

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỎ - ĐỊA CHẤT

**BÁO CÁO TỔNG KẾT
ĐỀ TÀI NCKH SINH VIÊN**

**TÌM HIỂU THỰC TRẠNG KINH TẾ CHIA SẺ Ở VIỆT NAM
TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY**

Hà Nội, 05/2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỎ - ĐỊA CHẤT

**BÁO CÁO TỔNG KẾT
ĐỀ TÀI NCKH SINH VIÊN**

**TÌM HIỂU THỰC TRẠNG KINH TẾ CHIA SẺ Ở VIỆT NAM
TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY**

Trưởng nhóm nghiên cứu: Lê Thị Huyền Trang, Lớp: DCKTKD66-04F
Thành viên tham gia thực hiện:

1. Bùi Minh Trang, Lớp: DCKTKD66-04C
2. Trần Mỹ Hạnh, Lớp: DCKTKD66-04B
3. Nguyễn Đình Hạnh, Lớp: DCKTKD66-01B

Người hướng dẫn: **TS. Nguyễn Tiến Hưng**

Hà Nội, 05/2023

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	4
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	4
2. Mục đích nghiên cứu	5
3. Nhiệm vụ nghiên cứu:	5
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	6
5. Phương pháp nghiên cứu	6
6. Kết cấu của đề tài	7
CHƯƠNG 1	8
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KINH TẾ CHIA SẺ VÀ MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ	8
1.1. Một số khái niệm về kinh tế chia sẻ và mô hình kinh tế chia sẻ	8
1.1.1. Lịch sử ra đời kinh tế chia sẻ.....	8
1.1.2. Khái niệm kinh tế chia sẻ	9
1.1.3. Khái niệm mô hình kinh tế chia sẻ	9
1.1.4. Khái niệm phát triển kinh tế chia sẻ	10
1.2. Thực tiễn các mô hình kinh tế chia sẻ	11
1.2.1 Mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải trực tuyến.....	12
1.2.2. Mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực chia sẻ phòng ở.....	17
CHƯƠNG 2	22
THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH TẾ CHIA SẺ VÀ MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY	22
2.1. Các lĩnh vực phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam	22
2.1.1. Dịch vụ vận tải.....	22
Hình 2.1: Thị phần gọi xe công nghệ Việt Nam nửa đầu năm 2020.....	23
2.1.2. Dịch vụ du lịch và khách sạn.....	25
2.1.3. Dịch vụ tài chính	27

2.1.4. Dịch vụ lao động, việc làm.....	28
2.2. Thực trạng kinh tế chia sẻ tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay	30
2.2.1. Thực trạng về chính sách quản lý và phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam	32
2.2.2. Thực trạng về cơ sở hạ tầng CNTT phục vụ kinh tế chia sẻ	34
2.3. Đánh giá thực trạng phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam	35
2.5.1. Những kết quả đạt được	36
2.5.2. Những hạn chế.....	37
CHƯƠNG 3.....	41
MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NỀN KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM.....	41
3.1. Chính phủ xây dựng chính sách hỗ trợ	41
3.2. Tăng cường quản lý và giám sát các hoạt động.....	41
3.3. Tuyên truyền nâng cao nhận thức của xã hội.....	42
3.4. Xây dựng môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các hoạt động kinh tế chia sẻ và truyền thống.....	42
3.5. Hợp tác quốc tế với nhiều quốc gia trên thế giới.....	43
KẾT LUẬN	44
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	45

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Mô hình kinh tế chia sẻ (Sharing Economy) là một mô hình kinh tế mới hình thành trong giai đoạn đầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, việc cung cấp sản phẩm dịch vụ tới tay người tiêu dùng đã vượt qua giới hạn về cả khoảng cách thời gian cũng như không gian. Nền tảng công nghệ giúp kết nối người tiêu dùng với nhà cung cấp hàng hóa và dịch vụ, đồng thời thúc đẩy việc sử dụng tài sản tốt hơn và tăng mức tận dụng nguồn lực kinh tế.

Kinh tế chia sẻ là đặc trưng của cách mạng công nghiệp 4.0, môi giới thương mại điện tử đã tồn tại và bắt đầu phát triển mạnh ở nước ta trong vòng 5 năm trở lại đây. Các thương hiệu AirBnB, Travelmob, Triip.me... đã trở nên quen thuộc và đóng vai trò kết nối những người có nhu cầu sử dụng và những người có nhu cầu cung cấp dịch vụ vận tải, nhà ở, phòng ngủ hay các tài sản khác. Những lợi ích đạt được của nền kinh tế chia sẻ là rất lớn. Cụ thể là: mở ra thêm cho xã hội rất nhiều cơ hội việc làm, cũng như đa dạng hóa được số lượng nghề nghiệp; giúp xã hội tận dụng tối đa những tài nguyên sẵn có và giảm bớt một lượng tài nguyên lớn để sản xuất; Tạo ra một môi trường vô cùng cạnh tranh, luôn luôn hướng tới những cái mới cái tốt; hạn chế được việc khai thác các tài nguyên lại vừa giúp môi trường sạch hơn. Đây chính là những yếu tố khiến mô hình nền kinh tế chia sẻ có những tiềm năng phát triển lớn mạnh hơn nữa trong tương lai, sẽ không chỉ là một thị trường ngách hay một hiện tượng nhất thời mà là tương lai của môi trường kinh doanh toàn cầu.

Tuy nhiên, sự nở rộ nhanh chóng của mô hình kinh tế này đã và đang gây ra không ít quan ngại cho các nhà quản lý và đặt ra không ít thách thức đối với các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức truyền thống. Ngoài những lợi ích vượt trội như trên, mô hình kinh tế chia sẻ cũng gây ra mối lo ngại về pháp lý. Việc thiếu chế tài cho các loại hình mới không chỉ khiến các nước bối rối, vô hình

chung tạo sự cạnh tranh không công bằng giữa phương thức kinh doanh truyền thống và phương thức kinh tế chia sẻ. Bên cạnh đó, vẫn tồn tại tranh cãi về nghĩa vụ thuế đối với loại hình KTCS, nhất là vấn đề thu thuế doanh nghiệp cung cấp dịch vụ xuyên quốc gia, vấn đề tránh thuế hai lần...

Đối với Việt Nam, vì là một mô hình khá mới nên cũng đặt ra nhiều thách thức cho nhà quản lý. Hệ thống pháp luật về hoạt động kinh doanh của nước ta như Luật Doanh Nghiệp, Luật Giao dịch điện tử... các quy định thuế hiện nay hầu như chưa có các điều khoản điều chỉnh trực tiếp hoặc gián tiếp, thậm chí bỏ ngỏ đối với mô hình này.

Từ những vấn đề nêu trên, qua quá trình nghiên cứu 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, nhóm nghiên cứu thực hiện đề tài “Tìm hiểu thực trạng kinh tế chia sẻ ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay” nhằm phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

2. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở tìm hiểu thực trạng phát triển mô hình kinh tế chia sẻ ở Việt Nam, phân tích những ưu điểm và hạn chế của mô hình kinh tế chia sẻ, đề tài đưa ra khuyến nghị, giải pháp nhằm phát triển mô hình kinh tế chia sẻ trong bối cảnh hiện nay.

3. Nhiệm vụ nghiên cứu:

Để thực hiện được mục tiêu nghiên cứu của đề tài, nhiệm vụ cần giải quyết của đề tài bao gồm:

- Hệ thống hoá các vấn đề lý luận và thực tiễn về kinh tế chia sẻ, mô hình kinh tế chia sẻ;
- Tìm hiểu, phân tích, đánh giá thực trạng tình hình phát triển mô hình kinh tế chia sẻ ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay;

- Đề xuất khuyến nghị và giải pháp để phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Các vấn đề liên quan đến kinh tế chia sẻ, mô hình kinh tế chia sẻ trên thế giới và Việt Nam.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi về nội dung: Đề tài tập trung chủ yếu về kinh tế chia sẻ, mô hình kinh tế chia sẻ lĩnh vực giao thông vận tải, hoạt động và phát triển của mô hình này trên thế giới và Việt Nam; Đề xuất khuyến nghị, giải pháp thúc đẩy phát triển phù hợp với Việt Nam trong giai đoạn hiện nay;

- Phạm vi về thời gian: Đề tài nghiên cứu thực trạng kinh tế chia sẻ, mô hình kinh tế chia sẻ giai đoạn 2017 – 2022;

- Phạm vi về không gian: Đề tài tập trung nghiên cứu về kinh tế chia sẻ, mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam.

5. Phương pháp nghiên cứu

Để hoàn thiện đề tài, tác giả sử dụng một số phương pháp nghiên cứu chủ yếu như: Quá trình nghiên cứu được tiến hành tuần tự, theo một quy trình chặt chẽ từ nghiên cứu lý luận và thực tiễn, đến phân tích, đánh giá hiện trạng và trên cơ sở những kết quả nghiên cứu đó, đưa ra kiến nghị xây dựng đổi mới phương pháp đánh giá đối với mục tiêu phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam.

Phương pháp luận duy vật lịch sử và phương pháp luận duy vật biện chứng: Phương pháp này sẽ được sử dụng xuyên suốt trong quá trình tổng hợp, phân tích, luận giải về cơ sở lý luận và thực tiễn, phân tích thực trạng cũng như đề xuất, kiến nghị các giải pháp trong nghiên cứu.

Phương pháp kế thừa: Kế thừa và vận dụng các tư tưởng, lý luận, kinh nghiệm, các kết quả nghiên cứu trong nước và ngoài nước, từ đó có những đề xuất, bổ sung, phát triển để giải quyết các vấn đề đặt ra trong quá trình nghiên cứu, xây dựng đề tài.

Phương pháp so sánh, đối chiếu: Sử dụng phương pháp này để so sánh phương pháp đánh giá việc phát triển kinh tế chia sẻ của các nước đang phát triển và nước ta qua từng giai đoạn phát triển, so sánh với các phương pháp của một số nước. Đồng thời, đề tài sẽ sử dụng các số liệu thống kê, báo cáo, khảo sát, và kết quả nghiên cứu của các dự án, đề tài, các công trình nghiên cứu về vấn đề có liên quan.

6. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, nội dung chính của đề tài được chia thành các nội dung sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về kinh tế chia sẻ và mô hình kinh tế chia sẻ

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh tế chia sẻ và mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam

Chương 3: Khuyến nghị, giải pháp phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KINH TẾ CHIA SẺ VÀ MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ

1.1. Một số khái niệm về kinh tế chia sẻ và mô hình kinh tế chia sẻ

1.1.1. Lịch sử ra đời kinh tế chia sẻ

Nền kinh tế chia sẻ được bắt đầu mạnh những năm 1995, khởi điểm tại Mỹ với mô hình ban đầu có tính chất “Chia sẻ hàng ngang” nhưng không rõ rệt. Nó khởi đầu bằng dịch vụ website thông tin cho thuê quảng cáo, người tìm việc, việc tìm người, giúp cho những cá nhân có thể kiếm việc làm, kiếm được tiền quảng cáo.

Mô hình kinh doanh này thực sự phát triển mạnh mẽ khi nền kinh tế Mỹ rơi vào khủng hoảng năm 2008, người dân buộc phải thay đổi cách tiêu dùng để thích ứng bối cảnh khó khăn.

Trên thực tế, mô hình chia sẻ đã có từ rất lâu: thư viện, thuê xe, CLB, phòng luyện tập, xe ôm, chia sẻ trong làng xã, thị trấn. Tuy nhiên, từ giữa thế kỉ XX, việc chia sẻ trở nên đắt đỏ và rắc rối hơn việc sở hữu, do sự bùng nổ của sản xuất hàng loạt (cách mạng công nghiệp). Từ đó xuất hiện chủ nghĩa tiêu dùng: xây dựng trên ý tưởng tin rằng việc tiêu dùng sẽ giúp người dân thấy hạnh phúc, việc tiêu dùng giúp nền kinh tế phát triển mạnh hơn. Hiện nay, xu hướng này đang bị đảo ngược trở lại, do việc chia sẻ dần trở nên rẻ hơn. Nền kinh tế chia sẻ thuộc một xu hướng lớn hơn bắt đầu từ thời Internet: Xu hướng đảo ngược chủ nghĩa tiêu dùng. Khi Internet được lan rộng, các trang như eBay và Craigslist giúp kết nối những người có và những người cần một cách hiệu quả hơn. Chia sẻ và tái phân phối tài nguyên bắt đầu rẻ đi so với mua đồ mới và vứt đồ cũ đi. Mọi người không chỉ là người mua, mà còn có thể bán thông qua thương mại ngang hàng. Việc này giúp những thứ được lãng phí do không dùng đến được tận dụng thông qua nền tảng công nghệ. Thông qua nền tảng này, con người bắt đầu thay

đổi quan hệ với những thứ mình tư hữu, họ nhận ra những thứ có thể được truy cập mà không cần sở hữu, thứ đắt đỏ trong việc duy trì, thứ không thực sự cần thiết, thứ không được dùng thường xuyên... đều nên thuê chứ không nên mua. Điều này thay đổi tâm lý “tư hữu”.

1.1.2. Khái niệm Kinh tế chia sẻ

Sự chia sẻ giữa người với người đã diễn ra hàng ngàn năm qua, hình thức chia sẻ trước kia rất đơn giản, có khi chỉ là chia sẻ một ngọn lửa với hàng xóm hay một túp lều nghỉ tạm mỗi khi xa nhà. Tuy nhiên từ giữa thế kỷ 20, cùng với sự phát triển của Internet, với sự hỗ trợ, kết nối nhờ tận dụng công nghệ, người tiêu dùng đã tận dụng hiệu quả hơn đối với tài sản cá nhân mình có. Việc này giúp những thứ được lãng phí do không dùng đến được tận dụng thông qua nền tảng công nghệ. Tuy nhiên ngày nay sự chia sẻ không còn gói gọn trong phạm vi hẹp, nó đã trở thành một xu hướng, một loại hình kinh tế mới mang tính toàn cầu - kinh tế chia sẻ.

Kinh tế chia sẻ (sharing economy) có nhiều tên gọi và khái niệm đồng nghĩa khác 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), v.v...

Theo từ điển Tiếng Anh Oxford (Oxford English Dictionary, 2015) “kinh tế chia sẻ là một hệ thống kinh tế trong đó tài sản hoặc dịch vụ được chia sẻ giữa các cá nhân miễn phí hoặc thu phí, thông qua mạng Internet”;

Hay theo Viện nghiên cứu và quản lý kinh tế, kinh tế chia sẻ (Sharing economy) là mô hình kinh tế mà trong đó đề cập đến việc chia sẻ ngang hàng quyền truy cập vào hàng hóa và dịch vụ (phối hợp thông qua các dịch vụ trực tuyến dựa vào cộng đồng).

1.1.3. Khái niệm mô hình kinh tế chia sẻ

Mô hình là sự đơn giản hóa hiện thực một cách có chủ định. Nó cho phép nhà nghiên cứu bỏ qua các mặt thứ yếu để tập trung vào phương diện chủ yếu, có ý nghĩa quan trọng đối với vấn đề nghiên cứu.

Bản chất của KTCS là mô hình kinh doanh mới, tận dụng lợi thế của công nghệ số, qua đó tiết kiệm chi phí giao dịch và tiếp cận một số lượng lớn khách hàng thông qua các nền tảng số. So với mô hình kinh tế truyền thống, KTCS là trung tâm với ứng dụng công nghệ số. Trong đó, giao dịch được thực hiện qua nền tảng trực tuyến do bên thứ ba cung cấp, mở ra nhiều cơ hội hơn cho người tiêu dùng lựa chọn với giá rẻ hơn. Các cá nhân có thể tham gia dưới hình thức bán thời gian, tạo thêm việc làm và tăng thu nhập, khách hàng và nhà cung cấp có thể tạo nên sự đảm bảo chung và xây dựng lòng tin bằng hệ thống xếp hạng và đánh giá đối tác giao dịch. Cùng với đó, những tài sản vật chất được “chia sẻ” hoặc sử dụng như những dịch vụ, thay đổi phương thức kinh doanh truyền thống, từ “sở hữu tài sản” sang phương thức “sử dụng tài sản mà không cần sở hữu”. Giá trị tạo ra nhờ đổi mới sáng tạo/kết nối mạng trên nền tảng số, thu lợi từ hiệu suất kinh tế nhờ quy mô.

Tóm lại, kinh tế chia sẻ 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, trong đó: - Đề cập đến vai trò ngang hàng dựa trên sự chia sẻ quyền sử dụng hàng hóa và dịch vụ nhằm gia tăng lợi ích cho các bên tham gia. - 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.

1.1.4. Khái niệm phát triển kinh tế chia sẻ

Trước hết cần làm rõ khái niệm “phát triển”, “phát triển” tuy ban đầu được các nhà kinh tế học định nghĩa là “tăng trưởng kinh tế”, nhưng nội hàm của nó từ lâu đã vượt khỏi phạm vi này, được nâng cấp sâu sắc hơn và chính xác hơn. Theo Từ điển Tiếng Việt “phát triển” được hiểu là quá trình vận động, tiến triển theo hướng tăng lên, ví dụ phát triển kinh tế, phát triển văn hoá, phát triển xã hội...

Theo Từ điển Bách khoa Việt Nam thì “phát triển là phạm trù triết học chỉ ra tính chất của những biến đổi đang diễn ra trong thế giới. Phát triển là một thuộc tính của vật chất. Mọi sự vật và hiện tượng của hiện thực không tồn tại

trong trạng thái khác nhau từ khi xuất hiện đến lúc tiêu vong...nguồn gốc của phát triển là sự thống nhất và đấu tranh giữa các mặt đối lập”

Phát triển kinh tế là quá trình lớn lên, tăng tiến mọi mặt của nền kinh tế. Nó bao gồm sự tăng trưởng kinh tế và đồng thời có sự hoàn chỉnh về mặt cơ cấu, thể chế kinh tế, chất lượng cuộc sống.

Khái niệm “phát triển kinh tế chia sẻ”

Phát triển kinh tế chia sẻ là tổng thể các quan điểm, mục tiêu, công cụ, giải pháp, nhằm hướng đến việc xây dựng mô hình kinh tế chia sẻ phát triển hiệu quả và bền vững; tận dụng và khai thác tối đa điểm mạnh của kinh tế chia sẻ, hạn chế tới mức thấp nhất những bất cập mà mô hình này đem lại.

Phát triển kinh tế chia sẻ bao gồm quá trình phát triển các lĩnh vực, ngành nghề ứng dụng mô hình kinh tế chia sẻ; phát triển các chính sách, hành lang pháp lý hỗ trợ kinh tế chia sẻ và phát triển hạ tầng CNTT phục vụ kinh tế chia sẻ. Sự phát triển của kinh tế chia sẻ là rất cần thiết, là tất yếu, phù hợp với xu thế phát triển của công nghệ thông tin hiện đại và có nhiều tác động tích cực tới nền kinh tế.

Sự phát triển của kinh tế chia sẻ gắn với sự phát triển của tất cả các ngành, lĩnh vực và của nền kinh tế (công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ; sản xuất, phân phối, lưu thông hàng hóa, giao thông vận tải, logistic, tài chính, ngân hàng) mà công nghệ số được áp dụng.

1.2. Thực tiễn các mô hình kinh tế chia sẻ

Mô hình kinh tế chia sẻ là các hoạt động chia sẻ, trao đổi nguồn lực chưa được sử dụng hay sử dụng không hết thông qua nền tảng số. Công nghệ số giúp kết nối nhu cầu chia sẻ nguồn lực nhàn rỗi và nhu cầu sử dụng nguồn lực đó một cách chính xác, hiệu quả, nhanh chóng và chi phí thấp. Nền tảng công nghệ sẽ xử lý thông tin, kết nối người cung cấp nguồn lực với người sử dụng nguồn lực



Hình 1.1: Mô tả hoạt động mô hình của kinh tế chia sẻ

1.2.1 Mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải trực tuyến

Mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải trực tuyến, hay dịch vụ đặt xe trực tuyến/dịch vụ vận tải sử dụng hợp đồng điện tử là cách thức yêu cầu một số loại hình dịch vụ vận tải thông qua nền tảng số trên thiết bị di động thông minh.

Ngay từ năm 2006, trên thế giới đã xuất hiện và phát triển nhanh chóng loại hình kinh doanh dịch vụ vận tải sử dụng hợp đồng điện tử như Uber (Mỹ), Grab (Malaysia), Go-Jek (Indonesia), Didi (Trung Quốc), Yandex (Nga). Tuy nhiên, một số quốc gia khác như Châu Âu, Nhật Bản và một số bang của Mỹ lại có quan điểm hạn chế là cấm cung cấp dịch vụ vận tải trực tuyến do loại hình dịch vụ này được coi là loại hình kinh doanh trong lĩnh vực vận tải chứ không đơn thuần là kinh doanh phần mềm di động.

Một số quốc gia thực hiện chính sách mở cửa, chấp nhận mô hình vận tải sử dụng hợp đồng điện tử (như Châu Á - Thái Bình Dương, Châu Phi, Nam Mỹ và một số bang của Mỹ). Các nước này đã thực hiện một loạt biện pháp nhằm quản lý loại hình kinh doanh mới này như: Sửa đổi hệ thống pháp luật và các quy

định dưới luật để tạo hành lang pháp lý cần thiết; Đưa ra các giải pháp thu phí, thuế, đảm bảo không thất thu và cạnh tranh công bằng hơn giữa các loại hình vận tải; Đưa ra các quy định bắt buộc đối với tài xế và phương tiện tham gia loại hình vận tải sử dụng hợp đồng điện tử để bảo đảm an toàn và thuận tiện cho việc quản lý, xử lý; Nói lỏng các quy định để bảo đảm tính cạnh tranh công bằng cho các loại hình thức vận tải.

Ở Việt Nam, dịch vụ này xuất hiện năm 2014, với sự góp mặt của một số ứng dụng kết nối như GrabTaxi (nay là Grab), LiveTaxi, TaxiChiềuVè, Uber, EasyTaxi và đến nay vẫn đang tiếp tục phát triển mạnh với nhiều nhà cung cấp dịch vụ mới như VATO, Be, FastGo, Aber và Go-Viet (nay là Go-Jek Việt Nam) v.v.

Đối với xe taxi, dịch vụ đặt xe trực tuyến được quy định tại Luật Giao dịch điện tử, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP của Chính phủ về thương mại điện tử và các văn bản hướng dẫn liên quan.

Đối với xe hợp đồng, dịch vụ đặt xe trực tuyến được ứng dụng trên cơ sở 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” (ban hành kèm theo Quyết định số 24/QĐ-BGTVT ngày 07/01/2016 của Bộ Giao thông vận tải). Đề án cho phép các xe hợp đồng dưới 9 chỗ ngồi (đáp ứng quy định tại Nghị định số 86/2014/NĐ-CP và Thông tư số 63/2014/TT-BGTVT) với thời gian thí điểm là 02 năm (từ 01/2016 đến 01/2018) tại 05 tỉnh/thành phố (bao gồm: Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Khánh Hòa và Quảng Ninh) được áp dụng hợp đồng điện tử, bên cạnh hình thức hợp đồng bằng văn bản giấy thông thường. Theo đánh giá của Sở Giao thông vận tải thành phố Hồ Chí Minh, từ sau năm 2015, đặc biệt khi thực hiện Quyết định số 24/QĐ-BGTVT ngày 07/01/2016 thì số lượng xe ô tô 9 chỗ trở xuống tham gia kinh doanh vận tải theo hợp đồng tăng mạnh.

Do dịch vụ vận tải khách hàng bằng xe hợp đồng đã được quy định trong Luật Giao thông đường bộ nên Đề án không phải là thí điểm một loại hình kinh doanh mới, mà thực chất là thí điểm cho phép áp dụng hình thức “hợp đồng vận

tử điện tử” thay thế cho “hợp đồng văn bản giấy” đối với dịch vụ vận tải bằng xe hợp đồng (hay gọi là “xe hợp đồng điện tử”).

Kết quả 2 năm thực hiện thí điểm Đề án ứng dụng khoa học công nghệ trong hỗ trợ kết nối vận tải hành khách theo hợp đồng đã được Bộ Giao thông vận tải tổng kết có 866 đơn vị vận tải (doanh nghiệp, hợp tác xã vận tải) với 36.809 phương tiện tham gia thí điểm. Trong đó trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh có 506 đơn vị vận tải, 03 nhà cung cấp phần mềm, với 21.601 xe tham gia thí điểm; thành phố Hà Nội có với 354 đơn vị vận tải, 07 nhà cung cấp phần mềm, với 15.046 xe tham gia thí điểm; tỉnh Quảng Ninh có 04 đơn vị vận tải, 02 đơn vị cung cấp phần mềm, với 62 xe tham gia thí điểm; tỉnh Khánh Hòa có 02 nhà cung cấp phần mềm (đồng thời là đơn vị vận tải), với 100 xe tham gia thí điểm. Sau đó, Phó Thủ tướng Chính phủ Trịnh Đình Dũng đã có ý kiến chỉ đạo tại Văn bản số 1755/VPCP-CN ngày 23/02/2018 về việc “Đồng ý kéo dài thời gian thí điểm triển khai ứng dụng khoa học công nghệ hỗ trợ quản lý và kết nối hoạt động vận tải khách hàng theo hợp đồng theo hợp đồng theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại văn bản số 1805/TTg-KTN ngày 19/10/2015 cho đến khi Nghị định quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh bằng xe ô tô (thay thế Nghị định số 86/2014/NĐ-CP) được ban hành và có hiệu lực thi hành”. Đề án đã giúp người dân hưởng lợi lớn, vì với sự trợ giúp của kỹ thuật số, các nhà cung cấp dịch vụ vận tải bằng xe hợp đồng đã tạo ra một thị trường cạnh tranh hơn. Sự cạnh tranh trong thị trường vận tải (đặc biệt là ở đô thị) chính là động lực mang đến lợi ích này. Người dân đã có thêm nhiều lựa chọn với chất lượng dịch vụ được cải thiện và giá cả minh bạch cho mỗi chuyến đi, trong khi đó, nhiều đơn vị kinh doanh vận tải cùng hàng trăm nghìn lái xe có nhiều cơ hội làm việc và thu nhập tăng. Mô hình KTCS trong lĩnh vực vận tải trực tuyến cho phép tận dụng tối đa những tài nguyên dư thừa (xe ô tô và lái xe nhàn rỗi) trong xã hội để tạo ra giá trị. Giúp tận dụng xe ô tô và xe máy (tài sản) và người lái xe (lao động) nhàn rỗi để tạo ra dịch vụ. Về khía cạnh tiêu dùng, giúp tận dụng tối đa sức chứa và quãng đường di chuyển của xe ô tô để phục vụ nhiều khách nhất và tạo ra giá trị lớn nhất, nhờ đó

khách hàng cũng tiết kiệm được chi phí di chuyển đáng kể. Trong mô hình này, các nền tảng số giúp xóa bỏ đáng kể chi phí giao dịch và các chi phí trung gian khi giúp người mua và người bán nhanh chóng tìm thấy nhau. Cùng với việc tiết kiệm nguồn tài nguyên, sự có mặt của các nền tảng số giúp thúc đẩy nền kinh tế chia sẻ và gia tăng tín hiệu quả của nền kinh tế. Chẳng hạn, Grab giúp giảm tỉ lệ chạy rỗng của xe ô tô khi các xe kết nối Grab có tỷ lệ lấp đầy lên đến 70-90% (tùy thời điểm), so với tỷ lệ lấp đầy của xe taxi truyền thống khoảng 30-50%.

Ngày 17/01/2020, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 10/2020/NĐ-CP quy định về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô (thay thế Nghị định số 86/2014/NĐ-CP), Nghị định có hiệu lực thi hành từ 01/4/2020, đã có thay đổi đáng kể trong lĩnh vực vận tải trực tuyến, Nghị định đã bổ sung các quy định mới nhằm ứng dụng mạng mẽ công nghệ thông tin vào hoạt động vận tải đường bộ, đặc biệt là đã giúp phân định rõ ràng doanh nghiệp kinh doanh vận tải với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ nền tảng; từ đó giúp doanh nghiệp xác định rõ ràng các điều kiện kinh doanh và các cơ quan quản lý nhà nước cũng thuận lợi hơn trong thực hiện các nhiệm vụ quản lý động này.

Trên thị trường Việt Nam hiện còn một số công ty lớn tham gia vào hoạt động kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải trực tuyến như Grab (vận tải 4 bánh), GoJek (vận tải 2 bánh) và một số công ty khác cùng tham gia lĩnh vực giao hàng, giao đồ ăn... Theo thông tin của Hiệp hội vận tải ô tô Việt Nam, hiện nay cả nước có khoảng 50-70 ngàn xe ô tô vận tải hành khách theo hợp đồng theo mô hình kinh tế chia sẻ, địa bàn hoạt động chủ yếu tại các thành phố lớn.

Trong số xe ô tô vận tải hành khách theo hợp đồng, có một tỷ lệ đáng kể chủ xe mua xe (một hoặc nhiều xe) với mục đích kinh doanh khi tận dụng được cơ hội thị trường. Điều này tiềm ẩn rủi ro khi nhu cầu thị trường đi xuống, làm giảm doanh thu, không bù đắp được các khoản chi phí (lãi vay ngân hàng, trả công lái xe, khấu hao xe, chi phí nhiên liệu...) nên dễ dẫn đến thua lỗ, phải bán hoặc cầm cố xe. Trong hoạt động kinh doanh, nền tảng sẽ giúp khách hàng và lái xe kết nối với nhau đồng thời xác định giá cước cho mỗi chuyến đi tùy theo

khoảng cách và thời điểm trong ngày. Theo Hợp đồng với lái xe, các công ty cung cấp nền tảng được giữ lại một tỷ lệ trong tổng doanh thu từng chuyến xe (hiện tỷ lệ này đối với Grab taxi là 28,6%, đối với GoJek là 20%).

Công ty sẽ thực hiện nghĩa vụ thuế với nhà nước, trong đó thuế VAT 3% và thuế TNCN là 1,5% tính theo doanh thu (theo Thông tư 92/2015/TT-BTC của Bộ Tài chính). Đối với lái xe có thu nhập từ 100 triệu VND trở lên sẽ thực hiện đóng thuế TNCN. Ngoài ra, công ty còn thu phí duy trì nền tảng (đối với công ty Grab thu 2000 VND/cuộc xe, công ty GoJek thu trong khoảng từ 1,5-2 nghìn đồng/giao dịch tùy theo thời điểm trong ngày). Hiện nay, khi Nghị định số 10/2020/NĐ-CP đã chính thức có hiệu lực thi hành đã quy định khá chi tiết, đầy đủ về hoạt động kinh doanh vận tải nói chung và kinh doanh vận tải theo mô hình kinh tế chia sẻ nói riêng, những chủ thể kinh doanh trong lĩnh vực vận tải, bất kể theo hình thức nào, cũng phải chịu thuế và các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật đối với doanh nghiệp vận tải để đảm bảo công bằng. Trong quá trình hoạt động, nhiều công ty mở rộng hoạt động kinh doanh sang lĩnh vực khác ngoài vận chuyển hành khách, đa dạng hóa dịch vụ để tận dụng nền tảng số và đáp ứng nhu cầu mới với thị trường, một số công ty tham gia vận tải trực tuyến đã mở rộng lĩnh vực kinh doanh sang nhiều hoạt động khác, đáp ứng nhu cầu của thị trường và xu hướng phát triển kinh tế số. Trong đơn vị cung cấp phần mềm để thực hiện hợp đồng vận tải, Grab là một trong những nền tảng kinh tế chia sẻ đầu tiên trong ngành vận tải tại Việt Nam. Grab bắt đầu hoạt động tại Việt Nam năm 2014 với dịch vụ GrabTaxi. Đến nay, sau 6 năm hoạt động, Grab đã mở rộng kết nối thêm nhiều loại hình dịch vụ thiết yếu của người dân tại 43 tỉnh, thành phố trên cả nước. Phạm vi kinh doanh của Grab mở rộng so với ban đầu, các hoạt động kinh doanh hiện nay gồm: (i) Vận tải hành khách: GrabTaxi, GrabCar, GrabBike; (ii) Giao hàng nhanh chặng cuối: GrabExpress; (iii) Giao thức ăn: GrabGood; (iv) Đi chợ và giao đồ tạp hóa: GrabMart; (v) Kết hợp với Công ty CP Công nghệ & Dịch vụ Moca để cung cấp các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt Moca trên nền tảng Grab. Công ty GoJek cũng mở rộng từ vận tải xe hai

bánh (GoViet) thêm dịch vụ giao hàng (Go Food), thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt (thanh toán qua ví điện tử).

Số lượng doanh nghiệp vận tải, cá nhân (lái xe) tham gia mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải trực tuyến khá lớn. Grab có hơn 200 nghìn đối tác tài xế ô tô và xe máy, 16 ngàn đối tác nhà hàng, kinh doanh thực phẩm. GoJek có 150 ngàn lái xe và 80 ngàn đối tác nhà hàng... qua đó tạo ra việc làm và thu nhập cho khối lượng lớn người lao động.

Trong mô hình kinh tế chia sẻ này, các thông tin về giao dịch được lưu trữ trên hệ thống và cung cấp cho cơ quan chức năng để phục vụ mục đích quản lý nhà nước, đặc biệt về thuế. Cụ thể, với các dịch vụ vận chuyển và giao nhận, khách hàng và tài xế đều biết thông tin cơ bản trước khi gặp và thực hiện hợp đồng; Thông tin giao dịch có liên quan được tổng hợp và gửi tới cơ quan thuế phục vụ mục đích quản lý thuế (giá trị giao dịch, đơn vị vận tải) và Sở Giao thông vận tải phục vụ mục đích quản lý và thống kê (đơn vị vận tải, phương tiện, tài xế, số chuyến xe).

Về thanh toán, các nền tảng hiện nay đều tích hợp và khuyến khích khách hàng thanh toán không dùng tiền mặt. Việc hình thành thói quen không dùng tiền mặt, cùng với dữ liệu giao dịch được lưu trữ và xử lý cũng mở đường cho việc thúc đẩy tài chính toàn diện - một trong những ưu tiên hiện nay của Chính phủ. Chẳng hạn, Grab hợp tác với Moca để cung cấp các giải pháp thanh toán số cho khách hàng. Hiện nay, tỷ lệ giao dịch không dùng tiền mặt trên nền tảng Grab đạt 43%, riêng GrabMart đạt 70% (trong khi tỷ lệ giao dịch không dùng tiền mặt của cả nước đạt chưa đến 10%). Từ việc tạo thói quen cho khách hàng thanh toán số cho các dịch vụ trên nền tảng cũng tạo điều kiện để khách hàng thanh toán không dùng tiền mặt tại các cửa hàng vật lý truyền thống.

1.2.2. Mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực chia sẻ phòng ở

Đây là loại hình dịch vụ giúp cho con người đặt phòng và người có phòng trống hoặc biệt thự, căn hộ cho thuê thiết kết nối với nhau thông qua ứng dụng đặt phòng trực tuyến. Trên thế giới hiện có một số công ty cung cấp dịch vụ này và

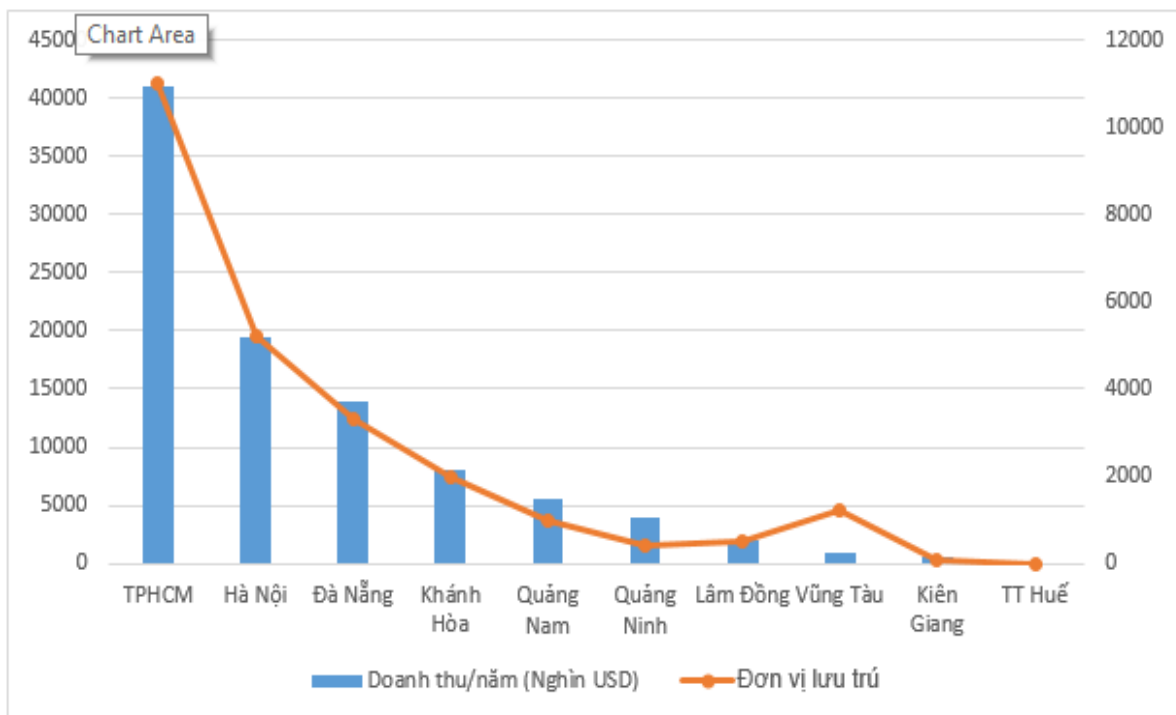
chiếm thị phần lớn như Airbnb, Homeaway, Expedia, Gotadi, Các nền tảng này tạo ra môi trường kết nối giữa người cung cấp và người sử dụng dịch vụ lưu trú. Trên nền tảng này, người muốn đăng tìm phòng cho thuê phòng thì phải đăng ký là thành viên, lập tài khoản cá nhân. Tại đây chủ sở hữu ở cho thuê và khách hàng có thể trao đổi mọi thông tin về phòng ở; người cung cấp dịch vụ là người sở hữu tài sản và định giá bán dịch vụ lưu trú (giá thuê). Trên thế giới, mô hình kinh doanh này đang phát triển mạnh và có tốc độ tăng trưởng cao, mức tăng trưởng doanh thu hàng năm giai đoạn 2013 - 2025 ước đạt khoảng 31%.

Ở Việt Nam, mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực lưu trú đã hình thành và phát triển khá mạnh trong những năm gần đây, đặc biệt tại các thành phố lớn và các địa bàn du lịch. Hiện hai nền tảng Airbnb và Luxstay đang chiếm thị phần lớn tại Việt Nam. Airbnb là công ty của Mỹ được thành lập từ 2008, bắt đầu tiếp cận thị trường Việt Nam từ 2015, tại đây, Airbnb phát triển mạnh từ 1.000 phòng cho thuê vào năm 2015 và chỉ tập trung ở Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh thì đến 01/2019 đã tăng lên 40.804 phòng và địa bàn đã mở rộng ra nhiều tỉnh, thành phố trong cả nước, nhất là các địa bàn du lịch. Tốc độ tăng trưởng số phòng đăng ký cho thuê tăng mạnh hàng năm, nhất là tại các thành phố lớn như tại Hà Nội 112%, Đà Nẵng 111% và TP. Hồ Chí Minh 97%. Đặc biệt, tỷ lệ đặt phòng tăng vượt trội tại Hà Nội và Đà Nẵng đều lên tới trên dưới 220%.

Airbnb không phải là tổ chức dịch vụ môi giới bất động sản hay dịch vụ lưu trú. Airbnb đơn thuần cung cấp dịch vụ trực tuyến để các chủ thể có nhu cầu cho thuê và cần thuê gặp nhau để xác lập giao dịch mua bán. Tòa án công lý Châu Âu chấp nhận lập luận của Airbnb là “một dịch vụ trung gian thực hiện kết nối thông qua nền tảng điện tử giữa người thuê nhà tiềm năng với các chủ nhà chuyên nghiệp và không chuyên, cho thuê chỗ ở trong ngắn hạn đồng thời cung cấp cho một số dịch vụ phụ trợ”. Với việc được coi là nền tảng trực tuyến, Airbnb không phải tuân thủ các quy định khắt khe trong lĩnh vực bất động sản tại Châu Âu.

Luxstay là một Star-up của Việt Nam, ra đời muộn hơn, vào năm 2016, nền tảng chia sẻ nhà ở này được xem là số 1 tại Việt Nam hoạt động theo mô hình

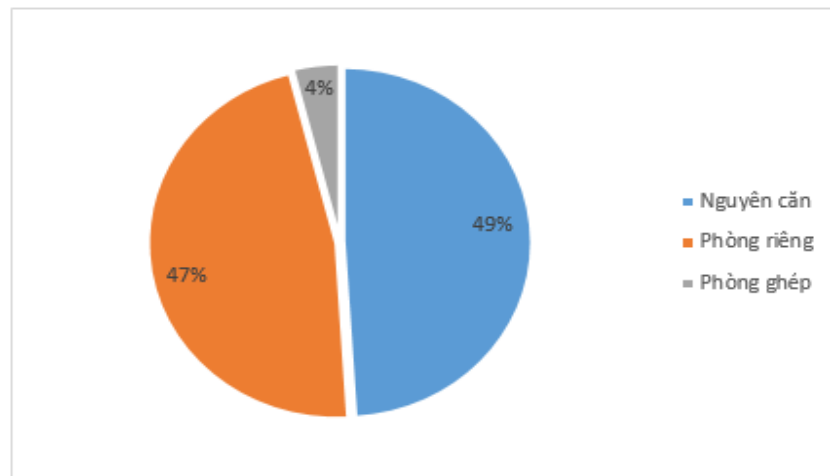
chia sẻ căn hộ và đang sở hữu hơn 15.000 chỗ nghỉ tập trung chủ yếu vào các khu vực thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các điểm du lịch như Nha Trang, Sapa, Hạ Long, Đà Nẵng, Đà Lạt. Quy mô thị trường kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực lưu trú hiện nay của Việt Nam khoảng 174 triệu USD, nhưng mới chỉ chiếm khoảng 2% trong thị trường lưu trú du lịch 8 tỷ USD của Việt Nam (tại các nước phát triển của mô hình này còn lớn). Theo nghiên cứu thị trường của AirDNA, Việt Nam là một trong 3 quốc gia có ngành du lịch tăng trưởng nhanh nhất thế giới, Nhà nước có nhiều chính sách khuyến khích phát triển du lịch, giảm mạnh các thủ tục và điều kiện về cấp thị thực cho du khách quốc tế, giúp Việt Nam trở thành điểm nóng thu hút khách du lịch. Người Việt Nam cũng đã nhanh chóng nắm bắt cơ hội kinh doanh này, phát triển mô hình homesharing, đặc biệt tại các thành phố lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và các khu du lịch trên cả nước.



Nguồn: AIRDNA

Hình 1.2: Quy mô thị trường và doanh thu KTCS trong lĩnh vực lưu trú tại một số địa phương (Cập nhật ngày 28/12/2021)

Cùng với xu hướng chuyển đổi số sang mục đích kinh doanh của KTCS nói chung, lĩnh vực chia sẻ phòng ở tại Việt Nam những năm gần đây đang dịch chuyển theo xu hướng này. Đã xuất hiện nhiều cá nhân, nhất là tại các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh mua nhiều căn hộ rồi sau đó thay vì cho thuê dài hạn đã chuyển sang cho thuê lại dưới hình thức ngắn hạn có thể tạo thêm 20-50% doanh thu mỗi tháng so với các hợp đồng cho thuê dài hạn. Chủ kinh doanh căn hộ cho thuê nhờ đó tận dụng được cơ hội nguồn cung căn hộ dồi dào tại các thành phố, đáp ứng nhu cầu phân khúc thị trường cho thuê ngắn hạn, rút ngắn thời gian trả nợ ngân hàng, quay vòng vốn nhanh để mở rộng kinh doanh qua mua và đưa thêm căn hộ mới vào kinh doanh. Các sản phẩm cho thuê theo mô hình KTCS trong lĩnh vực lưu trú của Việt Nam khá đa dạng, bao gồm: cho thuê toàn bộ ngôi nhà (entire home), cho thuê một số phòng riêng (private room) và phòng ghép. Cơ cấu phòng ở cho thuê nên trên cho thấy, phần lớn phòng ở cho thuê trên Airbnb là thuê nguyên căn hoặc phòng riêng, điều này phù hợp với mục đích kinh doanh. Các loại cơ sở đang được chủ nhà cho thuê phổ biến là căn hộ dịch vụ, homestay và các căn hộ, biệt thự tại các tổ hợp condotel.



**Hình 1.3: Cơ cấu phòng cho thuê của Airbnb Việt Nam
(Cập nhật ngày 19/07/2022)**

Cũng theo Outbox, trong tổng số 18.230 chủ nhà cho thuê trên Airbnb, có tới 69% chủ nhà có nhiều phòng/căn hộ cho thuê, chỉ có 31% số chủ nhà có một

phòng cho thuê. Hiện tượng đăng ký nhiều phòng/căn hộ cho thuê trên Airbnb trở nên phổ biến cho thấy KTCS trong lĩnh vực lưu trú không còn đơn thuần là nguồn tăng thu nhập cho những cá nhân có nhà hoặc phòng ở nhà rồi mà trở thành sản phẩm kinh doanh để tìm kiếm lợi nhuận.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH TẾ CHIA SẺ VÀ MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

2.1. Các lĩnh vực phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam

2.1.1. Dịch vụ vận tải

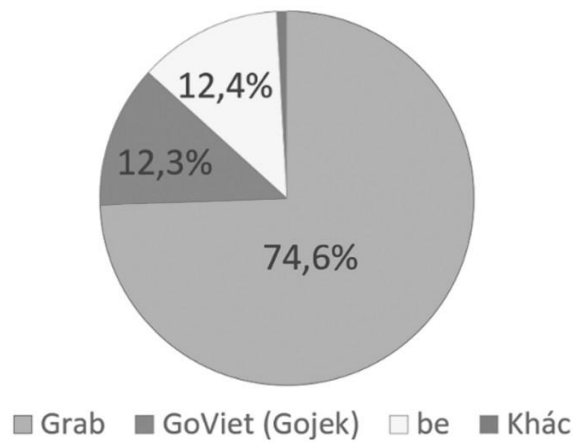
Kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực vận tải đã sớm xuất hiện tại châu Âu với dịch vụ đi chung xe. Với sự phát triển của CNTT, của cách mạng công nghiệp 4.0 trong thời gian qua thì kinh tế chia sẻ đã có sự phát triển mạnh mẽ tại nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam.

Trong lĩnh vực vận tải ở nước ta, kinh tế chia sẻ có những ưu điểm là góp phần sử dụng hiệu quả nguồn lực, bảo vệ môi trường; người tiêu dùng có thêm nhiều lựa chọn dịch vụ vận tải; khuyến khích các doanh nghiệp, cá nhân nâng cao chất lượng dịch vụ, phục vụ người dân tốt hơn, tạo sự cạnh tranh thúc đẩy sự phát triển và cơ cấu lại bộ máy quản lý, điều hành trong sản xuất - kinh doanh.

Bên cạnh ưu điểm thì mô hình này có những bất cập là chưa có trong danh mục ngành nghề kinh doanh, đồng thời có sự giao thoa với các ngành nghề kinh doanh truyền thống gây khó cho quản lý nhà nước. Việc quản lý thuế đối với mô hình kinh tế chia sẻ cũng gặp rất nhiều khó khăn bởi sự phức tạp và tinh vi trong cách thức tiến hành kinh doanh của nó. Bên cạnh đó là xảy ra sự xung đột lợi ích gay gắt giữa doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ và doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức truyền thống.

Số liệu 6 tháng đầu năm 2020, theo báo cáo của ABI Research, có 3 doanh nghiệp đang chiếm lĩnh thị trường gọi xe Việt Nam là Grab; Be và Goviet nay là Gojek. Trong đó, Grab với sự hiện diện của Grab Car tại 8 tỉnh thành phố lớn, Grab Taxi và Grab bike tại khắp các tỉnh, thành phố trên cả nước cùng khoảng 190.000 tài xế, chiếm 74,6% thị phần khi hoàn thành 62,5 triệu cuộc xe. Ứng dụng Be ở vị trí số 2 khi chiếm 12,4% thị phần và còn Goviet đứng ở vị trí thứ 3

với thị phần sát nút là 12,3%. Các ứng dụng gọi xe khác chiếm chưa đến 1% thị phần còn lại.



Hình 2.1: Thị phần gọi xe công nghệ Việt Nam nửa đầu năm 2020

Trong lĩnh vực vận tải, mô hình kinh tế chia sẻ cũng được thể hiện qua dịch vụ đi chung xe. Đây là dịch vụ cho phép các tài xế đón được nhiều hành khách trên một chặng đường đi và hành khách có thể chia sẻ hành trình, chia sẻ chi phí với hành khách khác, có lộ trình ngang qua điểm đến của nhau. Phương thức này cũng được đánh giá cao về tính hiệu quả trong việc giảm ùn tắc đô thị hiện đại.

Tại Việt Nam, dịch vụ đi chung xe được biết đến rộng rãi qua dịch vụ đi chung taxi ra sân bay của Công ty cổ phần Đi chung. Được thành lập vào năm 2013 tại Hà Nội, ban đầu Đi chung chỉ kết hợp với một hãng taxi của Vietnam Airlines. Từ năm 2014 đến 2016, Công ty hợp tác với nhiều hãng taxi trong phạm vi Hà Nội để đi ra sân bay Nội Bài. Từ năm 2016 trở đi, Đi chung phủ hết các sân bay trên cả nước, có thêm chi nhánh tại TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Ngoài ra, Đi chung còn cung cấp thêm dịch vụ đi chung xe đường dài đi các tỉnh.

Ngoài ra, việc đi chung xe để giảm chi phí của hành khách cũng dễ dàng được đáp ứng thông qua việc đặt nhu cầu qua các nhóm “hội đi chung/đi ghép xe” hoặc đơn giản là đăng status cần đi chung xe theo yêu cầu di chuyển. Dịch vụ này hiện đang có xu hướng phát triển mạnh, được người dân ưa chuộng vì giá cước thấp và tiện lợi

Trước hết, đối với hành khách, đặt xe qua ứng dụng giúp hành khách có thể gọi được xe gần nhất, giảm bớt thời gian chờ đợi, biết được lộ trình, biết được số tiền phải trả trước khi đặt xe. Thêm vào đó, các hãng lại liên tục triển khai nhiều chương trình khuyến mãi dẫn đến tổng chi phí cho mỗi chuyến đi thấp hơn 20-30% so với taxi truyền thống. Đặc biệt, đánh giá của khách hàng về từng cuộc xe cũng được các hãng quan tâm, sử dụng như một kênh quan trọng để đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ của lái xe, để liên tục cải tiến chất lượng dịch vụ. Chính những ưu điểm này, người dân có nhiều thiện cảm và ưu tiên sử dụng các dịch vụ gọi xe công nghệ thay cho gọi taxi truyền thống.

Đối với các doanh nghiệp vận tải, áp lực cạnh tranh buộc các doanh nghiệp này phải đẩy mạnh ứng dụng CNTT, nâng cao hiệu quả sử dụng phương tiện, làm giảm số km xe chạy rỗng, hạn chế được tình trạng xe chạy lòng vòng trên đường, giảm lãng phí về thời gian, nhiên liệu, khấu hao phương tiện; từ đó giảm được giá cước, tăng lợi thế cạnh tranh. Việc áp dụng các phần mềm trong quản lý và điều hành đã giúp thời gian chờ đợi của khách xuống còn từ 3 - 5 phút thay vì nhiều chục phút; hệ số sử dụng quãng đường cũng tăng lên mức từ 63% - 90% thay vì chỉ 30 - 40% như trước đây; tiết kiệm được 32% chi phí nhân sự và điều hành, 15% chi phí viễn thông; việc quản lý lái xe, phương tiện thuận lợi hơn. Việc ứng dụng công nghệ cũng đã hỗ trợ rất tốt cho việc tổ chức quy trình nội bộ giải quyết khiếu nại của hành khách và lái xe, quy định rõ trách nhiệm của từng nhân viên, bộ phận và thời hạn giải quyết khiếu nại. Bên cạnh đó, các đơn vị cũng triển khai và khuyến khích hành khách thanh toán cước vận chuyển bằng các hình thức thanh toán điện tử tiện lợi.

Đối với cơ quan QLNN, việc xuất hiện và phát triển các mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng công nghệ như trên tạo nhu cầu, áp lực xây dựng, hoàn thiện thể chế quản lý loại hình kinh tế mới mẻ này. Điều này đòi hỏi các cơ quan QLNN về vận tải buộc phải nâng cao năng lực quản lý mới có thể quản lý và xây dựng thể chế phù hợp với tình hình mới.

Đối với xã hội, kinh tế chia sẻ giúp huy động phương tiện, tài sản nhàn rỗi vào sản xuất kinh doanh, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực cho phát triển. Loại hình này cũng thúc đẩy và thu hút đầu tư mới, đặc biệt là vào lĩnh vực đổi mới, sáng tạo, góp phần đẩy nhanh phát triển kinh tế số ở Việt Nam nói chung và lĩnh vực vận tải nói riêng. Thêm vào đó, khi các nguồn lực xã hội được huy động và sử dụng hiệu quả sẽ góp phần làm giảm ùn tắc giao thông, giảm ô nhiễm môi trường.

2.1.2. Dịch vụ du lịch và khách sạn

Có thể thấy rõ, hiện nền kinh tế chia sẻ đã và đang nở rộ ở rất nhiều ngành nghề khác nhau, trong đó có cả ngành Dịch vụ du lịch, khách sạn. Nó đang ảnh hưởng lớn đến cách mà các khách sạn truyền thống đang kinh doanh. Nhờ tới sự phát triển của công nghệ, mà lối kinh doanh cộng sinh hiện nay được nhiều người hướng tới, tạo ra nhu cầu cực kỳ lớn cho ngành du lịch. Khách du lịch cũng có những sự thay đổi nhất định trong tư tưởng chọn nơi trú chân của mình trong những kỳ nghỉ. Từ một số mô hình được đề cập ở trên, có thể nhận thấy phương thức kinh doanh này có những tác động nhất định đến các phương thức truyền thống như sau:

Mô hình home-sharing (Airbnb, Luxstay,...) ảnh hưởng đến mô hình kinh doanh lưu trú truyền thống. Tuy không phải là một công ty kinh doanh khách sạn mà là một mô hình trung gian kết nối giữa người cho thuê phòng và khách du lịch, nhưng mô hình kinh doanh lưu trú theo phương thức kinh tế chia sẻ đã giúp người tiêu dùng có thể tiếp cận và khai thác sử dụng những tài sản mà họ không sở hữu và không có điều kiện sở hữu riêng (căn hộ; phòng nghỉ); đồng thời cũng giúp người sở hữu tài sản (chủ của các căn hộ, phòng nghỉ) có cơ hội để tăng thêm thu nhập. Số liệu từ AirDNA cho biết, 68% chủ hộ tham gia Airbnb tại TP HCM sở hữu 2 căn homestay trở lên, thu nhập trung bình hàng tháng 14 triệu đồng/ căn hộ, với 56% chủ nhà cho thuê nguyên căn. Con số này dự kiến sẽ còn tăng lên, “ăn theo” sự phát triển của ngành hàng không giá rẻ.

Trong khi đó, tại Hà Nội, doanh thu các chủ nhà nhận được cho mỗi căn hộ lại chỉ đạt mức 8-9 triệu đồng/ tháng. Cũng theo thống kê từ AirDNA, tổng số chủ nhà hiện nay tại Việt Nam ở mức xấp xỉ 19,000; trong đó có tới 5,000 chủ nhà tại miền Bắc và miền Nam, số còn lại phân bổ tại miền Trung, Tây Nguyên. Tuy nhiên, điều đặc biệt là một chủ nhà thường đăng ký sở hữu trên 2 chỗ nghỉ qua các trang OTA, nên tăng đặt phòng (chiếm 69%). Điều này khẳng định home-sharing không đơn thuần là nguồn tăng thu nhập cho những chủ nhà có phòng nhàn rỗi mà đã trở thành sản phẩm kinh doanh sinh lời, đầy tiềm năng của các nhà đầu tư.

Các mô hình theo phương thức kinh tế chia sẻ đem lại cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn cho kỳ nghỉ của mình. Khi mà khách sạn truyền thống có dấu hiệu chững lại trong cuộc đua về nguồn cung lưu trú, thì thị trường kinh doanh home-sharing (chia sẻ căn hộ trực tuyến) tại Việt Nam lại đang tăng trưởng nóng, với tốc độ 452% về số lượng nguồn cung chỗ ở trong 1 năm qua. Mô hình home-sharing không chỉ là lời giải cho bài toán tận dụng nguồn cung về chỗ ở dư thừa mà còn giúp đáp ứng sự thay đổi về nguồn cầu về lưu trú du lịch. Nếu như trước đây, khách du lịch chỉ chọn chỗ ở đơn thuần là một nơi dừng chân nghỉ ngơi, thì ngày nay, họ mong muốn nhận được giá trị nhiều hơn.

Airbnb là mô hình kinh doanh tiêu biểu trong lĩnh vực khách sạn, cũng có mặt tại Việt Nam từ năm 2014, mô hình này hoạt động tương tự như Grab và Uber, cho phép kết nối những người cần thuê nhà với những gia đình có phòng trống cần cho thuê thông qua một ứng dụng di động. Airbnb 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 6% 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) Để tạo sự yên tâm cho người thuê nhà, Airbnb sẽ xác

nhận danh tính chủ nhà thông qua Facebook, số điện thoại, hộ chiếu, chứng minh nhân dân và đặc biệt là thông qua sự phản hồi của những người đã thuê nhà trước đó. Triip.me cũng là một dạng dịch vụ trong lĩnh vực du lịch dựa trên nền tảng công nghệ. Triip.me cho phép bất kì ai cũng có thể tạo một gói du lịch, đưa lên và bán cho khách du lịch trên trang web hoặc ứng dụng trên iPhone. Sản phẩm này cũng đã cho ra đời Wiki Triip, nơi tổng hợp thông tin trực tuyến về các điểm đến phong phú của Việt Nam vào một ứng dụng di động.

2.1.3. Dịch vụ tài chính

Mô hình ứng dụng công nghệ (peer-to-peer lending) cung cấp nền tảng kết nối giữa bên cho vay và người đi vay như lendbiz.vn, tima.vn...bằng việc tập trung vốn từ rất nhiều nguồn khác nhau, đã giúp tài trợ cho nhiều dự án khởi nghiệp hoặc sáng tạo mà không cần dựa vào hệ thống ngân hàng hay các nhà đầu tư “mạnh thường quân” tài chính. 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 P2P Lending sử dụng nền tảng công nghệ tiên tiến tại Việt Nam. Hiện nay, cùng với sự phát triển mạng mẽ của khoa học công nghệ, nhiều dịch vụ tương tự ra đời dựa trên nền tảng công nghệ ví dụ như các dịch vụ cung cấp đồ ăn như Foody, GrabFood...hay thậm chí chúng ta có thể đặt lịch với bác sĩ, sử dụng dịch vụ 63 khám chữa bệnh thông qua rất nhiều các ứng dụng di động như Jio Health, eDoctor,...Trong tương lai, chắc chắn mô hình của kinh tế chia sẻ không chỉ dừng lại ở những nhóm dịch vụ nêu trên mà còn có thể có thêm rất nhiều ngành nghề hoặc nhóm ngành nghề hoặc dịch vụ phát triển theo,

Ở Việt Nam, dù chỉ xuất hiện trong vài năm trở lại đây song hình thức cho vay trực tuyến đã có những bước nhảy vượt bậc. Hiện nay, có rất nhiều doanh nghiệp cho vay ngang hàng P2P Lending đang hoạt động, trong đó Fiin Credit – 1 hệ thống tài chính số toàn diện là lựa chọn hoàn hảo cho những ai muốn tìm kiếm đơn vị cung cấp dịch vụ đầu tư và cho vay uy tín hàng đầu hiện nay.

Sự ra đời của mô hình cho vay ngang hàng giúp người dân tiếp cận dịch vụ vay tiền trực tuyến với chi phí thấp hơn rất nhiều so với các khoản vay truyền thống. Nhờ ưu điểm này, nhà đầu tư (người cho vay) sẽ thu được khoản lợi nhuận cao hơn so với hình thức gửi tiết kiệm ngân hàng. Trong khi đó, người vay cũng lại được hưởng mức lãi suất thấp hơn. Đây cũng được xem là giải pháp giúp những người thiếu hiểu biết không bị rơi vào “bẫy” của nạn tín dụng đen.

Theo báo cáo của Stoxplus, quy mô thị trường tài chính tiêu dùng Việt Nam ước đạt 1 triệu tỷ đồng vào năm 2019. Một thị trường được đánh giá giàu tiềm năng và vô cùng hấp dẫn. Tuy nhiên, theo thống kê của Ngân hàng thế giới, có đến 79% người dân khó hoặc không tiếp cận được các dịch vụ tài chính chính thức, đặc biệt là các khoản vay vốn nhỏ. Đây cũng chính là cơ hội để mầm bệnh “tín dụng đen” len lỏi vào cuộc sống của người dân, trong khi đó nguồn tiền nhàn rỗi của người dân vẫn chưa được tận dụng tốt để mang lại những lợi ích to lớn hơn cho xã hội. Vì vậy, mô hình cho vay trực tuyến được xem là đáp án cho bài toán nan giải của thị trường.

2.1.4. Dịch vụ lao động, việc làm

Với dịch vụ này, người ta có thể bán các dịch vụ cá nhân và lao động của riêng họ trực tiếp cho người tiêu dùng. “Jupviec.vn” và “bTasker” là những đại diện điển hình của mô hình công nghệ kết nối khách hàng với người giúp việc nhàn rỗi, tương tự như Uber. Không chỉ dừng ở giúp việc mà nhiều công ty còn cung cấp những dịch vụ khác như sửa điện, trong trẻ, làm vườn... ví dụ như công ty Rada.

Thị trường giúp việc nhà đã được hình thành từ lâu đời, tuy nhiên việc ứng dụng công nghệ 4.0 vào thị trường giúp việc đã và đang ngày càng phổ biến. Trong đó, bTasker là một công ty tiên phong ứng dụng công nghệ vào thị trường giúp việc với mong muốn xóa bỏ định kiến về nghề giúp việc và mang đến một trải nghiệm tuyệt vời cho người sử dụng dịch vụ giúp việc nhà của bTasker.

Trong bối cảnh đã có những công ty môi giới giúp việc tại Việt Nam, bTasker đã tiên phong đi đầu trong việc ứng dụng công nghệ vào thị trường giúp

việc nhà, đem lại một thói quen sống mới cho cả cộng đồng. Tính đến tháng 01/2021, siêu ứng dụng giúp việc nhà theo giờ của công ty bTaskee đã cán mốc 200,000 khách hàng, 1 triệu công việc thành công và tổng thời gian lên đến 4 triệu giờ.

Chỉ sau 5 năm hoạt động, bTaskee đã cung cấp dịch vụ tại 9 tỉnh thành trên lãnh thổ Việt Nam: Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Nha Trang, Đà Lạt, Bình Dương, Biên Hòa, TP.HCM và Cần Thơ, vượt mặt nhiều đối thủ cạnh tranh và trở thành công ty hàng đầu trong việc cung cấp dịch vụ giúp việc nhà ở tại thị trường Việt Nam. Ngoài ra, bTaskee đang mở rộng ra thị trường nước ngoài với dịch vụ chính là giúp việc nhà theo giờ tại Thái Lan và Malaysia.

Đối với người giúp việc, ứng dụng này giúp họ cải thiện cuộc sống. Tại bTaskee, một cộng tác viên giúp việc có thể nhận thu nhập lên đến hơn 50.000 đồng/giờ. Đây là mức lương giúp việc hấp dẫn đối với thị trường giúp việc nhà hiện nay. Ngoài ra, họ cũng được tự chủ về thời gian. Với việc ứng dụng công nghệ tiên tiến nhất, giờ đây những cộng tác viên giúp việc của bTaskee đã có thể tự chủ: thời gian làm việc, nơi làm việc,..., không còn bị bó buộc như hình thức giúp việc truyền thống.

Đối với khách hàng của bTaskee, họ không còn bị phụ thuộc vào người giúp việc. Khác với giúp việc nhà truyền thống, giúp việc nhà theo giờ chỉ tới dọn dẹp khi khách hàng có nhu cầu và trở về sau khi hoàn thành dịch vụ. Số lượng người giúp việc theo giờ nhiều nên khách hàng sẽ không bị phụ thuộc vào bất cứ người giúp việc nào.

Bên cạnh đó, người sử dụng có thể đặt lịch dọn dẹp bất cứ thời gian nào sao cho phù hợp và tiện lợi nhất. Chỉ cần vài thao tác đơn giản với chiếc điện thoại qua ứng dụng của bTaskee, trong vòng từ 5 phút cộng tác viên của bTaskee sẽ xác nhận và tới dọn dẹp. Qua đó giúp cho khách hàng tiết kiệm được thời gian tối đa. bTaskee cũng cam kết những cộng tác viên giúp việc được đào tạo một cách bài bản, tuân thủ đúng theo những nguyên tắc trong khi làm việc, luôn đảm bảo công việc được hoàn thành một cách chẵn chu nhất. Vì vậy, vấn nạn mất đồ

rất hiếm khi xảy ra. bTaskee cũng có những chính sách bồi thường cho khách hàng và hình phạt thích đáng nếu cộng tác viên của bTaskee có hành động trộm cắp nên khách hàng có thể an tâm tuyệt đối trong việc sử dụng dịch vụ của bTaskee.

Nền tảng ứng dụng bTaskee hoạt động tương tự như Grab/Uber, cho phép chủ nhà và người giúp việc chủ động hoàn toàn trong việc đăng việc - nhận việc, với mức giá rõ ràng, minh bạch, giúp rút ngắn quy trình tìm kiếm người giúp việc, tiết kiệm thời gian cho đôi bên.

Với giúp việc nhà truyền thống gia đình phải trả lương tháng cho người giúp việc dù không có nhu cầu dọn dẹp cả ngày. Nhưng với giúp việc nhà theo giờ, khách hàng chỉ phải trả tiền cho người giúp việc khi có nhu cầu với giá giúp việc chỉ từ 50.000 VNĐ/ giờ, tiết kiệm được rất nhiều chi phí.

2.2. Thực trạng kinh tế chia sẻ tại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay

Quy mô thị trường tăng trưởng một cách nhanh chóng: Đối với dịch vụ vận tải trực tuyến, tính đến năm 2017, có tới tận 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 (Cafebiz, 2017). Tại Hà Nội, tính đến 20/12/2017, 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. 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, 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). Sau 2 năm thí điểm thì Uber, 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. (Hiếu Công, 2018). 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 thuận tiện cho người sử dụng và ngày được đón nhận rộng rãi: Theo một cuộc khảo sát của một công ty nghiên cứu thị trường và quảng bá toàn cầu Nielsen vào năm 2014 đối với người tiêu dùng khu vực Đông Nam Á, cụ thể tại Việt Nam chỉ có 18% người được hỏi từ chối chia sẻ tài sản cá nhân của mình, thấp hơn 14 điểm phần trăm so 64 với tỉ lệ trung bình trên toàn thế giới. Trong khi đó, số người được hỏi sẵn sàng tận dụng các sản phẩm và dịch vụ chia sẻ tại Việt Nam lên tới 76%, cao hơn mức bình quân 66% của toàn cầu (Nielsen, 2014). Bên cạnh đó, 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 tiết kiệm thời gian, 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: Cho đến nay, không chỉ có Grab và Uber 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 tham gia. Không chỉ có thế, hiện nay theo ông Hùng, Hiệp hội taxi Hà Nội đã có đề xuất xây dựng một trung tâm điều hành đặt xe qua mạng và đang đặt công ty phần mềm thiết kế. 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, có thể lựa chọn hãng tùy thuộc vào tên tuổi hay giá cả đã hiển thị sẵn để cạnh tranh với Grab đang ngày càng mở rộng thị phần (Đoàn Loan, 2018). Mô hình taxi công nghệ ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý, khai thác, vận hành hệ thống, đây là điều tất yếu, phù hợp với chỉ đạo của Chính phủ trong quá trình thực hiện cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

2.2.1. Thực trạng về chính sách quản lý và phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam

1. Chính sách quản lý về lĩnh vực Vận tải

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. Từ chỗ chỉ có vài trăm tài xế tham gia trở thành đối tác của Uber và Grab trong những ngày đầu kinh doanh trong năm 2014; từ chỗ chỉ có Grab và Uber tham gia đề án theo Quyết định số 24/QĐ-BGTVT năm 2016 với phạm vi hoạt động tại 4/5 tỉnh thành phố được cấp phép là Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Khánh Hòa và Quảng Ninh, đến nay, thị trường gọi xe công nghệ đã có sự phát triển rất nhanh chóng và lớn mạnh về năng lực phục vụ của hàng trăm nghìn phương tiện, tài xế cho các hãng gọi xe công nghệ: Grab; GoViet; Be; Fastgo; MyGo; Vato..., cũng như sự mở rộng, phát triển thị trường ra các tỉnh thành phố lớn trong cả nước.

Trong 2 năm (2016-2018) 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”, cả nước có 866 đơn vị vận tải với 36.809 phương tiện và hàng chục ngàn lao động tham gia. Trong đó, địa bàn TP. Hồ Chí Minh có 506 đơn vị vận tải, 03 nhà cung cấp phần mềm, trong 21.601 xe tham gia thí điểm có 18.110 xe hợp tác với Grab, 3.614 xe hợp tác với Uber. Tại Hà Nội có 07 nhà cung cấp phần mềm, với 354 đơn vị vận tải, trong 15.046 xe tham gia thí điểm có 11.474 xe hợp tác với Grab và 2.392 xe hợp tác với Uber; tỉnh Quảng Ninh có 04 đơn vị vận tải, 02 đơn vị cung cấp phần mềm, với 62 xe; tỉnh Khánh Hòa có 02 nhà cung cấp phần mềm (đồng thời là đơn vị vận tải), với 100 xe tham gia thí điểm. Tuy nhiên, đến tháng 4 năm 2018, Uber đã ngừng hoạt động tại Việt Nam bằng việc rút khỏi thị trường Đông Nam Á và đổi lấy 27,5% cổ phần của Grab. Từ đây, thị trường gọi xe công nghệ Việt Nam trở nên sôi động với nhiều cái tên mới như Goviet, Be, FastGo, Vato, Aber, MyGo, TADA, Go-ixe, Xelo, Ahamo,...

2. Chính sách quản lý lĩnh vực Thuế-Tài chính

Với nhiều lĩnh vực quản lý nhà nước khác, khung khổ pháp lý về chính sách thuế, quản lý thuế đối với các hoạt động kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ đã tương đối đầy đủ từ khâu đăng ký thuế, chứng từ nộp thuế, kê khai thuế và nộp thuế. Cụ thể:

Về đăng ký thuế: Cũng như các hoạt động kinh doanh truyền thống khác, doanh nghiệp và cá nhân (bao gồm hộ gia đình) trước khi thực hiện kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ phải thực hiện đăng ký với cơ quan thuế để được cấp mã số thuế. Đối với doanh nghiệp, từ ngày 01/7/2015, doanh nghiệp thực hiện đăng ký thuế được thực hiện đồng thời với đăng ký kinh doanh. Doanh nghiệp được sử dụng mã số doanh nghiệp để thực hiện các nghĩa vụ về thuế, thủ tục hành chính, quyền, nghĩa vụ khác (theo quy định của Luật Doanh nghiệp).

Đối với cá nhân, sau khi được cơ quan đăng ký kinh doanh cấp Giấy chứng nhận đăng ký hộ kinh doanh, cá nhân phải thực hiện đăng ký thuế trực tiếp với cơ quan thuế của quận, huyện, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh nơi đặt điểm kinh doanh của cá nhân trong thời hạn 10 ngày làm việc kể từ ngày ghi trên Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh. Trường hợp cá nhân đã được cấp mã số thuế cá nhân thì cá nhân sử dụng mã số thuế đó để kê khai, nộp thuế khi thực hiện kinh doanh (quy định tại Thông tư số 95/2016/TT-BTC ngày 28/6/2016 của Bộ Tài chính hướng dẫn về đăng ký thuế).

Về hóa đơn, chứng từ nộp thuế: Tổ chức, cá nhân bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ có nghĩa vụ lập và giao hóa đơn cho người mua theo quy định của Luật Quản lý thuế, Luật thuế Giá trị gia tăng (GTGT) và Nghị định số 51/2010/NĐ-CP ngày 14/5/2010 của Chính phủ về hóa đơn bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, Nghị định số 119/2018/NĐ-CP ngày 12/9/2018 của Chính phủ về hóa đơn điện tử khi bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ. Thời điểm lập hóa đơn là ngày người bán và người mua làm thủ tục ghi nhận hàng hóa, dịch vụ đã được chuyển quyền sở hữu, quyền sử dụng. Hóa đơn có thể được lập theo hình thức hóa đơn giấy hoặc hóa đơn điện tử. Trước khi sử dụng hoá đơn, tổ chức, cá nhân bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ phải lập thông báo phát hành hóa đơn gửi cơ quan thuế. Trước ngày

01/11/2018, việc khởi tạo, phát hành, sử dụng hóa đơn điện tử thực hiện theo Thông tư số 32/2011/TT-BTC. Kể từ ngày 01/11/2018, việc khởi tạo, phát hành, sử dụng hóa đơn điện tử thực hiện theo Nghị định số 119/2018/NĐ-CP.

Vấn đề thu thuế trong mô hình kinh tế chia sẻ vẫn luôn là một vấn đề đặt ra nhiều thử thách đối với các cơ quan quản lý, tuy nhiên hiện nay Bộ tài chính đã có những quy định, chính sách nhằm đảm bảo nghĩa vụ thuế công bằng giữa các doanh nghiệp của mô hình kinh tế chia sẻ và truyền thống. Trong lĩnh vực vận tải, Bộ Tài chính cũng thừa nhận, cơ chế thu thuế đối với các mô hình kinh doanh theo loại hình mới này 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 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 quy định tại Thông tư số 92/2015/TT-BTC ngày 15/6/2015, đã có quy định rất rõ ràng cụ thể về mức thuế suất. 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 (Hồng 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).

2.2.2. Thực trạng về cơ sở hạ tầng CNTT phục vụ kinh tế chia sẻ

Hạ tầng công nghệ thông tin là một hệ thống hết sức quan trọng, hiểu được sự quan trọng đó mới giúp cho sự phát triển của CNTT tại Việt Nam mới nhanh chóng lớn mạnh. Bên cạnh sự đầu tư có bài bản cho hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin của mình ở các Cty kinh doanh về lĩnh vực CNTT hoặc các Cty nước ngoài, thì đa phần các doanh nghiệp kinh doanh về các lĩnh vực khác không quan tâm hoặc đầu tư rất nhỏ cho hệ thống hạ tầng và từ đó tốn rất nhiều chi phí cho việc bảo hành, phát triển hệ thống về sau.

Hạ tầng viễn thông hay hệ thống mạng và mạng viễn thông đang ngày càng được hoàn thiện, đáp ứng nhu cầu phát triển theo xu hướng thời cuộc. Internet bắt đầu gia nhập Việt Nam từ năm 1997, trải qua hơn 20 năm, nước ta đã xây dựng được một hạ tầng hiện đại ngang tầm với nhiều nước trên thế giới. Việt Nam đã kết nối với nhiều tuyến cáp quang biển quốc tế: AAG, SMW3, IA, APG và AAE-1; Hàng triệu km cáp quang, ADSL kết nối phủ 100% số xã, phường cả nước với tốc độ kết nối Internet trung bình đạt 9,5 Mbps, xếp hạng 58 trên thế giới; Việt Nam hiện có hơn 400.000 tên miền 69 “.vn”, hạ tầng viễn thông 2G, 3G, 4G phủ sóng trên cả nước với hệ thống hơn 150.000 trạm BTS,... Những thành tựu này vừa khẳng định sự phát triển mạnh mẽ của Internet, vừa chứng tỏ Internet là một “huyết mạch” quan trọng không thể thiếu, đặc biệt giữ vai trò rất quan trọng trong việc tạo sự bứt phá cho nền kinh tế chia sẻ trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0

Các thiết bị công nghệ, hỗ trợ kết nối Internet cũng tăng mạnh mẽ. Cùng với tốc độ phát triển như vũ bão của công nghệ, nhiều sản phẩm mới hỗ trợ kết nối Internet ra đời và tăng trưởng nhanh chóng như điện thoại thông minh, máy tính bảng,... Nếu như vào thời điểm đầu Internet ra nhập Việt Nam, phương tiện duy nhất để người dân truy cập Internet là máy tính, và cũng không phải máy tính có thể di động... Sự xuất hiện của điện thoại thông minh đã cho phép người dùng có thể dễ dàng truy cập Internet, kết nối và tiếp cận thông tin một cách nhanh chóng, ngày càng thúc đẩy nền kinh tế chia sẻ phát triển.

2.3. Đánh giá thực trạng phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam

2.5.1. Những kết quả đạt được

Một là, kinh tế chia sẻ 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 nhàn rỗi trong xã hội; tận dụng hiệu quả về cả thời gian và tiết kiệm chi phí. Ví dụ với dịch vụ Grap, chỉ cần 1 chiếc điện thoại có kết nối mạng, khách hàng có thể sử dụng ngay các dịch vụ:

GrabTaxi: Đặt xe công nghệ thông qua hợp tác với các công ty Taxi khu vực Đông Nam Á, giúp giải quyết các vấn đề về giá cả và sự an toàn.

GrabBike: Dịch vụ di chuyển tăng trưởng nhanh nhất.

GrabCar: Kết nối các tài xế có hợp đồng điện tử với khách hàng một cách hiệu quả.

GrabExpress: Dịch vụ đặt giao hàng nhận hàng hóa. Giải quyết thách thức của giao nhận đầu cuối, đặc biệt ở các thành phố đông dân.

GrabFood: Dịch vụ giao nhận thức ăn. Giải quyết thách thức của giao nhận đầu cuối, đặc biệt ở các thành phố đông dân.

Grab Financial: Dịch vụ vay tài chính cho khách hàng chưa có tài khoản ngân hàng hoặc chưa có điều kiện tiếp cận với dịch vụ ngân hàng, các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ khắp Đông Nam Á.

GrabPay: Thanh toán di động ngay trong ứng dụng giúp việc di chuyển liền mạch hơn. Cung cấp các tùy chọn thanh toán địa phương thông qua quan hệ hợp tác với các dịch vụ tài chính.

GrabRewards: Chương trình khách hàng thân thiết lớn nhất Đông Nam Á, với hơn 440 đối tác kinh doanh khắp khu vực. Khách hàng có thể tích lũy và đổi điểm thưởng khi di chuyển bằng GrabCar, Grabbike, GrabTaxi.

Hai là, kinh tế chia sẻ thuận tiện cho người sử dụng và ngày càng được đón nhận rộng rãi. Ví dụ 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 tiết kiệm thời gian, 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).

Ba là quy mô thị trường tăng trưởng một cách nhanh chóng. Đối với dịch vụ vận tải trực tuyến. Theo số liệu thống kê của của Sở Giao thông Vận tải TP. Hồ Chí Minh, đến năm 2017, có tới tận 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. (Cafebiz, 2017). Tại Hà Nội, theo một báo cáo cho thấy, tính đến ngày 20/12/2017, 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 Và đến năm 2019, con số sử dụng xe của hãng Grap đã tăng lên chóng mặt.

2.5.2. Những hạn chế

Cùng với nhiều lợi ích đem lại từ phương thức kinh doanh mới, kinh tế chia sẻ đã và đang nảy sinh những khó khăn, thách thức liên quan đến thị trường, cạnh tranh công bằng, năng lực đổi mới sáng tạo và nhất là thách thức đối với công tác quản lý nhà nước về thuế, điều kiện kinh doanh, thanh toán không biên giới, an toàn lao động, bảo hiểm,...

Một là sự cạnh tranh không bình đẳng. Bởi vì tính ưu việt của mô hình kinh tế này sẽ tạo nên sức ép cạnh tranh lớn đối với các doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình truyền thống. Câu chuyện kinh doanh Uber, Grab với các hãng kinh doanh taxi truyền thống trong thời gian gần đây là một trong những minh chứng điển hình. Cụ thể:

Theo Quyết định số 24/QĐ-BGTVT của Bộ Giao thông Vận tải, xe ứng dụng công nghệ như Grab, Uber được phép triển khai thí điểm xe trong 2 năm (từ

tháng 1/2016 đến 1/2018) ở 5 tỉnh, thành phố, với những điều kiện kinh doanh vận tải taxi được nói lỏng khá nhiều. Ví dụ như xe Uber và Grab được chủ động tăng, giảm giá ở từng thời điểm trong ngày, số lượng xe thí điểm không bị giới hạn, không biển hiệu nên có thể chở khách vào đường cấm,... Số lượng xe chạy Grab, Uber sau 20 tháng thí điểm đã tăng nhanh chóng lên 50.000 xe. Trong khi đó, các hãng taxi truyền thống đang hoạt động vận tải cùng có đối tượng khách hàng như Uber và Grab thì lại phải chịu những quy định rất chặt chẽ trong kinh doanh vận tải theo Nghị định số 86/NĐ-CP của Chính phủ, như: Phải phát triển số lượng xe theo đúng quy hoạch, đảm bảo các quy định về an toàn giao thông, nộp thuế theo doanh thu với tỷ lệ là 4,5%/tháng. Chưa kể, các hãng taxi truyền thống phải có màu, biển tên rõ ràng, thậm chí còn bị cấm đường trong khung giờ nhất định, trong khi Grab và Uber không bị ràng buộc bởi những quy định này.

Theo quy định nộp thuế đối với kinh doanh vận tải là 4,5% (như các hãng taxi) thì số thuế công ty kinh doanh vận tải Grab và Uber phải nộp ngân sách là 67,5 tỷ đồng/tháng và trong một năm là 810 tỷ đồng. Tuy nhiên, trên thực tế, chỉ tính riêng năm 2016, Công ty TNHH Grab taxi chỉ nộp ngân sách gần 5,8 tỷ đồng. Còn Công ty TNHH Uber từ khi thành lập đến khi sáp nhập vào Grab cũng chỉ nộp gần 10 tỷ đồng. Theo quan điểm của các hãng taxi truyền thống, cùng hoạt động kinh doanh vận tải tương đồng, nhưng mức thuế nộp có sự chênh lệch lớn đã khiến cuộc cạnh tranh trong lĩnh vực này chưa thực sự công bằng. Chính mức thuế nộp thấp là một lợi thế để Uber và Grab có thể đưa ra những chương trình khuyến mại khủng để thu hút khách hàng trong thời gian qua.

Hai là việc quản lý thuế đối với mô hình kinh tế chia sẻ ở nước ta còn rất nhiều khó khăn. Mô hình kinh tế chia sẻ là một mô hình kinh doanh mới. Chính vì thế, để việc quản lý thuế đối với loại hình kinh doanh này có hiệu quả đòi hỏi cơ quan phải có những chính sách linh hoạt và điều chỉnh kịp thời. Tuy nhiên, hiện vẫn có những dịch vụ mà cơ quan thuế vẫn còn lúng túng trong việc thu thuế bởi vì sự phức tạp và tinh vi trong cách thức tiến hành kinh doanh. Điển hình là Grab, Uber và Airbnb,... Đối với Uber, Uber đã thành lập công ty con tại Hà Lan

và chuyển quyền sở hữu các chi nhánh tại các nước về công ty này mục đích để chuyển mọi nguồn thu bên ngoài nước Mỹ chủ yếu về Hà Lan và tránh được hệ thống thuế của Mỹ. Với sự linh hoạt của một công ty tư nhân, các chuyên gia về chính sách thuế nhận định chiến thuật tránh thuế của Uber sử dụng gần như là hoàn hảo.

Tại Việt Nam, mặc dù các cơ quan thuế đã vào cuộc tuy nhiên đến nay vẫn còn nhiều vướng mắc trong kiểm soát hành vi trốn thuế này. Đối với Airbnb, mỗi một giao dịch cho thuê nhà thành công, Airbnb giữ lại khoản lợi nhuận 13%. Người cho thuê nhà thường trả thuế đầy đủ cho Airbnb vì công ty này có thể báo cáo giao dịch đó đến Chính phủ. Tuy nhiên, một trong số những lựa chọn trú ẩn thuế an toàn cho Airbnb là Ireland. Luật thuế nước này cho phép các tập đoàn đa quốc gia Mỹ tránh được cả 2 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 các quốc gia. Airbnb Ireland chỉ để lại một khoản phí nhỏ cho chi nhánh tại Úc để làm marketing trong nước, tiền thuế được trả trên khoản lợi nhuận đó. Đó là những thách thức mà các công ty trong nền kinh tế chia sẻ như Airbnb hay Uber đang gây ra cho ngân khố của thế giới, không chỉ riêng đối với Việt Nam.

Ba là tăng mức rủi ro như: Làm nảy sinh các mối quan hệ mới trên thị trường, quan hệ 3 bên thay vì 2 bên trong hợp đồng kinh tế, tiềm ẩn những rủi ro trong đảm bảo lợi ích của cả người mua và người bán, xung đột lợi ích giữa doanh nghiệp kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ và doanh nghiệp kinh doanh truyền thống. Cùng với đó, cũng làm nảy sinh những vấn đề liên quan đến thu thuế và các nghĩa vụ tài chính phát sinh từ hoạt động dịch vụ, đo lường và tích hợp trong tài khoản kinh tế quốc gia,...

Bốn là 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. Trong khi, các loại hình kinh tế chia sẻ đã và đang đặt ra nhiều thách thức đối với các nhà quản lý chính sách như tạo môi trường kinh doanh thuận lợi, đảm bảo hài hòa lợi ích đối với các mô hình kinh doanh dịch vụ truyền thống; kiểm soát việc minh bạch về thông tin; quản lý giao dịch điện tử, thanh toán quốc tế về thương mại bằng thẻ; quản lý chất lượng dịch vụ, sản phẩm; chống thất thoát thuế (thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế thu nhập cá nhân) và một số vấn đề xã hội khác nảy sinh như lao động, việc làm và an sinh xã hội.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NỀN KINH TẾ CHIA SẺ TẠI VIỆT NAM

3.1. Chính phủ xây dựng chính sách hỗ trợ

Kinh tế chia sẻ là một bước ngoặt đầu tiên đánh dấu sự nhìn nhận, công nhận chính thức về kinh tế chia sẻ là một mô hình kinh doanh hợp pháp. Đây là sự động viên, là cơ sở pháp lý ban đầu tốt cho các doanh nghiệp kinh tế chia sẻ tại Việt Nam, để có thể có động lực tốt hơn trong thu hút đầu tư và có nhiều sáng tạo hơn nữa để tối ưu hóa nền kinh tế. Chính phủ cần sự nhìn nhận nghiêm túc và phải đưa ra các chính sách tương ứng và tạo điều kiện cho kinh tế chia sẻ trong các lĩnh vực. Chính sách này bao gồm hỗ trợ tài chính, vốn đầu tư, giảm thuế, bảo vệ quyền lợi người dùng và cung cấp các quy định hợp lý liên quan đến hoạt động kinh doanh.

Chính phủ cần tăng cường hỗ trợ thúc đẩy văn hóa khởi nghiệp, giúp các công ty mới dễ dàng thâm nhập thị trường công nghệ. Chi phí từ đó sẽ giảm khi có nhiều nhà đầu tư mới tham gia vào thị trường trong nước. Thêm nữa, vì nền kinh tế chia sẻ hiện nay hoạt động đa phần thông qua các công cụ Internet, nên để mô hình này thật sự phát triển, Việt Nam cũng cần nâng cấp chất lượng kết nối mạng.

Kinh tế chia sẻ có phát triển hay không phụ thuộc rất nhiều vào sự cảm cân này mực của từng bộ, ban ngành liên quan khi triển khai thực hiện chi tiết đề án này. Các đơn vị phải đưa ra các đề xuất, các nghị định cụ thể để trình Chính phủ, tạo điều kiện thuận lợi cho kinh tế chia sẻ, bình đẳng với kinh tế truyền thống.

3.2. Tăng cường quản lý và giám sát các hoạt động

Việt Nam cần tăng cường quản lý và giám sát các hoạt động kinh tế chia sẻ để đảm bảo rằng các hoạt động này đáp ứng được các tiêu chuẩn về an toàn, an ninh, môi trường và chất lượng dịch vụ.

Chính phủ giám sát tăng cường hiệu quả chung thị trường kinh tế chia sẻ bảo đảm nhu cầu thị trường và nâng cao năng lực phân tích, dự báo kinh tế vĩ mô và tham mưu nhằm hỗ trợ tốt hơn cho các cơ quan trong việc hoạch định chính sách, không để bị động, bất ngờ.

Đồng thời, cần phân tích, đánh giá rõ hơn về hoạt động thị trường kinh tế chia sẻ bảo hiểm về sự luân chuyển của các dòng vốn giữa các thị trường này; đề xuất công cụ xác định rủi ro hệ thống đối với thị trường tài chính, an toàn vĩ mô, các chỉ tiêu đánh giá an toàn hệ thống tài chính; hoàn thiện cơ chế giám sát chung và giám sát chuyên ngành phù hợp với điều kiện Việt Nam, hướng đến chuẩn mực, thông lệ quốc tế. Chủ động tăng cường phối hợp với các Bộ, cơ quan trong giám sát, cung cấp, chia sẻ thông tin, ban hành hoặc sửa đổi chính sách, quy định không còn phù hợp, kịp thời xử lý các trường hợp vi phạm trong kinh tế chia sẻ

3.3. Tuyên truyền nâng cao nhận thức của xã hội

Việt Nam cần nâng cao nhận thức công chúng về kinh tế chia sẻ để các doanh nghiệp có thể tạo ra sự tín nhiệm từ người dân. Đây cũng là cơ hội để người dân hiểu và sử dụng những ứng dụng công nghệ ngày càng phổ biến trong cuộc sống hàng ngày. Kinh tế chia sẻ kể từ năm 2014 hội nhập Việt Nam đã có nhiều chuyển biến từng bước phát huy hiệu quả, góp phần xây dựng nâng cao đời sống nhân dân và phát triển kinh tế, xã hội của đất nước.

Không những thế, kinh tế chia sẻ đã có sự phát triển cả về lượng và chất, vượt qua những yếu kém kéo dài trước đây Mặc dù vậy, kinh tế chia sẻ vẫn phát triển chưa tương xứng tiềm năng và cần có các giải pháp căn cơ, lâu dài. Vì vậy, cần tiếp tục nâng cao nhận thức của người dân và hệ thống chính trị về phát triển kinh tế chia sẻ.

3.4. Xây dựng môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các hoạt động kinh tế chia sẻ và truyền thông

Cần phải khẳng định tận dụng tối đa tài nguyên nhưng phải đảm bảo các tiêu chuẩn phù hợp với từng lĩnh vực ngành nghề kinh doanh cụ thể và người cung cấp dịch vụ phải có trách nhiệm đảm bảo tiêu chuẩn được đề ra. Do đó, để

phát huy được lợi ích của mô hình kinh tế chia sẻ, Nhà nước cần có các chính sách thúc đẩy mô hình này theo 96 hướng nói lỏng các điều kiện kinh doanh truyền thống (áp dụng chung cho cả khu vực truyền thống và khu vực kinh tế chia sẻ) đồng thời nâng cao kiểm soát quản lý đối với mô hình kinh tế chia sẻ trong việc cung ứng dịch vụ để tịnh tiến dần sự công bằng giữa truyền thống và công nghệ, gia tăng tính cạnh tranh.

Có thể áp dụng kiểm soát taxi công nghệ thông qua nhận diện thương hiệu. Hiện nay taxi công nghệ là Grab và Uber chưa có nhận diện thương hiệu, nghĩa là logo dán vào xe để đảm bảo tính minh bạch, công khai, bình đẳng giữa các loại hình vận chuyển hành khách. Để khắc phục sự bất cập này và đảm bảo sự công bằng giữa taxi truyền thống và taxi công nghệ, Sở GTVT Tp. Hà Nội cũng đề xuất sẽ gỡ bỏ lệnh cấm trên một số tuyến đường đối với taxi truyền thống. Taxi công nghệ thì vấn đề quản lý taxi công nghệ phải có khung pháp lý, phải có sự điều tiết quản lý của nhà nước để đảm bảo lợi ích của các bên và ngược lại taxi công nghệ cũng phải nằm trong khuôn khổ này.

Việt Nam có thể học tập mô hình của Singapore, đó là thành lập Hiệp Hội kinh tế chia sẻ Việt Nam góp phần thúc đẩy chính phủ có những bước đi nhanh hơn trong việc sửa đổi các luật liên quan đến kinh tế chia sẻ, giải quyết các vấn đề đặt ra của kinh tế chia sẻ.

3.5. Hợp tác quốc tế với nhiều quốc gia trên thế giới

Việt Nam cần hợp tác với các quốc gia khác để kết nối các nền kinh tế chia sẻ và chia sẻ kinh nghiệm, chiến lược phát triển. Điều này sẽ giúp nâng cao thế mạnh của Việt Nam trong khu vực và thế giới khi triển khai mô hình kinh tế chia sẻ. Bên cạnh đó, chú trọng thúc đẩy các quan hệ kinh tế theo chiều sâu, gắn chặt với lợi ích quốc gia - dân tộc, đồng thời tích cực đẩy mạnh quan hệ kinh tế với các đối tác lớn và có tiềm năng nhằm tạo đòn bẩy cho phát triển kinh tế, thương mại trong nước.

KẾT LUẬN

Bài nghiên cứu về chủ đề "Thực trạng nền kinh tế chia sẻ ở Việt Nam" đã trình bày và phân tích một số khía cạnh quan trọng của nền kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. Dựa trên các tài liệu nghiên cứu, bài nghiên cứu đã thảo luận về các ưu điểm và nhược điểm của nền kinh tế chia sẻ, đồng thời đưa ra một số giải pháp để cải thiện và phát triển nền kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. Từ quan điểm của bài nghiên cứu, có thể kết luận rằng nền kinh tế chia sẻ đang phát triển tích cực ở Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế chia sẻ trở thành xu thế toàn cầu. Tuy nhiên, còn nhiều thách thức cần được giải quyết để nền kinh tế chia sẻ có thể phát triển bền vững và đóng góp tích cực cho sự phát triển kinh tế và xã hội của Việt Nam. Để cải thiện và phát triển nền kinh tế chia sẻ ở Việt Nam, cần có sự hỗ trợ của chính phủ và các tổ chức địa phương, đồng thời cần tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp và cá nhân tham gia vào nền kinh tế chia sẻ. Đặc biệt, cần tăng cường giáo dục và nâng cao nhận thức của người dân về kinh tế chia sẻ để tạo động lực cho sự phát triển của nền kinh tế này.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2018): *Báo cáo Đề án mô hình kinh tế chia sẻ*.
2. Nghị quyết số 13/NQ-CP ngày 08 tháng 02 năm 2018 của Chính phủ.
3. Quyết định số 999/QĐ-TTg ngày 12/8/2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án thúc đẩy mô hình kinh tế chia sẻ.
4. Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử.
5. Thủ tướng Chính phủ, (2019), “*Quyết định số 999/QĐ-TTg 2019 về Đề án thúc đẩy mô hình kinh tế chia sẻ*”
6. Wallenstein J. và Shelat U. (2017), *Tiếp cận nền kinh tế chia sẻ (BCG)*.
7. PGS.TS Nguyễn Thường Lạng, (2018), *Kinh tế chia sẻ trong hội nhập của Việt Nam*, Hà Nội.
8. Viện nghiên cứu và quản lý Trung ương (2018), *Thực trạng kinh tế chia sẻ ở Việt Nam; Kiến nghị giải pháp quản lý nhà nước*.
9. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2018, *Giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước về mô hình kinh tế chia sẻ theo hướng tăng trưởng xanh và tiêu dùng bền vững ở Việt Nam*
10. Báo Nhân dân điện tử (2018), *Kinh tế chia sẻ - “chìa khóa” của tăng trưởng*.
11. Tạp chí tài chính, (2018), *Mô hình nền kinh tế chia sẻ và gợi ý cho Việt Nam*.
12. Nguyễn Phan Anh (2016), *Mô hình nền kinh tế chia sẻ và gợi ý cho Việt Nam*, Tạp chí Tài chính
13. Tô Hà (2018), *Cơ hội và thách thức của mô hình kinh tế chia sẻ ở Việt Nam*, Báo Nhân dân.
14. Báo Giao thông, (2017), “*Uber, Grab khiến ùn tắc giao thông thêm trầm trọng?*”
15. Thành Nam, Hà Nguyễn, (2018), “*Loạn thị trường vận tải taxi*”.