

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ SÁCH THIẾU NHI
CỦA NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG NĂM 2009 -
2010

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phùng Quốc Hiếu

Sinh viên thực hiện : Chu Thị Linh

Lớp : PH 26B

HÀ NỘI – 2011

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU.....	1
1.Tính cấp thiết của đề tài.....	5
2. Mục đích nghiên cứu.....	6
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	7
4. Phương pháp nghiên cứu.....	7
5. Kết cấu của đề tài.....	7
Chương 1	
HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ SÁCH THIẾU NHI VÀ VAI TRÒ	
CỦA NÓ ĐỐI VỚI NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG	
9	
1.1 Nhận thức chung về hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi trong cơ chế thị trường	9
1.1.1 <i>Khái niệm</i>	9
1.1.2 <i>Đặc trưng cơ bản của sách thiếu nhi:</i>	11
1.1.3 <i>Ý nghĩa của sách thiếu nhi</i>	15
1.2 Vai trò của hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi.....	18
1.2.1 <i>Đối với xã hội</i>	18
1.2.2 <i>Đối với Nhà xuất bản Kim Đồng</i>	23
Chương 2	
THỰC TRẠNG TIÊU THỤ SÁCH THIẾU NHI	
CỦA NHÀ XUẤT BẢN KIM ĐỒNG 2009 – 2010.....	
26	
2.1 Vài nét về Nhà xuất bản Kim Đồng.....	26
2.2 Môi trường hoạt động của Nhà xuất bản Kim Đồng.....	2
2.2.1 <i>Đặc điểm về kinh tế - chính trị - văn hóa – xã hội</i>	2
2.2.2 <i>Môi trường cạnh tranh</i>	5

2.3 Tình hình hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng từ năm 2009 – 2010.	6
<i>2.3.1 Hoạt động nghiên cứu nhu cầu thị trường sách thiếu nhi</i>	6
<i>2.3.2 Thiết kế xây dựng kênh phân phối</i>	13
<i>2.3.3 Tổ chức các hình thức tiêu thụ sách thiếu nhi</i>	16
<i>2.3.4 Biện pháp xúc tiến tiêu thụ</i>	19
<i>2.3.5 Kết quả hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi</i>	29
2.4 Nhận xét chung về hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng từ năm 2009 – 2010	3
<i>2.4.1 Ưu điểm</i>	3
<i>2.4.2 Những điểm còn tồn tại</i>	8
CHƯƠNG 3	
MỘT SỐ Ý KIẾN ĐỀ XUẤT NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ SÁCH THIẾU NHI CỦA NXB KIM ĐỒNG	12
3.1 Mục tiêu, phương hướng hoạt động của Nhà xuất bản Kim Đồng	12
<i>3.1.1 Những thuận lợi và thách thức của Nhà xuất bản Kim Đồng trong quá trình tiêu thụ sách thiếu nhi thời gian tới</i>	12
<i>3.1.2 Mục tiêu, phương hướng của Nhà xuất bản Kim Đồng trong những năm tới</i>	14
3.2 Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng	15
<i>3.2.1 Đối với Nhà xuất bản Kim Đồng</i>	15
<i>3.2.2 Đối với Nhà nước</i>	21
KẾT LUẬN	25
TÀI LIỆU THAM KHẢO	26
PHỤ LỤC	27

LỜI NÓI ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trẻ em là nguồn hạnh phúc của mọi gia đình và xã hội, là vốn quý của quốc gia, là chủ nhân tương lai của đất nước. Chủ tịch Hồ Chí Minh từng nói: “ Trẻ em như búp trên cành. Biết ăn, biết ngủ, biết học hành là ngoan”. Chăm sóc trẻ em không chỉ là trách nhiệm của toàn gia đình mà còn là của toàn xã hội, toàn thế giới.

Trẻ em có trở thành những công dân tốt, có ích cho xã hội hay không phần lớn phụ thuộc vào sự giáo dục của gia đình và xã hội. Chính vì vậy, những năm gần đây Đảng và Nhà nước ta đã thực hiện nhiều biện pháp chăm sóc và giáo dục thiếu niên, nhi đồng nhằm hình thành nhân cách cho các em, bao gồm cả đức và tài. Trong điều 3 của luật bảo vệ chăm sóc và giáo dục trẻ em của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ban hành ngày 12/ 8/ 1991 có ghi *“Việc bảo vệ, chăm sóc và giáo dục trẻ em là trách nhiệm của gia đình, nhà trường, cơ quan, tổ chức cá nhân, xã hội và công dân. Nhà nước khuyến khích và tạo điều kiện để các tổ chức, cá nhân ở trong và ngoài nước góp phần vào sự nghiệp bảo vệ, chăm sóc và giáo dục trẻ em”*. Điều đó cho thấy chăm sóc và giáo dục thiếu niên nhi đồng không chỉ là trách nhiệm của Đảng và Nhà nước, mà còn là trách nhiệm của toàn xã hội. Giáo dục các em không chỉ thông qua trường lớp, gia đình, người thân mà còn thông qua các công cụ, phương tiện tuyên truyền khác trong đó có sách.

Nhà xuất bản Kim Đồng là cơ quan đầu tiên được Đảng và Nhà nước giao nhiệm vụ chuyên xuất bản và kinh doanh sách thiếu nhi. Từ nhiều năm nay, thông qua việc kinh doanh những xuất bản phẩm phù hợp với lứa tuổi thiếu nhi, Nhà xuất bản Kim Đồng đã góp phần tích cực vào việc thực hiện chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước về việc bảo vệ chăm sóc và giáo dục thiếu niên nhi đồng. Đồng thời, phổ biến rộng rãi những

chúng loại sách có nội dung khác nhau trong xã hội đã dần hình thành và phát triển nhân cách, không ngừng nâng cao phẩm chất tốt đẹp của thiếu nhi Việt Nam.

Tuy nhiên, bên cạnh những xuất bản phẩm có nội dung tốt theo đúng định hướng giáo dục thiếu nhi của Đảng và Nhà nước vẫn còn không ít những xuất bản phẩm có nội dung nghèo nàn, không có tác dụng định hướng, đi ngược mục đích, tiêu chí của Đảng và Nhà nước thậm chí có hại cho sự phát triển toàn diện của thiếu nhi. Vấn đề đặt ra hiện nay là làm sao để có nhiều sách tốt phục vụ cho trẻ em học tập và phát triển nhân cách. Đây là vấn đề đặt ra đối với các nhà sản xuất, kinh doanh sách thiếu nhi nói chung và Nhà xuất bản Kim Đồng nói riêng. Để sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng thực sự là món ăn tinh thần của các em sau mỗi giờ học căng thẳng thì đòi hỏi Nhà xuất bản Kim Đồng cần đưa ra những chiến lược kinh doanh phù hợp với xu thế phát triển mới của toàn xã hội và thỏa mãn nhu cầu sách cho các em thiếu nhi.

Xuất phát từ những nhận thức sâu sắc về vấn đề này, cùng với những kiến thức cơ bản đã được trang bị trong suốt 4 năm ngồi trên ghế giảng đường đại học và lòng say mê với những cuốn sách thiếu nhi, em đã lựa chọn đề tài *“Hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng trong năm 2009 – 2010”* cho bài khóa luận tốt nghiệp của mình với mong muốn củng cố thêm những kiến thức đã được học. Đồng thời đưa ra một cái nhìn cụ thể hơn về hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng, cũng như góp phần nhỏ bé của mình vào sự nghiệp phát triển của ngành nói chung và của Nhà xuất bản Kim Đồng nói riêng.

2. Mục đích nghiên cứu

Đề tài đi vào nghiên cứu hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi và hiệu quả mà nó mang lại cho xã hội nói chung và cho Nhà xuất bản Kim Đồng nói

riêng, bên cạnh đó đề tài cũng đi sâu vào phân tích những ưu điểm để Nhà xuất bản phát huy và tìm ra những hạn chế để khắc phục.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Do điều kiện thời gian có hạn nên đề tài chỉ tập trung nghiên cứu thực trạng hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng trong năm 2009 – 2010. Từ đó làm cơ sở đề xuất các giải pháp thúc đẩy việc xây dựng các chiến lược kinh doanh của Nhà xuất bản Kim Đồng trong thời gian tới.

4. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận được thực hiện dựa trên cơ sở phương pháp khoa học duy vật biện chứng và một số phương pháp nghiên cứu sau: Phương pháp nghiên cứu tổng hợp, phương pháp so sánh, phương pháp phân tích hệ thống...

5. Kết cấu của đề tài

Chương 1: Nhận thức chung về hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi trong cơ chế thị trường.

Chương 2: Thực trạng hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng từ năm 2009 – 2010.

Chương 3: Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng.

Em xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới các thầy cô giáo trong khoa Xuất bản – Phát hành trường Đại học Văn Hóa Hà Nội, các cô chú cán bộ, anh chị tại Nhà xuất bản Kim Đồng, bạn bè đã giúp đỡ và tạo điều kiện tốt nhất cho em có thể hoàn thành được khóa luận tốt nghiệp của mình. Đặc biệt, em xin chân thành cảm ơn thầy giáo – Thạc sĩ Phùng Quốc Hiếu đã hướng dẫn, tận tình chỉ bảo và giúp đỡ cho em trong quá trình nghiên cứu thực nghiệm đề tài khóa luận.

Do những hạn chế trong kiến thức bản thân, kinh nghiệm thực tế còn ít cũng như khó khăn trong quá trình nghiên cứu và thu thập số liệu nên chắc chắn bài khóa luận của em không tránh khỏi những hạn chế và có những ý kiến đánh giá còn mang tính chủ quan của bản thân. Vì vậy, rất mong các ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo, các cán bộ trong ngành, các bạn cũng như những ai quan tâm đến đề tài này để em có thể hoàn thành tốt hơn nữa đề tài khóa luận của mình.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Báo cáo tổng kết hoạt động tiêu thụ* của Nhà xuất bản Kim Đồng năm 2009 – 2010.
2. *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm* của Cục xuất bản năm 2009 – 2010.
3. *Luật xuất bản*, Nhà xuất bản chính trị Quốc gia, Hà Nội năm 2006.
4. *Luật Thương mại*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội năm 2005.
5. GS-TS Trần Minh Đạo, *Giáo trình Marketing căn bản*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân.
6. Th.s Phùng Quốc Hiếu, *Bài giảng môn Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm*, khoa Xuất bản - phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
7. 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 hoá Hà Nội.
8. Th.s Phạm Văn Phê, *Bài giảng môn Phân tích hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm*, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
9. TS. Phạm Thị Thanh Tâm, *Đại cương phát hành xuất bản phẩm*, Đại học Văn hóa Hà Nội 2002.
10. Website Công ty cổ phần phát hành sách thành phố Hồ Chí Minh www.Fahasasg.com.vn
11. Website Nhà xuất bản Kim Đồng www.nxbkimdong.com.vn
12. Một số website và tài liệu khác.
13. (2) : Báo Hà Nội mới online, số ra ngày 7/9/2010
14. (5) : Nghị định số 56/2006/NĐ – CP “Về xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa – thông tin”
15. (1), (3), (4) : Thông tin tại website : www.nxbkimdong.com.vn