

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM
CỦA CÔNG TY HABECO TRONG 2 NĂM 2012 - 2013

Sinh viên thực hiện : NGUYỄN THANH HẢI

Lớp : PH 29B

Người hướng dẫn : Th.S. ĐẶNG THỊ BÍCH PHƯỢNG

HÀ NỘI – 2014

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và rèn luyện ở mái trường Đại học Văn Hóa Hà Nội, là một sinh viên chuyên ngành Xuất bản - Phát hành. em luôn nhận được sự chỉ dạy tận tình và học hỏi được nhiều kinh nghiệm quý báu của thầy cô giáo trong khoa giúp em hiểu hơn ý nghĩa, vị trí qua trọng của ngành nghề em đã theo học. Qua đây, em xin được gửi lời cảm ơn chân thành tới:

Ban giám hiệu, Phòng đào tạo, các thầy cô Khoa Xuất bản – Phát hành trường Đại Học Văn hóa Hà Nội đã trang bị những kiến thức lý luận và thực tiễn trong suốt quá trình học tập tại trường. Cảm ơn bạn bè, anh chị khóa trước giúp đỡ tạo điều kiện cho em trong quá trình tìm kiếm tài liệu và kinh nghiệm trong qua trình làm bài.

Em xin gửi lời cảm ơn đặc biệt tới Giảng viên Thạc sĩ Đặng Thị Bích Phượng - người trực tiếp hướng dẫn tận tình ân cần và tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp em hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp này.

Các thầy cô trong hội đồng chấm khóa luận đã cho em những ý kiến đóng góp quý báu để hoàn khóa luận của em hoàn thiện hơn.

Ban lãnh đạo, các cô chú, anh chị phòng kinh doanh của HABECO, cũng như anh chị ở Cửa hàng Sách Giáo dục (địa chỉ 187B Giang Võ – Đồng Đa – Hà Nội) đã tạo điều kiện giúp đỡ em hoàn thành bài khóa luận.

Em xin chân thành cảm ơn !

MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT	6
DANH MỤC BẢNG BIỂU	7
LỜI MỞ ĐẦU	8
1. Lý do chọn đề tài.....	8
2. Mục đích nghiên cứu.....	9
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	9
4. Phương pháp nghiên cứu.....	9
5. Ý nghĩa thực tiễn và ý nghĩa khoa học.....	10
6. Bố cục đề tài.....	10
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VĂN HÓA PHẨM VÀ KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM	11
1.1 Nhận thức chung về Văn hóa phẩm	11
<i>1.1.1 Khái niệm Văn hóa phẩm</i>	<i>11</i>
<i>1.1.2 Đặc điểm chung của Văn hóa phẩm</i>	<i>12</i>
<i>1.1.3 Cơ cấu các nhóm hàng Văn hóa phẩm.</i>	<i>17</i>
<i>1.1.4 Vai trò của Văn hóa phẩm trong đời sống xã hội</i>	<i>23</i>
1.2. Kinh doanh Văn hóa phẩm	25
<i>1.2.1 Khái niệm kinh doanh Văn hóa phẩm</i>	<i>25</i>
<i>1.2.2. Các nghiệp vụ cơ bản khi tổ chức kinh doanh Văn hóa phẩm</i> .	<i>26</i>
<i>1.2.2.1. Nghiên cứu nhu cầu về Văn hóa phẩm</i>	<i>26</i>
<i>1.2.2.2. Hoạt động khai thác mặt hàng Văn hóa phẩm</i>	<i>27</i>
<i>1.2.2.3. Tiêu thụ và xúc tiến tổ chức tiêu thụ mặt hàng Văn hóa phẩm</i> .	<i>30</i>
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM CỦA CÔNG TY HABECO 2012 - 2013	37
2.1. Khái quát chung về Công ty HABECO	37
2.2. Môi trường kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty HABECO	46

2.2.1. <i>Môi trường chính trị - pháp luật</i>	46
2.2.2. <i>Môi trường kinh tế</i>	47
2.2.3. <i>Môi trường Văn hóa giáo dục</i>	49
2.2.4. <i>Môi trường khoa học công nghệ</i>	49
2.3. Thực trạng hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty HABECO năm 2012 – 2013	50
2.3.1. <i>Tổ chức nghiên cứu nhu cầu Văn hóa phẩm trên thị trường</i> ...	50
2.3.2. <i>Hoạt động khai thác và phát triển nhu cầu Văn hóa phẩm</i>	56
2.3.3. <i>Các biện pháp xúc tiến tiêu thụ mặt hàng Văn hóa phẩm</i>	60
2.3.4. <i>Tổ chức tiêu thụ văn hóa phẩm</i>	65
2.4. Đánh giá chung về hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty HABECO năm 2012-2013	68
2.4.1. <i>Nhận xét kết quả kinh doanh của HABECO năm 2013-2013</i> ..	68
2.4.2. <i>Ưu điểm</i>	69
2.4.3. <i>Nhược điểm</i>	71
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM CỦA CÔNG TY HABECO	73
3.1. Xu hướng phát triển của HABECO trong những năm tới	73
3.2. Một số giải pháp khắc phục khó khăn và nâng cao hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của HABECO	75
3.2.1. <i>Giải pháp vĩ mô</i>	75
3.2.1.1. <i>Từ phía Nhà Nước</i>	75
3.2.1.2. <i>Đối với Nhà xuất bản Giáo dục</i>	78
3.2.2. <i>Giải pháp vi mô</i>	80
KẾT LUẬN	83
TÀI LIỆU THAM KHẢO	84
PHỤ LỤC	85

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thị trường, cuộc sống của con người ngày càng được nâng cao, không chỉ là đời sống vật chất mà con người tìm về với giá trị tinh thần. Nhu cầu của con người ngày càng được đa dạng và phong phú hơn về cả nội dung và hình thức thưởng thức những giá trị văn hóa đó, nó không chỉ thể hiện vật chất mà đó là sự hiểu biết và trình độ của mỗi cá nhân trước kiến thức của nhân loại. Đáp ứng nhu cầu tình hình thị trường trong và ngoài nước, mặt hàng xuất bản phẩm nói chung và văn hóa phẩm nói riêng. Văn hóa phẩm là một mặt hàng không thể thiếu trong quá trình sản xuất kinh doanh xuất bản phẩm bởi văn hóa phẩm mang lại hiệu quả kinh tế cao là một trong những sản phẩm thiết yếu phục vụ đời sống văn hóa tinh thần của con người.

Với sự hội nhập kinh tế thế giới và sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ làm cho thị trường Văn hóa phẩm cũng trở nên sôi động hơn. Các mặt hàng Văn hóa phẩm không chỉ trở nên phong phú hơn mà còn phải nói đến sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế trong việc sản xuất và kinh doanh. Góp phần đáp ứng kịp thời nhu cầu của thị trường. Cũng như thể hiện sự nhạy bén trong kinh doanh, trước một thị trường đầy tiềm năng và nó không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà cả lợi ích tinh thần xã hội. Mọi thứ, luôn có mặt trái của nó, bên cạnh những văn hóa phẩm mang mục đích tốt thực hiện những nhiệm vụ văn hóa, thì cũng có những văn hóa phẩm xuất hiện với mục đích kinh tế mang ý nghĩa xấu làm ảnh hưởng tới trước mắt là uy tín sau đó là giá trị văn hóa của khách hàng.

Đứng trước những thuận lợi cũng như những thách thức đó, HABECO (D14-D6 Khu đô thị mới Cầu Giấy P.Dịch Vọng, Q.Cầu Giấy, TP. Hà Nội), được thành lập năm 2000, kinh doanh mặt hàng chính là sách giáo dục, kết hợp với mặt hàng Văn hóa phẩm đáp ứng cũng như hỗ trợ cho các mặt hàng sách trong quá trình học tập của mọi lứa tuổi, cũng như quá trình kinh doanh

của doanh nghiệp. Trước nhu cầu củathị trường trong nước, cũng như sự xuất hiện của nhiều thành phần kinh doanh Văn hóa phẩm trên thị trường. HABECO luôn phải có những bước chuyển mình và không ngừng thay đổi cho phù hợp với sự biến động của thị trường. Nhận thức được những khó khăn cũng như thách thức mà Công ty đã vượt qua cũng như những thành tựu đã đạt được. Em mạnh dạn lựa chọn đề tài :**“Hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty HABECO trong 2 năm 2012-2013”**, làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

- Hệ thống hóa trên cơ sở lý luận về Văn hóa phẩm và tình hình kinh doanh Văn hóa phẩm từ đó thấy được vai trò cũng như tác động của nó đối với Công ty và xã hội.
- Nghiên cứu thực trạng kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty
- Đề xuất một số giải pháp góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đề tài đi sâu tìm hiểu hoạt động kinh doanh mặt hàng Văn hóa phẩm tại Công ty Cổ phần Sách tại thành phố Hà Nội, để qua đó có thể thấy được hiệu quả kinh doanh của công ty, cũng như có cái nhìn chính xác về kết quả kinh doanh của công ty trong hai năm 2012-2013. Từ đó có thể thấy được những điểm mạnh, điểm yếu của Công ty để có thể phát huy những thế mạnh và kịp thời đề ra những mục tiêu, chiến lược cũng như biện pháp cải thiện những khó khăn hạn chế của công ty trước các đối thủ cạnh tranh cũng như sự biến động của thị trường. Góp phần mang lại hiệu quả kinh doanh cho Công ty.

4. Phương pháp nghiên cứu

Căn cứ vào hệ thống lý thuyết khoa học liên ngành, các văn bản pháp luật và nhu cầu hưởng thụ các sản phẩm Văn hóa phẩm của xã hội, kết hợp một số phương pháp:

- Phương pháp luận triết học
- Phương pháp điều tra xã hội học
- Phương pháp thống kê, so sánh
- Phương pháp tổng hợp số liệu và phân tích

5. Ý nghĩa thực tiễn và ý nghĩa khoa học

Kịp thời nắm bắt tình hình kinh doanh Văn hóa phẩm trên thị trường, cũng như thấy được nhu cầu và khả năng đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của mọi tầng lớp nhân dân. Thấy được sự khó khăn của các doanh nghiệp xuất bản phẩm nói chung và mặt hàng Văn hóa phẩm nói riêng, trước sự biến động của thị trường, và sự xuất hiện ngày càng nhiều mặt hàng nhái hàng kém chất lượng. Từ đó xây dựng, vạch ra hướng đi cho các doanh nghiệp nói riêng và cho ngành nói chung. Giúp các sinh viên đã và đang theo học kinh doanh Xuất bản phẩm có thể hiểu được phần nào tình hình cơ cấu kinh doanh của một công ty trong số các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành.

Cung cấp tài liệu tham khảo cho các đề tài cũng như các thể hệ sinh viên sau nghiên cứu các đề tài tương tự, hay các đề tài khác có liên quan.

6. Bố cục đề tài

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

Chương 1: Cơ sở lý luận về Văn hóa phẩm và kinh doanh Văn hóa phẩm

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty HABECO Năm 2012-2013

Chương 3: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty HABECO

Trong quá trình làm khóa luận tốt nghiệp, tuy đã có nhiều cố gắng trong nghiên cứu, tìm hiểu, tham khảo các số liệu và thực tế nhưng bài viết còn có nhiều những thiếu sót do kinh nghiệm nghiên cứu của người viết còn có hạn. Vì vậy, em rất mong có được sự chỉ bảo, đóng góp ý kiến của các thầy cô và các bạn để bài khóa luận được tốt hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết kết quả kinh doanh văn hóa phẩm từ năm 2012 – 2013 của Công ty Habeco.
2. Bùi Thị Lý, Hoàng Lê (2006), *Hỏi đáp pháp luật về xuất bản – in – phát hành*, Nxb Đồng Nai.
3. *Cẩm nang kinh doanh tiêu thụ* (2009), Nxb Lao động - Xã hội.
4. *Luật doanh nghiệp* (2005) Nxb Quốc gia Hà Nội.
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 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. Ths. Đặng Thị Toan (2011), *Tài liệu môn học Nghiên cứu Nhu cầu Xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.
9. Ths. Đỗ Thị Quyên (2011), *Tài liệu môn học Tổ chức tiêu thụ Xuất bản phẩm*, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, H.
10. Website Công ty Cổ phần sách Giáo dục tại thành phố Hà Nội.
www.habeco.com.vn
11. Một số website và tài liệu khác