

KINH DOANH QUỐC TẾ

BÁO CÁO NHÓM 10



NGHIÊN CỨU CÔNG TY BOEING
VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM

THÀNH VIÊN

Nhóm 10 KDQT

Trần Văn Chiến

Phạm Minh Đức

Nguyễn Đức Hoàng

Nguyễn Đạt Khối

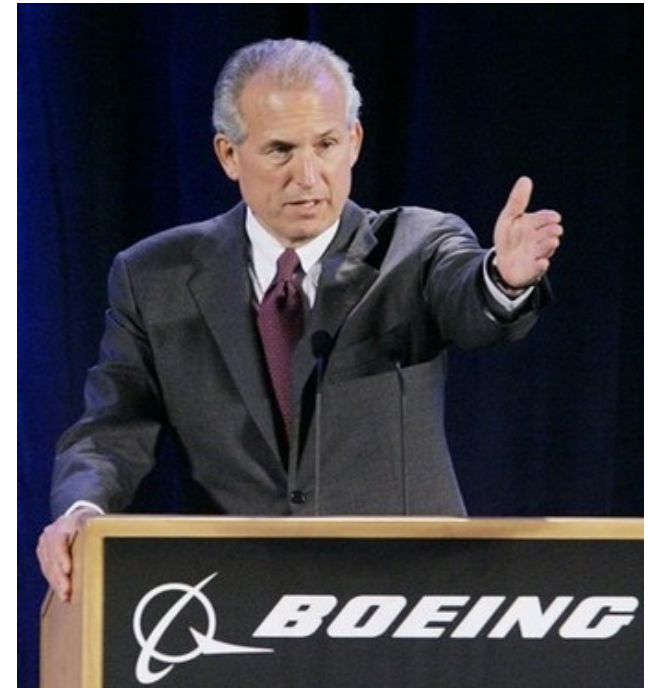
Nguyễn Lệ Thủy

NỘI DUNG BÁO CÁO

- 1 TỔNG QUAN
- 2 MÔI TRƯỜNG KD
- 3 HOẠT ĐỘNG KDQT
- 4 BÀI HỌC KINH NGHIỆM

1. TỔNG QUAN VỀ BOEING

- Thành lập: 1916.
- Trụ sở chính: Chicago, Illinois, Hoa Kỳ.
- Key member: Jim McNerney (CEO).
- Sản phẩm: máy bay thương mại, máy bay quân sự, các sản phẩm cho quốc phòng, an ninh và không gian.



- Số lượng nhân viên: Hơn 170.000
- Khách hàng: 150 quốc gia

TÌNH HÌNH KINH DOANH



- Doanh thu (2010): 64,3 tỷ USD.
- Doanh thu tăng trưởng (so với năm 2009): -5,8%.
- Lợi nhuận 2010: 3,307 tỷ USD
- Lợi nhuận tăng trưởng so với năm 2009: 152%
- Doanh thu quý I, II, III (2011): 49,1 tỷ USD.
- Doanh thu tăng trưởng so với quý I, II, III 2010: 2,7%



TRIẾT LÝ KINH DOANH

- Boeing hiện là một trong những hãng sản xuất máy bay hàng đầu thế giới, cùng chạy đua với Airbus chiếm vị trí số 1
- Triết lý kinh doanh: **“Mạo hiểm, sáng tạo”**



SLOGAN



“Forever new frontiers”



LĨNH VỰC KINH DOANH

Boeing Commercial Airplanes



Boeing Defense, Space & Security



BOEING COMMERCIAL AIRPLANES

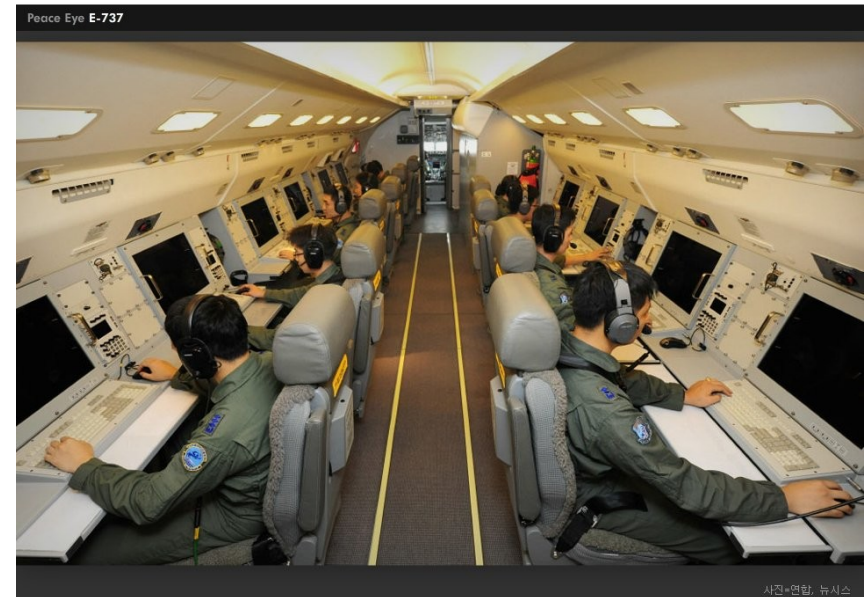
- Là một đơn vị kinh doanh của Công ty Boeing, trụ sở chính tại Washington, Hoa Kỳ
- Dòng sản phẩm thương mại chính là các dòng máy bay gia đình và máy bay kinh doanh gồm 737, 747, 767 và 777



- Sản phẩm mới: Boeing 787 Dreamliner, và 747-8.
- Gần 12.000 máy bay thương mại trên toàn thế giới, chiếm khoảng 75% đội tàu thế giới.
- Doanh thu năm 2010 là 31,8 tỷ USD

BOEING DEFENSE, SPACE & SECURITY

- Trụ sở chính: St. Louis
- Thiết kế, sản xuất, sửa chữa và hỗ trợ các máy bay chiến đấu, máy bay ném bom
- Đưa ra các giải pháp để thoả mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng
- Doanh thu 2010: 31,9 tỷ USD
- Gần 64.000 nhân viên.
- Hỗ trợ chính phủ Mỹ trong việc tích hợp hệ thống trên một vài chương trình có ý nghĩa quốc gia

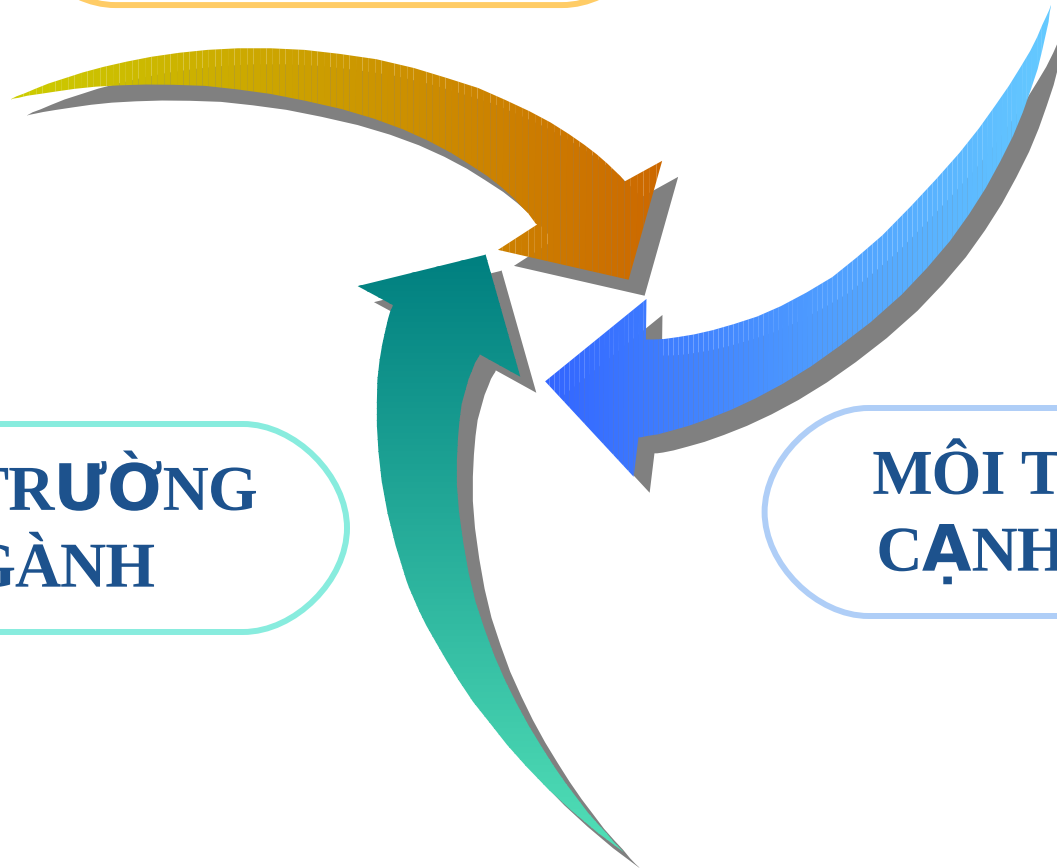


2. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

**MÔI TRƯỜNG
CHUNG**

**MÔI TRƯỜNG
NGÀNH**

**MÔI TRƯỜNG
CẠNH TRANH**



2.1. MÔI TRƯỜNG CHUNG

- Nền kinh tế Hoa Kỳ là một trong những nền kinh tế lớn nhất thế giới.
- Trong năm 2010, ước tính GDP bình quân đầu người là 46.844\$, đứng thứ 7 trên thế giới.

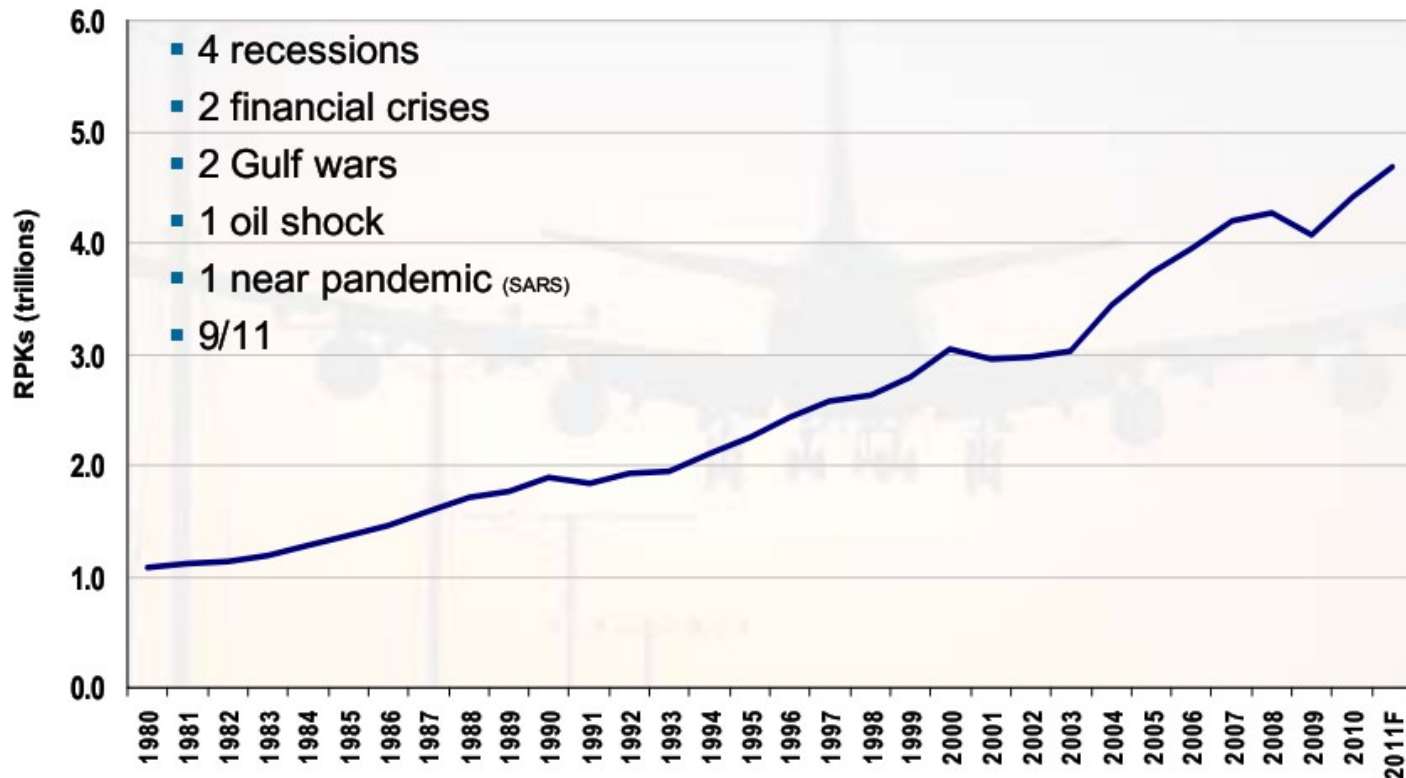


2.2. MÔI TRƯỜNG NGÀNH



NHU CẦU ĐI LẠI BẰNG MÁY BAY TRÊN THẾ GIỚI

World air travel has grown 5% per year since 1980



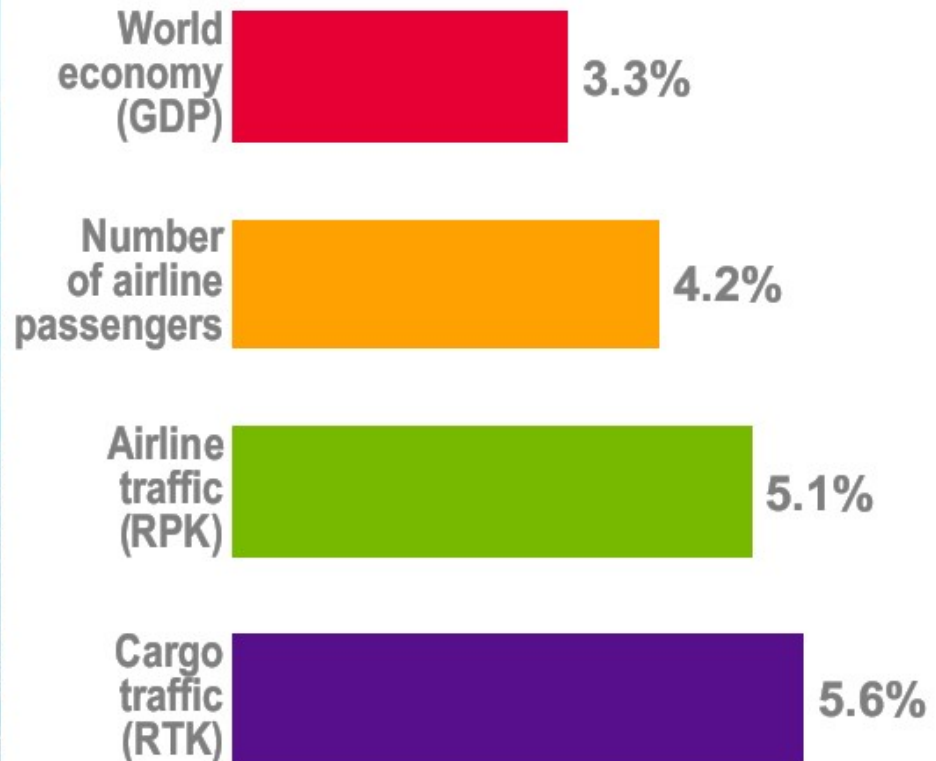
RPKs = Revenue Passenger Kilometers
Sources: ICAO Scheduled Traffic

DỰ BÁO NHU CẦU SẢN LƯỢNG

20-year forecast: strong long-term growth



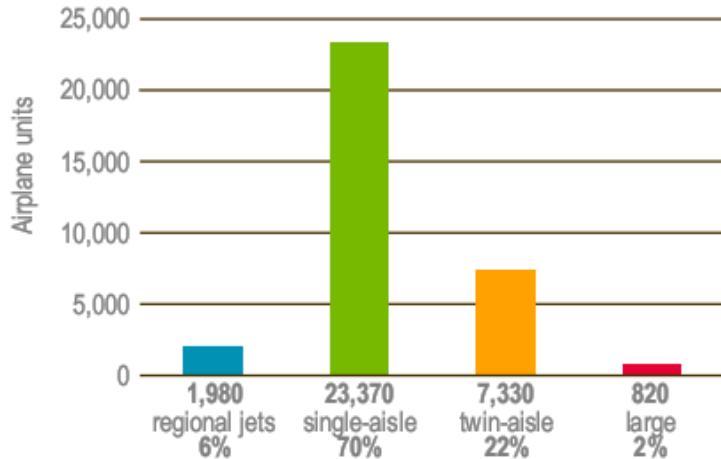
2010 to 2030



DỰ BÁO NHU CẦU SẢN LƯỢNG

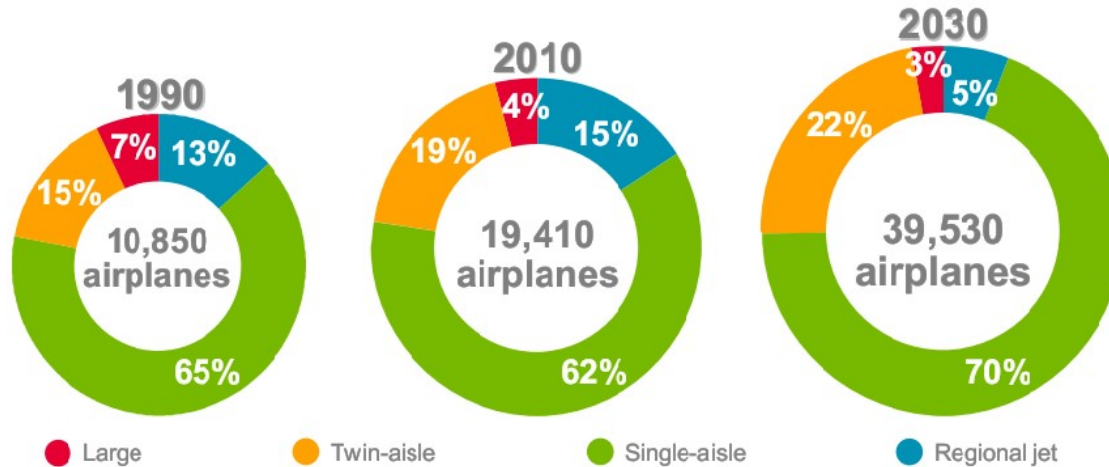
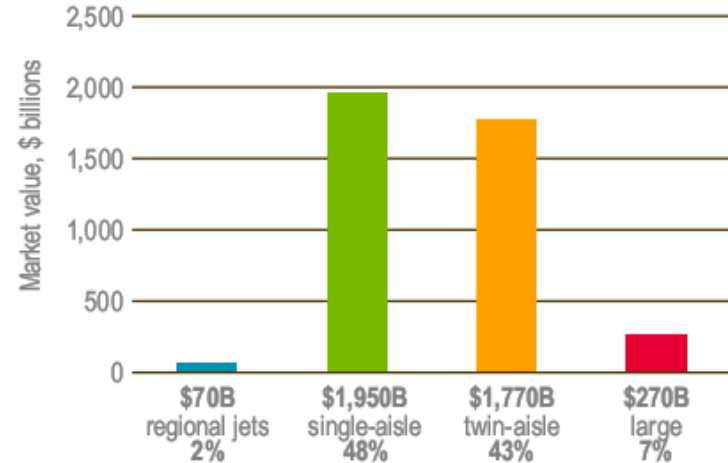
Airplane deliveries: 33,500

2011 - 2030



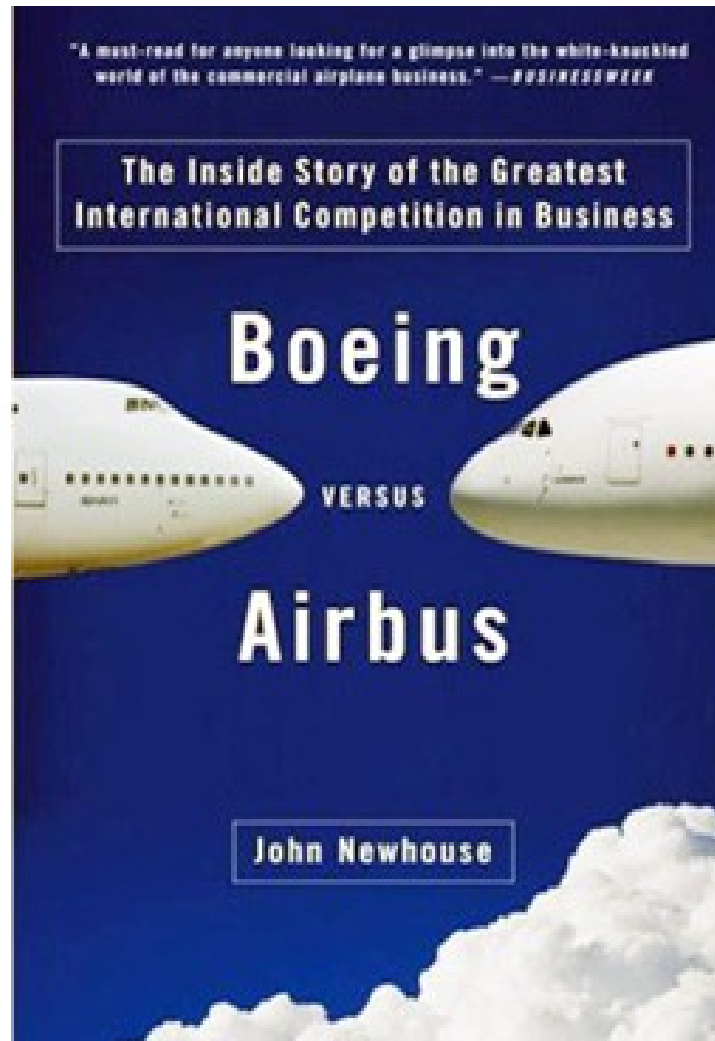
Market value: \$4.0T

2011 - 2030

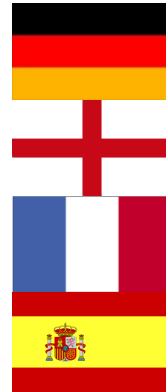


Data Source: Ascend & Boeing CMO

2.3. MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH



- Daimler Chrysler (Đức)
- Aerospace (Anh)
- Aerospatiale Matra (Pháp)
- CASA (Tây Ban Nha)



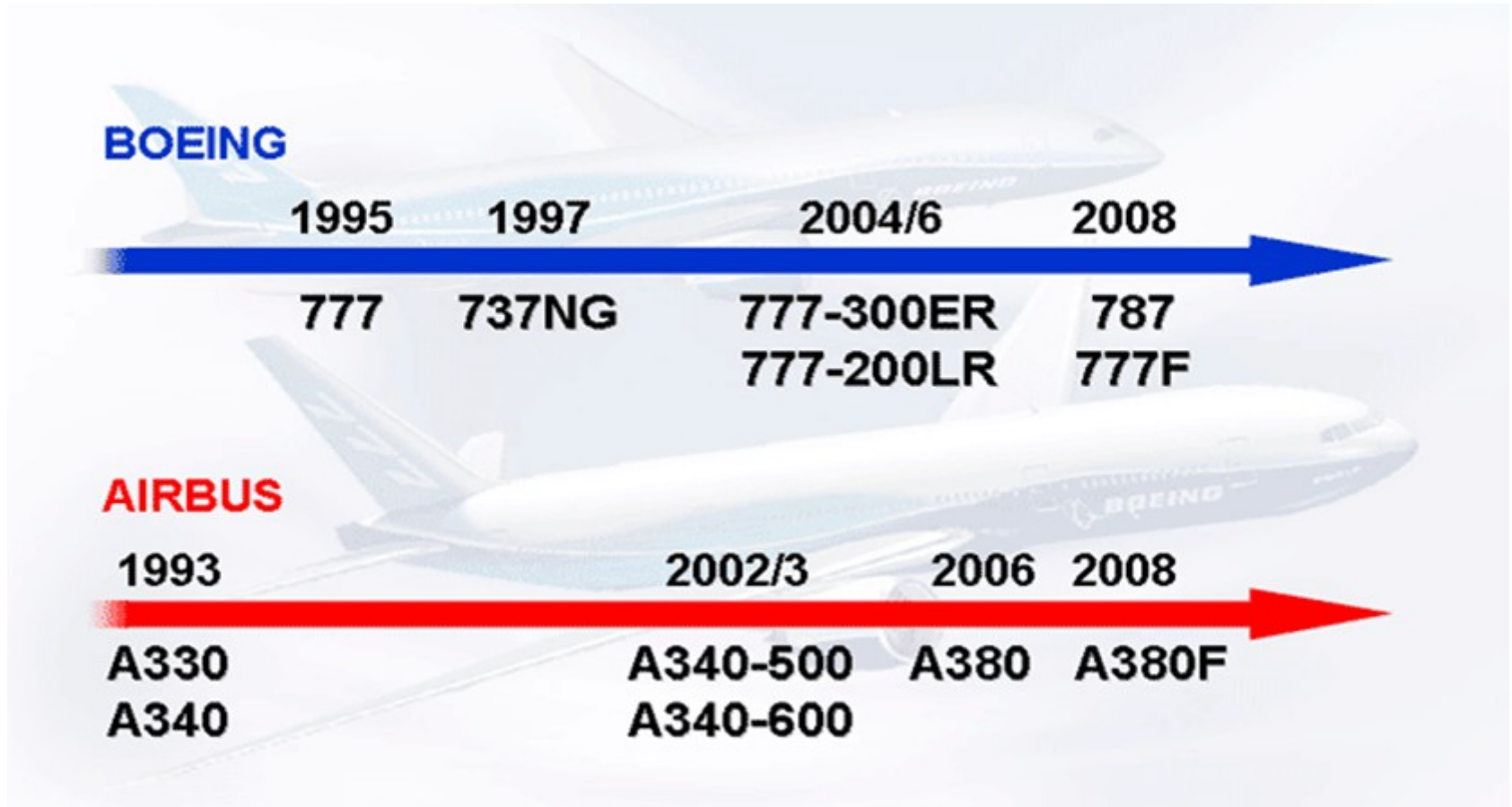
Tổng công ty hàng không, quốc
phòng và không gian châu Âu”
(EADS)



SO SÁNH BOEING VÀ AIRBUS

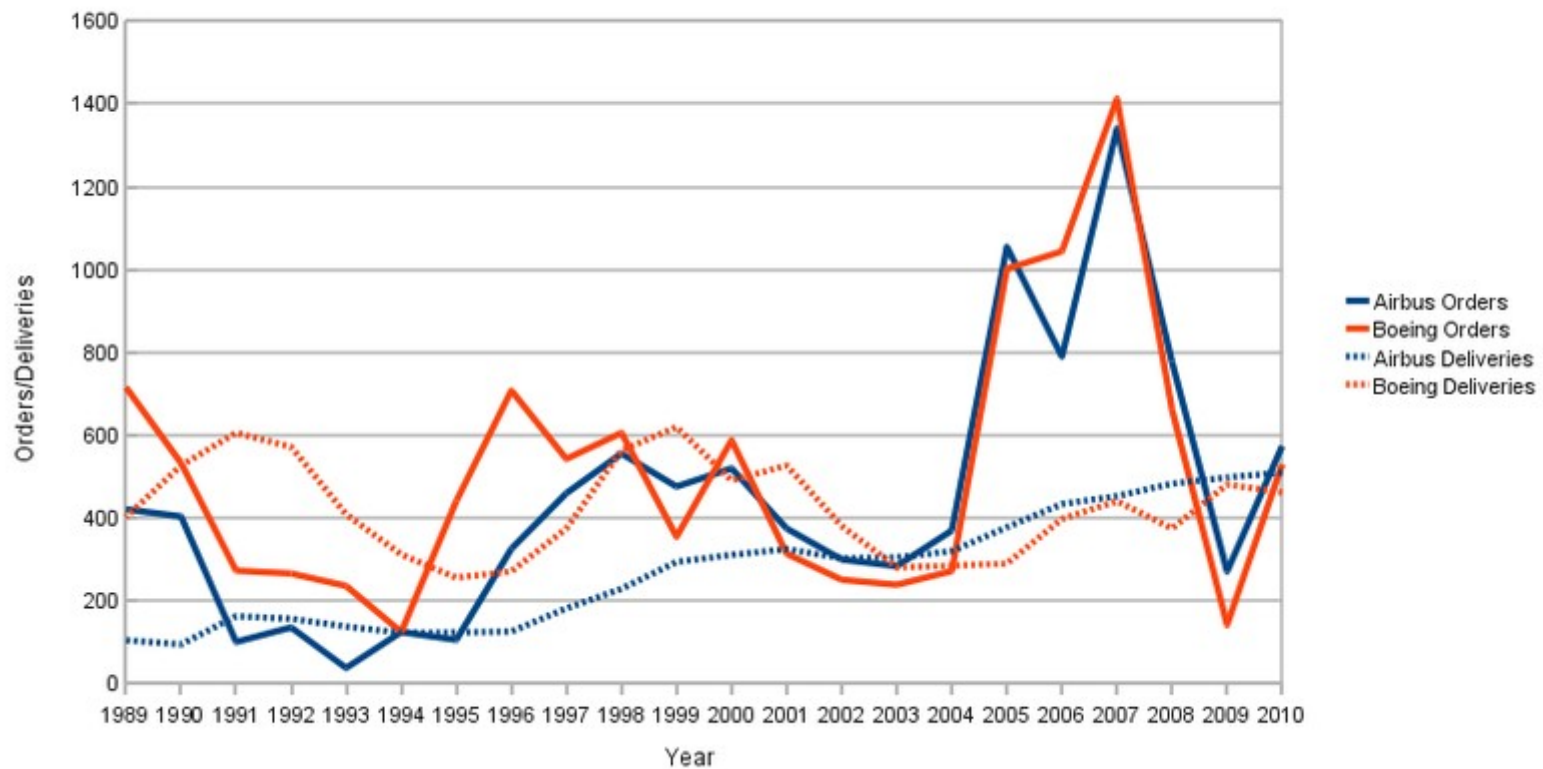
	2,645 - 3,185 km	5,600 - 5,900 km	6,800 - 7,700 km	9,000 - 10,200 km	10,500 - 11,300 km	12,250 - 12,500 km	13,300 - 13,900 km	14,200 - 14,800 km	14,900 - 15,200 km	15,400 - 16,000 km	16,700 - 17,400 km
100-139	717-200	A318-100 737-600									
140-156		737-700	A319-100	737-700ER							
148-189		737-800 A320-200									
177-255		A321-200 737-900	757-200	A310-200 A310-300	767-300ER	767-200ER			787-8		
243-375			757-300		767-400ER 747SP						
253-300		(A300)	A300-600			A330-200		A340-200		A350- 800/787-9	
295-440			777-200		A330-300		A340-300	777-200ER	A350-900		777- 200LR
313-366										A340-500	A340- 500HGW A350- 900R
358-550			747-100SR 747-300SR	747-100	777-300	747-200		777-300ER A350-1000			
380-419								A340-600 A340- 600HGW			
410-568							747-400	747-400ER			
<467									747-8		
525-853										A380	

SO SÁNH BOEING VÀ AIRBUS











SO SÁNH BOEING VÀ AIRBUS

Yearly Total Orders and Deliveries, by Company
1989-2010



SO SÁNH BOEING VÀ AIRBUS

	Giao hàng 2011		Đơn hàng 2011		Số lượng tồn đọng đến 2011		Số lượng giao hàng đến tháng 11/2011	
	 Airbus	 Boeing	 Airbus	 Boeing	 Airbus	 Boeing	 Airbus	 Boeing
Single aisle	2 A318		2 A318				76 A318	1010 707
	46 A319		11 A319				1318 A319	1831 727
	273 A320	372 737	1143 A320	625 737	2418 A320	2365 737	2827 A320	7010 737
	56 A321		239 A321				628 A321	1049 757
Widebody		20 767		42 767		72 767	816 A300	1014 767
	78 A330	73 777	97 A330	202 777	354 A330	380 777	837 A330	983 777
	0 A350	3 787	10 A350	45 787	583 A350	857 787	0 A350	3 787
	22 A380	9 747	19 A380	7 747	193 A380	97 747	63 A380	1427 747
Tổng	477	477	1521	921	3552	3771	6985	14327

3. HOẠT ĐỘNG KD QUỐC TẾ

1

**CHIẾN LƯỢC
KINH DOANH
QUỐC TẾ**

2

**CƠ CẤU TỔ
CHỨC THIẾT
KẾ THEO
CHIẾN LƯỢC
KINH DOANH
QUỐC TẾ**

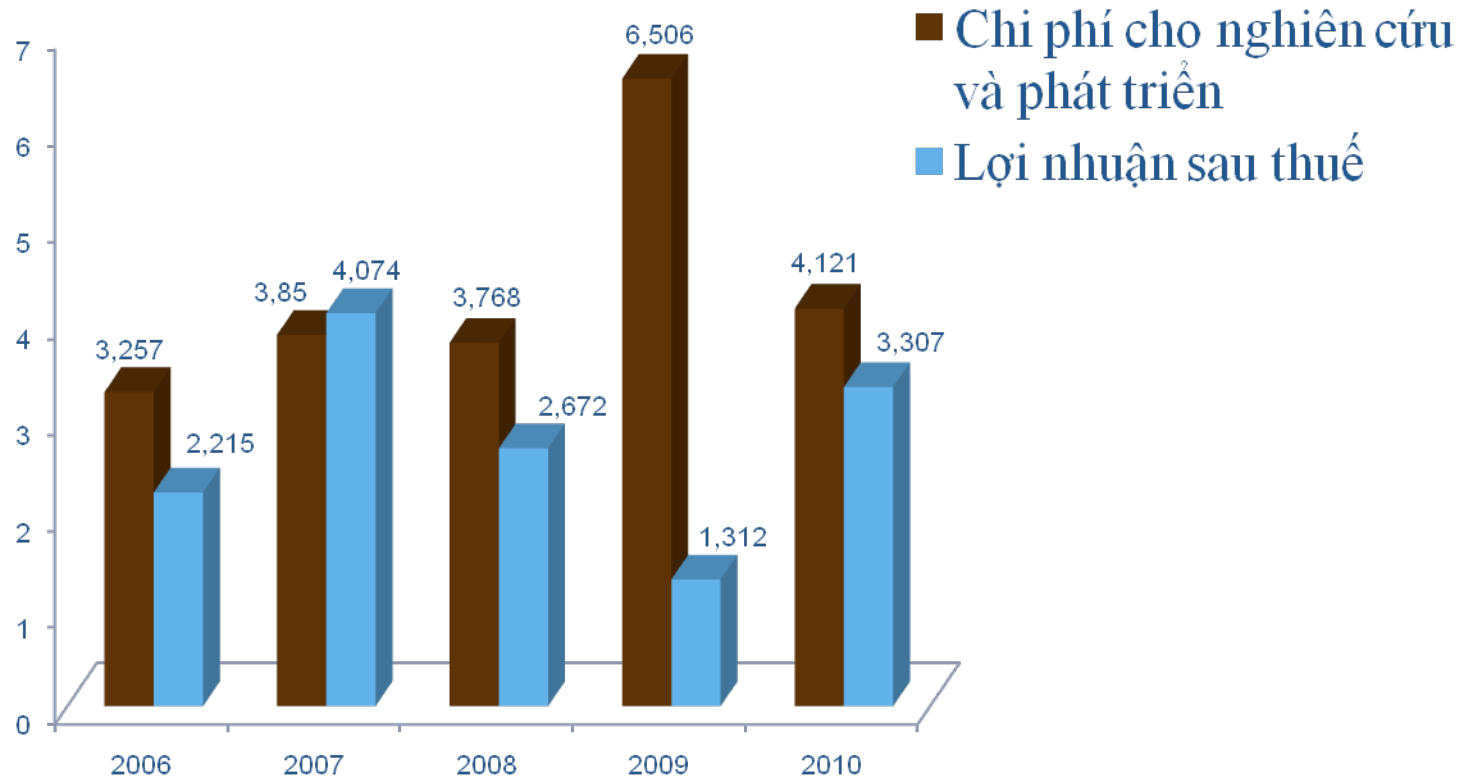
3

**PHƯƠNG
THỨC THÂM
NHẬP THỊ
TRƯỜNG
QUỐC TẾ**

3.1. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH QUỐC TẾ



ĐẦU TƯ NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN



*Bảng so sánh chi phí R&D và lợi nhuận qua các năm
(tỷ USD)*

KHÔNG NGỪNG HOÀN THIỆN SẢN PHẨM

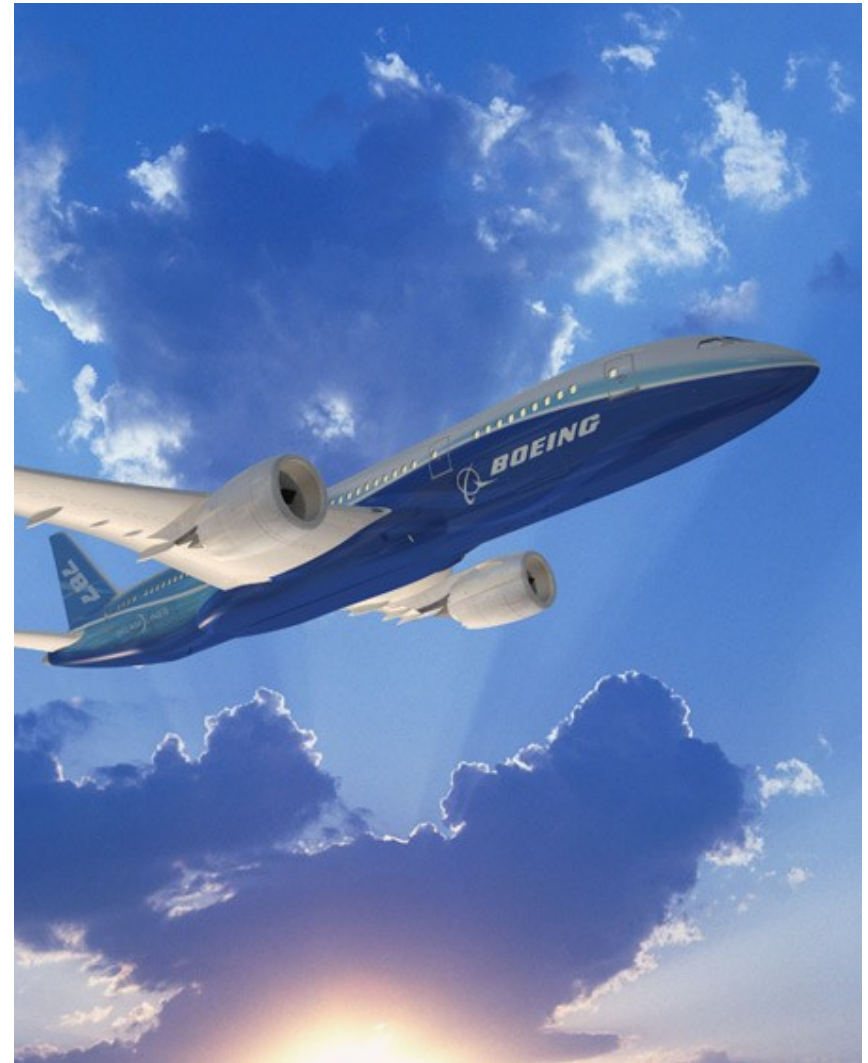
- Nâng cấp các mô hình máy bay để thích ứng với nhu cầu thay đổi của khách hàng



- Cải thiện các chương trình giảm chất thải và sự chậm trễ liên quan đến thiết kế và cải thiện các mô hình máy bay mới

BOEING 787 – DREAMLINER

- Không gian rộng, nội thất tinh tế và trau chuốt
- Tiết kiệm 20% nhiên liệu
- Sử dụng vật liệu composite
- Giảm ồn
- Tăng khả năng cân bằng



CHIẾN LƯỢC KINH DOANH QUỐC TẾ

CHIẾN LƯỢC TOÀN CẦU

Khai thác hiệu quả kinh tế nhờ qui mô

- Tập trung việc lắp ráp, tích hợp hệ thống và các hoạt động khác gần nhà máy chính
- Nhà máy có quy mô lớn

Marketing toàn cầu

- Tiếp cận khách hàng tiềm năng
- Làm việc chặt chẽ với từng khách hàng
- Tài trợ cho khách hàng mua máy bay
- Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ nhanh chóng và uy tín

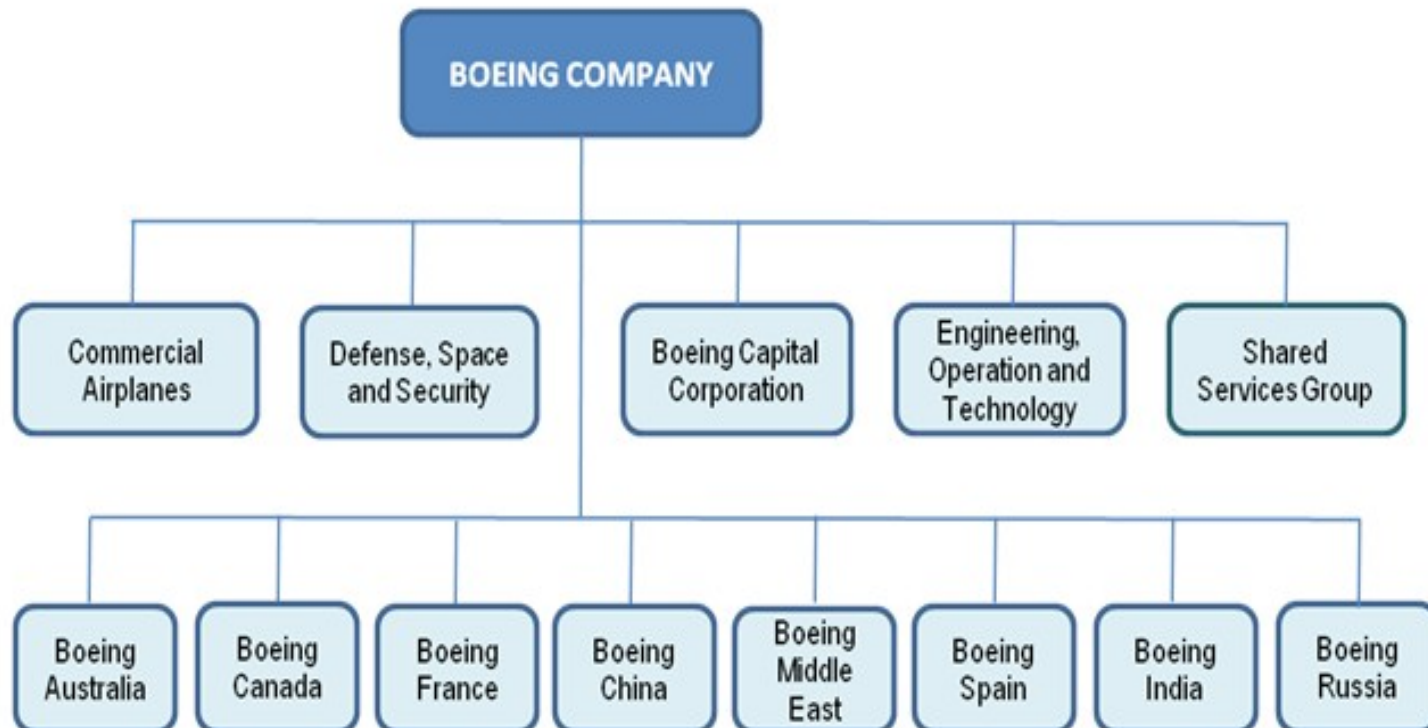
Quản lý chuỗi cung ứng

- Đánh giá và kiểm soát các nhà cung ứng ở các lĩnh vực
- Phát triển hệ thống xếp bậc hiệu quả hoạt động của các nhà cung ứng

3.2. CƠ CẤU TỔ CHỨC THEO CLKDQT

Mô hình quản lý tập trung

- Phát triển năng lực cốt lõi tại nước mình, giám sát quá trình chuyển giao và sử dụng ở nước ngoài
- Trụ sở chính có toàn quyền xác định và điều hành chuỗi giá trị của doanh nghiệp



3.3. PHƯƠNG THỨC THÂM NHẬP TTQT

**XUẤT
KHẨU**



**ĐẦU TƯ
NƯỚC NGOÀI**

XUẤT KHẨU

Giai đoạn 1

Tập trung thị trường trong nước, đồng thời nghiên cứu đánh giá tính khả thi của hoạt động KDQT

Giai đoạn 2

Nhắm vào các thị trường tương đồng về văn hóa, kinh tế, chính trị..., có rủi ro thấp (Bắc Mỹ, Châu Âu)

Giai đoạn 3

Nhắm vào các thị trường khó khăn, phức tạp hơn (Châu Á, Châu Phi)

XUẤT KHẨU

Bảng tổng hợp doanh thu công ty Boeing theo khu vực (triệu USD)

Khu vực kinh doanh	Năm tài chính					
	2008		2009		2010	
	Giá trị	Tỷ lệ %	Giá trị	Tỷ lệ %	Giá trị	Tỷ lệ %
Châu Á (ngoài Trung Quốc)	7.913	12,99	7.536	11,04	7.288	11,33
Trung Quốc	2.404	3,95	4.888	7,16	3.109	4,83
Châu Âu	5.992	9,84	7.516	11,01	7.872	12,24
Trung Đông	2.568	4,22	5.338	7,82	3.685	5,73
Châu Đại Dương	989	1,62	1.447	2,12	1.707	2,65
Châu Phi	406	0,67	602	0,88	956	1,49
Canada	1.849	3,04	493	0,72	612	0,95
Mỹ la tinh, Ca ri bê và các nơi khác	1.656	2,72	963	1,41	930	1,45
Tổng doanh thu ngoài nước Mỹ	23.777	39,04	28.783	42,15	26.159	40,68
Doanh thu tại Mỹ	37.132	60,96	39.498	57,85	38.147	59,32
Tổng doanh thu	60.909		68.281		64.306	

ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI

❖ Boeing Australia



- 7 công ty con 100% vốn và các công ty liên kết
- 3500 nhân viên trên toàn nước Úc
- Đầu tư cho cơ sở vật chất, nghiên cứu và phát triển, chuyển giao công nghệ
- Xuất khẩu các thành phần kết cấu máy bay phức tạp

4. BÀI HỌC KINH NGHIỆM



Bài học kinh nghiệm chung



Bài học kinh nghiệm cho Việt

CHIẾN LƯỢC MARKETING HỢP LÝ

- Bài học từ chiến lược marketing thái quá của Boeing
- Marketing thời điểm xuất xưởng và thời điểm lễ ra mắt cho chiếc Dreamliner hoành tráng một cách thái quá
- Kỳ vọng của khách hàng và nhà đầu tư được nâng quá cao, và sau đó sụp đổ trong thất vọng do thông tin về việc hoãn chuyến bay thử nghiệm cũng như hoãn kế hoạch xuất xưởng chiếc máy bay Dreamliner đầu tiên



TÌM MỘT HƯỚNG ĐI MỚI

Tập trung phát triển máy bay thương mại dân dụng, thoát khỏi cái vỏ cũ chỉ đơn thuần sản xuất máy bay quân dụng



SỨC MẠNH CỦA LIÊN MINH, LIÊN KẾT

Sự thành công của “chú nhóc” Airbus

“Một cây làm chẳng nên non, ba cây chụm lại nên hòn núi cao”



- 1965: Hình thành “Cộng đồng kinh doanh Airbus”
- Biểu tượng cho tiến trình nhất thể hóa châu Âu, củng cố liên kết chính trị và kinh tế
- Khai thác được một cách hiệu quả nhất sự hỗ trợ về chính trị và tài chính của chính phủ

BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

Tìm bước đi phù hợp

- Việt Nam chưa thể thiết kế máy bay lớn vì chưa đủ trình độ kỹ thuật và kinh nghiệm sản xuất.
- Đã thiết kế vài kiểu máy bay nhỏ nhưng diện hoạt động còn hẹp và chưa đưa ra thị trường quốc tế
- Hướng đi: Thiết kế linh kiện, phụ tùng theo khả năng của mình, xâm nhập thị trường sản xuất linh kiện hay các bộ phận rời của máy bay lớn (Airbus, Boeing).
- Bài học từ các nước như Trung Quốc, Nhật, Hàn Quốc



TẬP TRUNG THỂ MẠNH VÀO KHAI THÁC, BẢO DƯỠNG

- Có trên 50 máy bay hiện đại đang hoạt động tại Việt Nam, với độ tăng trưởng khoảng 15% so với 5% bình quân thế giới
- Xây dựng 2 xưởng bảo dưỡng tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh
- Khoảng 19.000 máy bay hàng không dân dụng đang hoạt động trên toàn thế giới, với tổng chi phí bảo dưỡng là khoảng 45 tỷ USD mỗi năm
- Châu Á Thái Bình Dương có 3.800 máy bay, với tổng chi phí bảo dưỡng khoảng 10 tỷ USD mỗi năm



Thank You!