

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài :

**HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM CỦA
CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH THÁI HÀ TỪ NĂM 2010
ĐẾN 2012**

Giảng viên hướng dẫn : THS. NGUYỄN THÚY LINH

Sinh viên thực hiện : LÊ THÚY NGÀ

Lớp : PH28B

Hà Nội – 2013

MỤC LỤC

Danh mục hình vẽ.....	1
Danh mục bảng biểu	3
LỜI MỞ ĐẦU.....	4
CHƯƠNG 1. NHẬN THỨC CHUNG VỀ TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM VÀ Ý NGHĨA CỦA NÓ ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH THÁI HÀ.....	9
1.1 Một số khái niệm cơ bản.....	9
1.1.1. Khái niệm xuất bản phẩm.....	9
1.1.1. Khái niệm tiêu thụ.....	9
1.1.2. Tiêu thụ xuất bản phẩm.....	11
1.2. Nội dung của hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm.....	12
1.2.1. Nghiên cứu thị trường.....	12
1.2.2. Kênh phân phối.....	13
1.2.3. Các hình thức tiêu thụ.....	16
1.2.4. Tổ chức các hoạt động xúc tiến tiêu thụ.....	20
1.3. Ý nghĩa của hoạt động tiêu thụ đối với công ty cổ phần sách Thái Hà.....	27
1.3.1. Góp phần thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền phổ biến tri thức đến xã hội và thỏa mãn nhu cầu xã hội.....	27
1.3.2. Mang lại hiệu quả kinh tế cho công ty.....	27
1.3.3. Góp phần trực tiếp phát triển các khâu nghiệp vụ khác.....	28
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH THÁI HÀ TỪ NĂM 2010 ĐẾN 2012.....	31
2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Sách Thái Hà.....	31
2.1.1. Giới thiệu chung về công ty.....	31
2.2 Tình hình tiêu thụ xuất bản phẩm của công ty cổ phần sách Thái Hà từ năm 2010 đến 2012.....	33

2.2.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường	33
2.2.2. Tổ chức hệ thống kênh phân phối.....	35
2.2.3. Các hình thức tiêu thụ xuất bản phẩm.	40
2.2.4. Tổ chức các hoạt động xúc tiến tiêu thụ	47
2.3. Nhận xét chung về hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm của công ty cổ phần sách Thái Hà	54
2.3.1. Những mặt đạt được.....	54
2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân.....	59
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH THÁI HÀ	66
3.1. Định hướng của ngành đối với hoạt động phát hành xuất bản phẩm.....	66
3.2. Phương hướng phát triển của công ty trong thời gian tới.....	69
3.2.1. Định hướng của công ty.....	69
3.2.2. Những thời cơ và thách thức.....	70
3.2. Các giải pháp góp phần thúc đẩy hoạt động tiêu thụ của công ty trong thời gian tới.....	73
3.2.1. Giải pháp đối với Công ty.....	73
3.2.2. Giải pháp đối với các cơ quan quản lý nhà nước.....	77
KẾT LUẬN.....	82
Danh mục tài liệu tham khảo.....	83

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài.

Đối với bất kì một doanh nghiệp nào trên thị trường thì tiêu thụ là khâu đầu ra quan trọng, trực tiếp đem lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp. Kết quả của hoạt động tiêu thụ là cơ sở để doanh nghiệp đánh giá hiệu quả của các khâu nghiệp vụ như: nghiên cứu nhu cầu, khai thác, marketing...Hoạt động tiêu thụ đạt kết quả tốt sẽ thúc đẩy vòng quay của vốn, từ đó tạo điều kiện cho quá trình tái sản xuất kinh doanh diễn ra được nhanh hơn. Tiêu thụ có hiệu quả cũng sẽ giúp cho doanh nghiệp tìm kiếm được thị trường mới và từ đó đầu tư mở rộng thị trường. Nhìn vào kết quả hoạt động tiêu thụ của một doanh nghiệp ta cũng có thể đánh giá được thương hiệu của doanh nghiệp đó trên thị trường dựa trên mức độ quan tâm của khách hàng đến với doanh nghiệp biểu hiện bởi việc mua sản phẩm nhiều hay ít.

Đối với tiêu thụ xuất bản phẩm thì tiêu thụ không chỉ đơn thuần là hướng đến mục tiêu lợi nhuận. Bởi xuất bản phẩm là loại hàng hóa đặc thù, chứa đựng tri thức, tinh hoa văn hóa của nhân loại. Tiêu thụ xuất bản phẩm vừa phải đảm bảo mục tiêu kinh tế, vừa phải đảm bảo mục tiêu xã hội là truyền bá tư tưởng chính trị, chính sách của Đảng và Nhà nước, đem tri thức phổ biến đến nhiều người để nâng cao dân trí, đưa đất nước phát triển ngày một tốt đẹp hơn. Nhiều người mua sách, đọc sách thì càng chứng tỏ dân trí được nâng cao, tri thức được phổ cập, từ đó dần bắt kịp với các nước trong khu vực, góp phần thực hiện vào công cuộc công nghiệp hóa – hiện đại hóa của đất nước.

Công ty cổ phần sách Thái Hà tuy chỉ mới thành lập từ năm 2007 nhưng cho đến nay công ty đã trở thành nhà cung cấp cho cả ba miền đất nước và có mối quan hệ đối tác với rất nhiều nhà sách lớn nhỏ tại các tỉnh, thành phố lớn, trong đó có thể kể đến hệ thống các cửa hàng của Fahasa tại các tỉnh bắc, trung, nam hầu hết đều bán sách của công ty. Từ đó có thể thấy

được phần nào hiệu quả kinh doanh của công ty trong những năm vừa qua trong việc đầu tư vào khai thác bản quyền và dịch sách, nổi bật với những cuốn sách về kỹ năng mang tính ứng dụng cao cho các nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp hay những cuốn sách về đạo Phật và tâm linh...rất được độc giả đón nhận ; bên cạnh đó là việc xây dựng các mối quan hệ tốt đối với đối tác. Dù vẫn còn non trẻ nhưng trong tương lai công ty hứa hẹn sẽ phát triển với nhiều xuất bản phẩm chất lượng và có thể cung cấp được đến tay nhiều độc giả hơn nữa. Vì lí do đó em mạnh dạn chọn đề tài : **“Hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm của công ty cổ phần sách Thái Hà từ năm 2010 đến 2012”** làm đề tài khóa luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu đề của tài.

Mục đích của đề tài là nghiên cứu hoạt động tiêu thụ XBP của công ty cổ phần sách Thái Hà trong 3 năm 2010,2011,2012 nhằm đánh giá những kết quả đạt được và những hạn chế đồng thời phân tích nguyên nhân để từ đó đề ra các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động thúc đẩy tiêu thụ XBP của công ty trong thời gian tới.

3. Phạm vi nghiên cứu của đề tài.

Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động tiêu thụ XBP của công ty trong 3 năm 2010, 2011, 2012.

4. Một số phương pháp nghiên cứu.

Trong quá trình nghiên cứu đề tài, em đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu: thống kê, phân tích, đánh giá, tổng hợp...

5. Kết cấu bài nghiên cứu.

Đề tài của em bao gồm 3 chương chính:

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận được chia thành 3 chương:

Chương 1: Nhận thức chung về tiêu thụ xuất bản phẩm và ý nghĩa của nó đối với công ty cổ phần sách Thái Hà.

Chương 2: Thực trạng tiêu thụ xuất bản phẩm của công ty cổ phần sách Thái Hà từ năm 2010 - 2012

Chương 3: Giải pháp thúc đẩy hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm của công ty cổ phần sách Thái Hà trong thời gian tới.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật Xuất bản 2004.
 2. Bài giảng môn Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm – TS. Đỗ Thị Quyên.
 3. Đại cương phát hành xuất bản phẩm – PGS.TS. Phạm Thị Thanh Tâm. NXB Đại học Văn hóa Hà Nội, 2002.
 4. Luật Thương mại 2005.
 5. Khóa luận tốt nghiệp “Hoạt động tiêu thụ sách của công ty cổ phần sách Alpha hiện nay” – Nguyễn Thị Vân, tháng 6/2009.
 6. Bài giảng môn Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm – Ths. Đặng Thị Toan.
 7. Bài giảng môn Marketing trong phát hành xuất bản phẩm – TS. Lê Thị Phương Nga.
 8. Bài giảng môn Khai thác mặt hàng xuất bản phẩm – Ths. Phùng Quốc Hiếu.
 9. Bài giảng môn Phân tích hoạt động kinh doanh trong phát hành xuất bản phẩm – Ths. Phạm Văn Phê.
 10. Báo cáo tổng kết toàn ngành năm 2012.
 11. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Thái Hà Books 3 năm 2010-2012.
 12. Các trang web :
www.thaihabooks.com
www.alphabooks.vn
-