

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

THỊ TRƯỜNG ĐẦU RA CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN
SÁCH ALPHA TẠI HÀ NỘI NĂM 2010

Giảng viên hướng dẫn : Thầy Trịnh Tùng

Sinh viên thực hiện : Đinh Thị Thu

HÀ NỘI – 2012

MỤC LỤC

| | |
|--|----|
| LỜI MỞ ĐẦU..... | 6 |
| 1. Tính cấp thiết của đề tài..... | 6 |
| 2. Mục đích nghiên cứu | 7 |
| 3. Đối tượng nghiên cứu | 7 |
| 4. Phương pháp nghiên cứu | 8 |
| 5. Kết cấu đề tài | 8 |
| CHƯƠNG 1.LÝ LUẬN CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG ĐẦU RA | 9 |
| 1.1 Nhận thức cơ bản về thị trường đầu ra. | 9 |
| 1.1.1 Khái niệm | 9 |
| 1.1.2 Các yếu tố của thị trường đầu ra. | 12 |
| 1.1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường đầu ra..... | 22 |
| 1.2 VAI TRÒ CỦA THỊ TRƯỜNG ĐẦU RA..... | 30 |
| 1.2.1 Thị trường đầu ra là yếu tố quyết định sự sống còn với doanh nghiệp | 31 |
| 1.2.2 Thị trường đầu ra điều tiết hoạt động sản xuất và lưu thông hàng hóa | 31 |
| 1.2.3 Thị trường đầu ra phản ánh thế và lực của doanh nghiệp..... | 33 |
| CHƯƠNG 2.THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG ĐẦU RA CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA..... | 35 |
| 2.1 Tổng quan về công ty cổ phần sách Alpha..... | 35 |
| 2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển | 36 |
| 2.1.2 Mô hình tổ chức | 41 |
| 2.1.3 Mặt hàng kinh doanh..... | 44 |
| 2.2 Thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha | 45 |
| 2.2.1 Đối thủ cạnh tranh..... | 45 |
| 2.2.2 Sản phẩm của công ty | 51 |
| 2.2.3 Cầu trên thị trường Hà Nội | 57 |
| 2.2.4 Giá cả hàng hóa..... | 60 |

| | |
|--|----|
| 2.2.5 Kết quả kinh doanh năm 2010 | 66 |
| 2.3 Đánh giá chung về thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha | 70 |
| 2.3.1 Ưu điểm..... | 70 |
| 2.3.2 Nhược điểm..... | 72 |
| CHƯƠNG 3.CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG ĐẦU RA CHO | |
| CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA | 75 |
| 3.1 Phương hướng hoạt động của công ty trong những năm tiếp theo | 75 |
| 3.2 Một số giải pháp phát triển thị trường đầu ra cho Công ty cổ phần sách | |
| Alpha..... | 79 |
| 3.2.1 Giải pháp vĩ mô..... | 79 |
| 3.2.2 Giải pháp vi mô..... | 84 |
| KẾT LUẬN..... | 92 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO..... | 93 |

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Sau khi Việt Nam thực hiện Công ước Berne và ở tham gia WTO, nhiều NXB nhà nước cùng công ty tư nhân đã thay đổi tư duy sao cho nhanh nhạy, thích ứng với thị trường hơn.

Sự tích cực của giới làm sách khiến cho các lớp độc giả được mở rộng và phân nhỏ. Sách hiện nay không chỉ tập trung vào vài lĩnh vực văn học, lịch sử... Một sinh viên ngành y hay ngành ngoại ngữ, ngành kinh tế ở Việt Nam hoàn toàn có thể tìm thấy đầu sách về chuyên môn của mình được cập nhật thông tin của thế giới. Cũng vì vậy, cạnh tranh trong làng sách Việt Nam cũng ngày một mạnh mẽ, các công ty sách tư nhân một phát triển, định hình phong cách và thương hiệu trong lòng bạn đọc, các NXB cũng cố gắng phát triển, không bị tụt lại.

“Biết người biết ta trăm trận trăm thắng”, muốn cạnh tranh được với những đối thủ thì phải hiểu rõ được thị trường đầu ra của công ty mình. Thị trường đầu ra ứng với thị phần mà công ty đạt được trong suốt quá trình kinh doanh, thể hiện sự lớn mạnh của công ty đó. Những yếu tố Sản phẩm, Cầu, Giá cả, Cạnh tranh là những yếu tố gắn liền với bất kỳ một công ty kinh doanh nào. Khi tìm hiểu được thị trường đầu ra, công ty sẽ có những chiến lược hợp lý để phát triển.

Là một công ty sách tư nhân có những bước khởi đầu khó khăn, Công ty cổ phần sách AlphaBooks sau hơn 6 năm hoạt động đã để lại dấu ấn quan trọng trong thị trường sách Việt Nam, với mảng sách Quản trị kinh doanh làm thế mạnh, công ty không ngừng phát triển, trở thành một trong những công ty

tư nhân làm sách có tiếng tăm trên thị trường. Năm 2010 cũng là một năm quan trọng khi AlphaBooks liên tiếp tung ra hai dòng sản phẩm mới là dòng sách văn học – IMONE và dòng sách thiếu nhi – AlphaKid, từ đó thị trường đầu ra của công ty lại càng mở rộng, góp phần mang tên tuổi của AlphaBooks đến gần hơn nữa với khách hàng. Thêm vào đó, Hà Nội là một thị trường sách sôi động, lớn thứ 2 cả nước sau Thành phố Hồ Chí Minh, tập trung nhiều thành phần, lứa tuổi, ngành nghề, cũng là thị trường trọng điểm của AlphaBooks nói riêng và các đơn vị làm sách khác nói chung.

Với những ý nghĩa đó, em đã chọn đề tài **“Thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha tại Hà Nội năm 2010”** làm đề tài khóa luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha trong năm 2010 tại Hà Nội, nhằm hiểu rõ hơn những thách thức, hạn chế, điểm mạnh của công ty trong năm đó. Như đã nói ở trên, năm 2010 là một năm đầy thách thức của công ty khi đưa ra hai dòng sách mới. Thị trường đầu ra của công ty có biến động, thay đổi. Sau khi nghiên cứu kỹ càng thị trường đầu ra của công ty, sẽ đưa ra những đề xuất góp ý nhằm giúp thị trường đầu ra của công ty ngày một phát triển, mở rộng.

3. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha.

Phạm vi nghiên cứu: Đề tài đi sâu tìm hiểu thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha năm 2010 tại Hà Nội trong bối cảnh chung của thị trường sách Việt Nam.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau:

- Phương pháp quan sát.
- Phương pháp thống kê.
- Phương pháp so sánh.
- Phương pháp tổng hợp, phân tích.

5. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, phần nội dung của đề tài bao gồm 03 chương:

Chương 1. Lý luận chung về thị trường đầu ra.

Chương 2. Thực trạng thị trường đầu ra của Công ty cổ phần sách Alpha.

Chương 3. Các giải pháp phát triển thị trường đầu ra cho Công ty cổ phần sách Alpha.

Trong quá trình thực hiện đề tài, với những hạn chế nhất định, bài khóa luận tốt nghiệp của em không tránh khỏi thiếu sót, em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô. Em xin cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS. Phạm Thị Thanh Tâm (2002), Giáo trình Đại cương Phát hành Xuất bản phẩm, Đại học Văn Hóa, Hà Nội.
2. TS. Ngô Xuân Bình (2004), Giáo trình Lý thuyết Marketing, NXB Thống kê, Hà Nội.
3. Nghị định 11/2009/NĐ-CP ngày 10/02/2009.
4. Nghị định số 11/2009/NĐ-CP, sửa đổi, bổ sung cho Nghị định số 111/2005/NĐ-CP, điều 11b.
5. Nghị quyết Trung ương 5 khóa VIII của Đảng.
6. Từ điển Bách khoa Việt Nam Tập 1 (2002), NXB Từ điển Bách Khoa, Hà Nội.