



NHÓM 2 - Cesim BÁO CÁO CUỐI KỲ

kế toán (Trường Cao Đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội)

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



BÁO CÁO CUỐI KỲ
HỌC PHẦN: KINH DOANH QUỐC TẾ

ĐỀ TÀI:

BÁO CÁO TỔNG KẾT CESIM

Giảng viên hướng dẫn:
Th.S Cái Vĩnh Chi Mai

Nhóm sinh viên thực hiện:
Nhóm 2

Huế, tháng 4 năm 2022

I. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH:

1. Mỹ:

Thị trường: Mỹ là thị trường nội địa lớn nhất của Mobile, là quốc gia đi đầu trong các ngành công nghệ cao. Nhu cầu dự kiến sẽ tăng khoảng 5-10% trong 2-3 năm tới. Thậm chí, nhu cầu có thể đạt mức tăng trưởng cao nhất là 15- 20% mỗi năm.

Hành vi khách hàng: Ít chú trọng về tính năng sản phẩm.

2. Châu Âu:

Thị trường: Dự kiến tăng khoảng 10% mỗi năm và nhu cầu dự kiến tăng trưởng trong vài năm tới.

Hành vi khách hàng: Đón nhận và phản ứng nhanh nhất với các tính năng sản phẩm mới.

3. Châu Á:

Thị trường: Thị trường Châu Á tăng trưởng cao ở mức 20%, nhưng khó thực hiện trong dài hạn.

Hành vi khách hàng: Phân cực giữa hai nhóm khách hàng chính: (1) người có thu nhập cao, theo đuổi những công nghệ mới nhất; (2) nhóm khách hàng “chấp nhận muộn” hài lòng với các thiết bị cũ.

II. MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC:

- **Xếp hạng:** 1/10.
- **Thị phần:** 40% tại khu vực Châu Á.
- **Lợi nhuận:** 400.000.
- **Tỷ suất lợi nhuận cổ đông tích lũy:** 40.0%.

III. CHIẾN LƯỢC TỔNG THỂ:

Sau khi phân tích nhóm tập trung chiến lược chi phí thấp cho cả 5 round. Cụ thể tối ưu hóa chi phí, định giá thấp hơn đối thủ cạnh tranh, nhằm thu hút khách hàng mục tiêu nhạy cảm với giá và chiếm được thị phần lớn.

Để đạt được mục tiêu của chiến lược, nhóm định hướng các mảng vận hành như sau:

Sản xuất: Sử dụng tối đa nguồn lực, thuê lao động ngoài.

Marketing: Định giá thấp, chiêu thị thấp.

Logistics: Ở đâu nhu cầu cao nhất thì được ưu tiên nhất.

Thuế: Chuyển giá để thu thêm một phần lợi nhuận.

IV. HOẠT ĐỘNG TẠI CÁC VÒNG:

1. Round1:

Nhu cầu: Ở Mỹ là 22%; Châu Á là 32%, Châu Âu là 10%.

Sản xuất: Tập trung sản xuất Tech1 với quy mô lớn (năng lực 95.0%).

R&D: Nghiên cứu phát triển tính năng 2 cho Tech1 (50.000 USD).

Marketing: Định giá thấp theo nhu cầu tại mỗi khu vực địa lý. Chiêu thị 14.950 USD.

Logistic: Ưu tiên bán Tech1 theo thứ tự ở, Châu Á, Châu Âu, Mỹ.

Thuế: Chuyển giá Mỹ sang Châu Á (1.5); Mỹ sang Châu Âu (1.5).

2. Round2:

Nhu cầu: Ở Mỹ là 12%; Châu Á là 22%, Châu Âu là 7%.

Sản xuất: Sử dụng 100% nguồn lực và thuê ngoài tại Mỹ là 1000 và Châu Á là 1000.

Logistic: Ưu tiên bán Tech1 theo thứ tự ở Châu Á, USA, Châu Âu.

R&D: Đầu tư thêm 3 tính năng cho tech1 (150.000 USD). Mua bản quyền bổ sung 1 tính năng cho tech1 (55.000 USD).

Marketing: Tăng chiêu thị 14.800 USD. Tăng giá theo khu vực địa lý.

3. Round3:

Nhu cầu: Ở Mỹ là 12%; Châu Á là 10%, Châu Âu là 7%.

Sản xuất: Tất cả các nhà máy ở Mỹ và Châu Á đều hoạt động (sản xuất ở đâu thì ưu tiên bán ở đó, nhằm giảm chi phí vận chuyển và đánh thuế).

R&D: Đầu tư Tech2 + 1 tính năng mới.

Marketing: Định giá theo địa lý và định giá thấp hơn so với đối thủ.

Logistic: Theo thứ tự ở Châu Á, USA, Châu Âu.

4. Round 4:

Nhu cầu: Ở Mỹ là 10%; Châu Á là 8%, Châu Âu là 7%.

Sản xuất: Phân bổ nguồn lực tech1 ở Mỹ là 30%, tech2 70%. Thuê ngoài ở Mỹ tech1 (1000).

R&D: Đầu tư Tech3 + 1 tính năng mới.

Marketing: Điều chỉnh giá thấp hơn đối thủ cạnh tranh nhằm tiêu thụ hết sản phẩm.

Logistic: Ưu tiên bán Tech1 theo thứ tự ở Châu Á, USA, Châu Âu.

5. Round 5:

Nhu cầu: Ở Mỹ là 21%; Châu Á là 42%, Châu Âu là 16%.

Sản xuất: Phân bổ nguồn lực tech1 ở Mỹ là 30%, tech3 70%. Thuê ngoài ở Mỹ tech1 (1000), Châu Á tech2 (1000).

Marketing: Tăng chiêu thị, điều chỉnh giá với từng thị trường nhằm tiêu thụ hết sản phẩm nhưng vẫn đảm bảo lợi nhuận cao.

Thuế: Chuyển giá từ Mỹ sang Châu Á 1.5.

V. KẾT QUẢ TỪNG ROUND:

1. Kết quả chung sau 5 round:

- Doanh thu: Đứng thứ 4 ở round3, round4 và round5; đạt được kết quả tốt từ round3 trở đi và thấp nhất ở round2.
- Lợi nhuận: Đứng thứ 4 ở round5. Lỗ ở round4
- Tổng lợi nhuận cổ đông tích lũy: Đứng thứ 7 ở round5.

2. Round1:

- Tổng lợi nhuận cổ đông tích lũy đạt kết quả cao nhất trong 5 round (35,78%). Đứng thứ 4 về doanh thu, lợi nhuận.
- Nguyên nhân là:
 - + Sản phẩm công nghệ được nâng cấp lên 2 tính năng.
 - + Đầu tư chiêu thị ít.

3. Round2:

- Doanh thu round2 thấp nhất trong 5 round. Tổng lợi nhuận cổ đông tích lũy giảm (23.38%).
- Nguyên nhân:
 - + Chi phí đầu tư R&D cao.
 - + Phân tích và dự đoán nhu cầu thị trường không chính xác.
 - + Định giá sản phẩm ở châu Á cao trong khi Châu Á ưa thích sản phẩm giá thấp.

4. Round3:

- Tổng lợi nhuận cổ đông tích lũy giảm (17,99%), nhưng so với round2 đã là thay đổi tốt hơn về doanh thu và lợi nhuận đứng thứ 4. Doanh thu tăng (Do lợi thế tập trung sản xuất Tech1 nên tận dụng được lợi ích kinh tế quy mô sản xuất chi phí thấp).

5. Round4:

- Tổng lợi nhuận cổ đông tích lũy giảm 5,48%. Doanh thu giảm, lợi nhuận âm.
- Nguyên nhân:
 - + Không phát triển tính năng sản phẩm.
 - + Sản xuất vượt quá nhu cầu thị trường.
 - + Đầu tư tech3 dẫn đến chi phí cao mà doanh thu giảm.

6. Round5:

- Đứng thứ 4 về doanh thu, lợi nhuận, tuy nhiên tổng lợi nhuận cổ đông tích lũy đứng thứ 7.
- Nguyên nhân:
 - + Tăng chiêu thị.
 - + Định giá thấp.
 - + Hy sinh lợi nhuận để giành thị phần lớn.

VI. BÀI HỌC:

1. Sai lầm mắc phải:

- Chưa hiểu cách triển khai chiến lược, chơi theo cảm tính.
- Chưa xác định được định mức thị trường, khách hàng mục tiêu, đối thủ cạnh tranh.

2. Bài học:

- Môi trường kinh doanh thay đổi liên tục và phức tạp cần có chiến lược phù hợp cho sự thay đổi đó nhưng vẫn có sự thống nhất.
- Học được kỹ năng phân tích thị trường, đối thủ cạnh tranh.
- Mạnh dạn hy sinh lợi nhuận để đầu tư tech mới và phát triển tính năng.
- Không đưa ra quyết định một cách chủ quan mà phải phân tích hiểu rõ nguồn lực của doanh nghiệp và thị trường.
- Phân chia công việc trong nhóm phù hợp sẽ giúp nhóm đạt hiệu quả cao.
- Cesim đem lại những trải nghiệm kinh doanh thực tế