

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**HOẠT ĐỘNG KINH DOANH MẶT HÀNG LỊCH
TẠI NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA - SỰ
THẬT NĂM 2011 – 2013**

Sinh viên thực hiện : TRẦN PHƯƠNG ANH
Lớp : PH 29A
Người hướng dẫn : TH.S. NGUYỄN PHƯƠNG HOA

Hà Nội - 2014

LỜI CẢM ƠN

Qua đây em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới toàn thể các thầy cô trong khoa Xuất bản – Phát hành trường Đại học Văn hóa Hà Nội đặc biệt là Th.S Nguyễn Phương Hoa – giảng viên hướng dẫn đã giúp đỡ và chỉ bảo tận tình cho em trong suốt quá trình em làm bài. Em cũng xin được gửi lời cảm ơn tới ban lãnh đạo, các anh chị trong NXB Chính trị quốc gia – Sự thật đã tạo điều kiện giúp đỡ em rất nhiều trong suốt quá trình thực tập và trong việc thực hiện bài khóa luận.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

Trần Phương Anh

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: NHẬN THỨC CHUNG VỀ LỊCH VÀ Ý NGHĨA CỦA HOẠT ĐỘNG KINH DOANH MẶT HÀNG LỊCH	10
1.1. Nhận thức chung về mặt hàng lịch	10
1.1.1. Khái niệm về lịch.....	10
1.1.2. Cơ cấu mặt hàng lịch	11
1.1.3. Đặc điểm của mặt hàng lịch.....	14
1.2. Các nghiệp vụ cơ bản trong kinh doanh mặt hàng lịch.....	18
1.2.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường.....	19
1.2.2. Tổ chức sản xuất.....	21
1.2.3. Xúc tiến tiêu thụ	21
1.2.4. Tiêu thụ	24
1.3. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch	27
1.3.1. Ý nghĩa hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch đối với xã hội	27
1.3.2. Ý nghĩa hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch đối với NXB Chính trị quốc gia – Sự thật	28
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KINH DOANH MẶT HÀNG LỊCH TẠI NXB CHÍNH TRỊ QUỐC GIA – SỰ THẬT NĂM 2011 – 2013.....	30
2.1. Khái quát về NXB Chính trị quốc gia – Sự thật	30
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển.....	30
2.1.2. Bộ máy tổ chức.....	33
2.1.3. Chức năng nhiệm vụ	34
2.1.4. Vài nét về môi trường kinh doanh của NXB Chính trị quốc gia - Sự thật.....	35
2.2. Thực trạng kinh doanh mặt hàng lịch tại NXB Chính trị quốc gia - Sự thật từ năm 2011-2013	37
2.2.1. Hoạt động nghiên cứu nhu cầu thị trường	37
2.2.2. Hoạt động tổ chức sản xuất.....	39

2.2.3. Hoạt động xúc tiến tiêu thụ.....	41
2.2.4. Hoạt động tiêu thụ	46
2.3. Đánh giá chung	54
2.3.1. Ưu điểm.....	54
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân	58
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG	
KINH DOANH MẶT HÀNG LỊCH TẠI NXB CHÍNH TRỊ QUỐC GIA - SỰ	
THẬT	60
3.1. Phương hướng phát triển của NXB Chính trị quốc gia – Sự thật	
trong thời gian sắp tới.....	60
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của NXB	
Chính trị quốc gia – Sự thật.....	61
3.2.1. Giải pháp từ phía các cơ quan nhà nước, ban ngành chức năng	61
3.2.2. Giải pháp từ phía NXB Chính trị quốc gia – Sự thật	65
KẾT LUẬN.....	70
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	71
PHỤ LỤC.....	72

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Lịch là một ấn phẩm văn hóa được sử dụng rộng rãi trong đời sống văn hóa tinh thần của người Việt từ xưa đến nay. Đi cùng năm tháng, lịch đã gắn bó với người dân Việt Nam, trở thành một sản phẩm không thể thiếu mỗi dịp Tết đến xuân về. Cùng với sự phát triển của xã hội, đời sống kinh tế ngày càng được cải thiện thì lịch ngày càng được cải tiến về cả chất lượng cũng như hình thức nhằm phát huy những giá trị của nó trong đời sống xã hội. Chính vì thế mà vai trò của hoạt động kinh doanh, phát hành lịch đối với xã hội ngày càng được nâng cao. Lịch không chỉ đáp ứng những nhu cầu đơn thuần là dành cho sinh hoạt và sản xuất mà còn trở thành những món quà cho biếu, tặng, cho quảng cáo... Trong điều kiện khi kinh tế và mức sống của dân cư ngày càng được nâng cao thì nhu cầu sử dụng lịch cũng tăng nhanh chóng cả về số lượng và chất lượng lịch. Do đó hoạt động phát hành lịch phải không ngừng phát triển để đáp ứng những nhu cầu đó.

Là một trong những NXB đi đầu trong công tác xuất bản lịch, nhiều năm qua, NXB Chính trị quốc gia – Sự thật luôn được tin nhiệm cử làm trưởng nhóm lịch Chính trị - Xã hội. Đây là NXB đại diện cho một lĩnh vực chính trong xã hội hiện nay tham gia phát hành các mặt hàng lịch. Đề tài giúp chúng ta hiểu rõ hơn về hoạt động kinh doanh, các nghiệp vụ kinh doanh mặt hàng lịch của NXB đại diện cho lĩnh vực chính trị xã hội, từ đó có cái nhìn cụ thể, rõ nét về mặt hàng lịch cũng như kinh doanh mặt hàng lịch tại NXB nói riêng và cả nước nói chung. Với mong muốn củng cố thêm kiến thức đã học đồng thời đưa ra những cái nhìn cụ thể hơn về hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch của NXB Chính trị quốc gia – Sự thật, cũng như góp phần vào sự phát triển của ngành, em quyết định chọn đề tài “ Hoạt động kinh doanh lịch tại Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật 2011-2013” làm đề tài khóa luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của nghiên cứu đề tài “Hoạt động kinh doanh lịch tại Nhà xuất bản Chính trị quốc gia – Sự thật 2011-2013” nhằm đánh giá thực trạng của hoạt động kinh doanh lịch tại NXB Chính trị quốc gia – Sự thật, những tích cực và hạn chế của hoạt động kinh doanh lịch tại NXB từ năm 2011- 2013. Đưa ra một số kiến giải để không ngừng nâng cao hơn nữa hiệu quả của hoạt động kinh doanh lịch trong cả nước nói chung và NXB nói riêng.

3. Phạm vi nghiên cứu

Đề tài tập trung vào nghiên cứu hoạt động kinh doanh lịch năm 2011-2013 của NXB Chính trị quốc gia – Sự thật, trong đó đi sâu phân tích các nghiệp vụ kinh doanh lịch tại NXB.

4. Một số phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu đề tài, em có sử dụng một số phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp thống kê, so sánh.
- Phương pháp khảo sát thực tế.
- Phương pháp phân tích, tổng hợp.

5. Kết cấu của khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung của khóa luận gồm có 3 chương.

Chương 1: Nhận thức chung về lịch và ý nghĩa của hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch.

Chương 2: Thực trạng kinh doanh mặt hàng lịch tại NXB Chính trị quốc gia – Sự thật 2011-2013.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch tại NXB Chính trị quốc gia – Sự thật.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch của NXB Chính trị quốc gia – Sự thật năm 2011 – 2013.
2. Bài giảng môn “Khai thác mặt hàng xuất bản phẩm” – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Bài giảng môn “Tiêu thụ xuất bản phẩm” – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
4. Bài giảng môn “Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm” – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
5. Bài giảng môn “Tuyên truyền quảng cáo xuất bản phẩm” – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
6. Các bài giảng chuyên ngành của các thầy cô giáo khoa Xuất bản – Phát hành – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
7. Đại cương Phát hành xuất bản phẩm – PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm
8. Lịch và lịch Việt Nam – GS Hoàng Xuân Hãn.
9. Lịch Việt Nam – Nguyễn Mậu Tùng.
10. Luật Doanh nghiệp 2005 - NXB Quốc gia Hà Nội.
11. Thời gian và đồng hồ - Nhà xuất bản Trẻ.
12. Từ điển thuật ngữ xuất bản - in - phát hành sách - thư viện - bản quyền.
13. Trang web của NXB Chính trị quốc gia – Sự thật.
14. Trang web www.google.com.vn.