



“Home sharing” mang lại lợi ích cho cả người thuê và cho thuê.

“Home sharing”

Ra đời tại Mỹ từ năm 2008, Airbnb được biết đến là một trong những thương hiệu lớn của mô hình kinh tế chia sẻ này. Sau thành công tại Mỹ, Airbnb tiếp tục “phủ sóng” tới nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam (2015). Có thể mạnh trong phân khúc lưu trú bình dân đến tầm trung, Airbnb tạo điều kiện để nhiều người có thể đi du lịch với chi phí hợp lý.

Những nền tảng chia sẻ như Airbnb nói chung không đơn thuần là nguồn tăng thu nhập cho những cá nhân có chỗ ở nhàn rỗi, mà đang trở thành sản phẩm kinh doanh du lịch hấp dẫn với nhiều nhà đầu tư nhỏ lẻ, góp phần đa dạng hóa bức tranh lưu trú tại thị trường Việt Nam.

Ở góc độ vĩ mô, tương tự dịch vụ đi chung xe, mô hình “Home sharing” cũng đặt ra nhiều thách thức cho các nhà quản lý trong khía cạnh pháp lý cũng như vấn đề thuế, do Airbnb không có đại diện tại Việt Nam.

Tương tự như mô hình của Uber hay Grab, Home sharing - dịch vụ chia sẻ nơi lưu trú là mô hình phổ biến trong ngành du lịch hiện nay. Cụ thể, nếu bạn chuẩn bị đến điểm A, bạn có thể kết nối trực tiếp với người đang có phòng/căn hộ “nhàn rỗi” tại khu vực đó để thuê thông qua các ứng dụng công nghệ.

Du lịch trực tuyến

Thay vì phải cất công đến tận phòng vé hay đại lý du lịch như trước, hiện nay, khách hàng có thể sở hữu ngay hàng chục vé máy bay, tour du lịch chỉ với một chiếc smartphone kết nối internet. Đó là ưu điểm nổi bật mà những dịch vụ của mô hình du lịch trực tuyến mang lại. Trên thực tế, mô hình “Home sharing” cũng là một phần của du lịch trực tuyến.

Thống kê của Hiệp hội Du lịch Việt Nam cũng cho thấy trong 5 năm trở lại đây, nhu cầu tìm kiếm các thông tin về du lịch trên mạng tại Việt Nam tăng hơn 32 lần. Trong đó, mỗi tháng có hơn 5 triệu lượt tìm kiếm bằng tiếng Việt về các sản phẩm du lịch như tour trong nước, tour nước ngoài, đặt phòng khách sạn, các loại hình du lịch...

Theo UNWTO, nền tảng công nghệ số và dữ liệu sẽ chi phối tăng trưởng du lịch ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương với 80% số chuyến đi được đặt trực tuyến và 87% số người trẻ tuổi đánh giá điện thoại thông minh là công cụ cần thiết cho du lịch...



Du lịch trực tuyến là xu hướng của cuộc cách mạng 4.0.

Đánh giá về vai trò của du lịch trực tuyến, hầu hết các ý kiến đều cho rằng đây là xu hướng phát triển tất yếu của thị trường du lịch trong thời gian tới.

Ở Việt Nam, những thương hiệu toàn cầu như Agoda.com, booking.com, Traveloka.com, Expedia.com hay những thương hiệu nội địa Saigon Tourist, Viettravel, Ivivu.com, chudu24.com... là những cái tên nổi bật trong thị trường du lịch trực tuyến. Tuy nhiên, một số liệu cho thấy hơn 80% khách hàng Việt vẫn lựa chọn các ứng dụng quốc tế. Ông Ngô Minh Đức, CEO của Gotadi, ứng dụng đặt các dịch vụ du lịch thừa nhận doanh nghiệp Việt khó cạnh tranh với các thương hiệu lớn trên thế giới. "Một năm trang Booking dành 100 triệu USD để phát triển công nghệ, thứ chúng ta khó có thể đạt được", ông Đức nói.

Năm 2015, 82% khách du lịch Việt Nam đặt các tour truyền thống nhưng đến nay chỉ còn 30%. Tỷ lệ hộ gia đình tiếp cận du lịch trực tuyến ở Việt Nam là 66%.

Mô hình Sở hữu kỳ nghỉ

Bên cạnh các ứng dụng thông minh dựa trên nền tảng công nghệ số, những mô hình dịch vụ mới như Sở hữu kỳ nghỉ cũng góp phần không nhỏ trong việc gia tăng trải nghiệm và thúc đẩy tăng trưởng du khách. Đặc điểm nổi bật của Sở hữu kỳ nghỉ là mô hình này hướng đến thị trường nghỉ dưỡng cao cấp và rất phù hợp cho du lịch gia đình, thay vì phân khúc tầm trung như một số dịch vụ khác.

Với Sở hữu kỳ nghỉ, du khách có thể mua trọn gói lưu trú trong nhiều năm tại một quần thể, khách sạn cao cấp (thường là 4-5 sao) với chi phí có thể tiết kiệm đến 50 - 70% so với giá niêm yết. Tất nhiên, rất ít người có nhu

cầu ở thường xuyên hàng năm tại một nơi duy nhất, nên các khách sạn cần được liên kết với nhau để du khách có thể tự do trao đổi quyền nghỉ dưỡng trong hệ thống này.

Hiện nay tổ chức RCI (viết tắt của Resort Condominiums International) đang được xem là mạng lưới trao đổi kỳ nghỉ lớn nhất thế giới với hơn 4.300 khu nghỉ dưỡng và khách sạn hạng sang tại 110 quốc gia và vùng lãnh thổ



FLC Holiday – “gương mặt” điển hình trên thị trường sở hữu kỳ nghỉ Việt Nam.

Tại Việt Nam, bạn có thể sở hữu kỳ nghỉ qua FLC Holiday, một trong các thành viên chính thức của RCI. FLC Holiday đang sở hữu chuỗi quần thể cao cấp của Tập đoàn FLC tọa lạc tại các địa danh du lịch nổi tiếng. Tất cả đều đạt chứng nhận Gold Crown – danh hiệu cao nhất của RCI dành cho các khu nghỉ dưỡng, khách sạn có chất lượng vượt trội dựa trên những trải nghiệm của chính khách hàng và hội đồng đánh giá của RCI.

Theo đó, khách hàng sở hữu kỳ nghỉ của FLC Holiday có thể lựa chọn bất kỳ quần thể nào của Tập đoàn FLC cho kỳ nghỉ của mình cũng như 4.300 khách sạn, resort hạng sang khác của RCI trên toàn thế giới tại bất cứ thời điểm nào trong năm.

HẢI TIỆP

(Theo: Tạp chí Người làm báo điện tử - Ngày đưa tin: 10/10/2019. Nguồn Link: <http://nguoilambao.vn/nhung-cong-cu-thay-doi-dien-mao-nganh-du-lich-viet-nam-n16049.html>)