

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**ĐỀ TÀI: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY
CỔ PHẦN SÁCH ALPHA**

Sinh viên thực hiện: NGUYỄN THU THỦY

Lớp: PH29C

Người hướng dẫn: Ths. NGUYỄN THÚY LINH

Hà Nội - 2014

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	4
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	5
LỜI MỞ ĐẦU.....	5
PHẦN NỘI DUNG	8
CHƯƠNG 1: NHẬN THỨC CHUNG VỀ CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM ..	8
1.1 Một số khái niệm cơ bản.....	8
1.1.1 Khái niệm sản phẩm	8
1.1.2 Khái niệm chiến lược.....	9
1.1.3 Khái niệm chiến lược sản phẩm	10
1.2 Nội dung của chiến lược sản phẩm	11
1.2.1 Chiến lược tập hợp sản phẩm.....	12
1.2.2 Chiến lược dòng sản phẩm	14
1.2.3 Chiến lược cho từng sản phẩm cụ thể	17
1.3 Một số nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến chiến lược sản phẩm	20
1.3.1 Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp.....	20
1.3.2 Các nhân tố bên trong doanh nghiệp	23
1.4 Vai trò của chiến lược sản phẩm đối với Công ty cổ phần sách Alpha	24
1.4.1 Giúp doanh nghiệp đưa ra hướng đi trong tương lai, làm kim chỉ nam cho mọi hoạt động của doanh nghiệp	24
1.4.2 Góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường	25
1.4.3 Giúp doanh nghiệp khẳng định thương hiệu và củng cố thị phần	26
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VIỆC THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA	27
2.1 Tổng quan về công ty cổ phần sách Alpha.....	27
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của công ty.....	28
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của công ty.....	30

2.1.3 Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban	31
2.2 Vài nét về môi trường kinh doanh của Công ty cổ phần sách Alpha ...	33
2.2.1 Khái quát về thị trường sách Việt Nam hiện nay.....	33
2.2.2 Vài nét về hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần sách Alpha	35
2.3 Tình hình thực hiện chiến lược sản phẩm của Công ty cổ phần sách Alpha.....	37
2.3.1 Chiến lược tập hợp sản phẩm.....	37
2.3.2 Chiến lược dòng sản phẩm.....	47
2.3.3 Chiến lược sản phẩm cụ thể	51
2.4 Nhận xét chung.....	61
2.4.1 Những ưu điểm.....	61
2.4.2 Những hạn chế và nguyên nhân	70
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SÁCH ALPHA	74
3.1 Phương hướng phát triển của công ty cổ phần sách Alpha trong những năm tới	74
3.1.1 Những thuận lợi và thách thức của công ty cổ phần sách Alpha trong việc thực hiện chiến lược sản phẩm.....	74
3.1.2 Định hướng việc thực hiện chiến lược sản phẩm của công ty trong thời gian tới	79
3.2 Các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của chiến lược sản phẩm đối với công ty cổ phần Alphabooks	81
3.2.1 Về phía công ty cổ phần sách Alpha	81
3.2.2 Từ cơ quan quản lý nhà nước.....	85
KẾT LUẬN.....	88
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	89

LỜI CẢM ƠN

Đề tài khóa luận này là sự đúc kết giữa lí luận và thực hiện, giữa vốn kiến thức mà em tiếp thu được trong 4 năm học tập tại mái trường đại học Văn Hóa Hà Nội và vốn kiến thức thực tế thu thập được. Với sự giúp đỡ quý báu của các thầy cô cùng bạn bè, em đã hoàn thành khóa luận của mình. Cho phép em được bày tỏ lời cảm ơn tới toàn thể thầy cô giáo khoa xuất bản - phát hành

Em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến cô Ths. Nguyễn Thúy Linh – người đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ em trong suốt quá trình em thực hiện bài khóa luận này. Cô đã hướng dẫn từng bước cho em, từ cách vạch ra mục tiêu cụ thể, chỉ ra những điểm chưa tốt, chỉnh sửa cách hành văn cũng như cách trình bày để em có thể làm ra một bài khóa luận tốt nghiệp hoàn chỉnh nhất

Em cũng xin cảm ơn sự giúp đỡ của anh Nguyễn Văn Tuấn – giám đốc kinh doanh miền Bắc của công ty cổ phần sách Alpha cùng toàn thể các anh chị trong phòng kinh doanh của công ty đã nhiệt tình chỉ bảo cho em, giúp em hoàn thiện bài khóa luận của mình.

Với những hạn chế nhất định về điều kiện thời gian cũng như vốn kiến thức có hạn, bài khóa luận của em chắc chắn không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo và đóng góp ý kiến của các thầy cô để em có điều kiện nâng cao và bổ sung kiến thức, hoàn thiện hơn nữa trình độ hiểu biết của mình.

Cuối cùng, em xin chúc các thầy cô giáo thật nhiều sức khỏe cùng nhiệt huyết để có thể truyền đạt cho chúng em nhiều kiến thức bổ ích hơn nữa.

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Khi Việt Nam gia nhập các tổ chức trong khu vực và quốc tế, môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp được mở rộng, cơ hội nhiều hơn, thách thức lớn hơn và cạnh tranh cũng gay gắt hơn. Doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm nói riêng muốn tồn tại và phát triển trong môi trường như vậy là một điều rất khó khăn.

Đã có câu “Trái tim của một thương hiệu mạnh là một sản phẩm tuyệt vời”. Vì lẽ đó, sản phẩm là nhân tố đầu tiên và quan trọng nhất chi phối mọi hoạt động kinh doanh và mang đến thành công cho doanh nghiệp. Việc xác định được và xác định đúng chiến lược sản phẩm là yếu tố then chốt, là chìa khoá dẫn đến hàng loạt các chiến lược khác của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh như: thị trường, giá cả, phân phối, khuyến trương,... Khi phân tích, xác định được đúng đắn và thực hiện tốt chiến lược sản phẩm sẽ giúp cho doanh nghiệp có khả năng định hướng để tạo ra và phát triển các sản phẩm mới, các thị trường mới.

Tuy nhiên, không phải tất cả các doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm đều nhận thức được vai trò quan trọng của chiến lược sản phẩm. Thậm chí, nhiều doanh nghiệp hoặc không có chiến lược hoặc mắc phải sai lầm trong quá trình xây dựng và thực hiện chiến lược. Đó là nguyên nhân chính dẫn tới thất bại của doanh nghiệp.

Chính vì nhận thấy tầm quan trọng của chiến lược sản phẩm đối với sự thành công của doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm nên em đã mạnh dạn chọn đề tài “**Chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần sách Alpha**” làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Do công ty cổ phần sách Alpha có sản phẩm là các xuất bản phẩm nên đề tài tập trung nghiên cứu chiến lược xuất bản phẩm được công ty thực hiện từ năm 2010 đến năm 2013.

Phạm vi nghiên cứu: Từ năm 2010 đến năm 2013

3. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần sách Alpha để có cái nhìn tổng thể về quá trình thực hiện chiến lược sản phẩm của doanh nghiệp này, làm nổi bật những thành tích của công ty trên thị trường. Đồng thời đánh giá những thách thức và khó khăn trong quá trình thực hiện chiến lược, từ đó đưa ra những ý kiến đóng góp để chiến lược sản phẩm của công ty được hoàn thiện hơn

4. Phương pháp nghiên cứu

- + Phương pháp thống kê
- + Phương pháp so sánh
- + Phương pháp phân tích tổng hợp

5. Bố cục khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận gồm ba chương:

Chương 1. Nhận thức chung về chiến lược sản phẩm

Chương 2. Thực trạng việc thực hiện chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần sách Alpha

Chương 3. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chiến lược sản phẩm của công ty cổ phần sách Alpha

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tài liệu môn Marketing _ TS.Lê Phương Nga

2. Tập bài giảng môn “Quản trị doanh nghiệp kinh doanh xuất bản phẩm” _
ThS.Trần Dũng Hải

3. Các tài liệu tham khảo khác:

+ Các tài liệu do phòng kinh doanh, phòng kế toán, phòng nội dung số và ban biên tập công ty Alphabooks cung cấp

+ GS.TS Trần Minh Đạo (2006), *Giáo trình Marketing căn bản*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.

+ Nghị định 56/2006/NĐ-CP ngày 6/6/2006 của chính phủ về xử phạt hành chính trong hoạt động văn hóa thông tin

4. Các website:

+ <http://www.alphabooks.vn/>

+ <http://doc.edu.vn/>