

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



# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:    THỊ TRƯỜNG TRUYỆN TRANH**

**Ở HÀ NỘI HIỆN NAY**

**Giảng viên hướng dẫn:**

**Sinh viên thực hiện    : Ngô Thạch Thảo**

**Lớp                                :**

**HÀ NỘI - 2015**

## MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG VÀ BIỂU ĐỒ.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MỞ ĐẦU.....	7
Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG TRUYỆN	
TRANH .....	10
1.1. Khái quát chung về truyện tranh.....	10
1.1.1. Truyện tranh và lịch sử hình thành truyện tranh.....	10
1.1.2. Phân loại truyện tranh .....	11
1.1.2.1. Phân loại truyện tranh theo nội dung.....	11
1.1.2.2. Phân loại truyện tranh theo nguồn gốc .....	13
1.1.2.3. Phân loại truyện tranh theo lứa tuổi.....	19
1.1.3. Vai trò của truyện tranh.....	20
1.2. Khái quát thị trường truyện tranh .....	22
1.2.1. Khái niệm thị trường.....	22
1.2.2. Các yếu tố cơ bản của thị trường sách truyện tranh .....	22
1.2.2.1. Nhu cầu truyện tranh.....	22
1.2.2.2. Nguồn cung truyện tranh .....	24
1.2.2.3. Mặt hàng truyện tranh.....	25
1.2.2.4. Giá cả truyện tranh.....	26
1.2.2.5. Cạnh tranh trên thị trường truyện tranh .....	26
1.2.3. Đặc điểm thị trường truyện tranh .....	27
1.2.3.1. Thị trường truyện tranh hướng tới đối tượng khách hàng cụ thể là thanh thiếu niên và một bộ phận các bậc phụ huynh.....	27
1.2.3.2. Sự yếu thế của truyện tranh trong nước so với truyện dịch nước ngoài.....	28
1.2.3.3. Sự bảo thủ trong quan niệm về thể loại và lứa tuổi tiếp nhận.....	29
1.2.4. Vai trò của thị trường truyện tranh.....	30
1.2.4.1. Đối với doanh nghiệp.....	30
1.2.4.2. Đối với người sử dụng .....	32

Chương 2 THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG TRUYỆN TRANH Ở HÀ NỘI HIỆN NAY .....	34
2.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường truyện tranh ở Hà Nội hiện nay	34
2.2. Nhu cầu truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	39
2.2.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	39
2.2.2. Nhu cầu truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	40
2.3. Nguồn cung truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	43
2.3.1. Các lực lượng kinh doanh truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	43
2.3.2. Nguồn cung bản thảo truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	49
2.4. Mặt hàng truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	52
2.4.1. Số lượng mặt hàng truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	52
2.4.2. Chất lượng mặt hàng truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	55
2.4.2.1. Nội dung mặt hàng truyện tranh đưa ra thị trường .....	55
2.4.2.2. Hình thức mặt hàng truyện tranh đưa ra thị trường .....	56
2.5. Giá cả truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	60
2.6. Cạnh tranh trên thị trường truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	64
2.6.1. Cạnh tranh về hàng hóa .....	64
2.6.2. Cạnh tranh về giá cả .....	67
2.6.3. Cạnh tranh về nghệ thuật bán hàng .....	68
2.7. Tình hình quản lý thị trường truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	69
2.8. Đánh giá chung về thị trường truyện tranh ở Hà Nội hiện nay .....	71
2.7.1 Ưu điểm .....	71
2.7.2. Hạn chế .....	72
Chương 3 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO THỊ TRƯỜNG TRUYỆN TRANH TRONG THỜI GIAN TỚI .....	76
3.1. Dự báo về xu thế phát triển của thị trường truyện tranh .....	76
3.2. Giải pháp phát triển thị trường truyện tranh .....	78

3.2.1. Định hướng của Đảng và Nhà nước nhằm phát triển văn hoá tinh thần và trí tuệ cho thanh thiếu niên.....	78
3.2.2. Giải pháp vĩ mô.....	79
3.2.3. Giải pháp vi mô.....	80
3.2.3.1. Về phía các lực lượng xuất bản và doanh nghiệp phát hành ...	80
3.2.3.2. Về phía người sử dụng.....	83
KẾT LUẬN.....	85
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	87
PHỤ LỤC.....	89

## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Truyện tranh không chỉ là phương tiện để giải trí mà còn có thể được phục vụ cho mục đích giáo dục. Nó là món ăn, là người bạn tinh thần không thể thiếu đối với nhiều người, từ trẻ nhỏ đến người lớn, từ học sinh đến nhân viên văn phòng. Truyện tranh cũng được đánh giá là có tác động tốt với tinh thần, tâm hồn và hành vi của người đọc, đặc biệt với các em trong độ tuổi vị thành niên khi mà các nhân vật luôn cho các em thấy những mặt tốt và ấn tượng, chúng sẽ bắt chước theo như thế với tính học hỏi vốn có của mình. Như các nhân vật siêu anh hùng được phương Tây dùng để giáo dục tiềm năng đạo đức của trẻ em. Đây cũng là sở thích của các em, cũng là thú vui thư giãn, giải trí sau những giờ phút học tập căng thẳng. Nó là một cách để rèn thói quen đọc sách. Những cuốn truyện tranh bổ ích và lý thú có thể giúp giáo dục và giáo dưỡng trẻ, giúp trẻ phát huy khả năng sáng tạo phong phú, phát triển năng khiếu... Nó cũng là cách tốt để truyền tải các kiến thức khô khan như lịch sử, khoa học.

Thực tế, trên thị trường hiện nay chỉ có một số nhà xuất bản, một số công ty sách có bản quyền về mảng sách truyện tranh. Tại các cơ sở này, nội dung và hình thức của các tác phẩm đã được kiểm duyệt chặt chẽ, chỉ có những bộ truyện tranh mang nội dung giáo dục giải trí lành mạnh mới được xuất bản. Bên cạnh đó, những bộ truyện không được kiểm duyệt vẫn ngang nhiên bày bán với số lượng lớn trên thị trường, nhiều bộ truyện mang nội dung độc hại gây ảnh hưởng xấu tới nhận thức người đọc. Nó không chỉ ảnh hưởng tới quyền và lợi ích của doanh nghiệp, quyền và lợi ích của tác giả, lợi ích của người sử dụng mà còn làm cho thị trường xuất bản phẩm rối loạn khó kiểm soát gây khó khăn cho các nhà quản lý. Dựa trên cơ sở lý luận và thực tiễn tình hình thị trường, em chọn đề tài: “**Thị trường truyện tranh ở Hà Nội hiện nay**” là bài nghiên cứu của bản thân.

Bên cạnh đó, từ trước đến nay đã có nhiều đề tài nghiên cứu dưới các cấp độ và phạm vi khác nhau về truyện tranh, cả trong và ngoài nước. Đề tài được đưa ra không hề mới mà sẽ tiếp tục đào sâu vào những vấn đề cơ bản của thị trường truyện tranh trong thời điểm hiện tại.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu**

Đề tài được đưa ra nhằm: Hệ thống hóa mặt lý luận về thị trường truyện tranh; khảo sát thực trạng thị trường truyện tranh; đề xuất giải pháp mang tính khả thi để phát triển thị trường truyện tranh trong thời gian tới.

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

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là thị trường truyện tranh ở Hà Nội

Truyện tranh tuy thuộc loại hình sách thiếu nhi, nhưng bản thân thể loại này rất phong phú, đa dạng từ nội dung đến hình thức. Vì thế, đề tài tập trung nghiên cứu mảng có tiềm năng nhất là truyện tranh cho lứa tuổi thanh thiếu niên (tuổi từ 12 đến 18+) đang có mặt trên thị trường Hà Nội từ đầu năm 2014 đến 4 tháng đầu năm 2015. Thông qua các yếu tố: nguồn cung, nhu cầu, mặt hàng, giá cả, khả năng cạnh tranh.

Khảo sát thị trường tại một số nhà sách của các nhà xuất bản như NXB Kim Đồng, đại lý NXB Trẻ, đại lý công ty TVM comics tại Hà Nội, và một số cửa hàng bán buôn, bán lẻ trên địa bàn Hà Nội như: Huỳnh Thúc Kháng, Nguyễn Trãi, Hai Bà Trưng... từ đó có cái nhìn thực tế cụ thể về tình hình xuất bản trên địa bàn Hà Nội.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

Các phương pháp nghiên cứu là:

- Phương pháp luận của Chủ nghĩa Mác – Lênin
- Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi với 100 phiếu phát trực tiếp cho một số nhóm đối tượng nghiên cứu là thanh thiếu niên và 101 câu trả lời thu được qua sự trợ giúp của Internet để điều tra nhu cầu thị hiếu khách hàng.

- Phương pháp thống kê, phân tích, so sánh, tổng hợp thông tin và số liệu.

## **5. Bố cục đề tài**

Gồm 3 phần chính:

Chương 1. Cơ sở lý luận chung về thị trường truyền tranh

Chương 2. Thực trạng thị trường truyền tranh ở Hà Nội hiện nay

Chương 3. Giải pháp phát triển cho thị trường truyền tranh 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 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. Cục bản quyền tác giả, *Các quy định pháp luật Việt Nam và quốc tế về quyền tác giả và quyền liên quan*.
2. Cục bản quyền tác giả, *Luật sở hữu trí tuệ (được sửa đổi, bổ sung năm 2009)*, NXB tư pháp, Hà Nội.
3. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, *Luật xuất bản 19/2012/QH13, thông qua ngày 20/11/2012*, NXB Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
4. NXB Kim Đồng, *Kỷ yếu 50 năm nhà xuất bản Kim Đồng xây dựng và phát triển*.
5. NXB Trẻ, *Kỷ yếu 25 năm nhà xuất bản Trẻ (1986-2006)*.
6. Ths.Nguyễn Bá Bình và CV.Phạm Thanh Tùng, *Công ước Berne 1886 - Công cụ hữu hiệu bảo hộ quyền tác giả*, NXB Tư Pháp, Hà Nội.
7. Natsume Fusanosuke (2003), *Japanese manga: Its expression and popularity*, ABD. Asian/Pacific Book Development Vol.34 No.1
8. Hạ Thị Lan Phi(2012), *Sự du nhập và ảnh hưởng của manga ở Việt Nam hiện nay*, Viện nghiên cứu Đông Bắc Á, ngày truy cập 12/2/2015, <<http://www.inas.gov.vn/158-su-du-nhap-va-anh-huong-cua-manga-o-viet-nam-hien-nay.html>>.
9. Đỗ Quyên(2012), *Nửa triệu người xếp hàng ngay ngắn mua truyện tranh*, ngày đăng 12/11/2014, <<http://news.zing.vn/Nua-trieu-nguoi-xep-hang-ngay-ngan-mua-truyen-tranh-post284720.html>>.
10. PGS.TS.Đường Vinh Sường(2013), *Công tác xuất bản – một số vấn đề lý luận và thực tiễn*, NXB thông tin và truyền thông, Hà Nội.
11. PGS.TS.Phạm Thị Thanh Tâm(2002), *Đại cương kinh doanh xuất bản phẩm*, Đại học văn hoá Hà Nội.
12. Hoàng Minh Thái(2010), *Thực hiện pháp luật về bảo hộ quyền tác giả ở Việt Nam hiện nay*, Luận án tiến sĩ Luật học, Học viện Chính trị - Hành chính quốc gia Hồ Chí Minh, thành phố Hồ Chí Minh.



13. Ths.Trần Thị Thu(2010), *Giáo trình các mặt hàng sách*, NXB Đại học công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh.

12.Các website:

[www.vi.wikipedia.org](http://www.vi.wikipedia.org)

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

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

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

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

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