

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

# KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**Đề tài: Nhu cầu sách thiếu nhi trong khu vực nội thành  
thành phố Hà Nội hiện nay**

*Giảng viên hướng dẫn: Thạc sĩ Phan Thị Tuyết Nga*

*Sinh viên thực hiện: Dương Thị Liên*

*Lớp: PHXBP 25B*

Hà Nội – 2010

## MỤC LỤC

<b>LỜI MỞ ĐẦU:</b> .....	4
<b>1. Mục tiêu đề tài:</b> .....	5
<b>2. Phạm vi nghiên cứu đề tài:</b> .....	5
<b>3. Phương pháp nghiên cứu:</b> .....	5
<b>4. Bố cục bài viết:</b> .....	5
<b>CHƯƠNG 1: NHẬN THỨC CHUNG VỀ NHU CẦU SÁCH THIẾU NHI VÀ Ý NGHĨA CỦA VIỆC NGHIÊN CỨU NHU CẦU SÁCH THIẾU NHI HIỆN NAY:</b> .....	6
<b>1.1. Nhận thức chung về sách thiếu nhi:</b> .....	6
<i>1.1.1. Khái niệm sách thiếu nhi:</i> .....	6
<i>1.1.2.Đặc trưng cơ bản của sách thiếu nhi:</i> .....	7
1.1.2.1 Sách thiếu nhi mang tính giáo dục cao sâu sắc và toàn diện.....	7
1.1.2.2. Sách thiếu nhi có nội dung phong phú đa dạng.....	8
1.1.2.3 Sách thiếu nhi có hình thức hấp dẫn.....	9
1.1.2.4. Sách thiếu nhi có đối tượng sử dụng đồng đảo.....	10
<b>1.2. Nhận thức chung về nhu cầu sách thiếu nhi</b> .....	11
<i>1.2.1. Khái niệm nhu cầu sách thiếu nhi</i> .....	12
<i>1.2.2. Đặc điểm nhu cầu sách thiếu nhi</i> .....	15
1.2.2.1.Đối tượng sử dụng đồng đảo nhưng chủ yếu là các em thiếu nhi.....	15
1.2.2.2. Nhu cầu sách khi được đáp ứng sẽ góp phần hình thành nhân cách trí tưởng tượng cho trẻ.....	17
1.2.2.3. Nhu cầu đa dạng phong phú về thể loại và nội dung.....	19
<b>1.3. Ý nghĩa của việc nghiên cứu nhu cầu sách thiếu nhi:</b> .....	19
<i>1.3.1. Ý nghĩa xã hội:</i> .....	20
1.3.1.1. Góp phần hình thành nhân cách cho trẻ.....	20
1.3.1.2. Góp phần định hướng văn hóa đọc cho giới trẻ.....	20

<b>1.3.2. Ý nghĩa kinh tế:</b> .....	23
1.3.2.1. Là căn cứ để doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu sách thiếu nhi cho khách hàng.....	23
1.3.2.2. Là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp điều chỉnh dự báo nhu cầu sách thiếu nhi trong tương lai.....	23
1.3.2.3. Là nhân tố góp phần tăng tính cạnh tranh đảm bảo uy tín doanh nghiệp trên thị trường.....	24
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NHU CẦU SÁCH THIẾU NHI Ở NỘI THÀNH THÀNH PHỐ HÀ NỘI HIỆN NAY:</b> .....	28
<b>2.1. Tổng quan nhu cầu sách thiếu nhi ở thủ đô Hà Nội hiện nay:</b> .....	28
2.1.1. <i>Vài nét về tình hình kinh tế, văn hóa xã hội ở Hà Nội:</i> .....	28
2.1.2. <i>Tổng quan về nhu cầu sách thiếu nhi ở Hà Nội:</i> .....	29
<b>2.2. Thực trạng nhu cầu sách thiếu nhi ở Hà Nội:</b> .....	31
2.2.1. <i>Thực trạng chung nhu cầu sách thiếu nhi ở Hà Nội hiện nay</i> .....	31
2.2.2. <i>Phân loại nhu cầu sách thiếu nhi:</i>	
2.2.2.1. Nhu cầu theo độ tuổi.....	33
2.2.2.2. Nhu cầu theo thể loại.....	41
2.2.2.3. Nhu cầu theo mục đích sử dụng.....	46
<b>2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu sách thiếu nhi ở Hà Nội hiện nay:</b>	
2.3.1. <i>Nhân tố chủ quan</i>	
2.3.2. <i>Nhân tố khách quan</i> .....	52
<b>2.4. Các lực lượng cung cấp sách thiếu nhi ở Hà Nội hiện nay:</b> .....	53
2.4.1. <i>Các nhà xuất bản:</i> .....	53
2.4.1.1. Nhà xuất bản Kim Đồng.....	53
2.4.1.2. Nhà xuất bản Trẻ.....	61
2.4.1.3. Một số đơn vị xuất bản khác.....	63
2.4.2. <i>Công ty phát hành:</i>	
2.4.2.1. Tổng công ty sách Việt Nam.....	65
2.4.2.2. Công ty cổ phần phát hành sách FAHASA.....	65

2.4.2.3. Các công ty phát hành khác.....	67
<b>2.5. Đánh giá chung về nhu cầu sách thiếu nhi hiện nay:</b>	
<b>2.5.1. Ưu điểm</b>	
<b>2.5.2. Những hạn chế còn tồn tại .....</b>	<b>70</b>
<b>Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP KÍCH CẦU SÁCH THIẾU NHI TRONG THỜI GIAN TỚI:.....</b>	<b>79</b>
<b>3.1. Đối với Nhà nước</b>	
<b>3.2. Đối với các nhà xuất bản và công ty phát hành</b>	
<b>3.2.1. Đối với nhà xuất bản</b>	
<b>3.2.2. Đối với các công ty phát hành .....</b>	<b>81</b>
<b>3.3. Đối với nhà trường, gia đình và xã hội</b>	
<b>KẾT LUẬN:</b>	
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO: .....</b>	<b>7</b>

## **LỜI MỞ ĐẦU:**

Trong thời đại bùng nổ thông tin hiện nay, sách đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu đối với mỗi con người và đây cũng chính là một trong những phương tiện truyền tải tri thức văn hóa khá toàn diện trong xã hội. Nói như vậy bởi sách chính là một trong những công cụ vừa thực hiện nhiệm vụ định hướng tuyên truyền đường lối chính sách của Đảng, Nhà nước vừa góp phần phát triển và hoàn thiện nhân cách con người thời đại mới.

Đối với thế hệ trẻ đặc biệt là các em thiếu nhi những chủ nhân tương lai của đất nước sách chính là công cụ học tập, công cụ giải trí lành mạnh, đồng thời cũng chính là cầu nối các em với thế giới bên ngoài. Vì thế nhu cầu đọc sách của các em ngày càng lớn và biến đổi không ngừng theo thời gian. Sự tăng cao không ngừng nhu cầu đọc sách của thiếu nhi đã làm cho nhu cầu về sách biến đổi không ngừng. Đứng trước sự biến động dữ dội về thị hiếu và nhu cầu của thiếu niên, nhi đồng đối với mặt hàng sách thiếu nhi, việc nghiên cứu cầu đọc sách đã trở thành vấn đề cấp thiết. Nó có vai trò quan trọng không chỉ trong việc đáp ứng đúng trúng nhu cầu đọc sách của các em mà còn góp phần định hướng văn hóa đọc, phát huy được vai trò xã hội của sách.

Xuất phát từ tầm quan trọng đó cùng với những kiến thức được trang bị trên ghế nhà trường cùng với một ít kinh nghiệm thực tế tích lũy được tôi đã chọn nghiên cứu đề tài: “Nhu cầu sách thiếu nhi ở Hà Nội hiện nay”

### **1. Mục tiêu đề tài:**

Nghiên cứu đề tài sẽ góp phần hệ thống hóa nhu cầu về sách thiếu nhi trên thị trường Hà Nội. Qua đó phân tích và đánh giá đúng thực trạng nhu cầu sách hiện nay. Từ đó đưa ra được những giải pháp nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu và định hướng giáo dục cho thiếu nhi.

**2. Phạm vi nghiên cứu đề tài:**

Tuy địa giới hành chính của Hà Nội hiện nay đã được mở rộng, xác nhập với tỉnh Hà Tây một phần Hòa Bình và Bắc Ninh. Nhưng trong bài nghiên cứu này tôi chỉ khai thác nhu cầu sách thiếu nhi trong nội thành Hà Nội bao gồm 9 quận nội thành đó là Ba Đình, Hoàn Kiếm, Hai Bà Trưng, Đống Đa, Tây Hồ, Thanh Xuân, Cầu Giấy, Long Biên, Hoàng Mai. Vì có thể khẳng định đây là thị trường kinh doanh xuất bản phẩm lớn sôi động của cả nước hiện nay, đây cũng là nơi dân cư có nhu cầu rất cao về mặt hàng sách thiếu nhi này.

**3. Phương pháp nghiên cứu:**

Trong quá trình thực hiện luận văn này tôi đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp khảo sát thực tế
- Phương pháp so sánh
- Phương pháp phân tích
- Phương pháp tổng hợp
- Phương pháp điều tra thị trường.

**4. Bố cục bài viết:**

Chương 1: Nhận thức chung về nhu cầu sách thiếu nhi và ý nghĩa của việc nghiên cứu nhu cầu sách thiếu nhi hiện nay.

Chương 2: Thực trạng nhu cầu sách thiếu nhi ở nội thành thành phố Hà Nội hiện nay.

Chương 3: Một số giải pháp kích cầu sách thiếu nhi trong thời gian tới.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Quyết định 21- TTG của Thủ tướng chính phủ về chính sách đối với việc phát hành sách, báo, phim ảnh cho thiếu nhi.
2. Tập hợp tư liệu chuyên ngành phát hành xuất bản phẩm của đội ngũ giảng viên khoa PHXBP- Trường Đại học văn hóa Hà Nội
3. Tâm lý học lứa tuổi nhóm tác giả nước ngoài- NXB Đại học Sư phạm
4. Số liệu báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh sách của Cục xuất bản- 2009
5. Số liệu kinh tế, xã hội đô thị lớn NXB Thống Kê
6. Tư liệu sưu tầm qua báo chí, Internet...