

KINH TẾ CHIA SẺ VÀ NHỮNG TÁC ĐỘNG ĐẾN DU LỊCH TẠI VIỆT NAM

● TRẦN MINH PHƯƠNG

TÓM TẮT:

Mô hình và các hoạt động của nền kinh tế chia sẻ đã xuất hiện khá lâu trên thế giới, nhưng chỉ đến khi cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư bùng nổ với các thành tựu khoa học - công nghệ thì mô hình này mới có những bước phát triển đột phá và trở thành yếu tố cốt lõi của nền kinh tế số hiện nay.

Việt Nam đang trong quá trình thúc đẩy phát triển công nghệ số hóa, tuy loại hình kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ chưa phát triển mạnh mẽ nhưng lại có nhiều tiềm năng, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch.

Bài viết sẽ tập trung làm rõ một số nội dung: (1) Khái niệm về kinh tế chia sẻ; (2) Các loại hình kinh tế chia sẻ chính và những tác động của nó đến du lịch tại Việt Nam; (3) Một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ đối với du lịch tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Từ khóa: Cách mạng công nghiệp 4.0, kinh tế chia sẻ, du lịch.

1. Khái niệm về kinh tế chia sẻ

Trên thực tế, có rất nhiều định nghĩa khác nhau về kinh tế chia sẻ. Không có một định nghĩa chung cho tất cả mọi trường hợp hay mọi quốc gia. Mức độ rộng, hẹp của các định nghĩa có thể xuất phát từ các góc nhìn khác nhau.

Kinh tế chia sẻ được coi là hoạt động tái thiết kinh tế, trong đó các cá nhân ẩn danh có thể sử dụng các tài sản, dịch vụ nhàn rỗi (bao gồm cả các tài sản vô hình - như kỹ năng cá nhân và thời gian rảnh rỗi), được sở hữu bởi các cá nhân khác thông qua các nền tảng kết hợp trên Internet. Đó là một mô hình kết nối để những người tiêu dùng có thể tận dụng nguồn lực dư thừa của nhau. Trong kinh doanh, nền kinh tế chia sẻ được hiểu là một thuật ngữ để cấp đến mô hình kinh doanh khai thác từ sự hợp thành của các yếu tố tài nguyên sẵn có kết hợp với các yếu tố công nghệ. Theo đó, mô hình này thường do các doanh nghiệp khởi nghiệp khởi xướng. Đây là đối tượng không sở hữu bất kỳ một

nhà máy hay một kho hàng nào nhưng lại có cả một kho tài nguyên sẵn có trên toàn cầu và luôn sẵn sàng gia nhập vào hệ thống.

Đến nay, có nhiều định nghĩa và cách hiểu khác nhau nhưng theo cách hiểu phổ biến nhất, mô hình kinh tế chia sẻ là một hệ thống kinh tế mà ở đó tài sản hoặc dịch vụ được chia sẻ dùng chung giữa các cá nhân, hoặc không phải trả tiền hoặc trả một khoản phí, với tính chất điển hình là thông qua các công cụ Internet. Đây là một phương thức kết nối mới giữa người mua (người dùng) và người bán (người cung cấp) đối với một hoạt động kinh tế.

Tại Việt Nam, thời gian gần đây, thuật ngữ "nền kinh tế chia sẻ" được đưa ra bàn luận trên nhiều diễn đàn, với một số mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng ứng dụng công nghệ, như: ứng dụng gọi xe Grab, Be, Go Việt; dịch vụ du lịch và khách sạn, dịch vụ chia sẻ phòng ở như Airbnb,... Trong điều kiện của Việt Nam, có thể hiểu "kinh tế chia sẻ" là một phương thức kinh doanh mới của kinh

doanh ngang hàng, một hệ thống kinh tế mà ở đó tài sản và dịch vụ được chia sẻ cho nhiều người sử dụng trên thị trường thông qua việc ứng dụng các nền tảng số.

Như vậy, kinh tế chia sẻ là một mô hình thị trường kết hợp giữa sở hữu và chia sẻ, trong đó đề cập đến vai trò ngang hàng dựa trên sự chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ, nhằm gia tăng lợi ích cho các bên tham gia. Hiện nay, có ba yếu tố giúp cho việc chia sẻ quyền sử dụng các hàng hóa và dịch vụ mới được thuận lợi như:

Thứ nhất, hành vi của khách hàng đối với nhiều loại hàng hóa và dịch vụ được thay đổi tính chất từ sở hữu đến chia sẻ.

Thứ hai, liên kết mạng lưới người tiêu dùng qua các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử dễ dàng hơn.

Thứ ba, ứng dụng công nghệ thông tin qua các thiết bị di động và các dịch vụ điện tử làm cho việc sử dụng, chia sẻ các hàng hóa và dịch vụ trở nên thuận tiện hơn.

2. Các loại hình kinh tế chia sẻ chính và những tác động của nó đến du lịch tại Việt Nam

2.1. Một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực du lịch

Tại Việt Nam, mặc dù kinh tế chia sẻ chưa thực sự phát triển nhưng việc cho thuê những tài sản ít sử dụng đã và đang tồn tại. Một khảo sát mới công bố của Công ty Nielsen trong hơn 30.000 người tiêu dùng trực tuyến trên 60 quốc gia ở châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu, châu Mỹ Latinh, Trung Đông, châu Phi và Bắc Mỹ cho thấy, kinh tế chia sẻ đang bắt đầu khởi phát, mở rộng trong các lĩnh vực và Việt Nam là một trong những nước có tiềm năng lớn để phát triển mô hình này. Theo khảo sát của Nielsen, cứ 4 người Việt Nam được hỏi thì có 3 người cho biết thích ý tưởng kinh doanh về mô hình này; 76% cho biết sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ chia sẻ; chỉ có 18% từ chối chia sẻ tài sản cá nhân của mình.

Một số loại hình kinh tế chia sẻ đã xuất hiện ở Việt Nam, trong đó nổi lên 3 loại hình dịch vụ: (1) Dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông (như Grab, Go Viet, Dichung, Fastgo, Be v.v.); (2) Dịch vụ lưu trú (như Airbnb, Travelmob, Luxstay). (3) Dịch vụ cho vay ngang hàng (chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp Fintech). Ngoài ra, nhiều dịch vụ khác cũng đã được hình thành, như: dịch vụ du lịch, chia sẻ không gian làm việc (coworking space), gửi xe, chia sẻ lao động và việc làm....

- Các mô hình chia sẻ phương tiện giao thông (GrabTaxi và Uber, Go Viet, Dichung, Fastgo, Be) là ứng dụng định vị tự động dùng để đặt và điều phối xe taxi trên diện thoại thông minh, hướng tới mục tiêu cải tiến thị trường taxi địa phương bằng khởi đầu đơn giản, chi phí hiệu quả cho cả 2 bên cung (công ty vận tải) và cầu (hành khách). Với công nghệ này, dịch vụ chia sẻ phương tiện giao thông tối ưu hóa quá trình kết hợp giữa công ty taxi và hành khách. GrabTaxi và Uber là hai ứng dụng đặt xe được sử dụng phổ biến và sớm nhất tại Việt Nam. Tuy nhiên, từ cuối tháng 3/2018, Grab công bố việc mua lại hoạt động kinh doanh của Uber tại thị trường Đông Nam Á và đổi lại chuyển nhượng 27,5% cổ phần cho Uber. Từ ngày 08/04/2018, toàn bộ khách hàng và tài xế dùng Uber đã chuyển qua ứng dụng của Grab.

- Các mô hình chia sẻ hình thức lưu trú:

Mô hình Airbnb: Airbnb là viết tắt của cụm từ AirBed and Breakfast, là ứng dụng kết nối trực tiếp người có phòng (chủ nhà/chủ phòng trọ/căn hộ/villas) cho thuê với người thuê phòng (đi du lịch/công tác) cần tìm chỗ lưu trú, kể cả ngắn ngày hay dài ngày, thông qua một ứng dụng di động với thủ tục, cách làm cực kỳ đơn giản mà giá cả lại rẻ, hợp lý hơn rất nhiều so với những trang web đặt phòng thông dụng khác - như booking, agoda... Airbnb bắt đầu xuất hiện tại Việt Nam năm 2015 với khoảng 1.000 phòng được cho thuê và tăng gấp 6.5 lần tính đến giữa năm 2017. Đây được đánh giá là ứng dụng tuyệt vời và tiện ích giúp người đi du lịch, công tác tìm kiếm được những căn phòng trống như ý mình với giá cả phải chăng (vì kết hợp trực tiếp giữa chủ nhà và khách thuê) và mang lại sự thoải mái. Hiện nay, Airbnb khá phổ biến - tập trung chủ yếu ở Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các thành phố du lịch lớn như Đà Lạt, Sapa, Hội An, Đà Nẵng.... dự báo sẽ tiếp tục được nhân rộng chỉ trong thời gian ngắn. Với khoản phí đối với chủ nhà ở mức 3% tổng giá trị đặt phòng, phí thu khách đặt phòng ở mức 6 - 12%, mức phí này sẽ hiển thị luôn trong quá trình khách sử dụng dịch vụ. Dù vậy, mức phí này vẫn đảm bảo số tiền phải trả thấp hơn so với khi đặt phòng khách sạn qua các kênh truyền thống.

Mô hình Luxstay: Trước khi Airbnb tấn công vào thị trường Việt Nam, Luxstay là cái tên duy nhất hoạt động trong lĩnh vực cho thuê phòng, khách sạn trên ứng dụng. Luxstay là nền tảng trực tuyến kết nối các chủ nhà với người có nhu cầu

thuộc nhà ngắn hạn, trong đó có khách du lịch hoặc người kinh doanh. Hiện tại, Luxstay đang sở hữu hơn 15.000 chỗ nghỉ tập trung, chủ yếu vào các khu vực thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các điểm du lịch như Nha Trang, Sapa, Hạ Long, Đà Nẵng, Đà Lạt.

- *Mô hình Triip.me*: Mô hình này đã biến những người địa phương bình thường thành một hướng dẫn viên du lịch nghiệp dư. Triip.me cho phép bất kỳ ai cũng có thể tạo một gói sản phẩm du lịch, đưa lên và bán cho khách du lịch trên trang web hoặc ứng dụng trên iPhone. Triip.me được hình thành và xây dựng từ một nhóm người trẻ đam mê du lịch, họ đến từ nhiều quốc gia với những nền văn hóa khác biệt nhau. Điểm chung lớn nhất của Triip.me là nơi kết nối mọi người, chia sẻ kinh nghiệm về du lịch, qua đó góp phần bảo tồn và văn hóa tại các địa phương.

- *Mô hình Travelmob*: Là trang web đăng tải thông tin về việc cho thuê nhà hay phòng ở trong thời gian ngắn hạn. Travelmob là trung gian giải quyết các giao dịch tài chính giữa hai bên chủ nhà và người thuê nhà. Chủ nhà sẽ cung cấp thông tin cần thiết về vị trí, diện tích, giá cả miễn phí trên Travelmob, qua đó du khách sẽ có sự lựa chọn nơi lưu trú phù hợp với nhu cầu của họ. Chủ nhà sẽ trả một khoản phí dịch vụ khi giao dịch thành công. Được thành lập từ năm 2012 tại Singapore, Travelmob hiện nay đã được sử dụng ở hầu hết các điểm đến nổi tiếng trong khu vực Đông Nam Á và châu Á. Việt Nam hiện nay cũng đã có phiên bản tiếng Việt của Travelmob tại địa chỉ vn.travelmob.com.

Trên đây là một số mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực du lịch bước đầu đã xuất hiện ở Việt Nam. Với một thị trường hơn 90 triệu dân cùng hạ tầng công nghệ ổn định, những mô hình này sẽ có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển và người tiêu dùng Việt Nam cũng sẽ có thêm nhiều lựa chọn cho nhu cầu của bản thân mình.

2.2. Những tác động của kinh tế chia sẻ đến du lịch tại Việt Nam

Có thể thấy rõ, hiện nền kinh tế chia sẻ đã và đang nở rộ ở rất nhiều ngành nghề khác nhau, trong đó có cả ngành Dịch vụ du lịch, khách sạn. Nó đang ảnh hưởng lớn đến cách mà các khách sạn truyền thống đang kinh doanh. Nhờ tới sự phát triển của công nghệ, mà lối kinh doanh công sinh hiện nay được nhiều người hưởng tới, tạo ra nhu cầu cực kỳ lớn cho ngành du lịch. Khách du lịch

cũng có những sự thay đổi nhất định trong tư tưởng chọn nơi trú chân của mình trong những kỳ nghỉ. Từ một số mô hình được đề cập ở trên, có thể nhận thấy phương thức kinh doanh này có những tác động nhất định đến các phương thức truyền thống như sau:

- *Mô hình home-sharing (Airbnb, Luxstay,...)*
Ảnh hưởng đến mô hình kinh doanh lưu trú truyền thống:

Tuy không phải là một công ty kinh doanh khách sạn mà là một mô hình trung gian kết nối giữa người cho thuê phòng và khách du lịch, nhưng mô hình kinh doanh lưu trú theo phương thức kinh tế chia sẻ đã giúp người tiêu dùng có thể tiếp cận và khai thác sử dụng những tài sản mà họ không sở hữu và không có điều kiện sở hữu riêng (căn hộ; phòng nghỉ); đồng thời cũng giúp người sở hữu tài sản (chủ của các căn hộ, phòng nghỉ) có cơ hội để tăng thêm thu nhập. Số liệu từ AirDNA cho biết, 68% chủ hộ tham gia Airbnb tại TP HCM sở hữu 2 căn homestay trở lên, thu nhập trung bình hàng tháng 14 triệu đồng/căn hộ, với 56% chủ nhà cho thuê nguyên căn. Con số này dự kiến sẽ còn tăng lên, "ăn theo" sự phát triển của ngành hàng không giá rẻ. Trong khi đó, tại Hà Nội, doanh thu các chủ nhà nhận được cho mỗi căn hộ lại chỉ đạt mức 8-9 triệu đồng/tháng. Cũng theo thống kê từ AirDNA, tổng số chủ nhà hiện nay tại Việt Nam ở mức xấp xỉ 19.000; trong đó có tới 5.000 chủ nhà tại miền Bắc và miền Nam, số còn lại phân bố tại miền Trung, Tây Nguyên. Tuy nhiên, điều đặc biệt là một chủ nhà thường đăng ký sở hữu trên 2 chỗ nghỉ qua các trang OTA, nên tăng đặt phòng (chiếm 69%). Điều này khẳng định home-sharing không đơn thuần là nguồn tăng thu nhập cho những chủ nhà có phòng nhàn rỗi mà đã trở thành sản phẩm kinh doanh sinh lời, đầy tiềm năng của các nhà đầu tư.

- *Các mô hình theo phương thức kinh tế chia sẻ đem lại cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn cho kỳ nghỉ của mình:*

Khí mà khách sạn truyền thống có dấu hiệu chững lại trong cuộc đua về nguồn cung lưu trú, thì thị trường kinh doanh home-sharing (chia sẻ căn hộ trực tuyến) tại Việt Nam lại đang tăng trưởng nóng, với tốc độ 452% về số lượng nguồn cung chỗ ở trong 1 năm qua. Mô hình home-sharing không chỉ là lời giải cho bài toán tận dụng nguồn cung về chỗ ở dư thừa mà còn giúp đáp ứng sự thay đổi về nguồn cầu về lưu trú du lịch. Nếu như trước đây, khách du lịch chỉ chọn chỗ ở đơn thuần là một nơi

dừng chân nghỉ ngơi, thì ngày nay, họ mong muốn nhận được giá trị nhiều hơn. Theo khảo sát về xu hướng du lịch toàn cầu trong năm 2018 do Visa thực hiện với sự tham gia của hơn 15.000 người đến từ 27 quốc gia, trong đó có Việt Nam, đã chỉ ra rằng khách du lịch hiện nay thường mong muốn đạt được cả hai mục tiêu là “khám phá” và “tận hưởng” trong những chuyến đi của mình. Chính sự thay đổi trong nhu cầu tìm kiếm cảm giác kết nối - tận hưởng - khám phá, homestay trở thành một sự lựa chọn tối ưu không chỉ về trải nghiệm mà còn cả về chi phí dành cho những người đam mê xê dịch hiện nay.

Năm 2014, Uber, Grab - mô hình kinh doanh đặc trưng nền kinh tế chia sẻ mới chính thức vào thị trường Việt Nam. Sự xuất hiện và phát triển lớn mạnh của 2 hãng cung ứng dịch vụ vận chuyển hành khách nổi tiếng trên thế giới đã “tiếp lửa” cho sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế chia sẻ nước ta. Đồng thời, mô hình này cũng góp phần tạo thêm sự lựa chọn cho khách hàng, tăng sự cạnh tranh trong lĩnh vực vận chuyển, đặc biệt là đối với những khách du lịch khi đặt chân đến một điểm đến, họ không biết nhiều về các thương hiệu taxi địa phương. Đây cũng chính là động lực để thúc đẩy cạnh tranh giữa các mô hình truyền thống và mô hình công nghệ. Sự xuất hiện của mô hình kinh doanh dịch vụ theo phương thức kinh tế chia sẻ, buộc các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, sẽ phải đối diện với sự cạnh tranh mạnh mẽ. Các hãng vận tải hành khách lớn như Mai Linh hay Vinasun, Taxi Group phải lập tức thay đổi cung cách vận hành. Nếu như tháng 8/2015, Mai Linh giới thiệu ứng dụng đi đồng cho phép gọi xe taxi không cần thông qua tổng đài, thì đến cuối năm 2015, Vinasun cũng nâng cao khả năng cạnh tranh bằng cách tung ra ứng dụng gọi xe Vinasun. Cùng lúc, hãng này còn công bố dịch vụ đưa đón bằng taxi xe Fortuner, Inuova đời mới không có nhân hiệu hay biển taxi, với hình thức thanh toán như thông thường. Trong dịp tết Nguyên Đán 2016, Taxi Group cũng tung ra gói dịch vụ đi ghép xe cho những hành khách đi đường dài nhằm tiết kiệm chi phí cho người dùng.

- Các mô hình theo phương thức kinh tế chia sẻ có khả năng tiếp cận với khách hàng rộng rãi:

Với phương thức hoạt động khá linh hoạt lại tận dụng tối đa sự trợ giúp của công nghệ, hình thức theo mô hình kinh tế chia sẻ có khả năng tiếp cận

với khách hàng rộng rãi, đây chính là vấn đề mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn rất nhiều hạn chế.

Kinh tế chia sẻ mở ra không gian rộng lớn để phát triển và lấp đầy những khoảng trống của các thị trường kinh doanh truyền thống. Tại các nền tảng trực tuyến, người mua và người bán nhanh chóng tìm được nhau. Nhờ sự tương tác trực tiếp này, các khâu trung gian và kết nối cung cầu có tính chất trung gian sẽ giảm đi.

3. Một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ đối với lĩnh vực du lịch tại Việt Nam

Để phát triển bền vững và tận dụng các lợi thế cơ hội của kinh tế chia sẻ, Nhà nước cần phải quan tâm đến các quan điểm định hướng và giải pháp tương ứng như sau:

Thứ nhất, xây dựng môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các hoạt động kinh tế chia sẻ và truyền thống. Cần sớm điều chỉnh và bổ sung kịp thời các văn bản pháp quy để quản lý tối hoạt động kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ và du lịch thông minh, nhằm khai thác tối đa tiềm năng, qua đó giúp nâng cao năng suất, hiệu quả và sức cạnh tranh.

Thứ hai, nâng cao năng lực quản lý của bộ máy nhà nước trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 để khuyến khích và quản lý sự phát triển các hoạt động kinh tế chia sẻ.

Thứ ba, chú trọng công tác an ninh mạng để đảm bảo lợi ích cho người dân tham gia, cụ thể: Cần có những chính sách hướng dẫn các cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước có trách nhiệm bảo mật thông tin (không cung cấp thông tin cho bên thứ ba, ngoại trừ có yêu cầu của các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền và người có thông tin cho phép) và tuyên truyền nghĩa vụ, trách nhiệm trong việc bảo mật thông tin cá nhân của người khác. Thúc đẩy giao dịch thanh toán xuyên biên giới đều phải thông qua cổng thanh toán quốc gia, do một đơn vị làm chủ (đơn vị này do NHNN cấp phép hoạt động).

4. Kết luận

Kinh tế chia sẻ là một mô hình kinh tế mới, phát triển trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, việc cung cấp sản phẩm dịch vụ du lịch tới du khách đã vượt qua giới hạn về cả khoảng cách thời gian cũng như không gian địa lý. Đồng thời, nó ngày càng đáp ứng tối yêu cầu của khách hàng cũng như tối thiểu hóa chi phí trong quá trình vận hành.

Thâm nhập vào thị trường Việt Nam vài năm

trở lại đây, kinh tế chia sẻ được đánh giá sẽ có nhiều tác động tích cực tới nền kinh tế Việt nói chung và ngành Du lịch nói riêng. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là cần phải có những điều chỉnh, bổ sung trong hệ thống luật pháp để có những chính sách quản lý phù hợp, khai thác những yếu tố tích

cực và ngăn chặn những yếu tố tiêu cực. Từ đó, tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng và lành mạnh để mô hình kinh tế chia sẻ phát triển, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng hiệu quả và sức cạnh tranh của du lịch Việt trong bối cảnh hội nhập sâu rộng trên toàn cầu ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. AirDNA (2019). "Vietnam Homestays Fill Gaps and Provide Opportunities".
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018). "Báo cáo Đề án mô hình kinh tế chia sẻ".
3. Hoàng Văn Cường (2018) "Quản lý nhà nước trong nền kinh tế chia sẻ, Kinh nghiệm quốc tế và gợi ý cho Việt Nam", Chuyên đề Số 14, Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương.
4. Nielsen (2017). "Khảo sát tại Việt Nam về sẵn sàng sử dụng sản phẩm chia sẻ và sẵn sàng chia sẻ".

Ngày nhận bài: 10/3/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/3/2020

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN MINH PHƯƠNG

Trưởng Đại học Thương mại

THE SHARING ECONOMY AND ITS IMPACTS ON VIETNAM'S TOURISM SECTOR

● Master. **TRAN MINH PHUONG**
Thuongmai University

ABSTRACT:

Although the sharing economy's models and activities have been established for a long time in the world, the spread of Industry 4.0 with scientific and technological advancements has significantly promote the sharing economy and made it become a core element of the current digital economy. Although the sharing economy's models in Vietnam have not developed as strongly as ones in other countries, Vietnam is promoting the digital technology development and the country's digital economy has great potential. This article focuses on clarifying these following contents: (1) The concept of sharing economy; (2) The main models of sharing economy and their impacts on tourism in Vietnam, and (3) Some recommendations for developing a sharing economy model for tourism in Vietnam in the context of Industry 4.0.

Keywords: Industry 4.0, sharing economy, tourism.