

DICHUNG - GIẢI PHÁP GIAO THÔNG TRONG CUỘC CÁCH MẠNG 4.0

Những năm gần đây, mô hình kinh tế chia sẻ đã và đang phát triển nhanh chóng, giúp giảm chi phí giao dịch và sử dụng tài sản, tài nguyên hiệu quả hơn. Tại Việt Nam, nhiều doanh nghiệp cũng đã hoạt động kinh doanh theo mô hình này, trong đó có các doanh nghiệp khởi nghiệp như “Đi chung” (Dichung) là một trong những dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ vận tải, hoạt động dựa trên nguyên lý của nền kinh tế chia sẻ, giải quyết các vấn đề của xã hội. Dự án là kết quả của quá trình nỗ lực nghiên cứu của Nguyễn Thành Nam - một chàng trai thuộc thế hệ 8X.

Từ ý tưởng đến thực tiễn

Năm 2012, trong một lần về quê trên chuyến xe cá nhân của mình, Nguyễn Thành Nam nhận thấy chỗ trống trên xe thực sự lãng phí, trong khi có nhiều người đang phải chen chúc, mệt mỏi ở các bến xe để được về quê. Chính từ lúc đó, ý tưởng khởi nghiệp của Dichung đã ra đời như một giải pháp và lựa chọn mới cho nhu cầu đi lại, di chuyển. Xuất phát điểm từ năm 2013, Thành Nam và các cộng sự đã cho ra mắt thị trường sản phẩm đầu tiên - một sản phẩm hoàn toàn miễn phí, đó là tạo ra một cộng đồng để mọi người có thể chia sẻ nhu cầu đi chung xe của mình nhằm tối ưu hóa chỗ trống trên các phương tiện di chuyển. Thành Nam chia sẻ về ý tưởng và mô hình hoạt động của Dichung: “Đây là hệ thống trực tuyến, khi bạn có một hoặc nhiều chỗ trống (ví dụ trên đường về quê), bạn có thể đăng chỗ trống lên hệ thống để những người có nhu cầu và cùng tuyến đường tìm đến một cách thuận tiện. Như vậy, hệ thống đóng vai trò trung gian kết nối. Các vấn đề về chuyến đi như thời gian, giá cả cũng như những vấn đề phát sinh khác,

sẽ do các bên thương thảo với nhau. Đây là giải pháp miễn phí hoàn toàn cho cộng đồng”. Trên thực tế, mô hình này đã xuất hiện và thành công ở nhiều nước châu Âu. Tuy nhiên, khi bắt đầu đưa dịch vụ này vào thị trường Việt Nam, dù đã nghiên cứu rất kỹ nhưng Thành Nam và các cộng sự vẫn gặp rất nhiều khó khăn trở ngại. Một phần là tâm lý ngại đi chung xe của người Việt Nam, một phần là bài toán về mặt phương tiện sẵn có. Cho biết về những khó khăn khi bắt tay vào dự án, Nam nói: “Khi chúng mình nghiên cứu về lĩnh vực này thì thấy rằng, ở châu Á dù dịch vụ đã có nhưng cũng không không phổ biến, ngay cả tại các nước phát triển như Nhật Bản, Hàn Quốc hay Trung Quốc, có thể nói chưa có nước nào thành công. Lý do chung nhất là bởi phần lớn tâm lý người châu Á ngại đi với người lạ và họ không sẵn sàng cởi mở. Một rào cản nữa, đó là sự bất đối xứng giữa bên có chỗ trống và bên có nhu cầu đi xe. Thường người có chỗ trống trên xe mang tâm lý giúp đỡ chứ không phải đang làm việc nên cũng chưa trở thành dịch vụ chuyên nghiệp được. Sau khi triển khai tại Việt Nam, chúng mình thấy rằng, ngoài yếu tố an toàn, mức độ rủi ro thì yếu tố quyết định tính khả thi chính là sự sẵn có. Do vậy, để triển khai thử nghiệm, cần chọn thị trường nào có sự sẵn có cao (lượng xe di chuyển nhiều). Qua theo dõi, cả nhóm nhận thấy, lượng phương tiện di chuyển từ trung tâm các thành phố đến sân bay rất lớn và Dichung đã quyết định lựa chọn khu vực này để bắt đầu”. Sau một năm vận hành cùng với những khó khăn và trở ngại, Thành Nam và cộng sự đã thấy có những tín hiệu khả quan. Tuy nhiên, để ổn định và phát triển cần phải có



Ảnh minh họa

sự thay đổi bằng phương án mới nhằm thương mại hóa sản phẩm, phục vụ nhu cầu của khách hàng một cách chuyên nghiệp hơn. Để thực hiện điều này, Thành Nam đã làm việc với các đơn vị vận chuyển chuyên nghiệp như các hãng taxi, các hãng cho thuê xe trên cả nước để đưa ra dịch vụ Dichung chuyên nghiệp (khách hàng hỏi là có). Đây là dịch vụ có sự sẵn có rất cao (khi đặt xe chỉ đơn giản giống như mua một chiếc vé máy bay hoặc tàu hỏa), người dùng chỉ cần lên hệ thống đặt chỗ và yêu cầu về chủng loại phương tiện (từ xe 4 đến 45 chỗ) là có thể được đáp ứng. Từ năm 2014, Dichung bắt đầu triển khai chương trình hợp tác với các hãng taxi, hãng cho thuê xe uy tín để đưa đón khách đi đến sân bay. Dựa trên nền tảng công nghệ website và di động, Dichung phát triển một giải pháp đặt xe trực tuyến giúp kết nối khách hàng với các hãng xe taxi trên toàn lãnh thổ Việt Nam với mục tiêu đem lại các trải nghiệm di chuyển thú vị, tiết kiệm và không tác động đến môi trường. Hành khách có thể sử dụng các công nghệ của Dichung để tìm kiếm, lựa chọn và đặt các loại xe với hai hình

thức di chuyển: đi riêng xe và đi chung xe.

Để dự án được hoạt động một cách chuyên nghiệp việc thay đổi hành vi người tiêu dùng cũng như tìm kiếm các đối tác cũng khiến các thành viên của Dichung tốn nhiều thời gian, công sức. Thành Nam chia sẻ: “Thời gian đầu, khi thuyết phục đối tác, họ không tin tưởng vì mình còn non trẻ và mới trong lĩnh vực này. Mình đã phải gặp họ nhiều lần, thuyết phục và đưa ra những lộ trình, kế hoạch hoạt động của dự án. Đồng thời mời chào họ thử nghiệm (trong khoảng 1 tuần). Sau khi thử nghiệm các hãng thấy rất khả quan do tăng thêm lợi nhuận so với trước khi dùng. Từ đó, các hãng lan truyền cho nhau và chủ động liên hệ với bên mình”. Nắm bắt được tâm lý, văn hóa người tiêu dùng sẽ có khoảng thời gian để sẵn sàng cho một giải pháp mới, do vậy Dichung tìm cách biến dịch vụ với ý tưởng mới trở thành dịch vụ tiện lợi cho mọi người. Dichung đã tổ chức các sự kiện (event) để nâng cao nhận thức, tạo tác động tích cực với xã hội và cộng đồng. Trong nhiều năm, dự án Dichung đã tổ chức các chuyến xe về quê miễn phí cho học

sinh, sinh viên và người lao động có thu nhập thấp. Giải pháp mà Dichung đem lại đã giúp nhiều người có chung hành trình chia sẻ phương tiện, chi phí sẽ được chia đều cho khách hàng giúp giảm thiểu chi phí đi lại. Hơn nữa, để có thể sử dụng dịch vụ, hành khách chỉ cần cung cấp thông tin về lịch trình di chuyển trên website hoặc đăng ký qua điện thoại. Khách hàng sẽ được cung cấp thông tin biển số xe, số điện thoại lái xe để chủ động liên lạc. Không chỉ có lợi với người tiêu dùng, lợi ích mà Dichung đem lại cho các hãng xe đối tác không hề nhỏ (thể hiện ở việc tăng số chuyến và số ghế lấp đầy trong mỗi chuyến).

Khi mục tiêu kinh doanh cùng song hành với mục tiêu xã hội

Có một điểm đặc biệt ở dự án này đó là Công ty cổ phần Dichung hoạt động theo mô hình doanh nghiệp, tạo tác động xã hội, nghĩa là mục tiêu kinh doanh và mục tiêu xã hội sẽ song hành cùng với nhau, trong đó mục tiêu xã hội của Dichung là giảm tải mật độ giao thông, từ đó giảm bớt lượng khí thải ô nhiễm ra môi trường. Quá trình theo dõi và tính toán, Dichung thấy rằng, với mỗi chuyến xe kết nối có thể giảm thải trung bình được 7kg CO₂ ra môi trường. Cụ thể hơn nữa, mỗi chuyến đi sân bay Nội Bài từ trung tâm thành phố (khoảng 30km), nếu 2 người đi chung sẽ tiết kiệm được 3 lít xăng, mỗi lít xăng nếu sử dụng sẽ thải ra khoảng 2,3kg khí thải. Những con số này rất dễ đo đếm và được công khai trên hệ thống website và theo thời gian thực (mỗi chuyến đi thành công, ngay lập tức sẽ được cập nhật lên hệ thống). Sau hơn 6 năm hoạt động, với những nỗ lực và cố gắng không ngừng nghỉ, Dichung đã có mặt tại hơn 20 sân bay trên cả nước và đang mở rộng phục vụ sang các nước khác như Nhật Bản, Nga, Hàn Quốc, Trung Quốc... Đến nay, Dichung đã có hơn một triệu

chuyến đi được thực hiện thành công, tiết kiệm được trên 23 tỷ đồng và hơn 2 tấn khí phát thải các bon thải ra môi trường. Thành công của Dichung đã được cộng đồng và xã hội ghi nhận, thể hiện qua hàng loạt giải thưởng mà dự án được vinh dự trao tặng như: Giải thưởng SEED Award for Low Carbon Winner 2013; Giải thưởng Khởi nghiệp sáng tạo ứng phó biến đổi khí hậu do VCIC và World Bank tổ chức; Top 5 xuất sắc nhất trong cuộc thi “Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo du lịch vùng Mê Kông”; Giải thưởng “Én xanh” cho dự án vì cộng đồng; Top 5 cuộc thi Khởi nghiệp du lịch TP. Hồ Chí Minh... cùng những phản hồi tích cực từ khách hàng. Thành Nam cho biết: “Các giải thưởng đều rất quý, nhưng tình cảm của khách hàng là điều chúng mình trân trọng nhất. Tỷ lệ phản hồi của khách hàng về sản phẩm của Dichung rất cao và hầu hết đánh giá tốt (khoảng 90%). Sở dĩ khách hàng dành tình cảm cho Dichung bởi tính năng dễ dàng sử dụng ứng dụng, mức giá công khai, minh bạch và cạnh tranh. Đó là những động lực to lớn giúp cho các thành viên của Dichung vượt qua những khó khăn để vững bước trên con đường phát triển sự nghiệp”. Trong tương lai, Thành Nam vẫn đang tiếp tục cải thiện chất lượng dịch vụ, mở rộng thị trường hoạt động. Dự án Dichung đã đưa ra thị trường một giải pháp công nghệ vận tải mới. Giờ đây, nhiều gia đình cùng quê, cùng chung tuyến đường di chuyển đã có thêm một lựa chọn mới tiện ích hơn, tiết kiệm hơn. Với những người sáng lập Dichung, dịch vụ mà họ sáng tạo ra không chỉ là giải pháp công nghệ mà còn thể hiện cho khát khao tăng tốc quá trình chuyển đổi của nền kinh tế Việt Nam sang hướng phát triển bền vững, góp phần bảo vệ môi trường, mang tới cho mỗi người dân Việt Nam có một cuộc sống tiện lợi và tốt đẹp hơn ■

Bản tin KNDMST số 16/2019