

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

****000****



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề Tài :

THỊ TRƯỜNG SÁCH THIẾU NHI Ở HÀ NỘI
TỪ NĂM 2010 ĐẾN NĂM 2013

Sinh viên thực hiện : Phạm Thị Thùy Linh

Khoa : Xuất Bản – Phát hành

Lớp : PH29B

Giảng viên hướng dẫn : TS. Lê Thị Phương Nga

HÀ NỘI, NĂM 2014

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp với đề tài “**Thị trường sách thiếu nhi ở Hà Nội từ năm 2010 đến năm 2013**” trước hết em xin chân thành cảm ơn các thầy cô trong khoa Xuất Bản- Phát Hành – Trường đại học Văn Hóa Hà Nội đã tạo điều kiện để em tham gia viết khóa luận Tốt nghiệp.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Giảng viên – Ts Lê Thị Phương Nga, người đã trực tiếp giúp đỡ em trong việc hình thành kỹ năng nghiên cứu, nhìn nhận và đánh giá vấn đề nghiên cứu một cách khoa học.

Mặc dù đã cố gắng song do khả năng có hạn, khó khăn trong quá trình nghiên cứu nên bài khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Chính vì những thiếu sót đó, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của quý thầy cô để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn !

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	1
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1 : SÁCH THIẾU NHI VÀ THỊ TRƯỜNG SÁCH THIẾU NHI TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI HIỆN NAY	4
1.1. Sách thiếu nhi.....	4
1.1.1. Khái niệm sách thiếu nhi.	4
1.1.2. Đặc điểm của sách thiếu nhi.	6
1.1.2.1. Sách thiếu nhi có hình thức hấp dẫn.....	6
1.1.2.2. Sách thiếu nhi có nội dung phong phú và đa dạng.	8
1.1.2.3. Sách thiếu nhi có tính giáo dục cao, sâu sắc và toàn diện.....	8
1.1.2.4. Sách thiếu nhi có đối tượng bạn đọc đông đảo.....	9
1.1.3. Phân loại mặt hàng sách thiếu nhi.....	11
1.1.3.2. Phân loại sách thiếu nhi theo đối tượng sử dụng.	13
1.2. Thị trường sách thiếu nhi.....	16
1.2.1. Khái niệm thị trường sách thiếu nhi.....	16
1.2.2. Đặc điểm của thị trường sách thiếu nhi.....	17
1.2.2.1. Thị trường sách thiếu nhi hướng tới nhóm đối tượng khách hàng cụ thể là thiếu nhi và các bậc phụ huynh.	17
1.2.2.2. Truyen tranh thiếu nhi chiếm thị phần lớn trên thị trường sách thiếu nhi.	19
1.2.2.3. Thị trường sách thiếu nhi thu hút nhiều các doanh nghiệp tham gia sản xuất, kinh doanh và có sự cạnh tranh gay gắt với nhau.....	20
1.2.3. Ý nghĩa của thị trường sách thiếu nhi	21
1.2.3.1. Ý nghĩa xã hội	21
1.2.3.2. Đối với doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.	22
CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG SÁCH THIẾU NHI TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI (2010- 2013)	25
2.1. Các yếu tố tác động đến hoạt động xuất bản và tiêu thụ sách thiếu nhi và sự phát triển của thị trường sách thiếu nhi ở Hà Nội.....	25
2.1.1. Các yếu tố về kinh tế và xã hội của thủ đô Hà Nội.....	25
2.1.2. Sự phát triển của thị trường sách thiếu nhi ở Hà Nội	27
2.2. Nhu cầu về sách thiếu nhi.....	28

2.3. Các mặt hàng sách thiếu nhi trên thị trường.....	33
2.3.1. Sách thiếu nhi có nội dung về giáo dục truyền thống.	33
2.3.1. Sách về con người mới và cuộc sống mới.....	36
2.3.2. Sách kiến thức khoa học, sách khoa học viễn tưởng	37
2.3.3. Sách dịch nước ngoài, sách hợp tác quốc tế.....	38
2.4. Lực lượng cung ứng sách thiếu nhi trên thị trường Hà Nội hiện nay.....	40
2.4.1. Các nhà xuất bản.	40
2.4.2. Các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm tư nhân.	43
2.5. Giá cả của sách thiếu nhi trên thị trường.....	47
2.6. Tình hình cạnh tranh của các doanh nghiệp tham gia kinh doanh sách thiếu nhi.	49
2.6.1. Về hàng hóa.....	50
2.6.2. Về giá cả và phương thức thanh toán.....	52
2.6.3. Về dịch vụ bán hàng	54
2.7. Nhận xét.....	57
2.7.1. Ưu điểm.....	57
2.7.2. Các mặt hạn chế.	60
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN THỊ TRƯỜNG SÁCH THIẾU NHỊ Ở HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI ..	66
3.1. Xu hướng phát triển thị trường sách thiếu nhi trong thời gian tới.	66
3.2. Các giải pháp nhằm hoàn thiện thị trường sách thiếu nhi trong thời gian tới.....	68
3.2.1. Các giải pháp vĩ mô	68
3.2.2. Các giải pháp vi mô	72
KẾT LUẬN.....	75
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	82

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

“Trẻ em hôm nay – thế giới ngày mai” hay “trẻ em như búp trên cành” là những câu nói đã đi vào lòng chúng ta khi nói về thế hệ tương lai của đất nước. Trẻ em là nguồn hạnh phúc cho mọi gia đình, là nền móng xây dựng tương lai cho Tổ Quốc, trẻ em cần được chăm lo về tinh thần và những định hướng giáo dục, qua sinh hoạt thường ngày, qua sách vở, qua trường lớp. Bởi vậy, chăm sóc, bảo vệ và giáo dục trẻ em không chỉ là trách nhiệm riêng của mỗi gia đình, nhà trường mà đó còn là trách nhiệm của toàn xã hội. Mà gần gũi nhất là chăm lo cho trẻ em thông qua gia đình, thầy cô và các phương tiện truyền thông khác.

Trong những năm gần đây, chúng ta có thể thấy rằng xã hội xuất hiện ngày càng nhiều những trung tâm văn hóa giải trí như rạp chiếu phim, các trung tâm vui chơi và các chương trình ca nhạc, các báo và tạp chí giải trí... Để bắt nhịp với các xu hướng đó, các nhà Xuất bản cũng như các doanh nghiệp đã góp phần không nhỏ vào công cuộc tạo ra một sân chơi giải trí bổ ích và thiết thực nhằm thỏa mãn hơn nữa đời sống tinh thần của đông đảo người dân tham gia, đặc biệt là trẻ em và các bậc phụ huynh.

Như chúng ta đã biết hoạt động xuất bản là một hoạt động kinh tế đặc thù, vừa đảm bảo mục tiêu kinh tế, vừa phải thực hiện các mục tiêu văn hóa xã hội.

Kinh doanh xuất bản phẩm ngày nay không phải là một khái niệm mới mẻ, nó thật sự đã và đang được Nhà nước đầu tư bởi vai trò quan trọng trong việc đưa tri thức đến với công chúng.

Trong vài thập kỉ trở lại đây, văn hóa đọc của người dân cũng như văn hóa đọc của thiếu nhi đang có dấu hiệu suy thoái. Khi mà đọc sách thiếu nhi không còn là nhu cầu, niềm say mê, vui thích của các bạn nhỏ. Sự cạnh tranh khốc liệt, gay gắt của các ngành giải trí hiện đại, tiện ích đang dần lôi cuốn

hơn. Sách thiếu nhi, báo thiếu nhi cũng như các tạp chí dành cho các bạn nhỏ tuổi đang dần mất đi vị thế của mình.

Vậy làm thế nào để những trang sách hay, phù hợp với lứa tuổi và mang nhiều ý nghĩa được các bạn trẻ một đón đọc một cách say mê, thích thú? Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn, thị trường sách hiện nay đã và đang phong phú hơn rất nhiều so với những năm về trước, có rất nhiều doanh nghiệp xuất bản quan tâm và đầu tư vào thị trường này. Làm sao để quản lý được thị trường sách lớn như thị trường sách của Thành Phố Hà Nội như hiện nay chính là vấn đề đang đặt ra cho các nhà quản lý.

Trên những cơ sở lý luận và thực tiễn, những hiểu biết chung đã được học tập và nghiên cứu ở trường, em đã chọn đề tài: **“Thị trường sách thiếu nhi ở Hà Nội từ năm 2010 đến năm 2013”** làm đề tài khóa luận tốt nghiệp. Với mong muốn góp một phần nhỏ hiểu biết của mình nhằm nghiên cứu và hoàn thiện thị trường sách thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội.

2. Mục tiêu của đề tài :

- Góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về thị trường sách thiếu nhi, khẳng định vai trò quan trọng của thị trường này đối với các nhà xuất bản, các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm.
- Phân tích đúng thực trạng thị trường sách thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội hiện nay.
- Đánh giá những mặt mạnh , yếu của thị trường sách thiếu nhi. Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện thị trường sách thiếu nhi trong giai đoạn hiện nay .

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài :

- Đối tượng nghiên cứu: Thị trường sách thiếu nhi
- Phạm vi nghiên cứu:

- Không gian: Thành phố Hà Nội qua khảo sát tại: Nhà xuất bản Kim Đồng, Nhà xuất bản Văn hóa Thông Tin, Nhà xuất bản Trẻ, Nhà xuất bản Phụ Nữ, công ty văn hóa và truyền thông Trí Việt, công ty văn hóa và truyền thông Liên Việt, công ty sách Alphabooks.

- Thời gian: từ năm 2010 -2013

4. Phương pháp nghiên cứu :

Để thực hiện bài khóa luận tốt nghiệp của mình , em sẽ sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau :

- Phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lê Nin.
- Phương pháp thống kê
- Phương pháp phân tích số liệu
- Phương pháp tổng hợp
- Phương pháp điều tra xã hội học

5. Kết cấu của tiểu luận :

➤ **Chương 1 : Sách thiếu nhi và thị trường sách thiếu nhi trên địa bàn thủ đô Hà Nội**

➤ **Chương 2: Thực trạng thị trường sách thiếu nhi trên địa bàn Hà Nội**

➤ **Chương 3 : Một số giải pháp nhằm hoàn thiện sách thiếu nhi trên thị trường Hà Nội trong thời gian tới.**

Do những hạn chế trong kiến thức của bản thân, kinh nghiệm thực tế còn ít cũng như khó khăn trong quá trình nghiên cứu và thu thập số liệu nên bài khóa luận tốt nghiệp của em sẽ không tránh khỏi những hạn chế và những ý kiến đánh giá mang tính chủ quan. Vì vậy, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy các cô trong khoa, cũng như những ai quan tâm đến đề tài này để em có thể hoàn thành tốt hơn nữa bài khóa luận của mình.

Em xin chân thành cảm ơn !

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh của Nhà Xuất bản Kim Đồng.
2. Cục xuất bản: từ điển thuật ngữ Xuất bản, in, phát hành, thư viện, bản quyền.
3. Các bài giảng môn chuyên ngành của các thầy, cô giáo khoa Xuất bản, phát hành (ĐH văn hóa Hà Nội)
4. Giáo trình Đại cương phát hành xuất bản phẩm – Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.
5. Giáo trình Đại cương nhu cầu xuất bản phẩm – Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.
6. Giáo trình Tuyên truyền quảng cáo xuất bản phẩm – trường Đại học Văn Hóa Hà Nội
7. Tạp chí sách và đời sống các số
8. Thuật ngữ chuyên sách thiếu nhi chuyên ngành- Thư Viên Hà Nội.
9. Các website của các nhà xuất bản trên thị trường Hà Nội
 - www.nxbkimdong.com.vn
 - www.nxbtre.com
 - www.nxbgiaoduc.com
 - www.alphabooks.vn
10. Các website tìm kiếm và mạng văn học
 - www.google.com
 - www.doc.edu.vn
 - Mạng xã hội văn học,....