

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH



THỊ TRƯỜNG LỊCH 2013

Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn : THS. NGUYỄN PHƯƠNG HOA

Sinh viên : NGUYỄN PHI TRANG

Lớp : PH28B

Hà Nội – 2013

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	6
1. Lí do chọn đề tài.....	6
2. Mục đích nghiên cứu của đề tài.	8
3. Phạm vi nghiên cứu của đề tài.	8
4. Phương pháp nghiên cứu.	8
5. Bộ cục của khóa luận.	9
CHƯƠNG 1: NHẬN THỨC CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG LỊCH.....	10
1.1 Nhận thức chung về lịch.....	10
1.1.1 Khái niệm về lịch.	10
1.1.1.1 Các khái niệm lịch.	10
1.1.1.2 Các phép làm lịch.	11
1.1.1.3 Các hệ thống lịch.	13
1.1.2 Đặc điểm mặt hàng lịch.	19
1.1.2.1 Là một loại văn hóa phẩm.	19
1.1.2.2 Có tính thời vụ cao.	20
1.1.2.3 Có nhu cầu về chủng loại, mẫu mã, và chất lượng không ngừng tăng theo thời gian.	21
1.1.2.4 Có tính thẩm mỹ, khoa học, giáo dục.	22

1.1.3 Cơ cấu mặt hàng lịch.	23
1.1.3.1 Lịch Bloc.	23
1.1.3.2 Lịch tờ.	24
1.1.3.3 Lịch túi.	26
1.1.3.4 Lịch bàn.	26
1.1.3.5 Lịch sổ.	27
1.2 Các yếu tố cấu thành thị trường lịch.	27
1.2.1 Cung lịch trên thị trường.	28
1.2.2 Cầu lịch trên thị trường.	29
1.2.3 Giá cả lịch trên thị trường.	30
1.2.4 Mặt hàng lịch trên thị trường.	31
1.2.5 Sự cạnh tranh trong kinh doanh lịch.	31
1.3 Vai trò của thị trường lịch.	33
1.3.1 Thị trường lịch góp phần thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng.....	33
1.3.2 Thị trường lịch làm phong phú cho thị trường xuất bản phẩm, mang lại hiệu quả kinh tế cho hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm.....	34

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG LỊCH 2013 Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI.....	36
2.1 Các nhân tố ảnh hưởng đến thị trường lịch 2013 ở thủ đô Hà Nội.....	36
2.1.1 Môi trường kinh tế.	36
2.1.2 Môi trường chính trị.	37
2.1.3 Môi trường văn hóa - xã hội.	38
2.1.4 Môi trường cạnh tranh.	38
2.2 Thực trạng thị trường lịch 2013 ở thủ đô Hà Nội.	39
2.2.1 Nguồn cung ứng lịch 2013 trên thị trường Hà Nội.	39
2.2.1.1 Các nhà xuất bản.	40
2.2.1.2 Các doanh nghiệp phát hành lịch.	41
2.2.1.3 Các lực lượng phát hành lịch khác.	41
2.2.2 Nhu cầu của khách hàng về lịch 2013 trên thị trường Hà Nội.	42
2.2.3 Các mặt hàng lịch trên thị trường Hà Nội.	46
2.2.4 Giá cả lịch trên thị trường Hà Nội.	51
2.2.5 Sự cạnh tranh trên thị trường lịch Hà Nội.	56
2.3 Nhận xét chung về thị trường lịch 2013 ở thủ đô Hà Nội.....	57

2.3.1 Những mặt tích cực.	58
2.3.2 Những mặt hạn chế.	59
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG LỊCH Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI TRONG CÁC NĂM TỚI.....	61
3.1 Xu hướng tiêu dùng mặt hàng lịch trong các năm tới.....	61
3.2 Giải pháp phát triển thị trường lịch trong các năm tới.....	63
3.2.1 Đối với cơ quan quản lý nhà nước.	63
3.2.1.1 Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật liên quan đến hoạt động Xuất bản – In – Phát hành lịch.	63
3.2.1.2 Cần có các chính sách, chế độ ưu đãi đối với ngành Xuất bản – In – Phát hành.	64
3.2.1.3 Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra xử lý vi phạm.	64
3.2.1.4 Tăng cường công tác tuyên truyền, giáo dục về pháp luật. ...	65
3.2.2 Đối với doanh nghiệp và các tổ chức kinh doanh lịch.	65
3.2.2.1 Đẩy mạnh hoạt động quảng cáo.	65
3.2.2.2 Chú trọng khâu tổ chức nghiên cứu thị trường.	68
3.2.2.3 Đầu tư cơ sở vật chất và kỹ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm.	69
3.2.2.4 Không ngừng sáng tạo cải tiến mẫu mã.	70

3.2.2.5 Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.	71
3.2.2.6 Mở rộng hoạt động liên doanh liên kết trong cả ba khâu Xuất bản – In – Phát hành lịch.....	73
3.2.2.7 Nâng cao trình độ cho đội ngũ trực tiếp làm công tác Xuất bản – In – Phát hành lịch.....	74
KẾT LUẬN.....	76
HÌNH ẢNH MINH HỌA.....	78
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	80

LỜI MỞ ĐẦU

Bước sang nền kinh tế thị trường, nước ta đã đạt được nhiều thành tựu về kinh tế xã hội, diện mạo của đất nước cũng được thay đổi từng ngày. Nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và công cuộc công nghiệp hóa hiện đại hóa đã mang lại cho nhân dân ta một cuộc sống ngày càng tốt đẹp hơn. Khi đời sống vật chất của con người ngày càng được nâng cao thì nhu cầu của con người cũng vì thế mà ngày càng phát triển. Không chỉ đơn thuần dừng lại ở những nhu cầu vật chất thông thường, phục vụ cho ăn mặc, ở hay đi lại nữa mà những nhu cầu về đời sống văn hóa tinh thần đang dần trở thành một nhu cầu không thể thiếu trong đời sống.

Trước xu thế phát triển chung của đất nước, ngành kinh doanh xuất bản phẩm và văn hóa phẩm cũng đã và đang có những chuyển biến tích cực và ngày một phát triển. Việc sử dụng xuất bản phẩm hay văn hóa phẩm đã trở nên quen thuộc với mọi người. Xuất bản phẩm hay văn hóa phẩm không chỉ mang lại lợi ích về mặt kinh tế cho doanh nghiệp và cho đất nước mà còn là một công cụ không thể thiếu trong việc tuyên truyền chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước.

Trong hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm và văn hóa phẩm, hoạt động kinh doanh mặt hàng lịch rất sôi động. Nó góp phần đáp ứng nhu cầu hưởng thụ văn hóa tinh thần của nhân dân, truyền bá văn hóa Việt Nam và góp phần gìn giữ, phát huy bản sắc truyền thống của dân tộc.

1. Lí do chọn đề tài.

_ Xuất phát từ nhận thức về tầm quan trọng của hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm nói chung và kinh doanh lịch nói riêng đối với xã hội.

Lịch là một sản phẩm văn hóa có tính truyền thống của dân tộc, trải qua thời gian lịch đã trở thành nên phổ biến trong đời sống sinh hoạt hàng ngày của người dân. Cùng với đó, vai trò của lịch cũng ngày càng được nâng cao. Việc sử dụng lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu đơn thuần cho sinh hoạt và sản xuất mà lịch còn được sử dụng như một món quà có ý nghĩa trong dịp Tết đến xuân về, đồng thời lịch cũng là một công cụ quảng cáo, nâng cao thương hiệu cho các đơn vị sản xuất kinh doanh hiện nay.

_ Xuất phát từ sự thay đổi của thị trường lịch sau khi được “xã hội hóa” trong hoạt động phát hành.

Sau khi “xã hội hóa” hoạt động phát hành lịch theo văn bản hướng dẫn số 1187 ngày 10/04/2005 của Bộ Văn hóa Thông tin cho phép tự do trong việc phát hành lịch, các nhà xuất bản, các công ty phát hành tự do trong xuất bản, in, phát hành lịch. Việc cho phép “xã hội hóa” hoạt động phát hành lịch đã mang lại nhiều thay đổi tích cực cho thị trường lịch, thu hút được nhiều nguồn lực tham gia vào công tác sản xuất, phát hành lịch làm cho thị trường có tính cạnh tranh cao hơn và ngày càng sôi động phát triển.

_ Xuất phát từ những thời cơ, thách thức, khó khăn của hoạt động sản xuất kinh doanh lịch trên nền kinh tế thị trường.

Việc “xã hội hóa” hoạt động phát hành lịch đã tạo cơ hội cho các lực lượng xã hội tham gia vào quá trình. Đây chính là cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp muốn tham gia vào lĩnh vực này. Đồng thời, trong nền kinh tế thị trường hiện nay, sự cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh ngày càng mạnh mẽ gây ra không ít những khó khăn cho doanh nghiệp kinh doanh lịch.

Đặc biệt, Hà Nội là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội của cả nước. Tại đây tập trung rất đông dân cư, các cơ quan hành chính cũng như các công ty kinh doanh lớn, là một thị trường sôi động. Chính từ những lý do trên, em đã quyết định nghiên cứu đề tài: “THỊ TRƯỜNG LỊCH 2013 Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI”

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài.

Bài khóa luận chủ yếu nghiên cứu thực trạng của thị trường lịch năm 2013 tại Hà Nội nhằm đánh giá thực trạng của hoạt động kinh doanh lịch năm 2013 tại Hà Nội cùng những tích cực và hạn chế của nó. Đồng thời đưa ra một số biện pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động kinh doanh mặt hàng này.

3. Phạm vi nghiên cứu của đề tài.

Hiện nay, thị trường lịch vốn rất phong phú và đa dạng, lại có truyền thống lâu đời. Trong khuôn khổ của đề tài em xin phép chỉ tập trung nghiên cứu thị trường lịch, trong đó đi sâu phân tích thị trường lịch ở thủ đô Hà Nội trong năm 2013.

4. Phương pháp nghiên cứu.

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

- Phương pháp thống kê, so sánh.
- Phương pháp phân tích, tổng hợp.

- Phương pháp khảo sát thực tế.

5. Bố cục của khóa luận.

Đề tài ngoài phần lời mở đầu và phần kết luận được chia làm 3 chương:

Chương 1: Nhận thức chung về thị trường lịch.

Chương 2: Thực trạng thị trường lịch năm 2013 ở thủ đô Hà Nội.

Chương 3: Một số giải pháp phát triển thị trường lịch ở thủ đô Hà Nội trong các năm tới.

Thông qua bài khóa luận, em xin chân thành cảm ơn các thầy cô trong khoa Xuất Bản – Phát Hành của trường Đại học Văn Hóa Hà Nội cũng như cảm ơn sự hướng dẫn, chỉ đạo trực tiếp của cô Ths. Nguyễn Phương Hoa đã tận tình chỉ bảo, giúp đỡ em hoàn thành đề tài này.

Do giới hạn về trình độ hiểu biết và năng lực chuyên môn nên đề tài của em không tránh khỏi còn có sự thiếu sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo tận tình và những nhận xét, ý kiến của các thầy cô để bài khóa luận này có thể hoàn thiện và chính xác hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Từ điển thuật ngữ xuất bản – in – phát hành sách – thư viện – bản quyền.
2. Từ điển Tiếng Việt – NXB Giáo Dục.
3. “Lịch và lịch Việt Nam” – Giáo sư Hoàng Xuân Hãn.
4. “Lịch Việt Nam 1901 – 2010” – Nguyễn Mậu Tùng.
5. Nghị định số 88/2002/NĐ-CP của Chính phủ ngày 07 tháng 11 năm 2002 về quản lý xuất khẩu, nhập khẩu văn hoá phẩm không nhằm mục đích kinh doanh.
6. Luật xuất bản (sửa đổi bổ sung năm 2008)
7. Bài giảng: Mặt hàng văn hóa phẩm – Ths. Đặng Bích Phượng, Khoa xuất bản phát hành trường đại học văn hóa Hà Nội.
8. Bài giảng: Tổ chức tiêu thụ xuất bản phẩm – TS. Đỗ Thị Quyên, Khoa xuất bản phát hành trường đại học văn hóa Hà Nội.
9. Bài giảng: Tuyên truyền quảng cáo – TS. Lê Phương Nga, Khoa xuất bản phát hành trường đại học văn hóa Hà Nội.
10. Bài giảng: Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm – Th.s Đặng Thị Toan.
11. Báo cáo của Tổng cục thống kê về một số chỉ tiêu kinh tế xã hội của Hà Nội năm 2012.
12. Các báo điện tử: Vietnam Express, Tuoitre Online, Dantri, Tienphong, Vietnamnet,...