

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA PHÁT HÀNH XUẤT BẢN PHẨM



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**QUẢN TRỊ BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ
PHẦN SÁCH VÀ THIẾT BỊ GIÁO DỤC TRÍ TUỆ
TRONG HAI NĂM 2010 – 2011**

Người hướng dẫn: ThS. Trần Phương Ngọc

Sinh viên thực hiện: Lê Thị Hoa

Hà Nội- 2012

MỤC LỤC

	Trang
DANH MỤC BẢNG BIỂU	2
DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ.....	2
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	2
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ QUẢN TRỊ BÁN HÀNG VÀ VAI TRÒ CỦA QUẢN TRỊ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH VÀ THIẾT BỊ GIÁO DỤC TRÍ TUỆ.....	4
1.1. Nhận thức cơ bản về quản trị bán hàng.....	4
1.1.1. Một số khái niệm cơ bản.....	4
1.1.2. Nội dung của quản trị bán hàng theo chức năng.....	6
1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng tới quản trị bán hàng.....	14
1.2. Vai trò của quản trị bán hàng đối với Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ.....	20
1.2.1. Thiết lập, xây dựng chỉ tiêu bán hàng, khối lượng, địa điểm, thời gian, quy mô bán hàng	20
1.2.2. Xác lập, củng cố và phát triển mối quan hệ của khách hàng đối với Công ty.....	21
1.2.3. Hình thành và xác lập kênh phân phối hiệu quả	21
1.2.4. Tuyển lựa, sắp xếp và sử dụng nguồn nhân lực phù hợp để phát huy khả năng cao nhất của doanh nghiệp.....	21
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUẢN TRỊ BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH VÀ THIẾT BỊ GIÁO DỤC TRÍ TUỆ TRONG 2 NĂM 2010 - 2011	23
2.1. Khái quát về Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ	23

2.1.1. Lịch sử ra đời và quá trình phát triển	23
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của công ty	24
2.2. Hoạt động quản trị bán hàng của Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ	26
2.2.1. Công tác hoạch định bán hàng	26
2.2.2. Tổ chức bán hàng	34
2.2.3. Công tác lãnh đạo bán hàng	43
2.2.4. Công tác kiểm soát bán hàng	44
2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh trong 2 năm 2010-2011	47
2.4. Đánh giá chung về hoạt động quản trị bán hàng tại Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ	48
2.4.1. Ưu điểm	48
2.4.2. Hạn chế	49
2.4.3. Nguyên nhân	51
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ BÁN HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH VÀ THIẾT BỊ GIÁO DỤC TRÍ TUỆ	53
3.1. Mục tiêu, phương hướng phát triển của Công ty	53
3.2. Một số giải pháp	54
3.2.1. Nâng cao chất lượng công tác hoạch định	55
3.2.2. Hoàn thiện các chính sách tiêu thụ hàng hóa	56
3.2.3. Nâng cao công tác tổ chức	58
3.2.4. Nâng cao công tác lãnh đạo	59
3.2.5. Nâng cao chất lượng công tác kiểm soát	59

3.3. Một số kiến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước	60
3.3.1. Nâng cao năng lực và vai trò lãnh đạo của cơ quan quản lý nhà nước	60
3.3.2. Tiếp tục bổ sung và hoàn thiện hệ thống pháp luật, chế độ chính sách, cơ chế quản lý liên quan đến hoạt động xuất bản phát hành sách.....	61
KẾT LUẬN.....	62
TÀI LIỆU THAM KHẢO	63

LỜI MỞ ĐẦU

Kinh doanh xuất bản phẩm là một hoạt động đặc thù, mang lại lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp, đặc biệt tác động mạnh mẽ tới văn hóa tư tưởng của người sử dụng. Bất kỳ một ngành nghề nào, một doanh nghiệp nào cũng có những tiềm lực nhất định và chịu sự tác động nhất định của các yếu tố khách quan, kinh doanh xuất bản phẩm không nằm ngoài quy luật đó. Một mặt các doanh nghiệp xuất bản phẩm vừa đảm bảo tốt nhiệm vụ xã hội là phổ biến và nâng cao tri thức tới quảng đại quần chúng, vừa thực hiện các mục tiêu kinh doanh có lãi, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Kinh doanh xuất bản phẩm trong cơ chế thị trường ngày nay đã đóng một vai trò hết sức quan trọng trong việc đưa sách tới người sử dụng một cách hiệu quả nhất. Kinh doanh xuất bản phẩm đòi hỏi doanh nghiệp phải có kiến thức chuyên sâu, đạo đức chuyên môn, đặc biệt phải có một bản lĩnh chính trị vững vàng để đứng vững trên thị trường, khẳng định được uy tín, hình ảnh của doanh nghiệp với khách hàng, đối tác, vươn xa hơn nữa là thế giới. Để thực sự tồn tại và phát triển, doanh nghiệp cần phải có những biện pháp mở rộng hoạt động bán hàng của mình, nâng cao hình ảnh, vị thế thương hiệu của doanh nghiệp.

Công ty Cổ phần Sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ trong những năm gần đây đã khẳng định được vị thế của mình trên thị trường bởi phong cách bán hàng và uy tín mà Công ty đã mang lại cho khách hàng, cho đối tác kinh doanh. Bắt kịp với xu thế hội nhập trong việc tiêu thụ sách, văn hóa phẩm và thiết bị học tập, thông qua các mặt hàng đã bán trên thị trường, Công ty đã góp phần chuyển tải, phổ biến tri thức, định hướng của Đảng và Nhà nước tới khách hàng, làm lành mạnh nhu cầu của người sử dụng giúp họ hoàn thiện tri thức, hoàn thiện nhân cách, vươn tới vẻ đẹp của Chân - Thiện - Mỹ. Đồng

thời qua hoạt động bán hàng mà Công ty tìm kiếm được lợi nhuận, nâng cao uy tín, thương hiệu trên thị trường, góp phần xây dựng đất nước giàu mạnh.

Chính vì những lý do trên mà tôi quyết định chọn đề tài khoá luận tốt nghiệp của mình là “Quản trị bán hàng tại Công ty Cổ phần Sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ trong hai năm 2010 – 2011”.

Đối tượng nghiên cứu:

Làm rõ bản chất, vai trò, nội dung của quản trị bán hàng. Đánh giá những ưu điểm, nhược điểm của hoạt động bán hàng, từ đó đưa ra những giải pháp để thúc đẩy hoạt động bán hàng phát triển. Phạm vi của quản trị hoạt động bán hàng rất rộng, do trình độ của tôi còn nhiều hạn chế nên tôi đi sâu vào nghiên cứu một lĩnh vực cụ thể trong quản trị bán hàng là quản trị bán hàng theo chức năng.

Phạm vi nghiên cứu:

Tại công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ

Thời gian nghiên cứu: 2 năm 2010- 2011

Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp phân tích
- Phương pháp thống kê
- Phương pháp so sánh
- Phương pháp quan sát

Bố cục: Gồm 3 chương

Chương 1: Nhận thức cơ bản về quản trị bán hàng và vai trò của quản trị bán hàng đối với công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ.

Chương 2: Thực trạng quản trị bán hàng tại Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục trí tuệ trong 2 năm 2010- 2011.

Chương 3: Giải pháp thúc đẩy hoạt động bán hàng tại Công ty cổ phần sách và thiết bị Giáo dục trí Tuệ trong những năm tới.

Trong quá trình nghiên cứu bài viết của tôi còn nhiều thiếu sót, rất mong được hội đồng phản biện và các thầy cô giáo đóng góp ý kiến để bài viết của tôi được hoàn thiện hơn.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành tới thạc sĩ: Trần Phương Ngọc, cô đã giúp đỡ tôi hết sức tận tình trong thời gian nghiên cứu. Đồng thời tôi cũng xin cảm ơn tất cả các thầy cô giáo trong khoa xuất bản-phát hành giúp đỡ và tạo điều kiện cho tôi hoàn thành tốt bài viết của mình. Và xin cảm ơn sâu sắc tới Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ đã cung cấp cho tôi những tư liệu bổ ích để đề tài của tôi có tính thực tế hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình quản trị doanh nghiệp – Nhà xuất bản đại học kinh tế quốc dân (2010).
2. TS. Phạm Thị Thanh Tâm “ Đại cương phát hành xuất bản phẩm” – Bộ văn hóa thông tin trường Đại học văn hóa Hà Nội (2002).
3. Bài giảng “Quản trị doanh nghiệp phát hành xuất bản phẩm” – Th.S Trần Dũng Hải.
4. Trang sách vàng – Công ty cổ phần sách và thiết bị giáo dục Trí Tuệ.