

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**TÌNH HÌNH KINH DOANH MẶT HÀNG LỊCH
NĂM 2014 TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI**

Sinh viên thực hiện : CHU MINH SANG

Lớp : PH 29A

Người hướng dẫn : Th.S. ĐẶNG THỊ BÍCH PHƯƠNG

HÀ NỘI – 2014

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	2
1. Lí do chọn đề tài.....	5
2. Mục đích nghiên cứu của đề tài :	6
3. Phạm vi nghiên cứu :	6
4. Phương pháp nghiên cứu	6
5. Kết cấu của khóa luận	6
CHƯƠNG I. NHẬN THỨC CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG LỊCH	8
1.1 Nhận thức chung về Lịch	8
1.1.1 Khái niệm về lịch	8
1.1.2. Cơ cấu mặt hàng lịch.....	9
1.1.3 Đặc điểm mặt hàng lịch	13
1.1.4 Vai trò của mặt hàng lịch	20
1.2 Nhận thức chung về thị trường lịch	22
1.2.1 Khái niệm thị trường lịch	22
1.2.2 Đặc điểm của thị trường lịch.....	23
1.2.3 Ý nghĩa thị trường lịch	26
1.2.4 Những yếu tố cấu thành thị trường lịch	27
CHƯƠNG 2. THỊ TRƯỜNG LỊCH NĂM 2014 TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI ..33	
2.1 Các nhân tố tác động đến thị trường lịch	33
2.1.1 Môi trường chính trị.....	34
2.1.2 Môi trường kinh tế	35
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 trên địa bàn Hà Nội năm 2014	44

2.2.1 Cầu trên thị trường lịch	44
2.2.2 Cung trên thị trường lịch	50
2.2.3 Mặt hàng lịch năm 2014	55
2.2.4 Sự biến động giá cả mặt hàng lịch 2014	58
2.2.5 Mức cạnh tranh trên thị trường lịch năm 2014	62
2.3 Đánh giá chung về thị trường lịch năm 2014 trên địa bàn Hà Nội.....	64
2.3.1 Những mặt tích cực	64
2.3.2 Những mặt hạn chế	66
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN THỊ	
TRƯỜNG LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI	68
3.1. Xu hướng phát triển của thị trường lịch trên địa bàn Hà Nội	71
3.2 Giải pháp vĩ mô	73
3.2.1 Đối với các cơ quan quản lý Nhà nước.....	73
3.3 Giải pháp vi mô	78
3.3.1 Đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm.....	78
3.3.2 Sáng tạo cải tiến mẫu mã	79
3.3.3 Tích cực tiến hành các hoạt động Marketing, tiếp thị, quảng cáo trên thị trường	80
3.3.4 Đẩy mạnh khâu xúc tiến tiêu thụ	83
3.3.5 Tăng cường đào tạo đội ngũ nhân viên trong tất cả các khâu.....	84
3.3.6 Tiến hành liên doanh liên kết nhằm khai thác tối đa các nguồn lực xã hội	86
KẾT LUẬN	89
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	90

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Sau khi chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, đất nước ta đã có những thay đổi vượt bậc về mọi mặt của đời sống xã hội, sự thay đổi toàn diện về mọi mặt của đời sống nhân dân. Đất nước ta đứng trước những thời cơ và thách thức mới, đòi hỏi mọi ngành nghề kinh doanh đều phải có bước chuyển mình để thay đổi phù hợp với tình hình thị trường, trong đó ngành kinh doanh xuất bản phẩm nói chung và kinh doanh ấn phẩm lịch nói riêng cũng không phải ngoại lệ. Kể từ văn bản hướng dẫn số 1187 ngày 10/04/2005 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa Thông tin cho phép “xã hội hóa” đối với thị trường lịch đã mang đến những thay đổi rất lớn, khiến thị trường trở nên sôi động và thu hút được nguồn đầu tư từ mọi thành phần kinh tế trong xã hội. Chính sự “nở bung” này đã tạo ra điều kiện phát triển và cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp cũng như các cá nhân tham gia và thị trường lịch, tạo nên sự đa dạng và phong phú cho thị trường vốn trước đây tương đối hạn hẹp. Kể từ thời điểm đó thị trường lịch đã có những bước phát triển đáng kể cả về hình thức và mẫu mã sản phẩm, giá thành và chiết khấu, mức cung và cầu trên thị trường v.v.. và tạo ra sự cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường, đặc biệt là ở thị trường các thành phố trung tâm như Đà Nẵng, TP.Hồ Chí Minh hay Thủ đô Hà Nội.

Đặc biệt, Thủ đô Hà Nội vừa là trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội của đất nước, lại vừa là thị trường có mật độ dân số đông, nhu cầu thị trường cao, phạm vi thị trường rộng (nhất là sau khi tiến hành mở rộng địa giới hành chính Thủ đô Hà Nội ngày 1/8/2008). Tại đây, thị trường lịch phát triển mạnh mẽ về cả số lượng, chất lượng và chủng loại, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh những mặt tích cực thì thị trường lịch trên địa bàn Hà Nội cũng còn tồn tại không ít những hạn chế cần được xem xét một cách nghiêm túc và khoa học. Với những điều kiện và đặc điểm đó, em quyết định lựa chọn đề tài nghiên cứu khóa luận tốt nghiệp: **“Tình hình kinh doanh mặt hàng lịch năm 2014 trên địa bàn Hà Nội”**

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài :

Khóa luận tập trung vào việc thống kê, phân tích và đưa ra các nghiên cứu về tình hình thị trường Lịch trên địa bàn Hà Nội năm 2013-2014. Từ đó đưa ra các giải pháp nhằm hạn chế những mặt tiêu cực và đẩy mạnh những mặt tích cực của thị trường, và đề ra các kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh trên thị trường lịch đối với các doanh nghiệp và cá nhân tham gia vào thị trường này.

3. Phạm vi nghiên cứu :

Đề tài tập trung nghiên cứu thị trường lịch trên địa bàn Hà Nội năm 2013-2014, chủ yếu đầu tư vào việc phân tích 4 nhóm NXB sản xuất lịch chính trên địa bàn Thủ đô để minh chứng cho bài nghiên cứu thêm thuyết phục :

- NXB Khoa học kỹ thuật
- NXB Chính trị xã hội
- NXB Nông nghiệp
- NXB Văn hóa Thông tin

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu và hoàn thành khóa luận, em đã kết hợp sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau :

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

5. Kết cấu của khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận được chia làm 3 chương :

Chương 1 : Nhận thức chung về thị trường Lịch

Chương 2 : Tình hình kinh doanh Lịch năm 2013-2014 trên địa bàn Hà Nội

Chương 3 : Những giải pháp nhằm phát triển thị trường Lịch trên địa bàn Hà Nội.

Trong quá trình thực hiện đề tài này, em đã nhận được sự giúp đỡ hết sức nhiệt tình của nhà trường Đại học Văn hóa Hà Nội, khoa Xuất bản – Phát hành và nguồn thông tin quý báu từ nhiều doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm trên thị trường Hà Nội. Em xin chân thành cảm ơn nhà trường Đại học Văn hóa Hà Nội, các thầy cô giáo trong khoa Xuất bản – Phát hành cùng các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm trên địa bàn Hà Nội đã tạo điều kiện giúp đỡ em hoàn thành đề tài này. Cuối cùng, cho phép em được gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến cô Ths. Đặng Thị Bích Phượng đã tận tình chỉ bảo, góp ý, quan tâm và động viên em trong suốt quá trình thực hiện đề tài này. Mặc dù bản thân em đã cố gắng rất nhiều, song vì trình độ và khả năng chuyên môn còn hạn chế nên đề tài của em vẫn còn rất nhiều điều thiếu sót. Em rất mong được các thầy cô và các bạn góp ý, phê bình để bài Khóa luận của em có cơ hội hoàn thiện hơn nữa.

Em xin chân thành cảm ơn !

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1, Ths. Phùng Quốc Hiếu, bài giảng môn Khai thác mặt hàng kinh doanh xuất bản phẩm
- 2, Ths. Nguyễn Văn Minh, bài giảng môn Tuyên truyền quảng cáo
- 3, TS. Lê Phương Nga, bài giảng môn Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm
- 4, Ths. Đặng Thị Bích Phượng, bài giảng môn Mặt hàng văn hóa phẩm
- 5, TS. Đỗ Thị Quyên, bài giảng môn Tổ chức tiêu thụ
- 6, PGS. TS Phạm Thanh Tâm, bài giảng môn Đại cương phát hành xuất bản phẩm
- 7, Ths. Đặng Thị Toan, bài giảng môn Nghiên cứu nhu cầu
- 8, Ths. Trịnh Tùng, bài giảng môn Kinh tế vi mô
- 9, Báo điện tử : dantri.com
- 10, Báo điện tử : vnexpress.net
- 11, Báo điện tử : vietnamnet.vn
- 12, Thông tư của Bộ Văn hóa thể thao và du lịch số 30/2006/TT-BVHTT, ngày 22/02/2006, hướng dẫn thi hành nghị định số 111/2005/NĐ-CP ngày 26/08/2005 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều luật của Luật Xuất bản.
- 13, Trang web : thoigian.com.vn
- 14, Trang web : Wikipedia.com.vn
- 15, Trang web : google.com
- 14, Từ điển Bách khoa toàn thư Việt Nam
- 15, Khóa luận của các sinh viên khóa trước