

Data Analytics Project

# Phân tích dữ liệu **THỊ TRƯỜNG SÁCH**

- STANTON HO
- EMAIL: [hst.sytan@gmail.com](mailto:hst.sytan@gmail.com)





# Giới Thiệu

Tiki là một trong những sàn thương mại điện tử hàng đầu tại Việt Nam, đặc biệt nổi bật trong lĩnh vực bán sách trực tuyến. Ban đầu, Tiki khởi nghiệp vào năm 2010 với mô hình chuyên bán sách, sau đó mở rộng sang nhiều ngành hàng khác. Tuy nhiên, sách vẫn là một trong những mảng kinh doanh quan trọng và có uy tín của nền tảng này.

Điểm mạnh của bán sách trên Tiki:

- Tiki cung cấp hàng chục nghìn đầu sách thuộc nhiều thể loại khác nhau, từ sách giáo khoa, văn học, kinh tế, tài chính đến sách ngoại văn.
- Nổi tiếng với việc kiểm soát chất lượng sách tốt, hạn chế tình trạng sách giả, sách lậu.
- Tiki thường có các chương trình giảm giá, flash sale và ưu đãi lớn cho người mua sách.
- Tiki có dịch vụ giao hàng nhanh trong 2-3 giờ tại nhiều thành phố lớn, giúp khách hàng nhận sách nhanh chóng.

Trong vai một nhà phân tích dữ liệu của tiki, với yêu cầu tìm insight để báo cáo, chuẩn bị cho cuộc họp chiến lược hỗ trợ các đối tác gia tăng doanh thu trong thời gian sắp tới dựa trên dữ liệu kinh doanh trong năm vừa qua. Chúng ta sẽ tập trung tìm hiểu về các yếu tố có liên quan đến doanh số bán sách như: xu hướng, tác giả, phân bổ giá, thể loại sách, số lượng đầu sách, số lượng đánh giá, điểm đánh giá...

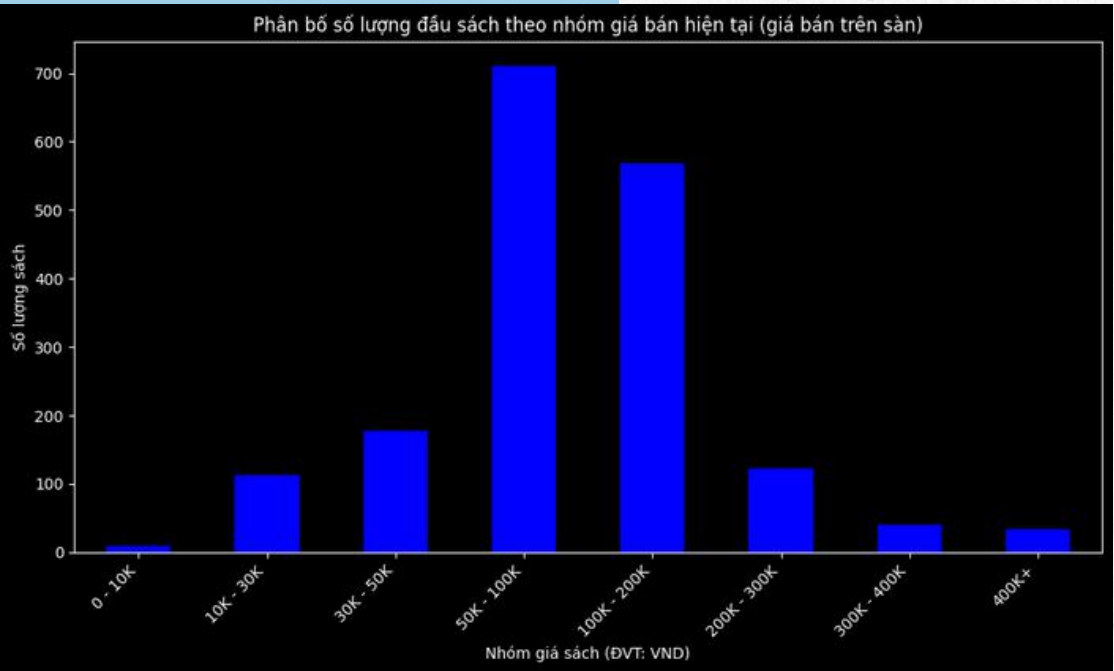
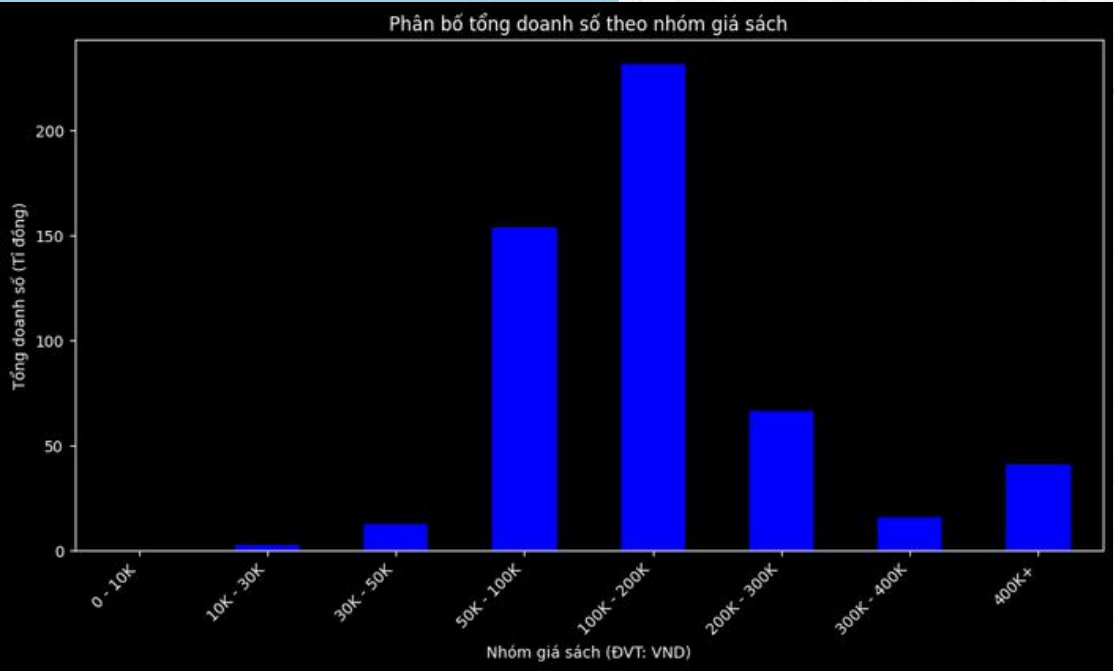
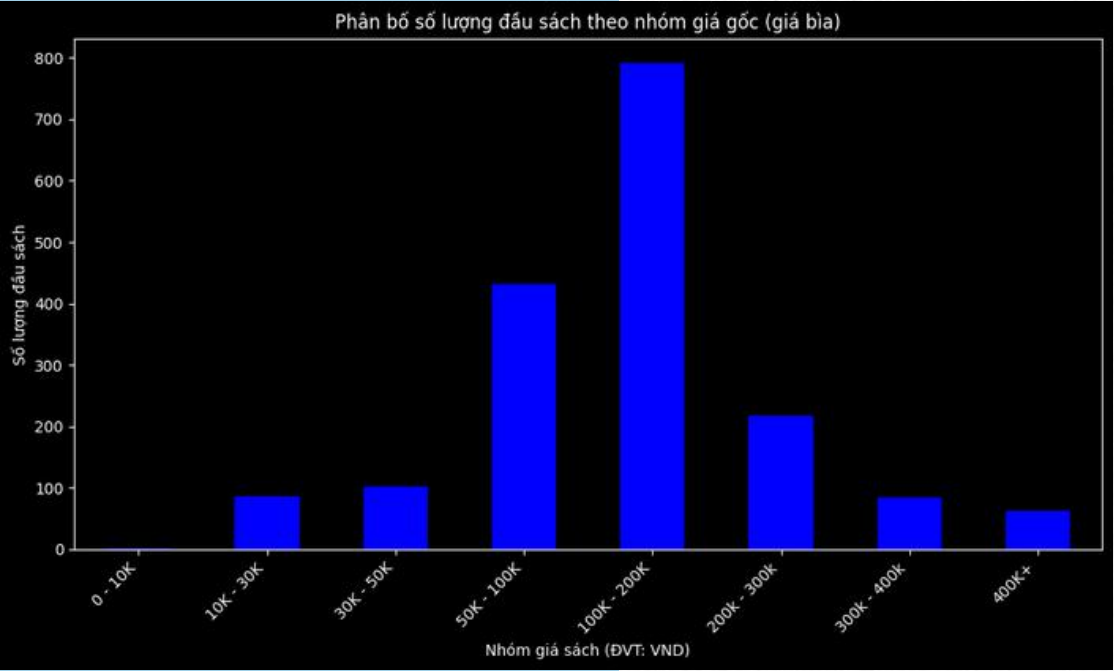




# Danh mục phân tích

1. Phân tích sự phân bố về giá sách trên sàn
2. Phân tích doanh số và yếu tố tác giả
3. Phân tích danh số theo thể loại sách - Xu hướng đọc giả trên sàn
4. Phân tích mối liên hệ giữa số lượng sách bán ra và doanh số của mỗi đầu sách
5. Phân tích doanh số theo nhà xuất bản
6. Phân Tích Tương Quan Giữa Các Biến Số Ảnh Hưởng Đến Doanh Số Sách
7. Phân Tích Biểu Đồ Heat Map - Tổng Quan Mô Hình Thành Công của Nhà Xuất Bản Thế Giới
8. Phân tích doanh số các loại sách đóng góp lợi nhuận cao nhất của NXB Thế Giới và NXB Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM
9. Tổng kết





## 1.Phân tích sự phân bố về giá sách trên sàn

Một cuốn sách có mức giá bao nhiêu sẽ thu hút được nhiều người mua nhất? Đây không chỉ là mối quan tâm của bạn đọc mà còn là bài toán quan trọng đối với các nhà xuất bản và nhà bán lẻ. Giá sách cần được đặt ở mức hợp lý—không quá đắt để tránh làm giảm sức mua, nhưng cũng không quá rẻ đến mức ảnh hưởng đến lợi nhuận hay giá trị của sách.

Dữ liệu từ nền tảng thương mại điện tử cho thấy sự phân bố giá sách theo hai góc độ: giá gốc và giá bán thực tế sau khi được chiết khấu. Khi phân tích hai yếu tố này, kèm theo doanh số cụ thể cho từng nhóm giá có thể rút ra những chiến lược quan trọng trong việc định giá sách.

Nhóm giá phổ biến theo giá gốc (giá niêm yết)

Xét theo mức giá bìa ban đầu, sách trên sàn thương mại điện tử chủ yếu tập trung vào ba nhóm chính:

- 100K - 200K VND: Đây là nhóm chiếm số lượng đầu sách lớn nhất với gần 800 đầu sách.
- 50K - 100K VND: Mức giá này cũng có số lượng đầu sách đáng kể, khoảng 500 đầu sách.
- 200K - 300K VND: Dù số lượng sách trong nhóm này thấp hơn hai nhóm trên, nhưng lại có điểm đáng chú ý: nhiều cuốn sách có giá bìa cao nhưng sau đó được giảm giá đáng kể.

Nhóm giá phổ biến theo giá bán (sau chiết khấu)

Dữ liệu giá bán thực tế sau khi áp dụng các chương trình khuyến mãi cho thấy sự thay đổi đáng kể:

- 50K - 100K VND: Trở thành nhóm có nhiều đầu sách nhất, với hơn 700 đầu sách.
- 100K - 200K VND: Giảm xuống vị trí thứ hai với gần 600 đầu sách.
- 30K - 50K VND: Xuất hiện một nhóm giá thấp hơn với khoảng 200 đầu sách.

Nhóm giá có doanh số bán cao nhất

- 100K - 200K VND: Đây là nhóm có doanh số cao nhất với tổng doanh số hơn 200 tỉ
- 50K - 100K VND: Đây là nhóm có doanh số cao thứ nhì với tổng doanh số là hơn 150 tỉ
- 200k - 300K VND: Đây là nhóm có doanh số cao thứ ba với tổng doanh số trên 50 tỉ

Có một sự thay đổi đáng kể khi so sánh giữa giá gốc và giá bán thực tế. Ban đầu, nhóm 100K - 200K VND có nhiều đầu sách nhất, nhưng sau khi giảm giá, nhóm 50K - 100K VND mới là nơi tập trung lượng đầu sách cao nhất. Điều này phản ánh chiến lược chiết khấu mạnh mẽ, giúp sách tiếp cận nhiều khách hàng hơn.

Xu hướng này cũng xuất hiện ở các mức giá cao hơn. Chẳng hạn, sách có giá bìa 200K - 300K VND thường được giảm xuống mức thấp hơn, giúp chúng dễ tiêu thụ hơn so với giá gốc. Điều này cho thấy giá bán thực tế trên sàn thường thấp hơn giá niêm yết, tạo ra lợi thế cạnh tranh so với các nhà sách truyền thống.

Nếu bình tĩnh đánh giá qua sự phân bố về doanh số theo giá nhóm sách có thể thấy, rẻ cũng chưa chắc là tối ưu. Nhóm sách nằm trong vùng giá 100K - 200K tuy chỉ đứng thứ 2 về số lượng đầu sách thực tế nhưng lại là nhóm có tổng doanh số cao nhất.

### \*Chiến lược giá dành cho nhà xuất bản:

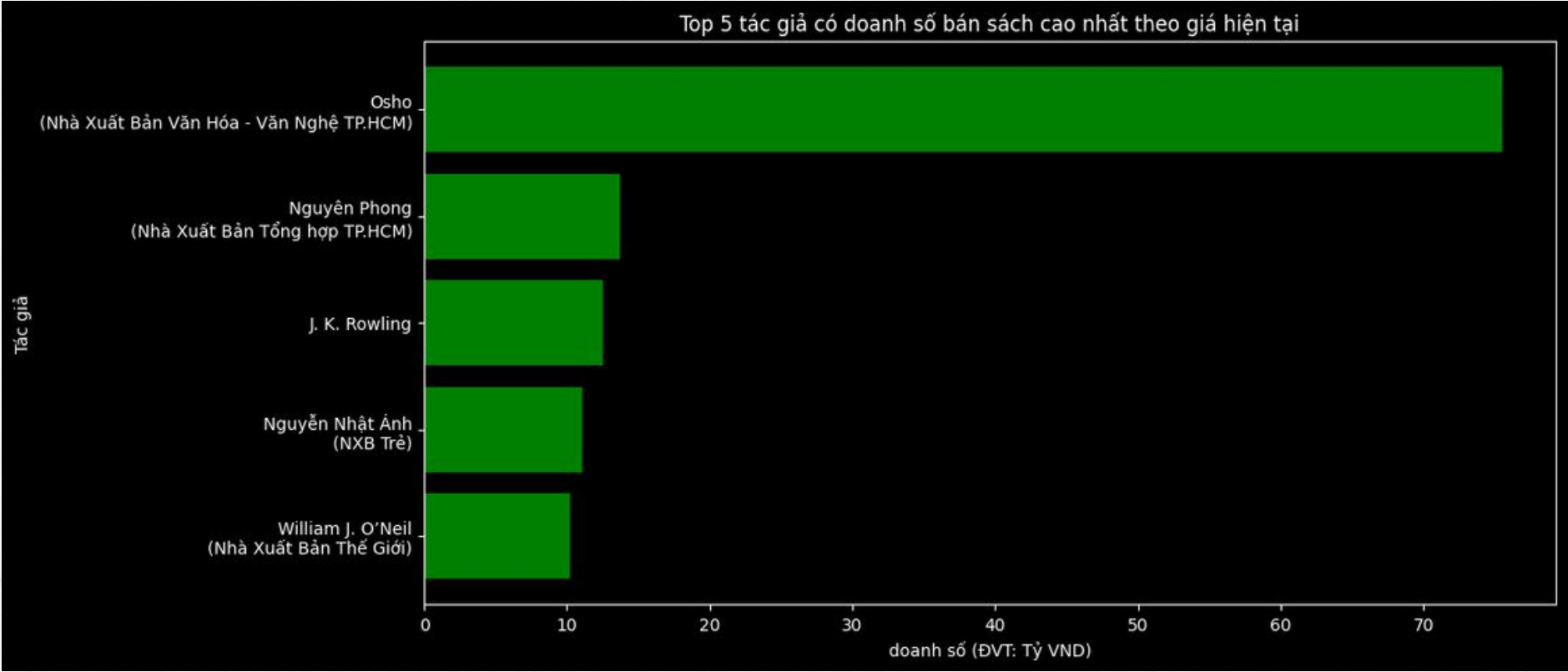
**Mức giá 50K - 100K VND là phân khúc hấp dẫn nhất, với số lượng đầu sách và giao dịch cao nhất. Mức giá này có thể dùng tạo độ phủ cho thương hiệu của nhà xuất bản.**

**Mức giá 100K - 200K VND cũng chiếm tỷ trọng lớn và là mức giá phổ biến của nhiều sách trước khi chiết khấu. Đây là vùng giá chiến lược tạo lợi nhuận cho nhà xuất bản nếu tối ưu được.**

**Khi đưa sách lên sàn, nhà xuất bản cần cân nhắc mức giá bìa và chính sách giảm giá sao cho phù hợp với hai vùng giá này, giúp sách dễ dàng tiếp cận người mua hơn. Mức giảm giá sách cần cân nhắc xem xét yếu tố tăng trưởng doanh số cụ thể theo thời gian của đầu sách đó để tránh giảm giá sớm gây mất lợi nhuận tối ưu.**







## 2. Phân tích doanh số và yếu tố tác giả

**Trong thị trường sách, có một câu hỏi thú vị: Một nhà xuất bản có thể thành công nhờ một tác giả "đỉnh" không?**

Hãy nhìn vào bảng xếp hạng các tác giả có lượng sách bán ra nhiều nhất:

1. Osho
2. Nguyễn Nhật Ánh
3. Nguyễn Phong

Và danh sách các tác giả có doanh số cao nhất:

1. Osho (NXB Văn Hoá – Văn Nghệ TP.HCM)
2. Nguyễn Phong (NXB Tổng Hợp TP.HCM)
3. J.K. Rowling (Không có NXB độc quyền tại Việt Nam)

Sự khác biệt giữa hai danh sách này cho thấy một điều: Không phải cứ tác giả bán được nhiều sách là doanh số cao.

Nguyễn Nhật Ánh – Sách bán chạy nhưng chưa chắc doanh số cao

Sách của Nguyễn Nhật Ánh luôn được đông đảo bạn đọc yêu thích. Nhưng dù số lượng sách bán ra rất lớn, ông lại không lọt vào top 3 doanh số. Điều này có thể do giá sách của ông không quá cao, dù được mua nhiều nhưng doanh số chưa bứt phá.

Nguyễn Phong – Ít sách hơn nhưng giá trị cao

Trong khi đó, Nguyễn Phong bán ít sách hơn Nguyễn Nhật Ánh nhưng lại đứng trên về doanh số. Những cuốn sách của ông thường có giá trị cao hơn, nên tổng doanh số cũng tăng theo.

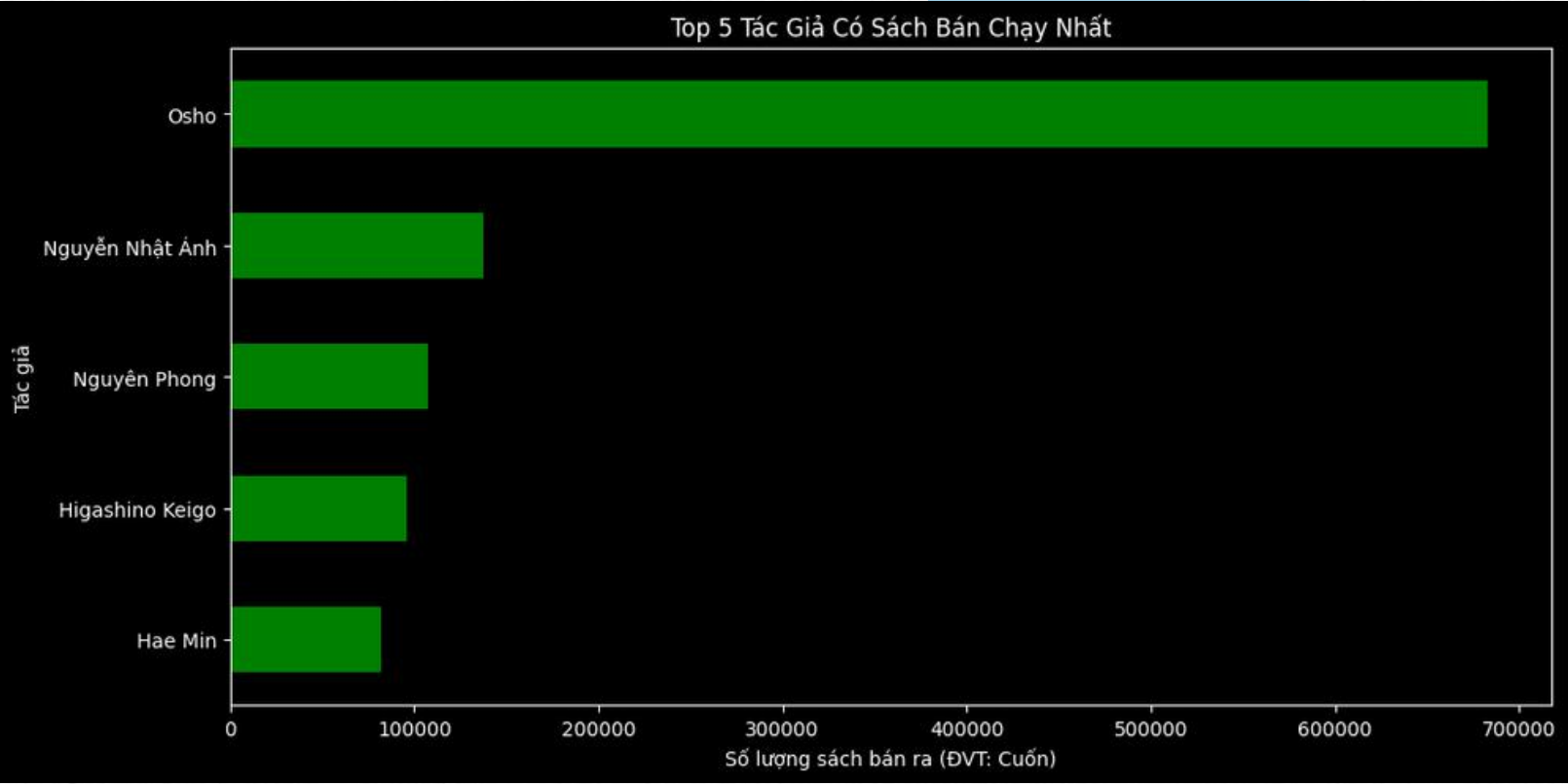
J.K. Rowling – Không bán nhiều nhưng vẫn có doanh số cao

J.K. Rowling không có tên trong nhóm tác giả bán chạy, nhưng vẫn có mặt trong top doanh số. Điều này cho thấy dù không bán ồ ạt, sách của bà vẫn có giá trị cao – có thể do giá bìa cao hoặc dòng sách đặc biệt.

Osho – Tác giả "toàn năng"

Osho là một trường hợp đặc biệt duy nhất. Ông vừa đứng đầu về số lượng sách bán ra, vừa dẫn đầu về doanh số. Điều này cho thấy tư tưởng của ông có sức ảnh hưởng lớn, và bạn đọc sẵn sàng bỏ tiền để sở hữu những cuốn sách này.

Một điều đáng chú ý là không có nhà xuất bản nào độc quyền phát hành tất cả các tác phẩm của những tác giả hàng đầu.



- Osho: Gắn liền với NXB Văn Hoá – Văn Nghệ TP.HCM
- Nguyễn Phong: Thuộc NXB Tổng Hợp TP.HCM
- J.K. Rowling: Không có NXB nào độc quyền phát hành sách tại Việt Nam

**\*Chiến lược tác giả cho nhà xuất bản:**

**Nhà xuất bản sở hữu một "tác giả vàng" có thể "gánh" toàn bộ doanh số là thành công rất hi hữu không nên đi theo đường lối này.**

**Nếu một nhà xuất bản có thể lợi dụng khoản trống hiện tại, sở hữu nhiều tác quyền dài hạn của nhiều tác giả có sức hút lớn, họ sẽ có lợi thế rất lớn, dễ thành công hơn về doanh số thay vì chỉ đặt cược vào một tác giả theo mô hình thành công từ tác giả Osho.**





### 3. Phân tích danh số theo thể loại sách - Xu hướng đọc giả trên sàn

Thị trường sách luôn vận động theo thị hiếu bạn đọc, và dữ liệu từ các sàn thương mại điện tử đã cho thấy những xu hướng thú vị.

Top 3 thể loại có nhiều đầu sách nhất

- 1. Sách tư duy – Kỹ năng sống
- 2. Tiểu thuyết
- 3. Truyện ngắn – Tản văn – Tạp văn

Top 3 thể loại có số lượng sách bán ra nhiều nhất

- 1. Sách tư duy – Kỹ năng sống
- 2. Sách nghệ thuật sống đẹp
- 3. Truyện ngắn – Tản văn – Tạp văn

Top 3 thể loại có doanh số cao nhất

- 1. Sách tư duy – Kỹ năng sống
- 2. Sách nghệ thuật sống đẹp
- 3. Sách tài chính, tiền tệ

Phân Tích Xu Hướng

Sách tư duy – Kỹ năng sống:

Thể loại này không chỉ có số lượng đầu sách nhiều nhất mà còn đứng đầu về số lượng bán và doanh số. Một phần lý do có thể đến từ đối tượng khách hàng trên sàn thương mại điện tử: phần lớn là người trẻ, nhạy bén với thông tin, luôn muốn học hỏi và hoàn thiện bản thân.

Tiểu thuyết:

Mặc dù có số lượng đầu sách nhiều thứ hai, tiểu thuyết lại không lọt vào top 3 thể loại bán chạy hay có doanh số cao. Điều này cho thấy việc tăng đầu sách trong thể loại này không phải là chiến lược tối ưu để tăng doanh số.

Truyện ngắn – Tản văn – Tạp văn:

Đứng trong top 3 cả về số lượng đầu sách lẫn số lượng bán ra, thể loại này chứng minh rằng ngoài việc đọc sách để học hỏi, nhiều người vẫn tìm đến sách như một cách giải trí, thư giãn.

Sách nghệ thuật sống đẹp:

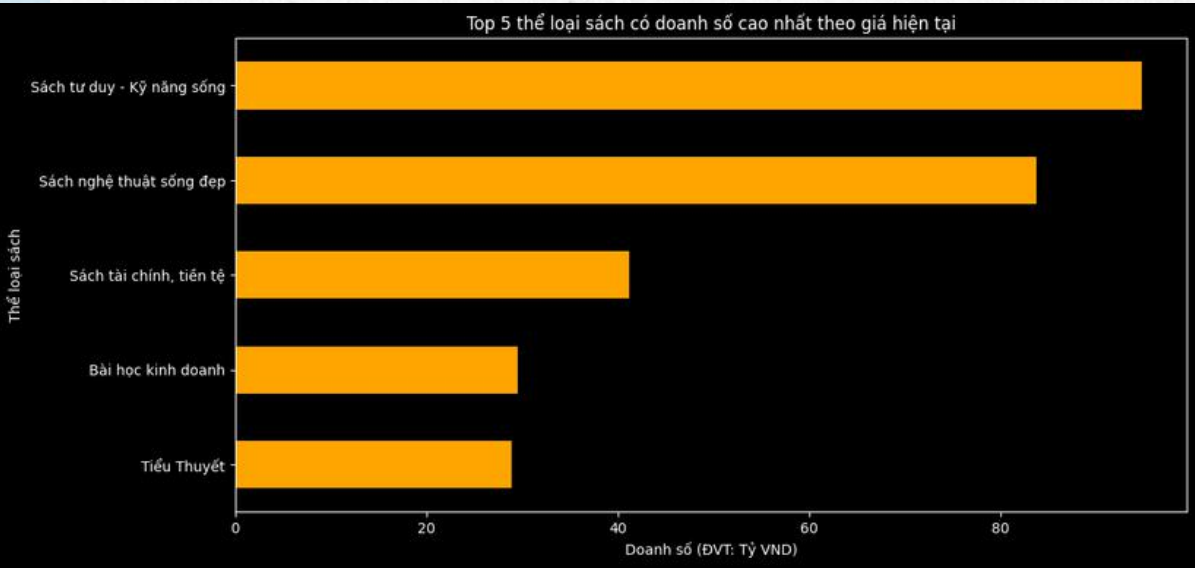
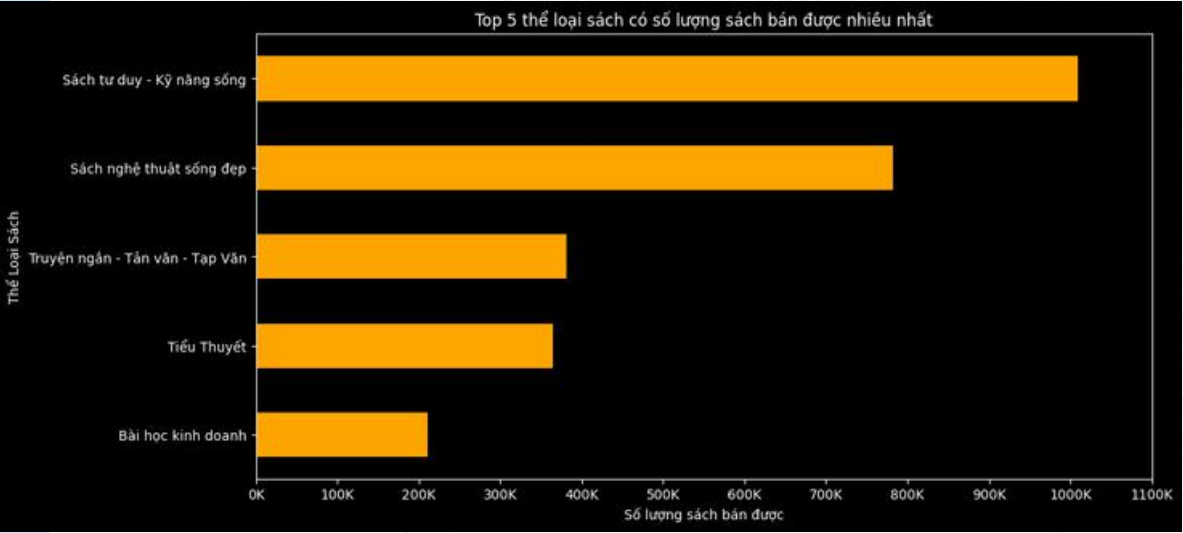
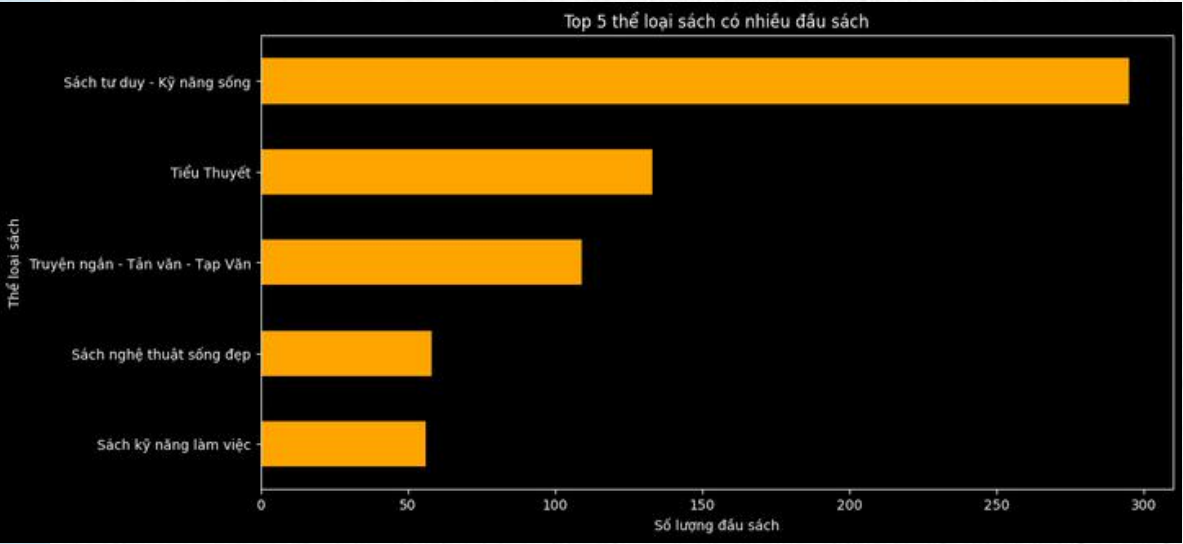
Dù không có số lượng đầu sách nhiều, thể loại này vẫn duy trì vị trí thứ 2 về cả số lượng bán ra và doanh số. Điều này cho thấy sự ổn định và tiềm năng lớn nếu được khai thác đúng cách.

Sách tài chính, tiền tệ:

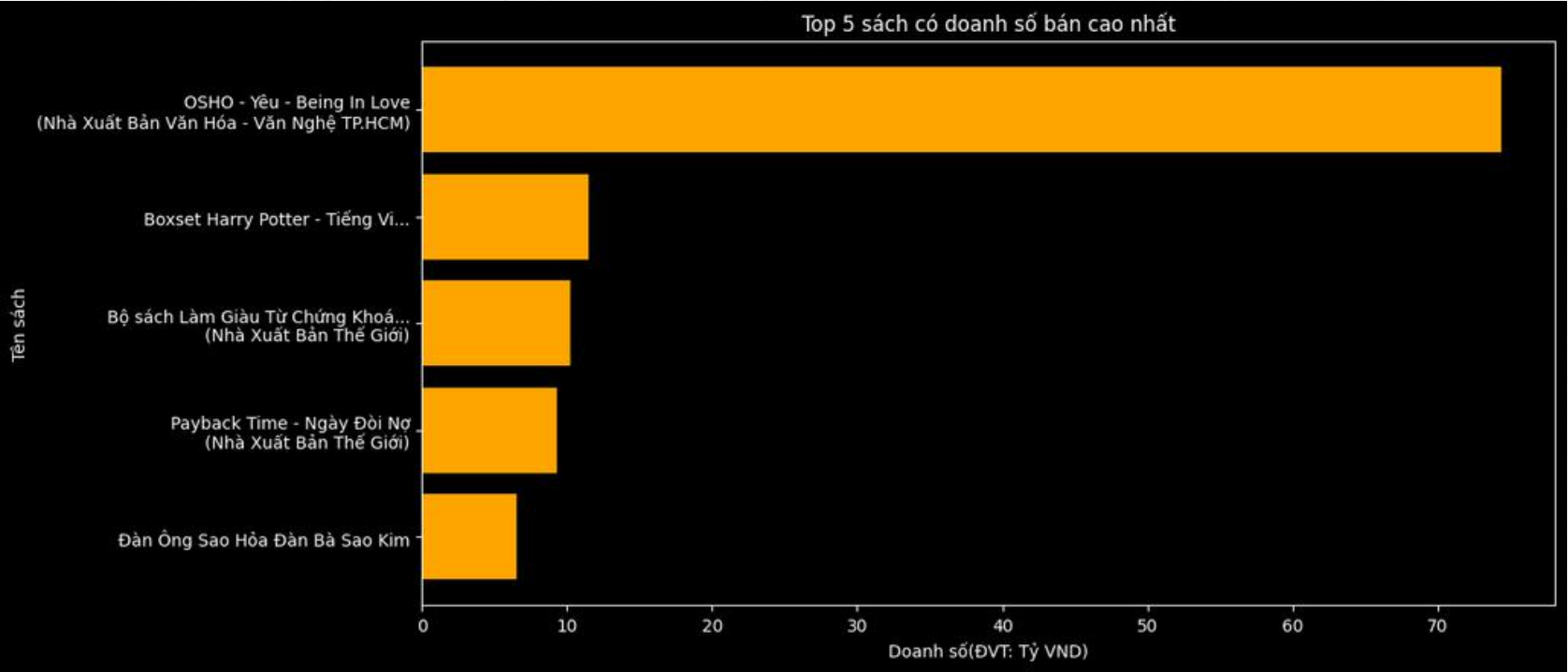
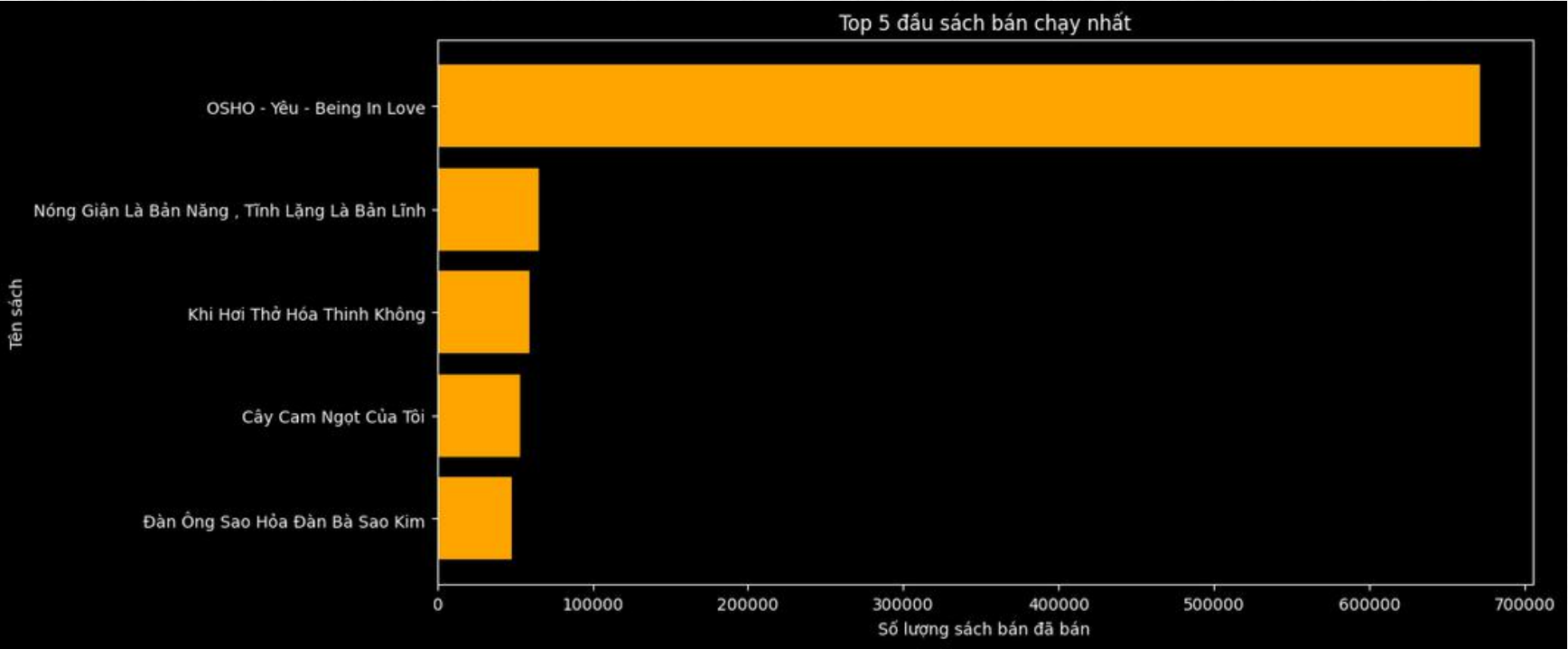
Đây có lẽ là điểm bất ngờ nhất! Không nằm trong top thể loại có nhiều đầu sách hay bán chạy nhất, nhưng lại vững vàng ở vị trí thứ 3 về doanh số. Điều này chứng tỏ rằng sách tài chính có một nhóm bạn đọc rất trung thành và sẵn sàng chi tiêu mạnh tay. Đây có thể là một thị trường chưa được khai thác hết tiềm năng. Để có cái nhìn chi tiết hơn về tiềm năng của dòng sách kinh tế chúng ta sẽ đến lát cắt tiếp theo.

#### \*Chiến lược về dòng sách cho nhà xuất bản:

Dòng sách tài chính, tiền tệ đang là mỏ kim cương với doanh số tốt nhưng chưa có nhiều NXB khai thác thông qua số liệu về số lượng đầu sách và số lượng sách bán ra. Dư địa tăng trưởng nhóm này vẫn còn lớn!







#### 4. Phân tích mối liên hệ giữa số lượng sách bán ra và doanh số của mỗi đầu sách

Top 5 sách bán chạy nhất

1. Osho - Yêu - Being in Love
2. Nóng Giận Là Bản Năng, Tĩnh Lặng Là Bản Lĩnh
3. Khi Hơi Thở Hoá Thành Không
4. Cây Cam Ngọt Của Tôi
5. Đàn Ông Sao Hoả, Đàn Bà Sao Kim

Top 5 sách có doanh số cao nhất

1. Osho - Yêu - Being in Love
2. Boxset Harry Potter
3. Bộ Sách Làm Giàu Từ Chứng Khoán
4. Payback Time - Ngày Đòi Nợ
5. Đàn Ông Sao Hoả, Đàn Bà Sao Kim

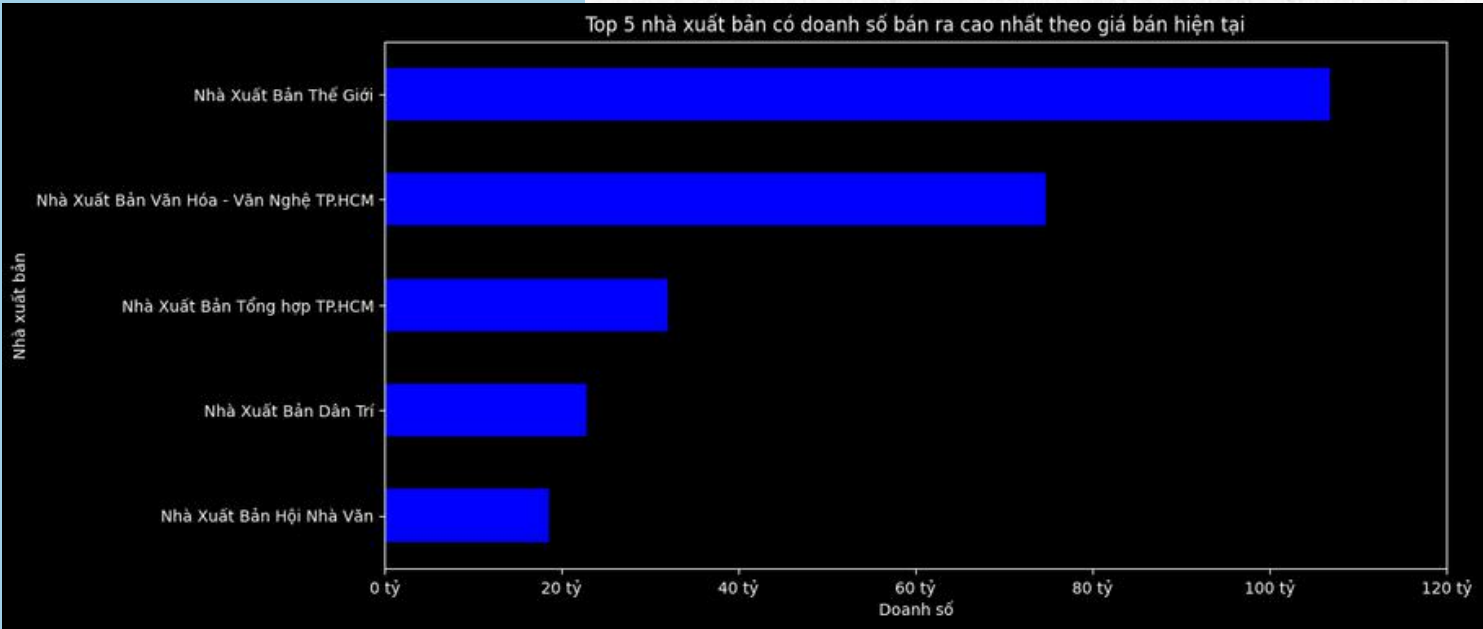
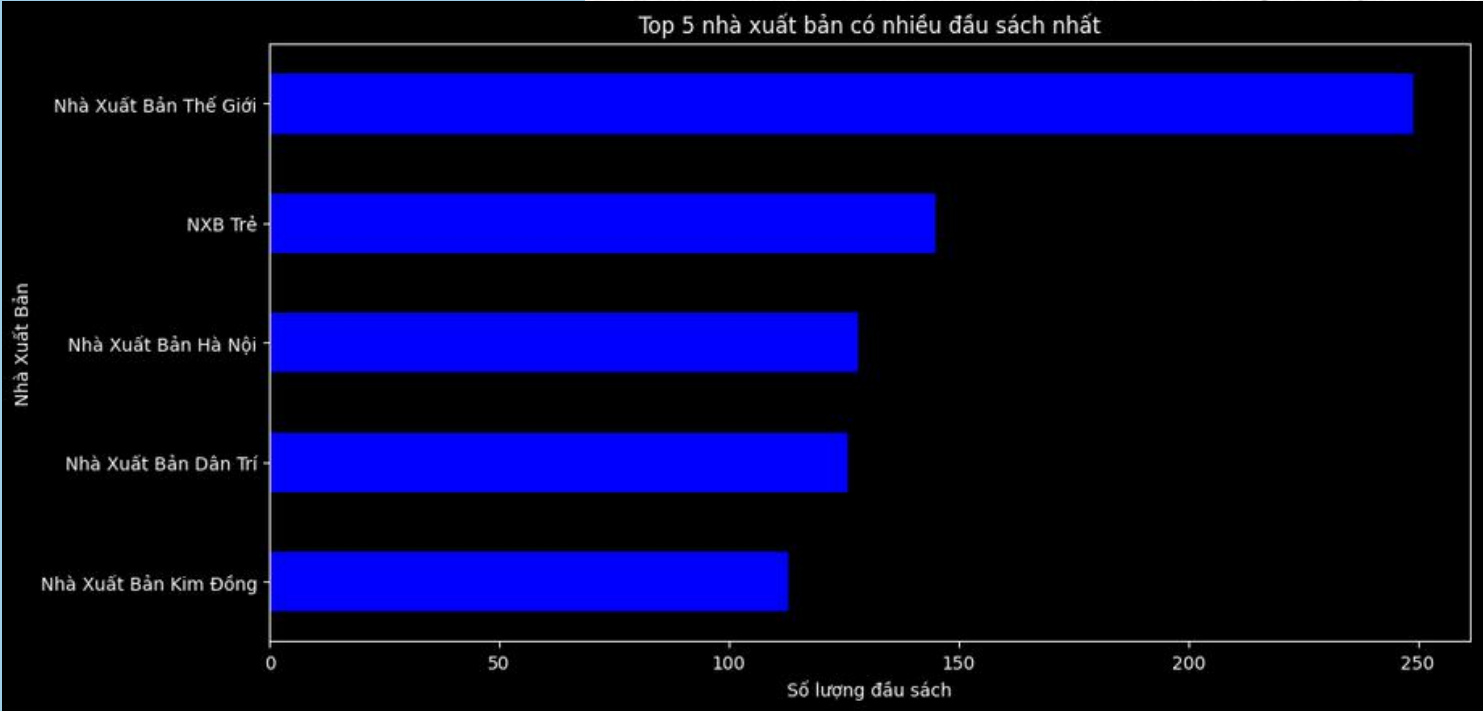
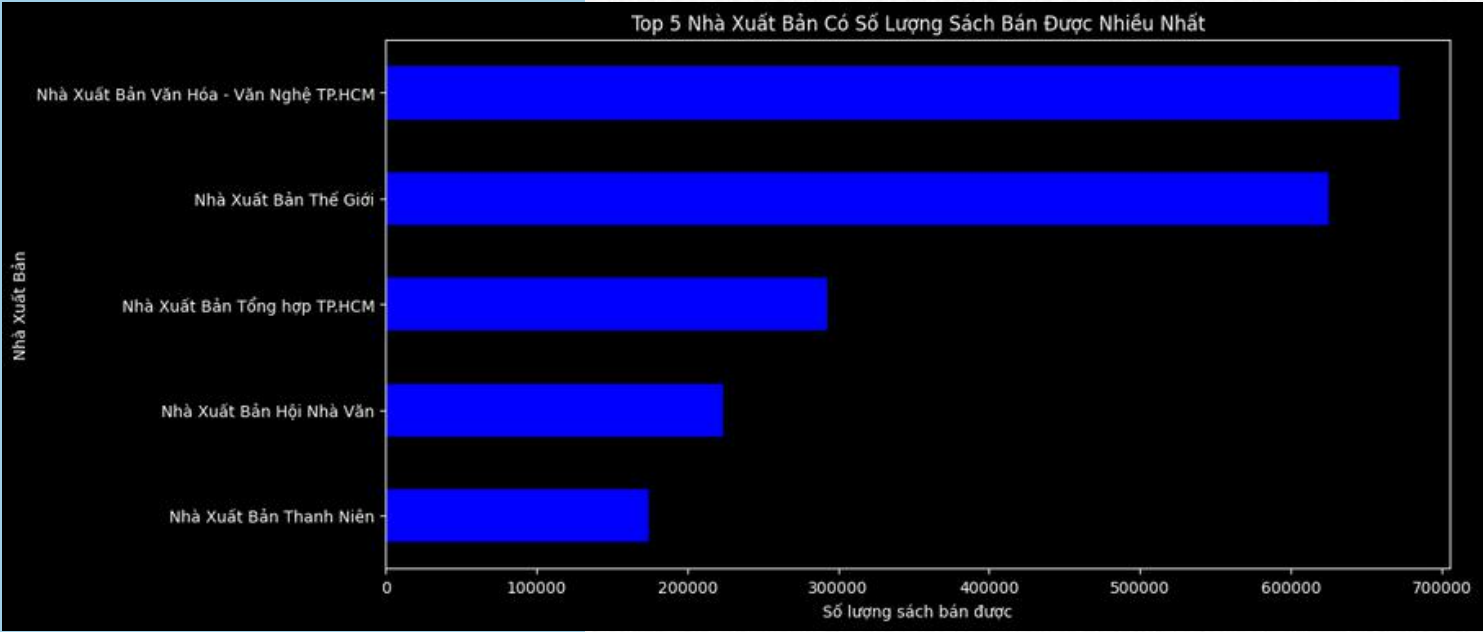
Từ những con số này, có thể thấy rằng ngoài Osho - Yêu - Being in Love giữ vị trí dẫn đầu ở cả hai hạng mục về số lượng bán ra và doanh số, các vị trí tiếp theo lại có sự thay đổi đáng kể.

Nếu xét về doanh số, hai cuốn sách về tài chính là Bộ Sách Làm Giàu Từ Chứng Khoán và Payback Time - Ngày Đòi Nợ tuy không nằm trong top bán chạy nhưng vẫn góp mặt trong danh sách doanh số cao nhất. Điều này cho thấy dù số lượng bán ra không quá áp đảo, giá trị của từng cuốn sách lại rất cao, giúp chúng giữ vững vị trí trong bảng xếp hạng doanh số.

**Từ đây, một câu hỏi thú vị được đặt ra: Giữa Nhà Xuất Bản Thế Giới và Nhà Xuất Bản Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM, đâu mới là đơn vị có tổng doanh số cao nhất?**

Cán cân có vẻ nghiêng về một phía khi NXB Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM đang sở hữu Osho – "gà đẻ trứng kim cương", với lượng sách bán ra lẫn doanh số đều dẫn đầu. Và chúng ta sẽ đến lát cắt thú vị tiếp theo để trả lời.





## 5. Phân tích doanh số theo nhà xuất bản

Top 5 Nhà Xuất Bản có số lượng sách bán được nhiều nhất

1. Nhà Xuất Bản Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM
2. Nhà Xuất Bản Thế Giới
3. Nhà Xuất Bản Tổng Hợp TP.HCM
4. Nhà Xuất Bản Hội Nhà Văn
5. Nhà Xuất Bản Thanh Niên

Top 5 Nhà Xuất Bản có nhiều đầu sách nhất

1. Nhà Xuất Bản Thế Giới
2. Nhà Xuất Bản Trẻ
3. Nhà Xuất Bản Hà Nội
4. Nhà Xuất Bản Dân Trí
5. Nhà Xuất Bản Kim Đồng

Top 5 Nhà Xuất Bản có doanh số bán ra cao nhất

1. Nhà Xuất Bản Thế Giới
2. Nhà Xuất Bản Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM
3. Nhà Xuất Bản Tổng Hợp TP.HCM
4. Nhà Xuất Bản Dân Trí
5. Nhà Xuất Bản Hội Nhà Văn

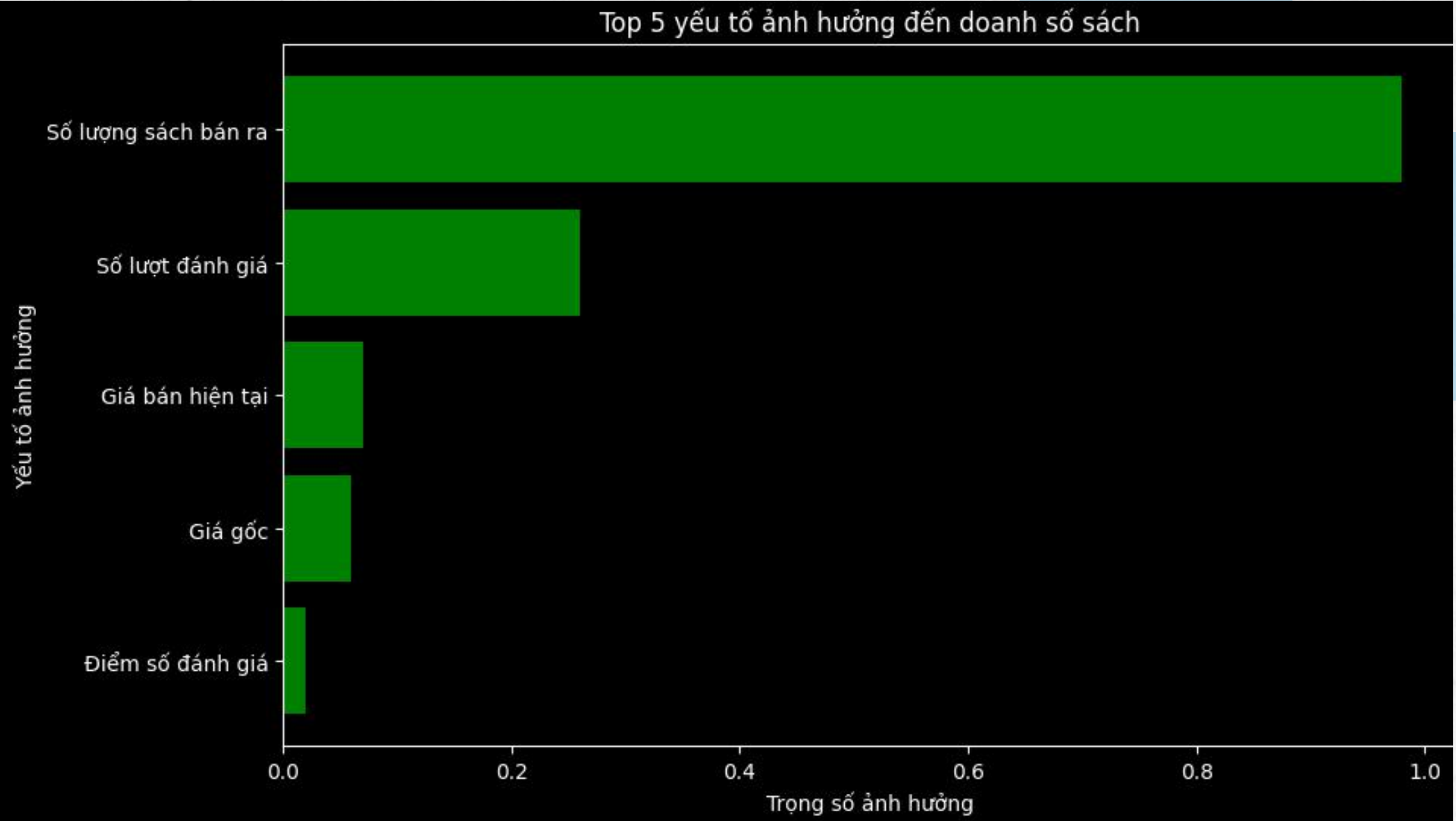
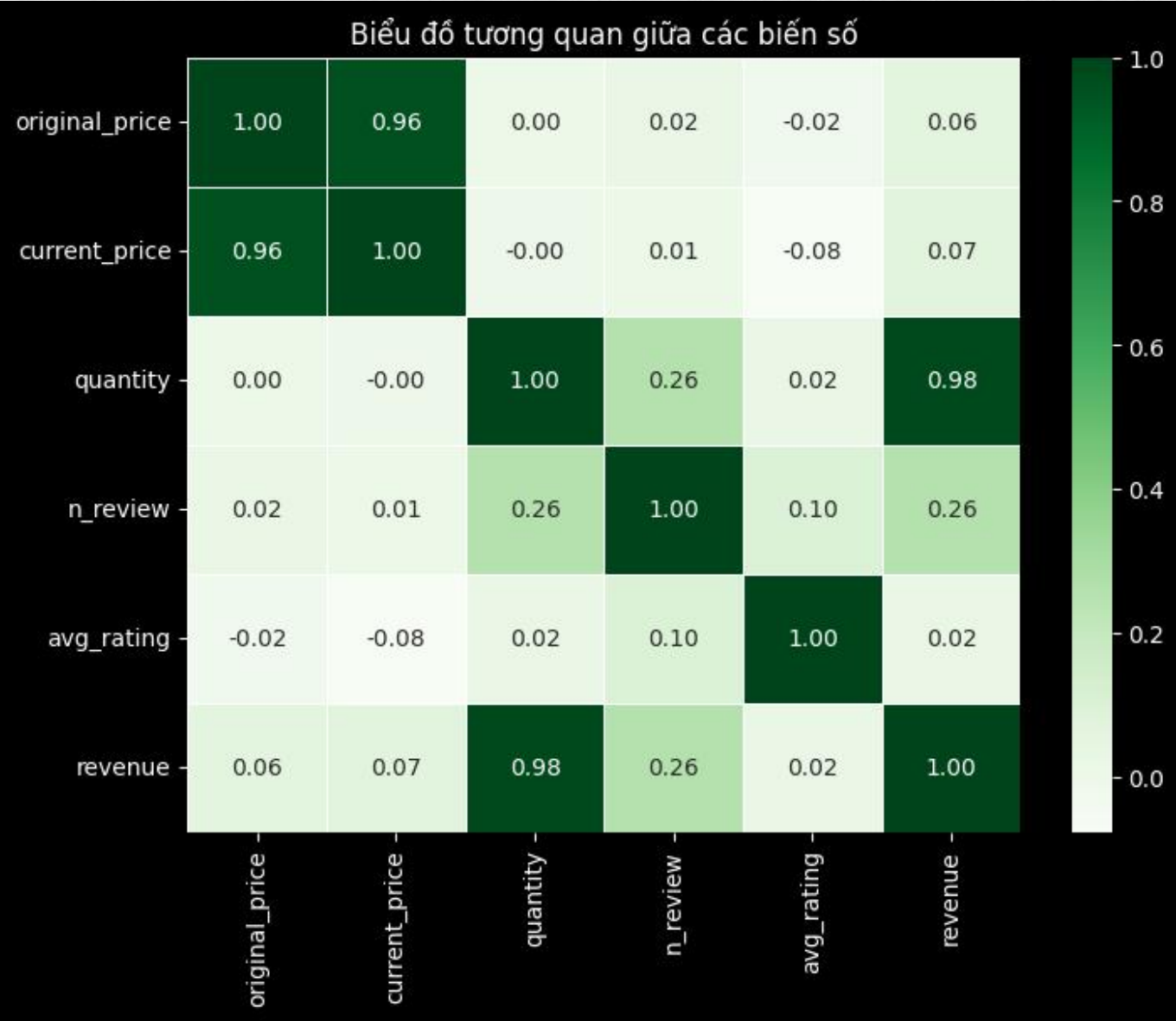
Từ những con số trên, có thể thấy rằng Nhà Xuất Bản Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM dẫn đầu về số lượng sách bán ra, nhưng lại không nằm trong nhóm các NXB có nhiều đầu sách nhất. Điều này cho thấy họ tập trung vào một số tác giả hoặc dòng sách chủ lực, thay vì trải rộng danh mục sách. Vì vậy, họ vẫn đứng thứ hai về doanh số bán ra.

Ông trùm trong ngành xuất bản đã lộ diện, Nhà Xuất Bản Thế Giới đang giữ một vị thế đáng gờm. Đứng thứ hai về số lượng sách bán ra, nhưng hai vị trí quan trọng nhất họ đã nắm trọn, nhà xuất bản có nhiều đầu sách và vị trí số một doanh số. Điều này cho thấy sự kết hợp giữa danh mục sách phong phú và chiến lược bán hàng hiệu quả đã giúp có được vị thế vững chắc.

Thị trường xuất bản cạnh tranh khốc liệt, không chỉ ở số lượng đầu sách mà còn ở cách tiếp cận độc giả. Vậy đâu là chìa khóa thành công của Nhà Xuất Bản Thế Giới? Luật chơi hiện tại là gì? Đây có thể là một gợi ý quan trọng để các nhà xuất bản khác điều chỉnh chiến lược để gia tăng doanh số và mở rộng thị trường. Chúng ta sẽ tìm hiểu tiếp theo sau.





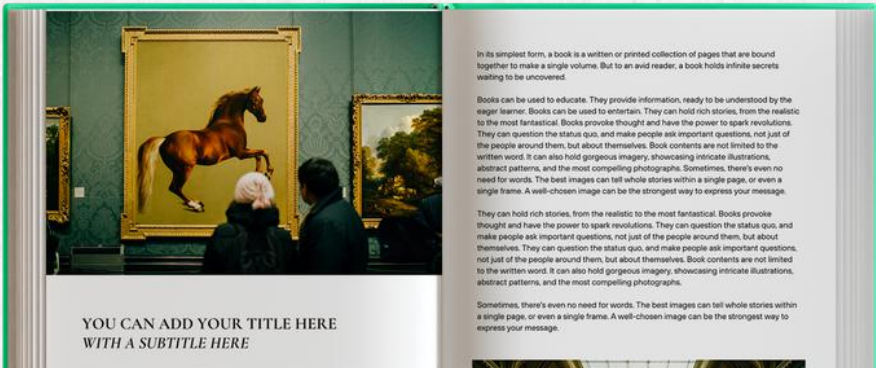


## 6. Phân Tích Tương Quan Giữa Các Biến Số Ảnh Hưởng Đến Doanh Số Sách

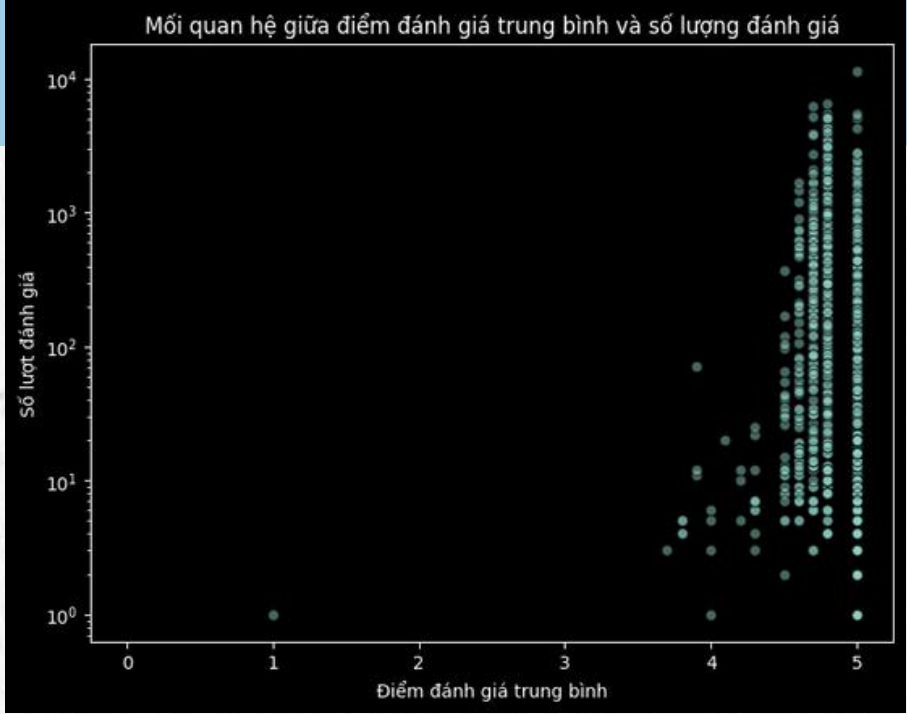
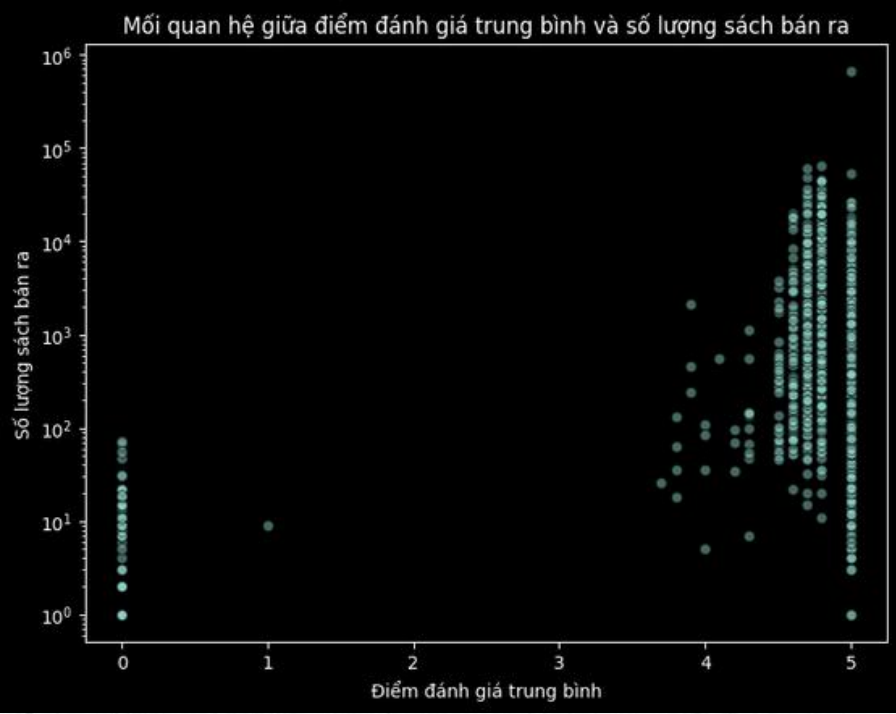
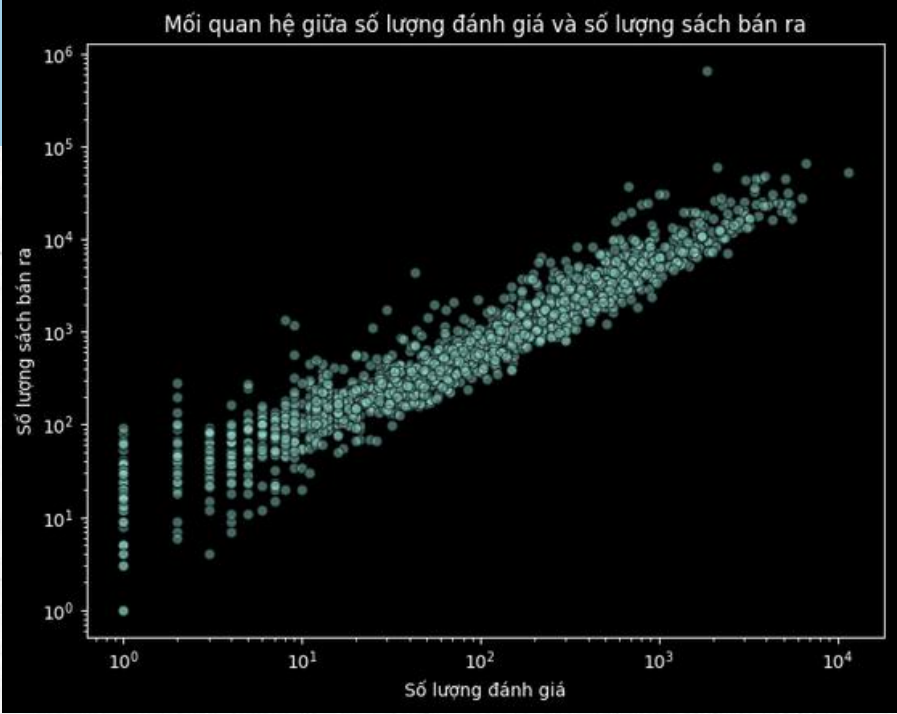
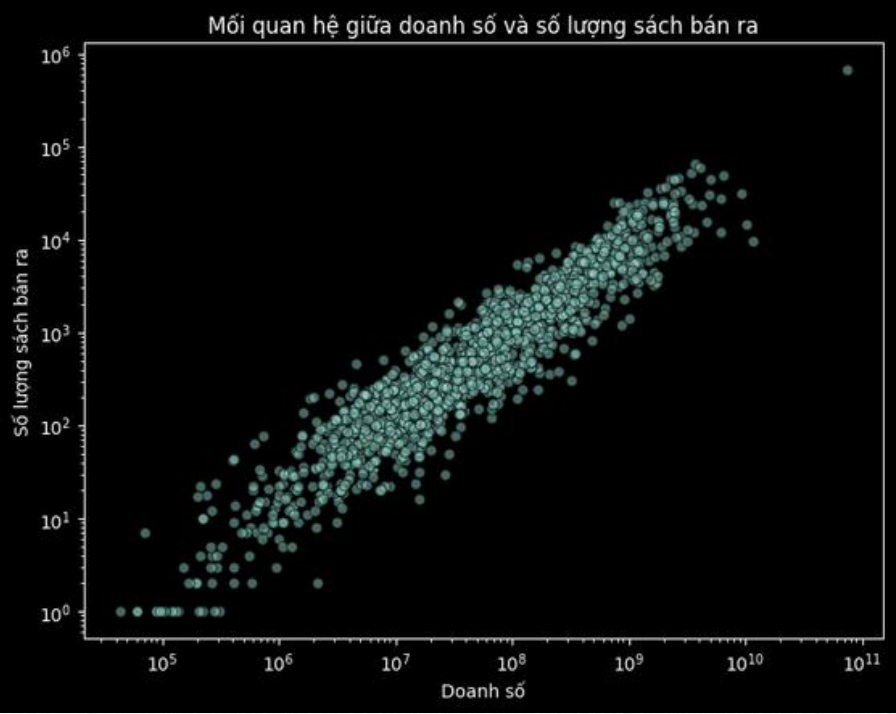
Dựa trên biểu đồ tương quan, các yếu tố ảnh hưởng đến doanh số sách được sắp xếp theo mức độ quan trọng giảm dần:

Top 5 yếu tố có trọng số ảnh hưởng lớn nhất đến doanh số (Trọng số càng cao, mức độ ảnh hưởng càng lớn)

1. Số lượng sách bán ra (0.98)
2. Số lượt đánh giá (0.26)
3. Giá bán hiện tại (0.07)
4. Giá gốc (0.06)
5. Điểm số đánh giá (0.02)







**Biểu đồ scatter giữa các biến số sẽ giúp minh họa rõ hơn mối quan hệ này và lý giải kết quả thu được.**

Số lượng sách bán ra - Yếu tố quyết định hàng đầu:  
Số lượng sách bán ra có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến doanh số thể. Dù mỗi bạn đọc có sở thích riêng, nhưng một cuốn sách bán chạy đồng nghĩa với việc nó phù hợp với thị hiếu chung của đông đảo bạn đọc.

Số lượt đánh giá - Yếu tố tác động đến tâm lý đám đông:  
Số lượt đánh giá cũng đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng đến quyết định mua sách của nhiều người. Khi sách có nhiều đánh giá, hiệu ứng lan tỏa sẽ giúp thu hút thêm người mua. Bạn đọc sau khi đọc và thấy sách hay thường quay lại đánh giá, từ đó tạo nên vòng lặp tích cực.

Giá bán và mức chiết khấu - Ảnh hưởng nhưng không quá lớn  
Các đầu sách có mức giá chiết khấu sẽ hấp dẫn hơn, dẫn đến doanh số nhỉnh hơn so với những cuốn giữ nguyên giá gốc. Tuy nhiên, sự chênh lệch này không quá đáng kể, thể hiện qua trọng số của giá chiết khấu (0.07) và giá gốc (0.06).

Điểm số đánh giá - Chất lượng sách không phải lúc nào cũng tỉ lệ thuận với doanh số  
Mặc dù điểm đánh giá thể hiện chất lượng sách, nhưng nó lại không có ảnh hưởng đáng kể đến doanh số. Lý do là vì phần lớn sách trên sàn đều có mức đánh giá cao, dao động chủ yếu từ 4.5 đến 5.0, thay vì có sự phân bố đều từ 0 đến 5.

Sách hay chưa chắc đã bán chạy, sách dở cũng chưa chắc đã bị đánh giá thấp:  
Một điều thú vị là dù có nội dung hay và được đánh giá cao, nhưng nếu sách kén người đọc thì doanh số vẫn không cao. Ngược lại, những cuốn sách có nội dung phù hợp, dễ tiếp cận, lại có thể thu hút nhiều bạn đọc hơn.

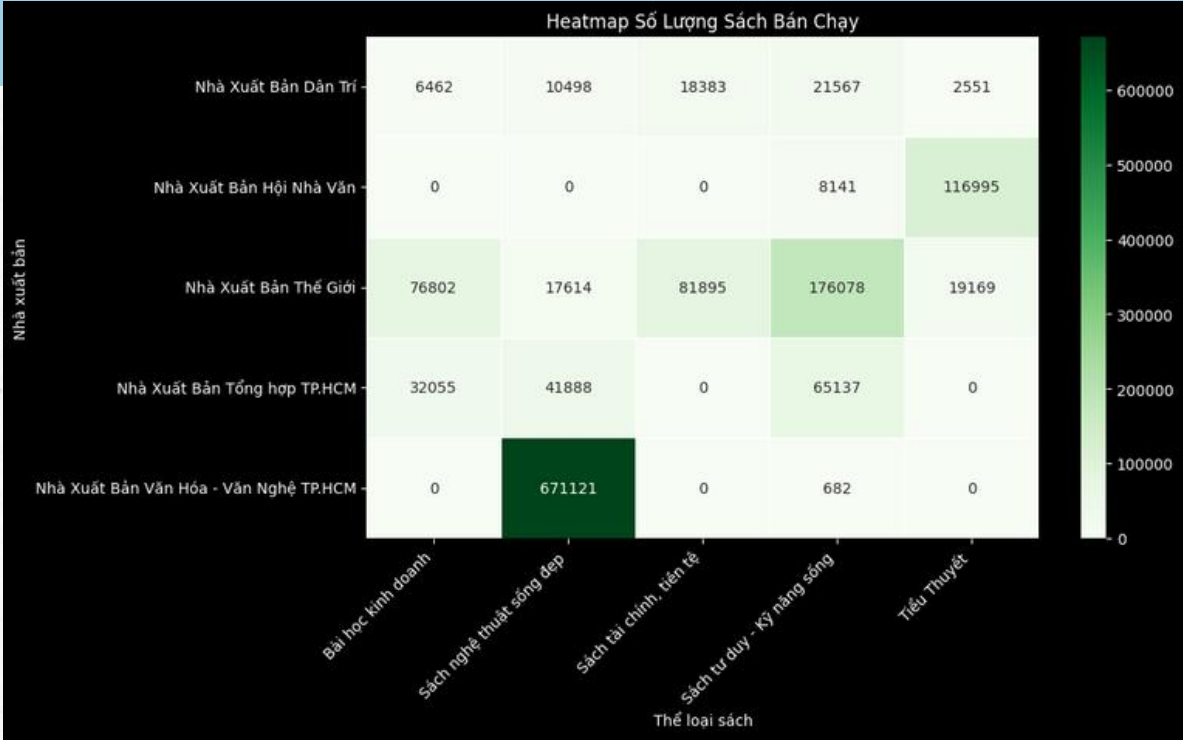
Trong khi đó, những cuốn sách không chất lượng thấp thường bị đánh giá 1 điểm, hoặc dở quá không ai thèm đánh giá, đa phần người đọc khi không hài lòng với sách thường sẽ không đánh giá, dẫn đến một hiện tượng có sách 0 điểm, lượng bán không cao và cũng không hề có lượt đánh giá ở mức 0 điểm.

**\*Chiến lược cho nhà xuất bản:**

**Để tối ưu doanh số, nhà xuất bản cần lựa chọn các đầu sách đáp ứng được thị hiếu số đông, không nên chỉ tập trung vào những cuốn sách mang tính hàn lâm hay kén bạn đọc. Sách hay chưa chắc bán chạy, nhưng sách phù hợp với nhiều người thì chắc chắn có doanh số tốt.**





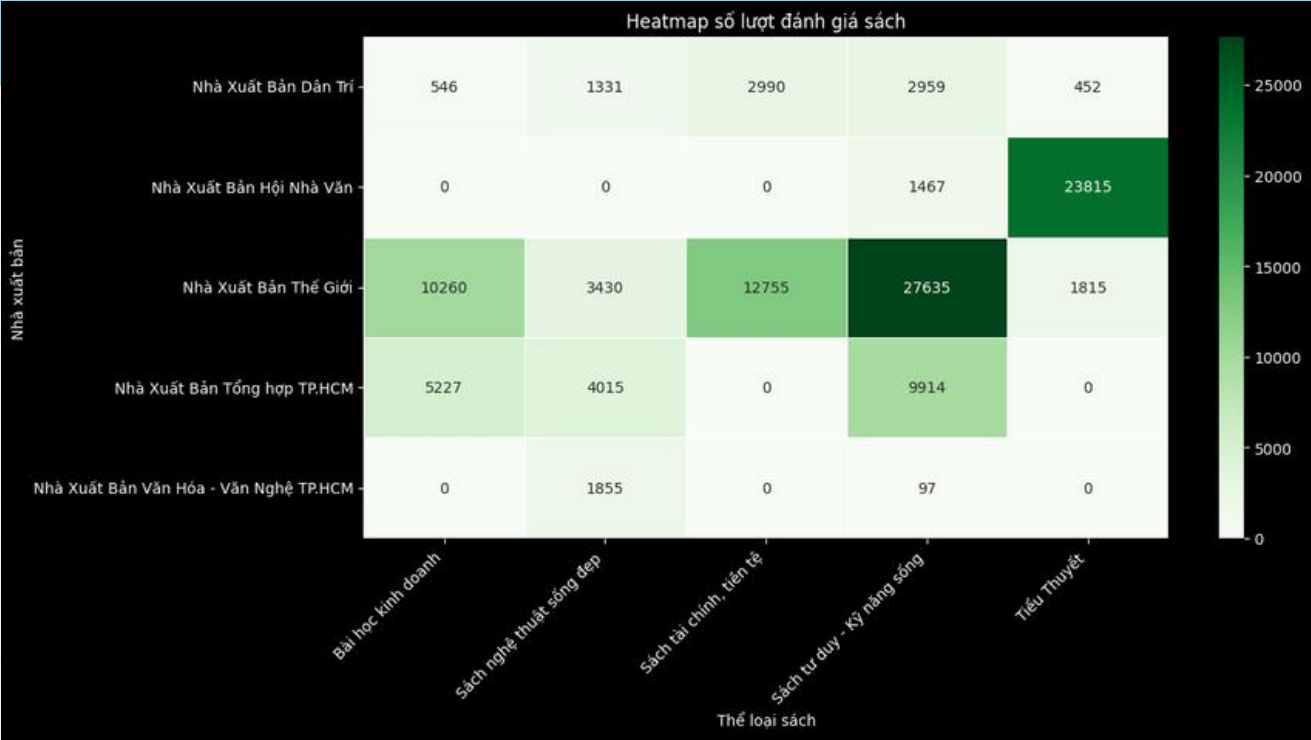


## 7. Phân Tích Biểu Đồ Heat Map - Tổng Quan Mô Hình Thành Công của Nhà Xuất Bản Thế Giới

Biểu đồ Heat Map thể hiện sự tương quan giữa top 5 nhà xuất bản có doanh số cao nhất và top 5 thể loại sách có doanh số bán tốt nhất. Dựa trên các biến số như số lượng sách bán ra, lượt đánh giá và điểm đánh giá, chúng ta có thể làm rõ hơn những yếu tố góp phần tạo nên thành công của Nhà Xuất Bản Thế Giới.

### 1. Chiến lược dàn trải danh mục sách - NXB Thế Giới vs. NXB Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM

Dữ liệu từ Heat Map cho thấy NXB Thế Giới có số lượng sách bán chạy phân bổ đồng đều trên nhiều thể loại, thay vì chỉ tập trung mạnh vào một dòng sách nhất định như NXB Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM. Đây là một chiến lược quan trọng giúp NXB Thế Giới duy trì lợi thế về doanh số, đồng thời mở rộng tập khách hàng một cách hiệu quả hơn so với các nhà xuất bản còn lại.



### 2. NXB Thế Giới vs. NXB Dân Trí - Lượt đánh giá và tác động đến doanh số

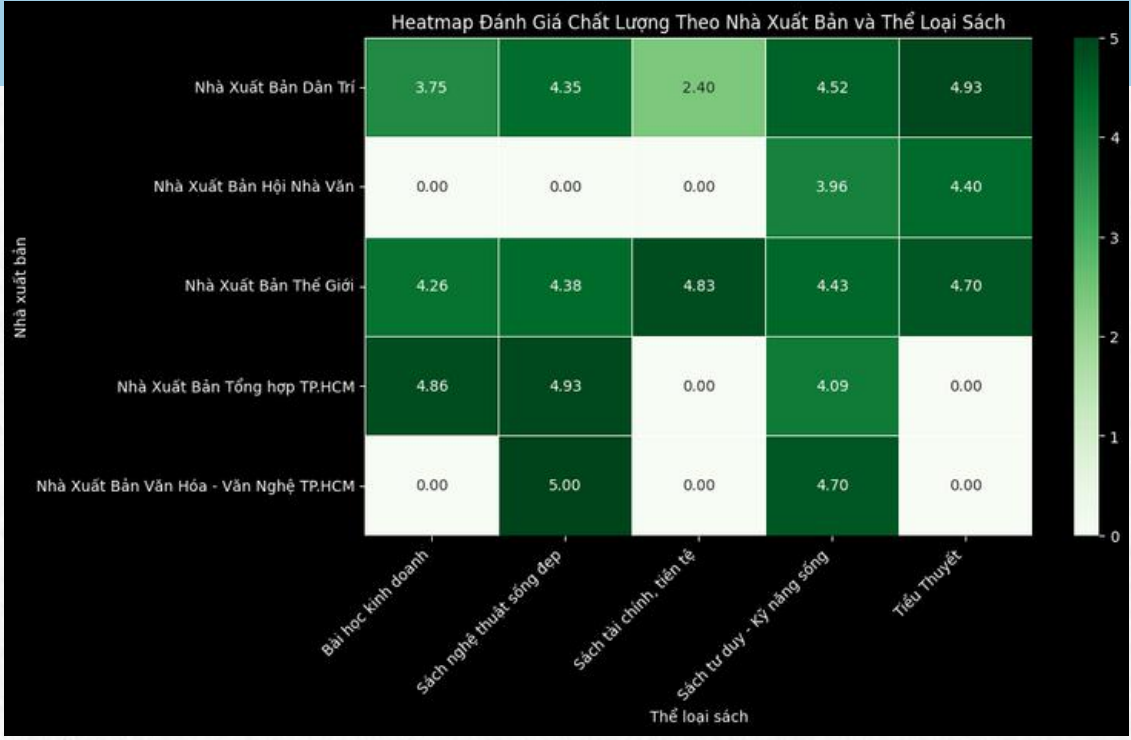
Ngoài NXB Thế Giới, NXB Dân Trí cũng có danh mục sách bán chạy trải rộng qua nhiều thể loại "hot". Tuy nhiên, sự khác biệt lớn nhất dẫn đến khoảng cách về doanh số giữa hai nhà xuất bản này chính là lượt đánh giá từ bạn đọc. Sách của NXB Thế Giới có số lượt đánh giá vượt trội hơn hẳn, đặc biệt là trong thể loại Sách Tư Duy - Kỹ Năng Sống. Điều này có thể lý giải rằng hiệu ứng tâm lý đám đông đóng vai trò quan trọng: sách có nhiều lượt đánh giá tạo sự tin tưởng và dễ dàng thu hút thêm người mua.

### 3. Chất lượng sách - Yếu tố giúp NXB Thế Giới chiếm ưu thế trong chiến lược dàn trải

Một yếu tố quan trọng khác là điểm đánh giá trung bình của các thể loại sách thuộc NXB Thế Giới cao hơn và đồng đều hơn so với NXB Dân Trí. NXB Dân Trí có một số thể loại có chất lượng trung bình với điểm đánh giá khá thấp, chẳng hạn:

- Bài học kinh doanh: 3.75/5
- Tài chính, tiền tệ: 2.5/5

Trong khi đó, NXB Thế Giới có điểm đánh giá cao hơn trên tất cả các thể loại, với mức trung bình trên 4.2. Điều này cho thấy không chỉ có lượng sách bán ra nhiều, mà chất lượng nội dung cũng được đánh giá cao hơn, góp phần củng cố vị thế của họ trên thị trường.



## Kết Luận

Từ phân tích trên, có thể rút ra một số yếu tố quan trọng giúp NXB Thế Giới đạt doanh số vượt trội:

Phân bổ danh mục sách hợp lý, đa dạng thể loại thay vì chỉ tập trung vào một mảng.

Số lượt đánh giá cao giúp tạo hiệu ứng lan truyền và thúc đẩy doanh số.

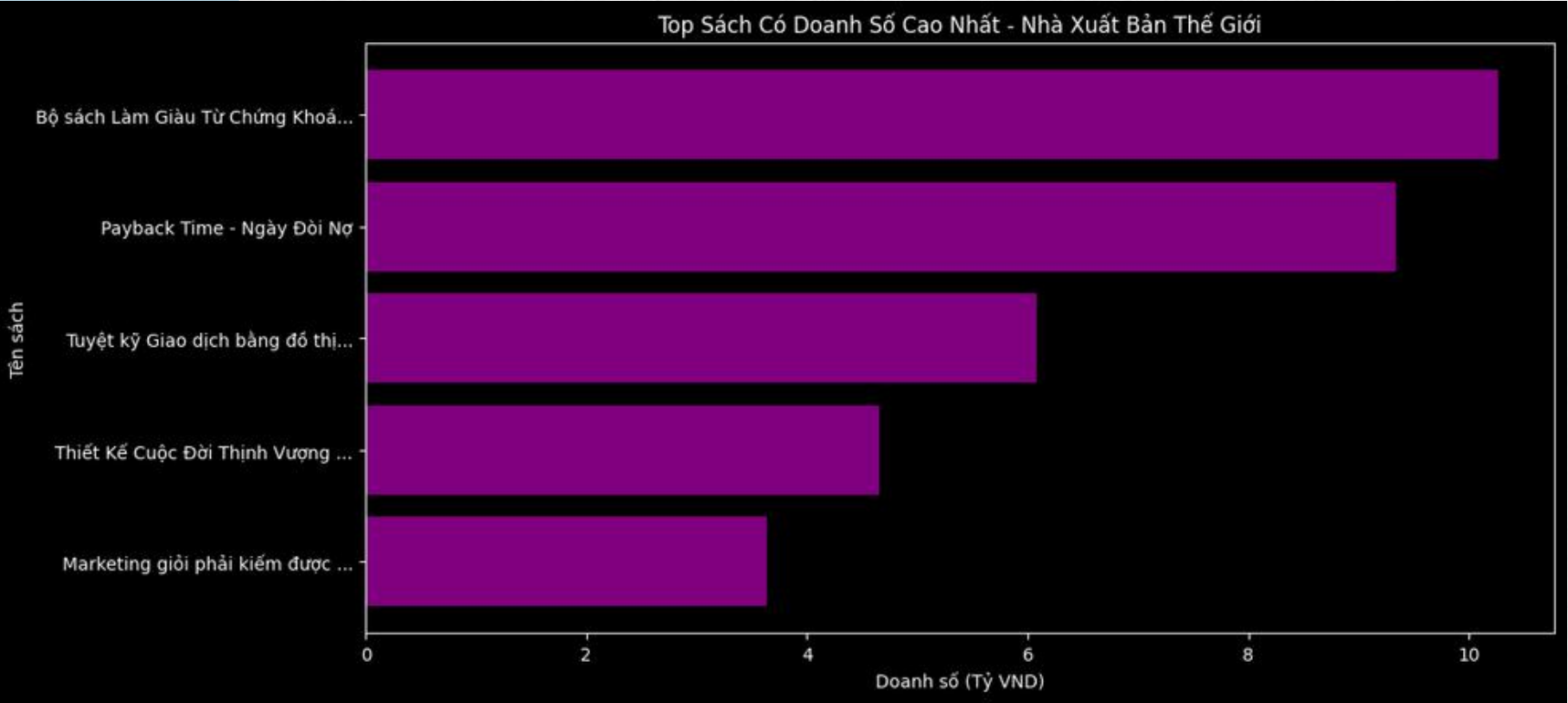
Chất lượng sách ổn định, đạt điểm đánh giá cao hơn so với đối thủ cạnh tranh.

Những yếu tố này giúp NXB Thế Giới giữ vững vị trí dẫn đầu trên thị trường, đồng thời là mô hình đáng tham khảo cho các nhà xuất bản khác muốn tối ưu chiến lược kinh doanh của mình.

Khi đã tìm ra mô hình hoàn chỉnh để có thể có doanh số cao trên sàn Tiki. Chắc chắn chúng ta sẽ không thể không tò mò top các cuốn sách đóng góp doanh số cao nhất cho các nhà xuất bản. Điều này sẽ dẫn đến các phân tích thú vị tiếp theo!



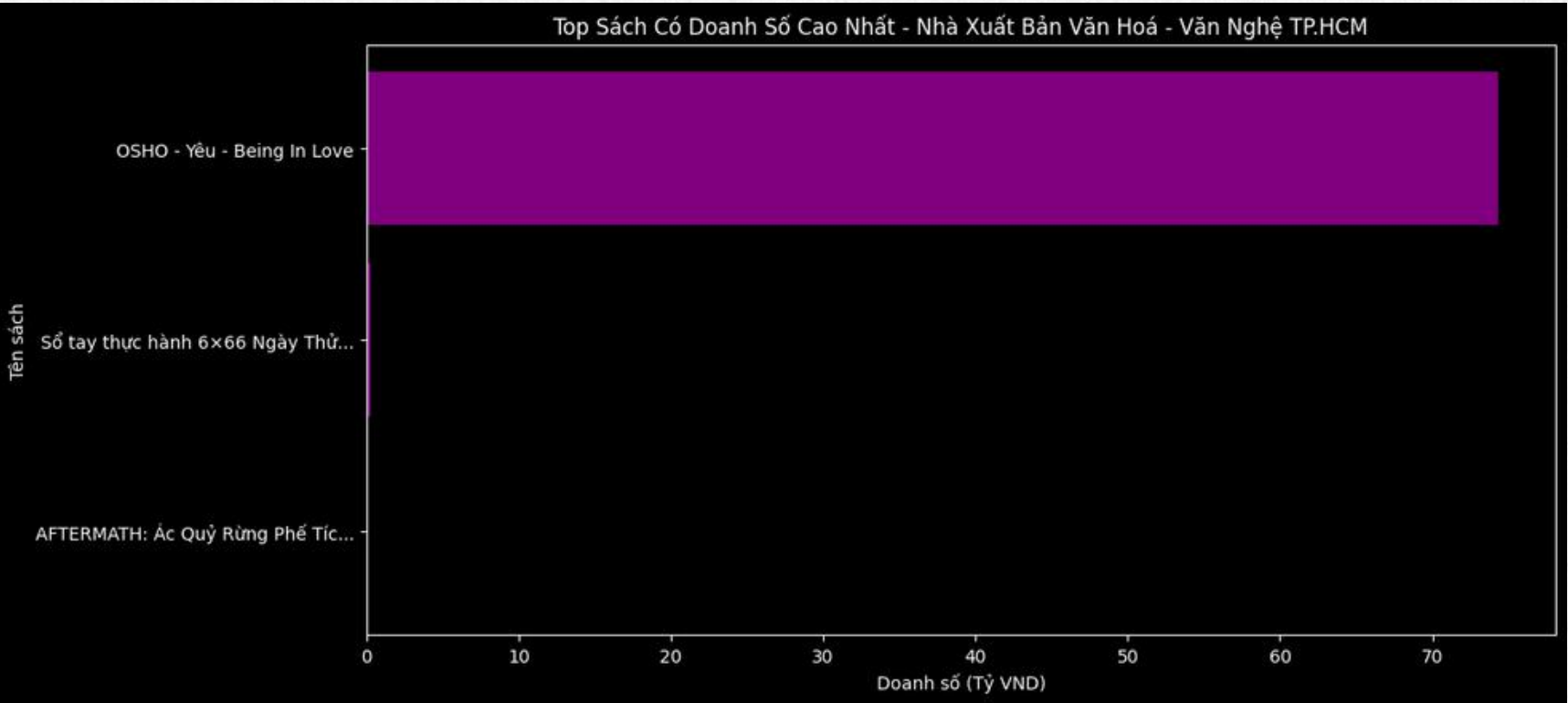




## 8. Phân tích doanh số các loại sách đóng góp lợi nhuận cao nhất của NXB Thế Giới và NXB Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM

Có thể thấy bên cạnh chiến lược dàn trải nhưng vẫn chú trọng đến chất lượng làm nền tảng mở rộng tệp khách hàng và khai thác "mỏ kim cương" thể loại sách kinh tế đã giúp Nhà Xuất Bản Thế Giới tạo vị thế dẫn đầu vững chắc trên sàn Tiki.

Chiến lược tập trung vào đẩy mạnh các dòng tác phẩm của tác giả OSHO trong thời gian ngắn của NXB Văn Hoá - Văn Nghệ TP.HCM có thể gây dựng được vị thế tốt về doanh số nhưng đường dài có thể giảm nhanh do bão hoà. Rủi ro lớn nhất hiện tại là đầu sách đóng góp nhiều thứ 2 và thứ 3 vào doanh số của nhà xuất bản này dường như không đáng kể. NXB cần có kế hoạch tìm hướng khai thác đa dạng doanh số từ các đầu sách mới sắp tới!





## 9. Tổng kết

NXB Thế Giới – Dẫn đầu thị trường với chiến lược cân bằng

- Xếp hạng số 1 cả về doanh thu tổng và số đầu sách phát hành.
- Duy trì danh mục sách đa dạng và có cấu trúc tốt, trải dài nhiều thể loại bán chạy.
- Các yếu tố thành công chính:
  - Phân phối đều ở nhiều thể loại, đặc biệt là Tâm lý – Kỹ năng sống và Kinh tế – Tài chính.
  - Lượng đánh giá từ người đọc cao, tạo hiệu ứng xã hội mạnh mẽ.
  - Điểm đánh giá trung bình cao và ổn định trên mọi thể loại (trên 4.2 điểm).

NXB Văn Hoá – Văn Nghệ TP.HCM – Khởi đầu mạnh nhưng thiếu chiều sâu

- Dẫn đầu về số lượng sách bán ra, chủ yếu nhờ sự phổ biến của các tác phẩm Osho.
- Phụ thuộc quá nhiều vào một tác giả duy nhất, gây rủi ro về tính bền vững.
- Thiếu đóng góp đáng kể từ các tựa sách phụ, cho thấy nền tảng doanh thu chưa vững.
- Cần đa dạng hoá nội dung để duy trì đà tăng trưởng dài hạn.

NXB Dân Trí – Tiềm năng chưa được khai thác hiệu quả

- Danh mục sách phủ các thể loại phổ biến, tương tự như NXB Thế Giới.
- Tuy nhiên, lượng đánh giá từ người đọc và điểm số trung bình thấp hơn nhiều.
- Một số thể loại, như Tài chính, có điểm đánh giá rất thấp (có khi chỉ 2.5/5).
- Có cơ hội cải thiện doanh thu thông qua kiểm soát chất lượng và nâng cao tương tác với người đọc.

Các yếu tố thúc đẩy doanh số (dựa trên tương quan)

- Số lượng sách bán ra (trọng số tương quan: 0.98)
- Số lượng đánh giá từ người đọc (0.26)
- Giá bán hiện tại (0.07)
- Giá gốc ban đầu (0.06)
- Điểm đánh giá trung bình (0.02)

Chiến lược rút ra

- Danh mục sách đa dạng và chất lượng hiệu quả hơn nhiều so với chiến lược phụ thuộc vào một tác giả hay thể loại hẹp.
- Đánh giá từ người đọc có tác động đến doanh số mạnh hơn điểm số trung bình.
- Chất lượng nội dung vẫn quan trọng, nhưng cần kết hợp với khả năng tiếp cận và phù hợp với nhu cầu phổ thông.
- Tăng trưởng bền vững đến từ việc kết hợp giữa sự đa dạng danh mục và giá trị mang lại ổn định cho người đọc.







Data Analytics Project

# THANK YOU

## Contact



### Stanton Ho

☎ + (84) 39 298 1368

✉ [hst.sytan@gmail.com](mailto:hst.sytan@gmail.com)

🌐 [github.com/hstmori/](https://github.com/hstmori/)

📍 Lavidaplus, District 7, Ho Chi Minh Chi City