

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



**NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG BĂNG ĐĨA
TẠI THỦ ĐÔ HÀ NỘI HIỆN NAY**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn : Ts. Lê Thị Phương Nga

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Thừa

Lớp : PH 28A

Hà nội - 2013

MỤC LỤC

MỤC LỤC	1
MỞ ĐẦU	6
1. Lí do chọn đề tài.....	6
2. Mục đích nghiên cứu của đề tài	7
3. Đối tượng và Phạm vi nghiên cứu	7
4. Phương pháp nghiên cứu	7
5. Kết cấu của đề tài	8
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	
CHƯƠNG 1 THỊ TRƯỜNG BĂNG ĐĨA VÀ VAI TRÒ CỦA THỊ	
TRƯỜNG BĂNG ĐĨA	9
1.1. Nhận thức chung về Mặt hàng băng đĩa.....	9
1.1.1 Mặt hàng băng đĩa	9
1.1.1.1 <i>Khái niệm</i>	9
1.1.1.2 <i>Đặc điểm</i>	10
1.1.1.3. Thành phần.....	12
1.1.1. 4 <i>Vai trò</i>	14
1.1.2 Thị trường băng đĩa.	19
1.1.2.1 <i>Khái niệm</i>	19
1.1.2.2 <i>Đặc điểm</i>	21
1.1.2.4 <i>Các yếu tố cấu thành</i>	23
1.2 Vai trò của thị trường băng đĩa ở Hà Nội hiện nay.....	26
1.2.1 Thị trường băng đĩa là điều kiện tất yếu của sản xuất và kinh doanh loại mặt hàng này.	26
1.2.2. Thị trường băng đĩa là nơi kiểm nghiệm chứng minh sự đúng đắn của các chủ trương chính sách, biện pháp phát triển Kinh tế, Văn hóa, Xã hội của quốc gia.	27
1.2.3. Thị trường băng đĩa góp phần quan trọng trong quản lý các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh băng đĩa.	27
1.2.4. Thị trường băng đĩa có khả năng thu hút nguồn lực quốc gia và thế giới, làm hòa nhập thị trường băng đĩa trong nước và quốc tế.	28

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG BĂNG ĐĨA THỊ TRƯỜNG BĂNG ĐĨA Ở THỦ ĐÔ HÀ NỘI TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY	29
2.1 Tổng quan thị trường băng đĩa ở thủ đô Hà Nội.....	29
2.1.1. Những nhân tố tác động và ảnh hưởng đến thị trường băng đĩa	29
2.1.1.1 <i>Yếu tố chính trị</i>	29
2.1.1.2 <i>Yếu tố Kinh tế</i>	30
2.1.1.3 <i>Văn hóa – xã hội</i>	31
2.1.2 <i>Quá trình phát triển của thị trường băng đĩa ở Hà Nội</i>	32
2.2. Thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội	33
2.2.1. Nhu cầu băng đĩa	33
2.2.1.2 <i>Nhu cầu băng đĩa xét theo nội dung mặt hàng</i>	37
2.2.1.3 <i>Nhu cầu băng đĩa xét theo thời gian trong năm</i>	42
2.2.2 Cung mặt hàng băng đĩa	44
2.2.2.1 <i>Cung mặt hàng băng đĩa là các doanh nghiệp Nhà nước</i>	44
2.2.2.2 <i>Cung mặt hàng băng đĩa là các doanh nghiệp tư nhân</i>	47
2.2.3. Mặt hàng băng đĩa	48
2.2.3.1 <i>Mặt hàng băng đĩa có sự phong phú về nội dung</i>	50
2.2.4 Giá cả của mặt hàng băng đĩa	51
2.2.5 Cạnh tranh	54
2.2.5.1 <i>Cạnh tranh về mặt hàng</i>	55
2.2.5.2 <i>Cạnh tranh về giá cả.</i>	56
2.2.5.3 <i>Cạnh tranh về thời gian, không gian</i>	59
2.2.5.4 <i>Tình hình cạnh tranh về các dịch vụ kèm theo.</i>	61
2.2.6 Quản lý thị trường băng đĩa ở Hà Nội hiện nay	62
2.2.6.1 <i>Các biện pháp quản lý thị trường băng đĩa hiện nay</i>	62
2.2.6.2 <i>Kết quả kiểm tra và xử lý vi phạm</i>	66
2.2.6.3 <i>Những hạn chế của Nhà nước đối với thị trường băng đĩa hiện nay</i> .	67
2.2.7 Những tồn tại của thị trường băng đĩa.....	69
2.2.7.1 <i>Vấn đề băng đĩa lậu, băng đĩa giả</i>	69
2.2.7.2 <i>Vấn đề bản quyền tác giả</i>	71
2.2.7.3 <i>Vấn đề tem nhãn</i>	72

2.2.7.4 Vấn đề nội dung.....	73
2.2.7.5 Vấn đề quản lý thị trường	73
CHƯƠNG 3:MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG	74
BĂNG ĐĨA TẠI HÀ NỘI	74
3.1 Xu hướng phát triển của thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội trong những thời gian tới.....	74
3.2 Một số giải pháp để phát triển thị trường băng đĩa tại Hà Nội	77
3.2. 1 Về phía Nhà nước và cơ quan chức năng.....	77
3.2.1.1 Hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật	78
3.2.1.2 Tăng cường thanh tra, kiểm tra thị trường.....	80
3.2.2 Về phía các nhà sản xuất – kinh doanh	81
3.2.2.1 Nâng cao ý thức trách nhiệm	81
3.2.2.2 Tổ chức nghiên cứu thị trường.....	82
3.2.2.3 Đầu tư cơ sở vật chất.....	82
3.2.2.4 Không ngừng cải tiến mẫu mã	82
3.2.2.5 Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng	83
3.2.2.6 Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng cáo.....	83
3.2.3 Về phía người sử dụng.....	84
KẾT LUẬN.....	85
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	86

MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Với xu thế hội nhập và toàn cầu hóa đang đưa nước ta đến những cơ hội và thách thức rất lớn. Cùng với sự phát triển vượt bậc của nền kinh tế thì Đảng và Nhà Nước ta cũng nhận rõ vai trò của văn hóa, coi văn hóa luôn là động lực, mục tiêu của sự phát triển. Vì vậy kinh tế và văn hóa luôn luôn đồng hành cùng. Nếu trước kia chưa có máy móc thì con người phải làm việc vất vả, không có thời gian nghỉ ngơi, giải trí, nhưng hiện nay cùng với sự phát triển vượt bậc của khoa học công nghệ, máy móc hiện đại thì con người ngày càng rút ngắn được thời gian lao động, mang lại năng suất cao và càng có nhiều thời gian rảnh rỗi để tham gia vào những hoạt động giải trí vui chơi qua các phương tiện như sách, báo, tạp chí, truyền hình, băng đĩa, internet.... và các hoạt động vui chơi khác. Kết quả của một nghiên cứu xã hội học năm 2000 cho thấy sự hoạt động giải trí ngày càng được ưa thích nhất tại Hà Nội là được thỏa mãn nhu cầu tại gia như xem tivi, xem video, nghe nhạc... còn hàng tuần là những hoạt động giải trí với nhóm bạn như đi xem phim, xem ca nhạc, hát karaoke...(tr 69,90,2).

Điều đó cho thấy sản phẩm băng đĩa đóng góp một phần quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu giải trí ngày càng cao của người dân hiện nay. Nó cung cấp thông tin về mọi mặt trong lĩnh vực của cuộc sống qua hình ảnh và âm thanh sinh động, hấp dẫn. Băng đĩa còn có khả năng lớn trong phân phối và lưu trữ thông tin mà các sản phẩm khác không có được. Nó là phương tiện, là công cụ đắc lực cho hoạt động học tập, nghiên cứu, vui chơi giải trí, trau dồi kiến thức, nâng cao hiệu quả nghề nghiệp và thỏa mãn nhu cầu của con người ở mọi tầng lớp, lứa tuổi trong xã hội.

Do vậy, nhu cầu sử dụng băng đĩa rất đa dạng và phong phú. Đặc biệt tại Hà Nội – trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội của cả nước

nên thị trường băng đĩa phát triển mạnh mẽ cả về số lượng, chất lượng và chủng loại đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, thị trường băng đĩa cũng tồn tại rất nhiều vấn đề như: băng đĩa lậu, băng đĩa giả, bản quyền tác giả, tem nhãn, nội dung quản lí không chỉ gây thiệt hại về kinh tế cho các cơ sở sản xuất kinh doanh chân chính, gây mất ổn định thị trường, không phù hợp với thuần phong mỹ tục của dân tộc, làm xói mòn giá trị đạo đức và ảnh hưởng tới quá trình hình thành nhân cách và phát triển của thế hệ trẻ.

Thực tế này đặt ra chúng ta nhiệm vụ cấp thiết phải đưa ra những giải pháp để khắc phục tình hình và nâng cao thị trường băng đĩa. Đó là lí do em chọn đề tài: “ **Nghiên cứu Thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội hiện nay**” làm đề tài khóa luận cho mình.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài

- Hệ thống hóa lí luận về thị trường băng đĩa, các đặc trưng cơ bản về thị trường băng đĩa và vai trò của việc nghiên cứu nhu cầu băng đĩa.
- Khảo sát thực trạng, phân tích và đánh giá thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội.
- Đề xuất giải pháp mang tính khả thi để thúc đẩy thị trường băng đĩa phát triển mạnh trong năm tới.

3. Đối tượng và Phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng là Thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội hiện nay.
- Phạm vi: Thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội từ năm 2012 - 2013

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình thực hiện nghiên cứu đề tài em đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu:

- + Phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lênin
- + Phương pháp nghiên cứu tại hiện trường.

+ Phương pháp thống kê , tổng hợp, phân tích,so sánh

5. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu và phần kết thúc đề tài được chia làm 3 chương.

Chương 1: Thị trường băng đĩa và vai trò của thị trường băng đĩa tại thủ đô Hà Nội hiện nay.

Chương 2: Thực trạng thị trường băng đĩa ở thủ đô Hà Nội trong giai đoạn hiện nay

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao,phát triển và định hướng thị trường băng đĩa

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cacmac và Anghen toàn tập, NXB Đại học Quốc Gia.
2. PGS.TS Đinh Thị Vân Chi(2005), Quản lí Nhà nước đối với thị trường băng đĩa. H.Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. PGS.TS Đinh Thị Vân Chi(2003), Nhu cầu Giải trí của thanh niên. H, NXB Chính trị Quốc Gia.
4. Giáo trình Kinh tế - Chính trị Mác Lênin(1998), Đại học Kinh tế Quốc Dân. H. NXB Giáo dục, Tập 2, tr 68.
5. Giáo trình Marketing(1996), Trường Đại học Tài Chính – Kế Toán.H. NXB Chính Trị Quốc Gia.tr 32
6. Ts. Lê Thị Phương Nga- Bài giảng môn Mặt hàng Băng đĩa, Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.
7. Ts. Lê Thị Phương Nga – Bài giảng môn Marketing, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
8. Ts. Đỗ Thị Quyên – Bài Giảng môn Tiêu thụ xuất Bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.

Báo: An ninh thủ đô, Báo Công an nhân dân, Nhân Dân, Tuổi trẻ,

Tạp chí:

Tạp chí Xuất bản 2012.

Tạp chí Xuất bản 2013.

Tạp chí sách và đời sống

Internet:

www.google.com

<http://www.media.vn>

[http:// web.tintucvietnam.com](http://web.tintucvietnam.com)

<http://Thanhtravietnam.vn>

<http://Petrotime.vn>