

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

📖 📚



**GIẢI PHÁP MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG XUẤT BẢN PHẨM CHO NHÀ  
XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA – SỰ THẬT**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN : THS. TRỊNH TÙNG  
SINH VIÊN THỰC HIỆN : NGUYỄN MAI ANH  
LỚP : XBPH 25**

**Hà Nội – 2010**

## MỤC LỤC

**LỜI MỞ ĐẦU..... 4**  
**CHƯƠNG I :NHẬN THỨC CHUNG VỀ MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG VÀ Ý NGHĨA CỦA VIỆC MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG ĐỐI VỚI NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA – SỰ THẬT.**

1.1. Một số khái niệm

1.1.1. *Xuất bản phẩm*

1.1.2. *Thị trường*

1.1.3. *Thị trường xuất bản phẩm*

1.1.4. *Mở rộng thị trường xuất bản phẩm*

1.2. Nội dung của hoạt động mở rộng thị trường

1.2.1. *Nghiên cứu các yếu tố chủ quan*

1.2.2. *Nghiên cứu các yếu tố khách quan*

**1.2.3. Các chiến lược mở rộng thị trường**

**1.3. Ý nghĩa của việc mở rộng thị trường cho Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật**

1.3.1. *Tuyên truyền, phổ biến chủ nghĩa Mác- Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh; chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách pháp luật của Nhà nước*

1.3.2. *Đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, học tập và nghiên cứu các vấn đề lý luận chính trị, pháp luật của người dân.*

1.3.3. *Mang lại lợi ích kinh tế cho Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật*

**CHƯƠNG II:**

**THỰC TRẠNG MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG Ở NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA - SỰ THẬT TỪ 2007 ĐẾN NAY**

2.1. Tổng quan về Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật

2.1.1. *Quá trình hình thành và phát triển*

2.1.2. *Chức năng, nhiệm vụ*

2.1.3. *Tổ chức bộ máy*

2.2. Môi trường hoạt động

2.2.1. *Môi trường chính trị - pháp luật*

2.2.2. *Môi trường kinh tế - nhân khẩu*

2.2.3. *Môi trường văn hóa*

2.2.4. *Môi trường khoa học-công nghệ***Error! Bookmark not defined.**

2.2.5. *Môi trường cạnh tranh*

2.3. Các giải pháp mở rộng thị trường của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật.

2.3.1. *Giải pháp xâm nhập thị trường*

2.3.2. *Giải pháp phát triển sản phẩm*

2.3.3. *Giải pháp phát triển thị trường*

2.3.4. *Giải pháp đa dạng hóa kinh doanh*

2.4. **Đánh giá kết quả hoạt động mở rộng thị trường của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật.**

2.4.1. *Hoạt động xuất bản*

2.4.2. *Hoạt động phát hành*

2.4.3. *Hoạt động truyền thông marketing và xúc tiến tiêu thụ*

2.4.4. *Nguyên nhân*

### **CHƯƠNG III :MỘT SỐ ĐỀ XUẤT THỨC ĐẨY HOẠT ĐỘNG MỞ RỘNG THỊ TRƯỜNG Ở NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA – SỰ THẬT**

3.1. **Phương hướng, mục tiêu phát triển của Nhà xuất bản chính trị quốc gia – Sự thật**

3.1.1. *Phương hướng phát triển*

3.1.2. *Mục tiêu đến năm 2015*

3.2. **Kiến nghị**

3.2.1. *Về phía nhà nước*

3.2.2. *Về phía Nhà xuất bản*

### **KẾT LUẬN**

**DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO ..... 7**

## LỜI MỞ ĐẦU

Nền kinh tế Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ trên con đường kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, ngành kinh doanh xuất bản phẩm - một ngành kinh doanh có điều kiện cũng không nằm ngoài xu thế đó. Các đơn vị hoạt động trong ngành phải tìm cách thích ứng và phát triển trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật là Nhà xuất bản lớn nhất của Đảng và Nhà nước Việt Nam có nhiệm vụ biên tập và xuất bản các loại sách lý luận, chính trị và pháp luật. Công tác tiêu thụ sách của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật không chỉ đem lại hiệu quả kinh tế cho đơn vị mà còn có vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước đến mọi tầng lớp nhân dân. Đặc biệt, bắt đầu từ năm 2007, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật triển khai thực hiện việc chuyển đổi hoạt động theo Nghị định 43/2006/NĐ-CP ngày 25-06-2006 của Chính phủ quy định quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, biên chế và tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập. Đây vừa là cơ hội, điều kiện, vừa đặt ra những yêu cầu, thách thức đối với Nhà xuất bản. Trước tình hình này, một trong những vấn đề trọng tâm nhằm đưa Nhà xuất bản phát triển vững mạnh trên đôi chân tự chủ là mở rộng thị trường cho các xuất bản phẩm, đặc biệt là mặt hàng sách lý luận chính trị và pháp luật truyền thống của Nhà xuất bản. Do đó, việc mở rộng thị trường là yêu cầu tất yếu khách quan đối với Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật nhằm đảm bảo được mục tiêu xã hội và hạch toán kinh doanh có lãi. Nhận thức được điều đó, em đã lựa chọn đề tài: “Giải pháp mở rộng thị trường xuất bản phẩm cho Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật” với hy vọng đề tài này có thể đóng góp một phần nhỏ vào sự phát triển của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật trong bối cảnh mới hiện nay.

**Mục đích nghiên cứu của đề tài:**

Trên cơ sở kiến thức lý luận được tiếp thu trên lớp và kiến thức thực tế đã quan sát và học hỏi được đề đề xuất một số ý kiến nhằm thúc đẩy hoạt động mở rộng thị trường ở Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật

**Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài:**

Nghiên cứu thực trạng hoạt động kinh doanh và những giải pháp mở rộng thị trường mà Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật đã áp dụng từ năm 2007 đến nay dưới góc độ Marketing. Từ đó đưa ra những nhận xét, đánh giá chung làm cơ sở để đề xuất các giải pháp cụ thể và phù hợp với đặc điểm, điều kiện và phương hướng, mục tiêu phát triển của Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật trong thời gian tới.

**Phương pháp nghiên cứu:**

Đề tài được nghiên cứu chủ yếu dựa trên các phương pháp sau:

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

**Bố cục của khóa luận:**

Ngoài các phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, khóa luận bao gồm ba chương lớn:

**Chương I: Nhận thức chung về mở rộng thị trường và ý nghĩa của việc mở rộng thị trường ở Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật.**

**Chương II: Thực trạng mở rộng thị trường ở Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật từ năm 2007 đến nay.**

**Chương III: Một số đề xuất thúc đẩy hoạt động mở rộng thị trường ở Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật.**

Trong quá trình nghiên cứu, do còn nhiều hạn chế cả về kiến thức lý luận lẫn kiến thức thực tiễn nên bài viết không tránh khỏi nhiều thiếu sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô để bài viết được hoàn

thiện hơn. Qua đây em cũng muốn gửi lời cảm ơn tới tất cả các thầy cô trong khoa Phát hành Xuất bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, đặc biệt là Th.s Trịnh Tùng, người đã giúp đỡ, bảo ban em tận tình, chu đáo để em có thể hoàn thành tốt bài khóa luận này.

***Em xin chân thành cảm ơn!***

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Mai Anh

## **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. GS. TS. Trần Minh Đạo, giáo trình *Marketing căn bản*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội 2006.
2. Jay Conrad Levinson, Al Lautenlager, *Marketing du kích trong 30 ngày*, NXB Lao động xã hội, 2008.
3. *Luật thương mại 2005*, NXB Chính trị quốc gia, 2007.
4. *Luật xuất bản 2004, sửa đổi bổ sung 2008*, NXB Chính trị quốc gia, 2008.
5. Nguyễn Thị Hằng, Khóa luận tốt nghiệp *Giải pháp mở rộng thị trường xuất bản phẩm cho công ty TNHH Văn hóa và Truyền thông Trí Việt*, 2008.
6. NXB Chính trị quốc gia, *Báo cáo tổng kết công tác năm 2009, triển khai nhiệm vụ năm 2010*.
7. NXB Chính trị quốc gia, *Các quy định quy chế hoạt động của NXB Chính trị quốc gia*, 2008.
8. Phillip Kotler, giáo trình *Marketing căn bản*, NXB Lao động xã hội, 2003.
9. Tạp chí *Nhịp cầu Tri thức* số 10 năm 2009 và số 1+2 năm 2010.
10. Th.s. Lê Thị Phương Nga, *Bài giảng môn Marketing trong Phát hành Xuất bản phẩm*, Khoa Phát hành Xuất bản phẩm, Đại học Văn hóa Hà Nội.
11. Th.s Trần Phương Ngọc, *Bài giảng môn Thương mại điện tử*, Khoa Phát hành Xuất bản phẩm, Đại học Văn hóa Hà Nội.
12. Th.s Trịnh Tùng, *Bài giảng môn Kinh tế vi mô*, Khoa Phát hành Xuất bản phẩm, Đại học Văn hóa Hà Nội.
13. TS. Đỗ Thị Quyên, *Bài giảng môn Tiêu thụ trong Phát hành Xuất bản phẩm*, Khoa Phát hành Xuất bản phẩm, Đại học Văn hóa Hà Nội.
14. Website NXB Chính trị quốc gia – Sự thật [www.nxbctqg.org.vn](http://www.nxbctqg.org.vn)
15. Website Tạp chí *Nhịp cầu Tri thức* [www.nhipcautrithuc.vn](http://www.nhipcautrithuc.vn)
16. Website Bộ Thông tin và Truyền thông [www.mic.gov.vn](http://www.mic.gov.vn)

17. Một số website và tài liệu khác.