

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

အလအလအလ အကျအကျအကျ



CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN
ALPHABOOKS

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN : TH.S TRỊNH TÙNG
SINH VIÊN THỰC HIỆN : TÔ NGỌC QUỲNH

Hà Nội – 2012

MỤC LỤC

	Trang
LỜI CẢM ƠN.....	2
MỤC LỤC	3
LỜI MỞ ĐẦU.....	5
CHƯƠNG 1 :NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHABOOKS	8
1.1 Lý luận về sản phẩm và chiến lược sản phẩm.	8
1.1.1 khái niệm sản phẩm	8
1.2 Khái niệm về chiến lược.	12
1.2.1 Chiến lược dòng sản phẩm.	16
1.2.2 Chiến lược tập hợp sản phẩm.	17
1.2.3 Chiến lược cho từng sản phẩm cụ thể.	17
1.3 Các yếu tố tác động đến chiến lược sản phẩm xuất bản phẩm của doanh nghiệp.	28
1.3.1 Môi trường marketing vi mô.	28
1.3.2 Môi trường marketing vĩ mô.	29
1.3.3 Môi trường nội vi.	31
1.4 Vai trò của chiến lược sản phẩm đối với hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần sách Alphabook.....	31
CHƯƠNG II : THỰC TRẠNG VỀ CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHABOOKS.....	35
2.1 Vài nét về công ty cổ phần sách Alphabooks.	35
2.1.1 Sơ lược quá trình hình thành và phát triển:	36
2.1.2 Cơ cấu tổ chức và hoạt động :	39
2.1.3 Một số đặc điểm cơ bản về hoạt động kinh doanh của Alphabooks.....	41
2.2 Một số chiến lược sản phẩm cơ bản của công ty cổ phần Alphabooks:	49
2.2.1 Chiến lược sản phẩm cụ thể.....	54
2.2.2 Chiến lược tập hợp dòng sản phẩm.	62
2.2.3 Chiến lược dòng sản phẩm.	63
2.3 Kết quả của việc thực hiện chiến lược sản phẩm.....	68
2.4 Đánh giá chung đối với tình hình thực hiện chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần sách Alphabooks.	71

CHƯƠNG III : NHỮNG GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHABOOK.....	75
3.1 Phương hướng đối với việc thực hiện chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần Alphabooks.....	75
3.2 Những thách thức đối với Alphabooks trong việc thực hiện chiến lược sản phẩm...	77
3.3 Các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của chiến lược sản phẩm đối với công ty cổ phần Alphabooks.....	79
3.3.1 <i>Giải pháp từ công ty cổ phần Alphabooks</i>	79
3.3.2 <i>Giải pháp từ cơ quan quản lý nhà nước</i>	82
KẾT LUẬN.....	86
TÀI LIỆU THAM KHẢO	87

LỜI MỞ ĐẦU.

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Trong hoạt động kinh doanh luôn mang đến nhiều những cơ hội và rủi ro cho doanh nghiệp đòi hỏi doanh nghiệp phải luôn có sự thích ứng để tồn tại và phát triển.

Kinh doanh xuất bản phẩm là hoạt động mang tính đặc thù trong lĩnh vực văn hóa tư tưởng vừa phải đảm bảo mục tiêu kinh tế vừa phải đảm bảo mục tiêu xã hội. Vì vậy có thể nói doanh nghiệp kinh doanh trên thị trường muốn tồn tại và phát triển phải đem đến cho người tiêu dùng những sản phẩm xuất bản phẩm vừa có giá trị đối với xã hội và mang lại lợi nhuận cho chính mình.

Trong nền kinh tế thị trường nhu cầu của khách hàng là vô cùng phong phú và đa dạng, với nhiều lực lượng tham gia kinh doanh trên thị trường cạnh tranh vô cùng khốc liệt đòi hỏi doanh nghiệp phải có những sản phẩm xuất bản phẩm không những hay về nội dung đẹp về hình thức mà giá cả còn phải phù hợp nhằm thu hút nhu cầu và thị hiếu của khách hàng đem đến doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp tăng trưởng và phát triển một cách bền vững.

Tuy nhiên trong quá trình kinh doanh nhiều doanh nghiệp không nghiên cứu kỹ thị trường do đó không hiểu rõ về nhu cầu khách hàng đã tung ra thị trường những sản phẩm không hợp với nhu cầu thị trường dẫn đến hàng hóa không tiêu thụ được hàng hóa tồn kho cao gây những thiệt hại vô cùng to lớn cho doanh nghiệp, muốn có chiến lược sản phẩm tốt đòi hỏi doanh nghiệp phải nghiên cứu thị trường một cách chính xác khoa học từ đó hiểu rõ nhu cầu khách hàng để có chiến lược sản phẩm thành công.

Như vậy có thể nói chiến lược sản phẩm là một nhân tố quan trọng nhất trong tổ hợp marketing – mix cùng với chiến về giá , phân phối , xúc tiến thương mại một chiến lược sản phẩm thành công sẽ đem lại hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp, vì tầm quan trọng của chiến lược sản phẩm lên em đã chọn đề tài chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần Alphabooks cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là việc thực hiện chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần sách Alphabook từ năm 2005 đến 2011.

Phạm vi đề tài nghiên cứu là chiến lược sản phẩm của công ty từ năm 2005 đến 2011.

3.Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn trong hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần Alphabooks về việc tổ chức chiến lược sản phẩm của công ty trong những năm vừa qua, từ đó em xin đóng góp một số ý kiến từ đề tài nghiên cứu này làm cho chiến lược sản phẩm của công ty có hiệu quả hơn trong thời gian tới.

4.Phương pháp nghiên cứu

- + phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – lenin.
- + điều tra nghiên cứu tại hiện trường.
- + phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp, so sánh.

5. Bố cục bài khóa luận

Ngoài phần mở đầu và phần kết luận, bài khóa luận tốt nghiệp được chia làm ba chương như sau:

Chương I: Nhận thức cơ bản về chiến lược sản phẩm trong hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần Alphabooks.

Chương II: Thực trạng về chiến lược sản phẩm trong hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần Alphabooks.

Chương III: Những giải pháp thực hiện chiến lược sản phẩm đối với công ty cổ phần Alphabooks.

Trong quá trình thực hiện khóa luận, với những hạn chế nhất định về thời gian và thực tế, bài khóa luận của em không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong sự đóng góp ý kiến của các thầy cô. Em cũng xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới: Thầy giáo – Th.S TRỊNH TÙNG cùng các anh chị làm việc trong công ty cổ phần sách Alpha đã giúp em hoàn thiện được khóa luận của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài giảng Tiêu thụ Xuất Bản Phẩm – Giảng viên T.S Đỗ Thị Quyên
2. Bài giảng Marketing – Th.S Lê Phương Nga
3. Tập bài giảng môn Quản trị doanh nghiệp phát hành xuất bản phẩm
ThS. Trần Dũng Hải
4. Các tài liệu tham khảo khác:
 - + Giáo trình Marketing căn bản-GS.TS Trần Minh Đạo
5. Các website:
 - +<http://www.Alphabooks.vn>
 - + Tài liệu.vn.