

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



**HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ
XUẤT BẢN PHẨM TẠI CÔNG TY
TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN
MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VIỆT NAM
TRONG 2 NĂM 2011 – 2012**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn : Ths.Nguyễn Thúy Linh

Sinh viên thực hiện : Phạm Thị Tươi

Lớp : PH 28B

Hà Nội - 2013

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	5
1. Lí do chọn đề tài	5
2. Mục đích nghiên cứu	6
3. Đối tượng và phạm vi đề tài	6
4. Phương pháp nghiên cứu	6
5. Bố cục khóa luận	6
CHƯƠNG I CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ VÀ Ý NGHĨA ĐỐI VỚI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VIỆT NAM	8
1.1 Nhận thức chung về tiêu thụ xuất bản phẩm trong nền kinh tế thị trường	8
1.1.1 Một số khái niệm cơ bản	8
1.1.1.1 Khái niệm xuất bản phẩm	8
1.1.1.2 Khái niệm tiêu thụ	9
1.1.1.3 Khái niệm tiêu thụ xuất bản phẩm	10
1.1.2 Bản chất của hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm	11
1.1.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm	13
1.1.3.1 Hàng hóa xuất bản phẩm	13
1.1.3.2 Khách hàng	14
1.1.3.3 Khả năng của người bán	16
1.1.3.4 Sự cạnh tranh	17
1.2 Nội dung của hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm	19
1.2.1 Nghiên cứu nhu cầu thị trường	19
1.2.2 Tổ chức kênh phân phối	20
1.2.2.1 Kênh dài	21
1.2.2.2 Kênh ngắn	22
1.2.2.3 Kênh rộng	22
1.2.3 Triển khai các hình thức tiêu thụ	22
1.2.3.1 Tại điểm cố định	23
1.2.3.2 Bán lưu động	24
1.2.3.3 Bán thông qua mạng internet	24
1.2.3.4 Bán rong	25

1.2.4 Triển khai các biện pháp xúc tiến tiêu thụ.....	26
1.2.4.1 Tuyên truyền quảng cáo	26
1.2.4.2 Hội chợ triển lãm	27
1.2.4.3 Khuyến mại	27
1.2.4.4 Kỹ năng giao tiếp bán hàng.....	28
1.3 Ý nghĩa của hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm đối với Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam	28
1.3.1 Góp phần tuyên truyền phổ biến các tri thức trong xã hội	28
1.3.2 Góp phần thỏa mãn nhu cầu xuất bản phẩm ngày càng cao của xã hội.....	29
1.3.3 Mang lại hiệu quả kinh tế đảm bảo sự phát triển của Công ty	30
1.3.4 Giúp công ty mở rộng mối quan hệ, nâng cao uy tín thương hiệu.....	31
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM CỦA CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VIỆT NAM TRONG 2 NĂM 2011 - 2012	33
2.1 Vài nét về Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam.....	33
2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển	33
2.1.2 Cơ cấu tổ chức.....	34
2.1.3 Chức năng và nhiệm vụ	35
2.2 Tình hình hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm của Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam năm 2011- 2012	37
2.2.1 Tổ chức nghiên cứu thị trường.....	37
2.2.2 Tổ chức kênh phân phối	38
2.2.2.1 Kênh dài.....	39
2.2.2.2 Kênh ngắn.....	40
2.2.3 Tổ chức các hình thức tiêu thụ	42
2.2.3.1 Bán cố định tại cửa hàng	42
2.2.3.2 Bán lưu động.....	43
2.2.3.3 Bán qua mạng internet.....	44
2.2.4.1 Tuyên truyền, quảng cáo	46
2.2.4.2 Hội chợ triển lãm.....	54

2.2.4.3 Xúc tiến khuyến mại.....	55
2.2.4.4 Kỹ năng giao tiếp bán hàng	56
2.3 Nhận xét chung.....	59
2.3.1 Những ưu điểm	59
2.3.2 Những hạn chế và nguyên nhân.....	62
CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM CỦA CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VIỆT NAM.....	65
3.1 Xu hướng phát triển của công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam những năm tới.	65
3.2 Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ của công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam..	66
3.2.1 Giải pháp đối với công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam	66
3.2.1.1 Tăng cường công tác nghiên cứu nhu cầu thị trường.....	67
3.2.1.2 Tăng cường hoạt động khai thác	68
3.2.1.3 Tăng cường hoạt động quảng cáo, giới thiệu hình ảnh.....	69
3.2.1.4 Tăng cường hoạt động kinh doanh qua mạng.....	70
3.2.1.4 Áp dụng linh hoạt các hình thức thanh toán	71
3.2.1.5 Nâng cao trình độ người lao động.....	72
3.2.1.6 Quan tâm hơn nữa đến đời sống vật chất và tinh thần của cán bộ công nhân viên	72
3.2.2 Một số ý kiến đối với cơ quan quản lý nhà nước	73
3.2.2.1 Giảm thuế thu nhập doanh nghiệp và hỗ trợ giá xuất bản phẩm.....	73
3.2.2.2 Xử lý nghiêm minh trường hợp vi phạm luật quảng cáo, luật bản quyền và những hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm không lành mạnh	75
KẾT LUẬN.....	77
MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ CÔNG TY TNHH MTV SÁCH VIỆT NAM	78
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	82

LỜI NÓI ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

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 thường xuyên đổi mới phương thức kinh doanh, không ngừng nỗ lực phấn đấu để đưa ra thị trường những sản phẩm mới đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng đồng thời mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp.

Xuất bản phẩm là một hàng hóa đặc thù thuộc lĩnh vực văn hóa tư tưởng vì vậy hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm phải hướng đến hai mục tiêu kinh tế và xã hội. Kinh doanh xuất bản phẩm vừa hướng đến mục tiêu lợi nhuận vừa phải thực hiện việc phát triển cao dân trí xã hội thông qua lưu thông và phổ biến tri thức trong các xuất bản phẩm.

Số lượng doanh nghiệp tham gia tổ chức sản xuất kinh doanh xuất bản phẩm ngày một nhiều, điều đó đặt ra cho Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam (SAVINA) những thử thách mới. Tiêu thụ xuất bản phẩm là một khâu nghiệp vụ đầu ra quan trọng, là khâu trực tiếp góp phần vào việc tái sản xuất kinh doanh xuất bản phẩm. Tiêu thụ tốt sẽ thúc đẩy nhanh quá trình lưu thông hàng hóa trên thị trường, đáp ứng kịp thời nhu cầu người tiêu dùng, là điều kiện để kích thích lao động hăng say hơn bằng lợi ích có được sau khi bán các xuất bản phẩm.

Vì vậy việc tìm ra biện pháp tiêu thụ xuất bản phẩm cho SAVINA trong thời gian tới là hết sức quan trọng. Nó không những giúp cho Công ty duy trì và phát triển thị trường mà còn củng cố, tăng cường uy tín của Công ty đối với khách hàng và đối tác.

Nhận thức được vai trò quan trọng của hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm và thực tiễn kết quả kinh doanh của Công ty SAVINA, em quyết định

chọn đề tài “Hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam trong 2 năm 2011 – 2012” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của khóa luận là tìm hiểu thực trạng hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm tại Công ty SAVINA trong thời gian qua, tìm ra những ưu điểm, những hạn chế và nguyên nhân của những thành công và hạn chế đó. Từ đó, đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm ở Công ty SAVINA trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi đề tài

Hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm của Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam

Thời gian nghiên cứu: 2 năm 2011- 2012

4. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa Mác - Lênin, trong quá trình thực hiện khóa luận sử dụng các phương pháp: phương pháp thống kê, phương pháp điều tra xã hội học, phương pháp phân tích tổng hợp để giải quyết vấn đề.

5. Bố cục khóa luận

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

Chương I: Cơ sở lý luận về hoạt động tiêu thụ và ý nghĩa đối với Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam

Chương II: Thực trạng hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam trong 2 năm 2011 – 2012

Chương III: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam

Tuy nhiên, là sinh viên năm thứ tư nên trình độ, kiến thức lý luận kinh nghiệm thực tiễn còn ít vì vậy khóa luận của em không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo, đóng góp, bổ sung ý kiến của các thầy cô để khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Trong quá trình nghiên cứu em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ, quan tâm, ủng hộ từ phía các thầy cô trong khoa, gia đình, bạn bè và các cô chú trong Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam, đặc biệt là giảng viên Ths.Nguyễn Thúy Linh. Nhờ có sự hướng dẫn, chỉ dạy tận tình của cô đã tạo điều kiện cho em những gợi mở, đánh giá để em hoàn thành tốt bài khóa luận. Em xin chân thành cảm ơn những tình cảm quý báu đó.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật xuất bản, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội 2006
2. Th.s Phùng Quốc Hiếu, Bài giảng môn “ Khai thác trong hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội.
3. T.S. Lê Phương Nga, Bài giảng môn “ Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
4. TS. Đỗ Thị Quyên, Bài giảng môn “ Hoạt động tiêu thụ trong kinh doanh xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
5. TS. Phạm Thị Thanh Tâm, “ Đại cương phát hành xuất bản phẩm”, Đại học Văn hóa Hà Nội.
6. Th.s Phạm Văn Phê, Bài giảng môn “ Phân tích hoạt động kinh doanh trong kinh doanh phát hành xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội.
7. Website Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam:
<http://www.savina.com> ;
8. Facebook Tổng công ty sách Việt Nam
9. Một số website và tài liệu khác.