

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

📖 📚 📖



**THỊ TRƯỜNG SÁCH TRUYỆN TRANH THIẾU NHI TRÊN
ĐỊA BÀN HÀ NỘI HIỆN NAY**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN :

SINH VIÊN THỰC HIỆN : CHU ANH TÚ

LỚP : PHXBP 25A

Hà Nội – 2010

MỤC LỤC

Lời mở đầu.....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	5
2. Mục đích nghiên cứu.....	7
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	7
4. Phương pháp nghiên cứu.....	7
5. Bố cục bài khóa luận.....	7
Chương 1: Nhận thức chung về sách truyện tranh thiếu nhi và thị trường sách truyện tranh thiếu nhi	
1.2 <i>Đặc trưng cơ bản của sách truyện tranh thiếu nhi</i>	
1.1.1 <i>Khái niệm về mặt hàng sách thiếu nhi</i>	
1.1.2 <i>Khái niệm về sách truyện tranh thiếu nhi</i>	
1.2 <i>Đặc điểm của mặt hàng sách truyện tranh thiếu nhi</i>	
1.2.1 <i>Sách truyện tranh thiếu nhi mang tính giáo dục cao</i>	
1.2.2 <i>Sách truyện tranh thiếu nhi có nội dung phong phú đa dạng.</i>	
1.2.3 <i>Nội dung của sách truyện tranh thiếu nhi cần phù hợp tâm sinh lý độ tuổi và khả năng nhận thức của thiếu nhi.</i>	
1.2.4 <i>Sách truyện tranh thiếu nhi có hình thức trình bày hấp dẫn</i>	
1.3 <i>Ý nghĩa của sách truyện tranh thiếu nhi đối với đời sống xã hội.</i>	
1.3.1 <i>Góp phần thỏa mãn nhu cầu của trẻ em và bậc phụ huynh.</i>	
1.3.2 <i>Góp phần cung cấp kiến thức nhằm giáo dục và hoàn thiện nhân cách trẻ em</i>	
1.3.3 <i>Nâng cao nhu cầu giải trí lành mạnh cho trẻ</i>	
1.3.4 <i>Góp phần giao lưu văn hóa với các nước trên thế giới.</i>	
1.4 <i>Những vấn đề cơ bản về thị trường sách truyện tranh thiếu nhi.</i>	
1.4.1 <i>Khái niệm về thị trường và thị trường sách truyện tranh thiếu nhi.</i>	
1.4.2 <i>Đặc điểm của thị trường sách truyện tranh thiếu nhi.</i>	

1.4.2.1 Thị trường sách truyện tranh thiếu nhi là quá trình trong đó diễn ra việc mua bán các hàng hóa thuộc lĩnh vực tinh thần _ trí tuệ

1.4.2.2 Thị trường sách truyện tranh thiếu nhi chịu sự tác động lớn của các nhân tố xã hội: kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội

1.4.2.3 Là nơi diễn ra các quy luật của thị trường: cung, cầu, giá cả, cạnh tranh

1.4.3 Vai trò của thị trường sách truyện tranh thiếu nhi.

Chương 2: Thực trạng thị trường sách truyện tranh thiếu nhi trên địa bàn thủ đô Hà Nội hiện nay

2.1 Các nhân tố ảnh hưởng đến thị trường sách truyện tranh thiếu nhi và sự phát triển của thị trường sách truyện tranh thiếu nhi ở Hà Nội

2.1.1 Điều kiện kinh tế xã hội của thủ đô Hà Nội.

2.1.2 Vài nét khái quát về thể hệ thiếu nhi Hà Nội hiện nay.

2.1.3 Sự hình thành phát triển thị trường truyện tranh thiếu nhi tại Hà Nội.

2.2 Tình hình thị trường sách truyện tranh thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội hiện nay

2.2.1 Nhu cầu sách truyện tranh thiếu nhi

2.2.2 Thành phần mặt hàng sách truyện tranh thiếu nhi trên thị trường Hà Nội

2.2.3 Lực lượng cung sách truyện tranh thiếu nhi.

2.2.4 Giá cả của mặt hàng sách truyện tranh thiếu nhi trên thị trường Hà Nội hiện nay

2.2.5 Sự cạnh tranh của các doanh nghiệp tham gia kinh doanh sách truyện tranh thiếu nhi

2.3 Nhận xét về thị trường sách truyện tranh thiếu nhi ở thị trường Hà Nội hiện nay

2.3.1 Ưu điểm

2.3.2 Một số tồn tại hạn chế của thị trường sách truyện tranh thiếu nhi ở thủ đô Hà Nội.

Thị trường càng sôi động bao nhiêu thì càng có nhiều vấn đề trong đó, sau đây là những hạn chế còn tồn tại ở thị trường truyện tranh thiếu nhi

Chương 3; Các giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh sách truyện tranh thiếu nhi trên thị trường Hà Nội hiện nay

3.1 Giải pháp từ phía nhà nước

3.1.1 Hoàn thiện các chính sách quy định pháp luật

3.1.2 Tăng cường công tác quản lý thị trường

3.2 Giải pháp về phía các doanh nghiệp kinh doanh sách truyện tranh thiếu nhi

3.2.1 Cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động nghiên cứu thị trường nói chung và nhu cầu về sách truyện tranh thiếu nhi nói riêng để có thể cung cấp những truyện tranh mang tính giáo dục cao hơn và nội dung phù hợp hơn

3.2.2 Cần đầu tư kinh phí để khai thác những bản thảo truyện tranh hay hơn

3.2.3 Đẩy mạnh công tác tuyên truyền và hoạt động giúp hình thành nhu cầu đọc sách của thiếu nhi

3.2.4 Thường xuyên nâng cao chất lượng sách

3.2.5 Giá cả phù hợp với nhiều tầng lớp độc giả hơn

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO..... 9

Lời mở đầu

1. Tính cấp thiết của đề tài

Kinh tế Việt Nam là nền kinh tế hỗn hợp. Việt Nam đã và đang tích cực trên con đường hội nhập toàn diện về kinh tế chính trị và văn hóa với các nước trên khu vực và trên thế giới. Đặc biệt là sau khi gia nhập Tổ chức Thương Mại Thế giới (WTO), chúng ta có nhiều cơ hội để phát triển. Tuy nhiên, chính điều đó cũng mang lại không ít khó khăn, thách thức cho các ngành kinh tế ở Việt Nam nói chung và ngành Xuất bản - Phát hành nói riêng.

Thiếu nhi là thế hệ mầm non tương lai của đất nước, là vốn quý của mỗi quốc gia. Thiếu nhi Việt Nam hiện nay hầu hết là những em rất ngoan, chăm học, biết lắng nghe và không ngừng tu dưỡng và rèn luyện phấn đấu. Tuy nhiên, do gặp không ít khó khăn bởi các yếu tố khách quan và chủ quan bên ngoài nên vẫn còn số ít các em thiếu nhi hư hỏng, ý thức kém đặc biệt là các em thiếu nhi tham gia vào các tệ nạn xã hội. Đây đang là vấn đề cấp bách của đất nước ta lúc này.

Đảng và Nhà nước ta đã sớm nhận ra vấn đề bất cập này nên đã và đang thực hiện nhiều biện pháp chăm sóc và giáo dục rèn luyện toàn diện cho thiếu nhi khắp cả nước.

Điều 3_ Luật bảo vệ chăm sóc và giáo dục trẻ em của Nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam ra ngày 12-08-1991 đã ghi lại rằng : “ Việc bảo vệ , chăm sóc và giáo dục trẻ em là trách nhiệm của gia đình, nhà trường và cơ quan tổ chức cá nhân, xã hội và công dân. Nhà nước khuyến khích và tạo điều kiện để các tổ chức, cá nhân ở trong và ngoài nước góp phần vào sự nghiệp bảo vệ chăm sóc và giáo dục trẻ em.” Điều đó đã khẳng định rằng sự nghiệp trồng người là sự nghiệp chung của toàn xã hội, toàn Đảng, toàn dân. Giáo dục và tuyên truyền định hướng này bao gồm thông qua cả gia đình, nhà trường và toàn xã hội và các công cụ tuyên truyền phổ biến nhất đó là các phương tiện truyền thông đại chúng, tất nhiên không thể không kể đến phương tiện truyền thông đó là sách

Kinh doanh xuất bản phẩm - khái niệm này tuy không mới nhưng chỉ trong những năm gần đây nó mới thật sự được chú ý và được coi là một “nghề”. Vai trò của ngành xuất bản không ai có thể phủ nhận, đó là đưa tri thức đến gần với công chúng.

Vượt qua thời kì bao cấp, cuộc sống con người đang được cải thiện rõ rệt cả về vật chất và tinh thần. Khi các nhu cầu về vật chất đã được đáp ứng đầy đủ, các nhu cầu về sinh hoạt tinh thần càng được chú ý và đề cao hơn. Bên cạnh các Xuất bản phẩm dành cho người lớn thì mảng truyện tranh dành cho thiếu nhi cũng rất được quan tâm. Đặc biệt là đối với các em thiếu nhi, việc đọc và học tập được tri thức từ sách báo là rất bổ ích. Thiếu nhi - là lực lượng nòng cốt, là chủ nhân tương lai của đất nước chính vì thế Đảng và Nhà nước ta luôn có những chính sách phù hợp để hoàn thiện ươm mầm cho trí tuệ, thể chất cũng như nhu cầu vui chơi của các em được phát triển toàn diện. Việc đem lại cho các em các sách báo bổ ích, phù hợp với độ tuổi, không thể một phía từ các nhà xuất bản hay phát hành mà nó còn được nghiên cứu kỹ càng từ nhu cầu thực tiễn của các em. Hiện nay, văn hoá đọc đang có xu hướng giảm, đặc biệt là đối với tầng lớp trẻ, thiếu niên nhi đồng bởi có rất nhiều phương tiện kỹ thuật và truyền thông cũng như các hoạt động khác khiến cho sách báo không là chìa khoá duy nhất giúp các em tiếp cận tri thức hay giải trí - đây là hai lợi ích lớn nhất của sách báo thiếu nhi. Chính vì thế cần phải có những cuốn sách hay, bổ ích để kéo các em quay trở lại.

Xuất phát từ thực tiễn nhu cầu, hiện nay thị trường sách truyện tranh thiếu nhi đã đa dạng và phong phú hơn rất nhiều so với những năm trước, có rất nhiều doanh nghiệp xuất bản phẩm quan tâm và đầu tư vào thị trường sách này, nhưng làm sao để quản lý được thị trường này và có thể xuất bản những truyện tranh hay có tính giáo dục cao thì lại là vấn đề khiến các nhà quản lý đang đặt ra câu hỏi lớn.

Xuất phát từ nhận thức về vấn đề này, cùng với những kiến thức cơ bản đã được trang bị trong suốt 4 năm ngồi trên ghế nhà trường cùng với kiến thức thực tế đã được áp dụng trong thời gian kiến tập và thực tập và lòng đam mê về truyện tranh thiếu nhi, em quyết định chọn đề tài “**Thị trường sách truyện tranh thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội hiện nay**” cho bài khóa luận của mình với mong muốn củng cố thêm những kiến thức đã được học đồng thời đưa ra cái nhìn cụ thể hơn về hoạt động kinh doanh sách truyện tranh thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội hiện nay, cũng như góp phần nhỏ bé của mình vào sự nghiệp phát triển chung của ngành .

2. Mục đích nghiên cứu

Đề tài đi sâu vào nghiên cứu những vấn đề cơ bản về thị trường sách truyện tranh thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội hiện nay, về thị trường sách thiếu nhi, lượng cung - cầu, giá cả và tình hình cạnh tranh đối với mặt hàng này. Đề từ phát huy nhưng mặt tích cực và hạn chế những tiêu cực đối với thị trường kinh doanh mặt hàng sách này.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Bài báo cáo tập trung nghiên cứu về tình hình thị trường sách truyện tranh thiếu nhi ở Hà Nội hiện nay thông qua một số nhà xuất bản : Nhà Xuất bản Kim Đồng, Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin, Nhà xuất bản Trẻ, Nhà xuất bản Phụ nữ...trên thị trường thủ đô Hà Nội

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thống kê
- Phương pháp quan sát
- Phương pháp phân tích
- Phương pháp so sánh
- Phương pháp điều tra xã hội
- Phương pháp nghiên cứu tổng hợp

5. Bố cục bài khóa luận

Ngoài phần mở bài và kết luận, Bài khóa luận còn được chia thành ba chương như sau:

Chương 1: Nhận thức chung về sách truyện tranh thiếu nhi và thị trường sách truyện tranh thiếu nhi

Chương 2 : Thực trạng thị trường sách truyện tranh thiếu nhi trên địa bàn thủ đô Hà Nội hiện nay

Chương 3 : Các giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh sách truyện tranh thiếu nhi trên thị trường Hà Nội hiện nay

Với những kiến thức đã được đào tạo trên ghế nhà trường và kiến thức bản thân đã thu thập được, chắc hẳn bài khóa luận của em không thể tránh những sai sót , vì vậy em kính mong nhận được sự góp ý tận tình của các thầy cô để giúp em hoàn thiện hơn bài khóa luận của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình: Đại cương phát hành xuất bản phẩm - Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội
2. Giáo trình: Nghiên cứu nhu cầu xuất bản phẩm - Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội
3. Bài giảng: Các mặt hàng sách của Ths.Nguyễn Văn Minh - Trường Đại học Văn hóa Hà Nội
4. Một số trang web như:
 - (Cục xuất bản)
 - <http://www.firstnews.co.uk> (Công ty Văn hóa và sáng tạo Trí Việt)
 - (Nhà xuất bản Trẻ)
 - (Nhà xuất bản Kim Đồng)
 - (Nhà xuất bản Hội nhà văn)
 - (Nhà xuất bản Thanh Niên)
5. Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh của các Nhà xuất bản
6. Các bài giảng môn chuyên ngành của các thầy cô giáo trong khoa Xuất bản - phát hành