

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

\*\*\*\*\*



**HOẠT ĐỘNG KINH DOANH  
VĂN HÓA PHẨM TẠI CÔNG TY CỔ  
PHẦN PHÁT HÀNH SÁCH NGHỆ AN  
TRONG HAI NĂM 2011-2012**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : Thạc sỹ Đặng Bích Phượng

*Sinh viên thực hiện* : Đậu Thị Nga

*Lớp* : PH28A

**HÀ NỘI – 2013**

## MỤC LỤC

<b>LỜI MỞ ĐẦU.....</b>	<b>1</b>
1. Lý do chọn đề tài.....	8
2. Mục đích nghiên cứu đề tài.....	9
<b>3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài.....</b>	<b>9</b>
<b>4. Phương pháp nghiên cứu đề tài.....</b>	<b>9</b>
<b>5. Bố cục của đề tài.....</b>	<b>10</b>
<b>CHƯƠNG 1_NHẬN THỨC CHUNG VỀ KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM VÀ Ý NGHĨA CỦA KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN PHÁT HÀNH SÁCH NGHỆ AN.....</b>	<b>11</b>
1.1. Khái niệm văn hóa phẩm và kinh doanh Văn hóa phẩm.....	11
1.1.1. Khái niệm văn hóa phẩm.....	11
1.1.2. Khái niệm kinh doanh văn hóa phẩm.....	12
1.2. Cơ cấu các nhóm mặt hàng văn hóa phẩm.....	13
1.3. Đặc điểm của mặt hàng Văn hóa phẩm.....	18
1.4. Những khâu nghiệp vụ cơ bản của kinh doanh Văn hóa phẩm.....	23
1.4.1. Nghiên cứu nhu cầu Văn hóa phẩm.....	17
1.4.2. Tổ chức khai thác Văn hóa phẩm.....	23
1.4.3. Tổ chức xúc tiến tiêu thụ Văn hóa phẩm.....	24
1.4.4. Tổ chức tiêu thụ Văn hóa phẩm.....	24
1.4.5. Phân tích và đánh giá kết quả kinh doanh.....	25
1.5. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm đối với Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....	<b>25</b>
1.5.1. Đối với xã hội.....	20
1.5.2. Đối với Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....	<b>27</b>
<b>CHƯƠNG 2_HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN PHÁT HÀNH SÁCH NGHỆ AN.....</b>	<b>29</b>
<b>2.1. Vài nét về Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....</b>	<b>29</b>
2.1.1. Sự hình thành và phát triển của Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....	29
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....	31
2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận:.....	31

<b>2.2 Môi trường kinh doanh văn hóa phẩm của công ty.....</b>	<b>33</b>
2.2.1. Môi trường chính trị pháp luật.....	34
2.2.2. Môi trường kinh tế.....	35
2.2.3. Môi trường văn hóa – giáo dục.....	35
2.2.4. Môi trường khoa học công nghệ.....	35
2.2.5. Môi trường cạnh tranh.....	36
<b>2.3. Tình hình tổ chức hoạt động kinh doanh văn hóa phẩm của Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An trong 2 năm 2011 – 2012.</b>	
.....	<b>32</b>
2.3.1. Nghiên cứu nhu cầu Văn hóa phẩm.....	36
2.3.2. Tổ chức khai thác Văn hóa phẩm.....	42
2.3.3. Tổ chức xúc tiến tiêu thụ Văn hóa phẩm.....	46
2.3.4. Tổ chức tiêu thụ Văn hóa phẩm.....	50
2.3.5. Phân tích và đánh giá kết quả kinh doanh.....	52
<b>2.4 Nhận xét chung.....</b>	<b>54</b>
2.4.1. Ưu điểm trong hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An.....	52
2.4.2. Những hạn chế trong hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An.....	<b>56</b>
<b>CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN PHÁT HÀNH SÁCH NGHỆ AN.....</b>	<b>57</b>
<b>3.1. Nhiệm vụ và phương hướng hoạt động của Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An trong những năm tới.....</b>	<b>57</b>
3.1.1 Nhiệm vụ trọng tâm.....	56
3.1.2 Phương hướng hoạt động của Công ty trong những năm tới.....	<b>57</b>
<b>3.2. Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....</b>	<b>58</b>
3.2.1. Đối với Nhà nước.....	<b>58</b>
3.2.1.1. Tạo hành lang pháp lý phù hợp để các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm hoạt động có hiệu quả hơn.....	58

3.2.1.2. Chính sách về thuế.....	60
3.2.1.3. Chính sách hỗ trợ về tài chính, xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu văn hóa phẩm.....	59
3.2.1.4. Mở các lớp đào tạo nghiệp vụ, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn cho nhân viên, đào tạo đội ngũ chủ doanh nghiệp.....	61
3.2.2. Đối với Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.....	62
3.2.2.1. Xây dựng chiến lược kinh doanh, chủ động thích ứng với điều kiện cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường.....	62
3.2.2.2. Chú trọng hơn nữa trong công tác nghiên cứu thị trường.....	62
3.2.2.3. Đẩy mạnh xây dựng, củng cố các nguồn khai thác hàng hóa.....	63
3.2.2.4. Tăng cường hoạt động tiêu thụ.....	64
3.2.2.5. Tăng cường thúc đẩy các biện pháp xúc tiến.....	64
KẾT LUẬN.....	66
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	67
PHỤ LỤC.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	68
DANH MỤC SƠ ĐỒ.....	69
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	69
PHỤ LỤC ẢNH.....	70

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài.

Văn hóa phẩm – một trong những sản phẩm phục vụ cho đời sống văn hóa tinh thần của con người. Nếu trước đây văn hóa phẩm chỉ là những sản phẩm đơn giản, phục vụ một phần nào đó cho cuộc sống của con người. Thì ngày nay, cùng với xu hướng toàn cầu hóa, các sản phẩm này đã được đa dạng hóa cả về số lượng và chất lượng, tạo điều kiện cho các nhà kinh doanh cơ hội để phát triển, đồng thời cũng đặt ra những thách thức không nhỏ đối với họ. Khi cơ hội kinh doanh lớn có thể sẽ thu được nhiều lợi nhuận, thu hút được nhiều nhà kinh doanh tham gia. Điều này làm cho sự cạnh tranh trên thị trường diễn ra ngày càng mạnh mẽ.

Cũng như các thị trường khác trong cả nước, thị trường thành phố Vinh cũng là một trong những thị trường sôi động và phức tạp. Đây là địa bàn tập trung các trường đại học, cao đẳng, trung cấp... của tỉnh Nghệ An, tập trung đông dân cư với các hoạt động xã hội diễn ra nhộn nhịp, nhu cầu cao,... Với những đặc điểm đó Công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An đã góp một phần không nhỏ vào việc đưa văn hóa phẩm len lỏi vào từng khía cạnh của cuộc sống, đáp ứng nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng ở mọi lứa tuổi, giới tính, trình độ, dân tộc, tôn giáo, nghề nghiệp khác nhau.

Song song với sự phát triển ở các doanh nghiệp kinh doanh luôn có những hạn chế nhất định như: sự cạnh tranh không lành mạnh, các văn hóa phẩm đồi trụy xâm nhập vào nước ta làm ảnh hưởng đến đời sống của một số bộ phận dân cư, đặc biệt là giới trẻ. Từ đó đặt ra yêu cầu đối với Nhà nước trong việc quản lý thị trường và tạo ra hành lang pháp lý thúc đẩy quá trình kinh doanh phát triển... Vậy làm thế nào để có giải pháp tối ưu cho các doanh nghiệp tồn tại và phát triển? Là sinh viên khoa Xuất bản – Phát hành, với mong muốn nghiên cứu, tìm hiểu nhiều hơn về mặt hàng văn hóa phẩm,

và đặc biệt là tìm hiểu việc làm thế nào để Công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An đạt được những kết quả kinh doanh tốt nhất. Xuất phát từ những lý do trên em đã quyết định chọn đề tài: “*Hoạt động kinh doanh văn hóa phẩm tại Công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An trong hai năm 2011-2012*”.

## **2. Mục đích nghiên cứu đề tài.**

Nghiên cứu tình hình kinh doanh văn hóa phẩm tại Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An để có cái nhìn tổng quát về hoạt động kinh doanh của Công ty trong hai năm 2011 – 2012. Trên cơ sở đó nắm được những thế mạnh của công ty cũng như đánh giá được những thách thức mà công ty đã và đang phải đối mặt trong quá trình hoạt động. Từ đó đưa ra những ý kiến đề xuất để công ty phát huy được các thế mạnh và khắc phục được những hạn chế của mình để góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài.**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: Hiện nay, trên thị trường mặt hàng văn hóa phẩm vô cùng phong phú và đa dạng. Song do thời gian có hạn nên em chỉ đi sâu phân tích một số mặt hàng chính như:

- + Các loại văn hóa phẩm truyền thống( tranh ảnh, lịch, pano, áp phích, khẩu hiệu, câu đối, cuốn thư...)
- + Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ
- + Các loại văn phòng phẩm
- + Các loại thiết bị giáo dục
- + Các biểu mẫu hành chính kế toán
- + Các vật tư văn hóa thông tin khác

Phạm vi nghiên cứu đề tài: Nghiên cứu tình hình kinh doanh văn hóa phẩm của Công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An trong hai năm 2011-2012.

## **4. Phương pháp nghiên cứu đề tài.**

Trong quá trình thực hiện đề tài, em có sử dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp phân tích, thống kê tổng hợp.

- Phương pháp điều tra xã hội học
- Phương pháp khảo sát trực tiếp tại hiện trường.
- Phương pháp so sánh.

## **5. Bố cục của đề tài.**

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận gồm có 3 chương:

*Chương 1: Nhận thức chung về kinh doanh văn hóa phẩm và ý nghĩa của kinh doanh văn hóa phẩm đối với Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.*

*Chương 2: Hoạt động kinh doanh văn hóa phẩm tại ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.*

*Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty cổ phần phát hành sách Nghệ An.*

Tuy đã có nhiều cố gắng, song bài viết còn nhiều thiếu sót do kinh nghiệm nghiên cứu còn hạn chế cũng như gặp phải một số khó khăn trong quá trình tìm hiểu thực tế. Chính vì thế em mong nhận được những ý kiến đóng góp của thầy cô để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết kinh doanh văn hóa phẩm từ năm 2010 đến năm 2012 của Công ty cổ phần Phát hành sách Nghệ An.
2. Cẩm nang quản lý kinh doanh tiêu thụ (2009), NXB Lao động - Xã hội.
3. Luật doanh nghiệp (2005), NXB Quốc gia Hà Nội
4. Luật Xuất bản số 30/2004/QH11
5. PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm (2002), Đại cương kinh doanh Xuất bản phẩm, Bộ VH TT – DL, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.
6. Ths. Đặng Bích Phượng (2010), Tài liệu môn học Mặt hàng Văn hóa phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.
7. Ths. Lê Phương Nga (2011), Tài liệu môn học Marketing, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.
8. TS. Đặng Thị Toan (2011), Tài liệu môn học Nghiên cứu Nhu cầu Xuất bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.
9. TS. Đỗ Thị Quyên (2011), Tài liệu môn học Tổ chức tiêu thụ Xuất bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.