

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



***HOẠT ĐỘNG  
KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM  
NGOẠI VĂN TẠI CÔNG TY TNHH MỘT  
THÀNH VIÊN NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI  
TRONG HAI NĂM 2011 – 2012***

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : TS. Đỗ Thị Quyên

*Sinh viên thực hiện* : Lê Thị Bình An

*Lớp* : PHXBP28B

**Hà Nội - 2013**

## MỤC LỤC

<b>LỜI NÓI ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 1. NHẬN THỨC CHUNG VỀ KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM NGOẠI VĂN VÀ Ý NGHĨA CỦA HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM NGOẠI VĂN TRONG XU THẾ HỘI NHẬP .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Khái niệm xuất bản phẩm ngoại văn và kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Đặc điểm của kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn .....</b>	<b>6</b>
1.2.1. Đặc điểm về thị trường.....	6
1.2.2. Đặc điểm về hàng hóa .....	9
1.2.3. Đặc điểm về khách hàng .....	10
1.2.4. Đặc điểm về mục tiêu kinh doanh .....	11
<b>1.3. Những khâu nghiệp vụ cơ bản của kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn. ...</b>	<b>13</b>
1.3.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường xuất bản phẩm ngoại văn.....	13
1.3.2. Tổ chức tài chính. ....	15
1.3.3. Tổ chức xuất bản các xuất bản phẩm ngoại văn. ....	16
1.3.4. Tổ chức xúc tiến tiêu thụ xuất bản phẩm ngoại văn.....	19
1.3.5. Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm ngoại văn .....	21
1.3.6. Phân tích và đánh giá kết quả kinh doanh.....	24
<b>1.4. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn đối với NXB Thế giới .....</b>	<b>25</b>
1.4.1. Kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn góp phần tuyên truyền đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước .....	25

1.4.2. Kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn góp phần thực hiện giao lưu văn hóa giữa Việt Nam với các quốc gia trên thế giới .....	26
1.4.3. Kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn tạo điều kiện cho doanh nghiệp xâm nhập và mở rộng thị trường.....	27
1.4.4. Kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn mang lại lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp và quốc gia .....	28
<b>CHƯƠNG 2. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM NGOẠI VĂN TẠI NXB THẾ GIỚI.....</b>	<b>30</b>
<b>2.1. Vài nét về NXB Thế giới.....</b>	<b>30</b>
2.1.1. Sự hình thành và phát triển của NXB .....	30
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của NXB.....	34
2.1.3. Cơ cấu tổ chức của NXB.....	34
<b>2.2. Vài nét về môi trường hoạt động của NXB Thế giới.....</b>	<b>38</b>
2.2.1. Môi trường chính trị - pháp luật .....	38
2.2.2. Môi trường kinh tế .....	39
2.2.3. Môi trường văn hóa – xã hội .....	41
2.2.4. Môi trường cạnh tranh.....	42
<b>2.3. Tình hình tổ chức hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới trong 2 năm 2011 – 2012.....</b>	<b>44</b>
2.3.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường xuất bản phẩm ngoại văn .....	44
2.3.2. Tổ chức tài chính tại NXB Thế giới.....	50
2.3.3. Tổ chức xuất bản các xuất bản phẩm ngoại văn.....	56
2.3.3.1. Quy trình xuất bản các xuất bản phẩm ngoại văn.....	56
2.3.3.2. Kết quả hoạt động xuất bản các xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới trong hai năm 2011 – 2012.....	66

---

2.3.4. Tổ chức xúc tiến kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn .....	68
2.3.5. Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm ngoại văn .....	74
2.3.5.1. Tổ chức mạng lưới tiêu thụ xuất bản phẩm ngoại văn.....	75
2.3.5.2. Các hình thức tiêu thụ xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới....	78
2.3.6. Phân tích và đánh giá Kết quả hoạt động kinh doanh của NXB Thế giới trong hai năm 2011 - 2012.....	86
<b>2.4. Nhận xét chung .....</b>	<b>93</b>
2.4.1. Những thành tựu đã đạt được.....	93
2.4.2. Những tồn tại cần khắc phục.....	98
<b>CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI.....</b>	<b>101</b>
<b>3.1. Những thuận lợi, khó khăn và phương hướng hoạt động của NXB Thế giới trong thời gian năm tới .....</b>	<b>101</b>
3.1.1. Những thuận lợi và khó khăn của NXB.....	101
3.1.2. Phương hướng hoạt động của NXB Thế giới trong thời gian tới .....	104
<b>3.2. Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của NXB Thế giới.....</b>	<b>106</b>
3.2.1. Một số kiến nghị đối với cơ quan Nhà nước.....	106
3.2.2. Đối với NXB Thế giới .....	109
3.2.2.1. Tập trung nâng cao chất lượng các xuất bản phẩm ngoại văn. ....	109
3.2.2.2. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu nhu cầu.....	111
3.2.2.3. Tăng cường công tác xúc tiến kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn. ...	112
3.2.2.4. Tăng cường nghiệp vụ xuất khẩu.....	114

3.2.2.5. Tăng cường bộ máy lãnh đạo của NXB, nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ công nhân viên .....	115
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>116</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>117</b>
<b>PHỤ LỤC</b> .....	<b>118</b>

## LỜI NÓI ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài.

Trong những năm vừa qua nền kinh tế nước ta có những bước phát triển vượt bậc. Đó là kết quả của những chính sách kinh tế mở cửa thông thoáng của Đảng và Nhà nước. Hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo cơ hội lớn cho tất cả các doanh nghiệp Việt Nam gia nhập vào thị trường khu vực và thế giới. Cùng với quá trình đổi mới phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, Đảng ta đã khẳng định toàn cầu hóa là xu thế khách quan, một mặt tạo ra những điều kiện cho ta cơ hội để hội nhập quốc tế, thực hiện bước “đi tắt đón đầu”, một mặt đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Từ nhiều năm nay, những tinh hoa của văn hóa Việt Nam, trước hết là văn hóa truyền thống, cùng với những trang lịch sử hào hùng đã có sức mê hoặc khá lớn đối với nhiều cộng đồng dân tộc trên thế giới. Trong quá trình giao lưu, hội nhập và phát triển liên tục ấy, sự bùng nổ công nghệ thông tin giúp cho thế giới xích lại gần nhau một cách nhanh chóng hơn, đó là một cơ hội lớn để văn hóa Việt Nam có thể tiếp cận, lan tỏa với văn hóa thế giới. Ở nước ta hiện nay, ngoại giao văn hóa được coi là trụ cột thứ ba của ngành ngoại giao, cùng với hai trụ cột chính là chính trị và kinh tế. Ngoại giao văn hóa có thể hiểu là việc sử dụng các giá trị văn hóa, hình thức văn hóa, lợi thế văn hóa để thúc đẩy quan hệ với các quốc gia khác. Đồng thời, sử dụng nội dung ngoại giao, quan hệ ngoại giao để tôn vinh giá trị văn hóa dân tộc, giao lưu, trao đổi để các quốc gia, các dân tộc ngày càng hiểu biết và tôn trọng các giá trị văn hóa và bản sắc của nhau.

Kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn góp phần đẩy nhanh sự phát triển của xã hội bằng con đường giao lưu văn hóa, góp phần quan trọng trên con đường quảng bá hình ảnh và con người Việt Nam ra bạn bè quốc tế.

Ở Việt Nam hiện nay, Công ty TNHH Một thành viên Nhà xuất bản Thế

giới (gọi tắt là NXB Thế giới) là một đơn vị nhà nước chuyên xuất bản và phát hành xuất bản phẩm ngoại văn. Đây là một đơn vị có uy tín hàng đầu trong việc thực hiện nhiệm vụ thông tin đối ngoại của quốc gia, thông qua loại hàng hóa đặc thù là xuất bản phẩm với hàng loạt xuất bản phẩm được dịch ra nhiều thứ tiếng khác nhau như: Anh, Trung Quốc, Pháp, Tây Ban Nha, Đức...

Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn trong xu thế hội nhập hiện nay, cùng với mong muốn nắm được những mặt mạnh cũng như những thách thức mà NXB Thế giới đang phải đối mặt để NXB có thể tìm ra được những phương thức kinh doanh mang lại hiệu quả cao hơn, em mạnh dạn lựa chọn đề tài: ***“Hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn tại Công ty TNHH Một thành viên Nhà xuất bản Thế giới trong hai năm 2011 – 2012”*** làm đề tài cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

## **2. Mục đích nghiên cứu đề tài.**

Nghiên cứu tình hình kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn tại NXB Thế giới để có cái nhìn tổng quát về hoạt động kinh doanh của NXB trong hai năm 2011 – 2012. Trên cơ sở đó nắm được những thế mạnh của NXB cũng như đánh giá được những thách thức mà NXB Thế giới đã và đang phải đối mặt trong thời kỳ hội nhập hiện nay. Trên cơ sở phản ánh một cách khách quan hoạt động của NXB, khóa luận đưa ra những ý kiến đề xuất để NXB Thế giới phát huy được các thế mạnh và khắc phục được những hạn chế của mình để góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho NXB.

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

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: Hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới.

Phạm vi nghiên cứu đề tài: Nghiên cứu tình hình kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới trong hai năm 2011 – 2012.

#### **4. Nội dung nghiên cứu.**

Nội dung tổng quát của đề tài là: Hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới trong hai năm 2011 – 2012. Đề tài đi sâu vào nghiên cứu một số vấn đề cơ bản sau:

- Nghiên cứu đặc điểm và vai trò của xuất bản phẩm ngoại văn đối với NXB Thế giới và đời sống xã hội.
- Nghiên cứu tình hình kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn của NXB Thế giới trong hai năm 2011 – 2012.
- Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn tại NXB Thế giới.

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

Trong quá trình thực hiện đề tài, em 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.

#### **6. Bố cục khóa luận.**

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

*Chương 1: Nhận thức chung về kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn và ý nghĩa của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn.*

*Chương 2: Tình hình kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn tại NXB Thế giới trong hai năm 2011 – 2012.*

*Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ngoại văn tại NXB Thế giới.*

Tuy đã có nhiều cố gắng song khóa luận của em còn nhiều thiếu sót do kinh nghiệm nghiên cứu còn hạn chế cũng như gặp phải một số khó khăn trong quá



trình 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.

Trong quá trình thực hiện khóa luận, ngoài sự nỗ lực của bản thân, em đã nhận được sự ủng hộ, giúp đỡ của các thầy cô giáo khoa Xuất bản – Phát hành, các cô chú anh chị tại NXB Thế giới và đặc biệt là sự quan tâm, hướng dẫn tận tình của TS. Đỗ Thị Quyên đã giúp em hoàn thành khóa luận này.

***Em xin chân thành cảm ơn!***

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của NXB Thế giới trong hai năm 2011 – 2012.
2. Bài giảng của giảng viên khoa Xuất bản - Phát hành – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội:
  - Các mặt hàng sách – Th.s Nguyễn Văn Minh.
  - Khai thác mặt hàng Xuất bản phẩm – Th.s Phùng Quốc Hiếu
  - Nghiên cứu nhu cầu Xuất bản phẩm – Th.s Đặng Thị Toan.
  - Nghiệp vụ Xuất nhập khẩu Xuất bản phẩm – Th.S Trịnh Tùng
  - Phân tích hoạt động kinh doanh – Th.s Phạm Văn Phê.
  - Tổ chức tiêu thụ Xuất bản phẩm – TS Đỗ Thị Quyên
  - Quản trị doanh nghiệp phát hành xuất bản phẩm – Th.s Trần Dũng Hải.
3. Giáo trình “ Đại cương Phát hành Xuất bản phẩm” – PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm.
4. Khóa luận của sinh viên các khóa trên.
5. Luật Xuất bản sửa đổi năm 2012.
6. Luật Thương mại.
7. Catalogue 2012 – Nhà xuất bản Thế giới.
8. Kỷ yếu “Nửa thế kỷ quảng bá đất nước ra thế giới” – Nhà xuất bản Thế giới.
9. Website của Nhà xuất bản Thế giới:  
<http://www.thegioipublishers.com.vn>
10. Website Tạp chí Cửa sổ Văn hóa Việt Nam:  
<http://www.vietnamculturalwindow.com>