

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HOÁ HÀ NỘI
KHOA PHÁT HÀNH XUẤT BẢN PHẨM



HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ VĂN HÓA PHẨM TẠI
CÔNG TY SÁCH VIỆT NAM 2007 - 2008

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn: *TS. Đỗ Thị Quyên*

Sinh viên thực hiện : *Lưu Thị Thu Trang*

Lớp : *PHXBP 24A*

Niên khoá : *2005 – 2009*

HÀ NỘI, 6 – 2009

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	3
1.1. Nhận thức cơ bản về mặt hàng văn hoá phẩm.....	5
1.1.1. Khái niệm văn hoá phẩm	5
1.1.2 Cơ cấu mặt hàng văn hoá phẩm	5
1.1.3 Đặc điểm của mặt hàng văn hoá phẩm.....	11
1.2. Nhận thức chung về tiêu thụ văn hoá phẩm trong nền kinh tế thị trường	13
1.2.1 Bản chất của hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm	13
1.2.2 Đặc điểm của hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm	14
1.2.3. Nội dung của hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm.....	14
1.3. ý nghĩa của hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm với Tổng công ty.....	21
1.3.1. Góp phần tuyên truyền phổ biến các giá trị văn hoá trong xã hội.....	21
1.3.2. Thoả mãn nhu cầu ngày càng cao của xã hội.....	21
1.3.3. Mang lại hiệu quả kinh tế cao cho Tổng công ty.....	22
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ VĂN HOÁ PHẨM TẠI TỔNG CÔNG TY SÁCH VIỆT NAM NĂM 2007 – 2008	24
2.1. Tổng quan tiêu thụ văn hoá phẩm những năm gần đây.....	24
2.2 Hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm của Tổng công ty những năm gần đây	27
2.2.1 Tổ chức nghiên cứu thị trường	27
2.2.2 Tổ chức các kênh phân phối	29
2.2.3 Các hình thức tiêu thụ.....	34
2.3 Kết quả hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty 2007 – 2008.....	42
2.4 Đánh giá hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty 2 năm 2007 – 2008....	47
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ VĂN HOÁ PHẨM TẠI TỔNG CÔNG TY	51
3.1 Dự báo nhu cầu văn hoá phẩm trong những năm tới.....	51
3.2 Chiến lược kinh doanh văn hoá phẩm của Tổng công ty tới năm 2020	52
3.3 Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty	53
3.2.1 Giải pháp vĩ mô.....	53
3.2.2 Giải pháp vi mô.....	57
KẾT LUẬN	60
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	61
PHỤ LỤC.....	62

LỜI MỞ ĐẦU

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện nay hoạt động cạnh tranh diễn ra ngày một gay gắt quyết liệt. Các doanh nghiệp phải luôn thường xuyên đổi mới phương thức kinh doanh, không ngừng nỗ lực phấn đấu để đưa ra thị trường những sản phẩm đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng đồng thời mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp. Kinh doanh xuất bản phẩm là một hoạt động kinh doanh đặc thù nhưng nó vẫn phải tuân thủ theo qui luật của nền kinh tế thị trường. Hiện nay các xuất bản phẩm ngày trở nên phong phú và đa dạng, nhất là đối với mặt hàng văn hoá phẩm, cơ cấu mặt hàng văn hoá phẩm phong phú đa dạng với nhiều sản phẩm mang tính sáng tạo để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của con người. Văn hoá phẩm là một mặt hàng không thể thiếu trong quá trình sản xuất kinh doanh xuất bản phẩm bởi hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm ngày càng đem lại doanh thu lớn cho ngành. Tiêu thụ là một khâu quan trọng mang lại hiệu quả kinh tế cho doanh nghiệp. Mặt hàng văn hoá phẩm ngày càng trở nên phong phú đa dạng và nhu cầu về văn hoá phẩm của xã hội ngày càng cao. Nghiên cứu hoạt động tiêu thụ sẽ giúp cho doanh nghiệp có những hướng đi đúng đắn mang lại hiệu quả kinh tế cao. Chính vì vậy em đã lựa chọn đề tài: “Hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty sách Việt Nam năm 2007 – 2008” để làm đề tài cho khoá luận của mình. Đây là một đề tài không mới vì từ xưa đến nay hoạt động tiêu thụ luôn được đặt lên hàng đầu mỗi khi doanh nghiệp bắt tay vào kinh doanh, luôn được mọi người quan tâm nghiên cứu.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm của Tổng công ty Sách Việt Nam

Thời gian nghiên cứu: 2 năm 2007 – 2008

Mục đích nghiên cứu:

Nghiên cứu hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty Sách Việt Nam nhằm đánh giá khả năng tiêu thụ văn hoá phẩm của doanh nghiệp và nhu cầu văn hoá phẩm của người dân.

Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm của Tổng công ty trong thời gian tới.

Phương pháp nghiên cứu:

Trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa Mac - Lênin, trong quá trình thực hiện khoá luận sử dụng các phương pháp: phương pháp điều tra, phương pháp thống kê, phương pháp phân tích, phương pháp tổng hợp.

Bố cục của đề tài:

Ngoài lời mở đầu, kết luận đề tài được chia thành 3 chương:

Chương 1: Tiêu thụ văn hoá phẩm và ý nghĩa của nó đối với tổng công ty sách Việt Nam

Chương 2: Thực trạng hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty Sách Việt Nam 2 năm 2007 – 2008

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ văn hoá phẩm tại Tổng công ty

Đây là một đề tài không mới nhưng nói đến hoạt động tiêu thụ thì nó luôn chiếm vai trò quan trọng trong quá trình kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Đó là khâu nghiệp vụ đầu ra quyết định hiệu quả kinh doanh của cả một quá trình hoạt động. Nâng cao hiệu quả của hoạt động này là một điều khó khăn đối với Tổng công ty nhất là trong giai đoạn hiện nay Tổng công ty đang có sự thay đổi lớn về cơ cấu tổ chức cũng như hoạt động trong điều kiện nền kinh tế đang gặp khủng hoảng trầm trọng. Với trình độ lí luận còn hạn chế và thời gian tìm hiểu thực tế cũng như nghiên cứu không nhiều nên khoá luận sẽ không tránh khỏi thiếu sót. Em xin kính mong được sự chỉ bảo, giúp đỡ cũng như đóng góp ý kiến của các thầy cô, của cơ sở thực tế để luận văn của em được hoàn thiện hơn.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phùng Quốc Hiếu, bài giảng “Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm”
2. Đỗ Quang Minh, bài giảng “Tuyên truyền quảng cáo xuất bản phẩm”.
3. Phạm Văn Phê. bài giảng “ Phân tích hoạt động kinh doanh”
4. Tiến sĩ Đỗ Thị Quyên, bài giảng “Tổ chức tiêu thụ XBP”
5. Phạm Quý Thế, bài giảng “ Mặt hàng văn hoá phẩm”
6. Báo cáo Tổng kết hoạt động xuất bản và phát hành xuất bản phẩm 2007
7. Báo cáo Tổng kết hoạt động xuất bản và phát hành xuất bản phẩm 2008
8. Luật xuất bản và các văn bản hướng dẫn thi hành
9. Lã Kiến Hoa và Cao Thụy Minh, Phương pháp quản lí hiệu quả tiêu thụ
10. Website: savina.com.vn