

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH
CỦA NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI
TRONG HAI NĂM 2012-2013**

Sinh viên thực hiện: NGUYỄN THỊ OANH
Lớp: PH29B
Giảng viên hướng dẫn: ThS. PHẠM VĂN PHÊ

Hà Nội - 2014

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện đề tài “*Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Nhà xuất bản Thế Giới trong hai năm 2012-2013*”, em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ, tạo điều kiện của Ban Giám đốc và tập thể cán bộ công nhân viên Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên Nhà xuất bản Thế Giới; Ban chủ nhiệm khoa cùng các thầy cô trong khoa Xuất bản - Phát hành Trường Đại học Văn hóa Hà Nội. Em xin bày tỏ lòng cảm ơn chân thành về sự giúp đỡ đó.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới Ths. Phạm Văn Phê – giảng viên khoa Xuất bản - Phát hành, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, đã tận tình giúp đỡ và chỉ bảo cho em trong suốt quá trình hoàn thành khóa luận.

Em xin chân thành cảm ơn bạn bè, gia đình đã động viên, khích lệ, tạo điều kiện và giúp đỡ em trong suốt quá trình thực hiện và hoàn thành khóa luận này

Hà Nội, ngày 10 tháng 05 năm 2014

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Oanh

MỤC LỤC

Danh mục bảng mẫu kèm theo	05
Lời mở đầu	06
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM	09
1.1. Một số nhận thức cơ bản về kinh doanh xuất bản phẩm	09
<i>1.1.1. Các khái niệm và đặc trưng cơ bản</i>	<i>09</i>
<i>1.1.1.1. Khái niệm xuất bản phẩm</i>	<i>09</i>
<i>1.1.1.2. Kinh doanh xuất bản phẩm</i>	<i>11</i>
1.1.2. Đặc trưng của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm	12
<i>1.1.2.1. Về cung và cầu hàng hóa xuất bản phẩm</i>	<i>12</i>
<i>1.1.2.2. Về giá xuất bản phẩm</i>	<i>15</i>
<i>1.1.2.3. Về vấn đề hiệu quả kinh doanh.</i>	<i>16</i>
1.2. Nội dung của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm	17
1.2.1. Nghiên cứu thị trường và tổ chức các yếu tố đầu vào	18
<i>1.2.1.1. Nghiên cứu thị trường</i>	<i>18</i>
<i>1.2.1.2. Tổ chức tài chính</i>	<i>21</i>
<i>1.2.1.3. Khai thác hàng hóa</i>	<i>22</i>
1.2.2. Xúc tiến tiêu thụ và tổ chức đầu ra	24
<i>1.2.2.1. Xúc tiến tiêu thụ</i>	<i>24</i>
<i>1.2.2.2. Xây dựng kênh phân phối và tổ chức bán hàng</i>	<i>26</i>
1.2.3. Ghi chép, phân tích và đánh giá hiệu quả kinh doanh	29
<i>1.2.3.1. Tổ chức ghi chép</i>	<i>29</i>
<i>1.2.3.2. Phân tích và đánh giá hiệu quả kinh doanh</i>	<i>29</i>
1.3. Vai trò của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm đối với NXB Thế Giới	30
1.3.1. Giúp Nhà xuất bản thực hiện tốt chức năng nhiệm vụ của mình ..	30
<i>1.3.1.1. Hoàn thành sứ mệnh ngoại giao văn hóa mà Đảng và Nhà nước giao phó</i> ...	<i>30</i>

1.3.1.2. <i>Góp phần thỏa mãn tốt nhu cầu và phổ biến tri thức đến nhân dân.</i>	31
1.3.1.3. <i>Giao lưu văn hóa với các nước trên thế giới.....</i>	32
1.3.2. <i>Giúp Nhà xuất bản đứng vững và phát triển trong điều kiện tự chủ kinh doanh.</i>	32
1.3.2.1. <i>Đảm bảo sự phát triển của Nhà xuất bản.....</i>	32
1.3.2.2. <i>Góp phần vào việc tái đầu tư sản xuất hàng hóa mới.</i>	33

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI HAI NĂM 2012-2013.....	35
2.1. <i>Vài nét về Nhà xuất bản Thế Giới..</i>	35
2.1.1. <i>Thông tin chung.</i>	35
2.1.2. <i>Sự hình thành và phát triển.</i>	36
2.1.3. <i>Chức năng và nhiệm vụ.....</i>	38
2.1.4. <i>Bộ máy tổ chức của Nhà xuất bản Thế Giới.</i>	39
2.2. <i>Thực trạng hoạt động kinh doanh của nhà xuất bản thế giới trong hai năm 2012 - 2013.....</i>	40
2.2.1. <i>Nghiên cứu thị trường và tổ chức các yếu tố đầu vào.....</i>	40
2.2.1.1. <i>Nghiên cứu thị trường.....</i>	40
2.2.1.2. <i>Tổ chức tài chính.</i>	43
2.2.1.3. <i>Khai thác hàng hóa.....</i>	44
2.2.2. <i>Xúc tiến tiêu thụ và tổ chức đầu ra</i>	45
2.2.2.1. <i>Xúc tiến tiêu thụ.....</i>	45
2.2.2.2. <i>Xây dựng kênh phân phối và tổ chức bán hàng.....</i>	49
2.2.3. <i>Kết quả hoạt động kinh doanh</i>	60
2.3. <i>Đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh</i>	63
2.3.1. <i>Thành tựu đạt được.....</i>	63
2.3.2. <i>Hạn chế.....</i>	69

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI	73
3.1. Định hướng phát triển kinh doanh xuất bản phẩm của Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên Nhà xuất bản Thế Giới trong điều kiện hội nhập	73
3.2. Một số giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm tại Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên Nhà xuất bản Thế Giới. 77	
3.2.1. Đối với nhà nước	77
3.2.1.1. <i>Nâng cao năng lực quản lý Nhà nước</i>	78
3.2.1.2. <i>Tăng cường các chính sách đầu tư và phát triển</i>	79
3.2.2. Đối với Nhà xuất bản	80
3.2.2.1. <i>Cần chủ động về nguồn vốn kinh doanh</i>	80
3.2.2.2. <i>Chú trọng vào hoạt động nghiên cứu nhu cầu thị trường</i>	82
3.2.2.3. <i>Tăng cường nguồn khai thác hàng hóa</i>	83
3.2.2.4. <i>Tăng cường các biện pháp xúc tiến tiêu thụ</i>	83
3.2.2.5. <i>Đổi mới về nội dung và hình thức của các xuất bản phẩm</i>	86
3.2.2.6. <i>Đối với cán bộ, công nhân viên trong Nhà xuất bản</i>	87
3.2.2.7. <i>Hạ giá thành sản phẩm</i>	88
3.2.2.8. <i>Đầu tư để phát triển xuất bản phẩm điện tử</i>	89
Kết luận	90
Danh mục tài liệu tham khảo	92
Phụ lục	93

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây cùng với sự thay đổi của nền kinh tế đất nước, ngành xuất bản cũng đã có những bước chuyển mình rất rõ rệt. Đứng trước những cơ hội và không ít những thách thức to lớn mà cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa mang lại, các nhà xuất bản cũng như các tổ chức kinh doanh xuất bản phẩm cần phải lựa chọn cho mình những hướng đi thật đúng đắn để đảm bảo cho việc thực hiện mục tiêu kinh tế cũng như hoàn thành mục tiêu xã hội mà Đảng và Nhà nước giao phó.

Hoạt động trong lĩnh vực xuất bản, Nhà xuất bản Thế Giới là một doanh nghiệp nhà nước hạch toán kinh tế độc lập trực thuộc Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, có chức năng xuất bản, in ấn, phát hành các xuất bản phẩm bằng tiếng nước ngoài, song ngữ hoặc tiếng Việt để phục vụ công tác thông tin, tuyên truyền đối ngoại của Đảng và Nhà nước và giao lưu giữa Việt Nam và thế giới. Trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình Nhà xuất bản Thế Giới luôn tuân thủ định hướng mà Đảng và Nhà nước đề ra, kinh doanh những xuất bản phẩm đáp ứng nhu cầu khách hàng. Giữ một vai trò khá quan trọng đối với hoạt động của ngành, Nhà xuất bản Thế Giới đã hoạt động và hoàn thành tốt mục tiêu và nhiệm vụ mà nhà nước giao phó. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, trước những biến động không ngừng của nền kinh tế và các chính sách của Đảng và Nhà nước, Nhà xuất bản Thế Giới đang đứng trước những khó khăn rất lớn trong việc hoạt động cũng như xoay vòng vốn. Đây là một thách thức không nhỏ đối với tập thể ban lãnh đạo cũng như toàn bộ cán bộ công nhân viên trong nhà xuất bản. Vậy tình hình hoạt động của nhà xuất bản trong những năm gần đây ra sao? lý do nào dẫn đến tình trạng hoạt động kém hiệu quả và giải pháp nào để nhà xuất bản cải thiện được tình hình hiện nay? Đó chính là lý do em lựa chọn đề tài nghiên cứu về “*Tình*

hình hoạt động sản xuất kinh doanh của Nhà xuất bản Thế Giới trong hai năm 2012-2013”.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu về tình hình hoạt động kinh doanh của Nhà xuất bản Thế Giới trong hai năm 2012-2013 từ đó tìm ra nguyên nhân, đưa ra những đánh giá và giải pháp thích hợp cho sự phát triển của Nhà xuất bản.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu làm rõ những lý luận về xuất bản phẩm và hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm.

Nghiên cứu tình hình hoạt động kinh doanh của nhà xuất bản.

Đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Nhà xuất bản Thế Giới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Tình hình hoạt động của sản xuất và tiêu thụ xuất bản phẩm của nhà xuất bản Thế Giới.

Phạm vi nghiên cứu: Phạm vi đề tài nghiên cứu về tình hình hoạt động của Trụ sở chính ở 46 Trần Hưng Đạo-TP Hà Nội trong hai năm 2012-2013.

4. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận thực hiện trên cơ sở áp dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

Vận dụng phương pháp luận của chủ nghĩa Duy vật biện chứng và Duy vật lịch sử, dựa trên cơ sở các quan điểm đường lối chính sách của Đảng và Nhà nước về hoạt động xuất bản, hoạt động sản xuất kinh doanh, thương mại, dịch vụ của doanh nghiệp.

Phương pháp tra cứu tài liệu

Phương pháp điều tra khảo sát

Phương pháp so sánh

Phương pháp thống kê tổng hợp

Phương pháp phân tích tổng hợp

5. Ý nghĩa của đề tài

5.1. Ý nghĩa khoa học

Khẳng định lại những lý luận về hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm và những lý luận về hoạt động kinh doanh.

5.2. Ý nghĩa thực tiễn

Nghiên cứu tình hình hoạt động kinh doanh là một đề tài không mới, đã có không ít sinh viên tham gia nghiên cứu. Các đề tài này có mức độ và phạm vi nghiên cứu khác nhau nhưng các giải pháp mà các đề tài đưa ra vẫn mang tính chung chung, đôi khi chưa đi sâu vào các doanh nghiệp. Với đề tài này tôi sẽ đi sâu nghiên cứu vào hoạt động kinh doanh của một Nhà xuất bản đang đứng trước những thời cơ và thách thức rất lớn trong xu hướng hội nhập kinh tế và văn hóa hiện nay, từ đó tìm ra nguyên nhân nào dẫn đến tình trạng đó và có những giải pháp khắc phục.

6. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, khóa luận kết cấu trong ba chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm

Chương 2: Thực trạng hoạt động sản xuất kinh doanh của Nhà xuất bản Thế Giới trong hai năm 2012-2013

Chương 3: Giải pháp nhằm nâng cao hoạt động sản xuất kinh doanh của Nhà xuất bản Thế Giới

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo kết quả hoạt động của Nhà xuất bản Thế Giới hai năm 2012-2013
2. Bài giảng môn: Khai thác mặt hàng xuất bản phẩm – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Bài giảng môn: Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
4. Giáo trình: Mặt hàng sách - Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
5. Giáo trình: Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm - Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
6. Giáo trình: Đại cương Phát hành xuất bản phẩm - Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
7. Hoàng Lan Hương (2007), *hoạt động xuất bản của Nhà xuất bản Văn hóa – Thông tin từ năm 2005 đến nay*, khóa luận tốt nghiệp ngành Xuất bản – Phát hành. Trường Đại học Văn hóa Hà Nội, Hà Nội.
8. Luật xuất bản 2012.
9. Nguyễn Ngọc Thu Hiền (2012). *hoạt động kinh doanh sách thiếu nhi của Nhà xuất bản Kim Đồng năm 2011 – nay*, khóa luận tốt nghiệp ngành Xuất bản – Phát hành, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội. Hà Nội.
10. Website: www.thegioipublishers.com.vn
www.facebook.com/nxbthegioi