

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ SÁCH GIÁO KHOA
CỦA NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM
NĂM HỌC 2013-2014**

**Sinh viên : TRẦN THÚY NGÂN
Lớp : PH30B
Người hướng dẫn : GIẢNG VIÊN THS. ĐẶNG THỊ BÍCH PHƯỢNG**

HÀ NỘI – 2015

MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	2
MỤC LỤC	3
LỜI MỞ ĐẦU.....	6
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ TIÊU THỤ SÁCH GIÁO KHOA	9
1.1. Nhận thức chung về sách giáo khoa	9
1.1.1. Khái niệm	9
1.1.2. Đặc điểm của sách giáo khoa.....	10
1.1.2.1. Sách giáo khoa là dạng xuất bản phẩm đặc biệt	10
1.1.2.2. Sách giáo khoa là công cụ tất yếu của sự nghiệp giáo dục và đào tạo....	11
1.1.2.3. Sách giáo khoa tạo nên hiệu quả cao của quá trình học tập và giảng dạy	11
1.1.2.4. Sách giáo khoa là phương tiện lưu giữ thông tin và truyền tải những kiến thức cơ bản một cách rộng khắp và đồng loạt cho mọi người	12
1.1.2.5. Sách giáo khoa có tính ổn định tương đối.....	12
1.1.3. Phân loại	13
1.2. Cơ sở lý luận về hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa.....	14
1.2.1. Khái niệm về hoạt động tiêu thụ	14
1.2.2. Đặc điểm hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa	16
1.2.3. Nội dung về hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa	18
1.2.4. Vai trò của hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa.....	22
1.2.4.1 Đối với xã hội	22
1.2.4.2. Đối với Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam	24
CHƯƠNG 2 TÌNH HÌNH TIÊU THỤ SÁCH GIÁO KHOA CỦA NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM NĂM HỌC 2013 – 2014.....	26

2.1. Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam trước yêu cầu đổi mới giáo dục hiện nay	26
2.1.1. Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam	26
2.1.2. Sự thay đổi của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam	27
2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ	31
2.2. Hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa.....	32
2.2.1. Kênh phân phối	32
2.2.2. Các biện pháp xúc tiến tiêu thụ.....	36
2.2.3. Hình thức tiêu thụ	40
2.3. Nhận xét chung về tình hình tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam năm học 2013-2014.....	41
2.3.1. Những kết quả đạt được trong hoạt động tiêu thụ	41
2.3.2. Một số ưu điểm và tồn tại trong hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa.....	45
CHƯƠNG 3	49
MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ	49
HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ SÁCH GIÁO KHOA CỦA.....	49
NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM.....	49
3.1. Định hướng về giáo dục và đào tạo của Đảng và Nhà nước ta hiện nay	49
3.2. Các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa ...	53
3.2.1. Đối với cơ quan Nhà nước	53
3.2.1.1. Nhà nước cần chuẩn hóa nội dung sách giáo khoa và hoàn thiện chương trình giáo dục quốc gia	54
3.2.1.2. Trợ giá, tăng chiết khấu với các địa phương gặp khó khăn	55
3.2.1.3. Khuyến khích xã hội hóa, xóa bỏ sự độc quyền trong kênh tiêu thụ sách giáo khoa.....	56

3.2.1.4. Nhà nước cần tăng cường các biện pháp, chính sách để tổ chức quản lý hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa	57
3.2.2. Đối với Bộ Giáo dục - Đào tạo	57
3.2.3. Đối với Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam	58
3.2.3.1. Nâng cao chất lượng sách giáo khoa đồng thời đa dạng hóa các hình thức thể hiện SGK	59
3.2.3.2. Giảm giá thành, tăng số lượng mỗi năm	60
3.2.3.3. Thực hiện tốt công tác nghiên cứu nhu cầu, mở rộng khai thác đề tài, bản thảo, biên tập và in SGK sớm, đồng bộ	61
3.2.3.4. Xây dựng được chiến lược tiêu thụ hợp lý	62
3.2.3.5. Xây dựng đội ngũ cán bộ có năng lực, chuyên môn giỏi, có tinh thần trách nhiệm cao	64
3.2.3.6. Quan tâm nhiều hơn đến hoạt động tiêu thụ SGK ở các địa phương	65
KẾT LUẬN.....	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	69
PHỤ LỤC.....	70

LỜI MỞ ĐẦU

“Nguồn lực con người” – một yếu tố quyết định đến sự phát triển, hưng thịnh của nền kinh tế, văn hóa của đất nước. Vì thế, vấn đề giáo dục và đào tạo con người ngày càng trở nên bức thiết và luôn được đặt lên hàng đầu.

Xã hội ngày càng phát triển, đòi hỏi con người ta phải nâng cao trình độ. Do vậy, nhu cầu sử dụng xuất bản phẩm, trong đó có sách giáo dục đặc biệt là sách giáo khoa ngày càng cao. Xuất bản phẩm là một loại hàng hóa đặc thù nên hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm cũng là một hoạt động kinh doanh đặc thù, vừa thực hiện nhiệm vụ chính trị - xã hội, vừa đảm bảo mục tiêu kinh tế cho doanh nghiệp. Để đạt được mục tiêu kinh doanh, các doanh nghiệp rất chú trọng tới khâu tiêu thụ sản phẩm. Tiêu thụ là khâu nghiệp vụ đầu ra đánh giá toàn bộ nỗ lực cũng như kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Trong quá trình giáo dục – đào tạo, sách nói chung và sách giáo khoa nói riêng là phương tiện cơ bản và cần thiết nhất đối với mỗi người học. Vì vậy, việc đẩy mạnh hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa với chất lượng và hiệu quả cao là điều kiện cơ bản khi chúng ta từng bước đổi mới chương trình giáo dục. Đặc biệt, trong những năm gần đây việc thay đổi nội dung chương trình sách giáo khoa đã thực sự làm cho hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa phát huy được vai trò và tác dụng của mình. Hoạt động này chuyển tải một khối lượng sách lớn đến mọi miền đất nước, thỏa mãn nhu cầu nghiên cứu và học tập của mọi người dân trong xã hội. Là một nhà xuất bản đi đầu trong lĩnh vực xuất bản, phát hành SGK, Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam có nguy cơ phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh khi mà Nhà nước ta đang có xu hướng trong việc xóa bỏ độc quyền xuất bản, in ấn sách giáo khoa. Vì vậy, việc nỗ lực phấn đấu giữ vững thị trường và khách hàng trên thị trường sẽ không còn là điều đơn giản và dễ dàng một khi khách hàng ngày càng có ưu thế và có quyền tự do lựa chọn hàng hóa xuất bản phẩm cho mình.

Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam là đơn vị duy nhất được xuất bản sách giáo khoa trên thị trường hiện nay. Với nhiệm vụ của Bộ Giáo dục – Đào tạo giao phó, NXBGDVN đã không ngừng phấn đấu để xuất bản và phát hành đầy đủ, nhanh chóng, kịp thời sách giáo khoa tới tận tay học sinh, giáo viên. Trải qua chặng đường gần 60 năm, NXBGDVN đã có nhiều thuận lợi và không ít những khó khăn trong hoạt động xuất bản phát hành và tiêu thụ sách giáo khoa của mình, và vẫn luôn nỗ lực phấn đấu để tìm ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động xuất bản phát hành và tiêu thụ sách giáo khoa.

Xuất phát từ những vấn đề trên, em đã quyết định lựa chọn đề tài “**Hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam năm học 2013-2014**” để làm khóa luận tốt nghiệp.

Mục đích nghiên cứu:

- Khẳng định vị trí, tầm quan trọng của hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa trong nền kinh tế hiện nay – hoạt động kinh doanh thuộc lĩnh vực văn hóa, tinh thần và trí tuệ.

- Đưa ra một số đề xuất nhằm tăng cường hiệu quả tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam

Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

- Nghiên cứu thực trạng việc tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam năm học 2013 – 2014

Khóa luận tập trung làm rõ đặc trưng, yêu cầu của hoạt động tiêu thụ SGK. Vận dụng những lí luận để nghiên cứu, đề xuất những phương hướng, giải pháp tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam trong năm học 2013-2014 và những năm tiếp theo.

Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, khóa luận đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp thống kê
- Phương pháp so sánh
- Phương pháp phân tích tổng hợp

Kết cấu khóa luận bao gồm 3 chương

Chương 1: Cơ sở lí luận chung về tiêu thụ sách giáo khoa

Chương 2: Tình hình tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam năm học 2013- 2014

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sách giáo khoa của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài giảng môn Tổ chức tiêu thụ Xuất bản phẩm – TS. Đỗ Thị Quyên – Đại học Văn Hóa Hà Nội.
2. “Đại cương về Phát hành xuất bản phẩm” – PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm
3. Bài giảng môn Nghiên cứu nhu cầu – Giảng viên Đặng Thị Toan – Đại học Văn Hóa Hà Nội.
4. Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam năm 2013 - 2014.
5. Luật xuất bản ban hành năm 2004 và luật xuất bản sửa đổi năm 2008.
6. Luật giáo dục năm 2005.
7. Nhà Xuất Bản Giáo Dục Việt Nam 55 năm xây dựng trưởng thành và phát triển (1957 – 2012).
8. Nghị quyết Trung ương 2 khóa XIII.
9. Nghị quyết Hội nghị Trung ương 8 khóa XI.
10. Nghị quyết Hội nghị lần thứ 6, lần thứ 9 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa IX.
11. Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX,X.
12. Trang web www.nxbgd.vn