

Kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam

Nguyễn Thị Anh Huyền

Trường Cao đẳng Kinh tế - Kế hoạch Đà Nẵng

Nền kinh tế chia sẻ đang hiện hữu ở rất nhiều ngành nghề, rõ nhất là lĩnh vực vận chuyển, lưu trú, du lịch, dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ cho vay ngang hàng.... Bài viết này đề cập tới lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam, phân tích thực trạng của phương thức kinh doanh này. Trên cơ sở nhận diện những thách thức của việc phát triển mô hình kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm thực hiện hiệu quả mô hình kinh tế này trong thời gian tới.

1. 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.

Trong kinh doanh, kinh tế chia sẻ được hiểu là một thuật ngữ đề cập 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 cách hiểu phổ biến nhất, 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.

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. Ba yếu tố giúp cho việc chia sẻ quyền sử dụng các hàng hóa và dịch vụ mới được thuận lợi là: i) 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; ii) liên kết mạng lưới người tiêu dùng qua các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử; iii) ứng dụng công nghệ thông tin qua các thiết bị di động và các dịch vụ điện tử.

2. Các mô hình chia sẻ hình thức lưu trú và tác động đến du lịch

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 ngân hàng (chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp Fintech).

Khách du lịch có những sự thay đổi nhất định trong tư tưởng chọn nơi trú chân của mình khi nghỉ dưỡng. Điều này đang ảnh hưởng lớn đến hình thức tổ chức lưu trú, có các hình thức cơ bản sau:

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... Đón đầu sức nóng và lợi ích mà Airbnb đem đến, nhiều nhà đầu tư đã phát triển Airbnb tại Việt Nam. Airbnb bắt đầu xuất hiện tại Việt Nam năm 2015 với khoảng 1.000 phòng được cho thuê và đến năm 2019, số lượng phòng là 40.804, tăng gấp 40 lần so với năm 2015. 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.

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 thuê nhà ngắn hạn, trong đó có khách du lịch hoặc người kinh doanh. Đến đầu năm 2020, Luxstay đang sở hữu hơn 20,000 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 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.

3. Thực trạng hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam

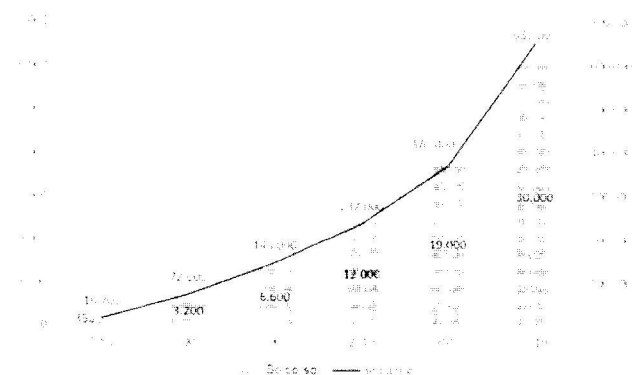
Tại Việt Nam cũng như các nước trên thế giới, dịch vụ lưu trú chiếm vị trí quan trọng trong toàn ngành du lịch. Trong giai đoạn 1990-2019, khách quốc tế đến Việt Nam đã tăng 72 lần, từ 250 nghìn lượt lên hơn 18 triệu lượt; khách nội địa tăng 85 lần từ 1 triệu lượt lên 85 triệu lượt. Để đáp ứng cho nhu cầu tăng nhanh về lượng khách trong nước và quốc tế thì hệ thống cơ sở lưu trú du lịch trong nước cũng ngày càng được mở rộng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách.

Năm 1990, cả nước mới có 350 cơ sở lưu trú du lịch với 16.700 buồng thì đến năm 2019 cả nước đã có 30.000 cơ sở lưu trú du lịch với 650.000 buồng. Như vậy, sau 30 năm đổi mới và mở cửa hội nhập với nền kinh tế thế giới, hệ thống cơ sở lưu trú du lịch của ngành Du lịch Việt Nam đã tăng 85 lần về số lượng cơ sở lưu trú du lịch và tăng 39 lần về số lượng buồng.

Năm 2019, hoạt động thương mại, dịch vụ của cả nước diễn ra sôi nổi, thị trường và nhu cầu người dân tăng cao, cùng với hoạt động du lịch đạt kỷ lục với trên 18 triệu lượt khách quốc tế khiến doanh thu dịch vụ lưu trú tăng mạnh lên 11,9%, đạt 586,6 nghìn tỷ đồng, chiếm 11,9% tổng mức doanh thu bán lẻ và dịch vụ tiêu dùng trong năm và đóng góp 0,28 điểm phần trăm vào mức tăng chung của cả nước. Trong cơ cấu ngành du lịch, doanh thu dịch vụ lưu trú chiếm tỷ trọng lớn, cao gấp 12,7 lần so với doanh thu dịch vụ du lịch lữ hành (45,9 nghìn tỷ đồng). Với những thuận lợi và lợi ích kinh tế mà 2 hoạt động kinh doanh này đem lại, trong năm 2019, đã có thêm hơn 6,7 nghìn doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ lưu trú đăng ký thành lập với số vốn trên 62,6 nghìn tỷ đồng, tăng 5,8% về vốn so với năm trước đó. Các doanh nghiệp mới thành lập trong lĩnh vực kinh doanh này cũng góp phần đem lại thêm trên 38,6 nghìn việc làm cho người lao động, vượt qua cả số lao động mới trong 1 số ngành phổ biến hiện nay như thông tin và truyền thông, tài chính, ngân hàng và bảo hiểm, giáo dục và đào tạo... Ngoài ra, trong năm qua có khoảng hai nghìn doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú quay trở lại hoạt động, tăng 26,8% so với năm 2018 và chỉ có 1,5 nghìn doanh nghiệp tạm dừng hoạt động.

"Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030" được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020. Mục tiêu đến năm 2025 đón được 35 triệu lượt khách quốc tế và 120 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 1,7-1,8 nghìn tỷ đồng; tạo ra 5,6-6 triệu việc làm, trong đó có khoảng 2 triệu việc làm trực tiếp. Đến năm 2030, sẽ đón được ít nhất 50 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa; tổng thu từ khách du lịch đạt 3,1-3,2 nghìn tỷ đồng; tạo ra khoảng 8,5 triệu việc làm trong đó có khoảng 3 triệu việc làm trực tiếp. Tuy nhiên, những mục tiêu được đặt ra trong Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trước mắt khó có thể đạt được như kỳ vọng do diễn biến bất ngờ của dịch bệnh Covid-19. Tổng cục Du lịch cho biết số lượng khách quốc tế đến nước ta năm 2020 chỉ đạt 3,8 triệu lượt người, giảm 78,7% so với năm 2019. Trong đó, hơn 96% là khách quốc tế đến trong quý 1/2020. Tính chung năm 2020, khách quốc tế đến nước ta bằng đường hàng không chiếm 80,3% và giảm 78,6% so với năm 2019; khách đến bằng đường bộ giảm 81,9%; khách đến bằng đường biển giảm 45,2%. Khách đến từ châu Á chiếm 73,3% tổng số khách quốc tế đến nước ta và giảm 80,4% so với năm trước. Sự sụt giảm về lượng khách đi lại cả trong và ngoài nước khiến cho các khách sạn hầu như vắng khách, công suất tiêu thụ phòng của các khách sạn cao cấp giảm 60-70% so với cùng kỳ năm trước, các cơ sở kinh doanh nhỏ không có khách phải đóng cửa. Trong khi đó, hầu như các nhà hàng, quán ăn đều vắng khách từ khi có công bố các ca nhiễm bệnh mới, thậm chí ngoại trừ cửa hàng bán thực phẩm và nhu cầu thiết

Hình 1: Tình hình dịch vụ lưu trú du lịch giai đoạn 1990 - 2019



Nguồn: Tổng cục Du lịch

yếu, còn lại tất cả đều phải đóng cửa trong thời gian thực hiện cách ly xã hội. Điều đó đã kéo theo doanh thu dịch vụ lưu trú và ăn uống giảm mạnh chưa từng có.

Bên cạnh đó, Tổ chức Lao động quốc tế (ILO) cũng đánh giá các dịch vụ lưu trú nằm trong nhóm chịu tác động cao của khủng hoảng đến kết quả kinh tế. Trước những ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp của việc sụt giảm nhu cầu và đình trệ kinh doanh, nhiều doanh nghiệp lớn có nguồn nội lực mạnh đã cố gắng cắt giảm chi phí, cố gắng duy trì hoạt động cầm chừng, nhưng nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa đã phải đối mặt với việc tạm ngừng hoạt động hoặc phá sản. Nếu không có các biện pháp chính sách phù hợp, người lao động có nguy cơ cao sẽ rơi vào cảnh nghèo đói và phải đối diện với những thách thức lớn hơn để có được sinh kế, đồng thời doanh nghiệp cũng sẽ phải đối mặt với những khó khăn về lao động trong giai đoạn phục hồi sau đại dịch.

Tuy vậy, điều quan trọng nhất quyết định sự tồn vong đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh cả nước nói chung và doanh nghiệp dịch vụ lưu trú nói riêng lúc này chính là việc Việt Nam có thể khống chế hoàn toàn đại dịch Covid-19, và có các gói kích thích kinh tế hiệu quả nhất giúp các doanh nghiệp nhanh chóng phục hồi.

4. Một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ lưu trú du lịch tại Việt Nam

Đối với Nhà nước:

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 tốt 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, 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).

Đối với các cơ sở lưu trú:

Thứ nhất, thay vì những phòng nghỉ tiện nghi tối

giản, trong những năm tới, những loại hình lưu trú giá rẻ sẽ đầu tư mạnh mẽ hơn nữa về cơ sở hạ tầng cũng như dịch vụ để cạnh tranh với khách sạn truyền thống; có được chỗ đứng vững chắc cho bản thân.

Thứ hai, đối với các khách sạn, ngoài việc nâng cao cơ sở hạ tầng, việc đầu tư vào chất lượng dịch vụ, trang trí cũng sẽ được chú trọng. Xu hướng khách sạn theo kiểu Boutique — khách sạn có phong cách độc đáo cùng phục vụ hoàn hảo sẽ được nhiều chủ đầu tư cũng như khách thuê ưu ái hơn. Ngoài đối tượng khách nước ngoài, trong những năm tới, đối tượng khách nội địa sẽ được chú trọng hơn nữa. Bởi khách trong nước ngày càng “chịu chi” hơn cho khách sạn, chỗ nghỉ khi đi du lịch. Đồng thời, nhu cầu du lịch của đối tượng khách này đang tăng mạnh mẽ.

Thứ ba, công nghệ số sẽ được áp dụng mạnh mẽ vào ngành dịch vụ lưu trú. Nhất là đối với những khách sạn lớn, khách sạn cao cấp. Từ việc đặt phòng, thanh toán tiền, mở cửa phòng hay điều khiển những thiết bị nội thất trong phòng nghỉ khách sạn đều có thể thực hiện một cách tự động thông qua giọng nói hoặc bằng smartphone. Đây sẽ là một trong những ưu thế lớn để thu hút khách hàng của khách sạn truyền thống.

5. Kết luận

Ngành dịch vụ lưu trú của Việt Nam đang ngày càng phát triển và chiếm một tỉ lệ không nhỏ vào GDP của cả nước. Riêng đối với ngành du lịch, dịch vụ lưu trú đã chiếm đến 70% doanh thu. Kinh doanh dịch vụ lưu trú chiếm vị trí rất quan trọng nhằm góp phần cho chuyển du lịch được kết thúc tốt đẹp. Vì vậy các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú du lịch phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tăng khả năng cạnh tranh. Nếu các cơ sở lưu trú không tự mình nhìn nhận, đánh giá đầy đủ để đáp ứng tốt về năng lực quản lý, chiến lược đầu tư và kinh doanh, cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ, quan hệ đối tác và công tác tiếp thị, liên kết thì không thể đáp ứng được nhu cầu kinh doanh hiện nay./.

Tài liệu tham khảo

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018), “Báo cáo Đề án mô hình kinh tế chia sẻ”.

Hoàng Văn Cương (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.

Nielsen (2017), “Khảo sát tại Việt Nam về sẵn sàng sử dụng sản phẩm chia sẻ và sẵn sàng chia sẻ”.

<https://vietnamtourism.gov.vn/>