

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**TÌM HIỂU HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ
SÁCH GIÁO KHOA TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN SÁCH GIÁO DỤC HÀ NỘI
NĂM 2010 – 2011**

Người hướng dẫn: PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Hoa Giang

Hà Nội- 2012

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	5
Chương 1: Nhận thức cơ bản về sách giáo khoa và ý nghĩa của hoạt động này đối với Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.....	8
1.1. Nhận thức cơ bản về sách giáo khoa	8
<i>1.1.1. Khái niệm Sách.....</i>	<i>9</i>
<i>1.1.2. Khái niệm Sách giáo dục.....</i>	<i>10</i>
<i>1.1.3. Khái niệm Sách giáo khoa</i>	<i>13</i>
1.2. Đặc điểm mặt hàng sách giáo khoa trong cơ chế thị trường.....	16
<i>1.2.1. Sách giáo khoa có đôi tượng sử dụng riêng biệt.....</i>	<i>16</i>
<i>1,2.2. Sách giáo khoa mang tính thời vụ cao</i>	<i>17</i>
<i>1.2.3.Sách giáo khoa có sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước</i>	<i>18</i>
1.3.Nội dung hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa	18
<i>1.3.1.Tổ chức nghiên cứu thị trường và chuẩn bị nguồn hàng.....</i>	<i>19</i>
<i>1.3.2.Tổ chức mạng lưới tiêu thụ</i>	<i>21</i>
1.3.2.1.Tổ chức kênh phân phối.....	21
1.3.2.2.Tổ chức bán lẻ	25
<i>1.3.3.Xúc tiến tiêu thụ xuất bản phẩm và nghệ thuật bán hàng.....</i>	<i>28</i>
1.4.Vai trò hoạt động tiêu thụ sách giáo dục đối với Công ty cổ phần giáo dục Hà Nội	31
<i>1.4.1.Tiêu thụ sách giáo khoa thỏa mãn nhu cầu xã hội và đạt được mục tiêu của công ty cổ phần sách giáo dục Hà Nội.....</i>	<i>31</i>

1.4.2 Tiêu thụ sách giáo khoa góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế cho công ty cổ phần sách giáo dục Hà Nội.....	32
1.4.3. Tiêu thụ sách giáo khoa góp phần làm hoàn thiện sản xuất sách giáo khoa.	33
Chương 2 : Thực trạng hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội năm 2010 – 2011.....	34
2.1 Vài nét về Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.....	34
2.2 Môi trường kinh doanh của công ty cổ phần sách giáo dục Hà Nội.....	41
2.2.1 Môi trường chính trị - pháp luật.....	42
2.2.2 Môi trường kinh tế.....	43
2.2.3 Môi trường văn hóa giáo dục.....	45
2.3 Tình hình tiêu thụ sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội năm 2010 – 2011	46
2.3.1 Tổ chức nghiên cứu thị trường và khai thác nguồn hàng.....	46
2.3.1.1 Tổ chức nghiên cứu nhu cầu, thị trường.....	46
2.3.1.2 Khai thác mặt hàng.....	49
2.3.2 Tổ chức xúc tiến tiêu thụ.....	51
2.3.2.1 Tổ chức tuyên truyền, quảng cáo sách giáo khoa tại cửa hàng.....	51
2.3.2.2 Hội chợ, triển lãm.....	56
2.3.2.3 Khuyến mại.....	57

2.3.2.4 Kỹ năng giao tiếp, bán hàng	59
2.3.3 Tổ chức xây dựng kênh phân phối sách giáo khoa	62
2.3.3.1 Kênh phân phối sách giáo khoa trong hệ thống phát hành sách giáo dục.....	64
2.3.3.2 Kênh phân phối sách giáo khoa qua mạng lưới đại lý	67
2.3.3.3 Kênh phân phối sách giáo khoa qua cửa hàng bán buôn, bán lẻ của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.....	68
2.3.4 Kết quả hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của công ty cổ phần sách giáo dục năm 2010 – 2011.	71
2.4 Đánh giá về tình hình hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội năm 2010 – 2011.....	74
2.4.1 Ưu điểm	75
2.4.2 Hạn chế	77
Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.....	79
3.1 Phương hướng phát triển của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.	79
3.2 Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa.....	81
3.2.1 Đối với Nhà nước	81
3.2.1.1 Hoàn thiện văn bản pháp lý về xuất bản, phát hành sách giáo khoa	81

3.2.1.2 Tăng cường quản lý đối với hoạt động xuất bản phát hành sách giáo khoa.....	83
3.2.2 Đối với Nhà xuất bản Giáo dục.....	85
3.2.2.1 Nâng cao chất lượng sách giáo khoa.....	85
3.2.2.2 Đa dạng hóa các hình thức sách giáo khoa.....	86
3.2.3 Đối với Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.....	87
3.2.3.1 Hoàn thiện bộ máy tổ chức cho khâu tiêu thụ	87
3.2.3.2 Xây dựng được chiến lược tiêu thụ hợp lý	87
3.2.3.3 Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật cho bán hàng	89
3.2.3.4 Đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng bán hàng	90
3.2.3.5 Nâng cao hiệu quả quản lý tiêu thụ.	91
KẾT LUẬN.....	93
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	95
PHỤ LỤC.....	95

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong thời kỳ hội nhập như hiện nay nền kinh tế nước ta đang trên đà phát triển mạnh mẽ và từng bước hòa nhập vào nền kinh tế thế giới. Với sự bùng nổ về khoa học kỹ thuật và công nghệ thông tin đã và đang làm dần cải thiện, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của con người. Từ đó những nhu cầu về văn hóa tinh thần cũng ngày càng được phát triển. Nhu cầu về xuất bản phẩm – một dạng của nhu cầu văn hóa tinh thần đã, đang phát triển mạnh về cả lượng và chất. Sách giáo dục là loại xuất bản phẩm giữ vị trí quan trọng trên thị trường sản phẩm văn hóa không chỉ ở Việt Nam mà còn trên thế giới. Nó đã và đang thỏa mãn tốt nhu cầu nghiên cứu, học tập và tiếp cận tri thức của nhân loại. Góp phần tích cực vào việc phát triển nền giáo dục của quốc gia. Vì vậy, việc phổ biến mạnh mẽ, sâu rộng sách giáo dục đang là đòi hỏi tất yếu ở Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay.

Tiêu thụ là khâu nghiệp vụ đầu ra rất quan trọng góp phần trực tiếp thúc đẩy các khâu nghiệp vụ khác cùng phát triển và là hành vi trực tiếp phổ biến tri thức cho xã hội, nâng cao dân trí và phát triển nền giáo dục quốc gia theo đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước.

Hoạt động tiêu thụ trực tiếp mang lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp. Tiêu thụ thuận lợi thì quá trình quay vòng vốn nhanh tạo điều kiện để mở rộng phát triển khả năng kinh doanh, nâng cao uy tín, thương hiệu cho doanh nghiệp.

Trong nền kinh tế thị trường với sự cạnh tranh gay gắt khiến cho hoạt động tiêu thụ sách giáo dục gặp nhiều khó khăn, đòi hỏi Công ty cổ phần sách giáo dục phải nỗ lực và tìm cho mình những giải pháp thông minh. Tiêu thụ không đơn giản chỉ là mua – bán giữa hai bên tham gia mà còn là một quá trình được sử dụng những kỹ năng phù hợp.

Trong vài năm nay các doanh nghiệp nói chung, công ty cổ phần sách giáo dục Hà Nội nói riêng đã có nhiều cố gắng trong việc nâng cao chất lượng sách giáo dục, tìm kiếm thị trường, khách hàng và sử dụng một số kỹ năng bán hàng hiệu quả. Tuy nhiên với bối cảnh hội nhập sâu rộng như hiện nay đang đặt ra cho các doanh nghiệp nói chung và Công ty cổ phần Sách giáo dục nói riêng những thách thức lớn. Đó là làm sao để có chiến lược tiêu thụ hợp lý, đáp ứng nhu cầu sách giáo dục của xã hội và mở rộng quy mô kinh doanh của doanh nghiệp.

Chính vì vậy em đã lựa chọn đề tài : “ *Tìm hiểu hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa tại công ty cổ phần sách giáo dục Hà Nội năm 2010 – 2011*” để làm bài khóa luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Hệ thống hóa về cơ sở lý luận tiêu thụ sách giáo khoa trong bối cảnh nền kinh tế thị trường. Đồng thời phản ánh đúng thực trạng tiêu thụ ở công ty cổ phần sách giáo dục Hà Nội. Thông qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả tiêu thụ sách giáo dục ở Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: toàn bộ quy trình và diễn biến hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa ở Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.

- Phạm vi nghiên cứu: đề tài tập trung nghiên cứu tại các cửa hàng bán sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội trong 2 năm qua.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp luận chung
- Phương pháp thống kê
- Phương pháp tổng hợp
- Phương pháp phân tích, đánh giá

5. Kết cấu của khóa luận

Ngoài phần lời mở đầu và kết luận, khóa luận bao gồm 3 chương sau đây:

Chương 1 : Nhận thức cơ bản về tiêu thụ sách giáo khoa và ý nghĩa của hoạt động này đối với Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.

Chương 2 : Thực trạng hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội năm 2010 – 2011.

Chương 3: Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài giảng môn Tổ chức tiêu thụ Xuất bản phẩm – TS. Đỗ Thị Quyên – Đại học Văn Hoá Hà Nội.
2. Bài giảng môn Nghiên cứu nhu cầu – Giảng viên Đặng Thị Toan – trường Đại học Văn Hoá Hà Nội.
3. Bài giảng môn Tuyên truyền quảng cáo –
4. Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh, xuất bản của Công ty cổ phần Sách giáo dục Hà Nội năm 2010 – 2011.
5. Khoá luận tốt nghiệp sinh viên Phạm Bích Ngọc – Lớp PH26A – Năm 2011.
6. “Đại cương về Phát hành xuất bản phẩm” – PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm.
7. Luật xuất bản ban hành năm 2004 và Luật xuất bản sửa đổi năm 2008.
8. Luật giáo dục 2005.
9. Tạp chí “ Xuất bản”.
10. *Trang web:* www.gso.gov.vn