

---

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

\*\*\*\*\*



HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ CỦA BÁO THỂ THAO 24H  
TRONG 2 NĂM 2009 – 2010

## KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

*Giảng viên hướng dẫn* : Th.S Nguyễn Văn Minh

*Sinh viên thực hiện* : Đỗ Thị Thúy

*Lớp* : PH26A

HÀ NỘI – 2011

---

## MỤC LỤC

<b>LỜI MỞ ĐẦU.....</b>	<b>4</b>
1. Tính cấp thiết của đề tài. ....	4
2. Mục đích nghiên cứu.....	5
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu. ....	5
4. Phương pháp nghiên cứu.....	5
5. Kết cấu của đề tài.....	6
<b>CHƯƠNG 1 - NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ BÁO VÀ Ý NGHĨA CỦA HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ BÁO ĐỐI VỚI BÁO THỂ THAO 24H.....</b>	<b>8</b>
1.1. Nhận thức cơ bản về hoạt động tiêu thụ báo. ....	8
1.1.1. Khái niệm về báo. ....	8
1.1.2. Bản chất của hoạt động tiêu thụ báo.....	12
1.1.3. Nội dung của hoạt động tiêu thụ báo. ....	13
1.1.4. Nghiên cứu nhu cầu thị trường báo. ....	14
1.2 Ý nghĩa của hoạt động tiêu thụ báo đối với Báo Thể Thao 24H. ....	28
1.2.1 Hoạt động tiêu thụ báo góp phần vào việc thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu thông tin về thể thao một cách nhanh nhất. ....	28
1.2.2. Hoạt động tiêu thụ báo mang lại hiệu quả kinh tế.....	29
1.2.3. Hoạt động tiêu thụ góp phần tạo dựng uy tín cho Báo Thể Thao 24H.....	30
<b>CHƯƠNG 2: HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ BÁO THỂ THAO TRONG 2 NĂM 2009 – 2010 .....</b>	<b>31</b>
2.1. Tổng quan về thị trường báo thể thao. ....	31
2.1.1. Điều kiện kinh tế, xã hội của thủ đô Hà Nội.....	31
2.1.2. Vài nét về Báo Thể Thao 24H.....	38
2.2. Thực trạng tiêu thụ báo Thể Thao 24H trong 2 năm 2009 – 2010.....	43
2.2.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường Báo Thể Thao 24H. ....	43
2.2.2. Xúc tiến tiêu thụ.....	51
2.2.3 Tổ chức tiêu thụ Báo Thể Thao 24h. ....	53
2.2.4. Kết quả của hoạt động tiêu thụ báo. ....	62
2.2.5. Nhận xét chung về hoạt động tiêu thụ Báo Thể Thao 24H. ....	64

---

<b>CHƯƠNG 3 - ĐÁNH GIÁ CHUNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ BÁO .....</b>	<b>67</b>
3.1. Xu hướng phát triển thị trường Báo Thể Thao 24H. ....	67
3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả .....	70
3.2.1. Đối với Nhà nước. ....	70
3.2.2. Đối với Báo Thể Thao 24H. ....	74
3.2.2.1. Chiến lược nhân sự. ....	74
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>82</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>84</b>

---

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài.

Những năm gần đây đất nước ta mở rộng hội nhập, giao lưu quốc tế, do đó nền kinh tế phát triển mạnh, điều này đã làm cho mức thu nhập và đời sống của người dân tăng lên đáng kể. Đời sống vật chất thay đổi, nhu cầu về các sản phẩm văn hóa tinh thần cũng ngày càng được chú trọng và nâng cao hơn. Một trong những sản phẩm văn hóa được người dân ưa thích đó là mỗi buổi sáng cầm trên tay tờ báo để cập nhật tin tức trong nước cũng như quốc tế, đặc biệt hơn nữa là những độc giả quan tâm đến thể thao, quan tâm đến các trận đấu diễn ra về đêm xem kết quả như thế nào thì rất thích đọc các tin tức thể thao “nóng hổi”

Để đáp ứng nhu cầu của người dân thì Báo Thể Thao 24H với đông đảo đội ngũ phóng viên và cộng tác viên đã luôn cố gắng cập nhật những tin tức thể thao mới nhất. Là một tờ báo trẻ, ra đời sau rất nhiều tờ báo thể thao khác, mặc dù gặp rất nhiều khó khăn nhưng với sự nỗ lực của cán bộ công nhân viên thì Báo Thể Thao 24H đang ngày càng khẳng định vị thế của mình trên thị trường.

Với mong muốn tìm hiểu về hoạt động tiêu thụ Báo Thể Thao 24H trong bối cảnh nền kinh tế thị trường cạnh tranh mạnh mẽ em đã mạnh dạn chọn đề tài **“Hoạt động tiêu thụ của Báo Thể Thao 24H trong 2 năm 2009 – 2010 ”** làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

Mặc dù là đề tài này không mới nhưng với hai tháng thực tập tại Báo Thể Thao 24H, cùng với sự tìm hiểu nghiên cứu với các phương pháp khác nhau, đồng thời thêm vào đó là cơ sở thực tiễn thu được em đã có những cố gắng để phân tích rõ hoạt động tiêu thụ của Báo trong bối cảnh chung của thị trường báo thể thao tại Thủ đô Hà Nội. Bài khóa luận của em không chỉ có lý

---

thuyết mà còn có tính thực tế trên cơ sở đó góp phần làm tăng hiệu quả kinh doanh của báo Thể Thao 24H nói riêng và rút ra bài học cho các tòa soạn báo khác nói chung.

## **2. Mục đích nghiên cứu.**

Đề tài “Hoạt động tiêu thụ Báo Thể Thao 24H trong 2 năm 2009 – 2010” nhằm hiểu rõ hơn hoạt động tổ chức tiêu thụ của một trong các doanh nghiệp tư nhân kinh doanh báo hiện nay. Từ đó có những đánh giá khách quan nhất định về hoạt động tiêu thụ báo và đưa ra những đề xuất nhằm hoàn thiện và phát triển hệ thống tiêu thụ Báo Thể Thao 24H trong thời gian tới.

Qua nghiên cứu thực tế tại Báo Thể Thao 24H em cũng muốn rút ra một số bài học kinh nghiệm chung trong việc tổ chức tiêu thụ báo chí nói chung trên thị trường trong giai đoạn hiện nay.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.**

- Đối tượng nghiên cứu:

Các hoạt động nghiệp vụ tiêu thụ báo của Báo Thể Thao 24h

- Phạm vi nghiên cứu:

Đề tài đi sâu tìm hiểu hoạt động tiêu thụ của báo Thể Thao 24H trong bối cảnh chung của thị trường báo thể thao trên địa bàn Hà Nội hai năm 2009 - 2010

## **4. Phương pháp nghiên cứu.**

Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp quan sát

- Phương pháp thống kê

- 
- Phương pháp so sánh
  - Phương pháp phân tích tổng hợp
  - Phương pháp điều tra thực nghiệm

## **5. Kết cấu của đề tài.**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, phần nội dung của đề tài bao gồm 3 chương:

*Chương 1: Nhận thức cơ bản về hoạt động tiêu thụ báo và ý nghĩa của hoạt động tiêu thụ đối với Báo Thể Thao 24H*

*Chương 2: Hoạt động tiêu thụ báo Thể Thao 24H trong 2 năm 2009 - 2010*

*Chương 3: Đánh giá chung và giải pháp nâng cao hiệu quả cho hoạt động tiêu thụ Báo.*

Trong quá trình thực hiện khóa luận, với những hạn chế nhất định về thời gian và thực tế, bài khóa luận của em không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong sự đóng góp ý kiến của các thầy cô.

Nhân đây em cũng xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới: *Thầy giáo – Th.S Nguyễn Văn Minh* cùng các anh chị làm việc trong Báo Thể Thao 24H đã giúp đỡ em hoàn thành khóa luận.

---

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài giảng Tiêu thụ Xuất Bản Phẩm – Giảng viên T.S Đỗ Thị Quyên
2. Bài giảng Marketing – Th.S Lê Phương Nga
3. Bài giảng Tuyên truyền – Quảng cáo - Th.S Lê Phương Nga
4. Đại cương xuất bản – Giảng viên Th.S Nguyễn Văn Minh
5. Giá và chiến lược giá – Th.S Nguyễn Quỳnh Chi
6. Luật Báo Chí
7. Luật cạnh tranh
8. Nguyên lý kinh tế học
9. Từ điển Tiếng Việt
10. <http://vi.wikipedia.org>
11. <http://Tailieu.vn>
12. <http://kienthuckinhte.com>
13. <http://hanoi.org.vn>
14. <http://gso.gov.vn> (Tổng cục Thống Kê)