

KINH TẾ CHIA SẺ VÀ MỘT SỐ VẤN ĐỀ ĐẶT RA

ĐỖ LÝ HOÀI TÂN*

Kinh tế chia sẻ hiện đang nổi lên như một mô hình kinh tế mới có mức tăng trưởng mạnh mẽ và đang ảnh hưởng đến nền kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới. Bài viết trình bày về khái niệm kinh tế chia sẻ, một số mô hình kinh tế chia sẻ nổi bật trên thế giới hiện nay, phân tích những yếu tố tác động đến sự phát triển của kinh tế chia sẻ và một số vấn đề phát sinh trong sự phát triển của loại hình kinh doanh dựa trên nền tảng công nghệ này. Một số đề xuất của bài viết nhằm phát triển cũng như giải quyết những vấn đề phát sinh từ kinh tế chia sẻ bao gồm: đẩy mạnh phát triển khoa học công nghệ; tìm hiểu và phân tích về bản chất của các mô hình kinh tế chia sẻ; thực hiện các ràng buộc về pháp lý đối với chủ thể kinh doanh dựa trên các mô hình kinh tế chia sẻ; nhà nước phải nâng cao năng lực hoạch định, cung cấp bảo trợ xã hội.

Từ khóa: kinh tế chia sẻ, doanh nghiệp truyền thống, phát triển kinh tế xã hội, chính sách quản lý

Nhận bài ngày: 29/6/2018; *đưa vào biên tập:* 2/7/2018; *phản biện:* 5/7/2018; *duyet đăng:* 26/7/2018

1. GIỚI THIỆU

Năm 2018 đánh dấu 53 năm kể từ sau phát biểu nổi tiếng của Moore, mà sau đó được nhớ đến với tên gọi định luật Moore, trên tạp chí *Electrics Magazine* năm 1965⁽¹⁾: “số lượng transistor trên mỗi đơn vị diện tích sẽ tăng lên gấp đôi sau mỗi năm” (Moore, 1965: 115).

Mặc dù đã có biểu hiện thay đổi và kéo dài thêm thời gian tăng đôi của transistor trên một đơn vị diện tích, nhưng rõ ràng định luật này vẫn giữ nguyên giá trị khi dự đoán chuẩn xác về sự phát triển không ngừng của khoa học công nghệ không chỉ ở lĩnh vực sản xuất phần cứng mà còn ở cả các lĩnh vực sáng tạo phần mềm.

Điều này đặc biệt đúng hơn trong giai

* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

đoạn một thập kỷ trở lại đây với sự xuất hiện của công nghệ mã nguồn mở⁽²⁾. Sự phát triển của nhận thức kinh tế, xã hội và môi trường, và nhu cầu tiết kiệm ngày càng lớn trong cộng đồng đã thúc đẩy sự ra đời của những công nghệ mới; những công nghệ này ngoài việc hỗ trợ các phương thức giao tiếp mới, cung cấp dịch vụ trao đổi thông tin tương tác hai chiều, thì còn tạo ra công cụ để hình thành các nền tảng ảo công nghệ số để trao đổi tài nguyên, cả kỹ thuật số lẫn vật chất (Brzozowska, Bubel, 2015). Trong số các công nghệ mới này, mô hình kinh tế chia sẻ hiện đang nổi lên như một mô hình kinh tế mới có mức tăng trưởng mạnh mẽ và đang ảnh hưởng đến nền kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới.

Tại Việt Nam, các hoạt động kinh tế chia sẻ cũng đã được biết đến trong thời gian gần đây với sự xuất hiện của dịch vụ Grab và Uber vào khoảng cuối năm 2014 ở thành phố Hà Nội và TPHCM và nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường ở Việt Nam (Hồng Anh, 2017). Mặc dù vậy, khái niệm và nguồn gốc về kinh tế chia sẻ nhìn chung vẫn chưa nhận được sự quan tâm cần thiết. Chính vì lý do đó, bài viết muốn trình bày về khái niệm, một số mô hình và thách thức của mô hình kinh tế này, góp phần nâng cao sự hiểu biết về kinh tế chia sẻ, không chỉ cho nhóm đối tượng là người dân thường, mà còn cả cho các nhóm đối tượng là những nhà hoạch định chính sách.

2. KHÁI NIỆM KINH TẾ CHIA SẺ

Khái niệm kinh tế chia sẻ lần đầu được nhắc đến trong cuốn sách *Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach* (Cơ cấu cộng đồng và sự tiêu dùng hợp tác: phương pháp tiếp cận hoạt động) của 2 nhà kinh tế học Felson và Spaeth với những thảo luận xoay quanh vấn đề về việc chia sẻ tài nguyên sẵn có với những người tiêu dùng khác (Felson, Spaeth, 1978: 614-624). Theo đó, tiêu dùng hợp tác dựa trên thỏa thuận cho phép những người tham gia có thể sử dụng chung những sản phẩm, dịch vụ đang được chia sẻ vốn là sở hữu riêng lẻ của từng đối tượng. Trước đây, hình thức hợp tác này thường chỉ giới hạn trong các nhóm bạn bè, thành viên trong gia đình hoặc giữa những người hàng xóm với nhau. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ hiện đại đã giúp cho mô hình tiêu dùng hợp tác này mở rộng và trở thành nền tảng chủ đạo tạo nên mô hình kinh tế chia sẻ hiện nay (Botsman, 2010). Nói cách khác, kinh tế chia sẻ được xây dựng dựa trên việc sử dụng một nền tảng trung gian cho phép người tiêu dùng chia sẻ nguồn lực tài nguyên sẵn có của chính mình với những người tiêu dùng khác, mà ở đó “các công nghệ mạng cho phép chia sẻ và trao đổi tài sản từ không gian đến kỹ năng và xe cộ theo cách và trên quy mô không bao giờ có thể có trước đây” (Botsman, 2010: 38). Cụ thể hơn, kinh tế chia sẻ có nghĩa là một hệ thống kinh tế xã

hội bao gồm việc trao đổi và hợp tác chia sẻ tài sản và vật chất trong mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế và xã hội; nó bao gồm việc sáng tạo, sản xuất, phân phối, thương mại và tiêu thụ hàng hóa và dịch vụ, được thực hiện bởi nhiều người hoặc nhiều tổ chức khác nhau.

3. MỘT SỐ MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ NỔI BẬT

3.1. Mô hình chia sẻ phương tiện vận tải cộng đồng: Uber và Grab

Cả hai công ty đều dựa trên việc tận dụng các nguồn tài nguyên sẵn có là những chiếc xe chưa hoặc ít khi được sử dụng hết công suất đến từ những chủ sở hữu có thời gian rảnh rỗi nhất định hoặc chưa có việc làm ổn định trong xã hội. Trong khi Uber ra đời vào khoảng năm 2009 tại Mỹ thì Grab xuất hiện trễ hơn vào năm 2012 tại Malaysia. Đến năm 2014, cả 2 công ty này có mặt lần đầu tiên tại Việt Nam ở 2 thành phố lớn Hà Nội và TP HCM, báo hiệu cho sự xâm nhập của các mô hình kinh tế chia sẻ vào thị trường Việt Nam. Đến giữa năm 2018, Uber đã đạt được thỏa thuận bán lại toàn bộ hoạt động của mình trên thị trường Đông Nam Á nói chung và Việt Nam nói riêng cho Grab để đổi lấy 30% cổ phần của đối thủ cạnh tranh trực tiếp này (Purnell, 2018).

Mọi hoạt động kết nối, tiếp cận và giao dịch giữa người có nhu cầu (người tiêu dùng) và tài xế lái xe (người sở hữu xe) đều được thực hiện trên điện thoại thông minh thông qua một ứng dụng được xây dựng bởi Grab và

Uber. Người sở hữu xe muốn tham gia vào nền tảng này trước hết phải đăng ký tham gia vào một bài kiểm tra để được đánh giá đủ tiêu chuẩn trở thành tài xế và tải về một ứng dụng kết nối riêng biệt. Trong khi đó, người tiêu dùng sau khi tải về ứng dụng có thể đăng ký lộ trình để xem lộ phí và thông tin liên lạc với tài xế đang ở khu vực lân cận đồng ý chở họ đến địa điểm được yêu cầu. Người tiêu dùng có thể thanh toán chi phí lộ trình bằng thẻ tín dụng hoặc bằng tiền mặt cho tài xế lái xe theo mức phí đã hiển thị trong ứng dụng và cả 2 đối tượng tham gia này đều có thể đánh giá nhau theo hình thức chấm điểm sao (với người tiêu dùng đánh giá tài xế) và chấm mức hài lòng (của tài xế với người tiêu dùng).

3.2. Mô hình chia sẻ không gian phòng ốc nhà ở cộng đồng: Airbnb

Tương tự như Grab và Uber, nhưng Airbnb kinh doanh dựa trên việc thu phí dịch vụ cho việc kết nối các đối tượng sẵn sàng cho thuê những căn phòng riêng sẵn có và những người có nhu cầu thuê lại nơi đó. Mô hình này lần đầu tiên được ra mắt công chúng vào năm 2008 và cho đến nay đã trở thành một ứng dụng quen thuộc của nhiều người yêu thích đi du lịch khắp nơi trên thế giới, trong đó có cả Việt Nam. Do các giao dịch trên nền tảng số được xây dựng bởi Airbnb có đầy đủ tính năng của một mạng xã hội thông thường với các chức năng liên lạc, hiển thị thông tin về các nơi cho thuê rất chi tiết và cụ thể như diện tích,

số lượng khách có thể ở trọ, thời gian cho phép ở và khu vực xung quanh để người có nhu cầu thuê có thể hình dung và chọn lựa được nơi phù hợp nhất cho mình.

Do các giao dịch trên Airbnb là giữa những đối tượng chưa từng quen nhau nên tính minh bạch và rõ ràng rất được chú trọng. Cụ thể, để có thể đăng ký làm thành viên của Airbnb, người dùng được yêu cầu phải cung cấp các thông tin từ số điện thoại liên lạc, thông tin cá nhân, giấy tờ tùy thân và tài khoản tín dụng thực tế đến những thông tin chi tiết khác. Sau mỗi lần sử dụng thì người tiêu dùng còn có thể nhận xét, đánh giá về nơi đã ở trước đó để đảm bảo tính an toàn và độ tin cậy cho những khách hàng tiếp theo. Ngoài ra, Airbnb cũng đóng vai trò là trung gian trong việc nhận tiền thanh toán của người đặt phòng trước và chỉ chuyển khoản cho người cho thuê 1 ngày sau khi người khách xác nhận đã đến để đảm bảo không có vụ lừa đảo nào xảy ra và sẵn sàng hỗ trợ cho khách thuê lẫn chủ cho thuê trong những trường hợp cụ thể.

3.3. Mô hình góp vốn cộng đồng: Kickstarter và Indiegogo

Khác với những hoạt động huy động vốn truyền thống, Kickstarter và Indiegogo đóng vai trò là trung gian để liên kết những người có ý tưởng bất kỳ như ý tưởng nghệ thuật, ý tưởng phần mềm, ý tưởng dịch vụ... với những khách hàng tiềm năng tương lai để kêu gọi vốn từ cộng đồng, biến ý tưởng của họ trở thành một sản phẩm

hay dịch vụ thực sự trên thị trường. Kể từ khi xuất hiện (Indiegogo ra mắt năm 2008 và Kickstarter ra mắt vào năm 2009), Kickstarter và Indiegogo đã góp phần hỗ trợ bước đầu cho nhiều sản phẩm có ảnh hưởng đến sự phát triển và xu hướng công nghệ mới thế giới như Oculus Rift, thiết bị tương tác thực tế ảo đầu tiên trên thế giới, hay Pebble E-watch, một trong những đồng hồ thông minh đầu tiên trên thế giới.

Để tham gia, người có ý tưởng thường phải đăng ký một tài khoản và mở ra một trang dự án riêng trên website chính thức của Kickstarter, Indiegogo và trình bày cụ thể về ý tưởng và khoản vốn mong muốn của mình thông qua nội dung văn bản hay video ngắn để thuyết phục cộng đồng có thể đầu tư góp một khoản tiền tùy theo ý muốn để hiện thực hóa ý tưởng trên thị trường. Cộng đồng bỏ vốn đầu tư cũng được hưởng những lợi ích tùy theo mức vốn mà họ đã ủng hộ, như trở thành người đầu tiên được sử dụng hay được tặng những vật phẩm đi kèm độc quyền sau khi dự án được góp vốn thành công.

4. NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ CHIA SẺ

Mặc dù được nhắc đến từ khá sớm nhưng khái niệm về nền kinh tế chia sẻ chỉ bắt đầu được biết đến vào những năm đầu thế kỷ XXI khi được thúc đẩy bởi sự phát triển của công nghệ hiện đại. Bên cạnh việc giúp giảm bớt gánh nặng “sở hữu” và cải thiện thêm thu nhập cho những cá

nhân tham gia, kinh tế chia sẻ còn phổ biến do sự ủng hộ mạnh mẽ của ý thức trách nhiệm xã hội và hạn chế ô nhiễm môi trường của cộng đồng người dân trong xã hội hiện nay. Điều này khiến cho người dân trong cộng đồng sẵn sàng hơn trong việc tham gia vào các sáng kiến nhằm phổ biến lối sống thân thiện với môi trường sinh thái cũng như phát triển lòng tin và trách nhiệm xã hội của cộng đồng.

4.1. Sự phát triển của khoa học công nghệ

Trong các động lực thúc đẩy sự phát triển của kinh tế chia sẻ, công nghệ được xem là đóng vai trò then chốt nhất (Owyang và cộng sự, 2013). Thật vậy, sự phát triển không ngừng của công nghệ đã dẫn đến sự ra đời của nhiều sáng tạo quan trọng như GPS, kết nối mạng lưới internet thông qua 3G, 4G trên điện thoại thông minh, nền tảng thanh toán trực tuyến, hệ thống mạng xã hội... góp phần giúp cho con người dễ dàng liên kết với nhau hơn so với quá khứ, từ đó mở ra những nhu cầu và những thị trường mới đầy tiềm năng là tiền đề cho sự hình thành của mô hình kinh tế chia sẻ (Owyang và cộng sự, 2013).

Có thể thấy rằng sự gia tăng về số lượng điện thoại thông minh được sử dụng trên thế giới hiện nay giữ một vai trò không nhỏ đến sự phát triển mạnh mẽ của kinh tế chia sẻ hiện nay (Owyang và cộng sự, 2014). Theo một nghiên cứu của Nielson về thị trường điện thoại di động của Mỹ vào năm 2013, tỉ lệ người sử dụng điện thoại

thông minh đã chiếm 64% và đang được sử dụng phổ biến bởi hơn 80% người từ 25-34 tuổi (Nielson, 2013). Tương tự tại Việt Nam, tỉ lệ người sử dụng điện thoại thông minh cũng rất cao với hơn 74% vào năm 2017 (Nielson, 2017). Thực tế cho thấy, nhờ vào những cải tiến và tốc độ kết nối không dây của các thiết bị di động, các thiết bị thông minh ngày càng được cải thiện, người tiêu dùng hiện nay có thể truy cập vào các nền tảng chia sẻ và xác định vị trí của sản phẩm hoặc dịch vụ mong muốn một cách nhanh chóng thông qua GPS và 3G/4G mà không cần phải đến các cửa hàng mua sắm như trước đây nữa (Rosenberg, 2013; Owyang và cộng sự, 2014).

Ngoài ra, theo Owyang và các cộng sự (2013), hệ thống thanh toán trực tuyến cũng đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển này khi giúp việc thanh toán trong nền kinh tế chia sẻ trở nên dễ dàng và thuận tiện. Việc sử dụng các nền tảng thanh toán trực tuyến hiệu quả có sức hấp dẫn lớn đối với cả người mua và người bán khi việc chi trả chi phí được diễn ra nhanh chóng và dễ dàng trong quản lý các giao dịch thuộc hệ thống, từ đó làm tăng mức độ tiện lợi và cho phép người dùng tham gia thường xuyên hơn vào nền tảng chia sẻ.

Bên cạnh đó, các mạng xã hội hiện nay cũng là nhân tố quan trọng xây dựng nên lòng tin của người tiêu dùng trong mô hình kinh tế chia sẻ (Botsman và Rodgers, 2010). Có thể

nói rằng mạng xã hội giúp kết nối thông tin, cho phép 2 người hoàn toàn xa lạ có thể cùng chia sẻ các vật dụng cá nhân với nhau. Thực tế, khi tham gia vào một nền tảng chia sẻ bất kỳ thì người tham gia đều phải cung cấp các thông tin cần thiết của cá nhân. Chính vì lý do đó mà người tiêu dùng có thể kết nối với người cung cấp thông qua mạng xã hội và ngược lại người bán cũng có thể xem hồ sơ của đối tượng khách hàng tiềm năng của mình, từ đó giúp làm giảm nguy cơ lừa đảo khi thực hiện một giao dịch bất kỳ trong mô hình kinh tế chia sẻ hiện nay.

4.2. Giảm bớt gánh nặng sở hữu

Nền kinh tế chia sẻ giúp giảm thiểu nhu cầu sở hữu một số sản phẩm/hàng hóa nhất định. Thực tế cho thấy vào khoảng giữa thế kỷ XX, sự bùng nổ của cuộc cách mạng công nghiệp với sự ra đời của dây chuyền sản xuất hàng loạt đã dẫn đến sự hình thành của chủ nghĩa tiêu dùng được xây dựng dựa trên quan niệm: chi tiêu, mua sắm để sở hữu những sản phẩm được sản xuất ra thị trường là góp phần vào sự phát triển của nền kinh tế (Gansky, 2010). Tuy nhiên, việc sở hữu đòi hỏi nhiều mức chi phí khác nhau bao gồm vốn mua, chi phí bảo trì và đôi khi cả chi phí lưu trữ và xử lý, trong khi đó sự phổ biến rộng rãi của internet hiện nay giúp cho việc kết nối những người có và những người cần một sản phẩm hay hàng hóa nhất định thông qua nền tảng chia sẻ trở nên dễ dàng và hiệu quả hơn rất nhiều; điều này đã phần nào làm giảm dần đi sự

hấp dẫn của việc sở hữu một sản phẩm bất kỳ so với trước đây. Chẳng hạn, trước đây, để đáp ứng nhu cầu vận chuyển đi lại hằng ngày thì người tiêu dùng chỉ có lựa chọn là mua mới một chiếc xe bất kỳ. Vì thế, người tiêu dùng phải bỏ ra một khoản chi phí ban đầu đáng kể hoặc phải chi trả một khoản thanh toán hàng tháng trong nhiều năm (trong trường hợp mua trả góp) trước khi sở hữu một chiếc xe cho bản thân. Tuy nhiên, trên thực tế, các phương tiện vận chuyển như xe hơi - một tài sản có chi phí ban đầu tương đối cao - hầu như không được sử dụng hết khả năng thực tế. Cụ thể hơn, các tính toán gần đây cho thấy rằng tất cả xe hơi trên toàn thế giới luôn luôn trong trạng thái nghỉ từ 92% đến 96% thời gian trong suốt vòng đời của mình (Barter, 2013).

Với sự ra đời của mô hình kinh tế chia sẻ, mọi người không cần phải tiết kiệm trong thời gian dài để có các loại sản phẩm và dịch vụ mà họ muốn. Bên cạnh đó, thông qua việc sử dụng các công nghệ mới, mô hình kinh tế chia sẻ làm tăng khả năng tiếp cận nhiều sản phẩm và dịch vụ, đồng thời giảm thiểu đáng kể nhiều loại chi phí khác có liên quan khi sử dụng một sản phẩm và dịch vụ nào đó (Rosenberg, 2013). Thật vậy, những người tham gia vào nền tảng chia sẻ, cả người cung cấp và người có nhu cầu sử dụng sản phẩm và dịch vụ, rõ ràng nhận được nhiều lợi ích hơn so với việc phải sở hữu để được quyền sử dụng như trước đây (Rosenberg,

2013). Do đó, việc tham gia nền tảng chia sẻ nhằm giảm thiểu chi phí sở hữu trở thành một lựa chọn thay thế hấp dẫn so với việc phải sở hữu một sản phẩm và dịch vụ bất kỳ, đặc biệt trong tình hình kinh tế không ổn định như hiện nay.

4.3. Cải thiện thu nhập cá nhân

Bên cạnh việc làm giảm gánh nặng sở hữu, các mô hình kinh tế chia sẻ cũng tạo ra nhiều cơ hội mới để cải thiện thu nhập cho người tham gia (Bostman, 2012). Cụ thể hơn, mọi người đều có thể tăng thêm thu nhập với việc chia sẻ các tài sản sẵn có của bản thân, những thứ mà họ chưa hoặc ít sử dụng bằng cách truy cập các nền tảng “kết nối mạng lưới sở hữu cá thể”⁽³⁾. Chẳng hạn, cá nhân có thể kiếm tiền thông qua việc đăng tải một tài sản bất kỳ ít khi được sử dụng của họ trên các nền tảng “kết nối mạng lưới sở hữu” để chia sẻ các tài sản này cho những cá nhân có nhu cầu sử dụng trong một khoảng thời gian ngắn (Bostman, 2012).

Một nghiên cứu được thực hiện bởi Airbnb khẳng định rằng các cá nhân sử dụng nền tảng của họ có thể nhận được từ 6.900 USD đến 9.300 USD hằng năm tùy thuộc vào số lượng không gian mà họ cung cấp (Geron, 2012). Trong một bài báo về kinh tế chia sẻ, Friedman (2013: 3) bày tỏ: “trong khi yêu cầu về kỹ năng để nhận được những công việc tốt ngày càng tăng lên - nhiều người mặc dù không sở hữu những kỹ năng này nhưng vẫn có thu nhập tốt bằng cách tự xây dựng

thương hiệu riêng cho mình, cho dù đó có thể là cho thuê những phòng riêng của con mình, cho thuê những chiếc xe hơi hoặc dụng cụ điện tử của họ”. Rõ ràng, ngay cả khi thị trường lao động liên tục thay đổi và ngày càng trở nên cạnh tranh hơn, các cá nhân tham gia những mô hình kinh tế chia sẻ vẫn có thể hỗ trợ cho bản thân họ với những khoản thu nhập bổ sung từ việc chia sẻ những tài sản sẵn có của bản thân. Nhìn chung, những khoản thu nhập bổ sung này là một trong những yếu tố quan trọng tác động đến sự tăng trưởng ở mức độ phổ biến của mô hình kinh tế chia sẻ không chỉ hiện nay, mà cả trong tương lai.

4.4. Cải thiện tình trạng ô nhiễm môi trường

Một trong những động lực khác thúc đẩy sự phát triển của kinh tế chia sẻ là do mối quan tâm ngày càng tăng của người dân về những tác động của xã hội đến môi trường sinh thái hiện nay (Gansky, 2010). Lượng khí nhà kính khổng lồ phát ra từ việc đốt nhiên liệu dư thừa đang làm biến đổi khí hậu và ảnh hưởng nghiêm trọng đến môi trường sinh thái (NASA, 2015). Người tiêu dùng hiện đại đang ngày càng trở nên có ý thức hơn đến tình trạng ô nhiễm môi trường này và có khuynh hướng ưa chuộng những sản phẩm thân thiện với môi trường hơn. Nhiều công ty hiện nay đã buộc phải thay đổi quy trình sản xuất để phù hợp với môi trường sinh thái nhằm mục đích giữ chân và thu hút người tiêu dùng.

Trong bối cảnh đó, kinh tế chia sẻ phần nào sẽ giúp cho tình trạng ô nhiễm môi trường sinh thái được cải thiện. Với một mạng lưới người dùng đông đảo thì một tài sản có sẵn bất kỳ vốn ít được sử dụng trước đó sẽ đến tay của những người có nhu cầu sử dụng, khiến cho sản phẩm đó được sử dụng hết công suất và đạt hiệu quả cao hơn. Từ đó phần nào làm giảm yêu cầu sản xuất sản phẩm với quy mô lớn để đáp ứng nhu cầu thị trường của các nhà sản xuất (Gansky, 2010). Thay vào đó, nhà sản xuất sẽ quan tâm đến việc sản phẩm phải được thiết kế sao cho có độ bền cao hơn. Nhìn chung, việc giảm khối lượng sản xuất và các sản phẩm có tuổi thọ cao hơn sẽ góp phần giảm bớt tình trạng xả thải ra môi trường và giúp cho môi trường sinh thái trở nên bớt ô nhiễm hơn.

4.5. Kết nối cộng đồng

Nhu cầu ngày càng tăng của cộng đồng cũng thúc đẩy sự phát triển của kinh tế chia sẻ (Gaskin, 2016). Thật vậy, trong bối cảnh sự gia tăng việc sử dụng mạng xã hội trực tuyến đang làm tăng nguy cơ trầm cảm và giảm tính tương tác giữa con người với nhau, các mô hình kinh tế chia sẻ đã mang đến những cơ hội để những người vốn hoàn toàn xa lạ có thể tương tác với nhau trong cả môi trường trực tuyến và thực tế ngoài cuộc sống. Một nghiên cứu về kinh tế chia sẻ được thực hiện bởi Latitude, một công ty nghiên cứu sáng tạo tại Massachusetts, cho thấy có đến 78% số người tham gia khảo sát cho rằng việc tham gia

các nền tảng chia sẻ khiến họ trở nên cởi mở hơn và sẵn sàng hơn trong việc chia sẻ tài sản sẵn có của bản thân với các thành viên khác trong cộng đồng (Gaskin, 2016: 2). Nói cách khác, các mô hình kinh tế chia sẻ đã góp phần làm tăng tính tương tác trong cộng đồng, cho phép mỗi cá nhân có thể trao đổi, thảo luận chia sẻ và tiếp cận một tài sản bất kỳ, từ đó làm tăng chất lượng cuộc sống cho một số cá nhân trong xã hội. Chẳng hạn, Airbnb không chỉ cung cấp những lựa chọn về nơi ở cho khách du lịch mà còn cung cấp những trải nghiệm thú vị khi tiếp xúc với những nền văn hóa khác nhau cho cả chủ cho thuê và người thuê phòng, điều mà các khách sạn khó có thể thực hiện được.

Bên cạnh đó, trong một nghiên cứu về hành vi của người tiêu dùng, Botsman và Rodgers (2010) nhận thấy sự phát triển của thương mại điện tử từ cuối những năm 1990 đã làm giảm thiểu đáng kể tính tương tác giữa người mua và người bán khi thực hiện các giao dịch trực tuyến. Sự xuất hiện của các mô hình kinh tế chia sẻ đã tạo điều kiện để người tiêu dùng có thể hiểu rõ hơn về các sản phẩm và dịch vụ mà mình có nhu cầu sử dụng thông qua những đánh giá, những thông tin, hồ sơ sẵn có được cung cấp bởi chính người cung cấp sản phẩm hay dịch vụ trước khi đưa ra quyết định cuối cùng. Điều này không chỉ tạo dựng niềm tin cho người tiêu dùng khi thực hiện các giao dịch mà còn tạo không khí thân thuộc giữa 2 đối tượng

người có nhu cầu và người cho thuê trong mỗi giao dịch.

5. MỘT SỐ VẤN ĐỀ PHÁT SINH TỪ SỰ XUẤT HIỆN CỦA CÁC MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ

5.1. Sự khó khăn trong tiếp cận của một số nhóm đối tượng

Bất kể việc đang được phổ biến rộng rãi ở nhiều quốc gia trên thế giới, thực tế cho thấy khái niệm kinh tế chia sẻ và mô hình hoạt động của nó vẫn còn xa lạ với nhiều người tiêu dùng ở nhiều nước, đặc biệt ở các quốc gia đang phát triển với hệ thống công nghệ không được phổ biến hay không đạt tiêu chuẩn cần thiết để đảm bảo sự hoạt động hiệu quả. Do đó, phần lớn người tham gia vào mô hình kinh tế chia sẻ chủ yếu vẫn là những người trong tầng lớp trung bình khá trở lên. Trong khi đó, một bộ phận không nhỏ các cá nhân, đặc biệt là những người thuộc tầng lớp nghèo trong xã hội, thường không sở hữu các thiết bị điện tử như điện thoại di động, ipad, laptop... Điều này khiến cho họ không thể sử dụng các mô hình kinh tế chia sẻ như là một công cụ hữu hiệu để cải thiện cuộc sống của cá nhân và gia đình họ, một nền tảng kinh tế có thể giúp họ tiếp cận các công việc mới không đòi hỏi nhiều bằng cấp, cũng như có thể sử dụng các sản phẩm và dịch vụ mà họ khó có khả năng sở hữu.

5.2. Cạnh tranh với doanh nghiệp truyền thống

Sự ra đời của các mô hình chia sẻ đã cạnh tranh trực tiếp một cách mạnh

mẽ trên thị trường với nhiều doanh nghiệp truyền thống đã tồn tại từ trước đó. Chẳng hạn, Grab và Uber cạnh tranh với các công ty taxi truyền thống hay các tài xế xe ôm; Airbnb cạnh tranh với các khách sạn và nhà trọ...

Mặc dù hiện vẫn chưa có nghiên cứu cụ thể nào cho thấy các mô hình kinh tế chia sẻ gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động của các doanh nghiệp truyền thống, nhưng phần lớn các doanh nghiệp truyền thống vẫn xem các mô hình này như là một mối đe dọa lớn. Nhiều cáo buộc từ các doanh nghiệp truyền thống như các công ty taxi hay khách sạn cho rằng do tài xế và phòng cho thuê thực tế không được các doanh nghiệp (thuộc kinh tế sẻ chia) trực tiếp quản lý và kiểm duyệt nên chất lượng và tiêu chuẩn của sản phẩm và dịch vụ không thật sự được đảm bảo. Bên cạnh đó, họ cũng cho rằng việc các doanh nghiệp dựa trên nền tảng chia sẻ đưa ra mức giá thấp khi sử dụng các sản phẩm và dịch vụ là phương pháp cạnh tranh không lành mạnh và sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự ổn định của thị trường. Điều này đã dẫn đến cuộc chiến vô hình giữa các doanh nghiệp truyền thống và doanh nghiệp trong mô hình kinh tế chia sẻ theo cả 2 hướng tiêu cực và tích cực. Tiêu cực: các cuộc biểu tình từ các tài xế của các hãng taxi truyền thống (Mulholland, 2014, Ngọc Ân, 2017); các cuộc đánh nhau giữa các tài xế 2 bên (Linh An, Văn Châu, 2017; Thạch Quỳnh, 2018); tích cực: các doanh nghiệp truyền thống buộc phải đầu tư đổi mới công

nghệ, giảm giá thành để cạnh tranh trên thị trường (Quốc Hùng, Thanh Hải, 2018).

5.3. Hạn chế trong chính sách quản lý

Bên cạnh việc cạnh tranh với doanh nghiệp truyền thống thì vấn đề chính sách quản lý sao cho hiệu quả loại hình kinh doanh mới này cũng là một thách thức lớn được đặt ra cho các nhà hoạch định chính sách. Do các chủ thể kinh doanh dựa trên mô hình kinh tế chia sẻ là những đối tượng cá thể nhỏ lẻ không đăng ký kinh doanh và không chịu bất kỳ khoản thuế nào nên việc quản lý rất phức tạp. Thực tế cho đến nay vẫn chưa có chính sách nào được xem là hiệu quả thực sự trong việc quản lý các mô hình kinh tế chia sẻ.

Bên cạnh đó, một trong những vấn đề lớn nhất là việc xác định bản chất của loại hình kinh doanh của các mô hình kinh tế chia sẻ hiện nay nhằm đưa ra các giải pháp thật sự hợp lý. Bởi không ít các chính quyền trên thế giới hiện nay do căn cứ một cách máy móc vào các bộ luật hiện hành mà dán nhãn loại hình kinh doanh này như là một hoạt động trái pháp luật và từ đó nghiêm cấm hay hạn chế tầm hoạt động của các mô hình kinh tế chia sẻ trên địa bàn (Doogan, 2014; Sebens, 2015; Streitfeld, 2014; Sayre, 2014). Trong khi đó, cũng có một số chính quyền đã điều chỉnh mới hay đưa ra những quy định mới trong các bộ luật hiện hành để quản lý hiệu quả các doanh nghiệp công nghệ mới này

(Somerville và Levine, 2015), nhưng nhìn chung các điều chỉnh và quy định mới này vẫn còn khá sơ sài, chung chung và còn phải mất một thời gian nữa để kiểm chứng tính thực tiễn và xác thực của nó.

6. KẾT LUẬN

Có thể thấy các mô hình kinh tế chia sẻ đã và đang phát triển ngày càng mạnh mẽ và đã tác động mạnh mẽ đến kinh tế và xã hội ở nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có cả Việt Nam. Trong bối cảnh cả nước đang hướng đến việc hội nhập ngày càng sâu rộng với thị trường quốc tế, sự du nhập của kinh tế chia sẻ vào nước ta đã đem lại nhiều lợi ích đáng kể: giảm chi phí xã hội và ô nhiễm môi trường; ứng dụng khoa học công nghệ được phổ cập đến nhiều đối tượng; tính tương tác cộng đồng được nâng cao; giảm thiểu tình trạng thất nghiệp và cải thiện chất lượng cuộc sống cho nhiều đối tượng trong xã hội. Tuy nhiên, những khó khăn trong việc quản lý và vấn đề cạnh tranh khốc liệt với các doanh nghiệp truyền thống đặt ra nhiều thách thức trong việc làm thế nào để có thể dung hòa lợi ích và quyền lợi từ các bên, từ đó cho phép vận hành kinh tế chia sẻ nhằm phát triển kinh tế đất nước.

Ở đây chúng tôi xin đưa ra một số đề xuất về giải pháp với chính quyền như sau:

Thứ nhất, đẩy mạnh phát triển khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin để tạo cơ sở vật chất nền tảng đủ tiêu chuẩn, giúp phổ biến các

mô hình kinh tế chia sẻ đến nhiều đối tượng trong xã hội.

Thứ hai, tìm hiểu và phân tích về bản chất của các mô hình kinh tế chia sẻ đang và sắp hoạt động trên thị trường để có thể đưa ra các văn bản quản lý, cơ chế, chính sách và các quy định phù hợp, nhằm làm cho quá trình quản lý trở nên hiệu quả và công bằng.

Thứ ba, thực hiện các ràng buộc về

pháp lý đối với chủ thể kinh doanh theo mô hình kinh tế chia sẻ.

Thứ tư, nhà nước phải nâng cao năng lực hoạch định, cung cấp bảo trợ xã hội và phát triển khung điều tiết sao cho hợp lý và cân bằng giữa việc bảo vệ người lao động đang kiếm sống trên các mô hình kinh tế chia sẻ và tính linh hoạt của doanh nghiệp dựa trên nền tảng công nghệ này. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Moore. 1965. *Cramming More Components onto Integrated Circuits*.

⁽²⁾ Công nghệ mã nguồn mở mặc dù đã ra đời từ khá lâu nhưng được chú ý nhiều hơn khi Cutting, nhân viên của bộ phận nghiên cứu của Xerox, ra mắt Nutch, website tìm kiếm mã nguồn mở đầu tiên để cạnh tranh với Google. Năm 2003, Google công bố một phần cơ bản về thuật toán tìm kiếm của công ty dưới tên gọi Google File System và Google Map Reduce cho cộng đồng mạng và lập trình viên trên thế giới, từ đó mở ra một xu hướng mới về mã nguồn mở. Sự ra đời của nền tảng Hadoop và xu hướng công nghệ Big Data (Dữ liệu lớn) đã thay đổi toàn diện diện mạo mọi lĩnh vực trên thế giới hiện nay.

⁽³⁾ Nền tảng “kết nối mạng lưới sở hữu cá thể” (own-to-mesh platform) được hiểu là một nền tảng được phát triển nhằm kết nối những cá nhân có nhu cầu chia sẻ và sử dụng sản phẩm hay dịch vụ nào đó kèm theo những ưu đãi kinh tế nhất định cho những người tham gia vào nền tảng này. Uber, Grab hay Airbnb là những ví dụ điển hình nhất của mô hình kinh tế chia sẻ dựa trên nền tảng này. Ngoài ra còn có nền tảng “kết nối mạng lưới sở hữu toàn phần” (full mesh platform) được hiểu là một nền tảng được phát triển nhằm giúp công ty có thể cho thuê các sản phẩm dịch vụ sẵn có của mình với mức phí cạnh tranh cho những khách hàng cần sử dụng sản phẩm và dịch vụ của họ trong một thời gian ngắn.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Barter, P. 2013. “Reinventing Parking”. Blog. Truy cập ngày 8/6/2018 tại: <http://www.reinventingparking.org/2013/02/cars-are-parked-95-of-time-lets-check.html>.
2. Botsman, R. 2012. “The Currency of the New Economy is Trust”. Truy cập ngày 7/6/2018 tại: <http://www.youtube.com/watch?v=kTqgiF4HmgQGeron>.
3. Botsman, R., and Rodgers, R. 2010. *What's Mine is Yours*. USA: Harper Business.
4. Brzozowska, A. and Bubel, D. 2015. “E-business as a New Trend in the Economy”. *Procedia Computer Science*. No 65.
5. Doogan, S. 2014. “Judge Sides with City in Decision Allowing Uber to Offer Only Free Ride Sharing”. Truy cập ngày 13/6/2018 tại: <http://www.adn.com/article/20141013/judge-sides-city-decision-allowing-uber-offer-only-free-ride-sharing>.

6. Felson, M. and Spaeth, J. 1978. "Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach". *American Behavioral Scientist*. No 21(4).
7. Friedman, T. 2013. "Welcome to the 'Sharing Economy'". New York: *New York Times*.
8. Gansky, L. 2010. *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing*. The Penguin Group.
9. Gaskins, K. 2014. "The New Sharing Economy". MA: Latitude Research. Truy cập ngày 4/6/2018 tại: <http://latdsurvey.net/pdf/Sharing.pdf>.
10. Geron, T. 2012. "Airbnb has a \$56 Million impact of San Francisco: Study". Truy cập ngày 5/6/2018 tại: <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2012/11/09/study-airbnb-had-56-million-impact-on-san-francisco/>.
11. Hồng Anh. 2017. "Uber - Grab đã thao túng hoàn toàn thị trường taxi Việt?". Truy cập ngày 3/6/2018 tại: <http://dantri.com.vn/kinh-doanh/uber-gab-da-thao-tung-hoan-toan-thi-truong-taxi-viet-20171231005425121.htm>.
12. Linh An, Văn Châu. 2017. "Tài xế Grab bị xe ôm truyền thống đánh toạc đầu". Truy cập ngày 13/6/2018 tại: <http://vietnamnet.vn/vn/thoi-su/an-toan-giao-thong/tai-xe-grab-bi-xe-om-truyen-thong-danh-toac-dau-423914.html>.
13. Moore. 1965. "Cramming More Components onto Integrated Circuits". *Electronics*. No 38(8).
14. Mulholland, R. 2014. "Uber Protests Sweep Europe". Truy cập ngày 13/6/2018 tại: <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/10892458/Uber-protests-sweep-Europe.html>.
15. NASA, 2015. "Climate Change". Truy cập ngày 10/6/2018 tại: <https://climate.nasa.gov/causes/>.
16. Ngọc Ân. 2017. "Thấy gì từ biểu ngữ 'Vì quá nhiều bắt công' của Taxi Vinasun". Truy cập ngày 13/6/2018 tại: <https://tuoitre.vn/thay-gi-tu-bieu-ngu-vi-qua-nhieu-bat-cong-cua-taxi-vinasun-20171011081352744.htm>.
17. Nielson, 2017. "Smartphone Keeps Up the Growth Momentum with Increasing Usage Incidences in Key Cities; Whilst Rural Smartphone Users Reaching Up to 68%". Truy cập ngày 5/6/2018 tại: <http://www.nielsen.com/vn/vi/insights/2017/nielsen-smartphone-insights-2017.html>.
18. Owyang, J., Samuel, A. and Grenville, A. 2014. *Sharing is the New Buying, Winning in the Collaborative Economy*. California: Vision Critical.
19. Owyang, J., Tran, C. and Silva, C. 2013. *The Collaborative Economy*. California: Altimeter.
20. Purnell. 2018. "Uber Sells Southeast Asia Business to Rival Grab". Truy cập ngày 1/6/2018 tại: <https://www.wsj.com/articles/uber-sells-southeast-asia-business-to-rival-grab-1522029863>.
21. Quốc Hùng, Thanh Hải. 2018. "Sôi động cuộc chiến taxi công nghệ". Truy cập ngày 14/6/2018 tại: <http://www.sggp.org.vn/soi-dong-cuoc-chien-taxi-cong-nghe-509461.html>.
22. Rosenberg, T. 2013. "It's Not Just Nice to Share, It's the Future". New York: *New York Times*.

23. Sayre, K. 2014. "New Orleans City Council Toughens Ban on Unlicensed Short-Term Vacation Rentals". Truy cập ngày 16/6/2018 tại: http://www.nola.com/business/index.ssf/2014/07/new_orleans_city_council_tough.html.
24. Sebens, S. 2015. "Oregon City of Eugene Sues Uber, Citing Safety Regulations". Truy cập ngày 14/6/2018 tại: <http://www.businessinsider.com/r-oregon-city-of-eugene-sues-uber-citing-safety-regulations-2015-3>.
25. Somerville, H., Levine, D. 2015. "Exclusive: U.S. States Pass Laws Backing Uber's View of Drivers as Contractors". Truy cập ngày 16/6/2018 tại: <https://www.reuters.com/article/us-uber-statelaws-idUSKBN0TT2MZ20151210>.
26. Streitfeld, D. 2014. "Airbnb Listings Mostly Illegal". Truy cập ngày 16/6/2018 tại: <http://www.nytimes.com/2014/10/16/business/airbnb-listings-mostly-illegal-state-contentends.html>.
27. Thạch Quỳ. 2018. "Grabbike và xe ôm hỗn chiến náo loạn trên phố, cảnh sát nổ súng trấn áp". Truy cập ngày 13/6/2018 tại: <http://vietnamnet.vn/vn/thoi-su/grabbike-va-xe-om-hon-chien-nao-loan-tren-pho-can-h-sat-no-sung-tran-ap-378593.html#inner-article>.