

Uber, Grab và Taxi truyền thống: dấu hiệu quan trọng về thể chế Việt Nam

Phạm Hoàng Văn, GS Kinh Tế Học, Đại Học Baylor, Hoa Kỳ

Tháng 7, 2017

Đối với việc ngăn cản và làm khó hoạt động của mấy công ty taxi mô hình hiện đại như Uber và Grab, các thành phố Việt Nam đã vào cùng danh sách với những thành phố nổi danh quốc tế như London, New York, Paris. Tất cả chính sách này giống nhau ở chỗ có hại nhiều hơn lợi, nhưng khác với mấy thành phố quốc tế ở các nước phát triển, chính sách Việt Nam còn khó biện hộ cho và có khả năng tác hại đến tăng trưởng lâu dài của kinh tế.

PHÍ CAO, LỢI ÍT

Vào cuối năm 2016, tại các nước trong vùng đông nam Á, giá bình quân một cuộc năm cây số trên xe Uber và Grab thấp hơn taxi truyền thống từ gần 20 đến 40%. Tại Việt Nam, giá Uber thấp hơn taxi truyền thống 1/3 và Grab thấp hơn 1/4 (xem Hình 1). Giá Uber và Grab còn thấp hơn nữa cho cuộc dài hơn. Nếu hai công ty này ngưng hoạt động, giá xe cho người tiêu dùng có thể tăng còn cao hơn mức chênh lệch 25-33% vì giá taxi truyền thống khả năng tăng nữa khi không còn áp lực cạnh tranh.

Chính sách rào cản luôn mang chi phí người tiêu dùng phải chịu dù ở Việt Nam, Singapore, hoặc Anh. Nhưng riêng với Việt Nam, chi phí này khá nặng nề so với những thành phố ở các nước phát triển. Các thành phố Việt Nam không có nhiều phương tiện di chuyển tốt thay thế—dân London có xe Tube, Paris có Metro, New York có Subway—nên sự tăng giá thành ảnh hưởng nhiều hơn đến ngân sách cá nhân. Đồng thời, thu nhập Việt Nam chỉ khoảng 1/20 của các nước phát triển nên chi phí di chuyển chiếm phần

tương đối lớn trong ngân sách cá nhân. Vì thế, sự gia tăng giá xe sẽ giảm phần thu nhập còn lại để mua sắm và giảm tiêu thụ cho những ngành khác.

Quyết định nào cũng có chi phí liên quan. Việc rào cản cạnh tranh trên nguyên tắc có thể có lợi ích đáng để chịu những chi phí trên. Ví dụ tại Paris và New York, các công đoàn tài xế taxi chống Uber là vì muốn giữ mức lương của họ. Bảo vệ quyền lợi người lao động là mục tiêu chính đáng với giá trị tùy xã hội địa phương. Nhưng trong trường hợp Việt Nam, sự hiện diện của Uber và Grab trên thị trường có hai tác động tốt cho nghề tài xế. Thứ nhất, vì giá xe giảm thấp, nhu cầu xe tăng do khách cũ đi nhiều hơn và đồng thời giá thấp kéo khách mới dùng phương tiện ô tô. Nhu cầu xe tăng có nghĩa nhu cầu tài xế tăng. Thứ nhì, thêm cạnh tranh trong thị trường không chỉ nghĩa là thêm lựa chọn cho người *mua* mà còn thêm lựa chọn cho bác tài *bán* dịch vụ lái xe của mình.¹ Do đó, nhóm tài xế sẽ thiệt thòi nếu trở lại tình trạng độc quyền trong thị trường taxi.

Tại London, cuộc tranh chấp với Uber đến từ các 'taxi đen' (black cabs) mà đã hoạt động tại London từ giữa thế kỷ 17. Tài xế taxi đen là một giới lao động có nghề với những kiến thức đặc biệt. Họ phải đậu một bài thi nội dung là tên và vị trí 25.000 đường phố và hơn 100.000 địa danh. Bảo hộ taxi truyền thống London có thể nói là để duy trì một di tích văn hoá lịch sử của nước họ—mà vì sự quan trọng của lịch sử cho ngành du lịch London, di tích này còn có giá trị kinh tế của riêng nó. Đó là bối cảnh London; còn ở Việt Nam, taxi truyền thống chỉ phổ biến trong vòng hai chục năm qua. Nói đến di tích lịch sử thì hai mươi năm chỉ là một sớm một chiều, nhưng đối với

¹ Báo *New York Times* ("As Uber Woos More Drivers, Taxis Hit Back," March 18, 2017) báo cáo tại thành phố New York, số đăng ký bằng tài xế tăng 8% trong năm 2015 và tài xế "taxi vàng" được ưu đãi nhiều hơn do công ty truyền thống cần giữ tài xế cũng như thu hút tài xế mới.

kỹ thuật, hai mươi năm đã là vài thế hệ. Nên lập luận bảo hộ công nghiệp non trẻ (infant industry protection) không thể dùng để biện minh cho việc ngăn cản những kỹ nghệ hiện đại để bảo vệ các kỹ thuật lỗi thời.

Việc ngăn chặn Uber và Grab tại Việt Nam tương đương với sự chuyển đổi từ thu nhập người tiêu dùng và lương lao động tài xế đến lợi tức của taxi truyền thống. Nhìn chung, lợi ích của chính sách hầu như không có còn chi phí khá cao. Đáng lý ra, bài toán này không khó. Nhưng câu chuyện cho thấy sự khó khăn của việc thực hiện chính sách hỗ trợ cho kinh tế hiệu quả để có thể phát triển bền vững.

HIỆU QUẢ: SÁNG TẠO VÀ THAY THẾ

Đọc những bài viết về kinh tế Việt Nam trong mấy năm qua thì sẽ thường thấy nhắc đến khái niệm “hiệu quả”: kinh tế bền vững cần tăng trưởng hiệu quả, sử dụng vốn hiệu quả hơn, v.v.. Ai ai cũng đồng ý chỉ một cách Việt Nam (và đa số kinh tế nào trên thế giới) có thể tiếp tục tăng trưởng với mức bảy, tám phần trăm là phải tăng trưởng sự hiệu quả của kinh tế. Biết thì biết thế nhưng cụ thể tăng trưởng hiệu quả là sao chúng ta có thể nhận diện ra không? và cụ thể làm thế nào để giúp cho kinh tế hoạt động hiệu quả hơn?

Hiệu quả hơn có nghĩa là cùng một mức đầu vào, kinh tế có thể sản xuất nhiều hơn. Có hai cách việc này có thể xảy ra. Thứ nhất, mang tính cách kỹ thuật, là một sáng tạo khoa học làm cho năng suất cao hơn (ví dụ, máy tính laptop, điện thoại thông minh, app gọi xe khách, v.v.). Những phát minh này làm cho mỗi đơn vị sản xuất hiệu quả hơn và cộng lại, kinh tế tăng trưởng vì hiệu quả tăng trưởng. Khái niệm này dẫn đến việc các kinh tế đẩy mạnh việc phát triển khoa học và công nghệ. Cách thứ nhì hiệu quả có thể gia tăng, một khái niệm kinh tế và tổ chức, là sự *thay thế* kỹ thuật hiệu quả

thấp hơn với kỹ thuật hiệu quả cao hơn. Ví dụ, xe ô tô thay thế xích lô làm cho kinh tế phát triển vì hiệu quả hơn. Để một kinh tế có thể tiếp tục phát triển thì cần tăng trưởng hiệu quả, mà tăng trưởng hiệu quả thì cần cả hai biến cố: *sáng tạo* và *thay thế*. Kinh tế gia Joseph Schumpeter vào giữa thế kỷ 20 đặt tên cho quá trình này là “sự đập phá của sáng tạo” (creative destruction). Nếu không có sáng tạo thì kinh tế ngưng phát triển, còn có sáng tạo nhưng cái cũ không được thay thế bằng cái mới thì kinh tế cũng ngưng phát triển.

Quá trình “creative destruction” cũng có nghĩa sáng tạo luôn sẽ có một thành phần bị thiệt thòi vì sáng tạo đó. Và đây là thách thức lớn cho một thể chế nhằm nâng cao hiệu quả của kinh tế.

NẾU LÀ VI-UBER HOẶC VINA-GRAB THÌ SAO?

Có người trên mạng đặt câu hỏi tại sao mấy công ty taxi truyền thống trong mấy năm qua đã không đầu tư vào các kỹ thuật mới để có thể cạnh tranh trong thị trường hiện đại. Câu hỏi này quan trọng vì nếu sáng tạo mới đến từ các đơn vị đang sở hữu kỹ thuật cũ thì chuyện thay thế kỹ nghệ không có xung đột.

Có thể có hai lý do. Thứ nhất, trong lịch sử thường không thấy những kỹ thuật cách mạng ra đời từ những công ty lớn trong ngành. Bill Gates thành lập công ty Microsoft với một sản phẩm là hệ điều hành DOS vào lúc công ty Digital Equipment Corporation (DEC) đang có độc quyền bán máy tính VAX cho những công ty lớn sử dụng với hệ điều hành VMS. Tại sao công ty DEC đã không biến hệ điều hành VMS sang dùng với máy tính cá nhân? Vào năm 1998 khi Google ra đời, Microsoft Windows được cài trên gần 95% máy tính cá nhân. Tại sao Microsoft đã không phát triển kỹ thuật search khi có nhiều lợi thế thay vì Google? Và tại sao Google, với độc

quyền trong thị trường search và kỹ thuật bản đồ, đã không dùng lợi thế đó để ra một app như Uber?

Các công ty lớn đã có mô hình kinh doanh của họ và đang chuyên về mô hình đó. Họ sẽ không có lợi thế và cũng không có nhiều động cơ khuyến khích để đầu tư vào những kỹ thuật mới cạnh tranh với kỹ thuật hiện tại của họ bằng những người ngoài công ty. Các công ty taxi truyền thống Việt Nam đã có mô hình kinh doanh rất thành công, không có lý do để thay đổi, mà muốn thay đổi đi nữa, họ sẽ không hiểu kỹ thuật di động, mạng xã hội, v.v. như một cậu sinh viên bách khoa.

Lý do thứ nhì tại sao các công ty đương nhiệm không đầu tư vào những kỹ thuật mới là một vấn đề lớn hơn cho một nước đang phát triển như Việt Nam. Trong lãnh vực tăng trưởng và thể chế, có một thuyết² cho rằng ngoài máy móc, sản xuất cần hai loại vốn: vốn con người (kiến thức chuyên môn, kỹ thuật, v.v.) và vốn chính trị (liên hệ, giao tiếp, v.v.). Cả hai loại vốn cần đầu tư nhưng khác nhau ở chỗ vốn con người góp vào phần sản xuất cho cả kinh tế còn vốn chính trị thì không. Hàm ý là một nền kinh tế với thể chế dùng nhiều vốn chính trị so với vốn con người sẽ tăng trưởng chậm hơn một nền kinh tế với thể chế dùng đến vốn con người nhiều hơn vốn chính trị.

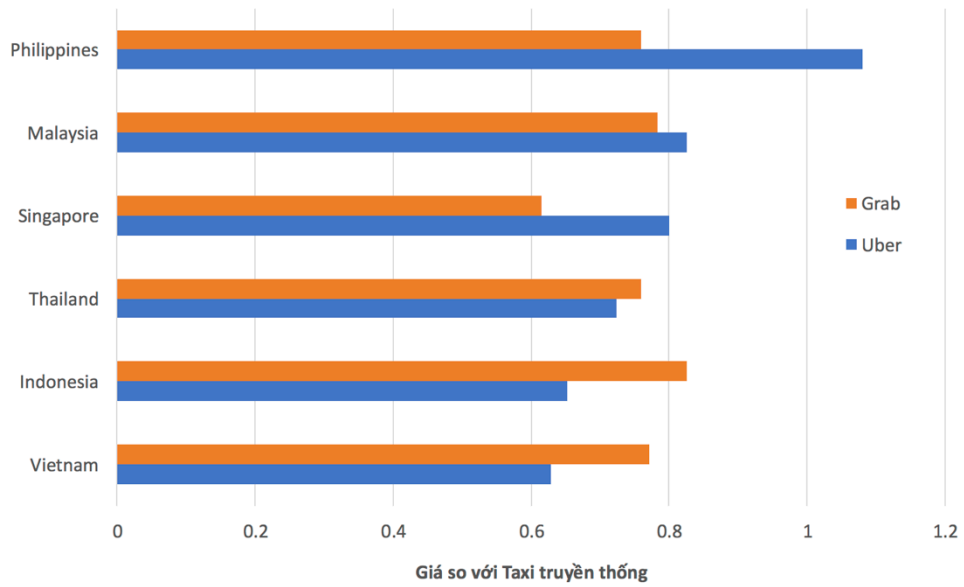
Trở lại câu chuyện Uber, Grab, và taxi Việt Nam. Uber ra đời năm 2009—cùng với những công ty HomeAway, AirBnB, ZipCar, là những sáng kiến đầu tiên trong kinh tế sẻ chia. Sau đó rất nhiều công ty khác bắt chước như Grab, Lyft (Mỹ), Didi (Trung Quốc), Yandex (Nga) và rất thành công

² Xem Isaac Erlich và Francis Lui (1999) “Bureaucratic Corruption and Endogenous Economic Growth,” *Journal of Political Economy*, vol. 106, no. 6, pt. 2, pp. S270-S293, và Kevin Murphy, Andrei Schleifer, và Robert Vishny (1991) “The Allocation of Talent: Implications for Growth,” *Quarterly Journal of Economics*, vol. 106, no. 2, pp. 503-530.

còn Uber, tuy tiên phong, đang lỗ rất nhiều. Khó khăn của Uber là kỹ thuật trong app khi đã có mẫu rồi thì không khó làm nên các công ty địa phương có thể cạnh tranh tuy đến sau.

Câu hỏi quan trọng cho kinh tế Việt Nam là tại sao không thể có những công ty Việt Nam như Grab hoặc Uber? Hoặc những công ty tham gia vào kinh tế sẻ chia và những lãnh vực kỹ thuật hiện đại? Khó tin giới hạn đây là kiến thức. Nên nhớ Travis Kalanick (Uber), Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Mark Zuckerberg (Facebook) và hàng trăm doanh nhân khác đều không tốt nghiệp đại học. Đối với những kỹ thuật hiện đại, mấy bạn trẻ Việt Nam có thể có nhiều kiến thức chuyên môn hơn những cấp lớn hơn và nhiều kiến thức về xã hội và thị trường Việt Nam hơn những công ty nước ngoài. Và nếu giới hạn không phải là kiến thức thì phải hỏi là thể chế—tiêu biểu trong quyết định chính phủ đối với Uber và Grab—có khuyến khích sáng tạo và đầu tư vào vốn con người đủ để kinh tế Việt Nam tiếp tục tăng trưởng không?

Giá bình quân một cuộc 5 km



Nguồn: <https://www.techinasia.com/uber-grab-taxi-which-is-cheapest>, November 28 2016.

Hình 1. Giá Uber, Grab, và Taxi truyền thống.