

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



# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**ỨNG DỤNG HOẠT ĐỘNG MARKETING  
TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM  
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA  
GIAI ĐOẠN 2010 - 2013**

**Sinh viên thực hiện: LƯƠNG THẾ TÀI**

**Lớp : PH29C**

**Người hướng dẫn : TS. ĐỖ QUANG MINH**

**Hà Nội - 2014**

## MỤC LỤC

|  |           |
|--|-----------|
| <b>LỜI MỞ ĐẦU.....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>Chương 1: VAI TRÒ CỦA VIỆC ỨNG DỤNG MARKETING TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA9</b>                                |           |
| <b>1.1 Những vấn đề cơ bản của Marketing .....</b>   | <b>9</b>  |
| 1.1.1 Khái niệm Marketing .....  | 9         |
| 1.1.2 Môi trường Marketing .....   | 16        |
| 1.1.3 Chiến lược Marketing .....   | 22        |
| <b>1.2 Vai trò của việc ứng dụng marketing trong kinh doanh XBP tại Công ty cổ phần sách Alpha.....</b>  | <b>25</b> |
| 1.2.1 Marketing giúp Công ty Cổ phần sách Alpha nghiên cứu thị trường, phân tích nhu cầu tiềm năng để thỏa mãn ở mức cao nhất.....                 | 25        |
| 1.2.2 Marketing giúp Công ty Cổ phần sách Alpha đưa XBP của mình vào thị trường và thích ứng với nhu cầu của thị trường một cách có hiệu quả ..... | 26        |
| 1.2.3 Marketing giúp Công ty cổ phần sách Alpha tổ chức hoàn thiện hệ thống phân phối XBP của mình một cách tốt nhất .....                         | 26        |
| 1.2.4 Marketing giúp Công ty Cổ phần sách Alpha tiêu thụ có hiệu quả.....  | 27        |
| 1.2.5 Marketing giúp Công ty tăng cường hiệu quả sản xuất kinh doanh.....  | 27        |
| <b>Chương 2: THỰC TRẠNG CỦA VIỆC ỨNG DỤNG MARKETING TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM TẠI CÔNG TY SÁCH ALPHABOOKS .....</b>                           | <b>29</b> |
| <b>2.1 Quá trình hình thành và phát triển .....</b>  | <b>29</b> |
| 2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của công ty.....  | 29        |
| 2.1.2 Môi trường hoạt động của công ty Cổ phần sách Alpha.....   | 33        |
| 2.1.3 Chiến lược kinh doanh của công ty sách Alphabooks trong điều kiện kinh tế thị trường.....  | 38        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2.2 Thực trạng của ứng dụng Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm của Alphabooks .....</b>   | <b>39</b> |
| 2.2.1 Hoạt động nghiên cứu thị trường .....  | 39        |
| 2.2.2 Tìm kiếm thị trường và thời cơ trong kinh doanh.....   | 44        |
| 2.2.3 Chiến lược sản phẩm .....  | 47        |
| 2.2.4 Chiến lược giá cả.....   | 52        |
| 2.2.5 Chiến lược phân phối.....  | 56        |
| 2.2.6 Chiến lược xúc tiến yểm trợ.....   | 61        |
| <b>2.3 Đánh giá chung về ứng dụng của Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm tại Công ty sách Alphabooks.....</b>                        | <b>65</b> |
| 2.3.1 Ưu điểm.....   | 65        |
| 2.3.2 Hạn chế.....   | 67        |
| <b>Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ CỦA ỨNG DỤNG MARKETING TẠI CÔNG TY SÁCH ALPHABOOKS.....</b>                           | <b>70</b> |
| <b>3.1 Những định hướng cơ bản .....</b>   | <b>70</b> |
| <b>3.2 Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty sách Alphabooks.....</b> | <b>72</b> |
| 3.2.1 Giải pháp chung.....   | 72        |
| 3.2.2 Giải pháp cụ thể với công ty sách Alphabooks.....  | 74        |
| <b>KẾT LUẬN.....</b>   | <b>84</b> |
| <b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>   | <b>85</b> |
| <b>PHỤ LỤC.....</b>  | <b>86</b> |

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

| Từ viết tắt | Từ viết đầy đủ |
|-------------|----------------|
| DN          | Doanh nghiệp   |
| KD          | Kinh doanh     |
| PHS         | Phát hành sách |
| XBP         | Xuất bản phẩm  |

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Việt Nam đang bước vào thời kì phát triển công nghiệp hóa, hiện đại hóa, chủ động và tích cực tiếp thu, hội nhập với quốc tế. Ngày 7/11/2006, Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Sự kiện này đánh dấu quá trình hội nhập sâu rộng của nước ta trên nhiều lĩnh vực, nền kinh tế nước ta đã có những bước phát triển mới. Tuy nhiên sau 8 năm hội nhập với kinh tế Quốc tế. Cùng với những cơ hội mới, thành tựu mới là những khó khăn, thách thức mới đặt ra với nền kinh tế đất nước. Đặc biệt là khi thế giới đang trải qua cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, và Việt Nam không nằm ngoài ngoại lệ đó.

Sự vận động của kinh tế đã tác động mạnh mẽ đến tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội nói chung và với hoạt động kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng. Từ những sự thay đổi liên tục của môi trường bên ngoài cho đến sự cạnh tranh khốc liệt với quy mô toàn cầu đã đặt các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp xuất bản phẩm nói riêng vào tình thế bắt buộc phải lựa chọn, phải thay đổi để tiếp tục tồn tại và phát triển trên thị trường.

Trong bối cảnh đó, công ty sách Alphabooks-một doanh nghiệp tư nhân đã có bề dày thành tích trong hoạt động xuất bản-phát hành với mục tiêu là xuất bản và phổ cập những tri thức trong lĩnh vực quản trị kinh doanh đến với mọi người đã nổi

lên. Các xuất bản phẩm này có vai trò rất quan trọng với nền kinh tế đất nước. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay. Khi Việt nam vốn là một nước có truyền thống nông nghiệp và kinh nghiệm quản trị kinh doanh còn lạc hậu, yếu kém so với thế giới. Chính vì thế, công ty sách Alphabooks đã chọn cho mình hướng đi riêng để thích nghi với thị trường . Hoạt động Marketing của doanh nghiệp là một trong những yếu tố hàng đầu góp phần làm nên hướng đi và thành công ấy. Bởi trong kinh doanh, nếu doanh nghiệp không gắn hoạt động kinh doanh của mình với thị trường thì doanh nghiệp đó sẽ không thể nào tồn tại và phát triển. Marketing có khả năng kết nối hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp với khách hàng trên thị trường. . Marketing đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hướng theo thị trường, biết lấy thị trường và nhu cầu của khách hàng làm trung tâm và làm chỗ dựa vững chắc cho những quyết định kinh doanh.

Nhận thức được những vai trò to lớn ấy của Marketing với các doanh nghiệp trên thị trường nói chung và với công ty sách Alphabooks nói riêng, nên em quyết định lựa chọn và nghiên cứu đề tài: “**Ứng dụng hoạt động marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty sách Alphabooks giai đoạn 2010-2013**” làm đề tài khóa luận của mình.

## **2. Mục đích chọn đề tài**

Nhằm nghiên cứu, ứng dụng Marketing để khai thác tối đa và giảm thiểu rủi ro trong quá trình kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty sách Alphabooks. Trên cơ sở đó đưa ra những chiến lược, giải pháp kinh doanh cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm của công ty sách Alphabooks, đảm bảo mục tiêu kinh doanh và thỏa mãn tốt nhất nhu cầu về xuất bản phẩm của công ty cho toàn xã hội.

## **3. Phạm vi của đề tài và số liệu sử dụng**

-Phạm vi của đề tài: Nghiên cứu việc ứng dụng Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm tại Công ty sách Alphabooks trong 4 năm 2010, 2011, 2012, 2013.

-Số liệu sử dụng : Số liệu, tài liệu thống kê của nhà nước, các báo cáo của ngành xuất bản, số liệu, tài liệu kinh doanh của công ty sách Alphabooks, đồng thời thông qua khảo sát thực tế tại thị trường Hà Nội.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Đề tài sử dụng một số phương pháp nghiên cứu như:

- Phương pháp điều tra, phỏng vấn
- Phương pháp thống kê
- Phương pháp so sánh
- Phương pháp phân tích, tổng hợp

#### **5. Nội dung nghiên cứu**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, tài liệu tham khảo, nội dung khóa luận được trình bày trong 3 chương:

**Chương 1:** Vai trò của việc ứng dụng marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm tại công ty sách Alphabooks

**Chương 2:** Thực trạng của hoạt động Marketing trong kinh doanh xuất bản phẩm tại Công ty sách Alphabooks

**Chương 3:** Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động Marketing tại công ty sách Alphabooks

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Kevin Lane Keller (2003). *Strategic Brand Management* .
2. David A. Aaker (1996). *Building Strong Brands*.
3. Duane E. Knapp (2000). *The Brand Mindset* .
4. Kotler, Philip. (1994), *Marketing Management, 8<sup>th</sup> edition, Prenticehall*.
5. Aaker, David. (1996), *Building strong brands, The Free Press, New york*.
6. Nguyễn Quốc Thịnh – Nguyễn Thành Trung (2004), *Thương hiệu với nhà quản lý* .
7. David Moore ( 2004), *Thương hiệu của người lãnh đạo*
8. TS Nguyễn đình Thọ ( 2002 ), *Nguyên lý tiếp thị* ,
9. Philip Kotler, Siew Meng Leong (2002), *Quản Trị Marketing* .
10. TS. Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang. (2007), *Nghiên cứu thị trường* , NXB Đại học Quốc gia TP. HCM, TP. HCM .
11. TS. Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang. (2007), *Nguyên lý marketing*, NXB Đại học Quốc gia TP. HCM, TP. HCM.
12. TS. Lý Quý Trung. (2007), *Xây dựng thương hiệu dành cho doanh nghiệp Việt Nam đương đại*, NXB Trẻ, TP. HCM.
13. Các bản cáo bạch tài chính năm 2010-2013 của Cty Alphabooks .
14. <http://alphabooks.vn/>
15. <http://bizspace.vn/product/sach>