

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



**HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ĐỒ CHƠI
TRẺ EM Ở HÀ NỘI TRONG NHỮNG NĂM
GẦN ĐÂY**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn :

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Nhài

Lớp : PHS 28B

HÀ NỘI – 2013

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	6
Chương 1: NHẬN THỨC CHUNG VỀ KINH DOANH ĐỒ CHƠI TRẺ EM	10
1.1. Giới thiệu chung về đồ chơi trẻ em.....	10
1.1.1. Khái niệm đồ chơi trẻ em	10
1.1.2. . Đặc điểm đồ chơi trẻ em.....	11
1.1.2.1. Được sản xuất bằng nhiều cách thức khác nhau.....	11
1.1.2.2. Được làm bằng nhiều chất liệu khác nhau	12
1.1.2.3. Đồ chơi trẻ em có sự đa dạng về nội dung và phong phú về hình thức	12
1.1.3. Phân loại đồ chơi trẻ em	13
1.1.3.1. Phân loại theo lứa tuổi.....	13
1.1.3.2. Phân loại đồ chơi theo mục đích sử dụng	14
1.1.3.3. Phân loại đồ chơi theo loại hình sản xuất	14
1.1.4. Vai trò của đồ chơi trẻ em.....	15
1.1.4.1. Vai trò của đồ chơi đối với trẻ em và xã hội.....	15
1.1.4.2. Vai trò của sản phẩm đồ chơi đối với các doanh nghiệp sản xuất.....	18
1.2. Nhận thức cơ bản về kinh doanh đồ chơi trẻ em	19
1.2.1. Khái niệm kinh doanh.....	19
1.2.2. Khái niệm kinh doanh đồ chơi trẻ em	20
1.2.3. Những khâu nghiệp vụ cơ bản của hoạt động kinh doanh.....	20
1.2.3.1. Nghiên cứu nhu cầu thị trường đồ chơi trẻ em.....	20
1.2.3.2. Tổ chức khai thác đồ chơi trẻ em	22
1.2.3.3. Tổ chức tiêu thụ đồ chơi trẻ em.....	23
1.2.3.4. Tổ chức xúc tiến tiêu thụ đồ chơi trẻ em.....	26

1.2.4. Vai trò của đồ chơi đối với các doanh nghiệp kinh doanh.....	30
Chương 2: HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ĐỒ CHƠI TRẺ EM Ở HÀ NỘI TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY.....	32
2.1. Môi trường hoạt động kinh doanh đồ chơi tại Hà Nội.....	32
2.1.1. Môi trường kinh tế - xã hội.....	32
2.1.1.1. Môi trường kinh tế.....	32
2.1.1.2. Môi trường xã hội.....	33
2.1.2. Môi trường chính trị - pháp luật.....	36
2.1.3. Môi trường văn hóa	37
2.1.4. Môi trường Khoa học - công nghệ.....	39
2.2. Hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em ở Hà Nội trong những năm gần đây.....	42
2.2.1. Nghiên cứu nhu cầu về đồ chơi trẻ em.....	47
2.2.2. Tổ chức tài chính	51
2.2.3. Tổ chức khai thác đồ chơi trẻ em.....	53
2.2.4. Tổ chức xúc tiến tiêu thụ đồ chơi trẻ em.....	56
2.2.4.1. Tuyên truyền quảng cáo	56
2.2.4.2. Hoạt động khuyến mãi, khuyến mại của các doanh nghiệp.....	59
2.2.4.3. Tham gia hội chợ, triển lãm	59
2.2.5. Tổ chức tiêu thụ đồ chơi trẻ em	61
2.2.5.1 Tiêu thụ tại địa điểm cố định	61
2.2.5.2. Tiêu thụ ĐCTE theo hình thức bán lưu động	65
2.2.5.3 Hoạt động bán qua mạng.....	66
2.3. Đánh giá chung hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em ở Hà Nội	68
2.4. Những ưu điểm và hạn chế của hoạt động sản xuất và kinh doanh đồ chơi trẻ em.....	73
2.4.1. Ưu điểm.....	73
2.4.2. Hạn chế	76

**Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG
KINH DOANH ĐỒ CHƠI TRẺ EM Ở HÀ NỘI.....85**

3.1. Tiềm năng phát triển của thị trường đồ chơi trẻ em trong tương lai.....	85
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em ở Hà Nội	88
3.2.1. Về chính sách, pháp luật của Nhà nước	88
3.2.2. Về công tác quản lý đồ chơi trẻ em.....	89
3.2.3. Về phía nhà sản xuất – kinh doanh	91
3.2.3.1. Về phía các nhà sản xuất.....	91
3.2.3.2. Đối với nhà kinh doanh.....	97
3.2.4. Về phía người tiêu dùng	100
KẾT LUẬN	103
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	104
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	105

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

Trong những năm gần đây, nền kinh tế của Việt Nam đã phát triển vượt bậc. Cùng với sự phát triển ở các lĩnh vực khoa học, kinh tế, công nghệ thông tin, ... thì văn hóa cũng là một lĩnh vực phát triển vượt bậc. Trong mục tiêu phát triển xã hội, trẻ em chính là đối tượng được quan tâm nhất. Hiện nay cả nhà trường, gia đình và xã hội đã và đang tạo mọi điều kiện tốt nhất để có thể giúp các em phát triển toàn diện về cả trí lực lẫn thể lực. Việc phát triển cho trẻ em không chỉ dừng lại ở việc học tập trong nhà trường mà sự phát triển trí tuệ và tư duy cho trẻ còn được đề cao trong các hoạt động vui chơi, đặc biệt với các em nhỏ. Với các phụ huynh, họ không chỉ chú trọng đến việc giáo dục mà còn tìm cho con em mình những loại hình giải trí phù hợp. Và việc “học mà chơi, chơi mà học” đó được hội tụ đầy đủ trong đồ chơi trẻ em. Đồ chơi trẻ em ngày nay đã trở thành một trong các phương tiện để chuyển tải nội dung giáo dục phù hợp. Đồ chơi chính là một trong những sản phẩm tinh thần gắn liền tuổi thơ của trẻ em, đồng thời đồ chơi cũng ghi dấu ấn đời sống tâm hồn phong phú của các em thời thơ ấu. Tuy nhiên, nằm trong bối cảnh phát triển của nền kinh tế thị trường, bên cạnh những đồ chơi mang tính giáo dục cao cũng còn tồn tại không ít đồ chơi độc hại ảnh hưởng rất lớn đến sức khỏe và việc hình thành nhân cách của trẻ em khi các em tiếp xúc với loại đồ chơi này.

Những năm gần đây, nền kinh tế Việt Nam đã và đang hội nhập với nền kinh tế thế giới. Sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ làm cho thị trường đồ chơi trẻ em trở lên sôi động và hết sức phong phú. Các mẫu mã đồ chơi không chỉ đa dạng và phong phú hơn trước kia bởi các nhà sản xuất trong nước mà còn có sự có mặt của các sản phẩm đồ chơi trẻ em từ nhiều nước như Mỹ, Anh, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông...được du nhập vào thị

trường Việt Nam. Điều này đã góp phần thỏa mãn nhu cầu về các loại đồ chơi cho các em nhỏ, khách hàng có nhiều sự lựa chọn phù hợp với thu nhập của gia đình, đồng thời cũng thể hiện sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sản xuất đồ chơi trẻ em trong và ngoài nước trên thị trường được đánh giá là tiềm năng như Việt Nam. Trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh đồ chơi trẻ em, các doanh nghiệp đã, đang và ngày càng khẳng định được vị thế của mình trong nền kinh tế cũng như trong việc thỏa mãn nhu cầu tinh thần, đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng đặc biệt là trẻ em.

Là trung tâm văn hóa, kinh tế, chính trị lớn nhất cả nước, thủ đô Hà Nội là nơi tập trung lượng dân cư đông, chất lượng đời sống được đánh giá cao so với mặt bằng chung của cả nước. Do đó Hà Nội được coi là thị trường hấp dẫn nhất trong việc kinh doanh đồ chơi trẻ em. Với điều kiện kinh tế cao, với sự quan tâm, ưu tiên cho đối tượng trẻ em, các gia đình luôn chú trọng đầu tư phát triển cho con em mình và việc sử dụng đồ chơi vừa như một phương tiện giải trí vừa như một phương tiện giáo dục nhằm phát triển trí tuệ, tư duy và nhân cách cho các em đang là một xu thế đúng đắn. Do vậy, số lượng người mua và sử dụng đồ chơi trẻ em rất lớn. Đồ chơi trẻ em với rất nhiều chủng loại, màu sắc, chất liệu, kích cỡ, giá cả, nơi sản xuất,... đã thực sự phát triển ở thị trường Thủ đô Hà Nội. Chơi đồ chơi luôn là sở thích của tất cả trẻ em, đặc biệt là trẻ nhỏ. Nó giúp cho trẻ em rất nhiều trong việc phát triển trí óc. Hiện nay phần lớn phụ huynh không có nhiều thời gian để chăm sóc cho con cái nên bất kỳ mong muốn về vật chất của con luôn được các bậc phụ huynh đáp ứng. Ngoài ra, hiện nay các loại đồ chơi trẻ em được sản xuất ra rất nhiều và rất đa dạng. Chính nhu cầu đó mà nhiều cửa hàng bán đồ chơi trẻ em ra đời và thu hút nhiều khách hàng. Trẻ em được coi là nhóm khách hàng đặc biệt, tuy không có khả năng thanh toán nhưng lại có nhu cầu rất cao.

Việc lựa chọn đồ chơi cho phù hợp với trẻ em cả về ý nghĩa giáo dục lẫn giải trí, thực trạng kinh doanh và thị trường đồ chơi ở Hà Nội hiện nay ra sao, chất lượng đồ chơi có đảm bảo an toàn cho trẻ hay không là những câu hỏi cần được đặt ra. Với mong muốn tìm hiểu sâu hơn về lĩnh vực này tôi đã lựa chọn nghiên cứu đề tài **“HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ĐỒ CHƠI TRẺ EM Ở HÀ NỘI TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY”**.

2. Mục đích nghiên cứu:

- Hệ thống hóa về mặt lý luận hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em. Đề tài đi sâu phân tích vai trò và tác động của nó đối với các em, đối với doanh nghiệp sản xuất kinh doanh đồ chơi trẻ em.

- Nghiên cứu thực trạng kinh doanh đồ chơi trẻ em trên địa bàn Hà Nội hiện nay.

- Nghiên cứu những tác động tích cực và tiêu cực của đồ chơi đến sự phát triển của trẻ em.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh đồ chơi trẻ em cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh.

3. Đối tượng nghiên cứu:

- Các sản phẩm đồ chơi trẻ em như: Thú nhồi bông, bộ xếp hình, rôbốt, đồ chơi thể thao cho trẻ,...

4. Phạm vi nghiên cứu:

- Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em trên địa bàn Hà Nội trong những năm gần đây.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Trong quá trình nghiên cứu tác giả có sử dụng các phương pháp sau:

- Phương pháp luận triết học

- Phương pháp điều tra xã hội học
- Phương pháp phân tích tổng hợp
- Phương pháp thống kê

6. Bố cục của đề tài:

Ngoài phần mở đầu và kết luận, đề tài nghiên cứu gồm 3 chương:

- **Chương 1: Nhận thức chung về kinh doanh đồ chơi trẻ em**
- **Chương 2: Hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em ở Hà Nội trong những năm gần đây**
- **Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh đồ chơi trẻ em ở Hà Nội**

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Luật doanh nghiệp 2005
- Từ điển Bách khoa toàn thư Việt Nam
- Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về an toàn ĐCTE theo Thông tư 18/2009/TT-BKHHCN ngày 26/06/2009
- Thông tư của BGD&ĐT số 16/2011/TT- BGDĐT
- Luật Tiêu chuẩn và quy chuẩn của Quốc hội số 68/2006/QH11
- Bài giảng mặt hàng Văn hóa phẩm, Th.s Đặng Bích Phượng, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội
- Từ điển tiếng Việt do Nhà xuất bản Văn Hóa Thông Tin xuất bản
- Bài giảng môn Khai thác trong hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm, Th.s Phùng Quốc Hiếu, khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn Hóa Hà Nội
- Bài giảng môn Hoạt động tiêu thụ trong kinh doanh xuất bản phẩm, TS. Đỗ Thị Quyên, khoa Xuất bản – Phát hành, trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
- Đại cương phát hành xuất bản phẩm, PGS.TS Phạm Thanh Tâm, năm 2002, trường khoa Xuất bản – Phát hành, Đại học Văn hóa Hà Nội,
- Bài giảng môn Kinh tế vi mô, khoa Xuất bản – Phát hành, Th.s. Trịnh Tùng, trường Đại học Văn hóa Hà Nội
- <http://www.veesano.com/>
- <http://dantri.com.vn/kinh-doanh/do-choi-trung-quoc-doc-hai-tran-ngap-cho-731784.htm>
- <http://afamily.vn/me-va-be/5-tac-dung-ki-dieu-cua-do-choi-voi-con-yeu-2011032609422688.chn>