

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ
XUẤT BẢN PHẨM TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN
HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHẢ NAM**

Sinh viên thực hiện : NGUYỄN THỊ LAN ANH

Lớp : PH 29A

Người hướng dẫn : TS. ĐỖ THỊ QUYÊN

Hà Nội - 2014

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện bài khóa luận này em đã nhận được sự hướng dẫn nhiệt tình của TS.Đỗ Thị Quyên – Trưởng Khoa Xuất bản – Phát hành. Em xin gửi lời cảm ơn cô đã cho em những gợi ý, những lời khuyên để em có thể hoàn thành bài khóa luận của mình một cách tốt nhất.

Em cũng gửi lời cảm ơn chân thành đến quý Công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam đã cung cấp cho em những số liệu thiết thực để bài khóa luận của em được hoàn chỉnh và thuyết phục hơn.

Đặc biệt, em cũng cảm ơn gia đình và bạn bè đã ủng hộ và động viên em trong suốt thời gian qua để em yên tâm hoàn thành bài khóa luận của mình.

Em xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

| | |
|---|-----------|
| LỜI NÓI ĐẦU | 1 |
| CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ | 11 |
| 1.1. Các khái niệm liên quan..... | 11 |
| 1.1.1. Khái niệm tiêu thụ xuất bản phẩm | 11 |
| 1.1.2. Khái niệm nâng cao hiệu quả..... | 13 |
| 1.1.3. Khái niệm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm..... | 14 |
| 1.2. Các hình thức nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm..... | 15 |
| 1.2.1. Mở rộng mạng lưới tiêu thụ..... | 15 |
| 1.2.2. Đa dạng hóa các hình thức tiêu thụ..... | 15 |
| 1.2.3. Tham gia hội chợ triển lãm..... | 16 |
| 1.2.4. Các hình thức PR, marketing, quảng cáo | 17 |
| 1.2.5. Các hình thức nâng cao hiệu quả tiêu thụ khác | 19 |
| 1.3. Các chỉ tiêu đánh giá việc nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ..... | 20 |
| 1.3.1. Doanh số bán hàng | 20 |
| 1.3.2. Lợi nhuận bán hàng..... | 21 |
| 1.3.3. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu | 22 |
| 1.3.4. Thu nhập bình quân của người lao động..... | 23 |
| 1.4. Vai trò của việc nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ đối với Công ty cổ phần VH & TT Nhã Nam | 24 |
| 1.4.1. Góp phần nâng cao uy tín và tạo nên sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường | 24 |
| 1.4.2. Góp phần tuyên truyền giáo dục, phổ biến tri thức và đáp ứng nhu cầu xuất bản phẩm của xã hội..... | 25 |
| 1.4.3. Mang lại hiệu quả kinh tế cho Công ty Nhã Nam | 25 |
| CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TIÊU THỤ XUẤT BẢN PHẨM Ở CÔNG TY CỔ PHẦN VH & TT NHÃ NAM | 27 |
| 2.1. Giới thiệu sơ lược về công ty cổ phần VH & TT Nhã Nam | 27 |
| 2.2. Tổng quan về tình hình tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm của Công ty Nhã Nam 2 năm gần đây 2012 – 2013 | 29 |
| 2.3. Tình hình sử dụng các hình thức tiêu thụ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ tại Công ty cổ phần VH & TT Nhã Nam..... | 32 |
| 2.3.1. Mở rộng mạng lưới tiêu thụ..... | 32 |
| 2.3.2. Đa dạng hóa các hình thức tiêu thụ..... | 47 |
| 2.3.3. Tham gia hội chợ triển lãm..... | 50 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3.4. Các hình thức PR, Marketing, quảng cáo..... | 51 |
| 2.3.5. Các hình thức nâng cao hiệu quả tiêu thụ khác | 54 |
| 2.4. Một số chỉ tiêu đánh giá việc nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ tại Công ty Nhã Nam..... | 55 |
| 2.4.1. Doanh số bán hàng | 55 |
| 2.4.2. Lợi nhuận bán hàng | 57 |
| 2.4.3. Tỷ suất lợi nhuận..... | 58 |
| 2.4.4. Thu nhập bình quân người lao động | 59 |
| 2.5. Nhận xét chung..... | 60 |
| 2.5.1. Thuận lợi..... | 60 |
| 2.5.2. Khó khăn..... | 62 |
| CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VH & TT NHÃ NAM.... | 64 |
| 3.1. Giải pháp vi mô | 64 |
| 3.1.1. Mở rộng thị trường tiêu thụ xuất bản phẩm | 64 |
| 3.1.2. Phát triển các hình thức tiêu thụ xuất bản phẩm..... | 66 |
| 3.1.3. Nâng cao chất lượng dịch thuật | 68 |
| 3.1.4. Mở các lớp huấn luyện để nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ..... | 70 |
| 3.1.5. Đẩy mạnh quảng cáo về doanh nghiệp và xuất bản phẩm qua mạng internet..... | 72 |
| 3.2. Giải pháp vĩ mô | 73 |
| 3.2.1. Nhà nước đẩy mạnh công tác quản lý thị trường, đảm bảo cạnh tranh lành mạnh..... | 73 |
| 3.2.2. Chính sách của Nhà nước đối với hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm | 74 |
| 3.2.3. Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa để thúc đẩy nền kinh tế phát triển | 76 |
| KẾT LUẬN..... | 79 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO..... | 80 |
| PHỤ LỤC..... | 81 |

LỜI NÓI ĐẦU

Sách là một sản phẩm văn hóa và tinh thần của nhân loại đã có từ thời cổ đại, gắn liền với sự ra đời của chữ viết. Nội dung của sách chứa đựng các giá trị văn hóa tinh thần (các tác phẩm sáng tác hoặc tài liệu biên soạn) thuộc tất cả các hình thái ý thức xã hội và nghệ thuật khác nhau, được ghi lại dưới dạng ngôn ngữ khác nhau (chữ viết, hình vẽ, ký hiệu âm thanh, số hóa...) của các dân tộc khác nhau, nhằm để lưu giữ, tích lũy, hoặc truyền bá rộng rãi trong xã hội.

Trong những năm gần đây, nền kinh tế nước ta đã có những bước chuyển biến lớn. Đó là nền kinh tế hoạt động theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước và theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Đặc biệt nền kinh tế trong nước có dấu hiệu phục hồi, đưa các ngành nghề phát triển. Cơ chế mới đã có tác động mạnh mẽ đến các ngành kinh tế nói chung và ngành kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng. Hơn nữa, chủ trương của nhà nước là mở rộng quan hệ với nước ngoài, hình thức liên doanh trao đổi buôn bán giữa nước ta với các nước trên thế giới ngày càng phát triển. Việc mở rộng các thành phần kinh tế đã làm cho nền kinh tế nước ta trở nên sôi động, mở ra nhiều cơ hội mới cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh phát huy và khai thác triệt để khả năng của mình. Tuy nhiên, việc tham gia của các lực lượng, thành phần kinh tế trong lĩnh vực kinh doanh xuất bản phẩm tạo nên sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường.

Công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam cũng là một trong những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh xuất bản phẩm với mảng sách chủ đạo là sách văn học dịch. Những năm gần đây, hoạt động trong điều kiện nền kinh tế khó khăn, thị trường cạnh tranh mạnh mẽ, Công ty Nhã Nam đã và đang hoàn thành các chỉ tiêu đặt ra, đồng thời đẩy mạnh công tác tiêu thụ xuất bản phẩm, đưa tri thức đến với con người Việt Nam và đem lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Thị trường xuất bản phẩm với bước phát triển mạnh mẽ như hiện nay đã góp phần đáng kể trong việc thay đổi bộ mặt kinh tế, văn hóa – xã hội. Nó thu hút sự chú ý lớn của nhà nước, của các ban ngành, các tổ chức chính trị, văn hóa tư tưởng vào vấn đề này. Đó là sự đầu tư trí lực, tiền của để mang lại lợi nhuận cho nhà kinh doanh và cho xã hội. Vì vậy, việc nâng cao hiệu quả của hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm đối với các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm nói chung và Công ty Nhã Nam nói riêng có ý nghĩa vô cùng quan trọng. Nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ góp phần làm Công ty Nhã Nam đứng vững hơn trong thị trường xuất bản phẩm và ngày càng mở rộng được mạng lưới tiêu thụ. Với những lý do trên nên em chọn đề tài **“Nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm tại Công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam”** để nghiên cứu làm đề tài khóa luận tốt nghiệp.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động tiêu thụ và các hình thức nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm.

Phạm vi nghiên cứu:

- + Không gian: Công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam.
- + Thời gian: 2012 – 2013.

Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

Mục đích: Nhận diện Công ty cổ phần văn hóa và truyền thông Nhã Nam và vấn đề nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ tại Công ty Nhã Nam. Từ đó đề ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả tiêu thụ của Công ty Nhã Nam.

Nhiệm vụ:

- + Tìm hiểu cơ sở lý luận về nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ.
- + Trình bày thực trạng nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ tại Công ty Nhã Nam.
- + Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả tiêu thụ nói riêng và hiệu quả kinh doanh nói chung đối với Công ty Nhã Nam.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp luận duy vật biện chứng.

Phương pháp thu thập và xử lý số liệu.

Phương pháp tổng hợp tài liệu.

Phương pháp phân tích, so sánh.

Phương pháp điều tra xã hội học.

Kết cấu của đề tài

Ngoài phần Mở đầu và phần Kết luận, đề tài được kết làm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm.

Chương 2: Thực trạng nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ xuất bản phẩm ở Công ty cổ phần VH & TT Nhã Nam.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần VH & TT Nhã Nam.

Do kiến thức của một sinh viên năm thứ 4 còn hạn chế nên đề tài hẳn sẽ còn nhiều sai sót. Em rất mong nhận được những lời nhận xét từ các thầy cô, các nhà khoa học và các nhà chuyên môn trong ngành.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Lan Anh

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo Nhân dân điện tử www.nhandan.com.vn
2. Báo cáo thuế của Công ty Nhã Nam năm 2013.
3. Báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty Nhã Nam năm 2013.
4. Hướng dẫn nghiệp vụ điều tra lao động – việc làm 2011, Tổng cục Thống kê
5. Luật Thương mại của Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam số 36/2005/QH 11 ngày 14 tháng 6 năm 2005.
6. Luật xuất bản 2012 được Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam khóa XIII thông qua tại kỳ họp thứ 4 ngày 20/11/2012 theo Luật số 19/2012/QH13.
7. Nghị định số 195/2013/NĐ-CP ngày 21-11-2013 qui định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật xuất bản.
8. TS. Đỗ Thị Quyên: Bài giảng môn học “Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm”, Khoa Xuất bản – Phát hành, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
9. TS. Lê Phương Nga: Bài giảng môn học “Marketing kinh doanh xuất bản phẩm”, , Khoa Xuất bản – Phát hành, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
10. Thông tư Liên bộ Số 11-TTLB ngày 20-2-1993 của Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện chính sách tài trợ đối với xuất bản, báo chí.
11. Website www.quantri.vn
12. Website www.doko.vn
13. Website www.vietbao.vn
14. Website nhanam.vn