

**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN  
BỘ MÔN TIN HỌC KINH TẾ**

-----o0o-----

**BÁO CÁO SINH HOẠT HỌC THUẬT  
HỌC KÌ 1 NĂM HỌC 2021 - 2022**

**TÊN ĐỀ TÀI:  
NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM**

**Thực hiện: Ths. Phạm Thị Nguyệt**

**Hà Nội 2021**

# NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM

## 1. GIỚI THIỆU

Kinh tế chia sẻ (KTCS) là một thuật ngữ được bàn luận nhiều trên các diễn đàn thương mại điện tử ở Việt Nam gần đây. Kinh tế chia sẻ có bản chất là một mô hình kinh doanh mới của kinh doanh ngang hàng, tận dụng lợi thế của phát triển công nghệ số, giúp tiết kiệm chi phí giao dịch và tiếp cận một số lượng lớn khách hàng thông qua các nền tảng số. Mô hình này có khả năng mang lại siêu lợi nhuận cùng với lợi ích chung cho xã hội trong nền kinh tế số. Tuy nhiên, việc vận dụng hiệu quả mô hình kinh tế này không thực sự dễ dàng, thậm chí còn gây ra sự cạnh tranh không công bằng giữa các doanh nghiệp kinh doanh truyền thống và các doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ. Vì vậy, báo cáo này trao đổi một số vấn đề về kinh tế chia sẻ như cơ sở lý luận và thực trạng phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam hiện nay thông qua phương pháp thu thập, xử lý và phân tích thông tin, từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Theo điều tra nghiên cứu của PricewaterhouseCoopers (một trong bốn công ty kiểm toán hàng đầu thế giới hiện nay) cho biết, 5 lĩnh vực chính gồm du lịch, vận tải, tài chính, nhân lực, dịch vụ video trực tuyến và ca nhạc ứng dụng mô hình KTCS trong kinh doanh có tiềm năng làm tăng doanh thu toàn cầu từ 15 tỷ USD trong năm 2014 lên tới khoảng 335 tỷ USD trong năm 2025. Điều này cho thấy tiềm năng phát triển của KTCS toàn cầu trong tương lai là rất lớn. Ở Việt Nam, mô hình KTCS bắt đầu xuất hiện vào năm 2014 và tính đến thời điểm hiện tại mô hình này chưa thực sự phát triển mạnh mẽ như nhiều nước trên thế giới. Bên cạnh đó, hệ thống pháp luật quy định các vấn đề liên quan đến mô hình KTCS chưa hoàn thiện nên đặt ra nhiều thách thức cho sự phát triển của mô hình KTCS tại Việt Nam. Vì vậy, báo cáo sẽ tập trung làm rõ vào một số nội dung sau: (1) Khái niệm, đặc điểm về KTCS; (2) Tình hình KTCS trên thế giới hiện nay; (3) Thành tựu của KTCS tại Việt Nam; (4) Hạn chế của KTCS tại Việt Nam; (5) Một số khuyến nghị nhằm phát triển mô hình KTCS tại Việt Nam trong bối cảnh CMCN 4.0.

## 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

### 2.1. Tổng quan về kinh tế chia sẻ

Kinh tế chia sẻ là một thuật ngữ được bàn luận nhiều trên các diễn đàn thương mại điện tử ở Việt Nam gần đây. Thuật ngữ này đã xuất hiện từ lâu trên thế giới. Nó được manh nha vào năm 1995 tại Mỹ với mô hình ban đầu có tính chất “chia sẻ ngang hàng” nhưng không rõ rệt. Mô hình kinh doanh này thực sự phát triển mạnh mẽ khi nền kinh tế Mỹ rơi vào khủng hoảng năm 2008, khiến người dân buộc phải thay đổi cách tiêu dùng để thích ứng với bối cảnh khó khăn. Mô hình KTCS khởi đầu bằng dịch vụ website thông tin cho thuê quảng cáo, người tìm việc, việc tìm người,... và nó đã giúp cho nhiều người có thể kiếm được việc làm, kiếm được tiền quảng cáo. Việc chia sẻ những tài nguyên sẵn có cùng với sự hỗ trợ của các ứng dụng công nghệ đã đem lại cho nhà cung ứng dịch vụ, người cho thuê và sử dụng tài nguyên nhiều lợi ích và khoản lợi nhuận khổng lồ. Vì vậy, mô hình KTCS đã nhanh chóng phát triển vượt ra khỏi biên giới nước Mỹ, lan rộng khắp châu Âu và toàn thế giới.

Hiện nay, có nhiều định nghĩa khác nhau về KTCS. Theo ông Yuhei Okakita, Phó Giám đốc bộ phận chính sách thông tin kinh tế - Bộ Kinh tế, thương mại và công nghiệp Nhật Bản, KTCS là hoạt động tái thiết kinh tế, trong đó các cá nhân ẩn danh có thể sử dụng các tài sản nhàn rỗi (bao gồm cả các tài sản vô hình như kỹ năng cá nhân và thời gian rảnh rỗi), được sở hữu bởi các cá nhân khác thông qua các nền tảng kết hợp trên Internet. Theo một số chuyên gia kinh tế, KTCS là một thuật ngữ đề cập đến mô hình kinh doanh khai thác các yếu tố tài nguyên sẵn có của người dùng cuối cùng và kết hợp với các yếu tố công nghệ để hợp thành một mô hình kinh doanh. Ngoài ra, KTCS còn được hiểu là mô hình “thị trường lai” (ở giữa sở hữu và tặng quà), trong đó đề cập đến việc chia sẻ quyền truy cập vào hàng hóa và dịch vụ (phối hợp thông qua các dịch vụ trực tuyến dựa vào cộng đồng). Như vậy, mặc dù có nhiều định nghĩa khác nhau về KTCS nhưng nhìn chung các định nghĩa đều thể hiện bản chất của mô hình KTCS là tận dụng sự phát triển của công nghệ số để tiết kiệm chi phí giao dịch và tiếp cận một số lượng lớn khách hàng thông qua các nền tảng số.

KTCS (sharing economy) còn được gọi theo nhiều tên khác nhau như: kinh tế cộng tác (collaborative economy), kinh tế theo cầu (on-demand economy), kinh tế nền tảng

(platform economy), kinh tế truy cập (access economy), kinh tế dựa trên các ứng dụng di động (app economy) (Cristiano Codagnone and Bertin Martens, 2016)... Ranh giới giữa các khái niệm có sự đồng nhất ở một số khía cạnh, tuy nhiên nhìn chung, tất cả các tên gọi khác của mô hình KTCS đều có bản chất là một mô hình kinh doanh mới của kinh doanh ngang hàng, tận dụng lợi thế của phát triển công nghệ số, giúp tiết kiệm chi phí giao dịch và tiếp cận một số lượng lớn khách hàng thông qua các nền tảng số.

Mô hình KTCS có đặc điểm cơ bản là sử dụng các ứng dụng công nghệ số để cung cấp thông tin cho các cá nhân và tổ chức. Từ đó cho phép tối ưu hóa các nguồn lực thông qua sự tái phân phối, chia sẻ và tái sử dụng các năng lực dư thừa hàng hóa, dịch vụ. Để chia sẻ các nguồn lực, hàng hóa và dịch vụ mới cũng như các ngành mới trong nền KTCS cần ba yếu tố cơ bản sau: (1) Hành vi của khách hàng đối với nhiều hàng hóa và dịch vụ thay đổi từ sở hữu đến chia sẻ; (2) Các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử dễ dàng liên kết với người tiêu dùng; (3) Các thiết bị di động và dịch vụ điện tử làm cho việc sử dụng hàng hóa được chia sẻ và các dịch vụ thuận tiện hơn.



Hình 1. Kinh tế chia sẻ

Theo phương pháp phân loại dựa trên hình thức người sở hữu tài sản và người quyết định giá của Judith Wallenstein và Urvesh Shelat, mô hình KTCS được chia thành ba loại chính là: (1) Mô hình nền tảng tập trung (đơn vị cung cấp nền tảng vừa sở hữu tài sản, vừa quyết định giá thành dịch vụ); (2) Mô hình nền tảng phi tập trung (đơn vị cung cấp nền tảng chỉ tạo ra môi trường kết nối, người cung cấp dịch vụ là người sở hữu tài sản và cũng là người quyết định giá thành dịch vụ); (3) Mô hình nền tảng hỗn hợp (chủ

tài sản cung cấp dịch vụ với giá do nền tảng đưa ra và nền tảng cũng có một phần vai trò trong việc đảm bảo chất lượng sản phẩm được cung ứng ra ngoài thị trường).

Đối tượng tham gia mô hình KTCS rất đa dạng và phong phú. Đó có thể là người sử dụng cá nhân, doanh nghiệp phi lợi nhuận, doanh nghiệp vì lợi nhuận, cộng đồng địa phương hoặc khu vực công. KTCS đem lại cho người tiêu dùng cơ hội được tiếp cận với những dịch vụ, tài sản mà họ không thể sở hữu cũng như giúp nâng cao phúc lợi xã hội. Nó còn giúp cho việc sử dụng tài sản vật chất và các nguồn lực nhân rồi khác trở nên hiệu quả hơn, góp phần tiết kiệm chi phí, phát triển kinh tế bền vững và giảm những tác động tiêu cực đến môi trường. Với những lợi ích to lớn trên, KTCS đã trở thành một phần không thể thiếu trong nền kinh tế toàn cầu.

## ***2.2. Kinh tế chia sẻ trên thế giới hiện nay***

Hiện nay, trên thế giới có nhiều doanh nghiệp kinh doanh dựa trên mô hình KTCS với các nhóm ngành nghề chủ yếu là dịch vụ vận tải, dịch vụ du lịch và khách sạn, dịch vụ bán lẻ, dịch vụ lao động, việc làm và dịch vụ tài chính. Nhiều doanh nghiệp đã gặt hái được nhiều thành công đáng kể và khẳng định được tên tuổi, thương hiệu của mình như Uber, Grab (dịch vụ taxi, xe ôm cộng đồng), KickStarter (gọi vốn cộng đồng), Triip.me (chia sẻ du lịch), Airbnb (dịch vụ đặt phòng),... Những mô hình nổi bật thuộc nền kinh tế chia sẻ có sự lan tỏa nhất định trên toàn cầu có thể kể tới như mô hình RelayRides, nền tảng Uber, mô hình Airbnb, mô hình KickStarter. Cụ thể là:

**Mô hình RelayRides:** Là mô hình chia sẻ xe ô tô trong cộng đồng, tận dụng nguồn tài nguyên đang bị lãng phí là những chiếc xe ô tô được tư nhân sở hữu. Chủ sở hữu xe có thể cho thuê xe của mình trên nền tảng, thường kiếm trung bình 300 - 500 USD/tháng. Mỗi chiếc xe thường chỉ được dùng 1 tiếng/ngày; giá của RelayRides thấp hơn giá của công ty cho thuê xe khoảng 35%. Người thuê xe là lái xe an toàn trong ít nhất 2 năm (không đâm xe, không bị phạt). Người thuê xe sẽ đến gặp người chủ xe để nhận chìa khóa, sau đó trả lại chìa khóa sau khi thuê xong. Kết thúc quá trình giao dịch người thuê xe và người cho thuê xe có thể đánh giá lẫn nhau. Mô hình này phục vụ chủ yếu tại thị trường Mỹ.

**Nền tảng Uber:** Là nền tảng tận dụng nguồn tài nguyên là xe đang lãng phí và người lao động không kiếm được việc làm trong cộng đồng, được thành lập vào năm 2009 tại Mỹ.

Chủ sở hữu xe sẽ đăng ký trên nền tảng, làm bài kiểm tra khả năng lái xe. Người muốn đi xe sẽ lên nền tảng tìm xe gần đó, liên lạc để người lái xe đến nơi và chở mình đi. Sau khi sử dụng dịch vụ, người lái xe và người đi xe sẽ đánh giá lẫn nhau trên nền tảng. Uber kinh doanh trong lĩnh vực xe hạng sang, xe bình dân, xe vận chuyển,... Mức giá thường rẻ hơn các dịch vụ cung cấp bởi công ty truyền thống.

Mô hình Airbnb: Là mô hình chia sẻ nhà ở cho người đi du lịch, tận dụng nguồn tài nguyên đang lãng phí là những căn phòng không dùng đến, do Brian Chesky và Joe Gebbia thành lập vào tháng 8/2008 ở San Francisco, Mỹ. Chủ sở hữu nhà cho thuê nhà mình trên nền tảng, người thuê nhà sẽ lên nền tảng để tìm căn nhà phù hợp. Sau giao dịch người thuê nhà và người cho thuê nhà có thể đánh giá lẫn nhau trên nền tảng. Hiện nay, Airbnb đã có mặt ở nhiều nơi trên thế giới với hơn 2 triệu căn hộ.

Mô hình Kickstarter: Là mô hình gọi vốn từ cộng đồng để thực hiện các dự án. Người có dự án nghệ thuật, phát triển phần mềm, nghiên cứu khoa học công nghệ sẽ đăng nội dung dự án của mình lên nền tảng để cộng đồng người dùng Kickstarter xem xét cấp vốn. Người cấp vốn có thể thu lại được những sản phẩm như áo phông, phần mềm sử dụng, sản phẩm mẫu,... của dự án mà họ cấp vốn, tùy theo mức tiền mà họ bỏ ra để ủng hộ. Kickstarter đã cấp vốn được khoảng 1 tỉ USD cho hơn 100.000 dự án.

Thông qua việc phân tích các mô hình KTCS điển hình trên thế giới có thể thấy rằng lợi ích đem lại của mô hình KTCS cho cá nhân và xã hội là rất lớn. Nó giúp tiết kiệm chi phí, bảo vệ môi trường, tăng tính hiệu quả của nền kinh tế, giảm bớt sự lãng phí tài nguyên xã hội và sự dư thừa năng lực của các sản phẩm dịch vụ. Bên cạnh đó, mô hình KTCS cũng bộc lộ nhiều khó khăn như sự cạnh tranh không công bằng giữa các doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình KTCS và các doanh nghiệp truyền thống, quy định pháp lý cho KTCS còn nhiều khoảng trống, đặc biệt là việc trốn thuế của các công ty tham gia mô hình KTCS. Mặc dù KTCS còn tồn tại nhiều khó khăn nhưng nó đang rất phát triển trên thế giới, đặc biệt ở Châu Mỹ, Châu Âu và đang có xu hướng phát triển ở Châu Á, đặc biệt là Đông Nam Á với việc mở rộng số lượng sản phẩm, đa dạng hóa mẫu mã và tăng mạnh về quy mô thị trường.

### 2.3. Tổng quan về cách mạng công nghiệp 4.0

Ngày 20/01/2016, WEF lần thứ 46 chính thức khai mạc tại thành phố Davos - Klosters của Thụy Sĩ với chủ đề “Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”. Khái niệm CMCN 4.0 đã được trình bày và làm rõ tại diễn đàn này. Theo Giáo sư Klaus Schwab, Chủ tịch WEF, CMCN 4.0 là một thuật ngữ bao gồm một loạt công nghệ tự động hóa hiện đại, trao đổi dữ liệu và chế tạo. Có thể hiểu đây là “một cụm thuật ngữ cho các công nghệ và khái niệm của tổ chức trong chuỗi giá trị” đi cùng với các hệ thống vật lý trong không gian ảo, Internet kết nối vạn vật (IoT) và Internet của các dịch vụ (IoS).



(Nguồn: <https://news.zing.vn>)

Hình 2. Ba yếu tố cốt lõi của kỹ thuật số trong CMCN 4.0

CMCN 4.0 là cuộc cách mạng số, là xu hướng hiện thời trong việc tự động hóa và trao đổi dữ liệu trong công nghệ sản xuất, thông qua các công nghệ hiện đại như Internet vạn vật (IoT), trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), tương tác thực tại ảo (AR), mạng xã hội, điện toán đám mây, di động, phân tích dữ liệu lớn (SMAC)... để chuyển hóa toàn bộ thế giới thực thành thế giới số. Cuộc cách mạng này diễn ra trên 4 lĩnh vực chính là: lĩnh vực kỹ thuật số (dữ liệu lớn, IoT, AI); lĩnh vực công nghệ sinh học (ứng dụng trong y dược, hóa học, chế biến thực phẩm, năng lượng tái tạo, ...); lĩnh vực vật lý (robot thế hệ mới, in 3D, xe tự lái, công nghệ nano, các vật liệu mới); lĩnh vực năng lượng tái tạo. Hình 1 cho thấy các yếu tố cốt lõi để phát triển kỹ thuật số, công nghệ sinh học, vật lý

trong CMCN 4.0 là: Trí tuệ nhân tạo (AI); Vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT); Robot; 3D và dữ liệu lớn (Big Data).

CMCN 4.0 có sự khác biệt với các cuộc CMCN trước đây ở tốc độ, quy mô và phạm vi tác động với bốn đặc trưng cơ bản là: (1) CMCN 4.0 có sự kết hợp giữa các hệ thống ảo và thực thể; (2) CMCN 4.0 có tốc độ phát triển theo cấp số nhân; (3) CMCN 4.0 có phạm vi ảnh hưởng lớn tới tất cả các lĩnh vực và các nền kinh tế trên thế giới; (4) CMCN 4.0 đánh dấu sự phát triển vượt bậc của trí tuệ nhân tạo và đã tạo ra kỷ nguyên mới trong công nghệ robot. Một số thành tựu đạt được của cuộc CMCN 4.0 trong thời gian vừa qua là:

Quản lý bằng dữ liệu mềm và KTCS nhờ vào công nghệ thông tin, điện tử viễn thông: tiêu biểu như các hãng Uber, Grab không có xe nhưng họ điều hành hiệu quả số lượng lớn các chủ xe tham gia hệ thống; Airbnb (AirBed and Breakfast) tạo dịch vụ đặt phòng căn hộ chia sẻ qua website. Các hệ thống phân phối và chia sẻ hàng hóa online qua Internet tốc độ cao.

Trí tuệ nhân tạo AI (Artificial Intelligent): IBM Watson tư vấn pháp lý online nhanh chóng, khách quan qua mạng có thể làm giảm vai trò luật sư; có thể chẩn đoán ung thư chính xác 90% trong khi con người chẩn đoán chính xác 70%. Các smartphone sẽ phát huy mạnh nhờ vào ứng dụng AI cho việc nhận dạng mặt người, dấu vân tay, mống mắt đảm bảo quản lý tốt đối tượng.

Xe tự lái (Autonomous Vehicles): với các ứng dụng AI, con người có thể gọi xe đến và đi đến đích, trả tiền chính xác, một người có thể không cần bằng lái xe. Các hãng tiêu biểu như Tesla, Apple, Google, Mitsubishi... sẽ tạo nên cuộc cách mạng về xe với AI có lượng tiêu thụ năng lượng tối ưu, máy tính hóa thông minh tránh va chạm nhờ vào các cảm biến và AI điều khiển xe. Đặc biệt là loại xe điện sẽ không ồn ào ô nhiễm và độ an toàn cao hơn rất nhiều nhờ vào việc điều khiển thông minh và chính xác.

Máy in ba chiều (3D) đã được ứng dụng từ nhiều năm nay và giá thành sẽ hạ thấp dần cộng với độ chính xác cao, nhanh hơn và mô hình tạo mẫu sẽ lớn (có thể xây nhà, chế tạo xe hơi, máy bay, xe lửa,...). Các trạm không gian không cần phải chuyển nhiều vật dụng tốn kém, thợ sửa chữa bảo trì có thể không mất nhiều thời gian tìm kiếm vật tư phù hợp vì có thể tạo nhanh mẫu theo ý muốn. Trong y học những bộ phận cơ thể có thể



dễ dàng tạo hình. Nhiều thiết kế khác nhau trong mọi lĩnh vực sẽ hết sức phong phú với cấp độ chính xác cao, nhanh chóng nhờ máy in 3D.

#### ***2.4. Môi giới thương mại điện tử trong kinh tế chia sẻ***

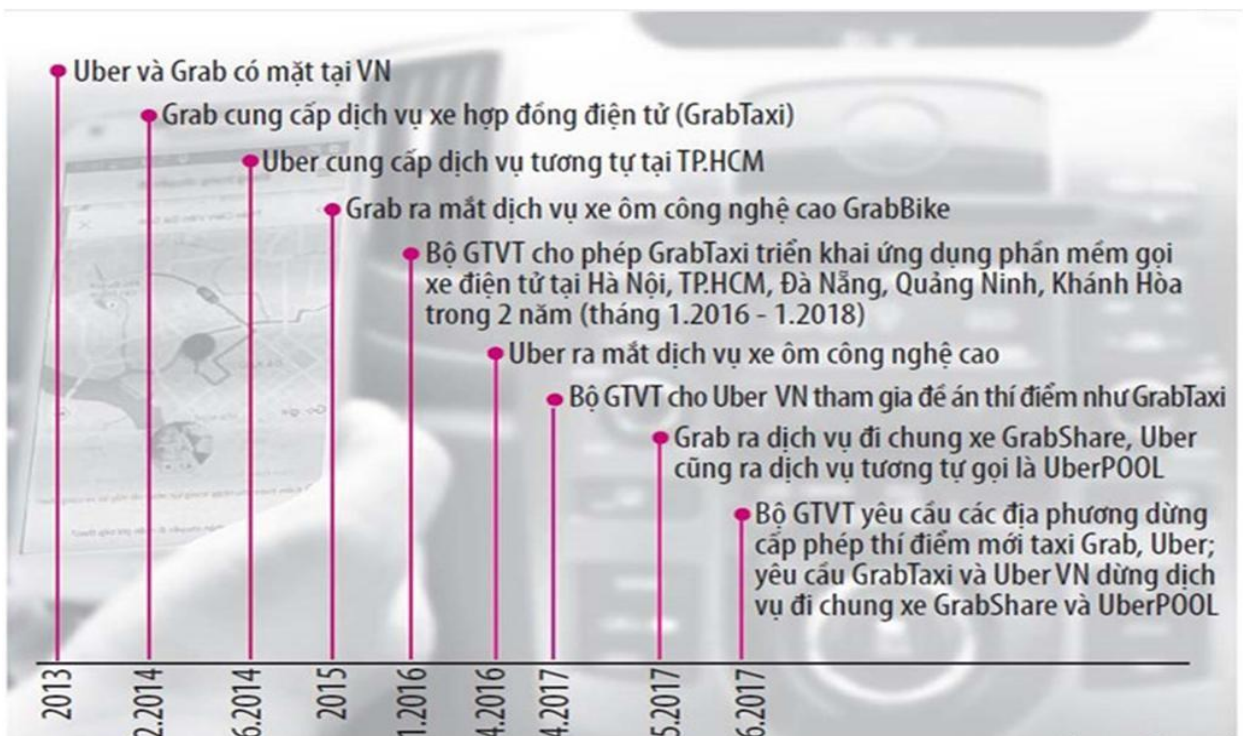
Để hiện thực hóa ý tưởng “kinh tế chia sẻ” nêu trên, đòi hỏi phải có một bên thứ ba kết nối giữa bên chia sẻ và bên nhận chia sẻ, gọi là bên môi giới. Hoàng Phê (2018) định nghĩa môi giới là “người làm trung gian để cho hai bên tiếp xúc, giao thiệp với nhau”. Bên cạnh đó, Quốc hội (2014, Điều 6) quy định rằng hoạt động môi giới nói chung không phải là ngành nghề cấm đầu tư kinh doanh. Song, có thể thấy, hoạt động này cũng không đơn thuần như môi giới thương mại thông thường mà được thực hiện trên môi trường điện tử có kết nối mạng, do đó, đây được coi như một hình thức mới so với môi giới thương mại, gọi là môi giới trong thương mại điện tử. Các chủ thể môi giới trong kinh tế chia sẻ thiết lập cơ sở hạ tầng kỹ thuật tạo ra các website, nền tảng công nghệ thu hút những người có nhu cầu chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa, dịch vụ, đồng thời họ tiến hành các hoạt động kết nối, tạo điều kiện cho các bên có nhu cầu giao kết hợp đồng với nhau và nhận thù lao từ các giao dịch môi giới thành công. Như vậy, hoạt động môi giới thương mại điện tử vừa chịu sự điều chỉnh của các quy định pháp luật thương mại về hoạt động môi giới, vừa chịu sự điều chỉnh của các quy định pháp luật thương mại điện tử.

Môi giới trong thương mại điện tử có những đặc điểm chính như: (i) được thực hiện trong môi trường điện tử có kết nối mạng; (ii) chủ thể trong quan hệ môi giới không chỉ là thương nhân hoạt động kinh doanh thương mại, có đăng ký kinh doanh mà còn là chủ sở hữu hàng hóa, dịch vụ đang nhân rồi, có nhu cầu kiếm thêm thu nhập, hoạt động độc lập, không phải là thương nhân, không đăng ký kinh doanh; và (iii) nội dung hoạt động môi giới thương mại điện tử rất rộng, có thể bao gồm nhiều hoạt động như: tìm kiếm và cung cấp các thông tin cần thiết về đối tác cho bên được môi giới, tiến hành các hoạt động giới thiệu hàng hóa, dịch vụ cần môi giới, tạo nền tảng để các bên liên lạc, trao đổi và giao kết hợp đồng với nhau.

### 3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM

#### 3.1. Thành quả phát triển kinh tế chia sẻ của Việt Nam

Việt Nam là một trong những nước đầu tiên trong ASEAN cho phép thí điểm mô hình kinh doanh ứng dụng công nghệ kết nối vận tải cho Uber và 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. Hành trình mô hình Uber, Grab du nhập vào Việt Nam được thể hiện ở hình 2.



(Nguồn: <https://thanhvien.vn>)

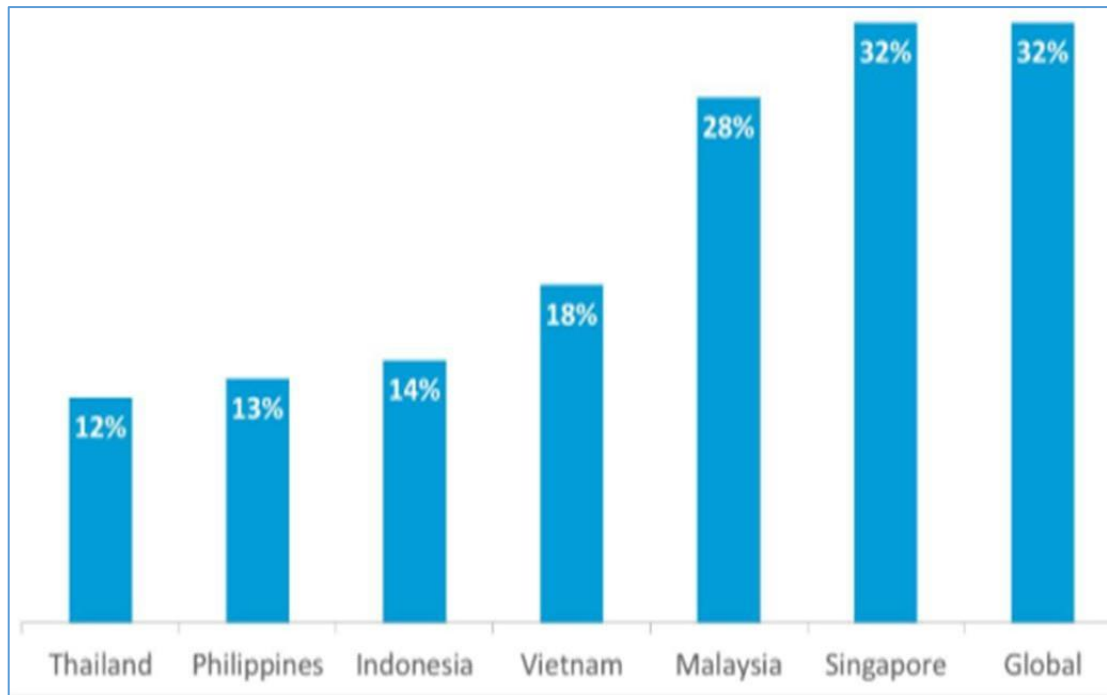
Hình 3. Hành trình Uber, Grap du nhập vào Việt Nam

Ngay sau khi Uber rút khỏi thị trường, Việt Nam đã chứng kiến một sự phát triển vượt bậc của KTCS với nhiều dịch vụ ứng dụng công nghệ số như dịch vụ chia sẻ phòng (Airbnb); dịch vụ du lịch (Triip.me); dịch vụ sửa chữa điện tử, điện lạnh, xây dựng...(Rada); dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ cho vay ngang hàng (Huydong.com, tima.vn, lendbiz.vn),... Về quy mô hoạt động, mô hình KTCS đã phát triển nhanh chóng mấy năm gần đây. Đối với lĩnh vực dịch vụ vận tải trực tuyến, theo số liệu thống kê của Sở Giao thông Vận tải TP.HCM, đến năm 2017, có tới 25.000 xe hợp đồng điện tử dưới 9 chỗ ngồi đã được cấp phù hiệu và có đến 24.000 chiếc đang

tham gia mạng lưới của Uber và Grab. Trong khi đó, số xe taxi truyền thống chỉ bằng 46% so với số xe tham gia mạng lưới của Uber và Grab. Tại Hà Nội, theo một báo cáo chỉ ra rằng, tính đến tháng 12/2017, GrabTaxi có

11.474 xe tham gia thí điểm trên địa bàn, chiếm 90,67% số lượng xe được cấp phép hoạt động trên địa bàn toàn thành phố. Ngoài Grab, hiện nay còn khoảng 10 hãng taxi khác đã tham gia cung cấp ứng dụng đặt xe qua mạng, trong đó có cả các hãng taxi lớn như Vinasun, Mai Linh. Đối với dịch vụ cho thuê phòng ở, cho đến nay vẫn chưa có một cơ quan cụ thể nào ở Việt Nam có một thống kê chính xác về số lượng đơn vị tham gia loại mô hình này. Tuy nhiên, theo ông Kenneth Atkinson - Chủ tịch Grant Thornton, tính đến tháng 6/2017, ước tính có khoảng 6.500 cơ sở tham gia Airbnb ở Việt Nam và có khoảng 80% số lượng khách đặt phòng là người nước ngoài tại Việt Nam (Hữu Bình, 2018). 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.

Mô hình KTCS ở Việt Nam xuất hiện khá muộn và chưa phát triển mạnh mẽ như nhiều nước trên thế giới nhưng theo một khảo sát năm 2014 về đo lường và đánh giá hành vi người tiêu dùng đối với mô hình KTCS của Công ty Nielsen - một công ty đa quốc gia hàng đầu về thông tin và đo lường, thực hiện 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 cho thấy, KTCS ở Việt Nam có tiềm năng phát triển lớn. Theo khảo sát, cứ 4 người Việt Nam được hỏi thì có 3 người cho biết, họ thích ý tưởng về mô hình kinh doanh này; có tới 76% người được hỏi sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ chia sẻ, cao hơn rất nhiều so với con số 66% đối với người tiêu dùng toàn cầu... Kết quả khảo sát ở hình 3 cho thấy chỉ có 18% người tiêu dùng được hỏi tại Việt Nam từ chối chia sẻ tài sản cá nhân của mình để tăng thêm thu nhập.



(Nguồn: <https://www.nielsen.com>)

Hình 4. Tỷ lệ người tiêu dùng từ chối cho thuê tài sản cá nhân để tăng thêm thu nhập (So sánh khu vực Đông Nam Á & toàn cầu)

Theo bà Nguyễn Thị Tuệ Anh - Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương cho biết, sự phát triển nhanh chóng của mô hình KTCS đem đến nhiều cơ hội cho Việt Nam, cụ thể: (1) KTCS giúp tạo ra một phương thức kinh doanh mới, mở ra cơ hội kinh doanh mới dựa trên nền tảng số, ứng dụng công nghệ 4.0; (2) KTCS góp phần tạo nên một thị trường cạnh tranh hơn và loại hình dịch vụ đa dạng hơn, mang lại lợi ích cho người tiêu dùng; (3) KTCS tạo thêm nhiều việc làm cho người lao động, tăng thêm thu nhập; (4) KTCS góp phần làm giảm các chi phí giao dịch trong kinh doanh, thúc đẩy phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp ở Việt Nam; (5) KTCS đem lại cơ hội cải cách bộ máy hành chính theo hướng Chính phủ số và thúc đẩy cải cách thể chế nhằm phát triển nền kinh tế số và tận dụng xu thế của CMCN 4.0. Thực tế cho thấy, KTCS đã tận dụng một cách có hiệu quả các nguồn lực nhân rỗi trong xã hội; giúp tiết kiệm thời gian và chi phí; góp phần giúp Việt Nam có thể thích ứng với những đổi thay lớn đang diễn ra trong nền kinh tế toàn cầu; giúp đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ tiên tiến, hướng tới xây dựng đất nước theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hòa nhập với xu hướng phát triển CMCN 4.0; góp phần đẩy mạnh kinh tế vùng địa phương và đóng góp vào tăng trưởng kinh tế đất nước. Đối với dịch vụ vận tải

trực tuyến, theo báo cáo 5 năm kể từ khi thành lập, Grab công bố đã thành công giúp khách hàng tiết kiệm rất nhiều thời gian dành cho việc di chuyển, tại Việt Nam trung bình các hành khách của Grab đến nơi với thời gian ít hơn một nửa khoảng 51% (Grab, 2017). Ngoài ra, Grab còn giúp khách hàng giảm 20 - 30% chi phí đi lại, giảm 40% những lỗi giấy tờ khi quyết toán chi phí đi lại, minh bạch thông tin cho người dùng (Grab, 2017). Thúc đẩy kinh tế địa phương phát triển, nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, đẩy mạnh sáng tạo trong kinh doanh. Đối với dịch vụ đặt phòng trên ứng dụng công nghệ số, Airbnb cho biết từ khi hoạt động đến nay, Airbnb đã mang lại thêm thu nhập cho nhiều cá nhân có phòng hoặc căn hộ không sử dụng hết công suất tại Việt Nam. Ngoài ra, khách hàng chọn Airbnb vì tiết kiệm chi phí (giá một nơi ở so với khách sạn có cùng tiện nghi và vị trí thường thấp hơn khoảng 30% - 40%); du khách thuê phòng cũng có dịp làm quen với chủ nhà, qua đó tìm hiểu thêm văn hóa, đời sống địa phương và nhận được nhiều hướng dẫn thiết thực miễn phí.

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 (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 [3]. Ngay sau khi Uber rút khỏi thị trường, Việt Nam đã chứng kiến một sự phát triển mạnh mẽ, thể hiện mô hình KTCS là một mảng thị trường tiềm năng với sự xuất hiện của VATO, Gonow, T.Net... đã 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 [4]. Ngoài ra còn nhiều dịch vụ cung cấp nền tảng (platform) được ứng dụng rộng rãi như Triip.me (sử

dụng nguồn lực của cộng đồng để thiết kế nên các tour du lịch trên toàn thế giới), lendbiz.vn (cung cấp nền tảng kết nối giữa bên cho vay và người đi vay)... 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 chỉ còn 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. Trong lĩnh vực hỗ trợ gia đình, Rada là một ứng dụng kết nối người dùng với các nhà cung cấp dịch vụ về dọn dẹp vệ sinh, sửa chữa các thiết bị gia đình... Sau năm đầu hoạt động (4/2016-4/2017), Rada đã có hơn 20.000 giao dịch được hình thành với 56.000 khách hàng, hơn 1.000 nhà cung cấp và 3.500 thợ/đơn vị cung cấp...

Thành tựu cơ bản của KTCS tại Việt Nam là quy mô thị trường tăng trưởng một cách nhanh chóng: theo số liệu thống kê của của Sở Giao thông Vận tải TP Hồ Chí Minh, đến năm 2017, có tới 25.000 xe hợp đồng điện tử dưới 9 chỗ ngồi đã được cấp phù hiệu, trong đó có đến 24.000 chiếc đang tham gia mạng lưới của Grab; trong khi đó, số xe taxi truyền thống chỉ bằng 46% so với số xe tham gia mạng lưới của Grab [5]. Tại Hà Nội, đến 20/12/2017, Grab có 11.474 xe tham gia thí điểm trên địa bàn, chiếm 90,67% số lượng xe được cấp phép hoạt động trên địa bàn toàn thành phố. Đối với dịch vụ cho thuê phòng ở, cho đến nay vẫn chưa có một cơ quan cụ thể nào ở Việt Nam có một thống kê chính xác về số lượng đơn vị tham gia. Tuy nhiên, theo ông Kenneth Atkinson - Chủ tịch Grant Thornton, tính đến tháng 6/2017, ước tính có khoảng 6.500 cơ sở tham gia Airbnb ở Việt Nam và có khoảng 80% số lượng khách đặt phòng là người nước ngoài tại Việt Nam [6]. Sau 2 năm thí điểm, Grab đã vận chuyển được hàng chục triệu lượt hành khách, trong khi Nhà nước không hề mất tiền để tài trợ phát triển loại hình này, mà hoàn toàn do xã hội hoá. KTCS cung cấp các nguồn lực trong nước đến người có nhu cầu một cách nhanh chóng thông qua công nghệ. Hay nói cách khác là tận dụng một cách có hiệu quả các nguồn lực nhân rỗi trong xã hội; tận dụng hiệu quả về cả thời gian và tiết kiệm chi phí.

KTCS giúp thúc đẩy kinh tế địa phương phát triển, nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, đẩy mạnh sáng tạo trong kinh doanh: cho đến nay, không chỉ có Grab mà đã có khoảng 10 hãng taxi khác đã tham gia cung cấp ứng dụng đặt xe qua mạng, trong đó có cả các hãng taxi lớn như Vinasun, Mai Linh. Hiện nay, Hiệp hội taxi Hà Nội đã

có đề xuất xây dựng một trung tâm điều hành đặt xe qua mạng. Đây là một môi trường nền tảng dùng chung cho tất cả hãng taxi, giúp mọi người khi đến Hà Nội có thể tải, truy cập phần mềm, lựa chọn hãng tùy thuộc vào tên tuổi hay giá cả đã hiển thị sẵn để cạnh tranh với Grab.

Bên cạnh những thành tựu to lớn, KTCS tại Việt Nam hiện nay cũng bộc lộ những hạn chế công tác quản lý quản lý nhà nước, khiến các cơ quan này khá lúng túng trong việc xác định bản chất và cách thức vận hành, quản lý. Nhìn chung, hầu hết văn bản pháp luật hiện hành chưa có quy định cụ thể liên quan đến KTCS như trong Luật Đầu tư năm 2014, Luật Doanh nghiệp 2014, và các quy định pháp luật khác như pháp luật về thuế, về thương mại điện tử (Luật Giao dịch điện tử 2005 và các văn bản hướng dẫn thi hành), các chính sách quy định về nghĩa vụ tài chính và các chính sách khác. Một vài trường hợp cụ thể như việc cấp giấy phép kinh doanh còn gặp vướng mắc do hoạt động này vẫn chưa có trong danh mục ngành nghề kinh doanh. Bên cạnh đó, còn thiếu các chính sách đảm bảo cạnh tranh công bằng giữa kinh tế truyền thống và KTCS trong từng ngành cụ thể, như sự bất bình đẳng trong đăng ký kinh doanh, trong việc xác định giá thành dịch vụ...; thiếu các quy định về quản lý chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ để bảo vệ người tiêu dùng, đặc biệt là xác định rõ hơn nghĩa vụ về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong hoạt động thương mại điện tử có liên quan đến KTCS; thiếu các cơ chế, chính sách quy định rõ ràng hơn trách nhiệm của các bên trong KTCS.

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 quy định về an toàn thông tin chưa đề cập đầy đủ đến 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. Về mặt thuế, đối với loại hình kinh doanh có đăng ký bất kể là theo mô hình KTCS hay theo mô hình kinh doanh truyền thống, Bộ Tài chính cũng có thể 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 KTCS 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

### ***3.2. Hạn chế của kinh tế chia sẻ của Việt Nam***

Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, sự phát triển nhanh chóng của các dịch vụ KTCS tại Việt Nam trong thời gian qua đa phần mang tính tự phát. Trong khi đó, các cơ quan quản lý Nhà nước còn khá lúng túng trong việc xác định bản chất và cách thức quản lý mô hình KTCS. Vì vậy, trong quá trình phát triển tại Việt Nam mô hình KTCS đã bộc lộ một số hạn chế sau:

Sự cạnh tranh không công bằng giữa KTCS và kinh tế truyền thống tạo ra xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình KTCS và doanh nghiệp kinh doanh truyền thống trong việc đăng kí kinh doanh, kiểm soát số lượng xe, xác định giá thành dịch vụ giữa Grab và các hãng taxi truyền thống. Các hãng taxi truyền thống đang bị kiểm soát chặt chẽ và khắt khe hơn so với các hãng taxi công nghệ thể hiện qua việc xe Grab được đi vào những tuyến đường mà taxi truyền thống bị cấm.

Các cơ quan quản lý khó kiểm soát các vấn đề về an toàn lao động, bảo hiểm tài sản, bảo hiểm xã hội và quyền lợi của người tiêu dùng. Việc quản lý của Nhà nước đối với các loại dịch vụ KTCS hiện nay còn thiếu các quy định về quản lý chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ để bảo vệ người tiêu dùng, thiếu các quy định liên quan đến trách nhiệm của các nền tảng về cung cấp thông tin cho các cơ quan quản lý. Các văn bản pháp luật hiện hành như Luật Đầu tư 2014, Luật Doanh nghiệp 2014, Luật Thuế, Luật Thương mại điện tử,... chưa có quy định cụ thể liên quan đến KTCS. Việc cấp giấy phép kinh doanh cho các doanh nghiệp hoạt động theo mô hình KTCS còn gặp vướng mắc do hoạt động này vẫn chưa có trong danh mục ngành nghề kinh doanh nên đã gây ra nhiều tranh cãi. Quyền lợi của người tiêu dùng không được đảm bảo khi người cung ứng dịch vụ không được đóng bảo hiểm xã hội và bảo hiểm thất nghiệp; người lao động tham gia vào hình thức kinh doanh này không sở hữu bất kỳ quyền lợi lao động nào và không có một đơn vị nào đứng ra bảo vệ quyền lợi người lao động khi xảy ra vấn đề tranh chấp với đơn vị cung ứng nền tảng. Mô hình KTCS làm nảy sinh các mối quan hệ



mới trên thị trường, quan hệ 3 bên (thay vì 2 bên) trong hợp đồng kinh tế. Theo đó, hệ thống pháp luật hiện hành còn thiếu các quy định để bảo vệ tối đa quyền lợi của người tiêu dùng, thiếu các cơ chế chính sách qui định trách nhiệm rõ ràng hơn của các bên trong kinh tế chia sẻ. Do quan hệ hợp đồng mới trong kinh tế chia sẻ là quan hệ “3 bên” nên các chính sách kèm theo cần xử lý được mối quan hệ này thay vì xử lý quan hệ giữa hai đối tác trong hợp đồng kinh tế như trước đây. Nếu không có các qui định rõ ràng có thể dễ dẫn đến tình trạng đùn đẩy trách nhiệm và cơ quan quản lý nhà nước không nắm được thông tin.

Vấn đề thu thuế và các nghĩa vụ tài chính khác phát sinh từ các dịch vụ hoạt động dựa trên mô hình KTCS. 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. Điều này đã gây ra sự bất bình đẳng giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài. Khoảng trống về nghĩa vụ nộp thuế của các loại công ty này trong KTCS diễn ra tại Việt Nam cần được khắc phục. Minh chứng như việc Grab và Uber trốn thuế thời gian vừa qua. Kể từ khi thâm nhập thị trường Việt Nam tháng 2-2014, Grab liên tục báo lỗ. Theo số liệu của Tổng cục Thuế, Grab có vốn pháp định 20 tỷ đồng, đến cuối năm 2017 đã lỗ lũy kế hơn 938 tỷ đồng. Giai đoạn 2014-2016, Grab chỉ nộp thuế 9,5 tỷ đồng trên tổng doanh thu 1.755 tỷ đồng. Đối với Uber, trước khi rút khỏi thị trường Việt Nam, từ năm 2014 đến hết tháng 6-2017, doanh thu đạt 2.706 tỷ đồng, nộp thuế 76,8 tỷ đồng. Nghịch lý là Grab, Uber liên tục mở rộng thị phần trong khi báo cáo tài chính âm làm bùng lên nghi vấn lỗ giả, lãi thật, chuyển lợi nhuận ra nước ngoài nhằm trốn thuế. Thanh tra việc chấp hành pháp luật thuế đối với cả hai doanh nghiệp này, Cục Thuế TP. Hồ Chí Minh đã truy thu gần 67 tỷ đồng đối với Uber, xử lý tăng thu và truy thu ba tỷ đồng đối với Grab. Grab chấp hành nộp đủ số thuế nêu trên và Uber sau khiếu nại Cục Thuế TP Hồ Chí Minh và Bộ Tài chính đã chịu rút đơn kiện cuối tháng 8/2018 và nộp đủ số tiền thuế là 53,6 tỷ đồng.

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 quy định không hạn chế quyền giao kết một hợp đồng hay hai hợp đồng trong quá trình vận tải.

#### **4. NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CỦA AIRBNB**

Ủy ban Kinh tế và xã hội của Châu Âu (EESC) đã lưu ý rằng các hoạt động tiêu dùng, hợp tác hoặc có sự tham gia hợp tác bao gồm hầu hết các khía cạnh trong cuộc sống hàng ngày như: (1) Trong di chuyển: chia sẻ xe, cho thuê và sử dụng chung phương tiện: taxi, xe đạp và nơi đỗ và đi chung; (2) Sử dụng hiệu quả năng lượng: sử dụng chung các dụng cụ gia đình; (3) Chỗ ở và khu vực trồng trọt: cho thuê phòng, nhà ở chung và giao đất ở thành thị và nông thôn; (4) Trong kinh doanh: chia sẻ công việc và không gian văn phòng làm việc; (5) Thông tin liên lạc: nền tảng di động, nơi mọi người có thể mua và bán hàng hóa và dịch vụ cho những người sống trong một cộng đồng; (6) Trong việc làm: công việc vặt, thuê người cho công việc cụ thể hoặc việc chân tay; (7) Văn hóa: đọc và đổi sách chéo và giao lưu văn hóa giữa những người trẻ từ các quốc gia khác nhau; (8) Giáo dục: cộng đồng số cho việc học ngôn ngữ; (9) Thời gian và kỹ năng: ngân hàng thời gian; (10) Giải trí: Chia sẻ nội dung số; (11) Tài chính: các khoản vay giữa các cá nhân, các khoản vay trực tiếp từ các cá nhân cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, gây quỹ cộng đồng hoặc tài chính tập thể, gây quỹ cộng đồng cho nhóm lợi ích; (12) Du lịch: trải nghiệm ăn uống tại nhà hàng và trao đổi thực phẩm ngang hàng; (13) Nghệ thuật và cũng là thị trường trao đổi và quyên góp quần áo và các mặt hàng cho trẻ em, sửa chữa và tài chế các đồ vật; (14) Thúc đẩy việc sử dụng năng lượng tái tạo, nơi có thể chia sẻ năng lượng thừa qua mạng.

Như vậy, có thể thấy rằng EESC đã đưa ra rất nhiều hoạt động thuộc nhiều khía cạnh của đời sống xã hội có liên quan đến mô hình kinh tế chia sẻ một mặt có tính hướng dẫn các quốc gia trong công tác định hướng và quản lý, mặt khác cũng cho thấy đây là những hoạt động đem lại giá trị lợi ích cao cho xã hội khi các mô hình triển khai thực

hiện đúng vai trò và chức năng của mình, đặc biệt là tuân thủ các quy định của pháp luật có liên quan.

Tại Mỹ, mô hình AirBnB được coi là nền tảng công nghệ chứ không phải là doanh nghiệp xây dựng và sở hữu khách sạn nên sẽ không chịu sự điều chỉnh của luật nhà ở và luật xây dựng. Hợp đồng của AirBnB với cá nhân và tổ chức được thực hiện trong ngắn hạn và chủ yếu phục vụ nhu cầu du lịch cá nhân (Biber & cộng sự, 2017). Vì vậy, cơ sở pháp lý của mô hình AirBnB chịu sự điều chỉnh ở Mỹ là Luật thương mại và Luật giao dịch điện tử (VTIC, 2016).

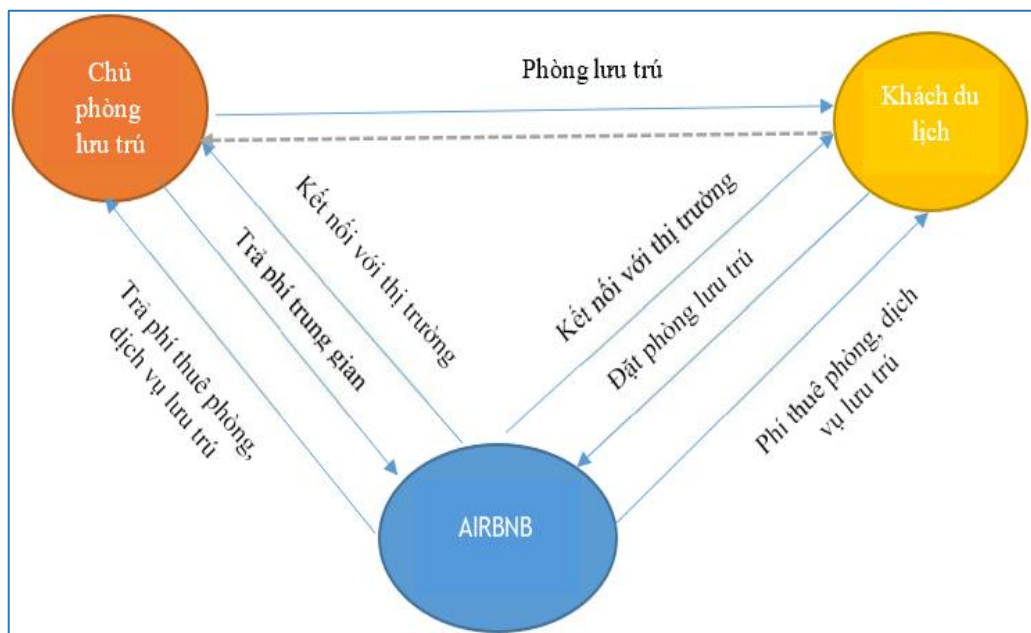
Thêm vào đó, quy định tại Điều 13, Chương 14 quy định về thương mại điện tử trong Hiệp định CPTPP mà Việt Nam đã tham gia ký kết, các quy định có hướng mở đối với việc cung cấp dịch vụ thương mại điện tử xuyên biên giới trong đó có AirBnB. Theo đó, các doanh nghiệp thương mại điện tử như Netflix, AirBnB, Google, v.v... không nhất thiết phải thành lập văn phòng đại diện tại Việt Nam (Bộ Công Thương, 2018).

Trên cơ sở các quy định có liên quan ở một số nước và tổ chức thương mại trên thế giới, điểm chung nhất từ các quy định là việc coi AirBnB và các mô hình kinh tế chia sẻ là nền tảng công nghệ và chịu sự điều chỉnh từ các quy định pháp luật có liên quan tới thương mại và giao dịch điện tử

#### ***4.1. Quy định pháp lý của Việt Nam đối với hoạt động của AirBnB***

Nhìn chung, hoạt động môi giới trong thương mại điện tử (AirBnB) chưa có quy định thống nhất, cụ thể trong pháp luật Việt Nam. Tuy nhiên, Quốc hội (2014, Điều 6) quy định về các ngành nghề bị cấm đầu tư, kinh doanh thì về cơ bản, hoạt động môi giới không phải là ngành nghề bị cấm đầu tư, kinh doanh và Quốc hội (2014, Điều 7) quy định hoạt động môi giới trong thương mại điện tử không phải là ngành nghề bị cấm đầu tư, kinh doanh nên được quyền tự do đầu tư, kinh doanh. Quốc hội (2005, Khoản 1, Điều 150) cũng quy định: “*Môi giới thương mại là hoạt động thương mại, theo đó một thương nhân làm trung gian (gọi là bên môi giới) cho các bên mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ (gọi là bên được môi giới) trong việc đàm phán, giao kết hợp đồng mua bán hàng hóa, dịch vụ và được hưởng thù lao theo hợp đồng môi giới.*”

Như vậy, về bản chất thì hoạt động môi giới trong thương mại điện tử và môi giới thương mại có điểm chung cùng là hoạt động môi giới, trung gian, kết nối giữa bên môi giới và bên được môi giới, hướng tới mục đích cuối cùng là hai bên giao kết hợp đồng với nhau. Song về phạm vi, hoạt động môi giới trong thương mại điện tử lại không chỉ giới hạn trong phạm vi của môi giới thương mại. Cụ thể, Quốc hội (2005, Khoản 1, Điều 6) quy định chủ thể tham gia trong hoạt động môi giới thương mại phải có ít nhất một bên được môi giới là thương nhân, trong đó thương nhân theo gồm “*tổ chức kinh tế được thành lập hợp pháp, cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên và có đăng ký kinh doanh*”. Đối với môi giới trong thương mại điện tử, chủ thể tham gia hoạt động này không chỉ là thương nhân mà còn có thể là chủ sở hữu hàng hóa, dịch vụ đang nhàn rỗi, có nhu cầu kiếm thêm thu nhập. Các chủ thể này hoạt động độc lập nhưng không thường xuyên, không đăng ký kinh doanh, theo đó mà không được coi là thương nhân theo quy định.



Nguồn (Lê Thị Thuý, Nguyễn Hồng Quân, 2020)

Hình 5. Mô hình chia sẻ phòng lưu trú AirBnB

Bên cạnh đó, Quốc hội (2005, Khoản 3, Điều 151) quy định bên môi giới thương mại có nghĩa vụ “chịu trách nhiệm về tư cách pháp lý của các bên được môi giới”. Vậy thì chủ thể môi giới thương mại điện tử liên quan đến ngành nghề kinh doanh có điều kiện có vi phạm nghĩa vụ của bên môi giới không? Họ có thể lý giải về tiêu chí kết nối

với người sở hữu phương tiện, đồ dùng, phòng ngủ khách sạn mà họ nhàn rỗi hay cùng tuyến đường để phản biện lại - đó là quan hệ dân sự chứ không phải là hoạt động thương mại do thiếu yếu tố “thực hiện thường xuyên, mang tính nghề nghiệp”. Nhưng cách giải thích này rất thiếu tính thuyết phục vì việc xác định trên thực tế là rất khó.

Như vậy, xét trên các quy định hiện hành của hệ thống pháp luật Việt Nam, chưa có quy phạm cụ thể điều chỉnh mô hình chia sẻ phòng lưu trú như của AirBnB cũng như các mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải như Grab, Goviet, Be, v.v... đây cũng là một khoảng trống pháp lý cần phải xem xét để có những quy định pháp lý điều chỉnh hoạt động này trong thời gian tới.

#### ***4.2. Bản chất của hoạt động AirBnB***

Khi hoạt động môi giới thương mại điện tử có liên quan đến các ngành nghề kinh doanh có điều kiện như dịch vụ lưu trú (AirBnB), xuất hiện hai luồng quan điểm hiện nay cho rằng: (1) đây là hoạt động kinh doanh ngành nghề kinh doanh có điều kiện; (2) là hoạt động môi giới thương mại.

Chính sự không thống nhất này là nguyên nhân dẫn đến các tranh cãi khi định hình về bản chất của các hoạt động của mô hình kinh tế chia sẻ như AirBnB. Khi chủ thể thiết lập cơ sở hạ tầng kỹ thuật tạo ra môi trường ảo, thu hút những người có nhu cầu chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ, về bản chất họ đang kinh doanh dịch vụ môi giới thương mại điện tử. Hàng hóa, dịch vụ được chia sẻ không thuộc quyền sở hữu của chủ thể cung cấp website, ứng dụng di động. AirBnB chỉ cung cấp nền tảng, dịch vụ trung gian để những người có nhu cầu chia sẻ quyền sử dụng phòng khách sạn của mình. Nói cách khác, về bản chất, AirBnB chỉ thúc đẩy, tạo điều kiện cho các bên có nhu cầu giao kết hợp đồng với nhau. Việc thanh toán cho việc sử dụng hàng hóa, dịch vụ sẽ được các bên thực hiện trực tiếp với nhau, hoặc thông qua việc thu hộ của bên môi giới cho chủ sở hữu. Lợi nhuận của AirBnB được xác định từ thù lao từ các giao dịch đã được môi giới thành công.

Những người sở hữu phòng lưu trú tham gia hoạt động chia sẻ thông qua website, ứng dụng di động độc lập với AirBnB. Họ tham gia giao dịch với người tiêu dùng, với khách hàng nhân danh chính bản thân mình chứ không nhân danh của AirBnB. Ngoài ra,

AirBnB không ký bất kỳ một hợp đồng lao động nào với các cá nhân cung cấp dịch vụ, giữa họ không tồn tại quan hệ lao động.

Như vậy, có thể khẳng định một lần nữa, bản chất của hoạt của AirBnB là hoạt động môi giới thương mại. Tuy nhiên, Luật thương mại hiện hành được Quốc hội thông qua từ năm 2005 đã trải qua 15 năm. Vì vậy, áp dụng để quy định cho những loại hình thương mại mới ra đời nói chung hay hoạt động môi giới trong thương mại điện tử nói riêng vẫn còn nhiều bất cập. Nhu cầu cấp thiết đặt ra là cần phải có những sửa đổi, bổ sung theo hướng kế thừa và phát triển của Luật thương mại (2005), đồng thời với việc đó là việc sửa đổi bổ sung một số quy định trong Luật Giao dịch điện tử (2005) và Luật Công nghệ thông tin (2006) để đảm bảo tính đồng bộ nhằm điều chỉnh hoạt động của mô hình kinh doanh mới này.

#### ***4.3. Vấn đề quản lý thuế đối với hoạt động AirBnB***

Hiện nay, các cơ quan quản lý nhà nước của Việt Nam về thuế vẫn còn nhiều lúng túng trong việc thu thuế đối với mô hình AirBnB và các mô hình tương tự. Đối với AirBnB, mỗi giao dịch cho thuê nhà thành công, AirBnB giữ lại lợi nhuận 13%. AirBnB đặt chủ sở chính tại Ireland nhằm tránh được cả hai mức thuế cao nhất là 35% theo thuế Mỹ và 12,5% theo thuế thu nhập Ireland. Tiền giao dịch của AirBnB tại 190 quốc gia được chuyển thẳng tới một trung tâm thanh toán tại Ireland cho phép che giấu được hầu hết các khoản lợi nhuận tại hầu hết các quốc gia (Nguyễn Thị Loan, 2019).

Hầu hết các hoạt động trong môi giới thương mại điện tử chủ yếu sử dụng hình thức thanh toán quốc tế về thương mại bằng thẻ nên việc kiểm soát của cơ quan nhà nước và ngay cả ngân hàng đang gặp khó khăn. Các quy định về nghĩa vụ thuế hiện hành về kinh doanh thương mại điện tử xuyên biên giới ở Việt Nam đã có nhưng được hướng dẫn chung chung cho tất cả các nhà thầu, nhà thầu phụ nước ngoài có phát sinh nghĩa vụ thuế mà chưa có văn bản hướng dẫn đặc thù trong quản lý, kê khai, thu nộp, quản lý thuế riêng cho hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, sàn giao dịch thương mại điện tử. Trong thực tế, việc thu thuế còn gặp khó khăn, cách hiểu còn khác nhau.

Đối với dịch vụ du lịch – khách sạn trực tuyến được cung cấp bởi các doanh nghiệp nước ngoài, vấn đề then chốt trong quản lý thuế là việc các doanh nghiệp này sử dụng các trung gian thanh toán cho các giao dịch. Những giao dịch khi đi qua công thanh

toán sẽ được doanh nghiệp chuyển tiền qua lại giữa nhiều quốc gia khiến cơ quan quản lý khó tìm ra đích đến, từ đó khó kê khai và truy thu thuế.

#### *Giai đoạn 1: thanh toán dịch vụ*

Ở Việt Nam hiện nay, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch trực tuyến cung cấp cho người mua dịch vụ 4 hình thức thanh toán (sử dụng thẻ thanh toán quốc tế, sử dụng thẻ nội địa, chuyển khoản qua ngân hàng, thanh toán bằng tiền mặt) phù hợp mới với nhiều đối tượng sử dụng dịch vụ khác nhau.

Tiền khách hàng thanh toán cho các dịch vụ này được chuyển qua một bên trung gian, sau đó các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ khách sạn, vận chuyển sẽ nhận được khoản tiền này khi khách hàng sử dụng dịch vụ. Cuối kỳ thanh toán, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phải thanh toán tiền hoa hồng cho đại lý, phần trăm hoa hồng ở các đại lý khác nhau có sự chênh lệch.



*Nguồn (Tác giả tổng hợp)*

Hình 2: Quy trình thanh toán tại mô hình AirBnB

#### *Giai đoạn 2: kê khai nộp thuế*

Căn cứ quy định của pháp luật về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế giá trị gia tăng và pháp luật về quản lý thuế, Bộ Tài chính (2017) đã hướng dẫn về chính sách thuế và quản lý thuế đối với hoạt động của các công ty có trụ sở tại nước ngoài kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử, đặt phòng tại Việt Nam theo hình thức trực tuyến phải tuân thủ các điều khoản về nghĩa vụ thuế và về nghĩa vụ khai, nộp thuế.

AirBnB là doanh nghiệp nước ngoài, không đáp ứng điều kiện nộp thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ, nộp thuế thu nhập doanh nghiệp trên cơ sở kê khai doanh thu chi phí để xác định thu nhập chịu thuế thu nhập doanh nghiệp khi ký kết hợp đồng với các cơ sở lưu trú ở Việt Nam thì thực hiện nộp thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp theo tỷ lệ trên doanh thu hoa hồng được hưởng theo quy định, Bộ Tài chính (2014, Điểm a, khoản 2, Điều 12 và 13) đã hướng dẫn thực hiện nghĩa vụ thuế

áp dụng đối với tổ chức, cá nhân nước ngoài kinh doanh tại Việt Nam hoặc có thu nhập tại Việt Nam, ban hành ngày 6/8/2014 của Bộ Tài chính, cụ thể: thuế giá trị gia tăng tính trên doanh thu được hưởng là 5% và thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên doanh thu được hưởng là 5%.

Bộ Tài chính (2013, Khoản 3, Điều 20) quy định: “Khai thuế đối với trường hợp nộp thuế giá trị gia tăng tính trực tiếp trên giá trị gia tăng, nộp thuế thu nhập doanh nghiệp theo tỷ lệ tính trên doanh thu là loại khai theo lần phát sinh thanh toán tiền cho nhà thầu nước ngoài và khai quyết toán khi kết thúc hợp đồng nhà thầu. Trường hợp bên Việt Nam thanh toán cho nhà thầu nước ngoài nhiều lần trong tháng thì có thể đăng ký khai thuế theo tháng thay cho việc khai theo từng lần phát sinh thanh toán tiền cho nhà thầu nước ngoài. Bên Việt Nam ký hợp đồng với nhà thầu nước ngoài khấu trừ và nộp thuế thay cho nhà thầu nước ngoài và nộp hồ sơ khai thuế, hồ sơ khai quyết toán thuế cho cơ quan thuế quản lý trực tiếp của bên Việt Nam”. Trường hợp khách hàng thuê phòng trả tiền trực tiếp cho cơ sở lưu trú ở Việt Nam, sau đó cơ sở lưu trú trả tiền hoa hồng môi giới đặt phòng cho nhà thầu nước ngoài thì cơ sở lưu trú có trách nhiệm khai, nộp thuế thay cho nhà thầu nước ngoài. Trường hợp khách hàng thuê phòng trả tiền trực tiếp cho nhà thầu nước ngoài, sau đó nhà thầu nước ngoài chuyển tiền phòng cho cơ sở lưu trú và giữ lại tiền hoa hồng được hưởng thì: Đối với trường hợp cơ sở lưu trú và nhà thầu nước ngoài đã ký hợp đồng thì đề nghị cục thuế yêu cầu cơ sở lưu trú có trách nhiệm thông báo cho nhà thầu nước ngoài biết nghĩa vụ thuế và khai, nộp thuế nhà thầu thay nhà thầu nước ngoài. Đối với trường hợp cơ sở lưu trú và nhà thầu nước ngoài chưa ký hợp đồng thì đề nghị cục thuế lưu ý cơ sở lưu trú phải xác định rõ nghĩa vụ thuế của nhà thầu nước ngoài khi ký hợp đồng và cơ sở lưu trú có trách nhiệm khai, nộp thuế nhà thầu thay cho nhà thầu nước ngoài.

## **5. KHUYẾN NGHỊ**

Theo báo cáo của Vụ Kinh tế - Tổng hợp (Ban Kinh tế Trung ương), KTCS đang là xu hướng mới song hành cùng cuộc CMCN 4.0, là mối quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp khởi nghiệp tại nhiều quốc gia trên thế giới và được ví như “con gà đẻ trứng vàng” mới cho nhiều nền kinh tế. Tuy nhiên, sự nở rộ của các dịch vụ theo mô hình KTCS trên thế giới nói chung và mô hình KTCS tại Việt Nam nói riêng đang cho



thấy mối lo ngại về sự cạnh tranh không công bằng trong nền kinh tế. Vì vậy, để nền KTCS phát triển bền vững, Việt Nam cần có các biện pháp để vận dụng hiệu quả và bền vững mô hình KTCS. Bài báo cáo đề xuất một số khuyến nghị sau:

Nhà nước cần công nhận sự phát triển của KTCS là tất yếu, nhìn nhận KTCS như một thành phần kinh tế của Việt Nam, cần có cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách cho mô hình KTCS và có biện pháp quản lý phù hợp cho mô hình kinh tế này. Nếu không thì với tốc độ phát triển nhanh chóng của KTCS như hiện nay có thể dẫn tới những biến thể sai lệch tại Việt Nam. Ví dụ điển hình là sự phát triển của kinh doanh đa cấp tại Việt Nam. Đây là loại hình kinh doanh tiên tiến trên thế giới nhưng khi vào Việt Nam, nhiều đối tượng đã lợi dụng lòng tin của người tham gia mạng lưới để biến nó thành công cụ lừa đảo tinh vi.

Hoàn thiện khuôn khổ hệ thống pháp luật hiện hành cho mô hình KTCS. Hệ thống pháp luật sẽ giúp điều chỉnh mọi hoạt động kinh doanh trong nền KTCS; đảm bảo môi trường thuận lợi cho sự phát triển; tạo ra môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa KTCS với kinh tế truyền thống. Ngoài ra, hệ thống pháp luật còn giúp Chính phủ kiểm soát được các khoản thuế từ mô hình KTCS, cụ thể là: (1) Chính phủ cần quy định rõ trách nhiệm giữa các bên trong KTCS, trách nhiệm của các cơ quan Nhà nước trong việc quản lý đối với mô hình kinh doanh này; (2) Chính phủ cần sớm điều chỉnh và bổ sung kịp thời các văn bản pháp quy để quản lý tốt hoạt động kinh doanh theo mô hình KTCS và khai thác tối đa tiềm năng của mô hình này, (3) Cần rà soát các điều kiện kinh doanh theo hướng đơn giản hóa các thủ tục hành chính nhằm tạo điều kiện cho các loại hình kinh doanh truyền thống và chia sẻ hoạt động bình đẳng trước pháp luật; (4) Sửa đổi các quy định về pháp luật thương mại điện tử (Hợp đồng 3 bên, trách nhiệm của người cung cấp nền tảng) và sửa đổi Luật Quản lý ngoại thương, Nghị định số 09/2018/NĐ-CP ngày 15/01/2018 quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, trong đó có quy định cụ thể đối với hoạt động thương mại điện tử có vốn đầu tư nước ngoài; (5) Hoàn thiện khung khổ pháp lý tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp Fintech phát triển, phù hợp chủ trương, định hướng phát triển của Nhà nước về KTCS.

Nghiên cứu các kinh nghiệm quốc tế và đặc thù tại Việt Nam để đưa ra các giải pháp quản lý nguồn thuế hiệu quả, tránh thất thoát nguồn thu ngân sách nhà nước cũng như tạo sự công bằng cho các đối tượng nộp thuế. Thực tế trên thế giới và câu chuyện Uber ở Việt Nam cho thấy, việc quản lý thuế đối với mô hình KTCS 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, đồng thời cần đẩy mạnh đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin trong việc kiểm soát các hoạt động của mô hình KTCS.

Xây dựng môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp hoạt động theo mô hình KTCS và các doanh nghiệp kinh doanh truyền thống. Nhà nước cần có các chính sách thúc đẩy sự phát triển của mô hình KTCS theo hướng nới lỏng các điều kiện cho kinh doanh truyền thống đồng thời nâng cao kiểm soát quản lý đối với mô hình KTCS trong việc cung ứng dịch vụ để tăng dần sự công bằng giữa kinh doanh truyền thống và kinh doanh công nghệ. Từ đó, gia tăng tính cạnh tranh cho các doanh nghiệp trong nền kinh tế hiện nay.

Cần tập trung đầu tư phát triển mạng lưới Internet, nâng cấp đảm bảo tính bảo mật tài khoản thanh toán trực tuyến cả về số lượng và chất lượng bởi vì đặc thù cơ bản của kinh doanh chia sẻ là các giao dịch thông qua mạng lưới trực tuyến. Khi chưa có sự phát triển mạnh mẽ của Internet thì chưa thể có một nền tảng tốt cho sự phát triển và thành công của KTCS. Vì vậy, Nhà nước cần đẩy nhanh thực hiện xây dựng Chính phủ điện tử và cơ sở hạ tầng thông tin, nhất là xây dựng hệ thống dữ liệu mở, thông suốt để phục vụ quản lý nhà nước đối với mô hình KTCS. Bên cạnh đó, Nhà nước cần chú trọng công tác an ninh mạng để đảm bảo lợi ích cho các bên tham gia KTCS như cần có những chính sách hướng dẫn các cá nhân, tổ chức có trách nhiệm bảo mật thông tin và tuyên truyền nghĩa vụ và trách nhiệm trong việc bảo mật thông tin cá nhân của người khác, xây dựng cơ chế để các bên tham gia KTCS có thể kiểm soát được việc sử dụng thông tin của các nền tảng, các doanh nghiệp sử dụng dữ liệu cá nhân, tổ chức của mình theo đúng thỏa thuận giữa các bên.

Nâng cao nhận thức của các bên trong nền KTCS gồm Nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Nghiên cứu của Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương

(CIEM) chỉ ra ba yếu tố quan trọng thúc đẩy mô hình KTCS là công nghệ, nguồn nhân lực và môi trường pháp lý. Vì vậy, bên cạnh việc hoàn thiện hệ thống pháp luật và đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ thì việc chuẩn bị nguồn cung, đào tạo nhân lực và nâng cao năng lực bộ máy quản lý Nhà nước là việc vô cùng quan trọng. Để nâng cao năng lực bộ máy quản lý nhà nước, Chính phủ cần đổi mới phương thức quản lý nhà nước về kinh tế theo hướng các bộ, ngành tăng cường phối hợp và phản ứng linh hoạt trong công tác điều hành quản lý nhà nước.

## **6. KẾT LUẬN**

Dự báo trong thời gian tới, mô hình KTCS sẽ tiếp tục Dự báo trong thời gian tới, mô hình KTCS sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ và là xu hướng toàn cầu. Hơn nữa, kinh nghiệm quốc tế cho thấy, không có công thức chung cho sự phát triển KTCS tại các nước, thậm chí ở các thành phố trong cùng quốc gia. Vì vậy, Việt Nam cần chủ động chuẩn bị sẵn sàng mọi điều kiện cần thiết từ hạ tầng công nghệ, nguồn nhân lực đến môi trường pháp lý để phát triển mô hình KTCS một cách bền vững./.

## Tài liệu tham khảo

- [1]. Cristiano Codagnone and Bertin Martens (2016), *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*, European Union.
- [2]. Judith Wallenstein and Urvesh Shelat (2017), *Hoping aboard the sharing economy*, The Boston Consulting Group.
- [3]. Hà Thu (2018), *Bán cho Grab, Uber chính thức rút khỏi Đông Nam Á*, <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/quoc-te/ban-cho-grab-uber-chinh/thuc-rutkhoi-dong-nam-a-3727755.html>.
- [4]. LinkedIn (2017), *Airbnb là gì? Tìm hiểu về Airbnb Việt Nam*, <https://www.linkedin.com/pulse/airbnb-l%C3%A0-g%C3%AC-t%C3%ACmhi%E1%BB%83u-v%E1%BB%81-vi%E1%BB%87t-nam-le-viet>.
- [5]. Cafebiz (2017), *Số lượng xe Uber và Grab chạm mức 50.000 chiếc, gần gấp đôi taxi tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh*, <http://cafebiz.vn/so-luong-xe-uber-va-grab-cham>.
- [6]. Như Bình (2017), *Dịch vụ ‘chia sẻ phòng’ Airbnb lấy khách của khách sạn*, <https://tuoitre.vn/dich-vu-chia-se-phong-airbnb-lay-khach-cua-khach-san1358899.htm>.
- [7]. [https://vi.wikipedia.org/wiki/Kinh\\_t%C3%A9\\_chia\\_s%C3%A9](https://vi.wikipedia.org/wiki/Kinh_t%C3%A9_chia_s%C3%A9)
- [8]. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - tư liệu. Chuyên đề 7: Thực trạng kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. Kiến nghị giải pháp quản lý nhà nước.
- [9]. Judith Wallenstein and Urvesh Shelat, 2017. *Hoping aboard the sharing economy*. The Boston Consulting Group.
- [10]. Cafebiz, 2017. *Số lượng xe Uber và Grab chạm mức 50.000 chiếc, gần gấp đôi taxi tại Hà Nội và TP.HCM*. Truy cập tại: <http://cafebiz.vn/so-luong-xe-uber-va-grab-chammuc-50000-chiec-gan-gap-doi-taxi-tai-ha-noi-va-tphcm-20171013112242118.chn>.
- [11]. Nielsen, 2014. *Người tiêu dùng đông nam á sẵn sàng với mô hình kinh doanh chia sẻ*. Truy cập tại: <http://www.nielsen.com/vn/vi/insights/2014/Kinh-doanh-chia-se.html>
- [12]. <http://www.nhandan.com.vn/chinhtri/cung-suy-ngam/item/37014102-co-hoi-va-thach-thuc-cua-mo-hinh-kinh-te-chia-se-o-viet-nam.html>
- [13]. <https://baodautu.vn/chu-dong-khai-thac-co-hoi-tu-kinh-te-chia-se-d84655.html>
- [14]. <https://tinnhanhchungkhoan.vn/dau-tu/do-tac-dong-cua-kinh-te-chia-se-tai-viet-nam-235406.html>
- [15]. <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/kinh-doanh/2018-07-12/don-co-hoi-tu-kinh-te-chia-se-59782.aspx>
- [16]. <http://laodongthudo.vn/kinh-te-chia-se-mo-hinh-kinh-doanh-bung-no-trong-ky-nguyen-40-70736.html>
- [17]. <http://tapchitaichinh.vn/nghien-cuu--trao-doi/trao-doi-binh-luan/mo-hinh-nen->

kinh-te-chia-se-va-goi-y-cho-viet-nam-90004.html

[18]. <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/kinh-doanh/2018-07-12/don-co-hoi-tu-kinh-te-chia-se-59782.aspx>

[19]. <http://www.nhandan.com.vn/kinhte/item/37944402-kinh-te-chia-se-chia-khoa-cua-tang-truong-ky-1.html>

[20]. <http://www.nhandan.com.vn/kinhte/item/37956202-kinh-te-chia-se-chia-khoa-cua-tang-truong-ky-2.html>

[21]. <https://doanhnhansaigon.vn/goc-nha-quan-tri/kinh-te-chia-se-dang-dan-dat-thi-truong-1086772.html>