

TÌNH HUỐNG 1.6

BƯỚC ĐƯỜNG CỦA “KẼ PHÁ HOẠI CÔNG NGHIỆP SÁCH” NHẬT BẢN

Takashi Sakamoto có lẽ là người bị căm ghét nhất trong ngành xuất bản ở Nhật. Người sáng lập hệ thống cửa hàng bán sách cũ này bị tố cáo cạnh tranh không bình đẳng, ăn cắp bản quyền và mua chuộc thanh niên, là mối đe dọa đối với văn hóa xứ sở mặt trời mọc.

Thực ra, lỗi lớn nhất của Sakamoto là ông thông minh hơn các đối thủ. Lách qua một khe hở luật pháp quy định về cạnh tranh, cựu nhân viên bán đàn piano này đã làm nên nghiệp lớn, biến một cửa hàng nhỏ thành một hiện tượng kinh tế trong 12 năm qua, với 700 cửa hàng trên khắp đất nước. Trong khi doanh thu ngành xuất bản Nhật giảm, doanh số bán ra của hệ thống Bookoff tăng 20% năm ngoái, trở thành hãng lớn thứ 9 trong ngành này ở quốc đảo.

“Công chúng có nhu cầu đọc sách không đắt tiền, và chúng tôi đáp ứng” Sakamoto nói

Chìa khóa cho thành công của ông là sự linh hoạt về giá. Theo một điều luật có từ 89 năm qua ở Nhật, các cửa hàng không được bán sách dưới giá bìa, vì nhiều lý do khác nhau. Nhưng thực tế, luật này đã biến ngành xuất bản trở nên nặng nề, kém hiệu quả và thiếu cạnh tranh.

Tuy nhiên, luật không đề cập đến sách đã sử dụng. Vì thế Sakamoto quyết định mở cửa hàng để tận dụng kho sách cũ bán rẻ. Bookoff mua sách cũ từ dân với mức 10% giá bìa. Nhân viên của cửa hàng xén sách cho gọn, rồi bán với giá bằng 50% giá bìa. Sách sau 3 tháng không bán được sẽ hạ giá xuống 100 yen (khoảng 10.000 đồng)

Những người bán sách mới, nhà xuất bản và bán buôn tức giận, nhưng không đủ khả năng kiện. “Chúng tôi không thể giảm giá để cạnh tranh, anh ta nuốt mất thị trường của chúng tôi. Anh ta quả là cáo”, Akiro Kikuchi, chủ tịch hãng xuất bản Chikuma Shobo, nói.

Khách hàng cũng bị gây ấn tượng mạnh. Cô Kaoru Ideka, sinh viên cao đẳng thường đến Bookoff hai tuần mỗi lần nhận xét: “Ở đây tôi có thể mua đến 10 cuốn truyện chỉ với 1.000 yen. Tại các hiệu khác, phải tốn tới 4.000”. Bookoff không chỉ hấp dẫn độc giả bởi giá rẻ, và người mua thường chẳng ngại đọc những cuốn sách không phải mới tinh. “Tại sao tôi lại phải đến những hiệu sách mới tìm những thứ ở đó không có, trong khi ở đây thì tôi chắc có được, với giá rẻ hơn”. Ideka nói.

Thành công của Bookoff không tránh được những con mắt ghen tị. Năm 2000 Hironobu Hamada, Giám đốc hãng xuất bản lớn nhất của Nhật, nói với các cổ đông rằng những cửa hàng bán sách cũ có thể dẫn đến những hình thức cạnh tranh không bình đẳng. Ông Tetsuo Okawa, chủ tịch hiệp hội kinh doanh sách Nhật Bản cho rằng việc Sakamoto mua sách từ dân chúng có thể

khuyến khích thiếu niên ăn cắp từ các quầy sách mới và bán cho Bookoff . Sakamoto bỏ ngoài tai những lời chỉ trích, tiếp tục tấn công vào những lĩnh vực mới .

Khai thác nhu cầu dùng đồ cũ của người tiêu dùng Nhật, ông mở các cửa hàng bán quần áo, đồ kim hoàn, đồ chơi, máy tính và đồ gỗ cũ. Do luật pháp không quy định gì về giá đối với các mặt hàng này, các đối thủ cạnh tranh với Sakamoto khẳng định cuộc phiêu lưu của ông sẽ thất bại. Nhưng Sakamoto tin tưởng bằng bí quyết của công ty chắc chắn những người chạy đua với mình sẽ tụt lại. Tiếp theo sách và các loại đồ cũ sẽ là gì? “Hệ thống cửa hàng. Ở Nhật chưa có những hệ thống bán lẻ lớn. Súp chẳng hạn, sẽ có một Soupoff khác chẳng?”, ông Sakamoto mỉm cười lắc đầu. “ Phải là một cái gì hơn thế” .

(Theo Time)

(Vnexpress, 13/2/2003)

Câu hỏi

1. Bên cạnh giá, khách hàng còn tìm thấy gì trong các cửa hàng Bookoff?
2. Tại sao khách hàng vẫn tiếp tục mua sản phẩm trong các cửa hàng sách mới?
3. Sách cũ và sách mới giống và khác nhau những gì trên phương diện đáp ứng nhu cầu khách hàng?