

THỊ TRƯỜNG PHẦN MỀM VIỆT NAM 2005: NHIỀU CHUYỂN BIẾN

Năm 2005, ngành phần mềm (PM) VN chuyển động khá tích cực. Dấu hiệu tốt trước hết thể hiện qua các chuyến thăm, tìm kiếm đối tác của các đoàn DN Hàn Quốc và Nhật Bản. Khác với cách đây 5 năm, niềm tin vào cơ hội cho doanh nghiệp (DN) Việt Nam đang được

Năm 2005, ngành phần mềm (PM) VN chuyển động khá tích cực. Dấu hiệu tốt trước hết thể hiện qua các chuyến thăm, tìm kiếm đối tác của các đoàn DN Hàn Quốc và Nhật Bản. Khác với cách đây 5 năm, niềm tin vào cơ hội cho doanh nghiệp (DN) Việt Nam đang được củng cố. Ngoài FPT Software, TMA, PSV, Tân Thế Kỷ... các công ty như CMC, AZ, Vietsoftware, Tinh Vân..., đang vào guồng khá nhịp nhàng dù mới tham gia gia công. Nhiều công ty PM khác cũng đã nhận thức được cơ hội này. Và việc chia sẻ kinh nghiệm gia công PM giữa các DN với nhau chắc chắn sẽ là điều cần thiết khi cơ hội đang đến. Ông Lữ Thành Long, tổng giám đốc công ty Misa cho rằng DN PM hiện không chỉ lo tồn tại mà còn đang đầu tư nhiều hơn cho chất lượng, đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng thị trường. DN PMVN đã định hướng rõ ràng hơn trong gia công hay làm sản phẩm đóng gói phục vụ thị trường nội địa. Các nhóm công ty phát triển theo từng lĩnh vực gia công, ERP, đào tạo, game... đã hình thành. Có khá nhiều ý kiến khác nhau nhưng việc Bộ BCVT lần đầu tiên công bố chiến lược phát triển công nghiệp phần mềm (CNpPM) đã làm nóng bầu không khí của ngành PM VN. Cùng lúc, VINASA đưa ra 3 định hướng phát triển là PM nhúng (Embedded), trò chơi trực tuyến (Game online) và giải pháp hoạch định nguồn lực DN (ERP). Nhiều DN đánh giá 3 mũi nhọn này rất đúng đắn và có cơ sở. Tuy nhiên, để thúc đẩy phát triển CNpPM, vấn đề nổi cộm vẫn là bản quyền. Không mạnh như các công ty lớn của nước ngoài, DN PMVN hầu như đang đơn thương độc mã trước nạn vi phạm bản quyền. Việc khiếu kiện, tranh chấp nếu có xảy ra cũng là "vô phúc đáo tụng đình", gây tổn thất cho chính DN vì VN đang thiếu hành lang pháp lý cần thiết để xử lý vi phạm này (chưa kể các thiệt hại về kinh tế do PM bị vi phạm bản quyền). Luật Sở Hữu Trí Tuệ đang dự thảo không đề cập đến bản quyền PM như một đặc thù riêng cũng khiến nhiều DN phải "ưu tư". Nhìn sang các nước phát triển, bản quyền PM thường được đề cập như một lĩnh vực riêng, có đầy đủ định nghĩa và chế tài riêng. Năm qua cũng là năm các bộ, ngành VN đầu tư mạnh cho CNTT. Tuy nhiên, tỷ lệ đầu tư cho PM chưa khả dĩ hơn. Thậm chí, PM trang bị tiên tiến nhưng sử dụng chỉ đạt khoảng 10% hiệu năng bởi nhận thức và trình độ. Việc chen chân tham gia vào các dự án nhà nước đối với các công ty PM VN vô cùng khó. Cũng vì lẽ đó, DN vừa và nhỏ sẽ vẫn là thị trường chủ lực của PM nội địa trong thời gian tới. Tuy khối khách hàng này có nhược điểm đầu tư PM nhỏ giọt, nhận thức ứng dụng CNTT chưa cao. Như một phong trào, năm qua, ERP trở thành mối quan tâm hàng đầu của các công ty từ tầm trung tới lớn. Một loạt PM ERP VN đã ra đời vì đã đến lúc DN quan tâm nhiều hơn đến nâng cao năng lực cạnh tranh. Theo ông Phí Anh Tuấn, phó giám đốc AZ: "Tiềm năng ứng dụng ERP trong DN VN rất lớn" và bày tỏ sự lạc quan về tốc độ tăng trưởng của thị trường này. Còn các chuyên gia dự báo: 2006 sẽ là "năm ERP" đối với thị trường nội địa. Bên cạnh đó, các PM quản trị khác như CRM, HRM... cũng được quan tâm phát triển. Cuối cùng, một chuyển biến tích cực đáng ghi nhận trong năm qua là một loạt liên kết, hợp tác giữa các công ty PM nhỏ, các đơn vị sản xuất phần cứng với các đơn vị đào tạo. Sự liên kết hợp tác này chính là dấu hiệu tốt cho thấy DN PM đã quan tâm hướng tới các mục tiêu chung lớn hơn.

CNPm VN đang tiếp tục phát triển với tốc độ cao. Tuy nhiên, chúng ta chưa tạo được đột phá để đưa PM trở thành ngành mũi nhọn. Với mức xuất phát thấp, tốc độ phát triển 30% chưa giúp chúng ta rút ngắn khoảng cách với thế giới. Ngành xuất khẩu PM VN đang có những cơ hội to lớn để vươn lên một tầm cao mới, tuy nhiên, để biến tiềm năng thành động lực phát triển thực sự, cần có những bước đi mạnh mẽ: - Đa dạng hóa việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao: bên cạnh việc tăng cường hợp tác giữa đại học (ĐH) và DN, một số DN lớn như TMA và FPT đang xúc tiến mở ĐH để chủ động nguồn nhân lực. Đây là một xu hướng cần được khuyến khích để tăng sự cạnh tranh và góp phần chia sẻ gánh nặng cho ngành giáo dục. - Tiếp tục duy trì các chính sách ưu đãi để giúp các công ty VN giảm chi phí sản xuất như: ưu đãi thuế, giảm giá thuê đường truyền Internet... - Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại: các công ty Bắc Mỹ, châu Âu và Nhật Bản gặp rất nhiều khó khăn khi tìm kiếm thông tin về ngành PM VN. Đến nay ngành gia công PM VN vẫn chưa tạo được bản sắc riêng nên khó chen chân vào dây chuyền phân công lao động quốc tế. Theo tôi, cách hay nhất để cạnh tranh quốc tế là phát huy tối đa năng lực trí tuệ của kỹ sư VN, bằng cách tham gia vào những lĩnh vực công nghệ cao, phức tạp nhất. Đông đảo kỹ sư VN đang làm việc trong các công ty CNTT hàng đầu thế giới cho thấy tiềm năng trí tuệ của người VN trong lĩnh vực này. Xu hướng toàn cầu hóa sẽ ngày càng tạo áp lực cạnh tranh lên các công ty PM VN. Nhìn ra thế giới, Trung Quốc có 8.000 công ty PM, số lượng hơn rất nhiều so với Ấn Độ nhưng trình độ và năng lực cạnh tranh quốc tế vẫn còn khoảng cách khá xa. Lý do, phần lớn công ty PM Trung Quốc quy mô nhỏ. Trong khi Ấn Độ có những công ty hàng chục ngàn nhân viên như TCS, Infosys, Wipro... VN hiện nay cũng giống như Trung Quốc. Số công ty PM nhiều nhưng ít công ty lớn. Hiện tượng "trăm hoa đua nở" trong thời gian qua rất tích cực, tạo động lực phát triển và ứng dụng CNTT ở VN. Tuy nhiên, trong thời gian tới nếu VN không có những "DN dẫn đầu" sẽ khó cạnh tranh, cả trong nước và quốc tế. DN VN nên tính đến chuyện liên kết và sát nhập như một xu hướng tất yếu trong cạnh tranh quốc tế. Chiến lược xây dựng đội ngũ DN PM mạnh của TP.HCM theo tôi là một định hướng đúng để đưa TP.HCM trở thành trung tâm xuất khẩu PM ở Đông Nam Á.

Công ty TMA Vươn lên tầm Quốc Tế Đối với TMA, 2005 tiếp tục là một năm thành công với mức tăng trưởng gần 100% (từ 375 lên 650 kỹ sư). TMA đã thu hút thêm khách hàng mới từ Mỹ và Nhật. Đặc biệt tiếp tục trúng thầu quốc tế các dự án PM lớn. Thành công lớn nhất của TMA trong năm qua là đã thuyết phục khách hàng giao những dự án lớn và phức tạp, cần hàng trăm kỹ sư với công nghệ mới nhất. Điều này khẳng định uy tín của TMA và khả năng trí tuệ của kỹ sư VN.

TMA vẫn tập trung vào xuất khẩu PM nhưng kế hoạch mở rộng thị trường năm tới sẽ có thêm thị trường nội địa. Hai lý do để TMA nghĩ đến thị trường trong nước: 1. VN có rất nhiều công ty PM nhưng rất ít công ty có khả năng thực hiện các dự án lớn và phức tạp. Các dự án này thường rơi vào tay những công ty nước ngoài. 2. VN vẫn chưa xây dựng nhiều hệ thống tin học tầm cỡ phục vụ xã hội và phát triển kinh tế. TMA mong muốn áp dụng kinh nghiệm quản lý dự án và các công nghệ mới nhất để xây dựng các hệ thống tin học lớn cho VN. Tuy nhiên, trước mắt TMA chỉ tham gia các dự án quy mô lớn và có quy trình đấu thầu chuyên nghiệp. Sau khi vươn lên vị trí hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á, TMA đang nỗ lực để trở thành thương hiệu Việt đầu tiên đạt tầm quốc tế trong ngành PM viễn thông thế giới.

Công ty Misa Vượt khó để mạnh hơn Năm 2005, thành công của Misa là mỗi khi phải đối đầu với khó khăn, công ty lại phát triển mạnh mẽ hơn cả về số lượng nhân sự, chất lượng sản phẩm cũng như doanh số bán hàng. Tuy nhiên, thành công nhất là việc liên kết với các đối tác phần cứng và PM khác trong nước để phát triển sản phẩm và gia tăng giá trị dịch vụ. Mức tăng trưởng ước tính đến cuối năm nay của Misa là 160%, doanh số dự tính hơn 1 triệu đô la, vượt kế hoạch đề ra Không dừng lại với PM kế toán, Misa đang xây dựng kế hoạch và dự kiến sẽ tung ra PM Quản Trị Khách Hàng CRM cho DN vừa và nhỏ mang tên MISA-CRM.NET 2006 cùng một số PM khác nhằm xây dựng giải pháp tổng thể ERP cho DN vừa và nhỏ.

Công ty AZ-Solution Cải tiến nhiều cho IRP Với AZ Solution, 2005 là năm vừa tăng trưởng vừa tiếp tục xây dựng công ty. AZ đã có những kết quả ban đầu đáng khích lệ tại thị trường Nhật Bản, các đơn hàng lớn về ERP từ DN lớn của VN và một số công ty 100% vốn nước ngoài. Nhân lực của công ty tăng từ 110 lên 160 người. Doanh số tăng trưởng khả quan. Với giải pháp quản trị DN IRP Solution, AZ đã có 24 khách hàng lớn nhỏ với 65 điểm sử dụng. Công ty đang chú trọng hoàn thiện sản phẩm hơn nữa qua việc nghiên cứu bổ sung nhiều tiện ích như: Chuyển toàn bộ giải pháp sang môi trường Internet với khả năng khai thác trên nhiều nền tảng công nghệ khác nhau, giúp khách hàng lựa chọn tùy theo điều kiện hạ tầng cũng như ngân sách; đưa vào giải pháp các ứng dụng trên thiết bị di động (Mobile Devices) như: bán hàng di động trên PDA, pocket PC, hệ thống cảnh báo thông minh trên điện thoại di động; AZ cũng đang định hướng phát triển các ứng dụng thương mại điện tử trên nền tảng hạ tầng (Back - end) của IRP Solution.

Công ty FPT Chú trọng cả "nội" và "ngoại" Năm 2005, tăng trưởng riêng trong lĩnh vực sản xuất PM của FPT là 30-40% so với 2004. Riêng nhân lực tăng trưởng 70%. Với mảng PM trong nước, thời gian tới FPT vẫn sẽ tập trung vào khách hàng khối chính phủ và các cơ quan bộ ngành ngân hàng, tài chính, thuế, kho bạc, viễn thông, bảo hiểm và các DN lớn. Tháng 11 vừa qua, FPT chính

thức khai trương chi nhánh tại Nhật Bản, mở ra nhiều cơ hội hợp tác và kinh doanh mới. FPT Software Japan đang hoàn tất thủ tục tại Nhật Bản nên việc ký kết hợp đồng sẽ chính thức bắt đầu từ 2006. Một trong những đối tác đầu tiên có thể là Toshiba Corp. Dự kiến năm 2006 nhân sự của chi nhánh này sẽ tăng lên 30 người với mức tăng trưởng khoảng 18-20%/năm.

Công ty cổ phần PM BSC 1000 khách hàng năm 2006 Đã thành chu trình, cứ mỗi 4 năm BSC lại khai sinh một PM mới. Năm vừa qua là một năm thành công của BSC khi đưa ra PM quản trị quan hệ khách hàng thuần Việt BSC Venus. Đây là một PM giao diện tiếng Việt phù hợp với DN vừa và nhỏ. Kể từ tháng 7/2005 đến nay, BSC Venus đã có trên 30 khách hàng sử dụng và dự kiến trong 2006, PM này sẽ đạt khoảng 1.000 khách hàng. Riêng với PM quản lý giáo dục đào tạo BSC EMIS, năm 2005 đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 110% so với năm ngoái và đã có trên 100 ĐH, cao đẳng và trung học sử dụng.

Tường Vy