

Thương mại điện tử trong doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và lưu trú tại tỉnh Đắk Lắk

LÊ VIỆT ANH*
TỬ THỊ THANH HIỆP**
HÀ THỊ KIM DUYÊN***

Tóm tắt

Dựa trên việc khảo sát theo phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên đối với 170 doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và 350 khách du lịch tại TP. Buôn Ma Thuột, huyện Lắk và huyện Buôn Đôn, bài viết đánh giá chất lượng dịch vụ của các website thương mại điện tử (TMĐT) trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và lưu trú tại tỉnh Đắk Lắk. Từ đó, nghiên cứu cũng đưa ra một số giải pháp nhằm đẩy mạnh ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và lưu trú tại tỉnh Đắk Lắk cũng như góp phần nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội trên địa bàn Tỉnh.

Từ khóa: thương mại điện tử, doanh nghiệp, kinh doanh lưu trú, tỉnh Đắk Lắk

Summary

Based on a survey of 170 tourism and accommodation businesses and 350 tourists in Buon Ma Thuot city, Lak district and Buon Don district by non-random sampling method, the article assesses service quality of e-commerce websites of tourism and accommodation enterprises in Dak Lak province. Also, it provides a number of solutions to promote the application of e-commerce to those businesses as well as contribute to improving provincial socio-economic efficiency.

Keywords: e-commerce, business, tourism and accommodation, Dak Lak province

GIỚI THIỆU

Đắk Lắk là địa phương được thiên nhiên ưu đãi với nhiều thắng cảnh đẹp, có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch. Năm 2019, Đắk Lắk đón hơn 950.000 lượt khách, đạt 100% kế hoạch và tăng 17% so với năm 2018 (Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk, 2019). Riêng 9 tháng đầu năm 2020, dù chịu ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tổng số khách đón tiếp ước đạt 563.115 lượt khách, bằng 67,52% so với cùng kỳ. Tổng doanh thu toàn Tỉnh 9 tháng đầu năm 2020 ước đạt 508 tỷ đồng, bằng 64% so với cùng kỳ năm 2019 (Kim Bảo, 2020). Mặc dù tiềm năng du lịch (tự nhiên và nhân văn) của tỉnh Đắk Lắk rất phong phú và đã được quan tâm đầu tư, nhưng ngành du lịch của Tỉnh trong thời gian qua phát triển chưa bền vững, chưa tương xứng với tiềm năng vốn có. Nguyên nhân là do các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và lưu trú trong Tỉnh còn nhiều hạn chế trong ứng dụng TMĐT vào kinh

doanh, chưa có nhiều kinh nghiệm và kỹ năng để thực hiện các hoạt động quảng bá du lịch hấp dẫn như các đơn vị nước ngoài. Điều này có nghĩa là, các doanh nghiệp cần có nền tảng vững chắc công nghệ, đón đầu những ứng dụng của điện thoại thông minh, khai thác tối đa khả năng tương tác với khách hàng qua nhiều giải pháp khác nhau.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ của các website TMĐT ở các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và lưu trú tại tỉnh Đắk Lắk, nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát theo phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên đối với 170 doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và lưu trú và 350 khách du lịch tại TP. Buôn Ma Thuột, huyện Lắk và huyện Buôn Đôn. Đây là những địa điểm có số lượng khách du lịch lưu trú lớn trên địa bàn Tỉnh. Thời gian khảo sát được tiến hành từ ngày 01/02/2020 đến ngày 01/08/2020.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

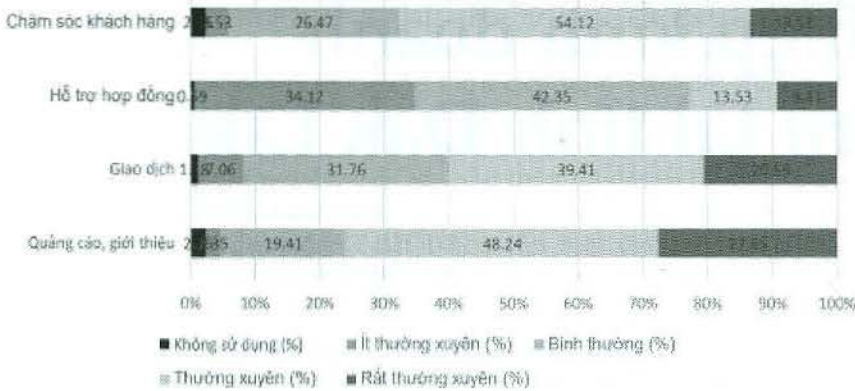
Đánh giá của doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và lưu trú

Hiện nay, các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú và

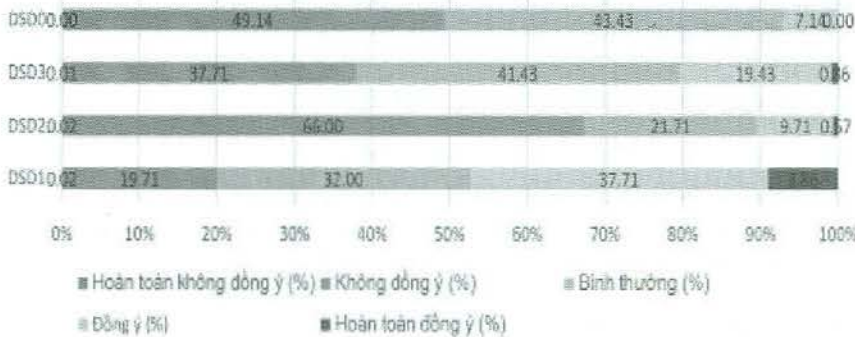
* ThS., ** ThS., *** ThS., Trường Đại học Tây Nguyên

Ngày nhận bài: 27/11/2020; Ngày phản biện: 06/01/2021; Ngày duyệt đăng: 12/01/2021

HÌNH 1: MỤC ĐÍCH SỬ DỤNG CÁC CÔNG CỤ TMĐT TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP



HÌNH 2: NHẬN THỨC TÍNH DỄ SỬ DỤNG



Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm tác giả, 2020

lưu trú ở tỉnh Đắk Lắk kinh doanh TMĐT với hình thức B2C (giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng) là chủ yếu và có 44% doanh nghiệp có ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động; Các doanh nghiệp có website hỗ trợ kinh doanh dưới dạng tour du lịch và hình thức quảng cáo qua mạng xã hội (Facebook, Youtube, Google plus, Twitter...) là nhiều nhất. Bên cạnh đó, theo định kỳ, các doanh nghiệp có gửi tin nhắn/email quảng cáo cho các đơn vị, cá nhân để quảng cáo khuyến mãi mới hoặc tour mới của doanh nghiệp.

Tương tự như các mạng xã hội, thì sàn TMĐT cũng là một kênh được coi là hiệu quả với chi phí phù hợp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh doanh và cá nhân. Tuy nhiên, mức độ quan tâm và ứng dụng của doanh nghiệp trên các sàn TMĐT hiện nay vẫn chưa có sự tăng trưởng mạnh mẽ, trong số doanh nghiệp tham gia khảo sát, thì chỉ có 4% doanh nghiệp cho biết có kinh doanh qua sàn TMĐT. Cụ thể như sau:

Về ứng dụng bán hàng trên thiết bị di động: Chỉ có 9% doanh nghiệp ứng dụng tốt các nền tảng di động, chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp lớn, có quy mô, chiến lược và nguồn lực. Trong khi đó, các doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn chưa thực sự sẵn sàng cho sự thay đổi này.

Về website hỗ trợ kinh doanh trên nền tảng di động: Trong số doanh nghiệp tham gia khảo sát có website phiên bản di động hoặc ứng dụng di động, người mua thực hiện toàn bộ quá trình mua sắm trên thiết bị di

động chiếm 33%, nhận đơn đặt hàng qua ứng dụng bán hàng chiếm 23%, chủ yếu là doanh nghiệp triển khai chương trình khuyến mại dành cho khách hàng 44%.

Về các hình thức quảng cáo website/ ứng dụng di động của doanh nghiệp: Facebook luôn dẫn đầu là kênh doanh nghiệp tin dùng nhiều nhất để hỗ trợ quảng cáo website/ứng dụng di động trong công ty (40%), hình thức thông dụng thứ hai là công cụ tìm kiếm (30%) và thông qua tin nhắn/email quảng cáo (26%).

Về mức độ các doanh nghiệp sử dụng công nghệ thông tin (CNTT) trong hoạt động kinh doanh: Phương tiện điện thoại chiếm mức độ thường xuyên và rất thường xuyên cao nhất (lần lượt là 26,7% và 69,2%); Việc sử dụng email cũng có mức độ thường xuyên và rất thường xuyên khá cao (lần lượt là 40,5% và 41,6%).

Về mục đích sử dụng các công cụ TMĐT vào trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp: Các doanh nghiệp thường xuyên sử dụng các công cụ TMĐT để chăm sóc khách hàng và quảng cáo, giới thiệu (Hình 1).

Đánh giá của khách du lịch

Các du khách được khảo sát đến Đắk Lắk với mục đích tham quan chiếm 51%, công vụ chiếm 21%, thăm người thân chiếm 18%, còn lại là nghỉ dưỡng và học tập nghiên cứu (10%). Họ tìm kiếm thông tin từ internet, công ty du lịch và người quen là chủ yếu (86%). Điều này cho thấy, internet là một trong những phương tiện giúp ngành du lịch phát triển nhanh chóng từ cách thức tìm kiếm thông tin, vận hành hệ thống, thu hút khách hàng đến quảng bá hình ảnh.

Thời gian khách du lịch lưu lại chỉ 2-3 ngày là phần lớn (chiếm 65%), 4-5 ngày (chiếm 23%). Số khách đăng ký trên website (đặt phòng, tải phiếu thanh toán và thanh toán sau) để đặt tour trực tuyến chiếm 35%, đến 65% là đặt trực tiếp trên website và việc thanh toán phần lớn áp dụng theo hình thức thanh toán trực tuyến thông qua phương thức chuyển khoản ngân hàng hoặc qua các công cụ thanh toán trực tuyến trên website, khách lưu trú sẽ thanh toán trước các dịch vụ cố định, như: đặt phòng, đặt suất ăn...; các khoản chi phí phát sinh trong quá trình lưu trú sẽ được thanh toán bằng tiền mặt sau khi khách sử dụng dịch vụ. Khác với hoạt động kinh doanh khác, kinh doanh lữ hành và lưu trú không đòi hỏi phải tiếp xúc trực tiếp cao giữa khách hàng

với người bán hàng của doanh nghiệp. Vì vậy, việc mua - bán sản phẩm lẻ hành diễn ra qua TMĐT là rất phù hợp với đặc tính này.

Một trong những công cụ truyền thông quan trọng cho việc quảng bá du lịch là website - kênh thông tin giúp cho doanh nghiệp tiếp cận với người tiêu dùng và với các đối tác khác. Tuy nhiên, khách hàng hiện nay nhận xét, các thủ tục mua (đặt phòng, tour...) trên website trực tuyến cũng như việc tìm kiếm thông tin du lịch mình mong muốn trên đây lại không dễ dàng (Hình 2).

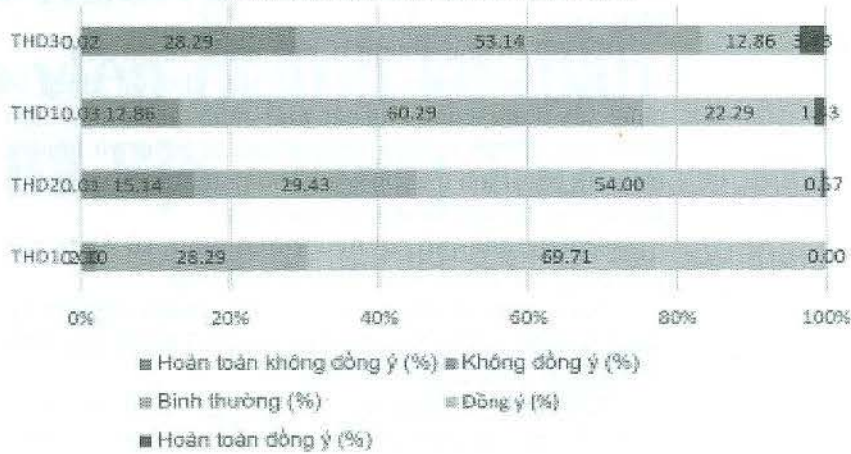
Quan điểm của khách hàng về lợi ích của TMĐT, phần lớn khách hàng tham gia khảo sát đều nhận biết được lợi ích của TMĐT mang lại, trong đó có hơn 70% khách hàng đồng ý và rất đồng ý với phát biểu "Tiết kiệm được thời gian khi mua trực tuyến hơn so với mua trực tiếp"; phát biểu tiếp theo có tỷ lệ cao đó là "Có nhiều lựa chọn hơn khi mua trực tuyến" (Hình 3). Đây là lợi thế các doanh nghiệp kinh doanh lẻ hành và lưu trú cần phát huy.

Đánh giá của khách hàng về sự tiện lợi khi sử dụng website của các công ty kinh doanh lẻ hành và lưu trú ở Đắk Lắk cho thấy, có rất nhiều đánh giá thấp, trong đó đặc biệt là về thông tin được trình bày bởi các website cũng như công cụ tìm kiếm được cung cấp bởi các website kém hiệu quả. Bên cạnh đó, tính tương tác và xử lý thông tin cũng rất hạn chế (Hình 4).

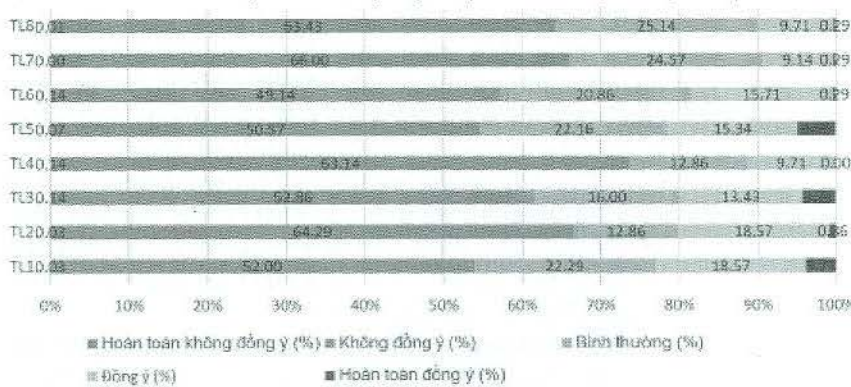
Phần lớn khách hàng nhận thấy rủi ro trong mua - bán và rủi ro trong việc bảo mật thông tin tài khoản cá nhân. Điều này làm ảnh hưởng đến quyết định mua trực tuyến của khách hàng (Hình 5).

Sự tin tưởng của khách hàng về việc mua qua các website của doanh nghiệp kinh doanh lẻ hành và lưu trú ở Đắk Lắk còn thấp, trong đó đặc biệt là độ bảo mật khi đặt tour trực tuyến (47% khách hàng không tin tưởng); tiếp theo là thanh toán qua thẻ (38% khách hàng cảm thấy không an toàn). Nguyên nhân một phần do việc quản lý tài khoản cá nhân qua internet còn tương đối lỏng lẻo. Điều này nảy sinh ra những rủi ro khó lường cho người tiêu dùng trong các giao dịch online. Bên cạnh đó, trực trặc hệ thống có thể khiến khách hàng có nguy cơ bị mất tiền oan. Việc thanh toán hóa đơn online phụ thuộc vào internet, đồng thời còn là hệ thống nhận chuyển khoản của

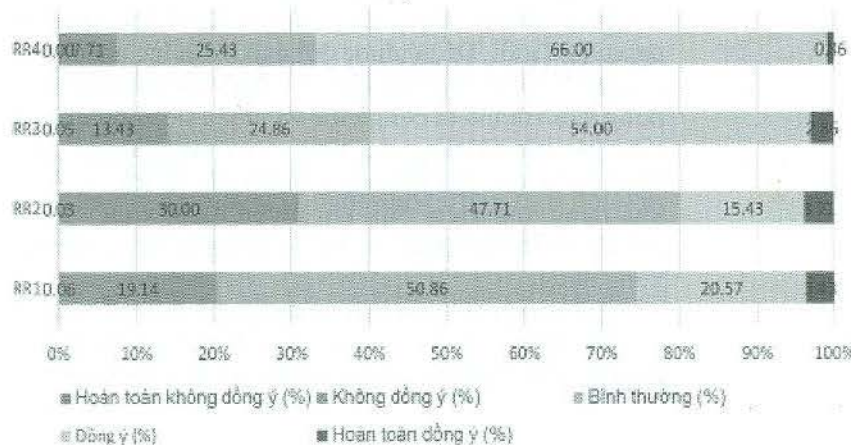
HÌNH 3: NHẬN THỨC TÍNH HỮU DỤNG



HÌNH 4: NHẬN THỨC SỰ TIỆN LỢI KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ



HÌNH 5: NHẬN THỨC RỦI RO



Nguồn: Kết quả điều tra của nhóm tác giả, 2020

bên kia hoạt động có ổn hay không. Rất nhiều trường hợp người dùng đã tạo lệnh thanh toán xong và số dư bị trừ đi, nhưng đầu bên kia lại không nhận được tiền chuyển đến hoặc website khách hàng thực hiện thanh toán là website giả. Điều này ảnh hưởng lớn đến quyết định mua hàng trực tuyến của khách hàng.

MỘT SỐ GIẢI PHÁP

Nhằm đẩy mạnh ứng dụng TMĐT trong các doanh nghiệp kinh doanh lẻ hành và lưu trú tại tỉnh Đắk Lắk,

theo chúng tôi, cần thực hiện có hiệu quả một số giải pháp sau:

Đối với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch

- Xây dựng chương trình hỗ trợ, khuyến khích tổ chức xây dựng, cung ứng các giải pháp thanh toán điện tử và các doanh nghiệp kinh doanh lẻ hành và lưu trú trên địa bàn Tỉnh ứng dụng hệ thống thanh toán điện tử kết nối hệ thống thanh toán quốc gia.

- Hướng dẫn, hỗ trợ người tiêu dùng sử dụng các giải pháp thẻ thanh toán điện tử tích hợp.

- Xây dựng chương trình hỗ trợ doanh nghiệp áp dụng hạ tầng chứng thực chữ ký số cho TMĐT, đặc biệt trong giao dịch TMĐT B2B.

- Xây dựng các chương trình hợp tác và hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp xây dựng hệ thống TMĐT, hướng tới đảm bảo lòng tin cho hoạt động mua sắm trực tuyến.

- Tạo môi trường pháp lý thuận lợi để phát triển TMĐT. Theo đó, môi trường pháp lý cần được coi trọng hàng đầu, trong đó chú trọng tới thu hút các doanh nghiệp kinh doanh TMĐT và công nghệ mới, chú trọng tới hoàn thiện thể chế và các quy định pháp lý, tạo lập môi trường kinh doanh bình đẳng.

- Thu hút doanh nghiệp và hỗ trợ doanh nghiệp mới thành lập trong lĩnh vực TMĐT trên địa bàn Tỉnh về cơ chế, vốn, thông tin tham gia vào cổng thông tin do Hiệp hội TMĐT và Cục TMĐT và Kinh tế số (Bộ Công Thương) đang hoạt động.

Đối với doanh nghiệp kinh doanh lẻ hành và lưu trú

- Để ứng dụng hiệu quả các công cụ truyền thông trực tuyến trong quảng bá du lịch, doanh nghiệp cần có đội ngũ nhân lực không chỉ am hiểu về du lịch, mà còn phải có kiến thức và kỹ năng về CNTT và trình độ ngoại ngữ giỏi. Để có được đội ngũ nhân lực chất lượng cao này, doanh nghiệp cần có chính sách tuyển dụng đúng đắn với mô tả công việc và mô tả tiêu chuẩn công việc hết sức rõ ràng cho từng vị trí tuyển dụng, kèm theo đó là các bài kiểm tra, sát hạch và trắc nghiệm khả năng ứng viên. Sau khi tuyển dụng xong, doanh nghiệp nhất thiết phải có chế độ lương bổng và đãi ngộ xứng đáng.

- Để nâng cao hiệu quả sử dụng của một số công cụ truyền thông trực tuyến, các doanh nghiệp nhất thiết phải có một website chuyên nghiệp với giao diện đẹp,

bố cục hợp lý, thông tin rõ ràng và dễ tìm kiếm. Các thông tin cần phải được cập nhật thường xuyên, tốc độ truy cập nhanh và cung cấp đầy đủ chức năng tiện ích cho khách hàng như: giới thiệu sản phẩm/dịch vụ, chọn dịch vụ, đặt chỗ dịch vụ, tìm kiếm nâng cao, hỗ trợ khách hàng, thông tin phản hồi, các chương trình khuyến mại... Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần thiết lập một phương thức giao dịch qua thư điện tử sao cho hiệu quả nhất và không gây ra sự phiền nhiễu cho khách hàng. Để tối ưu hóa phương thức này, doanh nghiệp cần có một cơ sở dữ liệu khách hàng và khách hàng tiềm năng, danh sách này cần được phân loại, chọn lọc và thường xuyên cập nhật. Một điều cần lưu ý là doanh nghiệp không được lạm dụng công cụ này bằng cách liên tục gửi các thông điệp đến người nhận. Ngược lại, doanh nghiệp cần ghi rõ cách thức từ chối tiếp nhận email từ doanh nghiệp nếu họ không thích. Khách hàng sẽ có tâm lý thoải mái và có thiện cảm với doanh nghiệp hơn khi họ được chủ động nhận hay không nhận email từ doanh nghiệp. Còn nếu không, phương thức giao dịch qua email này sẽ trở nên phản tác dụng.

- Đối với một ngành du lịch năng động và phát triển không ngừng như du lịch, thì việc tiếp thu, cập nhật các thức mới, xu thế mới và công nghệ hiện đại là một điều tất yếu. Chỉ khi nào nhà lãnh đạo doanh nghiệp thực sự nhận thức được tiềm năng kinh tế của việc triển khai ứng dụng các công cụ truyền thông trực tuyến để quảng bá cho hoạt động kinh doanh du lịch của doanh nghiệp, thì khi đó ngân sách cho việc đầu tư cho CNTT nói chung và cơ sở hạ tầng trực tuyến nói riêng của doanh nghiệp mới có thể dễ dàng được thông qua. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Đắk Lắk (2019). *Báo cáo tại Hội nghị tổng kết công tác Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2019 và triển khai nhiệm vụ năm 2020*, ngày 31/12/2019
2. Nguyễn Văn Toàn (2014). *Kinh tế và quản lý chuỗi cung ứng - Những vấn đề lý luận và thực tiễn*, Nxb Lao động - xã hội
3. Nguyễn Thị Huyền (2011). *Nghiên cứu triển khai dịch vụ chứng thực chữ ký số ứng dụng trong lĩnh vực tài chính ngân hàng*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Công nghệ
4. Nguyễn Xuân Thủy (2016). *Nghiên cứu phát triển TMDT trong doanh nghiệp dịch vụ Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung*, Luận án tiến sĩ, Đại học Huế
5. Kim Bảo (2020). *Đắk Lắk phấn đấu đón 130.000 lượt khách trong 03 tháng cuối năm 2020*, truy cập từ <https://daklak.gov.vn/-/ak-lak-phan-au-on-130-000-luot-khach-trong-03-thang-cuoi-nam-2020>