

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**ĐỀ TÀI: HOẠT ĐỘNG THAM GIA HỘI CHỢ SÁCH
CỦA CÔNG TY XUẤT NHẬP KHẨU SÁCH BÁO
XUNHASABA**

SINH VIÊN THỰC HIỆN : NGUYỄN KHOA DIỆU QUỲNH

LỚP : PH30A

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN : TS. ĐỖ THỊ QUYÊN

Hà Nội - 2015

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	5
1. Lý do chọn đề tài	5
2. Mục đích nghiên cứu đề tài.....	6
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	6
4. Phương pháp nghiên cứu	6
5. Bố cục đề tài.....	6
CHƯƠNG 1: NHẬN THỨC CHUNG VỀ HỘI CHỢ SÁCH.....	7
1.1. Một số khái niệm	7
<i>1.1.1. Hội chợ.....</i>	<i>7</i>
<i>1.1.2. Hội chợ thương mại</i>	<i>8</i>
<i>1.1.3. Hội chợ sách.....</i>	<i>9</i>
1.2. Đặc điểm của hội chợ sách	10
<i>1.2.1. Hoạt động xúc tiến thương mại tập trung.....</i>	<i>10</i>
<i>1.2.2. Hoạt động bán hàng.....</i>	<i>11</i>
1.3. Các hoạt động cơ bản trong quá trình tham gia hội chợ sách	11
<i>1.3.1. Các hoạt động chuẩn bị tham gia hội chợ.....</i>	<i>12</i>
<i>1.3.2. Hoạt động tuyên truyền quảng bá.....</i>	<i>13</i>
<i>1.3.3. Tổ chức chương trình khuyến mại.....</i>	<i>15</i>
<i>1.3.4. Hoạt động giao dịch thương mại.....</i>	<i>16</i>
<i>1.3.5. Tổ chức các hoạt động khác trong hội chợ.....</i>	<i>17</i>
<i>1.3.6. Đánh giá và tổng kết hội chợ.....</i>	<i>18</i>
1.4. Vai trò của hội chợ sách	19
<i>1.4.1. Đối với xã hội.....</i>	<i>19</i>
<i>1.4.1.1. Tuyên truyền, phổ biến tri thức.....</i>	<i>19</i>

1.4.1.2. Nâng cao văn hóa đọc	20
1.4.1.3. Quảng bá hình ảnh đất nước	21
1.4.2. Đối với Công ty Xunhasaba.....	21
1.4.2.1. Thúc đẩy công ty phát triển	21
1.4.2.2. củng cố và mở rộng thị trường.....	22
1.4.2.3. Nâng cao uy tín, thương hiệu trên thị trường.....	23
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THAM GIA HỘI CHỢ SÁCH CỦA CÔNG TY XUNHASABA	25
2.1. Tổng quan về hoạt động kinh doanh của công ty Xunhasaba những năm gần đây.....	25
2.1.1. Vài nét về công ty Xunhasaba	25
2.1.2. Hoạt động kinh doanh của công ty Xunhasaba những năm gần đây... ..	26
2.2. Thực trạng hoạt động tham gia hội chợ sách của công ty Xunhasaba trong 2010– 2015	28
2.2.1. Các hoạt động chuẩn bị tham gia hội chợ.....	28
2.2.2. Hoạt động tuyên truyền quảng bá.....	34
2.2.3. Tổ chức chương trình khuyến mại.....	37
2.2.4. Hoạt động giao dịch thương mại.....	41
2.2.5. Tổ chức các hoạt động khác trong hội chợ.....	44
2.2.6. Đánh giá và tổng kết hội chợ.....	46
2.3. Đánh giá chung	51
2.3.1. Những ưu điểm.....	51
2.3.2. Những mặt còn hạn chế	52
2.3.3. Nguyên nhân	53

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA VÀ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG THAM GIA HỘI CHỢ SÁCH CỦA CÔNG TY XUNHASABA.....	55
3.1. Một số căn cứ.....	55
<i>3.1.1. Cơ sở pháp lý về xúc tiến thương mại và hội chợ</i>	<i>55</i>
<i>3.1.2. Thực trạng các hội chợ sách ở trong nước và quốc tế hiện nay</i>	<i>56</i>
3.2. Một số kiến nghị	58
<i>3.2.1. Kiến nghị với Nhà nước</i>	<i>59</i>
<i>3.2.1.1. Tăng cường quản lý Nhà nước về hoạt động hội chợ.....</i>	<i>59</i>
<i>3.2.1.2. Đẩy mạnh hỗ trợ của Nhà nước trong hoạt động hội chợ.....</i>	<i>60</i>
<i>3.2.1.3. Nâng cao đầu tư cho cơ sở vật chất.....</i>	<i>61</i>
<i>3.2.2. Kiến nghị với Công ty.....</i>	<i>61</i>
<i>3.2.2.1. Nâng cao công tác tuyên truyền, quảng bá</i>	<i>61</i>
<i>3.2.2.2. Chú trọng công tác trưng bày, trang trí cửa hàng</i>	<i>62</i>
<i>3.2.2.3. Nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ.....</i>	<i>63</i>
<i>3.2.2.4 Tổ chức xây dựng các chiến lược dài hạn.....</i>	<i>64</i>
KẾT LUẬN.....	66
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	67

LỜI NÓI ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngày nay, nền kinh tế thị trường cạnh tranh vô cùng khốc liệt đang khiến cho các doanh nghiệp phải nỗ lực rất lớn để tồn tại và phát triển. Nói cách khác, họ phải luôn tìm ra nhiều cách thức để ghi dấu ấn của mình đối với khách hàng. Có thể nói, một trong những cách thức tiếp cận khách hàng dễ dàng, hiệu quả và ít tốn kém và chính là việc tham gia hội chợ. Việc tham gia hội chợ thương mại là thành tố quan trọng trong những nỗ lực marketing của hầu hết các doanh nghiệp. Hội chợ thương mại không chỉ có ý nghĩa kinh tế mà còn có ý nghĩa xã hội sâu sắc. Hội chợ thương mại tạo cơ hội cho các doanh nghiệp tiếp cận nhiều khách hàng tiềm năng, nhà đầu tư, các doanh nghiệp cùng ngành nghề, lĩnh vực, đáp ứng nhu cầu giới thiệu sản phẩm, tạo cơ hội hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp, các nhà đầu tư, với chi phí bỏ ra không quá lớn.

Bên cạnh các hội chợ thương mại của các ngành kinh tế nói chung thì ngành kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng cũng đã có những hội chợ riêng của ngành. Hội chợ sách là một hoạt động xúc tiến thương mại đang ngày được chú trọng và được có được nhiều sự quan tâm trong thời gian gần đây bởi nhu cầu và văn hóa đọc sách đang ngày được nâng cao.

Một trong số các đơn vị có nhiều năm tham gia hoạt động hội chợ sách không chỉ trong nước mà còn cả ở nước ngoài, công ty TNHH MTV Xuất nhập khẩu Sách báo Việt Nam (Xunhasaba) - một đơn vị có nền tảng vững chắc, đi đầu trong hoạt động nhập khẩu sách báo trên cả nước. Vì lẽ đó, em chọn đề tài “Hoạt động tham gia hội chợ sách của Công ty TNHH MTV Xuất nhập khẩu sách báo Xunhasaba” làm khóa luận tốt nghiệp nhằm rõ vai trò của hội chợ sách, các đặc điểm và đánh giá hoạt động tham gia hội chợ sách của

công ty Xunhasaba trong 4 năm gần đây. Bên cạnh đó là đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động tham gia hội chợ sách cho công ty.

2. Mục đích nghiên cứu đề tài

Đề tài được tìm hiểu với mục đích xem xét hội chợ sách nói chung, hoạt động tham gia hội chợ sách của Công ty Xunhasaba, đánh giá những ưu điểm và hạn chế để góp phần nâng cao hoạt động tham gia hội chợ của Công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu trong bài là hoạt động tham gia hội chợ sách của công ty Xunhasaba.

Phạm vi nghiên cứu của bài hoạt động tham gia các hội chợ sách của công ty trong giai đoạn 2010 – 2015.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để phục vụ cho bài khóa luận này, em có kết hợp sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể như sau:

- Phương pháp luận luận chủ nghĩa Mác Lenin: là phương pháp nghiên cứu lý luận chung, dựa trên cơ sở của phép duy vật biện chứng duy vật và duy vật lịch sử.

- Phương pháp thống kê, phân tích: dựa trên những số liệu, tổng kết để đưa ra nhận xét, đánh giá chung

5. Kết cấu của bài khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, bài khóa luận được chia thành 3 chương:

Chương 1: Nhận thức chung về hội chợ sách

Chương 2: Thực trạng hoạt động tham gia hội chợ sách của công ty

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động tham gia hội chợ sách của công ty Xunhasaba

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH MTV Xuất nhập khẩu sách báo Việt Nam Xunhasaba năm 2010 - 2015
2. Luật xuất bản (Được sửa đổi bổ sung năm 2008)
3. Luật thương mại Việt Nam năm 2005.
4. Thầy Đỗ Quang Minh, Bài giảng môn “Tuyên truyền quảng cáo Xuất bản phẩm”.
5. Nghị định số 32/1999/NĐ-CP về quảng cáo
6. TS. Đỗ Thị Quyên, Bài giảng môn “Tổ chức tiêu thụ Xuất bản phẩm” - Đại học Văn hóa Hà Nội.
7. TS. Nguyễn Thị Xuân Hương, “Xúc tiến bán hàng trong kinh doanh thương mại ở Việt Nam”.
8. TS. Phạm Thị Thanh Tâm (2002), “Đại cương phát hành xuất bản phẩm”- Đại học văn hóa Hà Nội
9. Trang web: www.xunhasaba.com.vn