

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**NGHIÊN CỨU HOẠT ĐỘNG KINH DOANH
MẶT HÀNG VĂN HÓA PHẨM TẠI
NHÀ SÁCH TRÍ TUỆ 2 NĂM 2013 - 2014**

Giảng viên hướng dẫn : Th.S. Đặng Thị Toan

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Hương

Lớp : PH 30A

Hà Nội 2015

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và rèn luyện tại trường Đại học Văn hóa Hà Nội, là một sinh viên khoa Xuất bản – Phát hành, em luôn nhận được sự chỉ dạy tận tình và học hỏi được nhiều kinh nghiệm quý báu của các thầy cô trong khoa giúp em hiểu hơn vị trí, ý nghĩa quan trọng của ngành nghề mình 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 em học tập tại trường. Cảm ơn các anh chị, bạn bè đã giúp đỡ, tạo điều kiện cho em trong quá trình tìm kiếm tài liệu và kinh nghiệm trong quá trình làm bài.

Em xin gửi lời cảm ơn đặc biệt tới Giảng viên Th.s Đặng Thị Toan và Giảng viên Th.s Đặng Thị Bích Phượng – người đã trực tiếp hướng dẫn tận tình và tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp em hoàn thành tốt bài 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 khóa luận của em hoàn thiện hơn.

Ban lãnh đạo, các anh chị tại nhà sách Trí Tuệ (địa chỉ 187 Giảng Võ, Đống Đa, Hà Nội) nơi em thực tập đã tạo điều kiện giúp em hoàn thành bài khóa luận.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

Nguyễn Thị Hương

MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT	Error! Bookmark not defined.
DANH MỤC BẢNG BIỂU	Error! Bookmark not defined.
LỜI MỞ ĐẦU	8
1) Lý do lựa 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) Bố cục của đề tài gồm 3 phần:.....	9
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ VĂN HÓA PHẨM VÀ KINH DOANH VĂN HÓA PHẨM	10
1.1 Nhận thức chung về văn hóa phẩm.	10
1.1.1 Những khái niệm cơ bản.....	10
1.1.2 Đặc điểm của mặt hàng văn hóa phẩm.....	12
1.1.2.1 Phong phú, đa dạng về chủng loại, mẫu mã và chất liệu	12
1.1.2.2 Sản xuất và sáng tạo theo 2 cách thức cơ bản.	14
1.1.2.3 Mang tính thời vụ cao.....	15
1.1.2.4 Đối tượng sử dụng rộng rãi.....	16
1.1.3 Cơ cấu mặt hàng văn hóa phẩm	17
1.1.4 Vai trò mặt hàng Văn hóa phẩm	21
1.1.4.1 Vai trò xã hội.....	21
1.1.4.2 Vai trò kinh tế.....	22
1.2 Hoạt động kinh doanh văn hóa phẩm	25
1.2.1 Khái niệm kinh doanh Văn hóa phẩm.....	25
1.2.2 Các nghiệp vụ cơ bản khi tổ chức kinh doanh Văn hóa phẩm.	25
1.2.2.1 Nghiên cứu về nhu cầu về Văn hóa phẩm.	25

1.2.2.2 Hoạt động khai thác mặt hàng Văn hóa phẩm.....	27
1.2.2.3 Tiêu thụ và tổ chức xúc tiến tiêu thụ mặt hàng Văn hóa phẩm.....	29
Chương 2. TÌNH HÌNH KINH DOANH MẶT HÀNG VĂN HÓA PHẨM	
TẠI NHÀ SÁCH TRÍ TUỆ 2 NĂM 2013 - 2014.....	32
2.1 Giới thiệu một vài nét về Nhà sách Trí Tuệ.	32
2.1.1. Sơ lược về nhà sách Trí Tuệ.....	32
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển.....	32
2.1.3. Cơ cấu tổ chức và nhân sự.....	33
2.1.4. Tình hình sản xuất kinh doanh.....	35
2.2 Môi trường kinh doanh Văn hóa phẩm của nhà sách Trí Tuệ.	37
2.2.1 Môi trường chính trị - pháp luật.....	38
2.2.2 Môi trường kinh tế.....	38
2.2.3 Môi trường Văn hóa giáo dục.....	39
2.2.4 Môi trường khoa học công nghệ.....	40
2.3 Thực trạng hoạt động kinh doanh mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ.....	41
2.3.1 Hoạt động nghiên cứu nhu cầu mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ.....	41
2.3.2 Tổ chức khai thác mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ.....	47
2.3.3 Các biện pháp xúc tiến tiêu thụ và tổ chức tiêu thụ văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ.....	57
2.3.3.1 Các biện pháp xúc tiến tiêu thụ Văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ.	57
2.3.3.2 Thực hiện tiêu thụ Văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ.....	61
2.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ.	64
2.4 Đánh giá về hoạt động kinh doanh mặt hàng văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ.....	68

2.4.1 Kết quả đạt được trong hoạt động kinh doanh văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ	68
2.4.2 Những tồn tại trong kinh doanh Văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ ...	69
Chương 3. MỘT SỐ Ý KIẾN ĐỀ XUẤT NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH MẶT HÀNG VĂN HÓA PHẨM TẠI NHÀ SÁCH TRÍ TUỆ.....	72
3.1 Định hướng hoạt động kinh doanh Văn hóa phẩm của nhà sách Trí Tuệ trong những năm tới.	72
3.2 Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ.....	74
3.2.1 Giải pháp vĩ mô.	74
3.2.2. Giải pháp vi mô.	77
KẾT LUẬN.....	82
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	83
PHỤ LỤC.....	84

LỜI MỞ ĐẦU

1) Lý do lựa chọn đề tài

Những năm gần đây khoa học và công nghệ ngày càng phát triển, đời sống của con người không ngừng được nâng cao, đa dạng và phong phú. Văn hóa phẩm là một trong những sản phẩm thiết yếu phục vụ đời sống tinh thần của con người, giúp con người nâng cao hiệu quả sản xuất, giảm bớt đi áp lực, vất vả để tìm thấy niềm vui trong công việc và cuộc sống.

Ngày nay, trong nền kinh tế thị trường cùng sự hội nhập kinh tế thế giới, thị trường các mặt hàng văn hóa phẩm cũng trở lên phong phú, đa dạng và không ngừng phát triển. Tình hình kinh doanh các mặt hàng này diễn ra sự cạnh tranh gay gắt giữa nhiều thành phần kinh tế: Nhà nước, tư nhân, doanh nghiệp liên doanh hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Trước thực trạng đó, nhà sách Trí Tuệ luôn tích cực đổi mới hoạt động, kiện toàn bộ máy, cải tiến phương thức kinh doanh để hoàn thành tốt các nhiệm vụ xã hội và kinh doanh có hiệu quả.

Nhà sách Trí Tuệ là một trong những công ty tư nhân có quy mô lớn trong việc kinh doanh XBP với nhiều chi nhánh, hệ thống bán lẻ trên địa bàn Hà Nội. Trong đó các mặt hàng văn hóa phẩm từ lâu đã trở thành mặt hàng kinh doanh mũi nhọn của nhà sách, đem lại hiệu quả kinh doanh không nhỏ so với các XBP khác. Nhà sách đã khẳng định được vai trò của mình trên thị trường và không ngừng mở rộng thị trường của mình với những bước tiến dài. Với mong muốn được hiểu biết nhiều hơn về mặt hàng văn hóa phẩm tiếp cận tìm hiểu thực tế hoạt động kinh doanh loại mặt hàng này trên thị trường em đã lựa chọn đề tài “ *Nghiên cứu hoạt động kinh doanh mặt hàng Văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ 2 năm 2013-2014.*” làm bài luận tốt nghiệp của mình.

2) Mục đích nghiên cứu

Hệ thống hóa trên cơ sở lý luận về mặt hàng văn hóa phẩm và tình hình kinh doanh mặt hàng VHP, từ đó thấy được vai trò của việc kinh doanh loại mặt hàng này đối với nhà sách và xã hội.

Nghiên cứu thực trạng kinh doanh mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ 2 năm 2013-2014.

Đề ra một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh mặt hàng Văn hóa phẩm tại nhà sách Trí Tuệ.

3) Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

Đề tài đi sâu tìm hiểu hoạt động kinh doanh mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ 187 Giảng Võ, Đống Đa, Hà Nội trong 2 năm 2013-2014.

4) Phương pháp nghiên cứu.

- Phương pháp luận chủ nghĩa Mac LêNin
- Phương pháp điều tra xã hội học
- Phương pháp thống kê, so sánh.
- Phương pháp tổng hợp số liệu và phân tích.

5) Bố cục của đề tài gồm 3 phần:

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 tại Nhà sách Trí Tuệ 2 năm 2013-2014.

Chương 3: Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh mặt hàng văn hóa phẩm tại Nhà sách Trí Tuệ.

Tuy 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 của em còn hạn chế, em rất mong có được sự chỉ bảo, đóng góp ý kiến của các thầy cô để bài làm của em sâu sắc hơn

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo kết quả kinh doanh giai đoạn 2012 - 2014 của nhà sách Trí Tuệ 187 Giảng Võ, Đống Đa, Hà Nội.
2. Đại cương Phát hành XBP-PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm
3. Tài liệu môn Mặt hàng Văn hóa phẩm-Thầy Phạm Quý Thế
4. Tài liệu môn Nghiên cứu nhu cầu XBP-Thầy Phùng Quốc Hiếu
5. Bài giảng môn khai thác mặt hàng XBP-Khoa Xuất bản-Phát hành – Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
6. Bài giảng Nghệ thuật tiêu thụ XBP-Khoa Xuất bản-Phát hành trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
7. Tài liệu môn Marketing – Ths Lê Phương Nga.
8. Tạp chí xuất bản Việt Nam – H. Cục xuất bản.
9. Tạp chí Sách và Đời sống - H. Hội xuất bản Việt Nam
10. Luật xuất bản số 30/2004/QH11.