

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 TNHH MỘT THÀNH VIÊN
SÁCH VIỆT NAM TRONG 2 NĂM 2012 - 2013

Sinh viên thực hiện : TRẦN HỒNG LIÊN

Lớp : PH 29A

Người hướng dẫn : Th.S. NGUYỄN VĂN MINH

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và hoàn thành bài khóa luận này, em đã nhận được sự quan tâm hướng dẫn, giúp đỡ quý báu của các thầy cô. Với lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc em xin được bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới:

Ban giám hiệu, Phòng đào tạo, 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 em học tập tại trường.

Thạc sĩ Nguyễn Văn Minh, người trực tiếp hướng dẫn và tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp em hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp này.

Thạc sĩ Đặng Thị Bích Phượng và Thạc sĩ Phạm Quý Thế đã rất tận tình chỉ bảo, giúp đỡ, cung cấp những thông tin và số liệu về công ty giúp em hoàn thành bài khóa luận.

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

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn.

Hà Nội, ngày 10/5/2014

Sinh viên

Trần Hồng Liên

MỤC LỤC

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| LỜI MỞ ĐẦU | 8 |
| 1. Lí 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..... | 10 |
| 5. Bố cục khóa luận | 10 |
| CHƯƠNG 1. NHẬN THỨC CHUNG VỀ VĂN HÓA PHẨM VÀ KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM..... | 11 |
| 1.1. Nhận thức chung về Văn hóa phẩm..... | 11 |
| 1.1.1. Khái niệm Văn hóa phẩm | 11 |
| 1.1.2. Cơ cấu mặt hàng Văn hóa phẩm..... | 12 |
| 1.1.3. Đặc điểm của Văn hóa phẩm | 16 |
| 1.1.4. Vai trò của Văn hóa phẩm trong đời sống xã hội..... | 22 |
| 1.2. Kinh doanh Văn hóa phẩm | 23 |
| 1.2.1. Khái niệm kinh doanh Văn hóa phẩm..... | 23 |
| 1.2.2. Nội dung cơ bản của kinh doanh Văn hóa phẩm | 24 |
| 1.2.3. Yêu cầu của kinh doanh Văn hóa phẩm..... | 29 |
| 1.2.4. Ý nghĩa của kinh doanh Văn hóa phẩm | 31 |
| CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VIỆT NAM .. | 35 |
| 2.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH một thành viên Sách Việt Nam | 35 |
| 2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển..... | 35 |
| 2.1.2. Cơ cấu tổ chức..... | 36 |
| 2.1.3. Chức năng và nhiệm vụ | 37 |
| 2.2. Môi trường kinh doanh Văn hóa phẩm của công ty | 38 |
| 2.2.1. Môi trường kinh tế..... | 39 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 2.2.2. Môi trường chính trị pháp luật..... | 39 |
| 2.2.3. Môi trường văn hóa giáo dục..... | 40 |
| 2.2.4. Môi trường khoa học công nghệ..... | 41 |
| 2.2.5. Môi trường cạnh tranh..... | 41 |
| 2.3. Thực trạng hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty TNHH một thành viên Sách Việt Nam trong 2 năm 2012-2013..... | 42 |
| 2.3.1. Nghiên cứu nhu cầu Văn hóa phẩm | 42 |
| 2.3.2. Tổ chức khai thác mặt hàng Văn hóa phẩm..... | 49 |
| 2.3.3. Các biện pháp xúc tiến | 56 |
| 2.3.4. Tổ chức tiêu thụ Văn hóa phẩm..... | 64 |
| 2.3.5. Phân tích và đánh giá kết quả kinh doanh. | 72 |
| 2.4. Đánh giá chung về hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty SAVINA..... | 74 |
| 2.4.1. Ưu điểm..... | 75 |
| 2.4.2. Nhược điểm..... | 76 |
| CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SÁCH VIỆT NAM..... | 79 |
| 3.1. Định hướng của Công ty trong những năm tới..... | 79 |
| 3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty TNHH Một thành viên Sách Việt Nam. | 80 |
| 3.2.1. Kiến nghị về phía Nhà nước | 80 |
| 3.2.2. Giải pháp từ phía doanh nghiệp..... | 85 |
| KẾT LUẬN | 90 |
| PHỤ LỤC | 91 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | |

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện nay, hoạt động cạnh tranh diễn ra ngày một gay gắt, quyết liệt. Các doanh nghiệp phải luôn thường xuyên đổi mới phương thức kinh doanh, không ngừng nỗ lực phấn đấu để đưa ra thị trường những sản phẩm mới đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng đồng thời mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp. Kinh doanh Xuất bản phẩm nói chung và kinh doanh Văn hóa phẩm nói riêng là một hoạt động kinh doanh đặc thù, vừa phải đảm bảo mục tiêu kinh tế, vừa phải thực hiện tư tưởng chính trị văn hóa xã hội của Đảng và Nhà nước nhưng cũng không nằm ngoài quy luật chung đó của thị trường.

Cùng với xu hướng hội nhập kinh tế thế giới và sự phát triển vượt bậc của khoa học công nghệ, thị trường Văn hóa phẩm ngày càng trở nên sôi động. Các mặt hàng Văn hóa phẩm ngày càng phong phú, đa dạng, đáp ứng một cách tối đa nhu cầu văn hóa tinh thần của con người. Việc đa dạng hóa các mặt hàng Văn hóa phẩm đã tạo ra cho các nhà kinh doanh cơ hội để phát triển, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và thị trường quốc tế. Không chỉ trên phương diện hàng hóa, mà sự đa dạng hóa này còn thể hiện ở sự phong phú của các thành phần kinh tế cùng nhau tham gia vào thị trường Văn hóa phẩm. Chính điều đó đã đặt các nhà sản xuất và kinh doanh Văn hóa phẩm phải đứng trước những thách thức không hề nhỏ khi phải cạnh tranh quyết liệt để có thể tồn tại, phát triển và khẳng định vị thế của mình.

Số lượng doanh nghiệp tham gia tổ chức sản xuất kinh doanh Văn hóa phẩm ngày một nhiều, điều đó đặt ra cho Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam (SAVINA) những thử thách mới. Dù vậy, mặt hàng Văn hóa phẩm từ lâu đã trở thành mặt hàng mũi nhọn của công ty SAVINA, đem lại hiệu quả kinh doanh không hề nhỏ nên Công ty vẫn luôn khẳng định được vị trí vai trò của mình trên thị trường Văn hóa phẩm và không ngừng mở rộng thị trường của mình trong phạm vi cả nước với những bước tiến dài.

Song, đối với các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh, bên cạnh những mặt tích cực vẫn luôn tồn tại một số hạn chế nhất định như chưa nắm được nhu cầu thực tế dẫn đến việc dư thừa hay việc kiểm định những thông tin trên các mặt hàng Văn hóa phẩm chưa được triệt để dẫn đến việc phát triển kinh doanh chưa đạt được kết quả mong đợi. Vì vậy việc tìm ra được biện pháp tối ưu cho các doanh nghiệp tồn tại và phát triển là hết sức quan trọng.

Với mong muốn được tìm hiểu nhiều hơn về Văn hóa phẩm, bổ trợ kiến thức và đặc biệt là tìm hiểu việc làm thế nào để Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam đạt được những kết quả kinh doanh tốt nhất, em quyết định chọn đề tài ***“Hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam 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 Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam và xã hội

- Nghiên cứu thực trạng kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty trong hai năm 2012-2013

- Đề ra một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu đề tài

Lĩnh vực kinh doanh là mặt hàng Văn hóa phẩm . Mặt hàng Văn hóa phẩm vô cùng phong phú và đa dạng, hàng hóa gồm nhiều chủng loại khác nhau từ nhiều xuất xứ rộng lớn trên khắp các thị trường, song do thời gian cũng như điều kiện nghiên cứu có hạn nên em chỉ tập trung phân tích một số mặt hàng chính như :

- + Lịch

- + Tranh ảnh

- + Câu đối, cuốn thư
- + Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ
- + Các loại văn phòng phẩm và thiết bị giáo dục phục vụ học tập

Phạm vi nghiên cứu đề tài

Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam trong hai năm 2012-2013 .

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình làm khóa luận tốt nghiệp em có sử dụng các phương pháp như

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

5. Bố cục khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận tập trung vào 3 chương chính

Chương 1: Nhận thức chung về Văn hóa phẩm và kinh doanh Văn hóa phẩm.

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam trong 2 năm 2012-2013.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên Sách Việt Nam

Tuy đã có nhiều cố gắng trong nghiên cứu, tìm hiểu, tham khảo các số liệu và thực tế nhưng bài viết còn nhiều thiếu sót do kinh nghiệm nghiên cứu còn hạn chế cũng như gặp phải một số khó khăn trong thực tế nghiên cứu. Chính vì thế, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của thầy cô để bài khóa luận được hoàn thiện hơn. Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết kinh doanh Văn hóa phẩm từ năm 2011 đến năm 2012 của Công ty TNHH Một thành viên Sách Việt Nam
2. Bài giảng của giảng viên khoa Xuất bản - Phát hành – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội:
 - Th.s Phùng Quốc Hiếu, Bài giảng môn “ Khai thác trong hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội.
 - TS Lê Phương Nga, Bài giảng môn “ Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
 - Th.s Đặng Thị Bích Phượng, Bài giảng môn Mặt hàng Văn hóa phẩm, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
 - TS Đỗ Thị Quyên, Bài giảng môn “ Hoạt động tiêu thụ trong kinh doanh xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
 - PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm, “ Đại cương phát hành xuất bản phẩm”, Đại học Văn hóa Hà Nội.
 - Th.s. Đặng Thị Toan, Bài giảng môn “ Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm”, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Giáo trình Xã hội học đại cương
4. Khóa luận của các sinh viên khóa trên
5. Luật doanh nghiệp -2005- NXB Quốc gia Hà Nội
6. Luật xuất bản sửa đổi năm 2012
7. Facebook Tổng công ty sách Việt Nam
8. Website Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sách Việt Nam:
<http://www.savina.com>
9. Một số website và tài liệu khác.