

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI

KHOA XUẤT BẢN-PHÁT HÀNH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:            THỊ TRƯỜNG SÁCH NGOẠI VĂN  
                                 Ở HÀ NỘI HIỆN NAY**

**Giảng viên hướng dẫn    : Ths. Nguyễn Thúy Linh**

**Sinh viên thực hiện        : Lương Lan Anh**

**Lớp                                :**

**HÀ NỘI - 2015**

## LỜI CẢM ƠN

Qua bài khóa luận “Thị trường sách ngoại văn ở Hà Nội hiện nay”, trước tiên em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới cô giáo ThS.Nguyễn Thúy Linh đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ em hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới các thầy cô trong khoa Xuất bản – Phát hành đã trang bị cho em rất nhiều kiến thức bổ ích trong suốt bốn năm học dưới mái trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.

Tuy đã có nhiều cố gắng song bài khóa luận vẫn còn nhiều thiếu sót không tránh khỏi. Em mong sẽ nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

*Hà Nội, ngày 01 tháng 5 năm 2015*

**Sinh viên**

**Lương Lan Anh**

## MỤC LỤC

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>1. Lí do chọn đề tài .....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>2. Mục đích và nhiệm vụ của đề tài.....</b>                                       | <b>2</b>  |
| <b>3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài.....</b>                                | <b>2</b>  |
| <b>4. Phương pháp nghiên cứu đề tài.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>5. Cấu trúc đề tài .....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THỊ TRƯỜNG SÁCH<br/>NGOẠI VÃN.....</b>                 | <b>4</b>  |
| <b>1.1. Nhận thức chung về sách ngoại văn và thị trường sách<br/>ngoại văn. ....</b> | <b>4</b>  |
| <i>1.1.1. Nhận thức chung về sách ngoại văn. ....</i>                                | <i>4</i>  |
| <i>1.1.1.1. Khái niệm.....</i>   | <i>4</i>  |
| <i>1.1.1.2. Đặc điểm. ....</i>   | <i>5</i>  |
| <i>1.1.1.3. Vai trò.....</i>   | <i>7</i>  |
| <i>1.1.2. Nhận thức chung về thị trường sách ngoại văn. ....</i>                     | <i>9</i>  |
| <i>1.1.2.1. Khái niệm.....</i>   | <i>9</i>  |
| <i>1.1.2.2. Đặc điểm .....</i>   | <i>11</i> |
| <b>1.2. Các yếu tố cấu thành thị trường sách ngoại văn. ....</b>                     | <b>14</b> |
| <i>1.2.1. Cầu sách ngoại văn. ....</i>   | <i>14</i> |
| <i>1.2.2. Cung sách ngoại văn. ....</i>  | <i>16</i> |
| <i>1.2.3. Giá cả sách ngoại văn. ....</i>  | <i>18</i> |
| <i>1.2.4. Sự cạnh tranh trong kinh doanh sách ngoại văn. ....</i>                    | <i>19</i> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1.3. Ý nghĩa của việc nghiên cứu thị trường sách ngoại văn. ..</b>   | <b>22</b> |
| .....   |           |
| <b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG SÁCH NGOẠI VĂN Ở HÀ NỘI HIỆN NAY.....</b>  | <b>25</b> |
| <b>2.1. Một vài nét cơ bản về thị trường Hà Nội. ....</b>   | <b>25</b> |
| <b>2.2. Tình hình thị trường sách ngoại văn trên địa bàn Hà Nội. ....</b>   | <b>30</b> |
| <i>2.2.1. Nhu cầu về sách ngoại văn ở Hà Nội hiện nay. ....</i>   | <i>30</i> |
| <i>2.2.2. Cung sách ngoại văn. ....</i>   | <i>37</i> |
| <i>2.2.3. Giá cả của các mặt hàng sách ngoại văn. ....</i>  | <i>40</i> |
| <i>2.2.4. Sự cạnh tranh trong kinh doanh sách ngoại văn. ....</i>   | <i>47</i> |
| <b>2.3. Nhận xét chung.....</b>   | <b>53</b> |
| <i>2.3.1. Ưu điểm. ....</i>   | <i>53</i> |
| <i>2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân. ....</i>  | <i>58</i> |
| <b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG SÁCH NGOẠI VĂN TẠI HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI.....</b>   | <b>63</b> |
| <b>3.1. Dự báo nhu cầu sách ngoại văn tại Hà Nội trong thời gian tới. ....</b>  | <b>63</b> |
| <b>3.2. Các giải pháp góp phần thúc đẩy sự phát triển thị trường sách ngoại văn tại Hà Nội trong thời gian tới.....</b>   | <b>65</b> |
| <b>3.2.1. Giải pháp vĩ mô. ....</b>   | <b>65</b> |
| <i>3.2.1.1. Hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật về hoạt động nhập khẩu và kinh doanh sách nhập khẩu, bổ sung các chính sách đầy đủ làm cơ sở pháp lí cho hoạt động kinh doanh diễn ra liên tục, thuận lợi. ....</i> | <i>65</i> |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.2.1.2. Chú trọng công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn việc thi hành các văn bản pháp luật cho các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp kinh doanh sách nhập khẩu. Nâng cao ý thức, trách nhiệm của người đứng đầu cơ sở kinh doanh sách ngoại văn. .... | 67        |
| 3.2.1.3. Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát thị trường sách ngoại văn ở Hà Nội. ....  | 68        |
| <b>3.2.2. Giải pháp vi mô. ....</b>  | <b>70</b> |
| 3.2.2.1. Đối với các doanh nghiệp kinh doanh sách ngoại văn. ..  | 70        |
| 3.2.2.1.1. Đào tạo, nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn của đội ngũ cán bộ nghiệp vụ nhập khẩu xuất bản phẩm. Tạo ra một môi trường làm việc công bằng để họ phát huy năng lực của mình. ....   | 70        |
| 3.2.2.1.2. Hoàn thiện công tác nghiên cứu thị trường. ....   | 71        |
| 3.2.2.1.3. Đầu tư, khai thác hàng hóa từ nhiều nguồn khác nhau. ..   | 72        |
| 3.2.2.1.4. Tăng cường công tác xúc tiến kinh doanh sách ngoại văn. ....  | 73        |
| 3.2.2.1.5. Thiết lập, củng cố và phát triển hệ thống mạng lưới tiêu thụ sách ngoại văn. ....   | 74        |
| 3.2.2.1.6. Tích cực tham gia làm trong sạch thị trường sách ngoại văn, bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng và cho chính doanh nghiệp. ....  | 74        |
| 3.2.2.2. Đối với người tiêu dùng. ....   | 75        |
| <b>KẾT LUẬN .....</b>  | <b>78</b> |
| <b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>   | <b>79</b> |
| <b>PHỤ LỤC 1 .....</b>   | <b>81</b> |

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>PHỤ LỤC 2.....</b> | <b>85</b> |
| <b>PHỤ LỤC 3.....</b> | <b>88</b> |

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Lí do chọn đề tài

Đại hội Đảng lần thứ XI đã đề ra mục tiêu tổng quát: *“Phấn đấu đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại; chính trị - xã hội ổn định, dân chủ, kỷ cương, đồng thuận; đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được nâng lên rõ rệt; độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ được giữ vững; vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế tiếp tục được nâng lên; tạo tiền đề vững chắc để phát triển cao hơn trong giai đoạn sau”*. Trong đó, con người là trung tâm đồng thời là chủ thể của sự phát triển, cần phải xây dựng và phát triển con người Việt Nam trong giai đoạn mới một cách toàn diện về trí tuệ và đạo đức, đáp ứng yêu cầu của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Xuất bản phẩm là một trong những công cụ hữu hiệu để thực hiện mục tiêu đó. Sách, báo tạo điều kiện cho con người tiếp xúc với các tri thức của nền văn minh nhân loại những thành tựu, kinh nghiệm, những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp của dân tộc cũng như của các quốc gia khác trên thế giới, góp phần làm phong phú đời sống văn hóa tinh thần của con người. Ngoài ra, những tri thức mà con người tích lũy thông qua sách, báo còn được vận dụng vào các lĩnh vực của xã hội, phục vụ cho sự phát triển của đất nước.

Quá trình toàn cầu hóa và xu thế hội nhập quốc tế đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh cũng như các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm có cơ hội để tham gia vào thị trường quốc tế. Nhiều doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm cũng đã tiến hành tổ chức khai thác, phát hành sách ngoại văn với nội dung phong phú thuộc mọi lĩnh vực của đời sống xã hội như: chính trị, kinh tế, văn hóa, khoa học công nghệ, văn học nghệ thuật, giáo dục,... Từ đó đã làm cho thị trường xuất bản phẩm hình thành và phát triển hàng hóa xuất bản phẩm của nhiều quốc gia với mức độ nội dung rất khác nhau.

Trong những năm gần đây, nhu cầu về xuất bản phẩm của nước ngoài ở Việt Nam ngày càng phát triển mạnh mẽ, đặc biệt ở những thành phố lớn. Ở thủ đô Hà Nội – trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa hàng đầu của đất nước và là nơi tập trung nhiều cơ quan, tổ chức trong và ngoài nước, các trường học, thị trường sách ngoại văn ở đây đã và đang diễn ra khá sôi động. Tuy nhiên, nhiều mặt hạn chế vẫn còn tồn tại và kìm hãm sự phát triển của thị trường như: vấn đề giá cả, nạn vi phạm bản quyền... Chính vì vậy, là một sinh viên năm cuối khoa Xuất bản – Phát hành trường Đại học Văn Hóa Hà Nội, em quyết định lựa chọn đề tài “Thị trường sách ngoại văn ở Hà Nội hiện nay” cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ của đề tài**

Mục đích của đề tài nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận về sách ngoại văn và thị trường sách ngoại văn; nghiên cứu, tìm hiểu tình hình biến động của thị trường sách ngoại văn ở Hà Nội hiện nay và đưa ra các giải pháp để phát triển thị trường.

Nhiệm vụ của đề tài:

- Nghiên cứu nhu cầu về sách ngoại văn ở Hà Nội hiện nay.
- Tìm hiểu về giá cả các mặt hàng sách ngoại văn.
- Tìm hiểu hoạt động kinh doanh sách ngoại văn của các lực lượng cung ứng.
- Tìm hiểu sự cạnh tranh trên thị trường sách ngoại văn.
- Phân tích những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân của thị trường sách ngoại văn.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển thị trường sách ngoại văn ở Hà Nội.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài**

Đối tượng chính mà đề tài tập trung nghiên cứu là sách ngoại văn được nhập khẩu về Việt Nam và các yếu tố của thị trường sách ngoại văn.



Phạm vi nghiên cứu của đề tài là từ năm 2010 đến nay và tập trung chủ yếu ở các quận Hoàn Kiếm, Ba Đình, Đống Đa, Hai Bà Trưng.

Đề tài tập trung nghiên cứu ở những công ty sau:

- Tổng Công ty Sách Việt Nam.
- Công ty TNHH MTV Xuất nhập khẩu sách báo Việt Nam.
- Công ty CP Văn hóa Phương Nam
- Công ty CP Phát hành sách TP.Hồ Chí Minh
- Công ty CP Xuất nhập khẩu Văn hóa phẩm

#### **4. Phương pháp nghiên cứu đề tài**

Trong bài khóa luận này, em sử dụng kết hợp những phương pháp nghiên cứu khoa học sau:

- Phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử
- Phương pháp phân tích, thống kê, tổng hợp.
- Phương pháp so sánh.
- Phương pháp điều tra xã hội học.

#### **5. Cấu trúc đề tài**

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, phần phụ lục, danh mục bảng biểu, danh mục từ viết tắt và danh mục tài liệu tham khảo, cấu trúc của bài khóa luận bao gồm:

***Chương 1: Cơ sở lý luận về thị trường sách ngoại văn.***

***Chương 2: Thực trạng thị trường sách ngoại văn ở Hà Nội hiện nay.***

***Chương 3: Một số giải pháp nhằm phát triển thị trường sách ngoại văn tại Hà Nội trong thời gian tới.***

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), “*Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XI*”, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (2012), “*Luật Xuất bản*”, NXB Thông tin và Truyền Thông, Hà Nội.
3. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2002), “*Giáo trình Kinh tế quốc tế*”, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.
4. Nhiều tác giả (2012), “*Xuất bản Việt Nam trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế*”, NXB Thời đại, Hà Nội.
5. Ths.Nguyễn Văn Minh (2013), “*Bài giảng Các mặt hàng sách*”, Đại học Văn Hóa Hà Nội.
6. TS. Lê Thị Hoài Phương (2009), “*Hợp tác quốc tế về văn hóa trong thời kì Đổi mới ở Việt Nam*”, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội.
7. PGS.TS. Đường Vĩnh Sừng (2013), “*Công tác xuất bản – một số vấn đề lý luận và thực tiễn*”, NXB Thông tin và Truyền Thông, Hà Nội.
8. PGS.TS. Phạm Thị Thanh Tâm (2002), “*Đại cương kinh doanh xuất bản phẩm*”, Đại học Văn hoá Hà Nội.
9. Ths.Trần Thị Thu (2010), “*Giáo trình các mặt hàng sách*”, NXB Đại học Công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh, TP.Hồ Chí Minh.
10. Phạm Thị Thu (2013), “*Lý luận nghiệp vụ xuất bản*”, NXB Thông tin và Truyền Thông, Hà Nội.
11. TS.Lê Ngọc Tòng (2004), “*Một số nghiên cứu bước đầu về kinh tế học văn hóa*”, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.

### **Các website:**

[www.chinhphu.vn](http://www.chinhphu.vn)

[www.savina.com.vn](http://www.savina.com.vn)

[www.amazon.com](http://www.amazon.com)

[www.mic.gov.vn](http://www.mic.gov.vn)

[www.fahasa.com.vn](http://www.fahasa.com.vn)

[www.nhasachphuongnam.com.vn](http://www.nhasachphuongnam.com.vn)

[www.cov.gov.vn](http://www.cov.gov.vn)

[www.sachngoivan.vn](http://www.sachngoivan.vn)

[www.vinabook.com](http://www.vinabook.com)