

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

ୱୱୱୱୱ ୱୱୱୱୱ ୱୱୱୱୱ



***PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM
NĂM 2009***

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN : THS. PHẠM VĂN PHÊ

SINH VIÊN THỰC HIỆN : LÊ XUÂN THỨC

LỚP : PHXBP

Hà Nội – 2010

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
1. Lý do chọn đề tài.	5
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.	6
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	6
4. Phương pháp nghiên cứu.....	6
5. Kết cấu của khóa luận.....	6
6. Đóng góp của khóa luận.....	7
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VÀ Ý NGHĨA CỦA PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ĐỐI VỚI CÔNG TY NHÃ NAM	
1.1 NHẬN THỨC CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM.	
1.1.1 Khái niệm và đối tượng nghiên cứu của phân tích hoạt động kinh doanh XBP.	
1.1.1.1 Khái niệm.	
1.1.1.2 Đối tượng nghiên cứu của phân tích hoạt động kinh doanh XBP.	
1.1.2 Tính tất yếu khách quan của phân tích hoạt động kinh doanh XBP trong nền kinh tế thị trường.	
1.1.3 Nội dung, nhiệm vụ và các chỉ tiêu chủ yếu của phân tích hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm.	
1.1.3.1 Nội dung của phân tích hoạt động kinh doanh XBP.	
1.1.3.2 Nhiệm vụ của phân tích hoạt động kinh doanh XBP.	
1.1.3.3 Các chỉ tiêu chủ yếu trong phân tích:	
1.1.4 Một số phương pháp chủ yếu trong phân tích hoạt động kinh doanh XBP	
1.1.4.1 Phương pháp so sánh: Cần tuân thủ 3 nguyên tắc:	
1.1.4.2 Phương pháp thay thế liên hoàn.	
1.1.4.3 Phương pháp cân đối.	
1.1.4.4 Phương pháp chi tiết.	

1.2 Ý NGHĨA CỦA PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM.

1.2.1 Phân tích hoạt động kinh doanh giúp công ty Nhã Nam đánh giá được đầy đủ và sâu sắc mọi hoạt động kinh doanh.

1.2.2 Phân tích hoạt động kinh doanh giúp công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam đánh giá đầy đủ mặt mạnh và yếu trong công tác quản lý.

1.2.3 Phân tích hoạt động kinh doanh giúp công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam tìm ra các biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và đưa ra kế hoạch kinh doanh trong thời gian tới.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM NĂM 2009

2.1 KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM.

2.1.1 Sự hình thành và phát triển, chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức của công ty.

2.1.1.1 Sự hình thành và phát triển của công ty.

2.1.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty.

2.1.1.3 Cơ cấu tổ chức của công ty.

2.1.2 Môi trường kinh doanh của công ty

2.1.2.1 Môi trường bên ngoài.

2.1.2.2 Môi trường bên trong.

2.1.3 Kết quả kinh doanh của công ty những năm gần đây

2.1.3.1 Tình hình kinh doanh chung của công ty.

2.1.3.2 Kết quả kinh doanh các năm 2006, 2007 và 2008.

2.1.3.3 Kết quả kinh doanh của công ty năm 2009.

2.2 PHÂN TÍCH MỘT SỐ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY NHÃ NAM NĂM 2009.

2.2.1 Phân tích tình hình sử dụng lao động.

- 2.2.1.2 Phân tích tình hình sử dụng lao động về mặt chất lượng.
- 2.2.2 Phân tích tình hình thực hiện chi phí tiền lương.
- 2.2.3 Phân tích tình hình tiêu thụ và lợi nhuận về tiêu thụ XBP.
 - 2.2.3.1 Phân tích tình hình tiêu thụ XBP.
 - 2.2.3.2 Phân tích tình hình lợi nhuận.
- 2.2.4 Phân tích tình hình tài chính.
 - 2.2.4.1 Phân tích tình hình tài sản và nguồn vốn
 - 2.2.4.2 Phân tích tình hình công nợ và khả năng thanh toán
- 2.3 Đánh giá hoạt động kinh doanh của công ty Nhã Nam năm 2009.
 - 2.3.1 Ưu điểm
 - 2.3.2 Hạn chế

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY NHÃ NAM

- 3.1 PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA CÔNG TY NHÃ NAM TRONG THỜI GIAN TỚI.
 - 3.1.1 Mở rộng phạm vi kinh doanh, mở rộng thị trường.
 - 3.1.2 Xây dựng chiến lược cạnh tranh.
 - 3.1.3 Xây dựng và phát triển thương hiệu, uy tín Công ty
- 3.2 MỘT SỐ Ý KIẾN NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM.
 - 3.2.1 Nâng cao hiệu quả sử dụng lao động.
 - 3.2.2 Giải pháp về vốn.
 - 3.2.3 Đẩy mạnh xúc tiến tiêu thụ XBP
 - 3.2.4 Tăng cường bộ máy quản lý

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO8

PHỤ LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Kinh tế nước ta đang chuyển mình theo thời gian và dần dần bắt kịp với các nền kinh tế lớn mạnh trên thế giới. Có rất nhiều cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp. Yêu cầu đặt ra trước mắt cho các doanh nghiệp nước ta đó là phải đáp ứng yêu cầu ngày một cao và hoàn thiện mình của cơ chế thị trường. Do đó, các doanh nghiệp muốn tồn tại phải nhạy bén và phải xây dựng cho mình một hệ thống các chiến lược kinh doanh một cách có qui mô và hoàn chỉnh, trước mắt và lâu dài, phù hợp với hoàn cảnh và thời điểm cụ thể. Để đủ sức đáp ứng yêu cầu của thị trường cạnh tranh mạnh mẽ này thì các doanh nghiệp phải xem xét các hoạt động kinh doanh của mình ở cả hai phía bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Để hoạt động kinh doanh có hiệu quả, hoàn thành các mục tiêu đã đề ra, đòi hỏi các nhà lãnh đạo phải luôn tiến hành xem xét, phân tích và đánh giá các quyết định kinh doanh của mình để thấy rõ các ưu điểm và hạn chế trong việc thực hiện các quyết định kinh doanh đó. Từ đó kịp thời điều chỉnh hoạt động kinh doanh của mình đi đúng hướng, phù hợp và đạt hiệu quả.

Phân tích hoạt động kinh doanh (HĐKD), có vai trò đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp kinh doanh XBP nói riêng trong việc ra quyết định kinh doanh, kiểm tra lại quyết định kinh doanh và tìm ra các giải pháp kinh doanh tối ưu. Với ý nghĩa đó, qua thực tiễn tiếp cận với hoạt động kinh doanh tại công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam, kết hợp với kiến thức đã học ở trường đại học văn hóa Hà nội tôi đã lựa chọn đề tài: **“Phân tích hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam năm 2009”** làm bài luận văn tốt nghiệp cho mình.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu.

Do điều kiện thời gian và kiến thức có hạn bài khóa luận đi sâu làm rõ một số vấn đề sau:

+ Cơ sở lý luận về phân tích hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm(XBP) trong đó đi sâu vào phân tích vai trò đặc biệt của phân tích hoạt động kinh đối với công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam.

+ Phân tích một số chỉ tiêu về tình hình kinh doanh của công ty trong hai năm 2008 và 2009, cụ thể là: chi phí lao động, tiền lương, tình hình tiêu thụ, lợi nhuận, tình hình tài chính.

+ Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Bài khóa luận đi sâu vào phân tích, đánh giá diễn biến và kết quả kinh doanh XBP của công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam hoạt động trong lĩnh vực phát hành XBP. Nhưng trong đó chú trọng tình hình kinh doanh XBP của công ty trong năm 2009.

4. Phương pháp nghiên cứu.

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

+ Phương pháp duy vật biện chứng Mác – Lên làm nền tảng nghiên cứu chung của các phương pháp.

+ Phương pháp chi tiết, phương pháp so sánh, phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp,

5. Kết cấu của khóa luận

Nội dung của khóa luận ngoài phần mở đầu và kết luận được trình bày qua 3 chương sau đây:

Chương 1: Những vấn đề cơ bản và ý nghĩa của phân tích hoạt động kinh doanh đối công ty Nhã Nam.

Chương 2: Phân tích hoạt động kinh doanh tại công ty Nhã Nam năm 2009.

Chương 3: Phương hướng phát triển của công ty và một số đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty Nhã Nam.

6. Đóng góp của khóa luận

Đã đưa ra được những cơ sở lý luận, tính tất yếu khách quan về phân tích hoạt động kinh doanh và ý nghĩa của nó với công ty văn hóa và truyền thông Nhã Nam.

Phân tích hoạt động kinh doanh tại công ty về môi trường kinh doanh, các yếu tố về lao động, tiền lương, tình hình tiêu thụ, lợi nhuận và tài chính của công ty. Qua đó đánh giá ưu điểm và hạn chế của công ty và đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các kế hoạch kinh doanh của công ty tiếp theo.

Trong quá trình thực hiện đề tài do còn hạn chế về thời gian, trình độ lý luận và kinh nghiệm thực tiễn nên không tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được sự giúp đỡ, hướng dẫn và đóng góp ý kiến của thầy cô và bạn bè để bài viết hoàn thiện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Văn Đước, Đặng Kim Cương (1994), *Phân tích hoạt động kinh doanh*, Nxb Thống Kê, Hà Nội.
2. PGS.TS Phạm Thị Gái - Khoa Kế toán – ĐH KTQD HN (1997), *Giáo trình Phân tích hoạt động kinh doanh*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
3. TS Nguyễn Thế Khải – Học viện TCKT (2003), *Phân tích hoạt động kinh tế của doanh nghiệp*, Nxb Tài chính, Hà Nội.
4. Huỳnh Đức Lộc - ĐH Kinh tế TP.HCM (1997), *Phân tích hoạt động kinh tế doanh nghiệp*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
5. Võ Thanh Thu, Nguyễn Thị My (1997), *Kinh tế và phân tích hoạt động doanh nghiệp*, Nxb Thống Kê, Hà Nội.
6. Nguyễn Năng Phúc: giáo trình “*Phân tích hoạt động kinh doanh*”.
7. Giảng viên Trần Phương Ngọc: Bài giảng môn “*Kế toán doanh nghiệp xuất bản phẩm*”.
8. Th.s Phạm Văn Phê: Bài giảng môn “*Phân tích hoạt động kinh doanh*”.
9. Bảng cân đối kế toán và báo cáo kết quả kinh doanh năm 2008 – 2009 của công ty Cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam.
10. Th.s Nguyễn Phương Hoa: bài giảng môn “*tài chính doanh nghiệp phát hành xuất bản phẩm*”.
11. Nguyễn thị Anh: khóa luận “*Phân tích hoạt động kinh doanh tại công ty phát hành sách Hà Nội năm 2003*”