

Ảnh: Diệp Đức Minh



Một số vấn đề về xác định giá thành và giá bán sản phẩm phần mềm

PGS.TS TRẦN THÀNH TRAI & TRẦN LẠC HỒNG

I. Đặt vấn đề

Từ đầu những năm 2000 tới nay, Việt Nam đã nỗ lực đẩy mạnh việc xây dựng nền công nghiệp công nghệ thông tin và phát triển thị trường CNTT, trong đó có thị trường phần mềm. Nhiều chính sách và biện pháp nhằm khuyến khích sự phát triển các doanh nghiệp phần mềm đã được chính phủ ban hành như miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong bốn năm đầu thành lập, nâng cao mức chịu thuế thu nhập cá nhân của những người làm phần mềm, miễn thuế giá trị gia tăng cho sản phẩm phần mềm. Trong bối cảnh đó, nhiều doanh nghiệp phần mềm đã nhanh chóng được thành lập. Năm 2002, số đơn vị đăng ký sản xuất phần mềm đang hoạt động tại TP.HCM là 313 đơn vị, trong đó có khoảng 50% là các đơn vị phần mềm mới thành lập

trong khoảng 2 - 3 năm trở lại đây [1]. Điều này chứng tỏ thị trường phần mềm phát triển tốt, các chính sách và biện pháp của nhà nước đã phát huy hiệu lực.

Tuy nhiên, dù cho doanh nghiệp phần mềm được hưởng những điều kiện thuận lợi từ chính sách nâng đỡ của Nhà nước; nhưng họ vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm. Ngoài nạn sao chép bất hợp pháp các phần mềm, bản quyền phần mềm bị vi phạm nặng nề gây tổn hại không nhỏ cho nhà sản xuất, còn có tình trạng các sản phẩm không được bán đúng với giá trị, gây nên hậu quả là nhà sản xuất không thể tái đầu tư cho sản phẩm. Nhiều doanh nghiệp đã không thể tồn tại ngay trong những năm đầu thành lập hoặc phải mở thêm các hoạt động khác như các dịch vụ cài đặt phần mềm, thiết kế đồ họa, đào tạo, kinh doanh máy tính... để tạo thêm doanh thu.

Có thể nói rằng về môi trường pháp lý, về mặt khoa học công nghệ của ngành công nghiệp non trẻ này đã có những phát triển đáng kể song về mặt kinh tế chưa có một sự quan tâm thích đáng. Việc không có một phương pháp chuẩn và hợp lý để định giá thành sản phẩm phần mềm không những tạo sự khó khăn cho việc quản lý điều hành dự án phần mềm trong doanh nghiệp mà cả trong các dự án của chính phủ, điều này đã tạo nên một hậu quả là chính phủ đưa ra giá gọi thầu tùy tiện.

Hơn nữa, cho đến nay chưa có một hệ thống chỉ tiêu hoàn chỉnh để theo dõi sự phát triển của ngành này. Do vậy khó cho việc hoạch định phát triển ngành cũng như cho việc đánh giá phần đóng góp của ngành công nghiệp này trong nền kinh tế quốc dân.

Một trong các chỉ tiêu quan trọng không thể thiếu được là chỉ tiêu giá thành. Hiện chưa có một phương pháp tính toán thống nhất hoàn chỉnh, mỗi cơ sở tính theo kinh nghiệm của mình. Bài báo này ngoài việc nêu một số tình hình về sản xuất phần mềm, dịch vụ phần mềm; tập trung vào việc đề nghị một phương pháp tính toán giá thành sản phẩm phần mềm, trên cơ sở đó đề xuất phương pháp để xây dựng giá bán sản phẩm.

II. Đặc điểm của sản phẩm phần mềm

Trong lĩnh vực phần mềm, tùy thuộc vào chức năng mà người ta phân ra thành các lớp sau:

- phần mềm cơ bản; làm tăng khả năng của thiết bị. Ví dụ các hệ điều hành...
- phần mềm tiện ích; thực hiện một tiện ích phổ biến trong quá trình khai thác thiết bị và phần mềm cơ bản. Ví dụ các loại công cụ phát triển phần mềm...
- phần mềm áp dụng; thực hiện một hoặc nhiều chức năng của một lĩnh vực nào đó. Ví dụ phần mềm kế toán, phần mềm quản lý lao động tiền lương...

Phần mềm cơ bản và phần mềm tiện ích do những chuyên gia phần mềm xây dựng nên, trong khi phần mềm ứng dụng thường do những người sử dụng tự viết chương trình, đôi khi cũng được cung cấp bởi các chuyên gia hoặc các công ty phát triển phần mềm. Tuy vậy, do mức độ phức tạp của công nghệ sử dụng và độ phức tạp của vấn đề cần giải quyết mà trong nhiều trường hợp cần đến

chuyên gia để xây dựng các phần mềm ứng dụng.

Do sự xuất hiện ngày càng nhiều nhóm chuyên gia mà rất nhiều phần mềm ứng dụng đã được sản xuất để đáp ứng nhu cầu sử dụng ngày một tăng. Một đặc điểm khác nữa là những sản phẩm phần mềm này dễ dàng tính được giá thành do việc chia nhỏ việc sản xuất ra thành nhiều công đoạn. Đó là một trong những lý do cơ bản hình thành nên một ngành công nghiệp mới đặc biệt năng động mà chúng ta gọi là ngành công nghiệp phần mềm.

Tuy nhiên, sản xuất phần mềm là một hoạt động chịu nhiều tác nhân. Bản thân phần mềm cũng là một loại sản phẩm đặc biệt, sử dụng chủ yếu là chất xám - được tính bằng ngày công lao động. Các yếu tố khác tác động đến sản xuất như trang thiết bị, vật tư nguyên liệu, nhà xưởng không chiếm nhiều tỉ trọng cấu thành giá trị sản phẩm. Ngược lại, những yếu tố liên quan chặt chẽ đến chất lượng sản phẩm lại là đào tạo, nghiên cứu thị trường, nghiên cứu kỹ thuật, tiếp nhận công nghệ mới, tổ chức sản xuất...

Chất lượng sản phẩm phần mềm tùy thuộc vào môi trường thiết bị, trình độ nhân lực và trình độ tổ chức sản xuất của nhóm làm phần mềm.

Một sản phẩm phần mềm đòi hỏi những yêu cầu chính như: cần tiến hành nghiên cứu thị trường trước khi quyết định sản xuất; làm các thử nghiệm trước khi sản xuất hàng loạt; cần đầu tư sản xuất với số lượng lớn, sẵn sàng trong kho hàng để đáp ứng đơn hàng; cần có nỗ lực thường xuyên về thương mại và hỗ trợ hậu cần; sau cùng là cần được bảo hành, bảo trì và được phát triển về công nghệ theo các nhu cầu và mong muốn của người sử dụng.

III. Khảo sát thực tế

1. Những khảo sát tổng quát

Theo [1], số đơn vị đăng ký sản xuất phần mềm đang hoạt động tại TP.HCM là 313 đơn vị, trong đó có khoảng 50% là các đơn vị phần mềm mới thành lập trong khoảng 2-3 năm trở lại đây. Điều này chứng tỏ thị trường phần mềm phát triển tốt, các chính sách và biện pháp của Nhà nước đã phát huy hiệu lực. Số lượng chuyên viên tham gia vào ngành công nghiệp phần mềm ở Việt nam hiện nay vào khoảng 6.500 người.

Tại 26 đơn vị sản xuất phần mềm và có cung cấp số liệu về nhân sự và doanh số; tổng số 1.040 người của các đơn vị này làm trong năm 2001 được 8,8 triệu USD, tương đương với năng suất 8.450 USD/ người/ năm [1]. Năng suất của các công ty phần mềm làm gia công cho nước ngoài cao hơn, năm 2001 đạt khoảng 13.000 USD/người/năm.

Bảng 1. Năng suất phần mềm các năm 1998 - 2001
(đơn vị tính: USD/người/năm)

Năm	1998	1999	2000	2001
Năng suất	4.300	5.500	6.400	8.450

(Nguồn: Báo cáo toàn cảnh CNTT Việt Nam 2002 - đã dẫn).

Theo các thông tin thu thập không chính thức của

một số doanh nghiệp phần mềm trong đó có những công ty gia công cho nước ngoài thì mức thù lao chuyên viên phần mềm hiện nay tại TP.HCM có sự chênh lệch lớn giữa các doanh nghiệp trong nước và các công ty có hợp đồng gia công nước ngoài (xem Bảng 2). Bình quân từ 3 đến 4 lần trong cùng một nhiệm vụ. Điều này gây ra một sự cạnh tranh về nhân lực mà phần thắng nghiêng về những công ty phần mềm có vốn nước ngoài; gây ra sự chảy máu chất xám từ các công ty phần mềm trong nước.

Bảng 2. Thù lao bình quân của người làm phần mềm

Thù lao chuyên viên phần mềm (tháng/công: USD)	Gia công nước ngoài		Trong nước	
	chuẩn quốc tế tại VN	hợp đồng trung bình	công ty lớn	công ty nhỏ - vừa
Phân tích viên - trưởng đề án	2.500	1.500	500	350
Phân tích - lập trình viên	2.000	1.200	300	250
Lập trình viên	1.500	900	200	150

(Nguồn: Hội tin học TP.HCM, 2002)

Trong một khảo sát khác vào tháng 1 năm 2003, Hội tin học TP.HCM đã tìm hiểu hiện trạng việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm phần mềm ở năm công ty tiêu biểu trong nước. Những công ty này hoạt động chủ yếu ở hai nhóm thị trường:

- thị trường trong nước: Trung tâm Khả Thi, Công ty FPT, Công ty AZ.
- thị trường nước ngoài: Công ty Quantic, Công ty PSV.

Sản phẩm của bốn trong số năm công ty này đáp ứng nhu cầu ứng dụng trong doanh nghiệp, chỉ riêng FPT là định hướng vào lãnh vực tin học hóa quản lý.

Bảng 3. Phân loại sản phẩm phần mềm của các công ty tiêu biểu

Phân loại SP	Khả Thi	FPT	AZ	Anh Quân	PSV
Gia công cho doanh nghiệp	90%	15%	0%	100%	94,6%
Dự án tin học hóa cho cơ quan quản lý	10%	70%	15%	0%	0%
Sản phẩm đóng gói	0%	5%	85%	0%	5,4%
Đĩa CD	0%	10%	0%	0%	0%

(Nguồn: Hội tin học TP.HCM, 2002)

Về giá bán, nếu so sánh giá bán của sản phẩm của các đơn vị này với sản phẩm nước ngoài cùng loại, ta thấy thấp nhất là AZ có giá bán chỉ bằng 12,5% - 15%; Anh Quân ở mức 30%, Khả Thi bằng 50%. Ở hai đơn vị là FPT và PSV thì không có sản phẩm nước ngoài tương đương để so sánh.

Mặc dù có giá bán thấp hơn nhiều so với sản phẩm nước ngoài cùng loại, nhưng những điểm mạnh của sản

phẩm trong nước không phải là không có, nếu không nói là còn vượt trội hơn.

Hầu hết những công ty trong nước đều cho rằng thế mạnh của đơn vị trong nước là khả năng hiểu biết khách hàng và chất lượng dịch vụ hậu mãi. Mức độ chuyên nghiệp và kinh nghiệm là tương đương. Uy tín thương hiệu cũng được 40% đơn vị cho là thế mạnh và 40% cho là tương đương. Trong khi đó, 60% công nhận sự yếu kém trong khả năng quảng cáo tiếp thị.

Quả thực vậy, những điểm mạnh vượt trội của các sản phẩm nước ngoài chính là trình độ tiếp thị chuyên nghiệp, những sản phẩm thường đi kèm với đầy đủ các tài liệu liên quan được thiết kế rõ ràng, mỹ thuật. Doanh nghiệp nước ngoài còn có phương thức bán hàng tiên tiến qua mạng, điều này cho phép mở rộng mạng lưới phân phối tiêu thụ vượt ra ngoài biên giới quốc gia một cách dễ dàng. Phương thức cho khách hàng dùng thử trong một thời gian cũng được nhiều doanh nghiệp nước ngoài áp

trong nước và của công tác hậu mãi.

- 15% đơn vị nêu ra một lý do rất đặc biệt là khách hàng không có khả năng mua sản phẩm giá cao. Lý do này phần nào phản ánh nhận thức chưa đúng mức của khách hàng hơn là khả năng tài chính của họ.

Ngoài các nguyên nhân được số công ty nói trên nêu ra, còn cần quan tâm đến các yếu tố sau đây tác động đến giá bán của sản phẩm phần mềm trong nước như:

- Các công ty nhỏ sản xuất các phần mềm gia công thường không quan tâm đến việc tính công phát triển sản phẩm hoặc nếu có quan tâm cũng không thể tính được vì việc sản xuất thường không dựa vào kế hoạch sản xuất một cách khoa học, nhất là đối với một vài sản phẩm đầu tiên. Mặt khác, nhóm nhỏ những người sáng lập ra công ty và cũng là người trực tiếp làm sản phẩm còn phải chia sẻ thời gian cho nhiều việc khác để tồn tại trong giai đoạn ban đầu.

- Những công ty đã có khách hàng cho những sản phẩm đầu tiên thường không sản xuất thêm những sản phẩm mới mà chỉ phát triển trên nền những sản phẩm đã có, do đó việc tính công cho toàn bộ sản phẩm là không cần thiết. Họ chỉ ước tính một tỉ lệ nào đó mà họ cho là phù hợp để tăng thêm giá bán của sản phẩm.

- Do nguồn vốn ít nên các công ty nhỏ chịu áp lực phải bán sản phẩm nhanh để có thể tồn tại, vì vậy thường phải bán sản phẩm theo giá của người mua đưa ra.

Như vậy, có thể thấy rằng năng suất và chất lượng phần mềm trong nước không thua kém sản phẩm phần mềm nước ngoài đang được chào bán tại thị trường Việt Nam. Tuy vậy, giá

bán sản phẩm trong nước bao giờ cũng thấp hơn giá bán của sản phẩm nước ngoài. Điều này có nguyên nhân là các nhà sản xuất trong nước mà đa phần là các công ty nhỏ thường không quan tâm đến việc tính giá thành, do đó không có một cơ sở thống nhất để tính giá thành sản phẩm của mình. Vì vậy không thể phản ánh được giá trị nhân công một cách hợp lý. Trong tình hình chung như vậy, một minh họa rõ nét nhất là những công ty trong nước gia công phần mềm cho nước ngoài gặp rất nhiều khó khăn trong việc đàm phán hợp đồng để bảo vệ giá nhân công phần mềm trong nước. Họ cũng còn gặp khó khăn hơn nữa khi buộc phải thực hiện những hợp đồng gia công trong nước vì giá trị những hợp đồng này thường thấp hơn chi phí sản xuất phần mềm. Đây thật sự là một trở ngại trong việc phát triển thị trường trong nước với những phần mềm ứng dụng có chất lượng từ những công ty trong nước có công nghệ và trình độ cao ■

(Còn tiếp)

Bảng 4. Những nguyên nhân làm giảm giá bán sản phẩm trong nước

STT	Nguyên nhân	Khả Thi	FPT	AZ	Anh Quân	PSV	Tỉ lệ
1	Khách hàng trong nước chưa đánh giá đúng mức	X	X	X		X	40%
2	Khâu tiếp thị, chào bán SP chưa đúng mức	X	X	X			30%
3	SP trong nước chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu khách hàng		X		X		15%
4	Công tác hậu mãi chưa đáp ứng yêu cầu khách hàng	X	X				15%
5	Khách hàng không đủ khả năng mua giá cao	X				X	15%

(Nguồn: Hội tin học TP.HCM, 2003)

dụng như Accpac cung cấp đĩa CD kế toán mẫu miễn phí. Phương thức này cũng đã được một số đơn vị trong nước áp dụng.

Dĩ nhiên, có một điểm yếu hoàn toàn mà tất cả các đơn vị trong nước đều công nhận, đó là họ không có khả năng hiểu biết khách hàng nước ngoài. Yếu tố này cần được tính đến để có biện pháp hỗ trợ khi các đơn vị trong nước mở hướng gia công xuất khẩu hoặc sản xuất phần mềm ra thị trường nước ngoài.

2. Một số kết luận về nguyên nhân của tình hình trên

Khảo sát những nguyên nhân làm cho giá bán sản phẩm phần mềm trong nước không phản ánh đúng giá trị thật, ta có những nhận định sau đây:

- 40% cho rằng khách hàng trong nước chưa đánh giá đúng mức giá trị của sản phẩm Việt nam.

- 30% cho rằng khâu tiếp thị, chào bán sản phẩm chưa thực hiện đúng mức.

- 15% là tỉ lệ chung đánh giá việc chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu của khách hàng của tính năng của sản phẩm