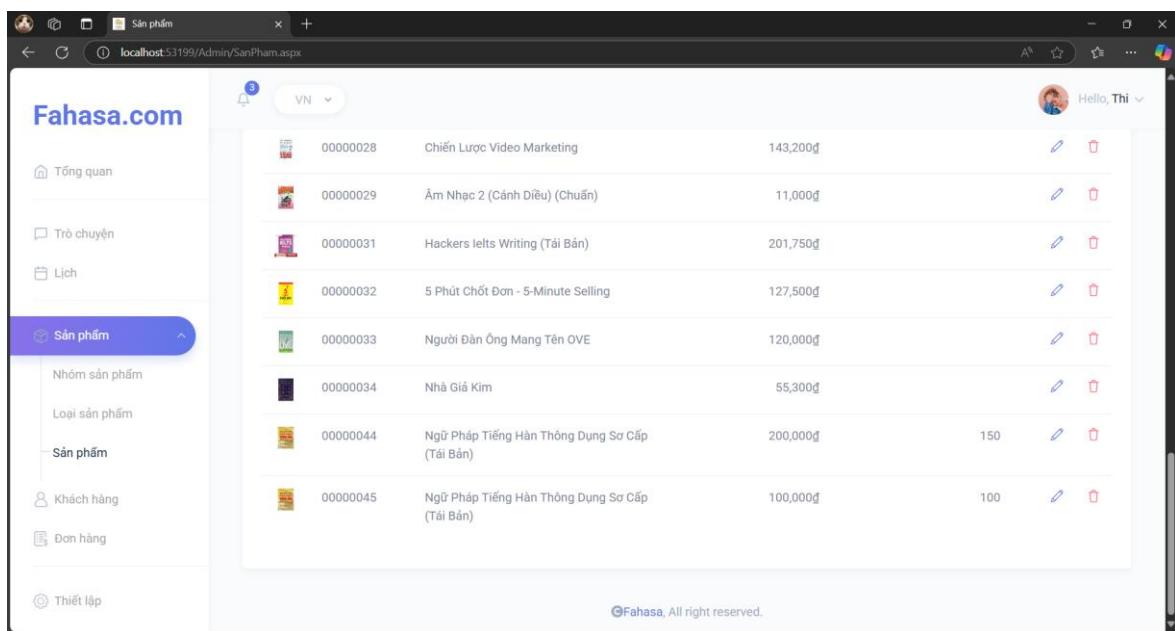
Để thêm một sản phẩm mới, người dùng nhấn nút  . Lúc này người dùng sẽ được chuyển hướng đến trang Cập nhật thông tin sản phẩm.

Người dùng muốn chỉnh sửa thông tin loại nào có thể bấm vào nút  tại hàng của sản phẩm muốn chỉnh sửa. Lúc này người dùng cũng sẽ được chuyển hướng đến trang Cập nhật thông tin sản phẩm.

Người dùng có thể xóa sản phẩm bằng cách nhấn nút  trên hàng chứa sản phẩm muốn xóa. Họp thoại hiển thị thông báo để xác định lại với người dùng có muốn xóa sản phẩm không, tránh trường hợp bấm nhầm vào nút xóa sản phẩm. Sau khi xóa xong thì hiển thị lại danh sách sản phẩm.



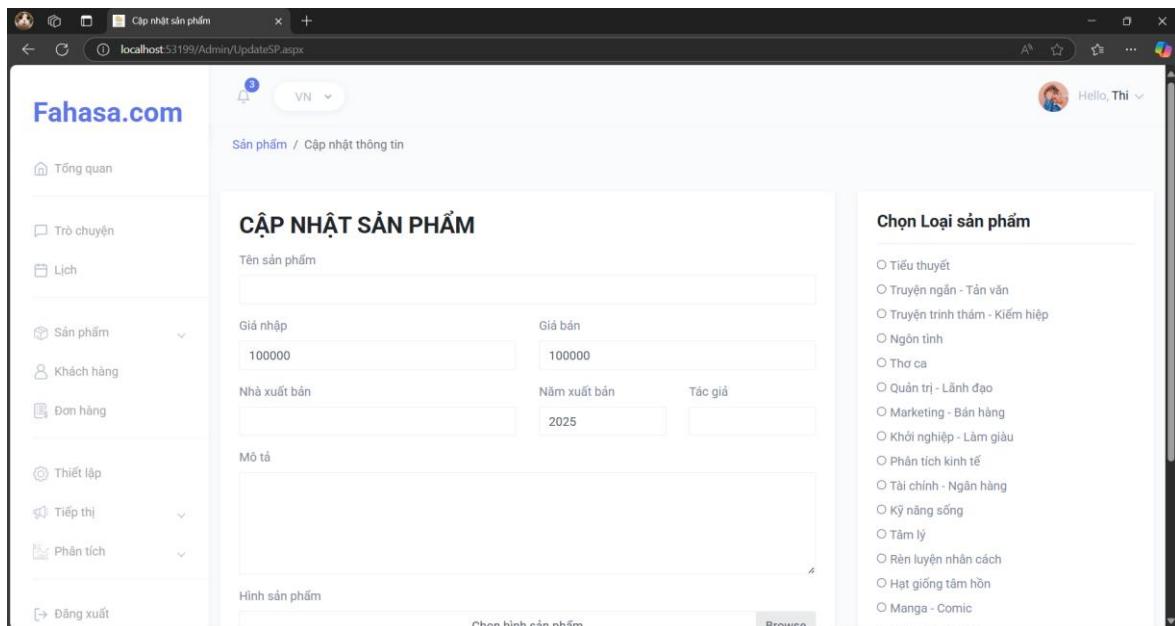
Hình 4. 70. Xóa sản phẩm (1)



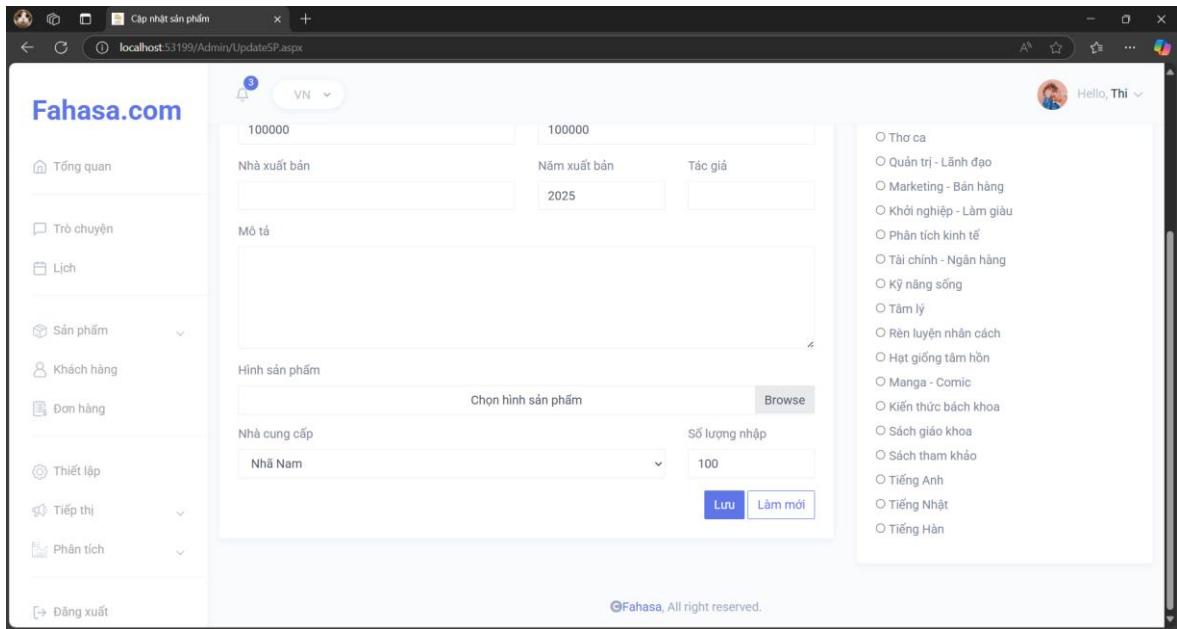
Hình 4. 71. Xóa loại sản phẩm (2)

4.2.7. Giao diện trang Cập nhật thông tin sản phẩm

Sau khi người dùng nhấn nút **Thêm** tại trang sản phẩm, người dùng sẽ được điều hướng đến trang Cập nhật thông tin sản phẩm. Lúc này giao diện trang Cập nhật thông tin sẽ hiện ra.

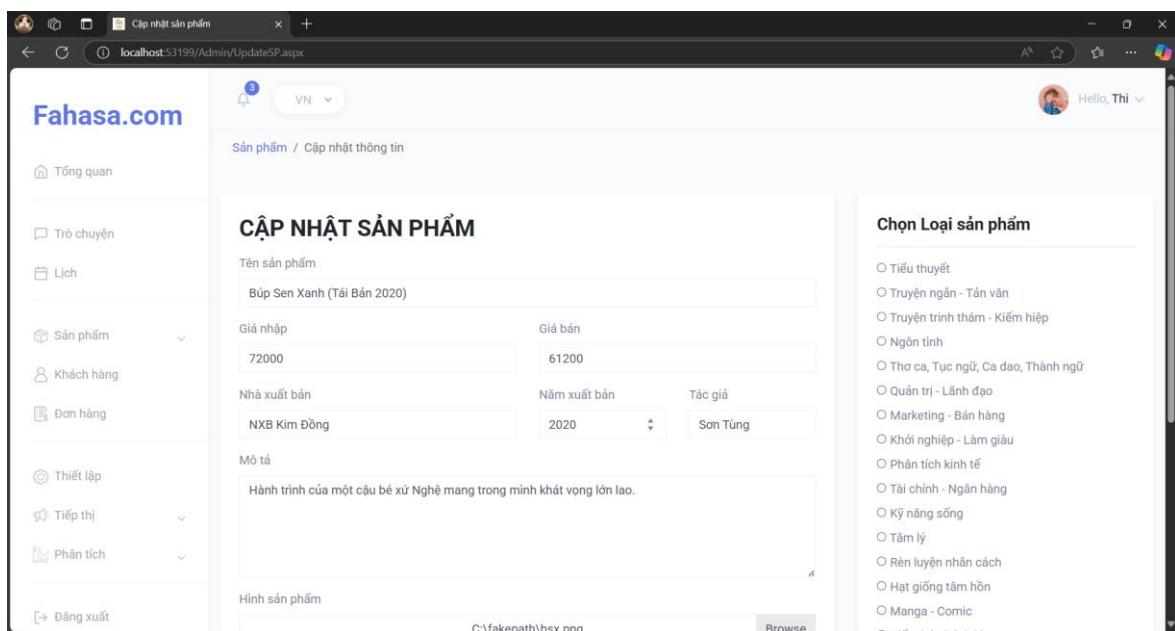


Hình 4. 72. Giao diện trang Cập nhật sản phẩm (1)

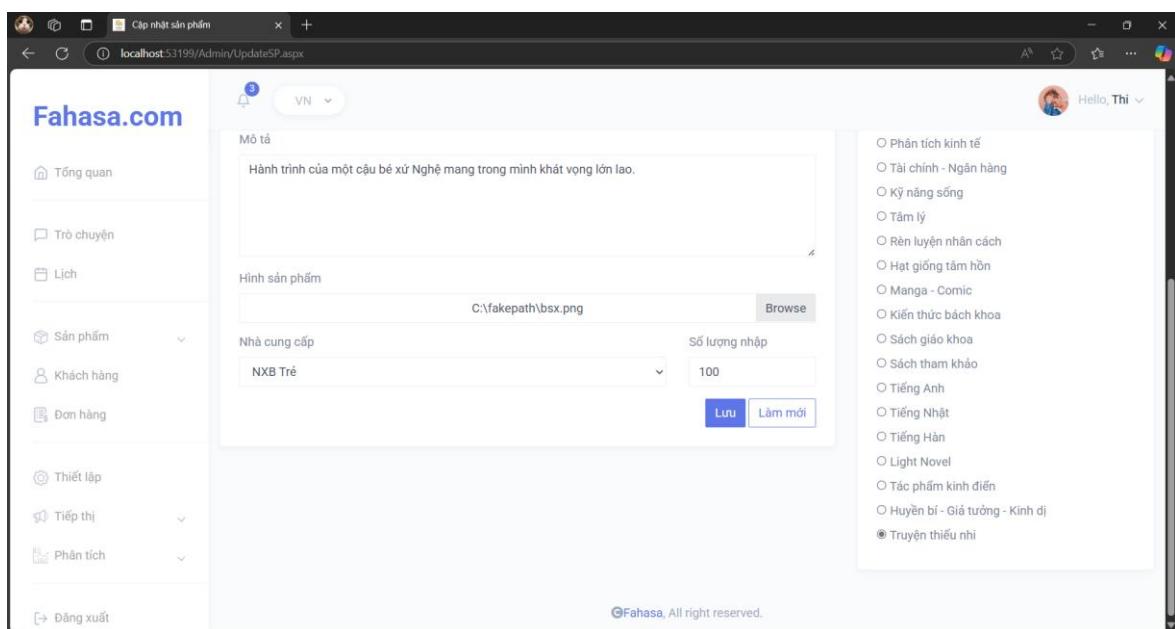


Hình 4. 73. Giao diện trang Cập nhật sản phẩm (2)

Trang này gồm các trường nhập liệu cho phép nhập thông tin của sản phẩm mới. Người dùng cần nhập các thông tin tương ứng của sản phẩm muốn thêm, gồm các thông tin Tên sản phẩm, Giá nhập (mặc định là 100000), Giá bán (mặc định là 100000), Nhà xuất bản, Năm xuất bản (mặc định là năm hiện hành), Tác giả, Mô tả, Hình sản phẩm, Nhà cung cấp (list các nhà cung cấp), Số lượng nhập (mặc định là 100), Loại sản phẩm (gồm list các loại sản phẩm hiện có).



Hình 4. 74. Nhập thông tin sản phẩm mới (1)



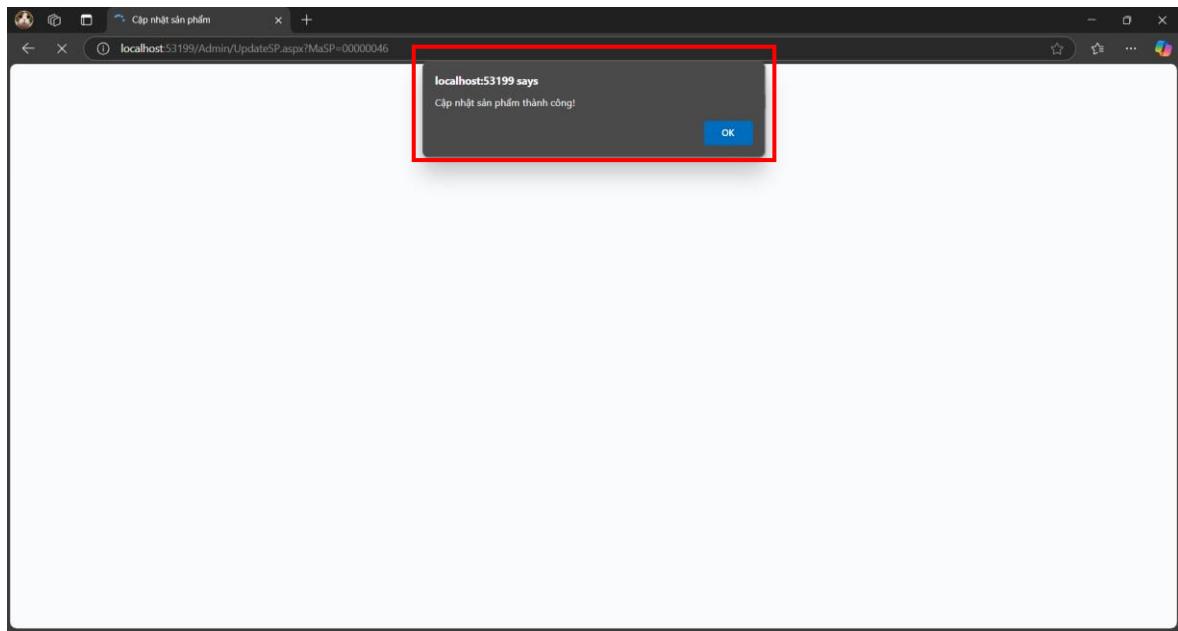
Hình 4. 75. Nhập thông tin sản phẩm mới (2)

Người dùng muốn xóa nhanh các trường thông tin đã nhập thì nhấn vào nút

Làm mới

, giao diện sẽ trở lại như vừa mới load trang Cập nhật thông tin sản phẩm.

Sau khi nhập xong các thông tin, người dùng nhấn nút **Lưu**, hệ thống sẽ hiển thị hộp thoại thông báo cập nhật sản phẩm thành công, đồng thời, thông tin sản phẩm sẽ được lưu vào CSDL và được hiển thị lại lên danh sách sản phẩm.



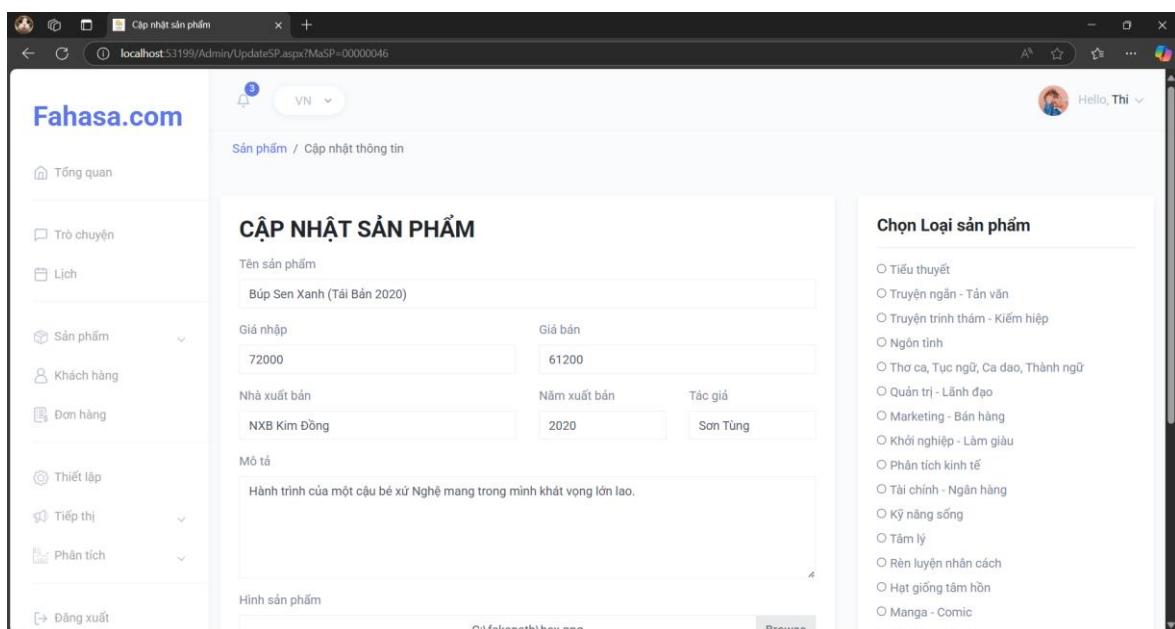
Hình 4. 76. Thông báo cập nhật thông tin mới thành công

A screenshot of the Fahasa.com website's product management interface. The left sidebar has navigation links like 'Tổng quan', 'Trò chuyện', 'Lịch', 'Sản phẩm' (which is highlighted in blue), 'Nhóm sản phẩm', 'Loại sản phẩm', 'Sản phẩm' (under 'Sản phẩm'), 'Khách hàng', 'Đơn hàng', and 'Thiết lập'. The main content area shows a table of products. One row, which includes the product 'Búp Sen Xanh (Tái Bản 2020)' with ID 00000046, is highlighted with a red border. The table columns include the product ID, name, price, and two action buttons (edit and delete). At the bottom of the page, there is a footer with the text 'Fahasa, All right reserved.'

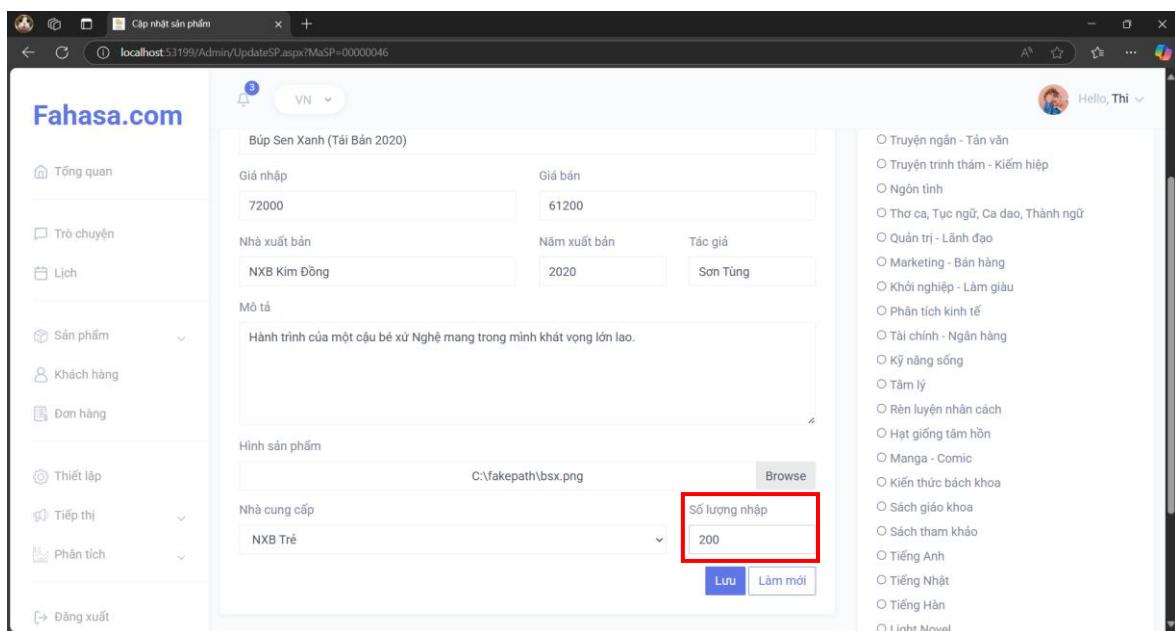
Hình 4. 77. Danh sách sản phẩm sau khi thêm mới

Người dùng muốn chỉnh sửa thông tin loại nào có thể bấm vào nút  tại hàng của sản phẩm muốn chỉnh sửa. Lúc này người dùng cũng sẽ được chuyển hướng đến trang Cập nhật thông tin sản phẩm. Các trường nhập liệu sẽ hiển thị lại thông tin của sản phẩm được chọn, người dùng chỉ cần thay đổi thông tin muốn chỉnh sửa rồi

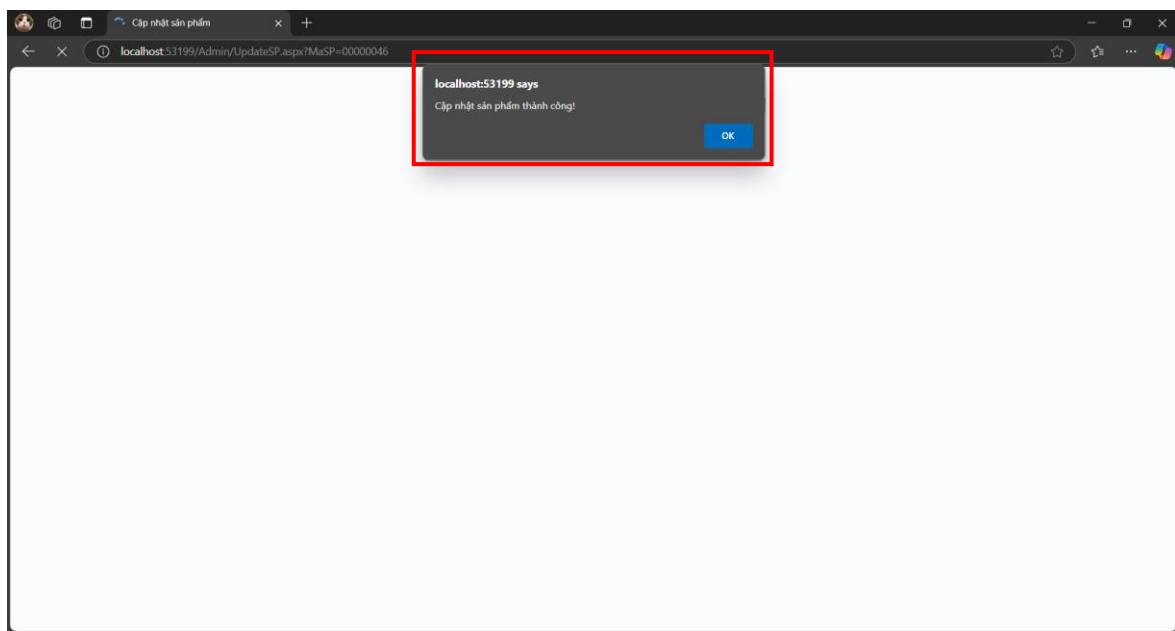
bấm **Lưu** để cập nhật lại thông tin sản phẩm vào CSDL. Hệ thống cũng sẽ hiển thị hộp thoại thông báo cho người dùng biết thông tin sản phẩm đã được cập nhật thành công.



Hình 4.78. Giao diện cập nhật lại thông tin sản phẩm



Hình 4. 79. Chính sửa thông tin của sản phẩm muốn cập nhật



Hình 4. 80. Thông báo sau khi chỉnh sửa thông tin sản phẩm

The screenshot shows a web browser window for 'Fahasa.com' at the URL 'localhost:53199/Admin/SanPham.aspx'. The left sidebar has a 'Sản phẩm' tab selected, which is highlighted in blue. The main content area displays a table of products with columns for ID, Name, Price, and two action icons. A red box highlights the quantity column for the last row, which is 'Búp Sen Xanh (Tái Bản 2020)'.

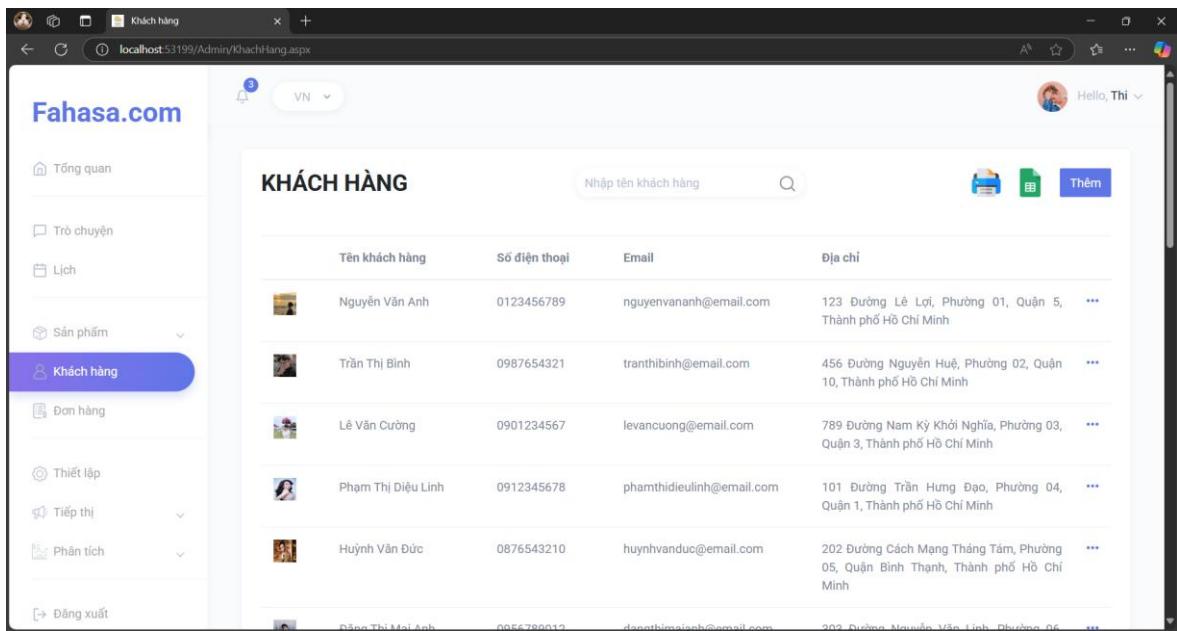
00000029	Âm Nhạc 2 (Cánh Diều) (Chuẩn)	11,000đ		
00000031	Hackers Ielts Writing (Tái Bản)	201,750đ		
00000032	5 Phút Chốt Đơn - 5-Minute Selling	127,500đ		
00000033	Người Đàn Ông Mang Tên OVE	120,000đ		
00000034	Nhà Giả Kim	55,300đ		
00000044	Ngữ Pháp Tiếng Hàn Thông Dụng Sơ Cấp (Tái Bản)	200,000đ	150	
00000045	Ngữ Pháp Tiếng Hàn Thông Dụng Sơ Cấp (Tái Bản)	100,000đ	100	
00000046	Búp Sen Xanh (Tái Bản 2020)	61,200đ	200	

Hình 4. 81. Danh sách sản phẩm đã được cập nhật lại

4.2.8. Giao diện trang Khách hàng

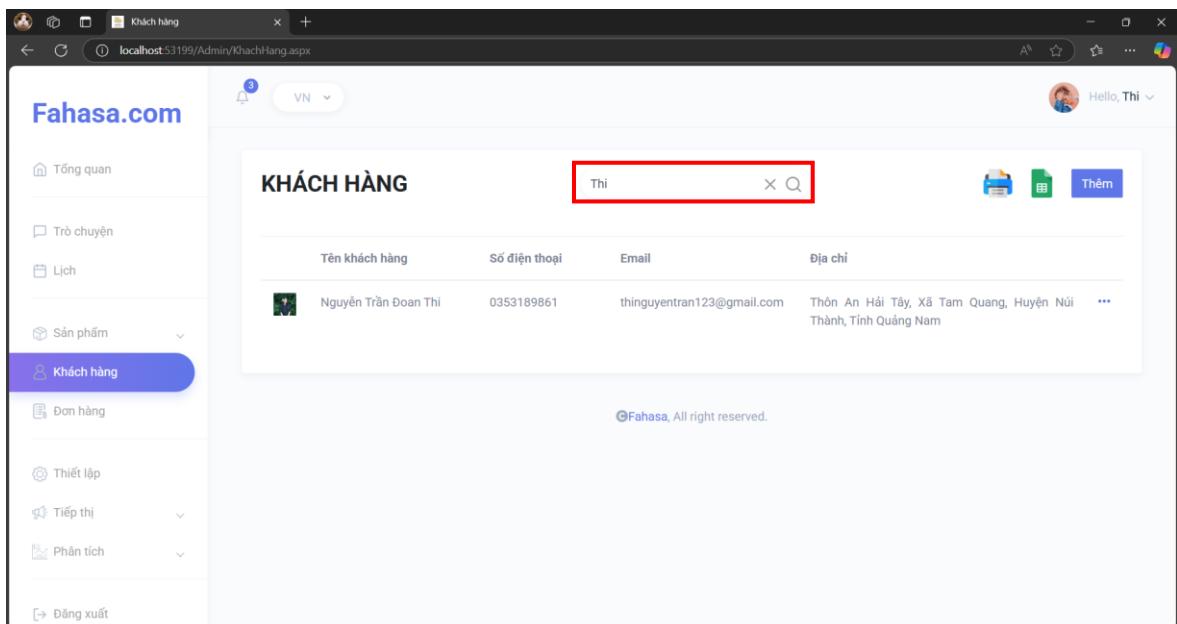
Người dùng chọn mục Khách hàng trên thanh Menu bên phải để thực hiện chức năng quản lý Khách hàng.

Khi nhấn vào, trang Khách hàng sẽ hiển thị danh sách các khách hàng với các thông tin Avatar khách hàng, Họ tên khách hàng, Số điện thoại, Email, Địa chỉ.



Hình 4. 82. Giao diện trang Khách hàng (1)

Để tìm kiếm khách hàng, người dùng chỉ cần nhập tên khách hàng cần tìm vào textbox cho phép nhập rồi bấm icon kính lúp.



Hình 4. 83. Giao diện trang Khách hàng (2)

Khi trong ô tìm kiếm được nhập, icon dấu “x” sẽ hiển thị giúp xóa nhanh nội dung bên trong.

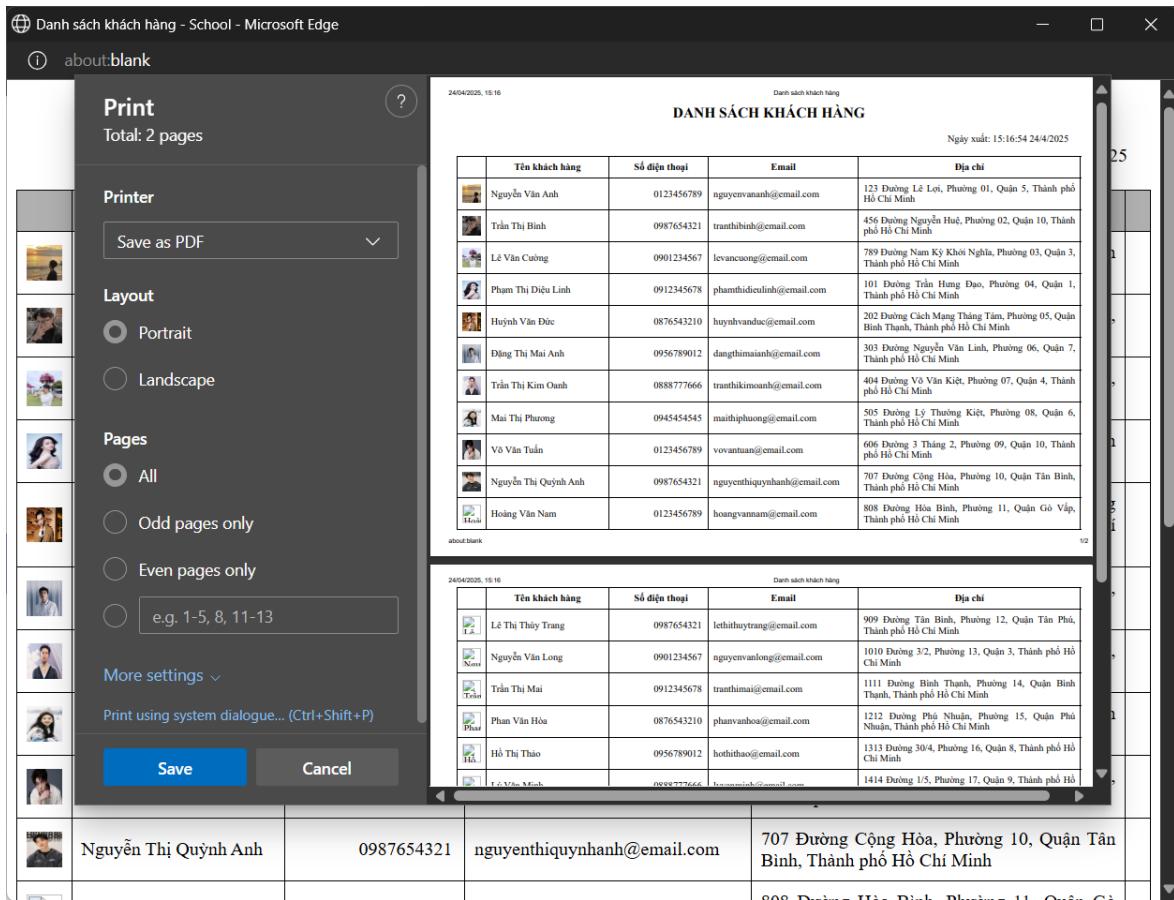
Quản lý có thể in danh sách khách hàng thành file Excel bằng cách nhấn vào

nút hoặc sử dụng hộp thoại in trang web bằng cách nhấn vào nút .

The screenshot shows an Excel spreadsheet titled "DANH SÁCH KHÁCH HÀNG" (Customer List) in the first cell of the table. The table has columns for Ma khach hang (Customer ID), Ho khach hang (Last Name), Ten khach hang (First Name), So dien thoai (Phone Number), Email, and Dia chi (Address). The data includes 24 rows of customer information, such as Nguyen Van Anh, Tran Thi Binh, etc. The Excel ribbon at the top shows various tabs like Home, Insert, Page Layout, etc. The status bar at the bottom indicates the date and time: Ngày xuất: 24/04/2025 15:15:59.

Mã khách hàng	Họ khách hàng	Tên khách hàng	Số điện thoại	Email	Địa chỉ
0'0000000001	Nguyễn Văn	Auh	123456789	nguyenvanauh@email.com	123 Đường Lê Lợi, Phường 01, Quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000002	Trần Thị	Bình	987654321	tranthibinh@email.com	456 Đường Nguyễn Huệ, Phường 02, Quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000003	Lê Văn	Cường	901234567	levanuong@email.com	789 Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 03, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000004	Phạm Thị Diệu	Linh	912345678	phanthidielinh@email.com	101 Đường Trần Hưng Đạo, Phường 04, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000005	Huyền Văn	Đức	876543210	huyenvanduc@email.com	202 Đường Cách Mạng Tháng Tám, Phường 05, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000006	Đặng Thị Mai	Anh	956789012	daengthimaianh@email.com	303 Đường Nguyễn Văn Linh, Phường 06, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000007	Trần Thị Kim	Oanh	888777666	tranthikimouah@email.com	404 Đường Võ Văn Kiệt, Phường 07, Quận 4, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000008	Mai Thị	Phương	945454545	manhthiphuong@email.com	505 Đường Lý Thường Kiệt, Phường 08, Quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000009	Võ Văn	Tuấn	123456789	vovantuan@email.com	606 Đường 3 Tháng 2, Phường 09, Quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000010	Nguyễn Thị Quỳnh	Auh	987654321	nguyenthiquynhau@email.com	707 Đường Cộng Hòa, Phường 10, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000011	Hoàng Văn	Nam	123456789	hoangvannam@email.com	808 Đường Hòa Bình, Phường 11, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000012	Lê Thị Thúy	Trang	987654321	lethithuytrang@email.com	909 Đường Tân Bình, Phường 12, Quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000013	Nguyễn Văn	Long	901234567	nguyenvanlong@email.com	1010 Đường 3/2, Phường 13, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000014	Trần Thị	Mai	912345678	tranthimai@email.com	1111 Đường Bình Thạnh, Phường 14, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000015	Phạm Văn	Hoa	876543210	phanvnhhoa@email.com	1212 Đường Phú Nhuận, Phường 15, Quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000016	Hồ Thị	Thảo	956789012	hoithithao@email.com	1313 Đường 1/5, Phường 16, Quận 8, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000017	Lý Văn	Minh	888777666	lyvanninh@email.com	1414 Đường 1/5, Phường 17, Quận 9, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000018	Mai Thị	Hoài	945454545	manhthihoa@email.com	1515 Đường 2/9, Phường 18, Quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh
0'0000000019	Viết Văn	Phù	123456789	vuongvaphu@email.com	1616 Đường 1/7, Phường 19, Quận 11, Thành phố Hồ Chí Minh

Hình 4. 84. File Excel Khách hàng



Hình 4. 85. Hộp thoại in danh sách khách hàng

Để thêm một khách hàng mới, người dùng nhấn nút **Thêm**. Lúc này người dùng sẽ được chuyển hướng đến trang Thông tin khách hàng.

Người dùng muốn xem/chỉnh sửa thông tin khách hàng nào có thể bấm vào nút **...** tại hàng của khách hàng muốn xem/chỉnh sửa. Lúc này người dùng cũng sẽ được chuyển hướng đến trang Thông tin khách hàng.

4.2.9. Giao diện trang Thông tin khách hàng

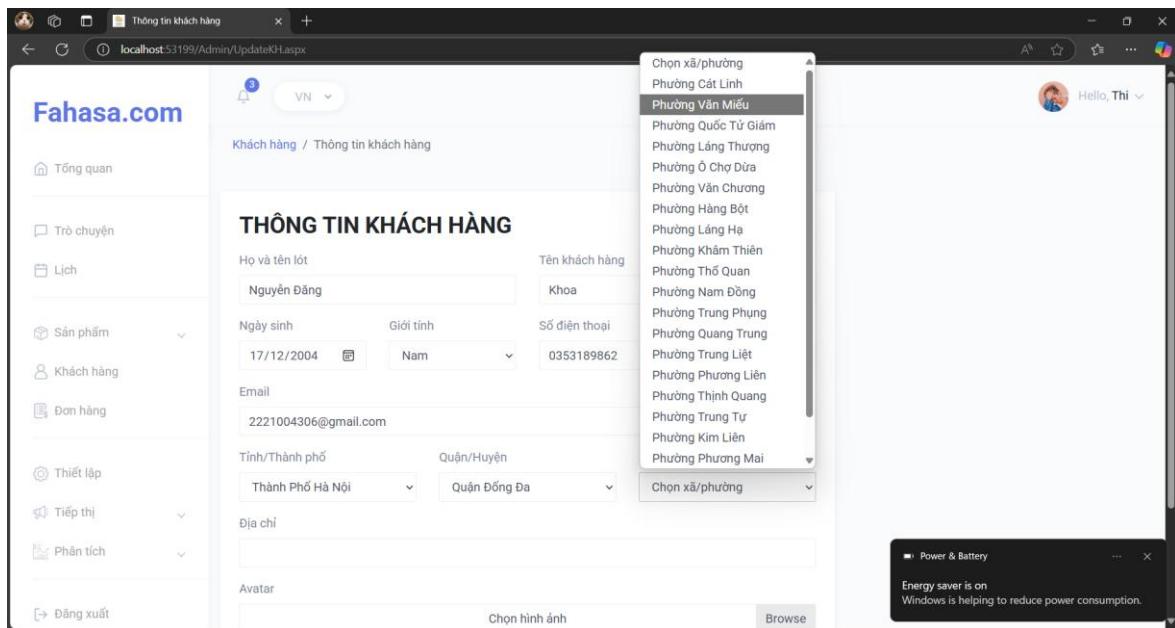
Sau khi người dùng nhấn nút **Thêm** tại trang khách hàng, người dùng sẽ được điều hướng đến trang Thông tin khách hàng. Lúc này giao diện trang Thông tin khách hàng sẽ hiện ra.

The screenshot displays a web application interface for managing customer information. On the left, there's a vertical sidebar with various menu items such as 'Tổng quan', 'Trò chuyện', 'Lịch', 'Sản phẩm', 'Khách hàng', 'Đơn hàng', 'Thiết lập', 'Tiếp thị', 'Phân tích', and 'Đăng xuất'. The main content area is titled 'THÔNG TIN KHÁCH HÀNG' (Customer Information). It contains several input fields: 'Họ và tên lót' (First Name), 'Tên khách hàng' (Last Name), 'Ngày sinh' (Birth Date) with a date picker, 'Giới tính' (Gender) with options 'Nam' and 'Nữ' (Female), 'Số điện thoại' (Phone Number), 'Email', 'Địa chỉ' (Address), and 'Avatar' (Profile Picture) with a 'Browse' button. There are also dropdown menus for selecting 'Tỉnh/Thành phố', 'Quận/Huyện', and 'Xã/Phường/Thị trấn' (Province/City/District/Town).

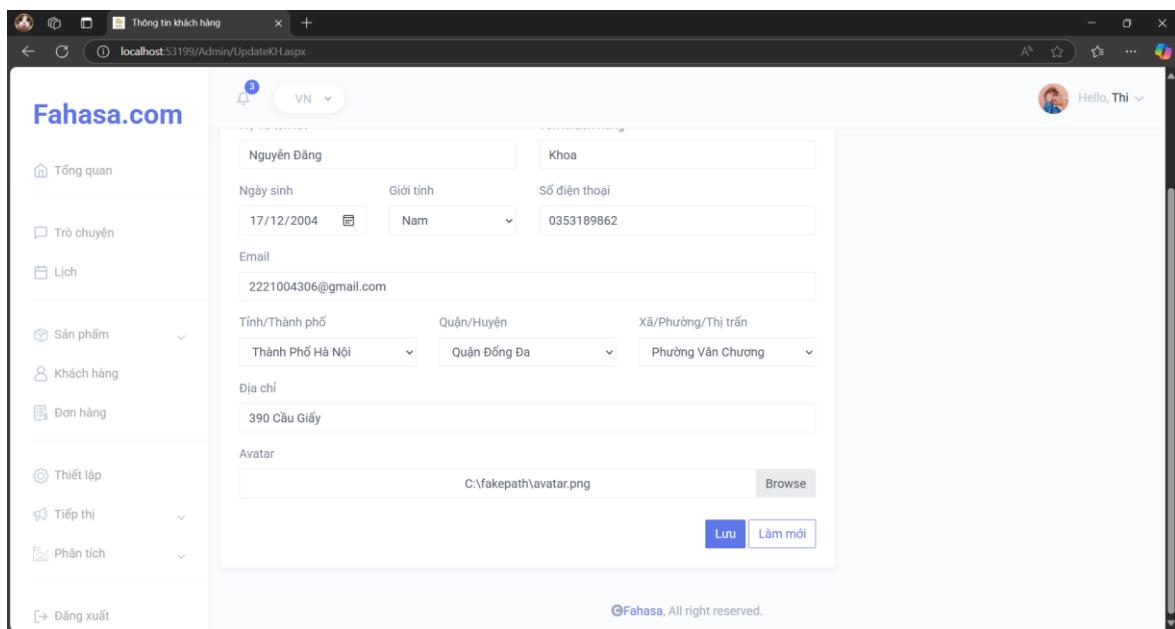
Hình 4. 86. Giao diện trang Thông tin khách hàng (1)

Trang này gồm các trường nhập liệu cho phép nhập thông tin của khách hàng mới. Người dùng cần nhập các thông tin tương ứng của khách hàng muốn thêm, gồm các thông tin Họ và tên lót, Tên khách hàng, Ngày sinh, Giới tính (chỉ được chọn Nam hoặc Nữ), Số điện thoại, Email, Tỉnh/Thành phố, Quận/Huyện, Xã/Phường/Thị trấn, Địa chỉ, Avatar khách hàng.

Ở đây, địa chỉ gồm tỉnh/thành, quận/huyện, xã/phường/thị trấn đã được cài đặt trong chương trình, khi người dùng chọn tỉnh thành sẽ hiển thị các quận huyện tương ứng). Các dữ liệu về địa chỉ ở Việt Nam được lấy từ trang web này: <https://bandolamnghiep.com/file-excel-tatcac-xa-huyen-tinh-thanh-pho-o-viet-nam-2021/>



Hình 4. 87. Nhập thông tin khách hàng mới (1)



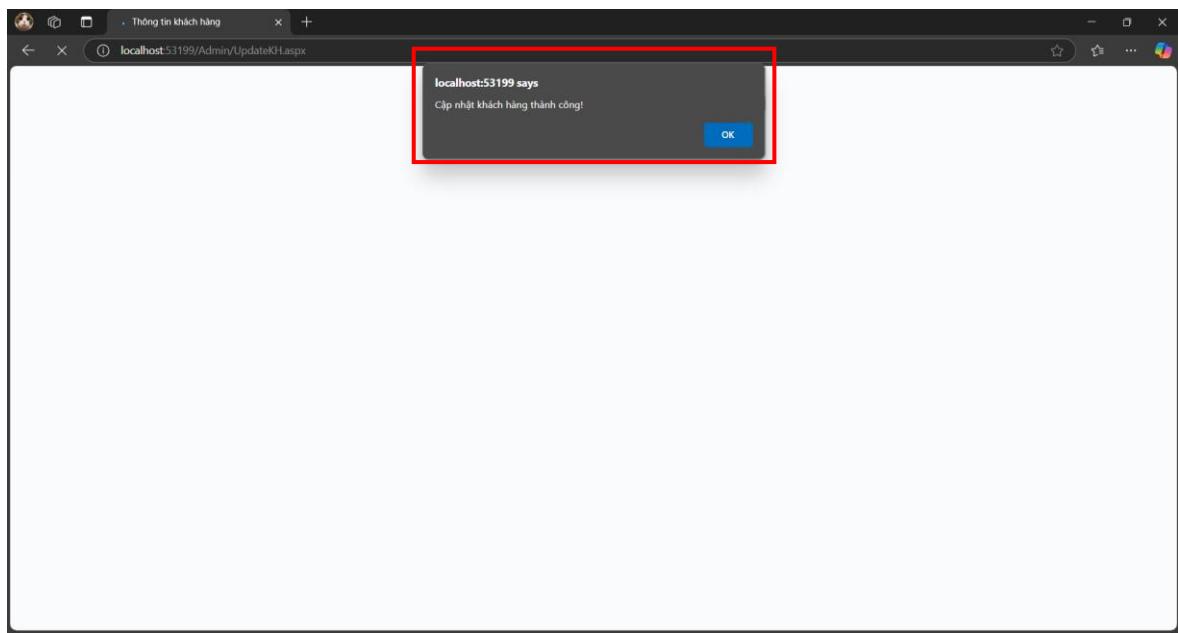
Hình 4. 88. Nhập thông tin khách hàng mới (2)

Người dùng muốn xóa nhanh các trường thông tin đã nhập thì nhấn vào nút

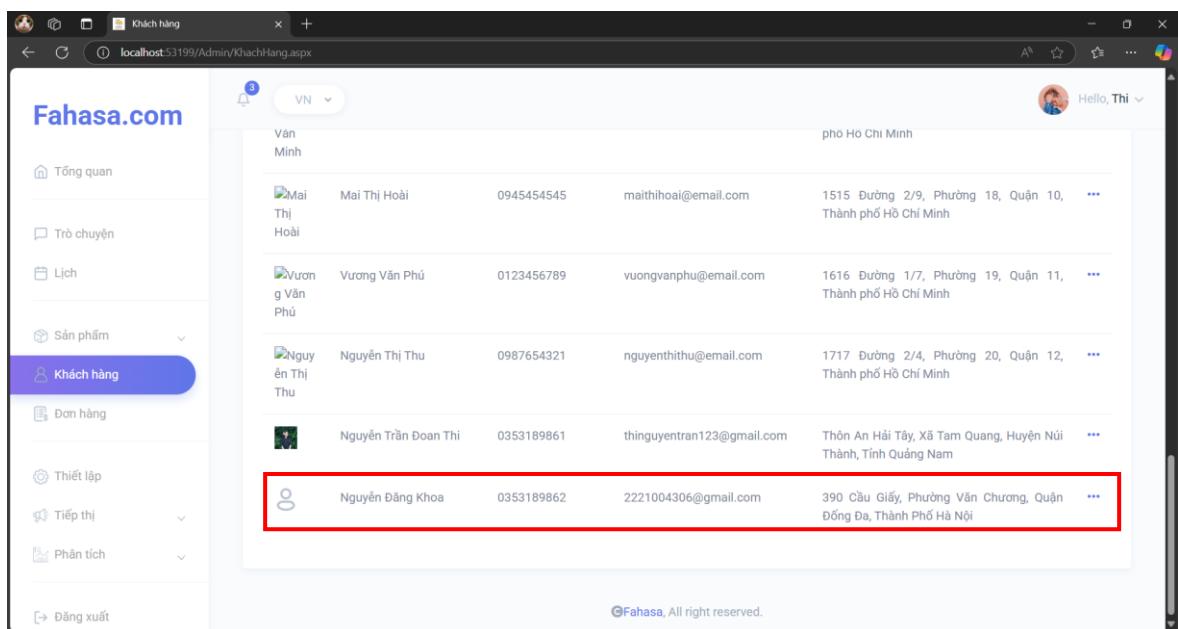
Làm mới

, giao diện sẽ trở lại như vừa mới load trang Thông tin khách hàng.

Sau khi nhập xong các thông tin, người dùng nhấn nút **Lưu**, hệ thống sẽ hiển thị hộp thoại thông báo cập nhật khách hàng thành công, đồng thời, thông tin khách hàng sẽ được lưu vào CSDL và được hiển thị lại lên danh sách khách hàng.



Hình 4. 89. Thông báo cập nhật thông tin mới thành công



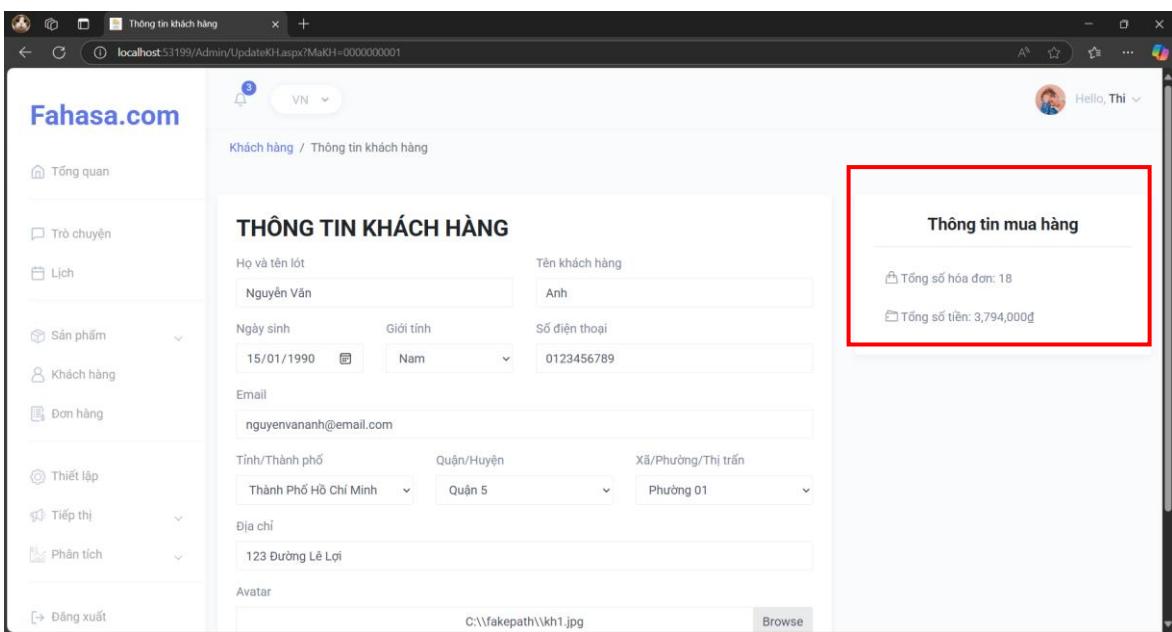
	Văn Minh	pho Hồ Chí Minh
 Mai Thị Hoài	0945454545	maithihoa@gmail.com
 Vương Văn Phú	0123456789	vuongvanphu@gmail.com
 Nguyễn Thị Thu	0987654321	nguyenthithu@gmail.com
 Nguyễn Trần Đoan Thị	0353189861	thinguyentran123@gmail.com
 Nguyễn Đăng Khoa	0353189862	2221004306@gmail.com
390 Cầu Giấy, Phường Văn Chương, Quận Đống Đa, Thành Phố Hà Nội		

Hình 4. 90. Danh sách khách hàng sau khi thêm mới

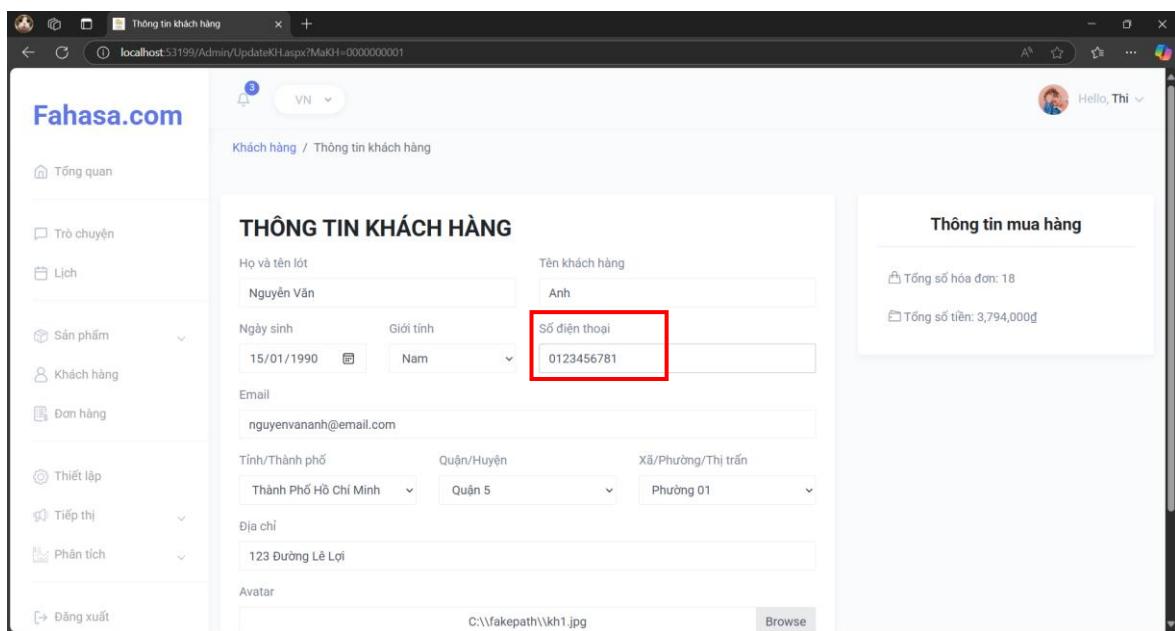
Người dùng muốn xem/chỉnh sửa thông tin khách hàng nào có thể bấm vào nút

••• tại hàng của khách hàng muốn chỉnh sửa. Lúc này người dùng cũng sẽ được chuyển hướng đến trang Thông tin khách hàng. Các trường nhập liệu sẽ hiển thị lại thông tin của khách hàng được chọn. Bên cạnh đó còn hiển thị số lượng hóa đơn khách hàng đã mua và số tiền khách hàng đã mua.

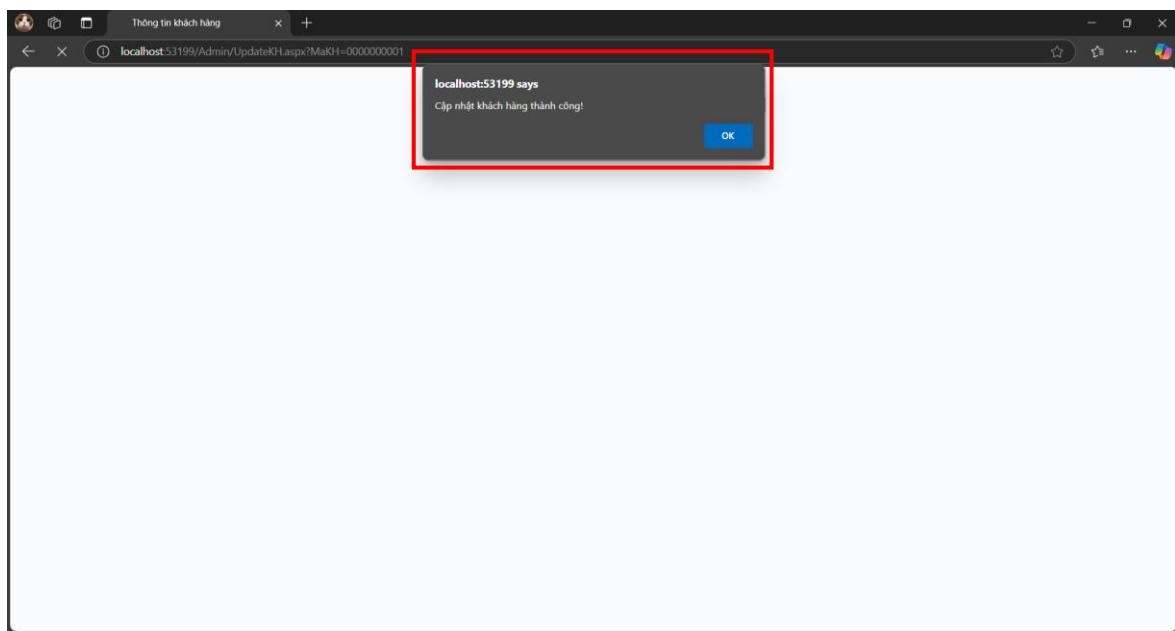
Người dùng muốn thay đổi thông tin khách hàng thì chỉ cần chỉnh sửa rồi bấm **Lưu** để cập nhật lại thông tin khách hàng vào CSDL. Hệ thống cũng sẽ hiển thị hộp thoại thông báo cho người dùng biết thông tin khách hàng đã được cập nhật thành công.



Hình 4. 91. Giao diện cập nhật lại thông tin khách hàng



Hình 4. 92. Chỉnh sửa thông tin của khách hàng muốn cập nhật



Hình 4. 93. Thông báo sau khi chỉnh sửa thông tin khách hàng

The screenshot shows a Microsoft Edge browser window with the URL `localhost:51199/Admin/KhachHang.aspx`. The page title is "Fahasa.com". On the left, there's a sidebar with various menu items: Tổng quan, Trò chuyện, Lịch, Sản phẩm, Khách hàng (selected), Đơn hàng, Thiết lập, Tiếp thị, Phân tích, and Đăng xuất. The main content area is titled "KHÁCH HÀNG" and displays a table of customer information. The columns are: Tên khách hàng, Số điện thoại, Email, and Địa chỉ. There are 7 rows of data. The first row, for "Nguyễn Văn Anh", has the phone number "0123456781" highlighted with a red box. The other columns for this row show the email "nguyenvananh@email.com" and the address "123 Đường Lê Lợi, Phường 01, Quận 5, Thành Phố Hồ Chí Minh". The other six rows show similar information for other customers like Trần Thị Bình, Lê Văn Cường, Phạm Thị Diệu Linh, Huỳnh Văn Đức, and Đặng Thị Mai Anh.

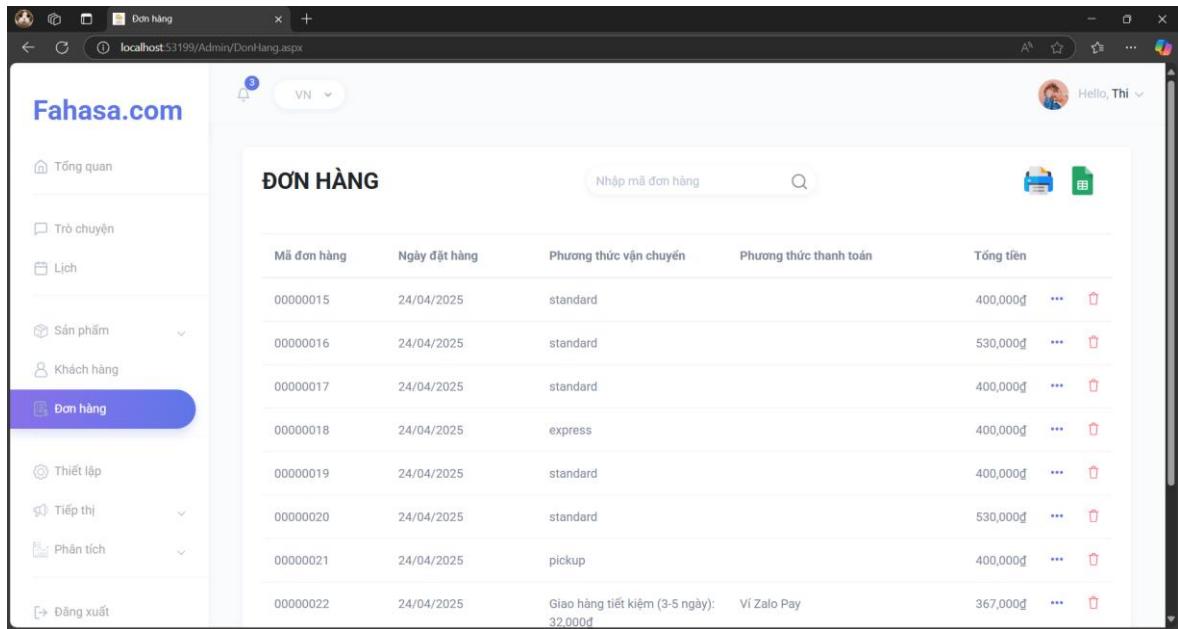
Tên khách hàng	Số điện thoại	Email	Địa chỉ
Nguyễn Văn Anh	0123456781	nguyenvananh@email.com	123 Đường Lê Lợi, Phường 01, Quận 5, Thành Phố Hồ Chí Minh
Trần Thị Bình	0987654321	tranthibinh@email.com	456 Đường Nguyễn Huệ, Phường 02, Quận 10, Thành phố Hồ Chí Minh
Lê Văn Cường	0901234567	levancuong@email.com	789 Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 03, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh
Phạm Thị Diệu Linh	0912345678	phamthidieulinh@email.com	101 Đường Trần Hưng Đạo, Phường 04, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh
Huỳnh Văn Đức	0876543210	huynhvanduc@email.com	202 Đường Cách Mạng Tháng Tám, Phường 05, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh
Đặng Thị Mai Anh	0056789012	dangthaimassage@email.com	202 Đường Nguyễn Văn Linh, Phường 06

Hình 4. 94. Danh sách khách hàng đã được cập nhật lại

4.2.10. Giao diện trang Đơn hàng

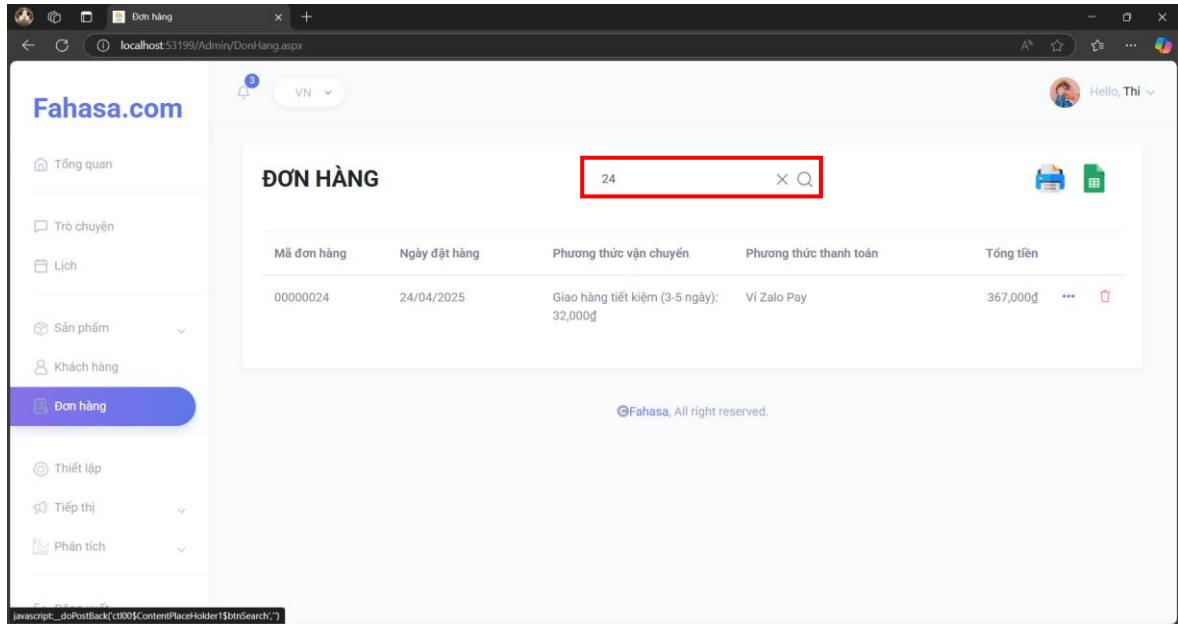
Người dùng chọn mục Đơn hàng trên thanh Menu bên phải để thực hiện chức năng quản lý Đơn hàng.

Khi nhấn vào, trang Đơn hàng sẽ hiển thị danh sách các đơn hàng với các thông tin Mã đơn hàng, Ngày đặt hàng, Phương thức vận chuyển, Phương thức thanh toán, Tổng tiền đơn hàng.



Hình 4. 95. Giao diện trang Đơn hàng (1)

Để tìm kiếm đơn hàng, người dùng chỉ cần nhập mã đơn hàng cần tìm vào textbox cho phép nhập rồi bấm icon kính lúp.



Hình 4. 96. Giao diện trang Khách hàng (2)

Khi trong ô tìm kiếm được nhập, icon dấu “x” sẽ hiển thị giúp xóa nhanh nội dung bên trong.

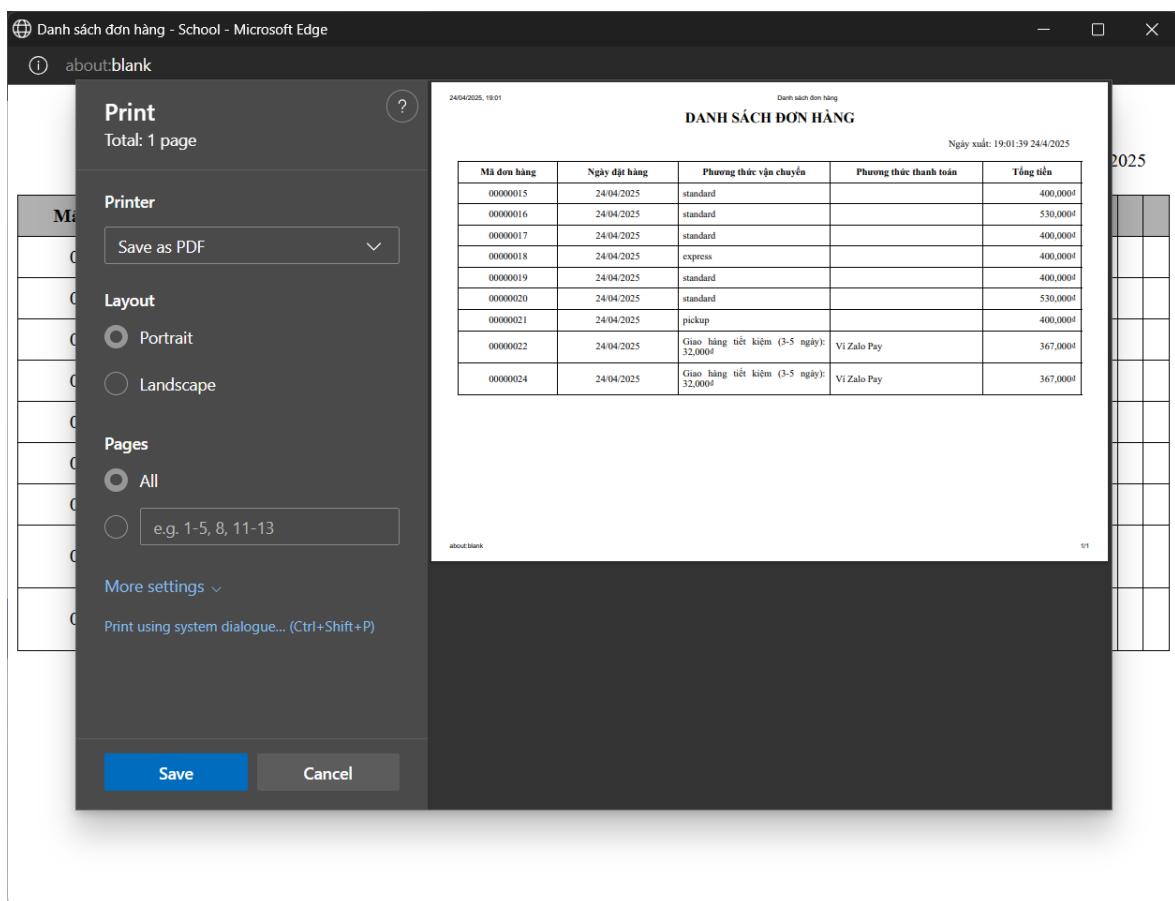
Quản lý có thể in danh sách đơn hàng thành file Excel bằng cách nhấp vào nút



hoặc sử dụng hộp thoại in trang web bằng cách nhấp vào nút .

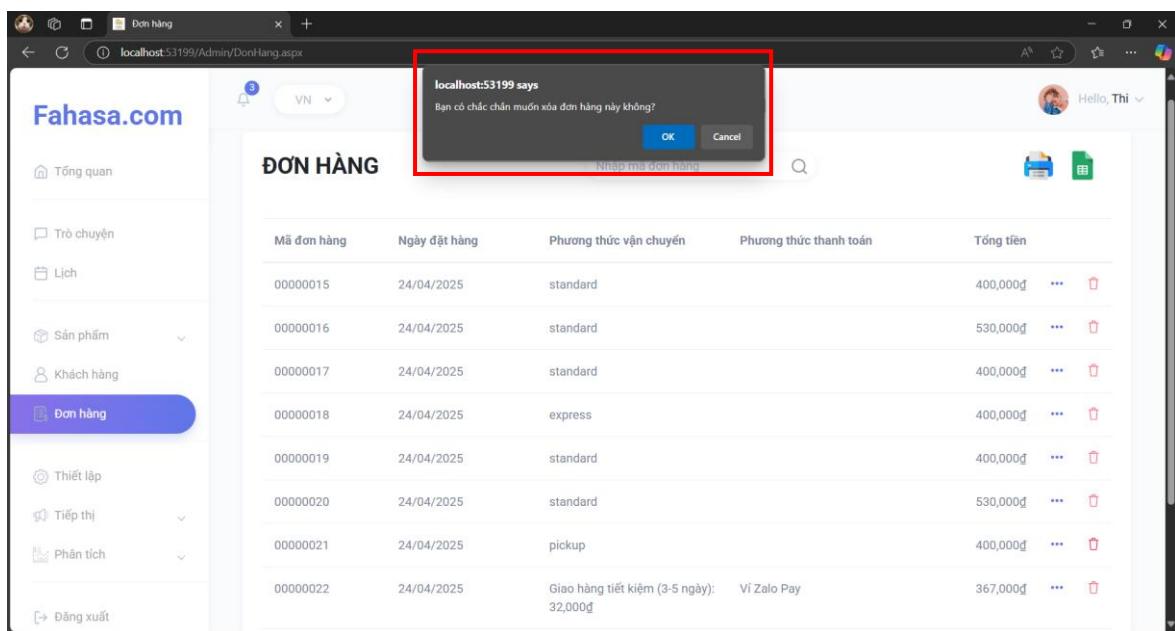
Mã đơn hàng	Ngày đặt hàng	Phương thức vận chuyển	Phương thức thanh toán	Tổng tiền
'00000015	24/04/2025 01:34	standard		400.000đ
'00000016	24/04/2025 01:39	standard		530.000đ
'00000017	24/04/2025 01:43	standard		400.000đ
'00000018	24/04/2025 01:49	express		400.000đ
'00000019	24/04/2025 01:53	standard		400.000đ
'00000020	24/04/2025 01:56	standard		530.000đ
'00000021	24/04/2025 02:00	pickup		400.000đ
Giao hàng tiết kiệm (3-5 ngày):				
'00000022	24/04/2025 04:51	32.000đ	Ví Zalo Pay	367.000đ
Giao hàng tiết kiệm (3-5 ngày):				
'00000024	24/04/2025 04:53	32.000đ	Ví Zalo Pay	367.000đ
Tổng cộng	9			

Hình 4. 97. File Excel Đơn hàng

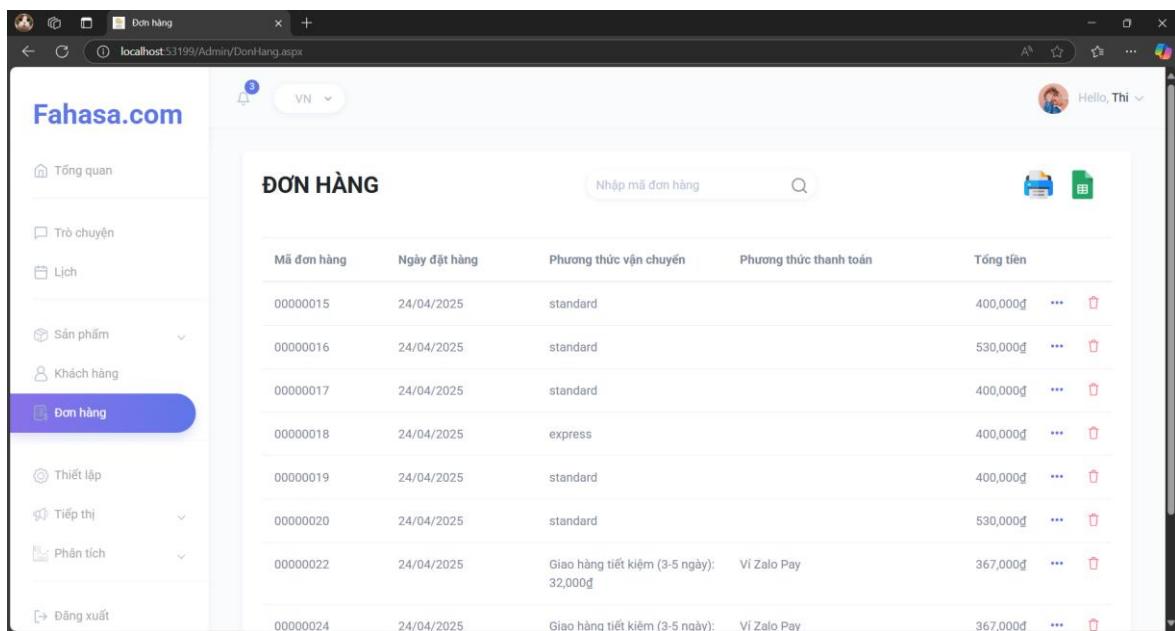


Hình 4. 98. Hộp thoại in danh sách đơn hàng

Người dùng có thể xóa đơn hàng bằng cách nhấn nút trên hàng chứa đơn hàng muốn xóa. Hộp thoại hiển thị thông báo để xác định lại với người dùng có muốn xóa đơn hàng không, tránh trường hợp bấm nhầm vào nút xóa đơn hàng. Sau khi xóa xong thì hiển thị lại danh sách đơn hàng.



Hình 4. 99. Xóa đơn hàng (1)

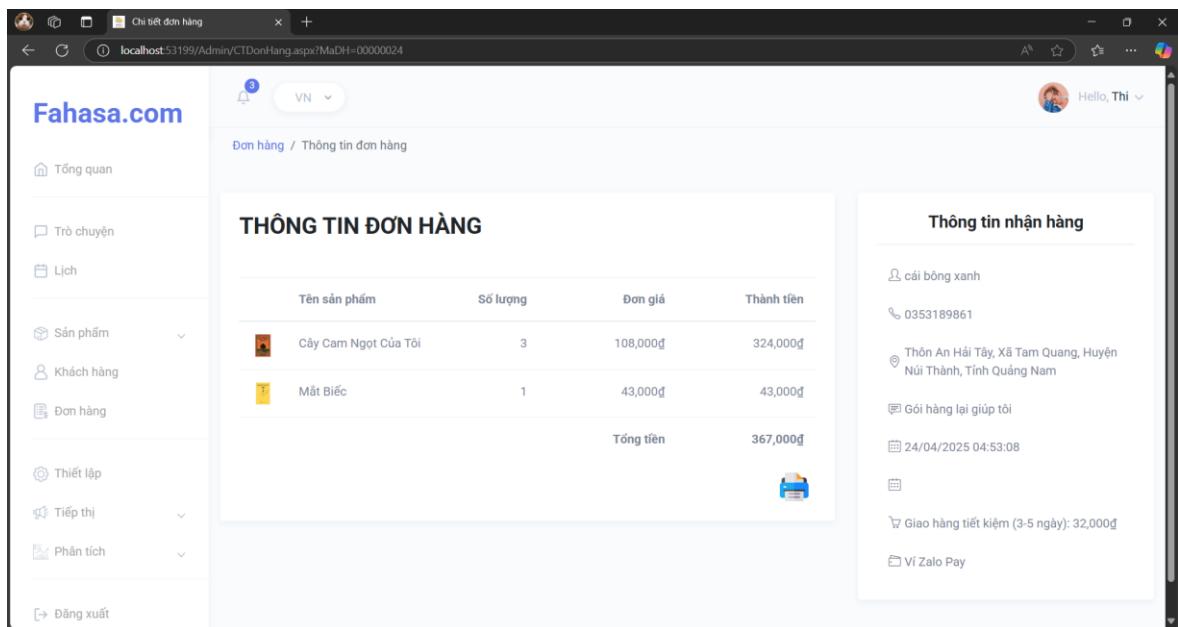


Hình 4. 100. Xóa đơn hàng (2)

Người dùng muốn xem thông tin chi tiết đơn hàng có thể bấm vào nút tại hàng của đơn hàng muốn xem. Lúc này người dùng sẽ được chuyển hướng đến trang Chi tiết đơn hàng.

4.2.11. Giao diện trang Chi tiết đơn hàng

Sau khi người dùng nhấn nút  tại trang đơn hàng, người dùng sẽ được điều hướng đến trang Chi tiết đơn hàng.

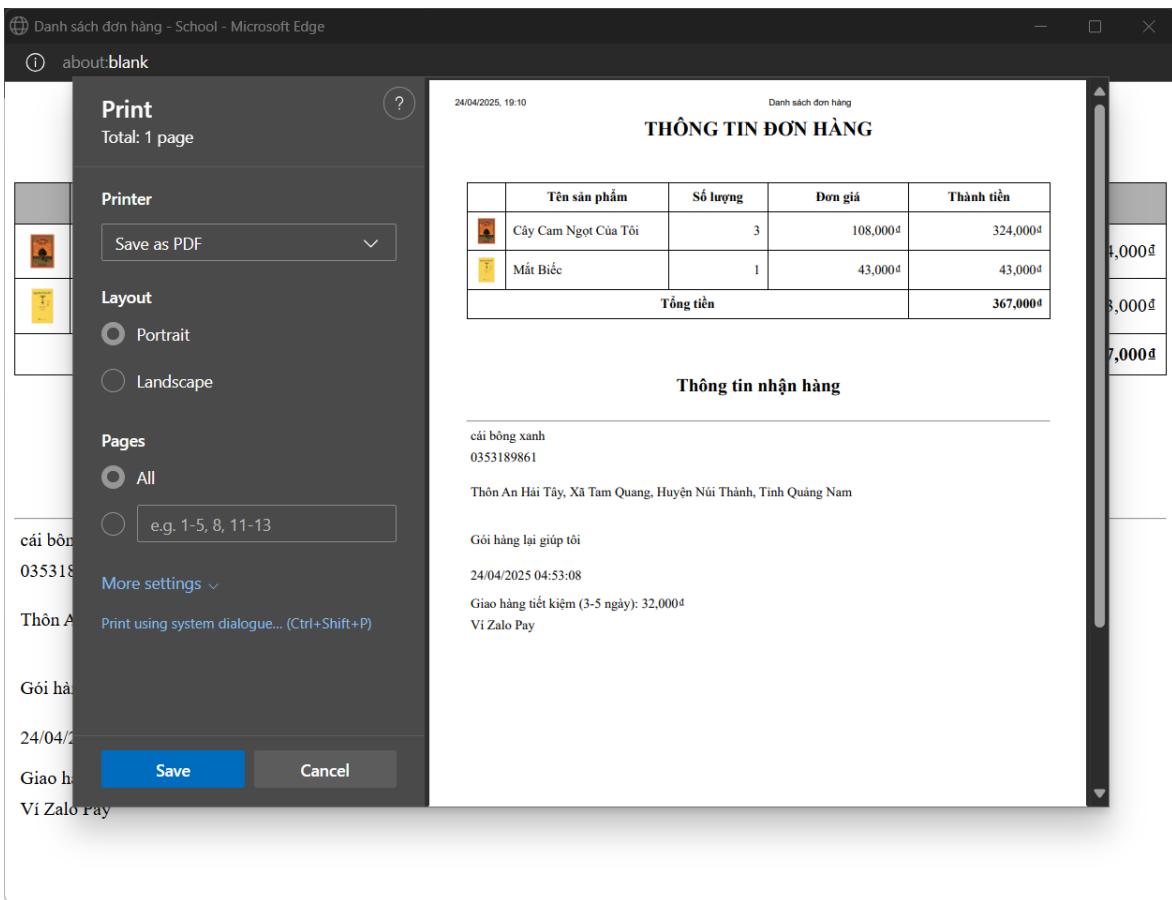


Hình 4. 101. Giao diện trang Chi tiết đơn hàng (1)

Trang này gồm thông tin các sản phẩm được chọn mua trong đơn hàng như Hình sản phẩm, Tên sản phẩm, Số lượng, Đơn giá, Thành tiền và Tổng tiền đơn hàng. Bên cạnh là thông tin nhận hàng như Tên người nhận, Số điện thoại, Địa chỉ nhận hàng, Ghi chú, Ngày đặt hàng, Ngày giao hàng, Phương thức vận chuyển, Phương thức thanh toán.

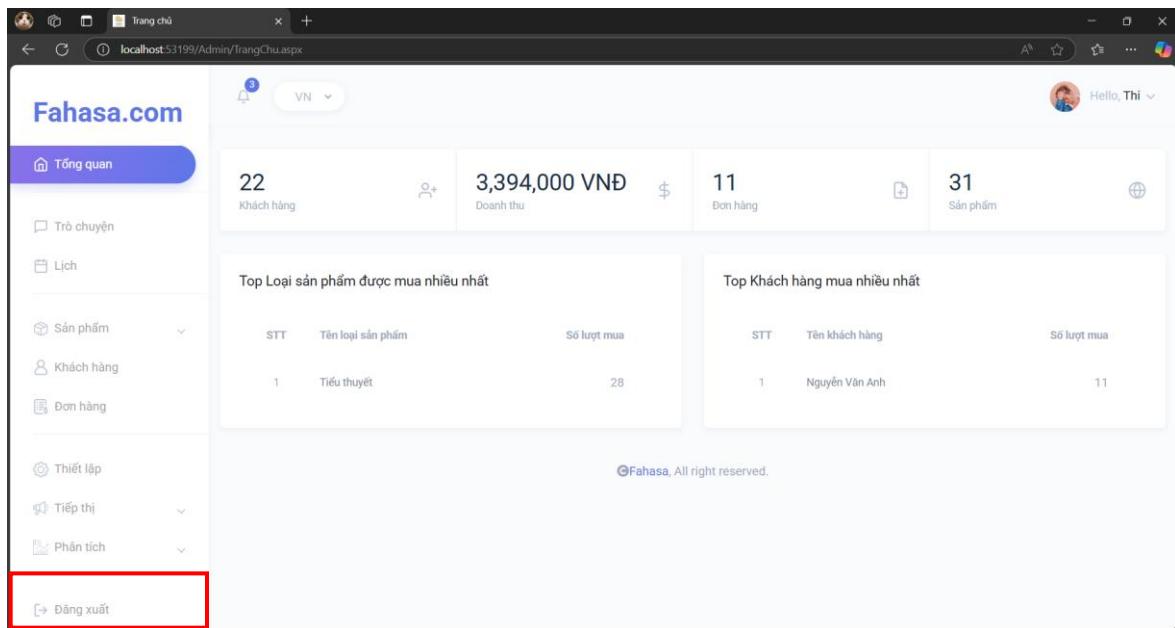
Người dùng có thể in thông tin chi tiết đơn hàng để phục vụ cho việc gói hàng

cho khách hàng bằng cách nhấn vào nút in . Hộp thoại in trên trang web sẽ hiển thị cùng với thông tin đơn hàng được in.

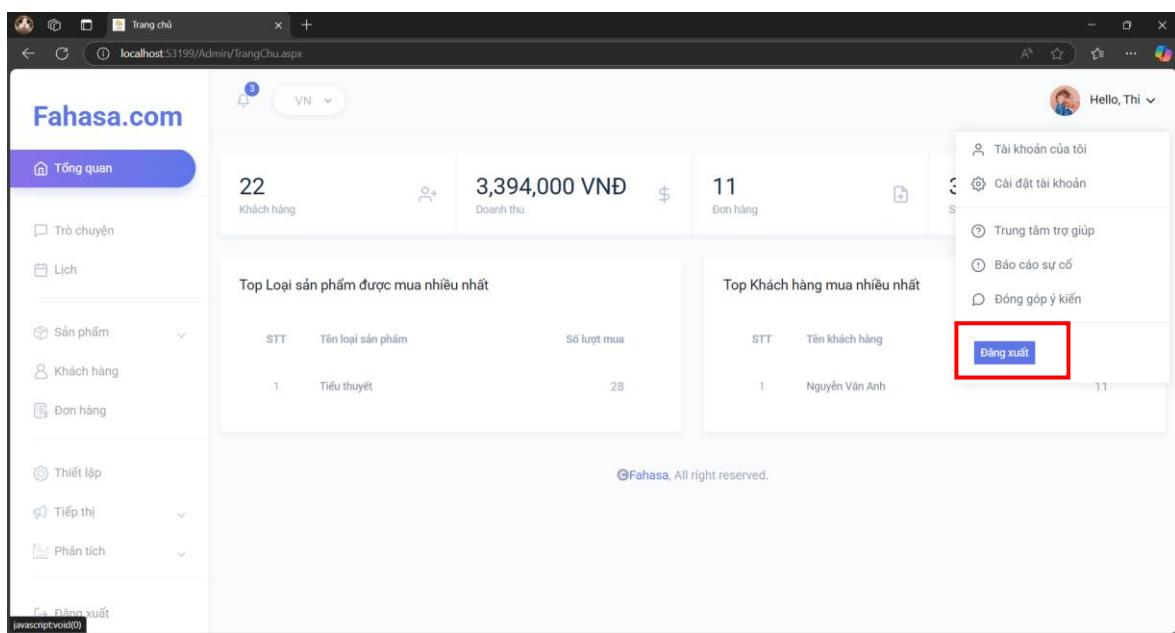


Hình 4. 102. Hộp thoại in thông tin chi tiết đơn hàng

Sau khi quản lý thực hiện xong các chức năng quản lý thì có thể đăng xuất tài khoản. Để đăng xuất, người dùng nhấp vào mục Đăng xuất trên thanh Menu hoặc bấm nút Đăng xuất trong hộp thoại ở Avatar người dùng.



Hình 4. 103. Mục Đăng xuất trên Menu



Hình 4. 104. Nút Đăng xuất trên hộp thoại tài khoản cá nhân

Sau khi đăng xuất, người dùng được chuyển hướng đến trang Đăng nhập.

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN

5.1. Kết quả đạt được

Với đề tài Xây dựng Website bán hàng của nhà sách Fahasa, đồ án đã đạt được những kết quả sau:

Thực hiện được các chức năng chính của hệ thống.

- Đã thực hiện được Master Page cho Admin và Khách hàng. Hiểu rõ được kiến thức về Master Page, hiểu rõ về Session. Hiểu rõ các chức năng code trong ứng dụng ASP.NET, các cách thiết kế một trang web cho người dùng hay khách hàng sử dụng.
- Hiểu biết thêm về tính năng thêm, xóa, sửa, tìm kiếm, cập nhật, ràng buộc toàn vẹn giữa các bảng trong cơ sở dữ liệu.

Vận dụng các cơ sở lý thuyết lập trình Web, thiết kế và lập trình được:

- MasterPage cho cả khách hàng và quản lý.
- Các chức năng cho khách hàng:
 - Trang Chu: Trang các thông tin sản phẩm, catalog, sản phẩm bán chạy, banner quảng cáo,...
 - Quản lý giỏ hàng: Giúp khách hàng khi đặt sẽ hiện thông tin gồm mã hàng, tên hàng, sản phẩm, loại sản phẩm, số lượng, đơn giá cho những món sản phẩm khi khách hàng mua.
 - Trang sản phẩm: Trưng bày các sản phẩm bán tại cửa hàng.
 - Trang thông tin chi tiết sản phẩm.
 - Trang đăng nhập/đăng xuất tài khoản.
 - Gửi email xác nhận hoàn tất đơn hàng.
- Các chức năng cho quản lý:

- Quản lý nhóm sản phẩm, loại sản phẩm, sản phẩm: tìm kiếm, thêm, xóa, sửa, in thông tin.
- Quản lý khách hàng: tìm kiếm, thêm, sửa, in thông tin.
- Quản lý đơn hàng, chi tiết đơn hàng: tìm kiếm, in thông tin.

5.2. Hạn chế

- Trang web chưa có các công cụ phục vụ bán hàng, tăng doanh thu.
- Chưa có các trang chính sách hỗ trợ khách hàng.

5.3. Hướng phát triển

- Phát triển các chức năng phụ vụ cho việc đẩy mạnh bán hàng, tăng doanh thu.
- Hoàn thiện các trang chính sách hỗ trợ khách hàng.

PHỤ LỤC

Danh sách các tỉnh/thành, quận/huyện, xã/phường/thị trấn ở Việt Nam năm 2021: <https://bandolamnghiep.com/file-excel-tat-cac-cac-xa-huyen-tinh-thanh-pho-o-viet-nam-2021/>

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] **Báo Nhân Dân.** (2024, ngày 11 tháng 3). *FAHASA - Thương hiệu hàng đầu ngành phát hành sách Việt Nam.* [FAHASA - Thương hiệu hàng đầu ngành phát hành sách Việt Nam](#)
- [2] **Masothue.** (n.d.). Công ty Cổ phần Phát hành sách Thành phố Hồ Chí Minh - FAHASA. [0304132047 - CÔNG TY CỔ PHẦN PHÁT HÀNH SÁCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - FAHASA - MaSoThue](#)
- [3] **FAHASA.** (n.d.). *Giới thiệu FAHASA.* [Giới thiệu nhà sách Fahasa - FAHASA.COM](#)
- [4] **Amazon Việt Nam.** (n.d.). *Thương mại điện tử là gì?* [Thương Mại Điện Tử Là Gì?](#)
- [5] **Wikipedia.** (n.d.). *Thương mại điện tử.* [Thương mại điện tử – Wikipedia tiếng Việt](#)
- [6] **Wikipedia.** (n.d.). *.NET Framework.* [.NET Framework – Wikipedia tiếng Việt](#)
- [7] **PACE Institute of Management.** (n.d.). *Bán hàng là gì?* [Bán hàng là gì? Đặc điểm, vai trò và các hình thức bán hàng](#)
- [8] **Wikipedia.** (n.d.). *Quản trị.* [Quản trị – Wikipedia tiếng Việt](#)
- [9] **Wikipedia.** (n.d.). *Visual Studio.* [Visual Studio – Wikipedia tiếng Việt](#)
- [10] **Microsoft.** (n.d.). *Visual Studio.* [Visual Studio 2022 IDE - AI for coding debugging and testing \(microsoft.com\)](#)
- [11] **FPT Shop.** (2024, ngày 11 tháng 3). *Microsoft Visual Studio là phần mềm gì?* [Tìm hiểu Microsoft Visual Studio: Công cụ lập trình đặc lực \(fptshop.com.vn\)](#)
- [12] **Wikipedia.** (n.d.). *Microsoft SQL Server.* [Microsoft SQL Server – Wikipedia tiếng Việt](#)

- [13] **CMC Cloud.** (n.d.). *SQL Server là gì?* [SQL Server là gì? Những điều cần biết về Microsoft SQL Server \(cmccloud.vn\)](#)
- [14] **Google Workspace Marketplace.** (n.d.). *draw.io.* [draw.io - Google Workspace Marketplace](#)
- [15] **Trường Đại học Tài chính – Marketing.** (2025), *Giáo trình Nguyên lý kê toán*