

# **PHÂN TÍCH ĐẦU TƯ ERP VÀO THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM**

Công ty SAP

# NỘI DUNG

- Phần I – Giới thiệu đề tài
- Phần II – Giới thiệu doanh nghiệp, sản phẩm và dịch vụ
- Phần III – Phân tích môi trường kinh doanh Việt nam, môi trường ngành
- Phần IV – Đề xuất giải pháp và phân tích
- Phần V – Thảo luận (Q&A)

# Phần I - Giới thiệu đề tài

- Phân tích môi trường kinh tế Việt nam, thị trường ứng dụng công nghệ ERP vào quản lý doanh nghiệp tại Việt nam.
- Đưa ra giải pháp đề xuất tốt nhất để thuyết phục công ty SAP (là công ty sản xuất và triển khai sản phẩm ERP số 1 thế giới) vào thâm nhập thị trường Việt nam với hai dòng sản phẩm chính là SAP R/3 và BO

# Phần I - Thông tin doanh nghiệp, sản phẩm và dịch vụ

- Công ty SAP
  - Địa chỉ trụ sở chính: Dietmar-Hopp-Allee 16, 69190 Walldorf, Germany
  - Điện thoại: +49/6227/7-47474
  - Fax: +49/6227/7-57575
  - Website: [www.sap.com](http://www.sap.com)
- Thành lập năm 1972, từ 5 thành viên IBM
- Là công ty phần mềm quản trị kinh doanh lớn nhất thế giới với 51,400 nhân viên có mặt trên 50 nước trên thế giới

# Phần I - Thông tin doanh nghiệp, sản phẩm và dịch vụ

- Hiện tại SAP có
  - 12 triệu người sử dụng sản phẩm
  - 121000 bản cài đặt
  - 75000 khách hàng
  - Sản phẩm được sử dụng tại 120 nước trên TG
- SAP có nhiều phòng LAB (R&D) rải rác một số nước trên thế giới như Ấn độ, Trung Quốc, Mỹ, ...

# Phần I - Thông tin doanh nghiệp, sản phẩm và dịch vụ

- Các sản phẩm của SAP dự kiến thâm nhập thị trường Việt nam:
  - SAP R/3: Là giải pháp quản lý kinh doanh dành cho những doanh nghiệp cỡ vừa và nhỏ, tập trung vào các giải pháp quản lý:
    - Tài chính
    - Bán hàng, Mua hàng, Quản lý kho, ...
    - Sản xuất
  - BI (Business Intelligent): là giải pháp cho tất cả các doanh nghiệp giúp phân tích đánh giá ra quyết định cũng như hiệu quả hoạt động



# Phần II - Phân tích môi trường (PESTO)

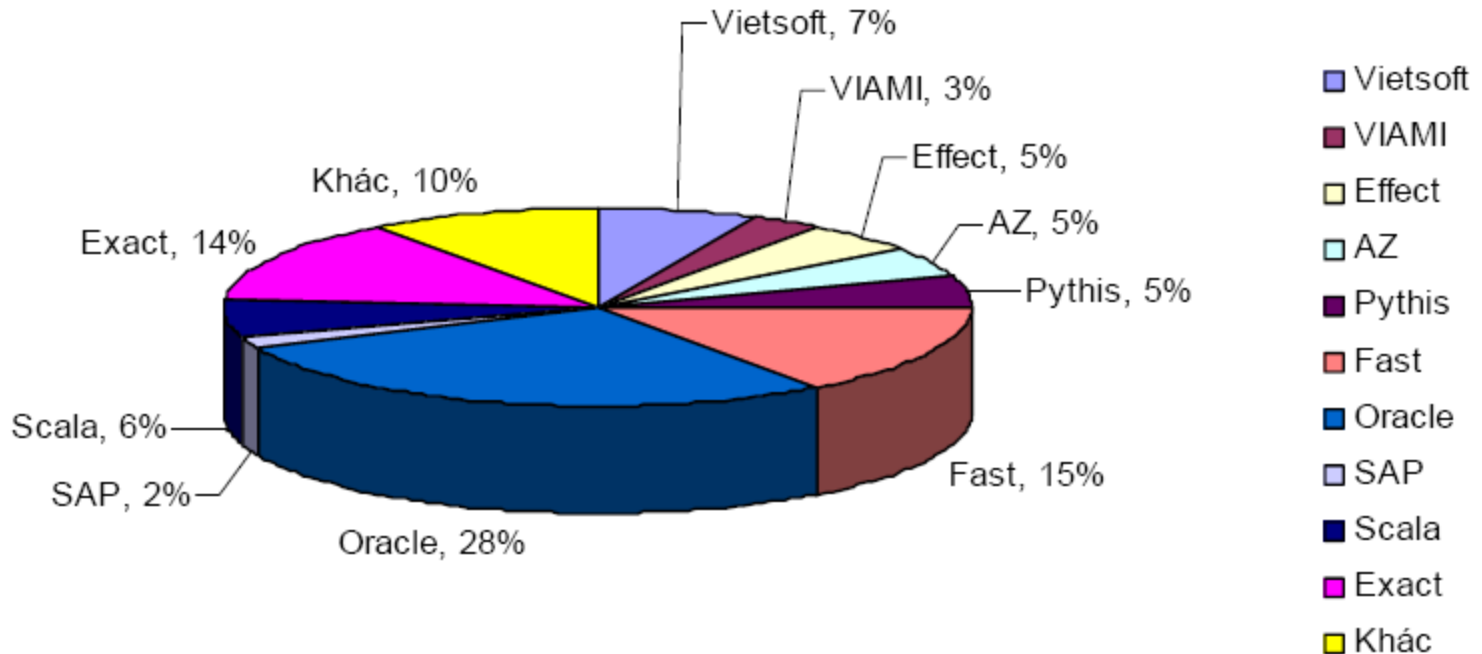
- Tình hình chung:
  - Chính trị Việt Nam ổn định
  - Kinh tế Việt Nam phát triển với tốc độ cao trong những năm gần đây và bắt đầu chậm lại do lạm phát
  - Khủng hoảng kinh tế toàn cầu đang trong giai đoạn nguy hiểm
  - Trình độ quản lý và tin học hóa của các doanh nghiệp Việt Nam thấp
  - Tính chuyên nghiệp trong quản lý và hoạt động sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam yếu
  - Công nghệ ngày càng phát triển tạo điều kiện ứng dụng vào quản lý tốt hơn. Chẳng hạn, toàn bộ ứng dụng ERP có thể sử dụng qua nền Internet



# Phần II - Phân tích môi trường (PESTO)

- Việt nam gia nhập WTO, sức ép hội nhập, nâng cao năng lực quản lý và khả năng cạnh tranh
- Các DN đã chú ý hơn việc tối ưu hóa quản trị và đầu tư cho công nghệ thông tin nói chung và ERP nói riêng
- Nhu cầu minh bạch về tài chính bên trong Doanh nghiệp cổ phần
- Các sản phẩm trong nước mới chỉ giải quyết được bài toán sổ sách tài chính để báo cáo cho nhà nước.

# Market share - 2007



Nguồn: PCWorld-VN

\*)Thị phần của SAP là do các tập đoàn đa quốc gia khi sang Việt nam đã mang sản phẩm triển khai tại Việt nam để đảm bảo tính thống nhất trong hệ thống quản trị

# ĐẶC ĐIỂM SẢN PHẨM

- Thuận lợi:
  - Giải pháp tổng thể, toàn cầu
- Khó khăn:
  - Phức tạp, khó sử dụng với trình độ người sử dụng việt nam
  - Rào cản ngôn ngữ
  - Rào cản các quy định về chế độ báo cáo với nhà nước, yêu cầu cần có sự sửa đổi
  - Rào cản trình độ quản lý

# Dàn ý Phần III - Giải pháp

- Đề xuất giải pháp đề xuất thâm nhập thị trường Việt Nam cho doanh nghiệp đó:
  - Lựa chọn và phân tích Chiến lược thâm nhập thị trường
    - Chiến lược quốc tế (R&D ở nước ngoài, Marketing, sx ở vn)
    - Chiến lược đa nội địa (Tập trung theo yêu cầu của thị trường địa phương)
    - Chiến lược toàn cầu (Tiêu chuẩn hóa sp/dv một số ít địa điểm)
    - Chiến lược xuyên quốc gia (chuyển giao nhưng thế mạnh, nhận phản hồi từ địa phương)

# **PHẦN III - GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT**

- Chiến lược thâm nhập thị trường:

# PHẦN III - GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT

- Mô hình lựa chọn thâm nhập thị trường

# PHẦN III - GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT

- Chiến lược marketing và truyền thông
  - Phân khúc
  - Phương pháp marketing
  - Phương tiện truyền thông

# Dàn ý Phần III - Giải pháp (tiếp ...)

- Lựa chọn và phân tích mô hình thâm nhập thị trường:
  - Mô hình xuất khẩu
  - Mô hình cấp phép
  - Mô hình Liên doanh, liên kết
  - Mô hình Chìa khóa trao tay
  - Mô hình Nhượng quyền thương mại
  - Mô hình lập công ty con
- Chiến lược triển khai, marketing và truyền thông
  - Phân khúc thị trường
  - Sản xuất
  - Truyền thống
  - Chuỗi phân phối
  - ....