

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



**HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ SÁCH GIÁO DỤC  
TẠI CÔNG TY SÁCH - THIẾT BỊ VÀ XÂY DỰNG  
TRƯỜNG HỌC HÀ NỘI TRONG 2 NĂM 2009-2010**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : Ths. Trần Dũng Hải

*Sinh viên thực hiện* : Kiều Anh Tuấn

**HÀ NỘI – 2011**

<b>MỤC LỤC</b>	
	Trang
Lời mở đầu	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.	1
2. Mục đích nghiên cứu	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu	4
5. Kết cấu của khóa luận	4
Chương 1 : Nhận thức chung về sách giáo dục và ý nghĩa hoạt động tiêu thụ sách giáo dục đối với Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	6
<b>1.1. Một số nhận thức cơ bản về sách giáo dục</b>	6
1.1.1. Sách và sách giáo dục	6
1.1.1.1. Sách	6
1.1.1.2. Sách giáo dục	7
1.1.1.3. Sách giáo khoa phổ thông	10
1.1.1.4. Sách tham khảo	13
1.2. Đặc điểm của mặt hàng Sách giáo dục trong cơ chế thị trường	16
1.2.1. Mặt hàng Sách giáo dục là hàng hóa đặc thù	16
1.2.2. Mặt hàng Sách giáo dục luôn tăng nhanh về số lượng và chất lượng	17
1.2.3. Mặt hàng Sách giáo dục mang tính thời vụ cao	18
1.3. Nội dung của hoạt động tiêu thụ	19
1.3.1. Hoạt động nghiên cứu nhu cầu thị trường	19
1.3.2. Tổ chức các kênh phân phối và thực hiện các hình thức tiêu thụ	20

1.3.2.1. Tổ chức kênh phân phối	20
1.3.2.2. Các hình thức tiêu thụ	23
1.3.3. Các biện pháp xúc tiến tiêu thụ	23
1.4. Ý nghĩa hoạt động tiêu thụ sách giáo dục đối với Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	27
1.4.1. Tiêu thụ sách giúp công ty thực hiện trực tiếp vào việc hoàn thành mục tiêu phục vụ nhiệm vụ xã hội trên địa bàn thủ đô	27
1.4.2. Tiêu thụ sách góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế cho Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	28
1.4.3. Tiêu thụ sách góp phần trực tiếp vào việc phát triển và hoàn thiện kỹ năng kinh doanh ở Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	29
Chương 2 : Thực trạng hoạt động tiêu thụ sách giáo dục tại Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	33
2.1. Giới thiệu tổng quan về Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	33
2.1.1. Quá trình hình thành – phát triển của Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	33
2.1.2. Cơ cấu tổ chức	35
2.2. Môi trường kinh doanh của Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	38
2,2,1. Môi trường chính trị	38
2.2.2. Môi trường kinh tế	39
2.2.3, Môi trường văn hóa – xã hội	41
2.2.4. Thị trường tiêu thụ sách giáo dục của Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	43
2.3. Tình hình tiêu thụ sách giáo dục của Công ty Sách –	47

Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	
2.3.1. Tổ chức nghiên cứu nhu cầu Sách giáo dục trên thị trường.	47
2.3.2. Đặc điểm tổ chức hoạt động tiêu thụ Sách giáo dục ở Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội trong 2 năm 2009 -2010	49
2.3.3. Tổ chức xây dựng kênh phân phối và thực hiện các hình thức tiêu thụ	51
2.3.4. Tổ chức hoạt động xúc tiến tiêu thụ mặt hàng sách giáo dục	58
2.3.4.1. Xúc tiến tiêu thụ thông qua tổ chức tuyên truyền, giới thiệu Sách giáo dục tại cửa hàng	59
2.3.4.2. Xúc tiến tiêu thụ bằng danh mục sách	61
2.3.4.3. Xúc tiến tiêu thụ thông qua hội chợ triển lãm	62
2.3.4.4. Xúc tiến tiêu thụ thông qua khuyến mại, khuyến mãi	63
2.3.4.5. Xúc tiến tiêu thụ qua giao tiếp bán hàng	63
2.4. Kết quả hoạt động tiêu thụ sách giáo dục của Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội trong 2 năm 2009 – 2010 và đánh giá sơ bộ	64
2.5. Đánh giá hoạt động tiêu thụ sách giáo dục của Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội trong 2 năm 2009 – 2010	71
2.5.1. Thành tựu đạt được	71
2.5.2. Hạn chế cần khắc phục	73
Chương 3. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách giáo dục tại Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	76
3.1 Phương hướng phát triển của Công ty	76

3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả tiêu thụ sách giáo dục	79
3.2.1. Đối với nhà nước	79
3.2.1.1. Nâng cao chất lượng xuất bản Sách giáo dục	80
3.2.1.2. Tăng cường sự quản lý đối với hoạt động xuất bản, phát hành Sách giáo dục.	81
3.2.1.3. Tăng cường đầu tư kinh phí nhằm phát triển hệ thống thư viện trường học	83
3.2.2. Đối với nhà xuất bản giáo dục	83
3.2.3. Đối với Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội	85
3.2.3.1. Đổi mới và hoàn thiện bộ máy hoạt động của Công ty	85
3.2.3.2. Đẩy mạnh các hoạt động khai thác mặt hàng Sách giáo dục, đa dạng hoá mặt hàng kinh doanh	86
3.2.3.3. Đẩy mạnh hoạt động tiêu thụ mặt hàng Sách giáo dục	87
3.2.3.4. Tăng cường phối hợp với các cơ quan chức năng nhằm hạn chế những tiêu cực xảy ra trên thị trường Sách giáo dục Hà Nội.	89
Kết luận	91
Danh mục tài liệu tham khảo	93
Phụ lục	94

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài.

Ngày nay, khi chúng ta đang sống trong thời đại của nền kinh tế tri thức, sự phát triển như vũ bão của khoa học kỹ thuật đã cải thiện và phát triển không ngừng, đời sống vật chất của con người thì ta không thể không phủ nhận giá trị, ý nghĩa to lớn của đời sống tinh thần. Trong đó phải kể đến sự đóng góp không nhỏ của văn hóa tinh thần trí tuệ được gọi chung là xuất bản phẩm. Hơn thế, xã hội càng phát triển càng đòi hỏi người ta phải nâng cao trình độ và trình độ phải đạt mức chuẩn mực nào đó về tri thức đã dẫn đến số lượng người sử dụng xuất bản phẩm nhiều hơn, phong phú, đa dạng hơn và một trong những nguyên nhân của phát triển kinh tế, sản xuất kinh doanh là nhu cầu về hàng hóa phát triển, nhu cầu xuất bản phẩm cũng không nằm ngoài yếu tố trên. Có cầu ắt phải có cung, hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm trong nền kinh tế thị trường có những biến đổi mạnh mẽ cả về lượng và chất. Nó trở thành hoạt động kinh doanh đặc thù vì xuất bản phẩm là hàng hóa đặc thù, vừa đáp ứng, thỏa mãn nhu cầu xuất bản phẩm của công chúng, thực hiện mục tiêu tư tưởng văn hóa và tiến bộ xã hội, vừa đảm bảo mục tiêu kinh tế. Vì thế kinh doanh xuất bản phẩm ngày nay có ý nghĩa to lớn, giữ vị trí quan trọng đặc biệt đối với xã hội.

Nền kinh tế thế giới đang bước vào giai đoạn hội nhập và phát triển, nhiều thách thức cũng như cơ hội mới được mở ra. Việt Nam cũng không nằm ngoài quy luật khách quan đó. Để có thể theo kịp với tốc độ đi lên của các nước phát triển đòi hỏi nền kinh tế của nước ta phải thật sự vững mạnh. Yêu cầu đặt ra đối với các doanh nghiệp trong nước là rất lớn, bởi họ là những người trực tiếp đóng góp vào sự phát triển của nước nhà. Điều trăn trở của các nhà kinh doanh là làm thế nào để hàng hóa lưu thông tốt trên thị

trường? Khi ấy, vốn trên thị trường sẽ được thu hồi, một chu kỳ kinh doanh mới sẽ được diễn ra. Hiểu rõ được quy luật ấy nên hoạt động tiêu thụ ngày càng được đề cao và chính là mục tiêu mà các doanh nghiệp phải hoàn thành tốt nhất.

Tiêu thụ là khâu nghiệp vụ đầu ra đánh giá toàn bộ nỗ lực cũng như kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Do đó các nhà lãnh đạo luôn phải chú trọng để thúc đẩy hoạt động này

Hoạt động tiêu thụ ngày nay không chỉ hiểu một cách thuần túy là mua vào bán ra mà thực chất nó là cả một nghệ thuật. Bởi lẽ, để làm tốt hoạt động này đòi hỏi các nhà kinh doanh phải huy động và sử dụng hàng loạt các kỹ năng, kỹ xảo cơ sở chuyên môn cũng như hàng loạt các biện pháp xúc tiến tiêu thụ. Doanh nghiệp sẽ thật sự thành công khi kết hợp chúng một cách logic và hiệu quả.

Đặt trong môi trường cạnh tranh gay gắt và khốc liệt như hiện nay thì việc tiêu thụ sản phẩm đã trở thành vấn đề sống còn của mỗi doanh nghiệp kinh doanh. Nó là một trong những yếu tố quan trọng khẳng định được uy tín thương hiệu và vị trí của doanh nghiệp trên thị trường hiện nay.

Tuân thủ theo đúng các quy luật trên thị trường, doanh nghiệp xuất bản phẩm cũng không nằm ngoài những quy luật chung đó. Tiêu thụ sách nói riêng là khâu cuối cùng của quá trình kinh doanh mặt hàng này. Một thực tế đã được nhận thấy rằng kinh doanh XBP nói chung cũng như kinh doanh sách nói riêng không phải là việc dễ dàng. Bởi lẽ sách là sản phẩm của quá trình sáng tạo và công nghệ chế bản nhằm phục vụ cho mục đích giáo dục, phổ biến kiến thức đến đông đảo quần chúng. Để tạo ra được sách đã khó, nhưng

làm thế nào để nó đến được với khách hàng một cách nhanh nhất, đem lại hiệu quả xã hội cao nhất thì đó mới là điều đáng quan tâm.

Dù trong hoàn cảnh nào thì tiêu thụ vẫn khẳng định được vai trò của nó trong hoạt động kinh doanh. Bởi vì hàng hóa có được tiêu thụ thì quá trình kinh doanh mới thông suốt. Bên cạnh đó, tiêu thụ sẽ góp phần thỏa mãn tốt mong muốn, đòi hỏi của xã hội về hưởng thụ các giá trị tri thức

Nhận thấy đây là vấn đề có ý nghĩa thiết thực đối với các doanh nghiệp kinh doanh hiện nay nên tôi đã chọn tiêu thụ làm mảng đề tài nghiên cứu của mình. Đối với Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội, đơn vị tôi chọn để nghiên cứu và hoàn thiện đề tài thì tiêu thụ trong giai đoạn này có ý nghĩa bức thiết. Chính vì vậy, tôi đã lựa chọn đề tài “ Hoạt động tiêu thụ sách giáo dục tại công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội trong 2 năm 2009-2010 ” làm khóa luận tốt nghiệp của mình

## **2. Mục đích nghiên cứu.**

Trên cơ sở hệ thống hóa một số lý luận cơ bản về tiêu thụ sách trong nền kinh tế thị trường, khóa luận nghiên cứu vấn đề thực tiễn tiêu thụ sách ở Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội và đề xuất một số giải pháp để hoạt động này có hiệu quả hơn.

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

Đối tượng nghiên cứu là tìm hiểu các hoạt động tiêu thụ sách giáo dục ở Công ty Sách - Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội

Đề tài tập trung vào nghiên cứu ở Công ty Sách - Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội và các cửa hàng bán lẻ trực thuộc



#### **4. Phương pháp nghiên cứu.**

Trong quá trình nghiên cứu người viết đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu như sau

Phương pháp thống kê

Phương pháp so sánh

Phương pháp phân tích

Phương pháp tổng hợp, suy luận logic trên cơ sở chủ nghĩa duy vật lịch sử và chủ nghĩa duy vật biện chứng Mác\_ Lênin

#### **5. Kết cấu của khóa luận.**

Ngoài phần mở đầu, phụ lục và kết luận, khóa luận được chia thành 03 chương

*Chương 1: Nhận thức cơ bản về sách giáo dục và ý nghĩa hoạt động tiêu thụ sách giáo dục đối với Công ty Sách - Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội.*

*Chương 2: Thực trạng hoạt động tiêu thụ sách giáo dục của Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội.*

*Chương 3: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ Sách giáo dục tại Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội*

Với trình độ lý luận còn hạn chế thêm vào đó thời gian thực tế không nhiều, do vậy khóa luận không thể tránh khỏi những sai sót. Em kính mong nhận được sự ủng hộ, chỉ đạo và giúp đỡ của các thầy cô để khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Trong quá trình nghiên cứu đề tài, ngoài sự nỗ lực của bản thân, em đã nhận được sự động viên tích cực từ phía thầy cô trong khoa Xuất bản – Phát hành, các cô chú, anh chị ở Công ty Sách - Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội đã giúp đỡ em cập nhật số liệu cho bài viết và đặc biệt là sự quan tâm hướng dẫn chỉ bảo tận tình của Ths. Trần Dũng Hải.

Em xin chân thành cảm ơn !

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tình hình tiêu thụ Sách giáo dục - Công ty Sách – thiết bị và xây dựng trường học Hà Nội năm 2009 và 2010
2. “Đại cương phát hành xuất bản phẩm” của PGS\_TS Phạm Thị Thanh Tâm
3. Đảng Cộng sản Việt Nam - Văn kiện Đại hội Đảng IV, VII, VIII, NXB Chính trị Quốc Gia (Sự Thật)
4. Giáo trình thống kê thương mại
5. Giáo trình Marketing căn bản, nxb Đại học Kinh tế Quốc Dân 2006
6. [http : // www.stbhn.edu.vn](http://www.stbhn.edu.vn)
7. “Nghịệp vụ kinh doanh XBP” khoa Xuất bản –Phát hành Trường đại học Văn Hóa Hà Nội
8. Quốc hội CHXHCN Việt Nam – Luật Giáo dục, NXB Chính trị Quốc gia, 2003
9. Quyết định thành lập Doanh nghiệp - Công ty Sách – Thiết bị và Xây dựng trường học Hà Nội