

CHƯƠNG 4. QUẢN TRỊ NỀN TẢNG KINH TẾ CHIA SẺ

4.1. XÂY DỰNG NỀN TẢNG KINH TẾ CHIA SẺ

4.2. KINH TẾ CHIA SẺ Ở VIỆT NAM

4.2.1. Sự phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt nam

Nền tảng ban đầu của kinh tế chia sẻ là lối sống cộng đồng vốn là bản sắc văn hóa của người Việt. Người Việt Nam trong làng xã sống đoàn kết, chia sẻ với nhau nhiều của cải, chung tay thực hiện nhiều công việc (đặc điểm nước nông nghiệp lúa nước, khác biệt so với các nước Anh, Mỹ...). Trong xã hội vẫn có hình ảnh chia sẻ điều thuốc, xe ôm, xây nhà cho thuê. Chúng ta cũng cảm thấy thoải mái khi mượn đồ dùng của người khác, đi thuê truyện, thuê xe, ăn chung trong mâm cơm, mua đồ cũ... Tất cả những điểm trên cho thấy người Việt sẽ đón nhận mô hình kinh tế chia sẻ khá dễ dàng. Tuy nhiên, do tiếp xúc với chủ nghĩa tiêu dùng, việc tư hữu đã được đẩy mạnh lên, đồng thời nét đẹp chia sẻ trong cộng đồng đang bị mai một. Điều này được minh chứng qua khảo sát được thực hiện năm 2013 của Công ty Nielsen với 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 đã cho thấy, kinh tế chia sẻ có tiềm năng lớn để phát triển tại Việt Nam. Theo khảo sát này, 75% người Việt Nam cho biết, họ thích ý tưởng về mô hình kinh doanh này, (Số liệu này là 85% tại Philippines, 84% tại Thái Lan, 74% tại Malaysia, 67% tại Singapore), cao hơn 9% so với con số trung bình toàn cầu là 66%; 76% cho biết sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ chia sẻ (Đồ điện tử là thứ được người dùng Việt Nam ưa thích chia sẻ nhất. 42% nói họ sẽ cho thuê thiết bị điện tử để lấy tiền, sau đó là xe ô tô, xe máy, nhà ở...). Chỉ có 18% từ chối chia sẻ tài sản cá nhân của mình.

Báo cáo của Vụ Kinh tế - Tổng hợp (Ban Kinh tế Trung ương) về kinh tế chia sẻ nhận định: “Kinh tế chia sẻ” đang là xu hướng mới song hành cùng cuộc cách mạng về công nghệ thông tin trở thành một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế số (digital economy), là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nhân và doanh nghiệp khởi nghiệp tại nhiều quốc gia và được ví như “con gà đẻ trứng vàng” mới cho nhiều nền kinh tế. Trên thực tế, mô hình này vẫn còn nhiều không gian rộng lớn để phát triển và lấp đầy những khoảng trống của các thị trường kinh doanh truyền thống hiện tại.

Mặc dù thuật ngữ kinh tế chia sẻ mới du nhập vào Việt Nam, song nền văn hóa chia sẻ trong tiêu dùng thì đã quen thuộc với người dân Việt, các dịch vụ kinh doanh kiểu này cũng đã hiện hữu và dần trở nên quen thuộc với người dân. Chúng ta vừa có tính cộng đồng vừa muốn tiêu dùng nhiều hơn. Sau thời bong bóng kinh tế do nhận được rất nhiều vốn từ nước ngoài (từ 2000 – 2005) thì Việt Nam có rất nhiều tài sản lãng phí như biệt thự, ô tô, đồ xa xỉ... Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của Internet và các ứng dụng internet ở Việt Nam,

Khái niệm “kinh tế chia sẻ” xuất hiện và trở nên phổ biến hơn từ khi Công ty Uber và Grab bắt đầu cung ứng dịch vụ taxi công nghệ. Hiện nay, có hai loại hình dịch vụ theo mô hình kinh tế chia sẻ đang mở rộng quy mô ở nước ta là dịch vụ vận tải trực tuyến (như Uber, Grab) và dịch vụ chia sẻ phòng Airbnb. Sự xuất hiện và phát triển lớn mạnh của 2 hãng cung ứng dịch

vụ vận chuyển hành khách nổi tiếng trên thế giới là Grab và Uber tại Việt Nam đã “tiếp lửa” cho sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế chia sẻ nước ta. Thông qua việc kết nối các cá nhân muốn sử dụng dịch vụ vận chuyển và các chủ xe chưa sử dụng hết công suất xe hơi của cá nhân, Grab và Uber đã cho ra đời loại dịch vụ giúp thỏa mãn nhu cầu của cả người mua và người bán, người có tài sản chưa sử dụng hết công suất và người cần sử dụng tài sản đó. Thậm chí, việc cung cấp dịch vụ vận tải này mang lại nhiều lợi ích đến mức khiến nhiều người chuyển hẳn sang công việc cung cấp dịch vụ vận tải thông qua sàn giao dịch vận tải của Uber và Grab. Nhờ cách mạng công nghiệp 4.0, ý tưởng kết nối này đã thành công. Thứ nhất, công ty đã tận dụng phần mềm, mạng internet và định vị hiện đại giúp kết nối nhu cầu của người sử dụng dịch vụ và người cung ứng dịch vụ với tiêu chí nhanh, tiết kiệm, tận dụng tối đa nguồn lực. Thứ hai, công ty sử dụng phần mềm đánh giá khách hàng và nhà cung cấp dịch vụ vận tải. Qua đó, cả người tiêu dùng và người cung cấp đều phải có ý thức sử dụng và cung cấp dịch vụ vận tải tốt. Thứ ba, công ty sử dụng phần mềm để quản lý nhà cung cấp, quản lý phương tiện vận tải về tần suất nhận chuyển, thời gian đưa đón khách, lịch trình di chuyển, điều này giúp an toàn cho hành khách, giúp đánh giá ý thức, thời gian làm việc của người cung cấp dịch vụ vận tải. Thứ tư, công ty sử dụng dữ liệu về tình hình giao thông, tận dụng trí tuệ nhân tạo và thông qua phần mềm để vạch rõ tuyến đường cho hành khách, vừa đảm bảo tuyến đường ngắn, vừa thuận tiện giao thông.

Sự xuất hiện của 2 hãng dịch vụ Grab và Uber cũng đã khiến cho các hãng vận tải hành khách lớn như Mai Linh hay Vinasun, Taxi Group phải lập tức thay đổi cung cách vận hành. Tháng 8/2015, Mai Linh giới thiệu ứng dụng di động cho phép gọi xe taxi không cần thông qua tổng đài, thì đến cuối năm, 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 đội xe Fortuner, Innova đời mới không có nhãn 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.

Việt Nam là một trong những nước đầu tiên trong ASEAN cho phép thí điểm mô hình kinh doanh ứng dụng dịch công nghệ kết nối vận tải (ví dụ như Uber, Grab) bắt đầu từ năm 2014. Tuy nhiên sau 4 năm hoạt động, đến tháng 4/2018, Uber đã rút khỏi thị trường Đông Nam Á và đổi lấy 27,5% cổ phần của Grab (Hà Thu, 2018). Ngay sau khi Uber rút khỏi thị trường, Việt Nam đã chứng kiến một sự phát triển mạnh mẽ, thể hiện mô hình kinh tế chia sẻ là một mảng thị trường tiềm năng, đến tháng 5/2018, ứng dụng VATO xuất hiện trên thị trường (Hữu Tuấn, 2018) hay là nhiều các hãng taxi công nghệ khác như Gonow của Viettel hay là ứng dụng mới phát minh hiện nay T.Net của FPT và ngoài ra còn tạo động lực mạnh mẽ cho các doanh nghiệp truyền thống thay đổi phương thức hoạt động kinh doanh từ thủ công sang ứng dụng công nghệ. Airbnb là một mô hình kết nối người cần thuê nhà với những gia đình có phòng trống cần cho thuê thông qua ứng dụng di động tương tự như Uber, Grab. Đây là loại hình dịch vụ tương đối mới, hoạt động theo mô hình nền tảng phi tập trung, tất cả việc thanh toán chỉ sử

dụng thẻ tín dụng và thông qua Airbnb. Từ đây nhà trung gian này sẽ thu một khoản phí đối với cả người cần đặt phòng và chủ nhà. Khoản phí đối với chủ nhà ở mức 3% tổng giá trị đặt phòng, phí thu khách đặt phòng ở mức 6 - 12% và mức phí này sẽ hiển thị luôn trong quá trình khách sử dụng dịch vụ. Mức phí này vẫn đảm bảo người trả thấp hơn đặt phòng khách sạn qua các kênh truyền thống. (Linkedin, 2017).

Ngoài ra còn nhiều dịch vụ cung cấp nền tảng (platform) được ứng dụng rộng rãi, cụ thể là Triip.me sử dụng mô hình kinh doanh như Airbnb, trong đó sử dụng nguồn lực của cộng đồng để thiết kế nên các tour du lịch trên toàn thế giới; thay đổi phong cách hướng dẫn du lịch, phân tích giúp đỡ khách du lịch tìm hiểu sâu hơn về địa điểm và con người nơi họ muốn đến, đồng thời giúp họ kết nối với người dân địa phương trên toàn thế giới, hay là các dịch vụ ăn uống (foody), lao động, hàng hóa tiêu dùng; Dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ (peer-to-peer lending) điển hình như cung cấp nền tảng kết nối giữa bên cho vay và người đi vay như lendbiz.vn, tima.vn...; Đón nhận xu hướng cung ứng dịch vụ trên thị trường, ngày 05/6/2018, Công ty Cổ phần Đổi mới Công nghệ Tài chính Fiin đã chính thức ra mắt dịch vụ cho vay ngang hàng tại Hà Nội. Đây là doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực P2PLending sử dụng nền tảng công nghệ tiên tiến tại Việt Nam. Sự phát triển mỗi ngày của công nghệ kéo theo sự sáng tạo trong mở rộng quy mô loại hình dịch vụ như tại Grab, dịch vụ vận tải không còn chỉ giữa người với người nữa mà mở rộng hơn sang dịch vụ vận chuyển hàng hóa, vận chuyển thức ăn đáp ứng nhu cầu thực tiễn của xã hội (Grab, 2018). Hay là sự kết nối người dùng với các nhà cung cấp dịch vụ khác của Rada với nhiều lĩnh vực cụ thể về sửa chữa thiết bị gia đình, xây dựng điện nước, sân bay, vận chuyển đường dài, sửa chữa thiết bị ô tô, xe máy... Sau một năm từ tháng 4/2016 đến 4/2017, hơn 20.000 giao dịch thành với 56.000 khách hàng, hơn 1.000 nhà cung cấp và 3.500 thợ/đơn vị cung cấp và Rada bắt đầu thu tiền từ các giao dịch thành công (pcworld, 2017); hay các ứng dụng giúp việc theo giờ, dọn dẹp vệ sinh nhà cửa của Okiaf,... (VNEP, 2018)

Tính đến tháng 6/2017, có khoảng 6.500 cơ sở tham gia Airbnb ở Việt Nam. Dịch vụ này giúp kết nối giữa những người cần thuê nhà, thuê phòng nghỉ với những người có phòng cho thuê thông qua ứng dụng di động dựa trên nền tảng dữ liệu lớn về người cung cấp nhà ở và người cho thuê nhà ở. Tất cả việc thanh toán sẽ được thực hiện thông qua Airbnb, sử dụng thẻ tín dụng. Cách mạng công nghiệp 4.0 tạo ra cơ sở nền tảng công nghệ giúp kết nối thông tin, truyền tải thông tin, thanh toán trở nên dễ dàng hơn, nhanh hơn và tiết kiệm chi phí hơn.

Ngoài ra, ở Việt Nam cũng đã xuất hiện nhiều loại hình dịch vụ khác như dịch vụ cung cấp nền tảng cho phép người dùng tự xây dựng tour Việt Nam cung cấp cho khách du lịch thế giới (Trippme), cung cấp ứng dụng điện thoại kết nối người dùng với các nhà cung cấp dịch vụ như sửa chữa điện tử, điện lạnh, xây dựng... (Rada); dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ điển hình như cung cấp nền tảng kết nối bên cho vay và người đi vay như huydong.com... Tận dụng mạng internet bùng nổ dưới tác động của cách mạng công nghiệp 4.0, mạng xã hội, Việt Nam đang phát triển về tối ưu hóa thông tin (review nhà trọ, review quán ăn, chia sẻ cách chữa

bệnh...), hàng đổi hàng giữa doanh nghiệp, chia sẻ kỹ năng (doanh nghiệp training cho nhau, người dùng mở khóa học nhỏ), mạng lưới freelancer, chia sẻ những hàng hóa có giá trị nhỏ (chia sẻ quần áo trẻ em, chia sẻ sách...). Sử dụng các dữ liệu lớn để phân tích thông tin khách hàng, lựa chọn và đưa ra quyết định.

Phòng vấn Giám đốc công ty dịch vụ logistics-Smartlog cho biết rằng công ty đang đẩy mạnh ứng dụng các thành quả cách mạng công nghiệp 4.0 trong việc phát triển kinh doanh mạng lưới dịch vụ logistics một cách hiệu quả thông qua việc chia sẻ dịch vụ, hạn chế vị trí thừa trong nhà kho, giảm thời gian xe vận tải nhàn rỗi giữa các doanh nghiệp liên kết. Thứ nhất, phần mềm ứng dụng quản lý giúp doanh nghiệp phát triển việc điều phối sử dụng xe vận tải giữa các doanh nghiệp trong nhóm liên kết, giảm thiểu thời gian nhàn rỗi của xe, giúp quản lý xe hàng, quản lý việc giao và nhận hàng, quản lý hàng và sắp xếp hàng trong kho và trong quá trình vận tải. Nhờ các ứng dụng của cách mạng công nghiệp 4.0, hàng hóa, phương tiện vận tải, nhân viên giao hàng được theo dõi chặt chẽ mọi lúc, mọi nơi, kịp thời thông tin cho khách hàng và nhà quản lý về tình trạng hàng hóa, lịch trình và phản hồi của khách hàng. Thứ hai, hệ thống camera giám sát và kiểm hàng giúp theo dõi hàng hóa, nhân viên, xe vận tải ra vào kho bãi, giúp hoàn thiện chứng từ điện tử, làm minh chứng cho việc giao hàng. Thứ ba, dữ liệu về tình hình xe tải, kho hàng của bạn hàng giúp doanh nghiệp chia sẻ và tận dụng nguồn lực một cách hiệu quả. Thứ tư, nhờ ứng dụng công nghệ thông tin, thông tin giao nhận hàng hóa với các hãng tàu biển quốc tế, các đại lý tàu, cơ quan hải quan được thông suốt. Tóm lại, doanh nghiệp Smartlog đang đặt kỳ vọng lớn vào việc sử dụng thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 trong việc tạo đột phá phát triển dịch vụ logistics thông qua ứng dụng kinh tế chia sẻ.

Vài năm trở lại đây, nhiều sàn giao dịch đã hình thành cả trong lĩnh vực nông nghiệp với tham vọng ứng dụng kinh tế chia sẻ để giải quyết các vấn đề mà hiện nay hình thức kinh tế truyền thống chưa giải quyết được như: nâng cao vai trò, quyền quyết định của người nông dân trong quá trình kinh doanh, xuất khẩu nông sản, đưa khoa học kỹ thuật đến cho nông dân, minh bạch thông tin về thị trường, cung cầu giá cả...

Trung tâm Hợp tác quốc tế và nuôi trồng thủy sản bền vững (ICAFIS), thuộc Hội nghề cá Việt Nam và Tổ chức Oxfam phối hợp Công ty CP Công nghệ và Đầu tư Cửu Long cho ra mắt “Sàn giao dịch tôm Việt”. Sàn giao dịch tôm Việt sẽ giúp người bán chủ động hơn trong các giao dịch mua bán sản phẩm. Thông tin về giá tôm, chất lượng, kích cỡ tôm, hình thức thanh toán, thời điểm giao hàng... sẽ được niêm yết công khai trên sàn giao dịch, giúp giảm thiểu các rủi ro về thị trường, ổn định sản xuất cho người nuôi tôm tại Việt Nam. Sàn giao dịch sẽ miễn phí sử dụng cho người nuôi tôm tham gia dự án chuỗi giá trị tôm bền vững (Hình 3.1).

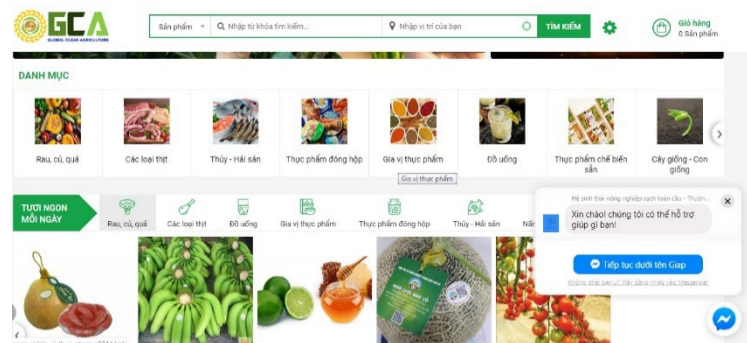


Hình 3.1. Sàn giao dịch tôm Việt

Nguồn: <https://cnsv.vn>

Việc hình thành sàn giao dịch này, sẽ giúp giải quyết được một bài toán khó cho ngành tôm là sản phẩm được giao dịch trực tiếp giữa người bán/mua, không phải qua các khâu trung gian. Ngoài ra, sàn giao dịch cũng giúp giải quyết việc thiếu thông tin cung/cầu thị trường thông qua các phân tích, đánh giá và nhận định về thị trường được cập nhật lên sàn.

Một sàn giao dịch nông sản khác mới được phát triển phục vụ cho cả nhu cầu nội địa và xuất khẩu là GCAECO. Sàn giao dịch nông nghiệp, thực phẩm, thủy hải sản sạch Việt Nam GCAECO chính thức được xem là sàn giao dịch nông sản đầu tiên tại Việt Nam áp dụng công nghệ Blockchain để truy suất nguồn gốc nông sản và lịch sử giao dịch. (Hình 3.2)



Hình 3.2. Sàn giao dịch nông nghiệp, thực phẩm, thủy sản sạch Việt Nam

Nguồn: <https://santrithuc.vn/>

Sàn GCAECO sẽ chia làm 4 chủng loại gian hàng khác nhau: Gian hàng phổ thông (không có giấy tờ quy chuẩn), gian hàng quy chuẩn (gian hàng có giấy tờ quy chuẩn về chất lượng nông sản), gian hàng xuất khẩu (gian hàng có đầy đủ giấy tờ về điều kiện xuất khẩu) và gian hàng có truy xuất nguồn. Về vấn đề đảm bảo chất lượng, bước đầu người mua và người bán sẽ tự chịu trách nhiệm với nhau. Tuy nhiên, sang quý I/2019, sàn GCAECO bắt đầu sàng lọc các gian hàng đủ tiêu chuẩn để ký kết đảm bảo chất lượng. Khi đó, bất kì khiếu nại của khách hàng về chất lượng sản phẩm sẽ do sàn chịu trách nhiệm.

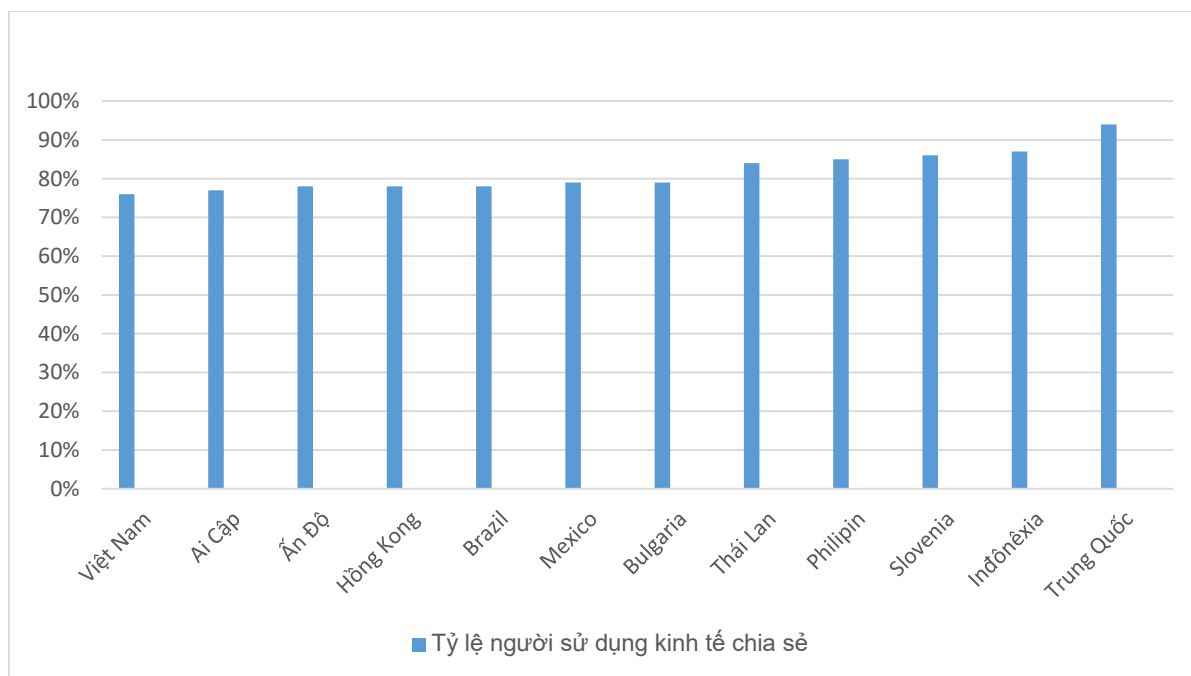
Trong vấn đề xuất khẩu nông sản, một yếu tố trọng yếu là phải đáp ứng được các rào cản kỹ thuật mà các thị trường nhập khẩu đòi hỏi. Do đó vấn đề chuyển giao kỹ thuật cao trong nông nghiệp cần được đáp ứng. Sàn giao dịch tri thức NOVELINK được xây dựng để hỗ trợ chuyển giao và phát triển thương mại cho các sản phẩm nông nghiệp (địa chỉ giao dịch <https://santrithuc.vn/>).

Nghiên cứu của Công ty Nielsen (năm 2013) với 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 đã cho thấy, kinh tế chia sẻ có tiềm năng lớn để phát triển tại Việt Nam. Theo khảo sát này, 75% người Việt Nam cho biết, họ thích ý tưởng về mô hình kinh doanh này, (Số liệu này là 85% tại Philippines, 84% tại Thái Lan, 74% tại Malaysia, 67% tại Singapore), cao hơn 9% so với con số trung bình toàn cầu là 66%; 76% cho biết sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ chia sẻ (Đồ điện tử là thứ được người dùng Việt Nam ưa thích chia sẻ nhất. 42% nói họ sẽ cho thuê thiết bị điện tử để lấy tiền, sau đó là xe ô tô, xe máy, nhà ở...). Chỉ có 18% từ chối chia sẻ tài sản cá nhân của mình.

Tại Việt Nam, kết quả khảo sát của Facebook và Morning Consult cũng ghi nhận 77% doanh nghiệp nhỏ trên Facebook cho biết sử dụng ứng dụng nền tảng này để tăng doanh số bán hàng và khoảng 76% doanh nghiệp nhỏ có thể tuyển dụng nhân viên thông qua ứng dụng Facebook. Hiện có khoảng 78 triệu người dùng Facebook trên thế giới có kết nối với doanh nghiệp Việt Nam.

Theo nghiên cứu của Nielsen (2014) cho thấy Việt Nam là một trong những nước có tỷ lệ người sử dụng dịch vụ chia sẻ cao nhất (76%). Hình 3.3 cho thấy Việt Nam đứng thứ 13 thế giới về tỷ lệ người dân sử dụng dịch vụ kinh tế chia sẻ chỉ sau Ai cập (77%), Ấn Độ (78%), Hồng Kong, Brazil (78%), Mexico, Bulgaria (79%), Thái Lan (84%), Philipin (85%), Slovenia (86%), Indônêxia (87%) và Trung Quốc (94%). Số liệu này cho biết rằng doanh nghiệp, người tiêu dùng đang rất “cởi mở” trong việc sử dụng kinh tế chia sẻ.

Theo nghiên cứu của Nielsen (2014) cho thấy Việt Nam là một trong những nước có tỷ lệ người sử dụng dịch vụ chia sẻ cao nhất (76%). Hình 2.1 cho thấy Việt Nam đứng thứ 13 thế giới về tỷ lệ người dân sử dụng dịch vụ kinh tế chia sẻ chỉ sau Ai cập (77%), Ấn Độ (78%), Hồng Kong, Brazil (78%), Mexico, Bulgaria (79%), Thái Lan (84%), Philipin (85%), Slovenia (86%), Indônêxia (87%) và Trung Quốc (94%). Số liệu này cho biết rằng doanh nghiệp, người tiêu dùng đang rất “cởi mở” trong việc sử dụng kinh tế chia sẻ.



Nguồn: Nielsen (2014)

Hình 3.3: Các nước có tỷ lệ người dân sử dụng dịch vụ kinh tế chia sẻ cao nhất thế giới

Ban đầu khi tiếp cận với nền kinh tế chia sẻ, người dân Việt Nam còn dè dặt vì sợ chất lượng dịch vụ không đảm bảo, sợ mất tài sản... Đây là biểu hiện thường thấy đối với bất cứ cộng đồng nào khi tiếp xúc với mô hình kinh doanh mới. Tuy nhiên, theo thời gian, người Việt Nam đã dần chấp nhận và đánh giá cao chất lượng dịch vụ của nhiều nhà cung cấp dịch vụ kinh tế chia sẻ.

Hiện tại khả năng sử dụng công nghệ Smartphone, Internet, mạng xã hội chưa cao, việc quen sử dụng tiền giấy chính là những rào cản cho nền kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. Tuy nhiên, những vấn đề này đang được cải thiện dần dần. Theo nghiên cứu của Nielsen (2013) về kinh tế Việt Nam thì hiện nay Việt Nam là nước đứng hàng thứ 10 trong khu vực châu Á- Thái Bình Dương về sử dụng internet (34%), chỉ sau Trung Quốc (40%), Malaysia (61%), Hồng Kong, Đài Loan (75%), Nhật Bản (80%), Úc (89%). Trên 50% người dân nội thành Thành phố Hồ Chí Minh mua hàng qua mạng, trong khi chỉ có 20% dân số Việt Nam tham gia mua bán qua mạng. 67% dân số tin tưởng vào việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng, 17% sử dụng các loại thẻ ưu đãi mua sắm... đây là tiền đề của việc thúc đẩy dịch vụ kinh tế chia sẻ.

Bảng 3.1. Tỷ lệ người sử dụng internet ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương

Nước	Tỷ lệ người sử dụng internet
Úc	89%
New Zealand	88%
Hàn Quốc	83%
Nhật Bản	80%
Hồng Kong	75%
Đài Loan	75%
Singapore	75%
Malaysia	61%
Trung Quốc	40%
Việt Nam	34%
Philipin	32%
Thái Lan	30%
Indônexia	22%

Nguồn: Niesel (2014)

Tuy nhiên tăng trưởng về smartphone, mức độ phổ cập wifi, internet đang rất cao, nhiều startup, công ty công nghệ lớn, các ngân hàng bắt đầu tấn công thị trường thanh toán online, thanh toán qua di động ở Việt Nam, nên chỉ trong tương lai gần các rào cản này sẽ được hạ xuống.

Nhìn chung sự phát triển của các dịch vụ này trong thời gian vừa qua còn mang tính tự phát và **thực tế có một số vấn đề:**

Thứ nhất, doanh nghiệp và người dân làm ăn vẫn chưa bị ràng buộc nhiều nên có hiện tượng chộp giật, làm một lần. Nhà nước đang nỗ lực để quản lý thị trường, chất lượng sản phẩm... nhưng mô hình quản lý tập trung, kiểm tra định kì thể hiện hạn chế là chi phí cao, không thường xuyên, bán sản phẩm chất lượng thấp với giá cao. Trong khi đó, mô hình kiểm soát phi tập trung thông qua đánh giá chéo có ưu điểm là chi phí thấp, có thể thực hiện thường xuyên hơn.

Thứ hai, các cơ quan quản lý còn khá lúng túng trong việc xác định bản chất và cách thức quản lý mô hình này. Hệ thống pháp luật về hoạt động kinh doanh của nước ta như Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật giao dịch điện tử... và các quy định về thuế hiện nay hầu như còn bỏ ngỏ đối với mô hình kinh tế chia sẻ.

Riêng trong lĩnh vực giao thông vận tải đường bộ, Bộ Giao thông vận tải đã ban hành Quyết định 24 năm 2016 về kế hoạch thí điểm triển khai ứng dụng khoa học và công nghệ hỗ trợ quản lý và kết nối hoạt động vận tải hành khách theo hợp đồng. Đây được coi là văn bản pháp luật hiện hành liên quan đến dịch vụ vận tải theo bản chất của kinh tế chia sẻ.

Thứ ba, kinh tế chia sẻ là mô hình kinh doanh dựa trên dữ liệu lớn (big data), nó quá mới mẻ nên Việt Nam cách quản lý thích hợp, thay cho những biện pháp kiểm toán truyền thống.

Thứ tư, việc quản lý thuế đối với mô hình “kinh tế chia sẻ” cũng gặp rất nhiều khó khăn, để việc quản lý thuế đối với loại hình kinh doanh này có hiệu quả đòi hỏi các cơ quan thuế phải có những chính sách linh hoạt và điều chỉnh kịp thời.

Thứ năm, phản ứng từ các doanh nghiệp vận hành theo kiểu truyền thống cho rằng các doanh nghiệp theo nền kinh tế chia sẻ không cung cấp dịch vụ đạt tiêu chuẩn, cạnh tranh không lành mạnh, không minh bạch, không bị quản lý.

Thứ sáu, hạ tầng cơ sở chuẩn bị cho phát triển kinh tế chia sẻ như mạng internet, dữ liệu, quản lý dữ liệu, công cụ truy cập internet, mạng lưới ngân hàng, mạng lưới vận chuyển... còn yếu nên dịch vụ kinh tế chia sẻ chủ yếu phát triển ở khu vực đô thị.

CƠ HỘI ỨNG DỤNG KINH TẾ CHIA SẺ TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ CỦA VIỆT NAM

Đề án thúc đẩy mô hình Kinh tế chia sẻ được Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc phê duyệt ngày 12/8/2019 với mục tiêu đảm bảo môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ và kinh tế truyền thống. Động thái này cho thấy một chuyển biến trong nhận thức và hành động của Chính phủ trong việc công nhận hình thức kinh doanh mới trên cơ sở tận dụng các nguồn lực, tài nguyên còn dư thừa trong xã hội nhằm tối ưu hóa tài nguyên cũng như các hoạt động kinh tế dựa trên những tiến bộ của khoa học kỹ thuật đặc biệt là sự phát triển của mạng Internet. Quan điểm nhất quán là không cần thiết phải có các chính sách riêng biệt cho hình thức kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ do kinh tế chia sẻ không phải là một bộ phận tách rời hoặc một thành phần kinh tế riêng trong nền kinh tế.

Kinh tế chia sẻ là thách thức hay vận hội tùy thuộc vào tư duy quản lý nhà nước, nhận thức của các nhà cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ. Diện mạo mới này sẽ mở ra cơ hội cho nền kinh tế phát triển nếu quản lý nhà nước theo kịp nó. Bài học từ quốc gia láng giềng Trung Quốc, nơi có 600 triệu người tham gia nền kinh tế chia sẻ với giá trị giao dịch lên đến hàng trăm tỷ USD trong năm 2016 (Shuai Yang, 2016) cũng chỉ ra rằng, không nên ngược đãi với mô hình kinh tế chia sẻ. Cụ thể, Chính phủ nước này không những không cấm, mà đã tận dụng cơ hội để biến nền kinh tế chia sẻ thành đòn bẩy mới cho nền kinh tế trong nước, khi là một trong những quốc gia đầu tiên trên thế giới ban hành luật liên quan đến kinh tế chia sẻ, thúc đẩy xây dựng Trung Quốc kỹ thuật số, trong đó ủng hộ sự sáng tạo dựa trên Internet.

Cơ hội đang rộng mở với các doanh nghiệp sẵn sàng đổi mới, sáng tạo, đón đầu của Việt Nam bởi lẽ: *Thứ nhất*, kinh tế chia sẻ còn khá mới, không chỉ ở Việt Nam mà cả trên thế giới. Vì vậy, sẽ là cơ hội cho các start-up của Việt Nam và cũng là cơ hội cho các doanh nghiệp thay đổi cách thức kinh doanh trên thị trường. *Thứ hai*, mỗi thị trường về cơ bản sẽ có đặc thù nên cũng là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam học hỏi và ứng dụng kinh tế chia sẻ ở thị trường Việt Nam. *Thứ ba*, nhiều doanh nghiệp trẻ Việt Nam đang tìm kiếm cơ hội lập nghiệp

và rất nhiệt huyết tìm kiếm ý tưởng mới trong kinh doanh thông qua các nền tảng công nghệ, giúp giải quyết các vấn đề mà cách kinh doanh truyền thống chưa giải quyết được như gia tăng quyền hạn cho các doanh nghiệp nhỏ trong quá trình sản xuất kinh doanh, thay đổi cách thức marketing, mua bán sản phẩm, tạo ra luồng thông tin ngày càng công khai, minh bạch giữa người tiêu dùng, người sản xuất...

4.2.2. Chính sách phát triển nền kinh tế chia sẻ của Việt Nam

Vận tải là một trong những lĩnh vực phát triển mạnh và là lĩnh vực tiên phong áp dụng kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. Với sự ủng hộ, khuyến khích sử dụng các thành tựu khoa học công nghệ và mô hình kinh doanh sáng tạo, hiệu quả trong kinh doanh tại Việt Nam của Chính phủ, tại Công văn số 1850/TTg-KTN ngày 19/10/2015, được sự đồng ý của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Giao thông vận tải đã thực hiện Đề án thí điểm “Triển khai ứng dụng khoa học công nghệ hỗ trợ quản lý và kết nối hoạt động vận tải hành khách theo hợp đồng”. Và ngay sau đó, Bộ Giao thông vận tải đã ban hành “Kế hoạch thí điểm triển khai ứng dụng khoa học công nghệ hỗ trợ quản lý và kết nối hoạt động vận tải hành khách theo hợp đồng” theo quyết định số 24/QĐ-BGTVT ngày 07/1/2016 cho loại xe ô tô dưới 9 chỗ ngồi có lắp đặt thiết bị giám sát hành trình, được cấp phù hiệu xe hợp đồng theo đúng quy định tại Nghị định 86/2014/NĐ-CP và Thông tư số 63/2014/TT-BGTVT với thời gian thí điểm là 2 năm (từ tháng 1/2016 đến tháng 1/2018) tại 5 tỉnh, thành phố lớn bao gồm: Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Quảng Ninh. Hiện nay, sau 2 năm thực hiện thí điểm Đề án và Hội nghị Tổng kết 02 năm triển khai thực hiện thí điểm ngày 19/12/2017, Bộ Giao thông vận tải đã có văn bản đề nghị Thủ tướng Chính phủ cho phép các đơn vị cung cấp phần mềm và đơn vị vận tải đang tham gia thí điểm tiếp tục kéo dài thời gian hoạt động. Theo Quyết định số 24/QĐ-BGTVT ngày 07/01/2016, việc đăng ký loại hình kinh doanh trên được coi là loại hình vận tải đặt xe bằng hợp đồng điện tử. Cho đến nay, theo dự thảo Nghị định sửa đổi Nghị định 86/2014/NĐ-CP, khi đơn vị kinh doanh quyết định giá cước và điều hành lái xe thì được coi là đơn vị kinh doanh vận tải và có thể được coi là hình thức kinh doanh vận tải hành khách theo hợp đồng trong trường hợp của các nền tảng ứng dụng công nghệ như Uber hay Grab với hình thức hợp đồng điện tử. Đối với các đơn vị này, cần thực hiện các quy định đối với đơn vị cung cấp ứng dụng kết nối hợp đồng vận tải điện tử như trong Điều 20 của Dự thảo Nghị định 86. Bên cạnh đó, các điều kiện kinh doanh vận tải hành khách theo hợp đồng, vận tải khách du lịch bằng xe ô tô được quy định chi tiết tại Điều 17 của Dự thảo Nghị định sửa đổi Nghị định 86/2014/NĐ-CP. Đối với vấn đề bảo hiểm, theo điểm b khoản 2 Điều 69 Luật Giao thông đường bộ năm 2008 quy định: Người kinh doanh vận tải hành khách phải có nghĩa vụ mua bảo hiểm cho hành khách; phí bảo hiểm sẽ được tính vào giá vé hành khách và Điều 533 Bộ luật Dân sự quy định về trách nhiệm bồi thường thiệt hại của bên vận chuyên. Bộ Tài chính cũng thừa nhận, cơ chế thu thuế đối với các mô hình kinh doanh theo loại hình mới trong lĩnh vực vận tải như là một đơn vị vận tải cụ thể là Grab hiện nay phải nộp thuế thu nhập doanh nghiệp 20% và thuế GTGT 10%. Đối với tài xế cung ứng dịch vụ trên thị trường, Grab thu hộ thuế và nộp thuế GTGT 3% và thuế thu nhập cá nhân

1,5% trên doanh thu cho các tài xế tham gia lái xe. Đối với dịch vụ chia sẻ phòng ở tại Việt Nam: Mô hình này hiện nay đều phải tuân thủ theo một số quy định về pháp luật về đăng ký kinh doanh như Luật Doanh nghiệp (2014), và các quy định pháp luật chuyên ngành khác như Luật Du lịch (2017), Luật Nhà ở (2014). Ngoài ra, do đây là một loại hình kinh doanh có điều kiện nên dịch vụ chia sẻ/đặt phòng ở cũng tuân thủ theo các quy định cụ thể như sau: Dịch vụ chia sẻ phòng ở là một trong những loại hình kinh doanh lưu trú du lịch, các loại cơ sở lưu trú được cho phép quy định tại Điều 48 của Luật Du lịch (2017) bao gồm: Khách sạn, biệt thự du lịch, căn hộ du lịch, tàu thủy lưu trú dịch vụ, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách thuê du lịch, bãi cắm trại du lịch, và các cơ sở khác,... Điều kiện kinh doanh đối với các dịch vụ lưu trú được quy định chi tiết tại Điều 49 trong Luật Du lịch (2017). Cụ thể trình tự thủ tục đăng ký đối với các đơn vị cho thuê là khách sạn, được quy định rất rõ tại Điều 27 trong Luật Doanh nghiệp (2014) và các văn bản pháp qui hướng dẫn thi hành Luật Doanh nghiệp như: Nghị định 78/2015/NĐ-CP ngày 14/9/2015 của Chính phủ về đăng ký doanh nghiệp; Thông tư 20/2015/TT-BKH ngày 1/12/2015 của Bộ Kế hoạch Đầu tư hướng dẫn một số nội dung về trình tự, thủ tục đăng ký doanh nghiệp theo quy định tại Nghị định 78/2015/NĐ-CP. Tuy nhiên, nếu đối tượng là cá nhân cung cấp nhà ở cho thuê thì không cần đăng ký kinh doanh nhưng vẫn cần tuân thủ các quy định về chất lượng, an toàn cho bên thuê nhà ở, có đầy đủ hệ thống điện, cấp, thoát nước, bảo đảm vệ sinh môi trường tại Điều 118 trong Luật Nhà ở (2014). Điều kiện an ninh, trật tự; an toàn về phòng cháy và chữa cháy, bảo vệ môi trường; an toàn thực phẩm theo quy định của pháp luật thì cá nhân hay tổ chức phải thỏa mãn các điều kiện quy định tại Luật phòng cháy và chữa cháy (2001), Luật sửa đổi bổ sung phòng cháy và chữa cháy (2013), Luật an toàn thực phẩm (2010), Nghị định số 96/2016/NĐ-CP, ngày 01/7/2016 của Chính phủ quy định điều kiện về an ninh, trật tự đối với một số ngành nghề kinh doanh có điều kiện và các văn bản pháp qui hướng dẫn thi hành. Về điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật, tại Điều 27 trong Nghị định 168/2017/NĐ-CP về hướng dẫn thi hành Luật Du lịch có quy định chi tiết về điều kiện tối thiểu về cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ đối với nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê phải có. Đối với dịch vụ lưu trú nói chung, Bộ Tài chính đã có quy định rất rõ ràng cụ thể liên quan đến quy định nộp thuế đối với loại hình này. Cụ thể chi tiết theo thông tin nào phản ánh được Nhà nước đã thu thuế được của loại hình dịch vụ này do chưa thể quản lý được Airbnb về số lượng và doanh thu. Trong khi đó, đối với các hoạt động kinh doanh dịch vụ đặt phòng trực tuyến của Agoda, Traveloka, Expedia, Bộ Tài chính đã có Công văn số 848/BTC-TCT ngày 18 tháng 1 năm 2017 về hướng dẫn chính sách thuế và quản lý thuế rất rõ ràng (Hong Phúc, 2018). Nhìn chung, khuôn khổ pháp luật cho loại hình dịch vụ chia sẻ phòng ở đã rất chi tiết tại Việt Nam từ rất lâu, cho dù là dịch vụ lưu trú qua trực tuyến hay qua ứng dụng công nghệ cao cũng cần phải tuân theo các quy định bắt buộc của pháp luật. Tuy nhiên, để có sự tuân thủ pháp luật chặt chẽ đúng quy trình đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ lưu trú theo mô hình kinh tế chia sẻ thì cần có sự phối hợp tích cực của các bên tham gia trong việc kê khai, cung cấp thông tin. Trên thực tế, để đăng ký dịch vụ chia sẻ phòng qua mạng, những người cung cấp dịch vụ cũng được

Airbnb thông báo phải tự có trách nhiệm tuân thủ và thực hiện nghĩa vụ thuế hay các nghĩa vụ khác theo quy định pháp luật của địa phương (Airbnb, 2018). (VNEP,2018)

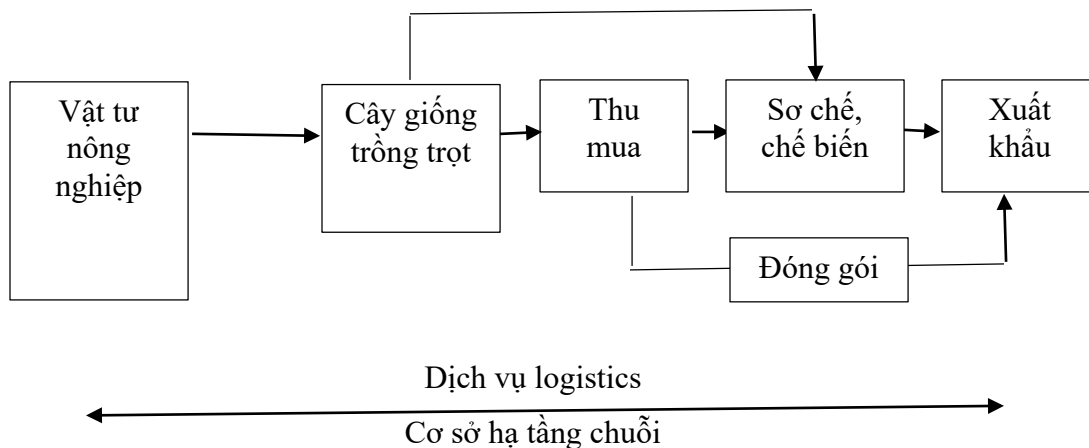
Hệ thống mạng còn tiềm ẩn nhiều rủi ro để lộ ra lỗ hổng về thông tin cho người sử dụng dịch vụ hay là các rủi ro về công nghệ trong quá trình sử dụng. Các qui định về an toàn thông tin cũng còn thiếu liên quan đến việc trách nhiệm các bên khi thông tin bị rò rỉ, mất mát, hay nghiêm trọng hơn là bán thông tin trái phép không được sự đồng ý của khách hàng. Khung pháp lý về hoạt động kinh doanh hiện nay vẫn “thuần túy” là các quy định kinh doanh truyền thống, mà chưa có các quy định hay điều chỉnh các hoạt động kinh doanh “chia sẻ”, gây khó khăn trong việc phát triển các hoạt động kinh doanh chia sẻ nhằm phát huy tối đa việc tận dụng các nguồn lực dư thừa của xã hội và sử dụng hiệu quả hơn các tài sản sẵn có của xã hội. Cụ thể như để dễ kiểm soát, Bộ Giao thông vận tải quy định một xe chỉ được ký một hợp đồng với mục tiêu chính là ngăn chặn tình trạng xe dù, bến cóc. Tuy nhiên, nếu áp dụng quy định đó đối với loại xe vận tải hành khách trực tuyến theo hợp đồng thì không hợp lý vì trong Bộ Luật dân sự cũng qui định không hạn chế quyền giao kết một hợp đồng hay hai hợp đồng trong quá trình vận tải. Về mặt thuế, đối với loại hình kinh doanh có đăng ký nào bất kể là theo mô hình kinh tế chia sẻ hay theo mô hình kinh doanh truyền thống thu đủ theo loại hình kinh doanh. Tuy nhiên, hiện nay đối với các doanh nghiệp có trụ sở ở nước ngoài kinh doanh tại Việt Nam, có doanh thu tại Việt Nam, chỉ nộp được thuế thu nhập doanh nghiệp theo phương thức trực tiếp do không quản lý được đầu vào ở nước ngoài và không có trụ sở thường trú tại Việt Nam. Do vậy, gây ra sự bất bình đẳng giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Khoảng trống về nghĩa vụ thuế của các loại công ty này trong kinh tế chia sẻ diễn ra tại Việt Nam cần được khắc phục. Hiện còn thiếu (hoặc chưa hoàn thiện) các cơ chế, chính sách quản lý các giao dịch thanh toán điện tử xuyên biên giới để có thể giám sát việc thực hiện nghĩa vụ thuế của các đối tác nước ngoài tham gia vào các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam. Các quy định về thông tin trên mạng được quy định trong Luật Công nghệ thông tin và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật hay Nghị định 52/2013/NĐ-CP về TMĐT mới chủ yếu đề cập đến các cá nhân, tổ chức kinh doanh trong và ngoài nước (có chi nhánh hay đầu tư ở Việt Nam) mà chưa có quy định pháp lý nào đối với các cá nhân hay tổ chức nước ngoài có hợp tác, kinh doanh tại Việt Nam (không có văn phòng, đại diện tại Việt Nam). Do vậy còn thiếu các qui định liên quan đến trách nhiệm của các nền tảng như Uber, Airbnb v.v... về cung cấp thông tin cho các cơ quan quản lý. Ví dụ theo quy định của Bộ Công thương, chỉ với các trang web thương mại điện tử có tên miền Việt Nam nhưng vẫn phát sinh giao dịch tại Việt Nam nên không bị quản lý.

Tóm lại, phạm vi áp dụng các ứng dụng dữ liệu lớn của cách mạng công nghiệp 4.0 vào kinh tế chia sẻ sẽ vượt xa sản xuất sơ cấp, được sử dụng để cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh, cung cấp những hiểu biết tiên đoán trong hoạt động sản xuất kinh doanh, thúc đẩy các quyết định về hoạt động trong thời gian thực hiện và thiết kế lại quy trình kinh doanh cho các mô hình kinh doanh, thay đổi trò chơi. Ứng dụng kinh tế chia sẻ là xu hướng của thế giới dưới tác động mạnh mẽ của cách

mạng công nghiệp 4.0. Việt Nam đang đứng trước cơ hội “đi tắt, đón đầu”, bắt kịp với nền kinh tế thế giới, vì vậy, chính phủ và doanh nghiệp cần phải nhanh chóng thích ứng và tận dụng những lợi ích mà kinh tế chia sẻ mang lại.

4.3. CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU RAU QUẢ

Mô hình chung của các chuỗi rau quả hiện nay theo chủ thể là DN-HTX, đơn vị thu mua rau quả, đơn vị chế biến, đơn vị trồng rau quả (thuộc hoặc không thuộc DN-HTX). Trong đó, DN-HTX là trung tâm đảm nhận đầu ra cho chuỗi, xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển chuỗi. Việc quản trị chuỗi được thực hiện theo mệnh lệnh top-down, nghĩa là DN-HTX trung tâm sẽ ra quyết định, giao nhiệm vụ cho các đơn vị thực hiện, còn bản thân các đơn vị cấp dưới chỉ thực hiện mệnh lệnh từ cấp trên và không có sự kết nối chủ động giữa các đơn vị cấp dưới. Thực tế, chưa hình thành các chuỗi theo kiểu tự nguyện, theo đó mỗi khâu trong chuỗi được chuyên môn hóa, các đơn vị cùng cấp (cùng 1 khâu trong chuỗi) hỗ trợ lẫn nhau, và các khâu kết nối với nhau để tạo thành một chuỗi hoàn chỉnh mà chỉ mới hình thành dạng chuỗi mà đa phần các khâu đều thuộc một DN-HTX nhất định, việc kết nối với các đơn vị ngoài DN-HTX này rất ít.



Hình 4.1. Sơ đồ chuỗi cung ứng xuất khẩu rau quả Việt Nam

Nguồn: Tác giả

Hình 4.1. mô tả CCUXKRQ Việt Nam, bắt đầu từ khâu cung ứng vật tư nông nghiệp (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, vật liệu chăm sóc cây, nhà kính...) đến khâu cây giống, trồng trọt, đơn vị thu mua sẽ thu mua rau quả tươi từ đơn vị trồng trọt sau đó cung cấp cho đơn vị sơ chế, chế biến và cung cấp cho đơn vị xuất khẩu rau quả. Cụ thể:

Khâu cung cấp cây giống và vật tư nông nghiệp: Cây giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật... là những vật tư đầu vào cần thiết cho quá trình trồng trọt. Nông dân chủ yếu mua vật tư ở các đại lý bán lẻ. Các đại lý này có thể bán chịu vật tư nông nghiệp cho nông dân và hỗ trợ nông dân cách thức sử dụng phân bón thuốc bảo vệ thực vật... Đa phần các đại lý cung cấp phân bón, thuốc bảo vệ thực vật hiện nay được thực hiện ngay tại địa phương, là những người có quen biết với nông dân, nhiều trường hợp có canh tác cùng loại cây trồng trên địa

phương nên đại lý vật tư nông nghiệp cũng là người tư vấn cách thức sử dụng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật. Các nhà cung ứng vật tư nông nghiệp công nghệ cao như hệ thống phun tưới, hệ thống theo dõi nông nghiệp (kiểm tra độ ẩm, nhiệt độ, trạm quan trắc nông nghiệp...), hệ thống nhà lưới, nhà kính... thường tập trung ở khu vực trung tâm của tỉnh, thành phố. Ngoài các nhà cung ứng vật tư nông nghiệp công nghệ cao của nước ngoài như Israel, Nhật Bản thì hiện nay trên thị trường cũng có các nhà cung ứng của Việt Nam cung cấp các sản phẩm tương tự như hệ thống tưới, hệ thống nhà lưới, hệ thống nhà kính lấy công nghệ từ các ước Nhật Bản và Israel nhưng được lắp ráp tại Việt Nam với chi phí thấp hơn.

Khâu cây giống, trồng trọt: Vật tư nông nghiệp sẽ được cung cấp cho đơn vị cây giống và trồng trọt. Ở Việt Nam hiện nay, các đơn vị lớn được thành lập dưới dạng DN-HTX hầu hết đều chủ động khâu ươm giống, tổ chức trồng trọt và bán cây giống cho các đơn vị, hộ nông dân cần mua. Người nông dân phải mua giống từ các công ty. Mỗi quan hệ là mua đứt-bán đoạn, đôi khi công ty cũng hỗ trợ về mặt kỹ thuật cách thức trồng cây có hiệu quả. Các công ty xuất khẩu rau quả tổ chức sản xuất theo Globalgap, Vietgap để bán trong nước hoặc theo quy trình chuẩn của công ty để bán ra siêu thị hoặc cửa hàng.

Nông dân trồng rau quả chủ yếu là các nông hộ nhỏ (85-90%) và có khoảng 10-15% là có nông trại lớn. Việc trồng trọt chủ yếu dựa theo kinh nghiệm. Một số có làm theo chương trình VietGap nhưng chưa có đầu ra. Hầu hết nông dân sử dụng phương pháp bán xô nên việc phân loại sản phẩm là do thương lái chịu trách nhiệm.

Khâu thu mua: Do diện tích trồng cây ăn quả thường phân tán, nhỏ lẻ, nhưng thị trường tiêu thụ lại đòi hỏi một khối lượng lớn tập trung, nên chức năng thu gom giữ một vị trí quan trọng trong chuỗi. Người thu mua có thể là nhân viên công ty chế biến xuất khẩu rau quả hoặc thương lái. Nhân viên công ty đi thu mua thường có mối quan hệ hoặc hợp đồng thường xuyên với các hợp tác xã, nhà vườn. Các thương lái tự do thu mua ở ngay chính địa bàn cư trú, nắm bắt rõ thông tin về vùng sản xuất, thời điểm thu hoạch và đôi khi cũng chính là nông dân, đứng ra thu mua rau quả của các nông hộ nhỏ trồng trong khu vực để bán lại cho vừa đóng gói hoặc doanh nghiệp chế biến. Họ không có bất kỳ hình thức bảo quản hay tồn trữ nào, cũng không quan tâm đến đóng gói hay dán nhãn. Họ có thể chịu cả trách nhiệm thu hái và vận chuyển, tùy theo hợp đồng thỏa thuận miệng với nông dân. Thương lái cấp 1 có quy mô nhỏ, có nhiệm vụ thu gom và giao trái cây ngay trong ngày cho thương lái cấp 2.

Thương lái cấp 2 cũng thường là người cư trú ngay trên địa bàn tỉnh có trái cây, hoạt động ở quy mô lớn hơn, đôi khi có thể trở thành chủ vừa đóng gói nhỏ. Thương lái cấp 2 có nhiệm vụ tập hợp trái cây với số lượng lớn theo yêu cầu của chủ vừa đóng gói, phân loại sơ bộ theo phẩm cấp xác định, tỉa bỏ phần trái hư hoặc bị sâu bệnh, sau đó giao cho vừa đóng gói. Thời gian trái cây lưu giữ ở thương lái cấp 2 có thể dao động từ 1 đến 3 ngày, tùy lại trái cây. Vừa đóng gói có thể tiếp tục lưu giữ trái cây khoảng 2-3 ngày trong quá trình thu gom với số lượng đủ lớn để chuyển tới chợ bán buôn hoặc tới các đơn vị xuất khẩu. Tại đây, việc phân loại được tiến hành kỹ lưỡng cho từng khu vực thị trường khác nhau. Nhưng cách thức bảo quản

vẫn hết sức thô sơ. Các trái cây tương đối lớn và có vỏ dày như bưởi, sầu riêng, thanh long... thường được xếp đồng ngay trên sàn vừa. Sàn vừa khá bẩn, không được khử trùng, sát khuẩn và là nơi kích thích quá trình phát triển của vi khuẩn. Các loại trái cây vỏ mỏng và dễ hư hỏng hơn như vải, nho, vú sữa... thì được xếp trong sọt tre, thùng nhựa, thùng carton và cũng xếp thẳng lên sàn, đồng thời xếp chồng lên nhau để tiết kiệm diện tích. Hoạt động thu mua trái cây tại Việt Nam hiện gặp khá nhiều bất cập không chỉ do nguồn cung phân tán, mà còn do sản phẩm không đồng nhất về chất lượng, kích cỡ, hình dáng, trọng lượng và tính an toàn thực phẩm. Lý do là có sự tham gia của số lượng rất đông các hộ nông dân, với trình độ sản xuất, ý thức kinh doanh và nhận biết về thị trường rất khác nhau.

Do sản xuất nông nghiệp có tính mùa vụ, lại phụ thuộc vào biến động của thời tiết và điều kiện tự nhiên, làm cho chuỗi cung ứng trái cây thường mang đặc điểm không liên tục và có sự thay đổi rất nhanh về khối lượng, chất lượng, trong khi nhu cầu tiêu dùng đối với trái cây thường đều đặn và liên tục quanh năm. Vào vụ thu hoạch, khối lượng trái cây tăng nhanh, chất lượng cao và nhu cầu bán ra thị trường rất lớn, làm cho giá trái cây hạ. Ngược lại, khi hết vụ thu hoạch thì khối lượng giảm, chất lượng thấp hơn nhưng giá bán trên thị trường lại cao hơn. Đặc điểm này khiến cho công tác dự trữ trở nên cấp thiết hơn để giúp cân đối tốt hơn cung cầu thị trường. Bên cạnh đó, trái cây là sản phẩm tươi sống, dễ bị hỏng, nhanh giảm phẩm chất sau khi thu hoạch nên cần có sự hỗ trợ của công nghệ đóng gói, chế biến và bảo quản phù hợp thì mới có khả năng kéo dài được thời gian dự trữ và tiêu dùng. Chỉ có một tỷ lệ nhỏ trái cây có giá trị cao, thường dành cho thị trường xuất khẩu, là được áp dụng công nghệ bảo quản hiện đại và được trữ lạnh để kéo dài thời gian dự trữ và đảm bảo chất lượng sản phẩm. Nhiệt độ phù hợp để tạm trữ trái cây tươi có thể được áp dụng công nghệ bảo quản hiện đại và được trữ lạnh để kéo dài thời gian dự trữ và đảm bảo chất lượng sản phẩm. Nhiệt độ phù hợp để tạm trữ trái cây tươi có thể dao động từ 6 đến 16°C, tùy thuộc đặc điểm từng loại quả. Những doanh nghiệp xuất khẩu lớn, ví dụ như Công ty TNHH Thanh long Hoàng Hậu (Bình Thuận), mới đầu tư vào cơ sở vật chất kỹ thuật và công nghệ cho bảo quản lạnh.

Thương lái đóng vai trò là cầu nối giữa người trồng trọt với chủ vừa/doanh nghiệp. Thông thường, thương lái sẽ bao bao tiêu nguyên vườn khi đến thời điểm thu hoạch. Đây là hình thức ưa chuộng nhất của nông dân, do không phải tham gia vào việc thu hoạch, bảo quản, mà vẫn đảm bảo bán hết được các loại trái cây, kể cả loại phẩm cấp thấp.

Vừa thu gom có vai trò chi phối toàn bộ hoạt động của các kênh phân phối trái cây tại địa phương. Các chủ vừa đóng gói chủ yếu là người trong tỉnh, đã có kinh nghiệm nhiều năm và thường kinh doanh vài loại quả cùng lúc. Quy mô của các chủ vừa có thể rất khác nhau. Các vừa nhỏ có chức năng gần giống như thương lái lớn, làm nhiệm vụ thu gom và phân loại, sau đó tập kết tới các vừa đóng gói lớn. Vừa đóng gói thực hiện rất nhiều hoạt động trong chuỗi như phân loại, đóng gói, bảo quản và vận chuyển. Trái cây được thu gom với số lượng đủ lớn, đủ trọng tải xe thì sẽ xuất khẩu đi Trung Quốc là chính và qua đường tiểu ngạch là chủ yếu. Các chủ vừa có thể nằm ngay tại khu vực trồng trọt lớn như thanh long Bình Thuận, song nhiều

vừa nằm ở các chợ đầu mối ở các đô thị lớn, nơi có sức tiêu thụ cao. Họ có kinh nghiệm hoạt động nhiều năm và kinh doanh đa dạng các loại hoa quả tùy theo mùa vụ và từ nhiều vùng miền trên cả nước. Họ có mối quan hệ lâu dài với nhiều vừa đóng gói ở các tỉnh, do đó họ có thể giao dịch với nhau về giá cả dựa trên sự tin tưởng và kinh nghiệm. Ở Hà Nội có chợ bán buôn trái cây Long Biên, Hoàng Mai. Ở thành phố Hồ Chí Minh có chợ trái cây Thủ Đức, Hóc Môn. Sau khi thỏa thuận với chủ vừa đóng gói địa phương qua điện thoại, các chủ vừa bán buôn sẽ thuê ô tô vận chuyển. Tùy thuộc theo loại trái cây và khoảng cách mà việc đóng gói và vận chuyển có nhiều khác biệt. Công việc đóng gói do chủ vừa địa phương thực hiện, nhưng chủ vừa phân phối ngoại tỉnh sẽ phải giám sát và thanh toán các chi phí.

Khâu sơ chế chế biến: Thông thường, nếu đúng qui trình thì rau quả được thu hoạch vào lúc sáng sớm vì khi đó rau quả trông tươi mát, chưa mất nước và cân nặng nhất trong ngày. Sau khi nhổ rau được cắt gốc tại vườn nếu có yêu cầu, một số Công ty, hợp tác xã và một số khách hàng thường yêu cầu phải cắt gốc.

Cắt tỉa: Công tác này nhằm loại bớt các lá vàng, bóc tỉa các lá không đẹp, hay cắt tỉa khi rau có độ dài thân không đồng đều... Đây cũng là khâu phân loại nhanh để đáp ứng các nhu cầu khác nhau của người tiêu dùng. Nhìn chung chất lượng rau quả xuất khẩu phải đảm bảo độ đồng đều về mẫu mã và độ an toàn về VSTP. Hao hụt trong việc cắt gốc, tỉa bỏ đối với rau quả trung bình khoảng 10-15%, vào những ngày mưa có thể lên tới 50 – 60%. Sau khi cắt tỉa, rau được bó thành 0.5 – 0.8 kg/ bó tùy theo yêu cầu của người tiêu dùng và thực hiện dán nhãn. Việc dán nhãn là yêu cầu bắt buộc đối với rau quả xuất khẩu, thông qua dán nhãn có thể truy xuất nguồn gốc và đảm bảo chất lượng nông sản.

Rau quả có thể chế biến bằng cách đóng hộp, sấy dẻo, sấy khô hoặc đông lạnh để có được thời gian bảo quản và tiêu dùng lâu hơn, hạn chế tính vụ mùa của sản phẩm. Tuy nhiên, thực trạng hiện nay là sản lượng rau quả chế biến chiếm tỷ lệ rất thấp. Phần lớn các sản phẩm rau quả chế biến nhằm đáp ứng cho thị trường xuất khẩu, tiêu thụ trong nước khá ít và tập trung chủ yếu tại các siêu thị và cửa hàng tạp hoá. Các đơn vị chế biến có quy mô rất khác nhau. Bên cạnh các nhà máy lớn, công nghệ hiện đại, còn có hàng chục ngàn cơ sở chế biến nhỏ, sản xuất thủ công. Nhìn chung, lĩnh vực chế biến rau quả trái cây ở Việt Nam kém phát triển, tổ chức chưa hợp lý, các nhà máy đều không sử dụng hết công suất, tình trạng thiếu nguyên liệu diễn ra khá phổ biến và sản phẩm thiếu sức cạnh tranh.

Rau quả xuất khẩu được tiêu thụ chủ yếu dưới hình thức đã qua sơ chế/ chế biến. Theo đó, rau quả sau khi được dán nhãn sẽ được cung cấp đến các doanh nghiệp sơ chế/chế biến bằng phương thức trực tiếp từ người sản xuất hoặc qua các khâu trung gian là HTX nông nghiệp hoặc DN thu gom. Rau, quả được sơ chế và chế biến đơn giản như các sản phẩm vải, nhãn sấy; dưa chuột, cà chua muối... Rau quả chế biến sâu chủ yếu là loại đóng hộp, đông lạnh, nguyên chất, cô đặc, nước hoa quả, chiên, sấy...

Khâu xuất khẩu: Hiện rau quả tươi và chế biến của Việt Nam có mặt ở hơn 50 quốc gia khác nhau, nhưng cơ cấu thị trường xuất khẩu không đều. Riêng Trung Quốc đã tiêu thụ

khoảng 75% trái cây tươi xuất khẩu của Việt Nam, chủ yếu qua đường tiểu ngạch. Thị trường Nhật Bản, Hoa Kỳ và EU có nhu cầu cao đối với rau quả tươi nhiệt đới nhưng đòi hỏi rất cao về các tiêu chuẩn chất lượng như kích cỡ, an toàn vệ sinh, màu sắc, xuất xứ v.v. nên việc xuất khẩu rau quả tươi còn hạn chế, đa số vẫn là rau quả chế biến hoặc đông lạnh..

Khâu Logistics: Trong toàn bộ quá trình logistics, từ việc thu mua, dự trữ, bảo quản, cho đến công tác vận chuyển và tiêu thụ, cách thức bao gói và xếp dỡ có thể đóng vai trò hỗ trợ, nhưng có thể cản trở việc duy trì tuổi thọ và chất lượng tối đa của trái cây nếu không thực hiện đúng cách. Hiện nay, bao bì thu hái tại vườn khá đa dạng và tận dụng những vật liệu tại chỗ. Bao tải và sọt tre được dùng khá phổ biến bởi dễ tìm và chi phí thấp, nhưng lại dễ bị nén ép và làm giảm chất lượng trái cây. Ở các nông hộ lớn thì có sử dụng thùng thưa bằng nhựa trong thu hái và đóng gói tại chỗ. Thùng nhựa có chi phí ban đầu tương đối cao, nhưng có độ bền và có thể sử dụng lại nhiều lần, đồng thời có thể rửa sạch và diệt khuẩn, nấm mốc dễ dàng. Thùng nhựa còn có thể xếp chồng lên nhau để tiết kiệm không gian lưu trữ và vận chuyển. Thực trạng cách thức xếp hàng trong thùng gỗ hay sọt nhựa được tiến hành tương đối tốt ở các vụ đóng gói. Nhờ độ cứng của những vật liệu đó mà có thể dễ dàng xếp chồng lên nhau tại vụ hoặc trên phương tiện vận tải mà không làm bầm dập trái cây. Nhưng khi đóng gói trái cây trong các sọt tre và xếp chồng lên nhau thì cần phải có các tấm gỗ nằm ngang giữa các khối hàng để tránh làm hỏng quả ở các lớp dưới. Tuy nhiên, nhiều chủ vụ và các chủ phương tiện vẫn chưa lưu ý đến sự khác biệt này và có cùng một cách đóng gói và xếp dỡ như nhau. Bên cạnh đó, việc đóng gói trên phương tiện vận chuyển ít lưu ý đến việc đảm bảo thông khí thích hợp, dẫn đến hiện tượng nóng cục bộ hoặc yếm khí, khiến trái cây bị chín nhanh hơn, thời gian sử dụng bị rút ngắn và hao hụt nhiều hơn. Nhìn chung, việc xếp dỡ và bảo quản vẫn còn hết sức thô sơ, các thao tác nhiều khi còn cầu thả và mạnh tay, làm cho trái cây dễ bị dập nát. Việc chất xếp quá tải vẫn thường xảy ra để tận dụng trọng tải phương tiện mà ít cân nhắc đến chất lượng trái cây. Việc bốc dỡ hàng hoàn toàn thủ công, không có sự hỗ trợ của các phương tiện cơ giới như xe nâng hạ hàng. Các kỹ thuật bao gói và bảo quản hiện đại giúp kéo dài tuổi thọ của trái cây sau thu hoạch (màng sinh học Chitosan, công nghệ bao gói điều biến khí,...) hiện mới được áp dụng với quy mô nhỏ, cho một số loại trái cây giá trị cao, ví dụ như cho bưởi da xanh.

Vận chuyển: Tùy thuộc vào nơi người tiêu dùng yêu cầu mà phương thức vận chuyển và đóng gói khác nhau: (a) khi bán cho người bán buôn tiêu thụ trong nước, vụ địa phương chỉ tập kết hàng lại và họ tự đến vận chuyển. Vận chuyển đường xa trên thị trường nội địa (ví dụ như từ Nam ra Bắc) tuy vẫn là xe tải thường nhưng có thêm thùng xốp, đá lạnh và túi nilông để bảo quản tốt hơn; (b) đối với hàng xuất khẩu EU và các thị trường xa khác thì thường đóng gói thùng carton và vận chuyển xe tải lạnh; (c) đối với hàng xuất khẩu bằng đường bộ đi Trung Quốc hoặc các nước lân cận thì thường đóng gói thùng carton, hộp nhựa hoặc sọt tre và vận chuyển xe tải thường. Việc vận chuyển phụ thuộc vào đặc điểm trái cây, địa điểm và khoảng cách vận chuyển. Một số loại trái cây như bưởi, thanh long, bơ... có vỏ dày nên dễ vận chuyển hơn so với các loại trái như xoài, nho, nhãn. Cách thức vận chuyển và xếp dỡ trên thị trường

nội địa được thể hiện tóm tắt trong bảng 2.4. Việc phát triển ngành vận tải tư nhân đã tạo nhiều cơ hội và phương thức vận chuyển linh hoạt để mở rộng thị trường trái cây. Nhưng do các phương tiện vận chuyển được sử dụng khá cũ và cách bốc dỡ tùy tiện nên có ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng trái cây và tăng lượng hao hụt không đáng có. Thậm chí, trong chuỗi cung ứng bơ từ Đắk Lắk ra Hà Nội, không hiếm trường hợp các sọt tre đựng trái bơ được vận chuyển trên nóc xe khách và che đậy khá sơ sài, khó tránh khỏi mưa nắng và rung lắc trong quá trình vận chuyển. Trong khi, thời gian vận chuyển từ Đắk Lắk ra Hà Nội trên 30 giờ, nên có tác động xấu đến chất lượng và tính an toàn của trái cây. Điều kiện vận chuyển nghèo nàn là một yếu tố quan trọng gây nên tỷ lệ hao hụt lớn trong chuỗi cung ứng trái cây. Đường bộ là tuyến đường vận chuyển phổ biến nhất cho thị trường tiêu thụ nội địa cũng như xuất khẩu sang các nước lân cận như Trung Quốc bởi tốc độ và tính linh hoạt của nó cho các khoảng cách dưới 500 km. Chẳng hạn, quá trình xuất khẩu xoài từ Tiền Giang sang Trung Quốc được bắt đầu từ việc phân loại ở vừa đóng gói. Nhà vừa đóng gói xoài trong thùng gỗ, xếp lên các xe tải thường, trọng tải 8-10 tấn, đi từ Tiền Giang tới Tân Thanh, Lạng Sơn mất khoảng 66-70 giờ (3 ngày đêm). Nếu không có trở ngại gì thì thường cần khoảng 4-5 ngày đêm, tính từ khi rời vừa đóng gói ở Tiền Giang, để xoài đến địa điểm bán lẻ trong tỉnh Quảng Châu, Trung Quốc. Một hạn chế rõ nét nữa trong vận tải đường bộ cho trái cây tươi trên thị trường nội địa là tình trạng vận chuyển rỗng (không tải) khá cao và lộ trình vận chuyển chưa tối ưu, gây ra nhiều lãng phí. Có phương án thiết kế tuyến đường hợp lý sẽ giúp giải quyết thỏa đáng vướng mắc này, giúp giảm chi phí vận chuyển, đồng thời đóng góp tốt cho mục tiêu phát triển bền vững trong chuỗi cung ứng trái cây. Đường hàng không thường được sử dụng trong trường hợp xuất khẩu trái cây tươi sang thị trường có khoảng cách xa và có giá bán tương đối cao, ví dụ như xuất khẩu xoài từ Tiền Giang sang Pháp hoặc xuất khẩu thanh long từ Bình Thuận sang Mỹ. Chỉ có những trái cây phẩm chất đặc biệt mới được lựa chọn cho những thị trường này, ví dụ như xoài Cát Hoà Lộc, loại được thu hoạch rất cẩn thận, không bị dập và trầy xước, màu sắc phải đẹp, đủ trọng lượng, mẫu mã đặc trưng về giống. Thời gian kể từ khi thu hái, phân loại, đóng gói, xử lý làm chín, vận chuyển đến sân bay và đến các cửa hàng rau quả tại Paris là khoảng 48-50 giờ. Hiện nay, chi phí vận chuyển đường hàng không đối với trái cây Việt Nam vẫn còn quá cao so với các nước như Thái Lan, Trung Quốc. Trung bình cước phí máy bay từ chuyển hàng không hiện nay thì chi phí vận chuyển còn lớn hơn nhiều so với chi phí trồng trọt. Ghe trở trái cây trên đường sông là phương tiện phổ biến và thuận tiện ở vùng sông nước như khu vực đồng bằng sông Cửu Long, nơi trái cây được vận chuyển từ vườn đến vừa đóng gói và từ vừa đóng gói tới các chợ bán buôn trong khu vực. Đường biển thì được dùng chủ yếu trong các trường hợp xuất khẩu rái cây đóng hộp và đông lạnh. Do thời gian vận chuyển có thể kéo dài từ 10 đến 30 ngày, nên chỉ có một số ít trái cây tươi có thời gian bảo quản lâu như thanh long, bưởi, sầu riêng... là được vận chuyển bằng đường biển. Đường biển được lựa chọn bởi ưu thế chi phí thấp và khối lượng vận chuyển lớn. Khi lựa chọn đường biển, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam tập trung đầu tư nhiều

hơn cho các phương án đóng gói và bảo quản hiện đại, đảm bảo tính tươi mới của trái cây khi tiếp cận thị trường.

4.4. THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG KINH TẾ CHIA SẺ TRONG CHUỖI CUNG ỨNG XUẤT KHẨU RAU QUẢ VIỆT NAM

4.4.1. Một số nền tảng kinh tế chia sẻ trong nông nghiệp ở Việt Nam

Tại Việt Nam, những năm gần đây đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của các dịch vụ kinh tế chia sẻ làm thay đổi cách thức vận hành hoạt động kinh doanh và tiêu dùng. Ý tưởng ứng dụng kinh tế chia sẻ trong phát triển sản xuất, kinh doanh nông nghiệp nói chung và rau quả nói riêng đã manh nha hình thành ở thị trường Việt Nam trong những năm gần đây với tham vọng ứng dụng kinh tế chia sẻ để giải quyết các vấn đề mà hiện nay hình thức kinh tế truyền thống chưa giải quyết được như: nâng cao vai trò, quyền quyết định của người nông dân trong quá trình kinh doanh, xuất khẩu nông sản, đưa khoa học kỹ thuật đến cho nông dân, minh bạch thông tin về thị trường, cung cầu giá cả...

Trung tâm Hợp tác quốc tế và nuôi trồng thủy sản bền vững (ICAFIS), thuộc Hội nghề cá Việt Nam và Tổ chức Oxfam phối hợp Công ty CP Công nghệ và Đầu tư Cửu Long cho ra mắt “Sàn giao dịch tôm Việt”. Sàn giao dịch tôm Việt sẽ giúp người bán chủ động hơn trong các giao dịch mua bán sản phẩm. Thông tin về giá tôm, chất lượng, kích cỡ tôm, hình thức thanh toán, thời điểm giao hàng... sẽ được niêm yết công khai trên sàn giao dịch, giúp giảm thiểu các rủi ro về thị trường, ổn định sản xuất cho người nuôi tôm tại Việt Nam. Sàn giao dịch sẽ miễn phí sử dụng cho người nuôi tôm tham gia dự án chuỗi giá trị tôm bền vững (Hình 4.2).



Hình 4.2. Sàn giao dịch tôm Việt

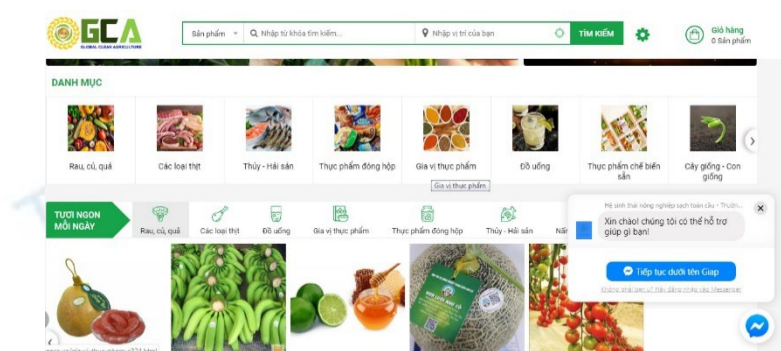
Nguồn: <https://cnsv.vn>

Việc hình thành sàn giao dịch này, sẽ giúp giải quyết được một bài toán khó cho ngành tôm là sản phẩm được giao dịch trực tiếp giữa người bán/mua, không phải qua các khâu trung gian. Ngoài ra, sàn giao dịch cũng giúp giải quyết việc thiếu thông tin cung/cầu thị trường thông qua các phân tích, đánh giá và nhận định về thị trường được cập nhật lên sàn.

Sàn giao dịch nông sản Việt <http://www.chodaumoi.com/>, <https://m.facebook.com/sangiaodichnongsanviet/> chuyên các mặt hàng nông sản trong đó có

rau quả xuất phát điểm là một chợ điện tử bán lẻ, sau đó phát triển lên thành chợ bán buôn giúp tìm kiếm đối tác trong khâu phân phối, gần đây đã hình thành nên các nhu cầu chia sẻ khác như tìm đại lý, tìm người thu gom, tìm lao động, chia sẻ xe vận chuyển, mua chung nguyên liệu, mua chung rau quả, thuê chung kho... Tuy hình thành một cách tự phát và chưa có sự can thiệp điều phối, song điều này thể hiện nhu cầu chia sẻ, kết nối của các thành viên tham gia.

Một sàn giao dịch nông sản khác mới được phát triển phục vụ cho cả nhu cầu nội địa và xuất khẩu là GCAECO. Sàn giao dịch nông nghiệp, thực phẩm, thủy hải sản sạch Việt Nam GCAECO chính thức được xem là sàn giao dịch nông sản đầu tiên tại Việt Nam áp dụng công nghệ Blockchain để truy suất nguồn gốc nông sản và lịch sử giao dịch. (Hình 4.3)



Hình 4.3. Sàn giao dịch nông nghiệp, thực phẩm, thủy sản sạch Việt Nam

Nguồn: <https://santrithuc.vn/>

Sàn GCAECO sẽ chia làm 4 chủng loại gian hàng khác nhau: Gian hàng phổ thông (không có giấy tờ quy chuẩn), gian hàng quy chuẩn (gian hàng có giấy tờ quy chuẩn về chất lượng nông sản), gian hàng xuất khẩu (gian hàng có đầy đủ giấy tờ về điều kiện xuất khẩu) và gian hàng có truy xuất nguồn. Về vấn đề đảm bảo chất lượng, bước đầu người mua và người bán sẽ tự chịu trách nhiệm với nhau. Tuy nhiên, sang quý I/2019, sàn GCAECO bắt đầu sàng lọc các gian hàng đủ tiêu chuẩn để ký kết đảm bảo chất lượng. Khi đó, bất kì khiếu nại của khách hàng về chất lượng sản phẩm sẽ do sàn chịu trách nhiệm.

Trong vấn đề xuất khẩu nông sản, một yếu tố trọng yếu là phải đáp ứng được các rào cản kỹ thuật mà các thị trường nhập khẩu đòi hỏi. Do đó vấn đề chuyển giao kỹ thuật cao trong nông nghiệp cần được đáp ứng. Sàn giao dịch tri thức NOVELIND được xây dựng để hỗ trợ chuyển giao và phát triển thương mại cho các sản phẩm nông nghiệp (địa chỉ giao dịch <https://santrithuc.vn/>). Mục tiêu của sàn giao dịch này không chỉ đơn thuần là giúp bán nông sản mà hướng tới tầm nhìn xa hơn là tận dụng BigData từ mạng xã hội rộng lớn những chủ thể thực hiện xuất khẩu nông sản là đổi mới sáng tạo, kết nối mạng lưới giải pháp nhằm giúp cho thúc đẩy kết nối hoạt động trong chuỗi xuất khẩu rau quả nói riêng và nông sản nói chung. Hình 4.4 mô phỏng mô hình kết nối các bên liên quan trong chuỗi xuất khẩu nông sản. Theo đó sàn Novelind xây dựng mạng lưới kết nối doanh nghiệp, ngân hàng, nhà nghiên cứu, cơ quan quản