

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ MẶT HÀNG SÁCH TẠI
CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN MỘT THÀNH
VIÊN SÁCH VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI**

TỪ NĂM 2010-2013

Sinh viên thực hiện: NGUYỄN THU HIỀN

Lớp: PH29C

Người hướng dẫn: TS. ĐỖ THỊ QUYÊN

Hà Nội - 2014

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục đích nghiên cứu	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Bố cục của khóa luận.....	3

CHƯƠNG 1 : CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TIÊU THỤ MẶT HÀNG SÁCH CỦA CÔNG TY TNHH SÁCH VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI

1.1. Nhận thức chung về mặt hàng sách và hoạt động tổ chức tiêu thụ mặt hàng sách.....	5
<i>1.1.1. Mặt hàng sách và cơ cấu mặt hàng sách.....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.1.1. Mặt hàng sách</i>	<i>5</i>
<i>1.1.1.2. Cơ cấu mặt hàng sách.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.2. Khái niệm và bản chất của hoạt động tiêu thụ.....</i>	<i>8</i>
1.2. Nội dung hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách.....	9
<i>1.2.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường.....</i>	<i>9</i>
<i>1.2.2. Tổ chức kênh phân phối.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2.1. Kênh phân phối loại dài.....</i>	<i>12</i>
<i>1.2.2.2. Kênh phân phối loại ngắn.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2.3. Kênh phân phối loại rộng</i>	<i>14</i>
<i>1.2.3. Hình thức tiêu thụ sách.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.3.1. Tiêu thụ tại điểm cố định.....</i>	<i>16</i>

1.2.3.2. Tiêu thụ lưu động.....	16
1.2.3.3. Tiêu thụ qua mạng internet.....	17
1.2.4. Hoạt động xúc tiến tiêu thụ.....	18
1.2.4.1. Xúc tiến quảng cáo bán hàng.....	19
1.2.4.2. Xúc tiến khuyến mại.....	20
1.2.4.3. Tổ chức hội chợ triển lãm.....	20
1.2.4.4. Giao tiếp bán hàng.....	21
1.3. Vai trò hoạt động tiêu thụ sách đối với Công ty TNHH Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội.....	22
1.3.1. Đối với xã hội.....	22
1.3.1.1. Góp phần tuyên truyền, phổ biến tri thức cho xã hội.....	22
1.3.1.2. Góp phần nâng cao hoạt động văn hóa tinh thần, duy trì và phát huy văn hóa đọc của nhân dân Thủ đô.....	23
1.3.1.3. Góp phần mở rộng quan hệ hợp tác và giao lưu văn hóa với các nước trên thế giới.....	25
1.3.2. Đối với công ty Sách và Thương mại Hà Nội.....	26
1.3.2.1. Góp phần thực hiện nhiệm vụ của Đảng và Nhà nước.....	26
1.3.2.2. Mang lại hiệu quả kinh tế cho công ty.....	27
1.3.2.3. Góp phần hoàn thiện, phát triển và nâng cao vị thế của công ty.....	28

CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ MẶT HÀNG SÁCH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI TỪ NĂM 2010 – 2013

2.1. Vài nét sơ lược về công ty TNHH Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội.....	29
2.1.1. <i>Lịch sử hình thành và phát triển.....</i>	29
2.1.2. <i>Cơ cấu tổ chức.....</i>	30
2.1.3. <i>Chức năng nhiệm vụ</i>	31
2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động tiêu thụ sách	32
2.2.1. <i>Điều kiện chính trị, kinh tế, văn hóa xã hội.....</i>	32
2.2.2. <i>Nhu cầu của khách hàng</i>	34
2.2.3. <i>Sự cạnh tranh trên thị trường</i>	36
2.2.4. <i>Khả năng cung ứng của công ty.....</i>	37
2.3. Thực trạng về hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách tại Công ty TNHH Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội từ năm 2010 -2013.....	38
2.3.1. <i>Tổ chức nghiên cứu thị trường</i>	38
2.3.2. <i>Tổ chức kênh phân phối.....</i>	40
2.2.3.1. <i>Kênh phân phối loại ngắn.....</i>	41
2.2.3.2. <i>Kênh phân phối loại dài.....</i>	41
2.2.4. <i>Tổ chức hình thức tiêu thụ.....</i>	42
2.2.4.1. <i>Tiêu thụ cố định tại cửa hàng.....</i>	43
2.2.4.3. <i>Tiêu thụ lưu động.....</i>	44
2.2.5. <i>Hình thức xúc tiến tiêu thụ</i>	45
2.2.5.1. <i>Xúc tiến quảng cáo bán hàng.....</i>	46
2.2.5.2. <i>Xúc tiến khuyến mại.....</i>	52
2.2.5.3. <i>Tổ chức hội chợ triển lãm và tổ chức các phong trào phát hành sách</i>	54
2.2.5.4. <i>Giao tiếp bán hàng</i>	55

2.4. Đánh giá tình hình tiêu thụ mặt hàng sách của Công ty Sách và Thương mại Hà Nội từ năm 2010 – 2013	56
2.4.1. Kết quả tiêu thụ các mặt hàng sách từ 2010 – 2013.....	57
2.4.2. Những thành tựu đạt được.....	61
2.4.3. Những hạn chế còn tồn tại.....	62
2.4.3.1. Hạn chế trong hoạt động kinh doanh	62
2.4.3.2. Hạn chế trong đội ngũ người lao động.....	64
2.4.4. Nguyên nhân	64
2.4.4.1. Nguyên nhân khách quan	64
2.4.4.2. Nguyên nhân chủ quan.....	66
 CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ MẶT HÀNG SÁCH CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI.....	67
3.1. Định hướng tiêu thụ của Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách và thương mại Hà Nội những năm tới.	67
3.2. Giải pháp đối với nhà nước.....	68
3.2.1. Hoàn thiện và quán triệt sâu rộng Luật Xuất bản và các chỉ thị của Đảng và Nhà nước về hoạt động xuất bản.....	68
3.2.2. Chính sách thuế và chính sách hỗ trợ của Nhà nước cho hoạt động phát hành.....	70
3.2.3. Chính sách thúc đẩy hợp tác giao lưu quốc tế và thu hút đầu tư nước ngoài cho hoạt động xuất bản – phát hành	71
3.2.4. Các chính sách xử lý vi phạm trong lĩnh vực xuất bản phát hành	73
3.3. Giải pháp đối với doanh nghiệp	74

<i>3.3.1. Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu nhu cầu thị trường và khai thác mặt hàng sách.....</i>	<i>74</i>
<i>3.3.2. Tiếp tục thực hiện liên kết xuất bản và nâng cao chất lượng sách.....</i>	<i>76</i>
<i>3.3.3. Nâng cao hiệu quả của hoạt động bán hàng và mở rộng mạng lưới bán hàng</i>	<i>77</i>
<i>3.3.4. Hoàn thiện và đẩy mạnh các biện pháp xúc tiến tiêu thụ</i>	<i>79</i>
<i>3.3.5. Đẩy mạnh công tác thu hút đầu tư nước ngoài mang doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp đóng góp vào ngân sách nhà nước</i>	<i>81</i>
<i>3.3.6. Giải pháp với người lao động.....</i>	<i>81</i>
<i>3.3.6.1. Tổ chức quản lý đội ngũ cán bộ công nhân viên</i>	<i>81</i>
<i>3.3.6.2. Đào tạo và nâng cao trình độ chính trị và nghiệp vụ cho nhân viên công ty.....</i>	<i>83</i>
KẾT LUẬN.....	85
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	86
MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ CÔNG TY TNHH MTV SÁCH VÀ THƯƠNG MẠI HÀ NỘI.....	87

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Những năm trở lại đây, nền kinh tế thế giới nói chung và trong nước nói riêng đang gặp phải nhiều khó khăn thử thách. Đặc biệt là tình trạng suy thoái kinh tế và lạm phát đang tác động trực tiếp đến hoạt động tổ chức tiêu thụ hàng hóa của các doanh nghiệp. Đứng trước những khó khăn, thử thách đó đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn tự hoàn thiện, đổi mới và phát triển không ngừng mới có thể đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của thị trường, mang lại hiệu quả kinh tế - xã hội và tạo được vị thế thương hiệu của mình.

Hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm cũng không nằm ngoài xu hướng phát triển chung đó. Tuy nhiên với đặc thù của hàng hóa xuất bản phẩm, đặc biệt là sách, là những sản phẩm thuộc lĩnh vực văn hóa, tinh thần, trí tuệ nhằm đáp ứng nhu cầu về văn hóa, tinh thần cho con người, cho nên, bên cạnh việc đảm bảo mục tiêu kinh tế, hoạt động tiêu thụ phải chú trọng thực hiện tốt mục tiêu xã hội theo định hướng của Đảng và nhà nước. Nhất là trong giai đoạn hiện nay, khi các sản phẩm phục vụ đời sống văn hóa – tinh thần của con người ngày càng phong phú, đa dạng với nhiều hình thức và cách thức hưởng thụ khác nhau. Nó đang dần lấn át các xuất bản phẩm, trong đó có sách. Hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm nói chung và đặc biệt là tiêu thụ sách đang gặp phải nhiều khó khăn và thử thách.

Từ khi gia nhập WTO (World Trade Organization – Tổ chức thương mại thế giới), Việt Nam phải tiến hành mở cửa để cạnh tranh công bằng với các đối tác trong và ngoài nước, đặc biệt về thị trường, vốn, lao động và hàng hóa đang và sẽ tạo ra một thị trường cạnh tranh sôi động với sự tham gia của các thành phần kinh tế ngày càng tăng về số lượng cũng như chất lượng. Bên cạnh đó, nhu cầu của khách hàng ngày càng phát triển và đổi mới không ngừng đã tạo ra những thách thức không nhỏ với tất cả các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng. Chính vì vậy,

muốn hoạt động tiêu thụ có hiệu quả thì các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm phải luôn hoàn thiện và phát triển các khâu nghiệp vụ của mình mới đủ sức cạnh tranh trên thị trường. Trong đó, tiêu thụ là khâu nghiệp vụ đầu ra vô cùng quan trọng của doanh nghiệp, nó quyết định đến sự thành công hay thất bại của cả chu trình kinh doanh. Cho nên, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất bản – phát hành phải luôn chú trọng và quan tâm đến tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm nhằm thực hiện hai nhiệm vụ lớn của ngành là nhiệm vụ kinh tế và nhiệm vụ xã hội.

Sách là một trong những mặt hàng xuất bản phẩm chiếm vị trí chủ yếu mang lại doanh thu và lợi nhuận lớn nhất cho toàn ngành cũng như cho doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm. Hoạt động tiêu thụ sách không chỉ góp phần tuyên truyền chủ trương đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước mà còn góp phần thỏa mãn nhu cầu xã hội và mang lại hiệu quả kinh doanh. Đồng thời, góp phần phát triển, nâng cao các khâu nghiệp vụ của doanh nghiệp. Vì vậy, hoạt động tiêu thụ sách luôn được hoàn thiện và thúc đẩy tích cực để theo kịp trình độ phát triển chung của khu vực và thế giới góp phần hưởng thụ tri thức – văn hóa cho mọi tầng lớp nhân dân, đóng góp cho sự phát triển chung của nền kinh tế.

Nhân thức sâu rộng và đầy đủ về ý nghĩa và vai trò của hoạt động tiêu thụ sách với xã hội, đất nước và với bản thân của doanh nghiệp nên tiêu thụ sách luôn là khâu nghiệp vụ được Công ty Trách nhiệm Hữu hạn Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội (gọi tắt là Công Ty Sách và Thương mại Hà Nội) đặt lên hàng đầu. Với truyền thống gần 60 năm hoạt động trong lĩnh vực phát hành, công ty luôn đề cao, đẩy mạnh và phát triển hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách là hoạt động kinh doanh chính để tạo ra doanh thu, lợi nhuận và khẳng định thương hiệu, vị thế của mình, trên thị trường sách, trong và ngoài nước.

Trên cơ sở lý luận và thực tiễn đã được học tập và nghiên cứu ở trường, em quyết định chọn đề tài: “Hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách ở Công ty TNHH Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội từ năm 2010 – 2013” làm đề tài nghiên cứu cho khóa luận tốt nghiệp của mình với mong muốn sẽ góp phần nghiên cứu về hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách của công ty và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả tiêu thụ mặt hàng sách trong giai đoạn tới.

2. Mục đích nghiên cứu

Góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách của Công ty TNHH Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội.

Tìm hiểu thực trạng hoạt động tiêu thụ sách tại Công ty TNHH MTV Sách và thương mại Hà Nội từ năm 2010 – 2013 để thấy được những thành tựu cũng như những tồn tại để đề ra những giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động tiêu thụ các các mặt hàng sách trong giai đoạn tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách tại Công ty TNHH Một thành viên Sách và thương mại Hà Nội.

Thời gian nghiên cứu: Từ năm 2010 – 2013

4. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lê nin và hệ thống văn bản quy định đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước về hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm em sử dụng các phương pháp nghiên cứu như: phương pháp thống kê, phương pháp so sánh, phương pháp phân tích tổng hợp và phương pháp điều tra xã hội học để làm rõ vấn đề nghiên cứu

5. Bố cục khóa luận

Chương 1: Cơ sở lý luận về tiêu thụ mặt hàng sách của Công ty TNHH MTV Sách và Thương mại Hà Nội.

Chương 2: Thực trạng hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách của Công ty TNHH MTV Sách và Thương mại Hà Nội năm 2010 – 2013.

Chương 3: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ mặt hàng sách của Công ty TNHH Một thành viên Sách và Thương mại Hà Nội.

Em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến các thầy cô giáo trong khoa Xuất bản – Phát hành trường Đại học Văn hóa Hà Nội, các cô chú, anh chị cán bộ công nhân viên của Công ty Sách và Thương mại Hà Nội đã tạo cho em những điều kiện tốt nhất để thực hiện bài khóa luận của mình. Đặc biệt, em xin chân thành cảm ơn cô giáo TS.Đỗ Thị Quyên đã hướng dẫn, giúp đỡ và chỉ bảo tận tình trong quá trình thực hiện khóa luận của mình.

Do vẫn còn là sinh viên năm thứ tư nên trình độ lý luận và kiến thức thực tiễn của em còn nhiều hạn chế cũng như những khó khăn trong quá trình nghiên cứu và thu thập số liệu. Vì vậy, bài khóa luận của em không thể tránh khỏi những thiếu sót và có nhiều nhận định mang tính chủ quan của bản thân. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo, đóng góp, bổ sung ý kiến của các thầy các cô giáo và cán bộ trong ngành để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật Đầu tư, có hiệu lực ngày 01 tháng 07 năm 2006
2. Luật Thương Mại, NXB Lao Động, TP. Hà Nội, 2013
3. Luật Xuất bản, NXB Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh, 2013
4. Từ điển Tiếng Việt thông dụng của NXB Đà Nẵng, 2014
5. Ths. Phùng Quốc Hiếu, Bài giảng môn “Nghiên cứu nhu cầu Xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội
6. Ths. Nguyễn Văn Minh, Bài giảng môn “ Mặt hàng sách”, khoa Xuất Bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội
7. TS. Đỗ Thị Quyên, Bài giảng môn “Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội
8. GS.TS Phạm Thị Thanh Tâm, “ Đại cương Phát hành Xuất bản phẩm”, Đại học Văn Hóa Hà Nội
9. Website Công ty TNHH MTV Sách và Thương mại Hà Nội
<http://vietbookhn.com/>
10. Một số website và tài liệu khác.