

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



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**  
**NHU CẦU BẰNG ĐĨA CỦA SINH VIÊN**  
**TRÊN ĐỊA BÀN THỦ ĐÔ HÀ NỘI**  
**HIỆN NAY**

**Người hướng dẫn:**

**Sinh viên thực hiện: Chu Thị Thảo**

**Hà Nội- 2012**

# MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU .....	3
<b>Chương 1: Lý luận cơ bản về nhu cầu băng đĩa.....</b>	<b>6</b>
1.1. Nhận thức chung nhu cầu băng đĩa.....	6
1.1.1. Khái niệm về nhu cầu băng đĩa.....	6
1.1.1.1. Nhu cầu.....	6
1.1.1.2. Nhu cầu băng đĩa.....	7
1.2. Đặc trưng của nhu cầu băng đĩa.....	10
1.2.1. Nhu cầu băng đĩa mang tính đặc thù.....	10
1.2.2. Nhu cầu băng đĩa phong phú và đa dạng.....	11
1.2.3. Nhu cầu băng đĩa mang tính phổ thông đại chúng.....	13
1.2.4. Nhu cầu băng đĩa phát triển mạnh mẽ cả về số lượng lẫn chất lượng...14	
1.3. Ý nghĩa của việc nghiên cứu nhu cầu băng đĩa trong cơ chế thị trường..15	
<b>Chương 2: Thực trạng nhu cầu băng đĩa của sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội hiện nay.....</b>	<b>19</b>
2.1. Tổng quan về nhu cầu băng đĩa của sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội.....	19
2.2. Tình hình nhu cầu băng đĩa trên địa bàn Thủ đô Hà Nội hiện nay.....	22
2.2.1. Nhu cầu băng đĩa xét theo nhóm đối tượng khách hàng.....	22
2.2.2. Nhu cầu băng đĩa theo nội dung mặt hàng.....	23
2.2.3. Nhu cầu băng đĩa theo thời gian trong năm.....	27
2.3. Kết quả nghiên cứu nhu cầu.....	29
2.3.1. Nhu cầu băng đĩa đã qua khảo sát tại một số địa điểm kinh doanh băng đĩa trên địa bàn Thủ đô Hà Nội.....	30

2.3.2. Nhu cầu băng đĩa qua lập phiếu điều tra.....	33
2.4. Nhận xét về nhu cầu băng đĩa của sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội hiện nay.....	47
<b>Chương 3: Một số ý kiến đề xuất nhằm thúc đẩy nhu cầu mua và sử dụng băng đĩa của sinh viên trên địa bàn thủ đô Hà Nội trong những năm tới.....</b>	<b>51</b>
3.1. Về phía Nhà nước và các cơ quan chức năng.....	51
3.1.1. Có những chính sách hỗ trợ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh băng đĩa.....	51
3.1.2. Tăng cường tuyên truyền, giáo dục pháp luật và ý thức trách nhiệm với chủ thể kinh doanh băng đĩa.....	54
3.1.3. Tăng cường kiểm tra vi phạm và xử lý vi phạm theo pháp luật các vụ việc vi phạm.....	55
3.2. Về phía các cơ sở kinh doanh băng đĩa.....	57
3.2.1. Nhận thức đúng về mặt hàng băng đĩa để có hành vi kinh doanh đúng.....	57
3.2.2. Thường xuyên tổ chức nghiên cứu nhu cầu với nhiều hình thức và biện pháp khác nhau để có thể thỏa mãn và đáp ứng nhu cầu của người sử dụng..	58
3.2.3. Nâng cao khả năng cạnh tranh và cạnh tranh lành mạnh trong kinh doanh băng đĩa.....	59
3. 3. Về phía người sử dụng.....	61
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>65</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>67</b>

# LỜI MỞ ĐẦU

## 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong tiến trình phát triển của lịch sử xã hội loài người, xuất bản phẩm là một phương tiện đóng vai trò quan trọng trong việc lưu trữ, truyền tải và phổ biến thông tin, cũng như các tri thức thuộc mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Sự bùng nổ của cuộc cách mạng khoa học công nghệ, cũng với sự phát triển như vũ bão của hàng loạt công nghệ mới đem đến cho xuất bản phẩm một loại hình mới đó là sản phẩm băng đĩa.

Băng đĩa với những ưu thế nổi trội đem đến cho con người thông tin về mọi mặt, mọi lĩnh vực của đời sống. Băng đĩa có khả năng lớn trong phân phối và lưu trữ thông tin mà các sản phẩm khác không có được. Nó là phương tiện học tập tối ưu, là một công cụ giải trí

Hữu ích, là “người bạn đồng hành” đối với mỗi người trong quá trình tra dồi nhận thức, nâng cao hiệu quả hoạt động nghề nghiệp. Do vậy, nhu cầu băng đĩa rất phong phú và đa dạng, có ở mọi lứa tuổi, mọi tầng lớp của xã hội.

Sự diễn biến của nền kinh tế thị trường đã làm cho quan hệ cung- cầu về băng đĩa có nhiều thay đổi. Nhu cầu băng đĩa đã có những bước phát triển mới và ngày càng biến động phức tạp. Điều đó đã mở ra những cơ hội lớn cho hoạt động kinh doanh băng đĩa. Kinh doanh xuất bản phẩm nói chung và kinh doanh mặt hàng băng đĩa nói riêng trong nền kinh tế thị trường là hoạt động kinh tế đặc thù, đồng thời thực hiện hai mục tiêu quan trọng, thoả mãn nhu cầu mua và sử dụng băng đĩa của xã hội theo đúng định hướng và có lợi nhuận để tái sản xuất kinh doanh băng đĩa.

Ở Hà Nội, trung tâm chính trị- văn hoá- xã hội của cả nước, thị trường băng đĩa phát triển mạnh mẽ cả về số lượng lẫn chất lượng và chủng loại, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của khách hàng.

Xuất phát từ những vấn đề trên mà em đã quyết định chọn đề tài “Nhu cầu băng đĩa của sinh viên trên địa bàn thủ đô Hà Nội hiện nay” làm khoá luận tốt nghiệp.

## **2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Nhu cầu băng đĩa của sinh viên
- Địa điểm: Trên địa bàn Thủ đô Hà Nội
- Thời gian: Năm 2011

## **3. Mục đích nghiên cứu.**

- Hệ thống hoá lý luận nhu cầu băng đĩa, các đặc trưng của nhu cầu băng đĩa và ý nghĩa của việc nghiên cứu nhu cầu băng đĩa đối với sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội trong năm 2011.

- Khảo sát đúng thực trạng và sự biến động của nhu cầu băng đĩa của sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội trong năm 2011.

- Đề xuất một số kiến nghị có tính khả thi để thúc đẩy nhu cầu băng đĩa phát triển mạnh trong những năm tới.

## **4. Phương pháp nghiên cứu.**

Trong luận văn em sử dụng những phương pháp

- Phương pháp luận dựa trên cơ sở nhận thức luận chủ nghĩa duy vật lịch sử và chủ nghĩa duy vật biện chứng

- Phương pháp nghiên cứu cụ thể

- Phương pháp so sánh

- Phương pháp thống kê

- Phương pháp phân tích, tổng hợp

- Phương pháp điều tra xã hội

## **5. Kết cấu của đề tài.**

Kết cấu của luận văn bao gồm 3 chương.

*Chương 1: Lý luận cơ bản về nhu cầu băng đĩa*

*Chương 2: Thực trạng nhu cầu băng đĩa của sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội hiện nay.*

*Chương 3: Một số ý kiến đề xuất nhằm thúc đẩy nhu cầu mua và sử dụng băng đĩa của sinh viên trên địa bàn Thủ đô Hà Nội trong những năm tới.*

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo của Bộ văn hóa thông tin Đại hội tổng kết thực hiện chỉ thị 08/CT 11/1997.
2. Bài giảng môn mặt hàng băng đĩa – Ts. Lê Thị Phương Nga, Khoa phát hành xuất bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
3. Bài giảng môn nghiên cứu nhu cầu – Ths Đặng Thị Toan, Khoa phát hành xuất bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
4. Cơ chế quản lý hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm ở Việt Nam – PGS.TS Phạm Thị Thanh Tâm (chủ biên) – Đề tài cấp Bộ, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội năm 2000.
5. Chỉ thị của Bộ trưởng bộ Văn hóa thông tin về kiểm tra, xử lý các xuất bản phẩm tàng trữ và lưu hành trái phép năm 1997.
6. Đại cương về kinh doanh xuất bản phẩm – TS Phạm Thị Thanh Tâm, Khoa phát hành xuất bản phẩm, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội.
7. Luật Xuất bản của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, T7/1993, Nhà xuất bản Chính trị Quốc Gia.H, 1993.
8. Marketing trong quản trị kinh doanh – Nhà xuất bản Thống kê, H.1998.
9. Marketing và nghệ thuật kinh doanh – Nguyễn Đức Khương, TPHCM.2000.
10. Một số quan điểm và giải pháp chuyển sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng XHCN, Ban tư tưởng VH TT, Nhà xuất bản Chính trị Quốc Gia.H, 1993.
11. Nhu cầu giải trí của thanh niên, TS. Đinh Thị Vân Chi, Đại học văn hóa Hà Nội.
12. Nghị định số 87-CP, ngày 12/12/1995 của Chính phủ về tăng cường công tác quản lý các hoạt động văn hóa và dịch vụ văn hóa, đẩy mạnh, bài trừ tệ nạn xã hội nghiêm trọng.

13. Nghị định số 88-CP, ngày 14/12/1995 của Chính phủ quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong các hoạt động văn hóa.

14. Quy chế sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu, lưu hành, kinh doanh băng đĩa, âm thanh, băng hình ca nhạc, sân khấu của Bộ Văn hóa thông tin.

15. Thông tư của Bộ Văn hóa thông tin số 05/TT-PC, ngày 08/01/1996 về Quy chế lưu hành kinh doanh phim, băng đĩa hình, băng đĩa nhạc, bán, cho thuê xuất bản phẩm.

16. Tạp chí sách số 6 năm 1999, số 10 năm 2000.

17. Tạp chí Khoa học công nghệ số 28, 30, 34 năm 2004.

18. Tạp chí Công nghệ và đời sống số 24, 25, 26 năm 2004.