

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

MÔN HỌC: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU KINH TẾ



ĐỀ CƯƠNG NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

ĐỀ TÀI: ỨNG DỤNG MÔ HÌNH KINH TẾ CHIA SẺ TRONG KHỞI NGHIỆP TẠI KHU VỰC
ĐÔNG NAM Á TRƯỚC BÓI CẢN HAEC (2015–2017)

cuu duong than cong. com

GIẢNG VIÊN: KIỀU THANH NGÀ

MỤC LỤC

1.	MỞ ĐẦU	3
2.	CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN	8
3.	CHƯƠNG 2: NỀN KINH TẾ CHIA SẺ TRONG MÔI TRƯỜNG KHỞI NGHIỆP HIỆN NAY	14
4.	CHƯƠNG 3: DỰ BÁO, KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP	21
5.	KẾT LUẬN	25
6.	DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	25
7.	Phụ lục	26

cuu duong than cong. com

cuu duong than cong. com

1. MỞ ĐẦU

1.1. Tính cấp thiết và ý nghĩa của đề tài nghiên cứu

1.1.1. Tính cấp thiết

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 thành công của nhiều ông lớn áp dụng mô hình này như Uber, Netflix, Trip Advisor,... mô hình này đang dần phát triển trở thành một trào lưu mới trên toàn thế giới và đặc biệt đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp khi càng ngày càng có nhiều doanh nghiệp đi theo hình thức này và đạt được nhiều thành công. Tuy nhiên, việc thể chế chưa hoàn thiện với một mô hình kinh tế mới đang đặt ra nhiều bất cập trong việc quản lý cũng như nhiều xung đột trong xã hội gây rủi ro cũng như ảnh hưởng tới các doanh nghiệp. Đặt trong bối cảnh Đông Nam Á khi AEC được thành lập, mô hình kinh tế chia sẻ sẽ trở thành một điểm mấu chốt quan trọng giúp cách doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp khởi nghiệp lan tỏa và phát triển mạnh mẽ hơn nhờ những ưu điểm từ mô hình này mang lại. Đi cùng với đó là sự thay đổi thể chế, chính sách cũng như hàng loạt các yếu tố tại các quốc gia trong khu vực sẽ có những tác động và ảnh hưởng lớn đến các doanh nghiệp khi áp dụng mô hình này.

1.1.2. Ý nghĩa của đề tài

Đề tài sẽ xem xét đánh giá và dự đoán khả năng thành công của các doanh

ng nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ cũng như sẽ dự đoán sự thay đổi trong thể chế tại các nước trong khu vực từ đó đưa ra định hướng trong việc áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ cho doanh nghiệp khởi nghiệp.

1.2. Tổng quan tài liệu

Trong quá trình nghiên cứu nhóm có tham khảo một số tài liệu và công trình nghiên cứu như sau:

1.2.1. “Thesharingeconomy: Why people participate in collaborative consumption”

(Juho Hamari, Mimmi Sjöklint, Antti Ukkonen - Journal of the Association for Information Science & Technology, 09/2016)

Nghiên cứu đã chỉ ra sự bùng nổ của công nghệ thông tin đã dẫn đến sự nổi lên của một hình thái kinh tế mới được gọi là “hợp tác tiêu dùng” (Collaborative Consumption – CC): hoạt động cung cấp và chia sẻ quyền tiếp cận với hàng hóa và dịch vụ dựa trên mạng ngang (peer-to-peer) với sự hỗ trợ của các dịch vụ cộng đồng trực tuyến. Bài nghiên cứu tập trung vào các nhân tố tác động khiến mọi người tham gia vào mô hình “hợp tác tiêu dùng” này đó là: tính bền vững, độ thỏa dụng, lợi ích kinh tế.

1.2.2. “An Inclusive Sharing Economy”

(Jessica David Pluess, Micheala Lee, Paula Peleaz, Lily E. Kim - BSR, 06/09/2016)

Nội dung báo cáo xoay quanh việc nền kinh tế chia sẻ đang thay đổi cách mọi người tiếp cận với hàng hóa và dịch vụ bằng cách kết hợp những người cần những thứ này với những người sẵn sàng cung cấp chúng. Đối với hàng triệu người, việc chia sẻ nền kinh tế đang làm cho việc tiếp cận hàng hóa và dịch vụ dễ dàng và hợp lý hơn thông qua các mô hình truyền thống. Tuy nhiên, nhiều người khác không thể tận dụng các lợi ích tiềm ẩn và đối mặt với một loạt các rủi ro mới trong nền kinh tế chia sẻ.

1.2.3. “The rise of the sharing economy in Indonesia”

(Cassandra Liem - World Economic Forum, 05/01/2016)

Nghiên cứu về sự trỗi dậy của nền kinh tế chia sẻ tại Indonesi và các vấn đề về văn hóa, chính trị và kinh tế của xu hướng này.

1.2.4. “Owning, Using and Renting: Some Simple Economics of the "Sharing Economy””

(John J. Horton, Richard J. Zeckhauser - NBER Working Paper, 02/2016)

Nghiên cứu này nghiên cứu về thị trường của nền kinh tế chia sẻ. Các thị trường này được mô hình hóa để xác định quyền sở hữu, giá thuê, số lượng và hàng được tạo ra. Trong cả ngắn hạn, trước khi người tiêu dùng có thể sửa đổi các quyết định về quyền sở hữu của họ, và trong cả dài hạn, họ có thể kiểm tra để đánh giá xem thị trường này thay đổi quyền sở hữu và tiêu dùng như thế nào. Nghiên cứu phân tích chi phí đưa ra thị trường, chẳng hạn như chi phí lao động và chi phí giao dịch, và xem xét vấn đề định giá của nền tảng điều hành.

1.2.5. “The Sharing Economy Isn’t About Sharing at All”

(Giana M. Eckhardt, Fleura Bardhi - Harvard Business Review, 28/01/2015)

Nghiên cứu tập trung đi sâu vào điểm khác biệt của mô hình kinh tế chia sẻ và đưa ra các yếu tố quyết định đến sự thành công của một mô hình kinh tế mới: tiếp cận thuận lợi và hiệu quả về các nguồn lực có giá trị, tính linh hoạt, và tự do khỏi các nghĩa vụ về tài chính, xã hội và tình cảm trong quyền sở hữu và chia sẻ.

1.3. Khách thể, đối tượng và mục tiêu nghiên cứu

1.3.1. Khách thể nghiên cứu

Mô hình kinh tế chia sẻ

Các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Đông Nam Á

1.3.2. Đối tượng nghiên cứu

Khả năng thành công của việc áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ tại Đông Nam Á

của các doanh nghiệp khởi nghiệp và sự thay đổi của mô hình trong thời gian tới.

1.3.3. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chính của nghiên cứu là làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến doanh nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ tại khu vực Đông Nam Á trong bối cảnh cộng đồng kinh tế AEC được thành lập và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố này đến sự thành công của một doanh nghiệp khởi nghiệp.

1.4. Phạm vi nghiên cứu

Thời gian: 2008 – 2017

Không gian: nhóm các nước Đông Nam Á tham gia cộng đồng kinh tế Asean (Brunei, Campuchia, Lào, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand, Vietnam)

1.5. Câu hỏi, giả thuyết nghiên cứu

1.5.1. Câu hỏi nghiên cứu

Khả năng thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình là bao nhiêu?

Các nhân tố tác động đến khả năng thành công của doanh nghiệp khi áp dụng mô hình là gì?

Sự hình thành cộng đồng kinh tế AEC sẽ tác động như thế nào đến sự thay đổi của mô hình?

Mối quan hệ giữa các yếu tố kinh tế vĩ mô đến khả năng áp dụng mô hình của doanh nghiệp khởi nghiệp.

Thảo luận và một số hàm ý cho Việt Nam?

1.5.2. Giả thuyết nghiên cứu

Khả năng thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình là

trong khoảng từ 20% – 30%

Các nhân tố tác động đến khả năng thành công: thể chế của nước sở tại, nguồn lực của doanh nghiệp (công nghệ, vốn, nhân lực), sản phẩm của doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, thời gian khởi tạo doanh nghiệp.

Sự hình thành của cộng đồng kinh tế AEC tác động đến doanh nghiệp khởi nghiệp: sự chuyển dịch nguồn nhân lực, thể chế chung của cộng đồng.

Các yếu tố kinh tế vĩ mô ảnh hưởng đến khả năng thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp áp dụng mô hình: lạm phát, tiền lương, các dòng vốn nước ngoài (vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài ròng (NFDI), vốn đầu tư gián tiếp nước ngoài ròng (NFPI), vốn đầu tư khác (OI)), chênh lệch năng lực sản xuất (GR), độ mở thương mại (OPEN) và các điều kiện thương mại (TOT).

1.6. Phương pháp nghiên cứu

1.6.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp để phân tích, tổng hợp, ước lượng, định lượng, đánh giá để chỉ ra được mối quan hệ giữa các nhân tố đến khả năng thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ.

1.6.2. Phương pháp xử lý dữ liệu

1.6.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

1.6.4. Phương pháp phân tích định lượng

1.7. Dự kiến đóng góp mới của đề tài

Đề tài sẽ đưa ra và làm rõ mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến khả năng thành công của một doanh nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ tại Đông Nam Á.

Dự đoán sự thay đổi trong việc áp dụng mô hình này trước bối cảnh mới tại khu

vực, là cơ sở và tiền đề cho việc áp dụng cũng như việc điều chỉnh mô hình sao cho phù hợp với thực tế tại từng nước trong khu vực.

1.8. Dự kiến cấu trúc đề tài

Chương 1: Cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn Chương

2: Phương pháp nghiên cứu Chương 3: Kết

quả nghiên cứu

Chương 4: Thảo luận và một số hàm ý cho Việt Nam

1.9. Kế hoạch triển khai nghiên cứu

2. CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

2.1. Cơ sở lý luận

2.1.1. Các khái niệm

Kinh tế chia sẻ:

Kinh tế chia sẻ (còn được gọi là sharing economy hoặc tiêu dùng cộng tác) là một mô hình thị trường lai (ở giữa sở hữu và tặng quà) trong đó đề cập đến mạng ngang hàng dựa trên chia sẻ quyền truy cập vào hàng hóa và dịch vụ (phối hợp thông qua các dịch vụ trực tuyến dựa vào cộng đồng). Khái niệm này không phải là mới. Việc chia sẻ các nguồn tài nguyên là ví dụ nổi tiếng trong doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) như máy móc thiết bị trong ngành nông nghiệp và lâm nghiệp cũng như trong kinh doanh với người tiêu dùng (B2C) như giặt là tự phục vụ. Nhưng có ba yếu tố chính cho phép chia sẻ các nguồn lực cho một loạt rộng rãi các hàng hóa và dịch vụ mới cũng như các ngành mới. Thứ nhất, hành vi của khách hàng đối với nhiều hàng hóa và dịch vụ thay đổi từ sở hữu đến chia sẻ. Thứ hai, các mạng xã hội trực tuyến và thị trường điện tử dễ dàng hơn liên kết người tiêu dùng. Và thứ ba, các thiết bị di động và các dịch vụ điện tử làm cho việc sử dụng hàng hóa được chia sẻ và các dịch vụ thuận tiện hơn (ví dụ ứng dụng điện thoại thông minh thay vì chìa

khóa vật lý).

Các nền kinh tế chia sẻ có thể có nhiều hình thức, trong đó có sử dụng công nghệ thông tin để cung cấp cho cá nhân, tập đoàn, phi lợi nhuận và chính quyền với các thông tin đó cho phép tối ưu hóa các nguồn lực thông qua sự tái phân phối, chia sẻ và tái sử dụng các năng lực dư thừa hàng hóa và dịch vụ. Một tiền đề phổ biến là khi thông tin về hàng hóa được chia sẻ (thường là thông qua một thị trường trực tuyến), giá trị của những mặt hàng có thể tăng cho doanh nghiệp, cho các cá nhân, cho cộng đồng và cho xã hội nói chung.

Nền kinh tế chia sẻ được bắt đầu manh mún từ năm 1995, khởi điểm tại Mỹ với mô hình band đầu có tính chất “chiasẽngành hàng” nhưng không rõ rệt. Nó khởi đầu bằng dịch vụ website thông tin cho thuê quảng cáo, người tìm việc, việc tìm người... và giúp cho những cá nhân có thể kiếm được 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 với bối cảnh khó khăn.

Việc “chia sẻ” những tài nguyên sẵn có bằng các ứng dụng công nghệ cùng những khoản lợi nhuận khổng lồ đem lại cho nhà cung ứng dịch vụ lẫn người cho thuê và sử dụng tài nguyên, đã khiến mô hình kinh doanh này nhanh chóng phát triển vượt ra khỏi biên giới Mỹ, lan rộng khắp châu Âu và toàn thế giới.

Phân loại kinh tế chia sẻ:

Mạng lưới Product service – cung cấp dịch vụ để thay việc mua sản phẩm: sản phẩm chuyển thành dịch vụ, sở hữu trở thành cho thuê, bán một lần chuyển thành cho thuê theo mức sử dụng. Ví dụ: "DriveNow" Ego của BMW là một dịch vụ chia sẻ xem và cung cấp một thay thế cho việc sở hữu một chiếc xe hơi. Người dùng có thể truy cập vào một chiếc xe hơi khi và nơi họ cần đến chúng và trả tiền cho việc sử dụng của họ theo phút.

Chợ tái phân phối nguồn lực: Một hệ thống tiêu thụ hợp tác dựa trên dịch vụ hoặc hàng hóa trước khi sở hữu được truyền từ một người không muốn có chúng cho những người muốn có chúng. Đây là một thay thế cho các phương pháp phổ biến hơn "giảm, tái sử dụng, tái chế, xử lý chất thải". Ví dụ: ebay, Chợ tốt, Craigslist, 99dresses...

Lối sống hợp tác: Hệ thống này được dựa trên những người có nhu cầu tương tự hoặc lợi ích dài với nhau để chia sẻ và trao đổi tài sản ít hữu hình như thời gian, không gian, kỹ năng, và tiền bạc. Ví dụ: Aribnb, TaskRabbit, SkillShare,...

Khởi nghiệp:

Khởi nghiệp (start-up) là thuật ngữ chỉ về những công ty đang trong giai đoạn bắt đầu kinh doanh nói chung (Startup company), nó thường được dùng với nghĩa hẹp chỉ các công ty công nghệ trong giai đoạn lập nghiệp. Khởi nghiệp là một tổ chức được thiết kế nhằm cung cấp sản phẩm và dịch vụ trong những điều kiện không chắc chắn nhất.

Thế chế:

Theo định nghĩa của Douglas North, thế chế là những luật lệ của cuộc chơi trong xã hội (rules of the game). Nói chính xác hơn, đó là những ràng buộc do con người tạo ra để để điều chỉnh và định hình các tương tác của mình. Theo North, vai trò chính của thế chế trong một xã hội là làm giảm tính bất trắc bằng cách cung cấp một cấu trúc cho hoạt động trong đời sống hàng ngày. Thế chế còn hướng dẫn sự tương tác giữa con người với người, khi chúng ta muốn chào bạn bè trên đường phố, lái xe, mua sắm, mượn tiền, mở doanh nghiệp, chọn một người bạn đời. Như vậy, cùng một giao dịch nhưng được thực hiện ở các nơi khác nhau sẽ phải theo những luật lệ khác nhau. Theo cách tiếp cận này, thế chế xác định và giới hạn tập hợp các lựa chọn của cá nhân. Ba cấu thành quan trọng của hệ thống thế chế gồm có thế chế chính thức (thành văn, như luật lệ), thế chế phi chính thức (bất thành văn, như

tục lệ và các quy tắc xử thế), và các cơ chế và biện pháp chế tài. Thẻ chế có thể do con người sáng tạo, như Hiến pháp của Hoa Kỳ, nhưng cũng có thể chỉ được tiến hóa theo thời gian, như tập tục văn hóa. Các ràng buộc thẻ chế có thể bao gồm cả những điều cấm kỵ con người làm, những điều con người có thể làm, hay nên làm. Theo cách này, thẻ chế là cái khung mà con người phải tuân theo khi tương tác với nhau. Phần chức năng cốt yếu của thẻ chế là định cái giá của sự vi phạm và mức độ nghiêm trọng của hình phạt.

Cộng đồng kinh tế Asean (AEC):

Cộng đồng kinh tế ASEAN (ASEAN Economic Community, AEC) là một khối kinh tế khu vực của 10 quốc gia thành viên ASEAN chính thức được thành lập vào ngày 31 tháng 12 năm 2015, khi bản tuyên bố thành lập chính thức có hiệu lực. AEC là một trong ba trụ cột quan trọng của Cộng đồng ASEAN nhằm thực hiện các mục tiêu đề ra trong Tầm nhìn ASEAN 2020. Hai trụ cột còn lại là: Cộng đồng An ninh ASEAN và Cộng đồng Văn hóa - Xã hội ASEAN.

Các biến số kinh tế vĩ mô.

Các biến số kinh tế vĩ mô được đề cập đến trong nghiên cứu bao gồm: **Lạm phát**

Lạm phát là sự tăng mức giá chung của hàng hóa và dịch vụ theo thời gian và sự mất giá trị của một loại tiền tệ. Khi so sánh với các nước khác thì lạm phát là sự giảm giá trị tiền tệ của một quốc gia này so với các loại tiền tệ của quốc gia khác.

Dòng vốn nước ngoài ròng (NCFs)

Dòng vốn nước ngoài là dòng lưu chuyển vốn do hoạt động mua bán các tài sản tài chính, đầu tư và vay mượn giữa nước này sang nước khác hay từ những người cư trú sang người không cư trú và ngược lại. Chúng được ghi vào các cân tài khoản vốn và tài chính trong cán cân thanh toán quốc tế. Theo chức năng đầu tư, các dòng vốn nước ngoài bao gồm ba loại vốn là đầu tư trực tiếp nước ngoài, đầu tư

gián tiếp nước ngoài hay danh mục đầu tư và các đầu tư khác. Trong đó:

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (Foreign Direct Investment - FDI) là hoạt động đầu tư vào một nền kinh tế khác của chủ đầu tư với mục đích tìm kiếm lợi nhuận lâu dài từ hoạt động này. Chủ đầu tư trực tiếp quản lý tài sản của mình. So với các nguồn vốn nước ngoài thì vốn FDI có tính ổn định tương đối cao.

Vốn đầu tư gián tiếp nước ngoài (Foreign Portfolio Investment – FPI) là một hình thức đầu tư nước ngoài mà trong đó chủ đầu tư bỏ tài sản (chủ yếu là dưới dạng vốn) để mua các chứng chỉ có giá trị như chứng khoán, cổ phần, chứng khoán nợ, ... nhằm hưởng lợi tức mà không đầu tư trực tiếp tài sản của mình.

Đầu tư khác (Other Investment) là các khoản đầu tư không phải là đầu tư trực tiếp, không phải danh mục đầu tư và không phải là tài sản dự trữ. Đầu tư khác bao gồm đầu tư dưới hình thức tín dụng thương mại (cả ngắn hạn và dài hạn), các khoản vay qua biên giới của các thể chế tài chính, các khoản vay (bao gồm cả việc sử dụng tín dụng của IMF và các khoản vay khác từ IMF), tiền gửi ngoại tệ và tiền gửi ngân hàng, các tài sản có và tài sản nợ khác (các khoản phải thu, phải trả).

Độ mở cửa thương mại (open trade - OPEN)

Độ mở nền kinh tế được sử dụng là biểu đại diện cho chính sách ngoại thương. Chính sách ngoại thương càng theo hướng tự do hóa, thì độ mở của nền kinh tế càng lớn.

Điều kiện thương mại (term of trade - TOT)

Điều kiện thương mại của một nước được định nghĩa là tỷ số của chỉ số giá xuất khẩu so với chỉ số giá nhập khẩu.

2.1.2. Các lý thuyết

Lý thuyết tự quyết

Lý thuyết tự quyết (SDT) là một lý thuyết vĩ mô về động cơ và nhân cách của con người liên quan đến xu hướng phát triển vốn có của con người và nhu cầu tâm lý bẩm sinh. Nó liên quan đến động lực để sẵn sàng lựa chọn mà mọi người tự nguyện mà không có ảnh hưởng từ bên ngoài và sự can thiệp. SDT tập trung vào mức độ mà hành vi của một cá nhân là động lực và tự quyết.

Thuyết Câu lạc bộ/thuyết hàng hóa bán công cộng (Theory of Clubs)

Nhà kinh tế học người Mỹ James McGill Buchanan, Jr. đã chỉ ra và làm nổi bật lên một loại hàng hóa được gọi là hàng hóa bán công cộng trong tác phẩm “An Economic Theory of Clubs” (tạm dịch: một lý thuyết câu lạc bộ trong kinh tế)

Các lý thuyết kinh tế công cộng khác

2.2. Cơ sở thực tiễn

Lịch sử kinh tế chia sẻ

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 kỷ 20, 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. Giờ thì xu hướng lại 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 re-discover 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 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 tự 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 “thuê” . Những công ty Product Service bắt đầu phát triển mô hình tính phí theo sử dụng, thay vì theo sở hữu (ZipCar) từ 10 năm về trước. Bây giờ có hàng trăm công ty chia sẻ tài sản: Airbnb, Relay Rides, Dog Vacay, LiquidSpace... Các công ty này sử dụng công nghệ điện thoại, GPS, 3G, thanh toán Online khiến cho mô hình nền kinh tế chia sẻ hoạt động với hiệu suất cao, tiết kiệm chi phí, tăng lợi ích cho người cung ứng, người có nhu cầu và người trung gian. Đồng thời việc tiết kiệm vốn của công ty (không phải mua ô tô, xây khách sạn) mà sử dụng vốn cộng đồng (xe ô tô của người tham gia, nhà ở của người tham gia) giúp các công ty có thể lan nhanh ra toàn thế giới. Tóm lại: nền kinh tế chia sẻ là một biểu hiện của việc áp dụng công nghệ nhằm giảm sự lãng phí trong tiêu dùng, hướng tới cộng đồng, thành phố thông minh – tài nguyên được dùng một cách hiệu quả. Nền kinh tế chia sẻ có các mô hình: Mạng lưới Product service – cung cấp dịch vụ để thay việc mua sản phẩm: sản phẩm chuyển thành dịch vụ, sở hữu trở thành cho thuê, bán một lần chuyển thành cho thuê theo mức sử dụng. Chợ tái phân phối nguồn lực: từ nơi nó không được cần sang nơi nó được cần hơn (Ebay, Chợ tốt, Craigslist, 99dresses...) Lối sống hợp tác: nền tảng giúp chia sẻ và trao đổi những tài sản nhàn rỗi, kỹ năng, tiền, kinh nghiệm... (Airbnb, TaskRabbit, SkillShare)

Kinh tế chia sẻ tại Trung Quốc

Tại Trung Quốc, người ta đã phải dùng từ "sự bùng nổ" khi nhắc về mô hình kinh tế này. Trong năm 2016, lượng giao dịch của nền kinh tế chia sẻ tại quốc gia đông dân nhất thế giới đã tăng lên mức 3.450 tỷ Nhân dân tệ (tương đương khoảng 500 tỷ USD).

Nhiều chuyên gia kinh tế đã đánh giá, loại hình "kinh tế chia sẻ" sẽ không còn là một thị trường nhỏ hay một hiện tượng nhất thời, nó sẽ là tương lai của môi trường kinh doanh toàn cầu, trong đó các cá nhân và đầu tư đang chạy đua thâu tóm thị phần trong lĩnh vực kinh doanh mới đầy tiềm năng này.

Tại Trung Quốc, dịch vụ chia sẻ, từ xe đạp, ô tô, nhà ở hay bất kỳ loại tài sản

nào đã trở nên phổ biến ở rất nhiều thành phố, vì hình thức này vừa mang lại tiện ích cho người sử dụng vừa giúp họ tiết kiệm chi phí. Theo một báo cáo vừa được công bố trong năm 2016, khoảng 600 triệu người Trung Quốc, tương đương một nửa dân số nước này, đã tham gia mạng lưới chia sẻ tài sản cá nhân dưới nhiều hình thức.

Nếu như trong năm 2015, quy mô của thị trường "kinh tế chia sẻ" tại Trung Quốc chỉ dừng ở ngưỡng 1.000 tỷ Nhân dân tệ (tương đương hơn 152,8 tỷ USD), trong năm 2016, con số này đã tăng hơn gấp đôi, lên mức 3.450 tỷ Nhân dân tệ (khoảng 500 tỷ USD). Các chuyên gia dự báo tăng trưởng trung bình hàng năm của nền kinh tế chia sẻ trong vài năm tới sẽ đạt 40% và tới năm 2020 sẽ chiếm tương đương với 10% Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Trung Quốc.

3. CHƯƠNG 2: NỀN KINH TẾ CHIA SẺ TRONG MÔI TRƯỜNG KHỞI NGHIỆP HIỆN NAY

3.1. Thực trạng việc áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ tại các doanh nghiệp khởi nghiệp

Các mô hình nổi bật thuộc nền kinh tế chia sẻ:

RelayRides: chia sẻ xe ô tô trong cộng đồng, tận dụng nguồn tài nguyên đang bị lãng phí là những chiếc xe ô tô được tư nhân sở hữu. Chủ sở hữu xe có thể cho thuê xe của mình trên nền tảng, thường kiếm trung bình 300 – 500 USD/ tháng, có người kiếm 1000 USD/ tháng. Người thuê xe là lái xe an toàn trong ít nhất 2 năm (không đâm xe, không bị phạt). Người thuê xe sẽ đến gặp người chủ xe để nhận chìa khóa, sau đó trả lại chìa khóa khi thuê xong. Kết thúc quá trình giao dịch người thuê và người cho thuê có thể đánh giá lẫn nhau. Công ty phục vụ thị trường Mỹ. Số liệu thêm: mỗi chiếc xe thường chỉ được dùng 1 tiếng/ ngày; giá của RelayRides thấp hơn giá của công ty cho thuê xe khoảng 35%. RelayRides đã thực hiện pivot gần đây, trước đó cho thuê xe thông qua thẻ, người thuê sẽ cầm thẻ thành viên để mở xe, rồi dùng xong thì trả xe về đúng chỗ.

Airbnb: chia sẻ nhà ở cho người đi du lịch, tận dụng nguồn tài nguyên đang lãng phí là những căn phòng không dùng đến. Chủ sở hữu nhà cho thuê nhà mình trên nền tảng, người thuê nhà sẽ lên nền tảng để tìm căn nhà phù hợp. Sau giao dịch người thuê và người cho thuê có thể đánh giá lẫn nhau trên nền tảng. Airbnb có mặt trên rất nhiều nơi trên thế giới và đã có mặt tại Việt Nam. Công ty được đánh giá khoảng 10 tỉ USD. Một số số liệu khác: Airbnb phục vụ 180.000 khách du lịch tới Brazil dự World Cup. Giá thuê nhà thấp hơn giá thuê phòng khách sạn khoảng 3 lần.

Uber: công ty taxi cộng đồng, tận dụng nguồn tài nguyên là xe đang lãng phí và người lao động không kiếm được việc làm trong cộng đồng. Chủ sở hữu xe sẽ đăng ký trên nền tảng, làm bài kiểm tra khả năng lái xe. Người muốn đi xe sẽ lên nền tảng tìm xe gần đó, liên lạc để người lái xe đến nơi và chờ mình đi. Sau sử dụng dịch vụ, người lái và người dùng dịch vụ sẽ đánh giá lẫn nhau trên nền tảng. Uber bắt đầu kinh doanh trong lĩnh vực xe hạng sang, sau đó mở ra các lĩnh vực khác như xe bình dân, xe SUV, vận chuyển... Mức giá thường rẻ hơn các dịch vụ cung cấp bởi công ty truyền thống. Uber được định giá 18,2 tỉ USD. Uber có mặt tại Việt Nam vào tháng 6/2014, kết hợp cả taxi cộng đồng và dịch vụ xe.

TaskRabbit: giúp đỡ nhau trong cộng đồng. Người có công việc cần thực hiện nhưng không đủ khả năng (thiếu thời gian, kỹ năng...) sẽ đăng lên nền tảng, tìm người lao động phù hợp (kỹ năng, mức giá, vị trí). Người lao động tới làm việc, và được thanh toán online. Sau khi kết thúc công việc, người lao động và người thuê sẽ đánh giá lẫn nhau trên nền tảng. TaskRabbit được đầu tư 38 triệu USD vào 2012. TaskRabbit mới thực hiện pivot. Trước đây người lao động sẽ đấu giá để nhận được công việc. Bây giờ họ chỉ cần đăng ký năng lực, số tiền muốn nhận và chờ được thuê.

KickStarter: gọi vốn từ cộng đồng để thực hiện các dự án. Người có dự án nghệ thuật, phát triển phần mềm, nghiên cứu khoa học công nghệ sẽ đăng nội dung dự án của mình lên nền tảng để cộng đồng người dùng KickStarter xem xét cấp vốn. Người cấp vốn có thể thu lại được những sản phẩm như áo phông, phần mềm sử dụng, sản phẩm mẫu... của dự án mà họ cấp vốn, tùy theo mức tiền mà họ bỏ ra để

ủng hộ. Công ty đã cấp vốn được khoảng 1 tỉ USD, cho hơn 100.000 dự án.

Mô hình cho vay trong cộng đồng **Peer lending**: là mô hình mà trong đó các đối tượng trong cộng đồng cho vay người trong cộng đồng, không thông qua trung gian là ngân hàng. Ví dụ, các làng xã, khu dân phố thành lập quỹ chung dùng để hỗ trợ cho người trong khu gặp việc khẩn cấp. Một ví dụ khác là công ty cung cấp dịch vụ kết nối người cho vay và cần vay tại Anh, được thành lập vào năm 2005 và tới nay đã cho vay ra khoảng 1 tỉ USD. Nền tảng đánh giá người vay thông qua dữ liệu quá khứ và tập hợp dữ liệu thu thập được từ nhiều nguồn để đưa ra mức độ an toàn của khoản vay. Các khoản vay trên nền tảng thường có lãi suất thấp hơn, nhưng người cho vay lại thu được nhiều hơn gửi vào ngân hàng, theo công ty là do chi phí tổ chức của công ty thấp hơn của ngân hàng.

Bartering giữa các doanh nghiệp: Các doanh nghiệp có những tài sản, máy móc thừa, nhà kho chưa dùng đến, sản phẩm tồn kho... có thể trao đổi với nhau để cả hai bên cùng có lợi, đồng thời tiết kiệm thời gian do không phải thông qua việc chuyển tiền. Hoặc các doanh nghiệp có những kỹ năng chuyên môn riêng biệt có thể thực hiện training cho một nhóm doanh nghiệp, chia sẻ kỹ năng của mình, nhận về thông tin hữu ích... Thị trường chia sẻ doanh nghiệp với doanh nghiệp có thể còn lớn hơn so với thị trường chia sẻ giữa người dân.

Car Pooling – đi chung xe: Xuất phát vào năm 1970 khi giá xăng tăng cao, thị trường ở Đức và cuối thế kỷ 20, với đặc điểm của xã hội là những người đi làm phải di chuyển khá xa, cần phải dùng xe ô tô, chi phí xăng rất cao. Vì thế người dân đi chung xe với nhau để tiết kiệm tiền di chuyển. Mô hình phổ biến đến nỗi quốc gia này xây dựng làn đường dành riêng cho các xe chở đông người. Xe chở 1 người không được đi làn đường này.

Mô hình kinh tế chia sẻ tại Đông Nam Á:

Sự thành công của mô hình được góp phần từ văn hóa chia sẻ của nước ngoài cũng như cơ sở hạ tầng có nhiều điều kiện thuận lợi như internet phổ biến, hệ

thống quản lý của chính phủ tốt, pháp luật chặt chẽ... Đó cũng là lý do tại sao mô hình này dù đã phát triển khá lâu tại Mỹ nhưng lại không phổ biến và được ưa chuộng tại startup các nước châu Á vốn dĩ không có hệ thống quản lý luật pháp, xã hội tốt như Mỹ, châu Âu.

Tuynhiên, trong thời gian gần đây đã có khá nhiều startup khai thác mô hình này trong lĩnh vực du lịch. Đặc điểm chung của các startup này là đều hướng đến đối tượng khách nước ngoài và có định hướng mở rộng thị trường quốc tế chứ không bó hẹp trong nước, đó cũng là lý do mà tại sao mô hình này lại tập trung nhiều ở lĩnh vực du lịch bởi tính quốc tế của nó.

Singapore

Với mật độ dân số cao và sự phát triển của các startup công nghệ, Singapore là một trung tâm để thử nghiệm và cải tiến các ý tưởng mô hình kinh tế chia sẻ. iCarsClub, một ứng dụng chia sẻ xe hơi theo địa điểm, vào đầu tháng 6 đã tăng thêm 10 triệu USD trong vòng đầu tư series A, chỉ sau hai năm bắt đầu hoạt động tại Singapore và gần một năm sau khi mở rộng sang Trung Quốc dưới cái tên PPZuche.

Một startup đầy hứa hẹn khác là Roomorama, cung cấp dịch vụ thuê nhà chung như Airbnb. Với gốc là từ New York, Roomorama với 2,1 triệu trong quỹ đầu tư mạo hiểm, đã xâm nhập vào thị trường châu u và châu Mỹ bằng việc thu mua một startup có mô hình tương tự tại Pháp.

Philippines

Tripid đã đưa việc đi chung xe lên tầm cao mới bằng cách chuyển người dùng của mình thành một cộng đồng các tài xế và hành khách. Họ có thể lựa chọn chia sẻ chuyến đi của mình với người đi để tiết kiệm chi phí, hoặc chọn trở thành tài xế cho người khác để kiếm thêm tiền xăng xe chi phí.

Ngoài ra còn có Magpalitan.com, tạo điều kiện cho việc cho thuê và đổi đồ các

vật dụng cá nhân từ đồ đạc, quần áo đến các xe cộ, cũng như các dịch vụ giữ trẻ và sửa chữa bảo trì máy tính.

Việt Nam

Triip.me đã biến những người điaphương bình thường thành một hướng dẫn viên du lịch nghiệp dư.

Triip.me cho phép bất kỳ 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.

Malaysia

PlateCuluture cho phép người dùng kiếm người lạ dùng chung bữa tối nấu tại nhà. Những chủ nhà chia sẻ địa điểm nấu ăn và các món trong bữa tối của mình lên trang web. PlateCuluture đi theo thành công của các trang web rất nổi tiếng ở Mỹ như MealSharing.

Khi bạn lo lắng về các phương tiện di chuyển công cộng trong nước, thì các ứng dụng đi chung xe đã cung cấp một sự lựa chọn mới. MyTeksi là một startup đang phát triển, được truyền cảm hứng từ những ý tưởng ứng dụng đi chung như Uber. Startup này đã nhận được 15 triệu USD đầu tư từ quỹ đầu tư GGV của thung lũng Silicon và dùng số tiền đầu tư để tiếp tục mở rộng thị trường. Cho đến nay, MyTeksi đang hoạt động tại Singapore, Philippines, Thái Lan và Việt Nam, với hơn 20,000 tài xế hoạt động ổn định. Những đối thủ khác của MyTeksi bao gồm TaxiMonger, cũng đang nhắm mắt dịch vụ ở Singapore và Malaysia.

Các công ty toàn cầu đang xâm nhập vào thị trường Đông Nam Á

Trong khi kinh tế chia sẻ tại châu Á chỉ mới bắt đầu hình thành, những thương hiệu thành công toàn cầu đang nhắm mắt đến Đông Nam Á như một thị trường đầy hấp dẫn. Tháng 6 vừa rồi, Uber đã ra mắt dịch vụ tại Việt Nam và Jakarta, và vài

người khách hàng đầu tiên của Uber là những người nổi tiếng có ảnh hưởng trong nước.

Bên cạnh đó, có Withlocals, là một startup của Hà Lan, nhưng nó tập trung vào việc kết nối người dân địa phương châu Á với những khách du lịch với mục tiêu là tạo những trải nghiệm nhưng người bản địa tại đất nước châu Á.

AirBnB đang mở rộng sang các quốc gia như Thái Lan, Malaysia, Singapore và Việt Nam. Dịch vụ Khu lân cận của nó đang có mặt tại Bangkok, cho phép du khách tìm kiếm các địa điểm hấp dẫn tại thành phố và sau đó chọn những phòng cho thuê có gần các điểm này.

Rocket Internet cũng đang chạy một dịch vụ cho thuê phòng tương tự gọi là Wimdu, cung cấp nơi tạm trú ở các nước từ Indonesia đến Philippines.

3.2. Nguyên nhân dẫn đến sự bùng nổ trong việc áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ tại các doanh nghiệp khởi nghiệp

Mặc dù rất nhiều giả thiết đã được đưa ra, không ai chắc chắn được liệu “kinh tế chia sẻ” có thể hỗ trợ xã hội và nền kinh tế như thế nào trong vài năm tới. Vậy nhưng, những lợi ích mà “kinh tế chia sẻ” hứa hẹn sẽ mang tới là không thể phủ nhận và số lượng thành viên tham gia vào mô hình này đang ngày càng gia tăng nhanh chóng. Bởi, theo nhận định của nhiều chuyên gia kinh tế, tính ưu việt của nó được thể hiện rõ. Đó là:

Tính linh hoạt trong công việc và cuộc sống: Lợi ích rõ ràng nhất được xây dựng trên việc chia sẻ hàng hóa và dịch vụ là tính linh hoạt. Ví dụ, nếu bạn mới khởi nghiệp và đang tìm kiếm một vị trí để đặt văn phòng của mình, việc đăng ký một khu vực tại các co-working space là một ý tưởng không tồi, bởi nó sẽ cho phép bạn rời khỏi chỗ làm hiện tại mà không cần lo lắng về việc phá vỡ hợp đồng hay mất hàng chục triệu đồng vào các tài sản dài hạn. Minh chứng cụ thể nhất là những người sở hữu một chiếc ô tô, nhưng không sử dụng quá nhiều thì hoàn toàn có thể trở thành tài xế đối tác của Uber để nhận được cơ hội tự lên lịch trình làm việc cho

mình và kiếm thêm thu nhập.

Vừa giúp tăng thêm thu nhập, vừa hỗ trợ tiết kiệm chi phí sinh hoạt: Tiêu dùng hợp tác cung cấp lợi ích kinh tế cho mọi bên tham gia. Nếu bạn sử dụng ô tô của mình để cho đi nhờ xe hay cho thuê nhà khi bạn không dùng đến, bạn đang khai thác tối đa giá trị của tài sản mình có, tạo thêm một nguồn thu nhập thụ động trong khi đang làm một công việc khác, ví dụ như đi du lịch.

Nếu bạn dùng, bạn có thể loại bỏ chi phí trung gian hay phí mua những thứ không cần thiết khi tần suất sử dụng của bản thân là không quá nhiều, nhưng vẫn có trường hợp cần đến. Trong mọi tình huống, kinh tế chia sẻ sẽ giúp tiết kiệm tiền, và hỗ trợ gia tăng thu nhập cho những người tham gia.

Ít lo lắng hơn về các tài sản giá trị và các nghĩa vụ: Nếu tối ưu lợi ích của việc chia sẻ để đáp ứng nhu cầu của mình, bạn có thể tiết kiệm tiền nhưng vẫn sống thoải mái, cần ít tài sản quý giá hơn và ít gặp phải những lo lắng về việc bảo quản cũng như các chi phí phát sinh khác. Cụ thể, nếu bạn chỉ phải lái xe vài lần mỗi tháng thì sở hữu một chiếc ô tô là điều vô cùng lãng phí. Hãy thử sử dụng dịch vụ đi nhờ xe như Uber và bạn sẽ nhận ra mình rất thoải mái khi thậm chí còn không phải giải quyết các vấn đề liên quan tới bảo hiểm ô tô, bảo dưỡng hay nguy cơ bị mất cắp.

4. CHƯƠNG 3: DỰ BÁO, KIẾN NGHỊ, GIẢI PHÁP

4.1. Tương lai của kinh tế chia

sẽ **Ảnh hưởng của Sharing economy**

Tối người dùng: Tin tưởng vào cộng đồng, vào social network, social rating. Sharing Economy tạo điều kiện cho người trong cộng đồng giao dịch với nhau. Các giao dịch thành công giúp tạo ra quan hệ giữa người với người, tạo nên sự tin tưởng vào dịch vụ do người không chuyên cung cấp.

Hệ thống quản lý chất lượng và đảm bảo niềm tin của doanh nghiệp thay thế

dành cho hệ thống quản lý chất lượng và đảm bảo niềm tin của chính phủ. Người tiêu dùng tin vào sản phẩm vì credit trên social media chứ không phải vì credit do nhà nước cấp. Vì hệ thống tập trung tỏ ra tốn kém hơn hệ thống quản lý phi tập trung, thông qua review chéo nhau.

Hệ thống quản lý chất lượng và đảm bảo niềm tin trên social network và social rating cũng là thứ rất mới mẻ và đang được hình thành do sự phổ biến dần của startup kinh tế chia sẻ, hướng collaborative economy.

Chính phủ cần thay đổi hệ thống quản lý chất lượng kết hợp việc khảo sát tập trung và việc đánh giá từ cộng đồng. Điều này yêu cầu áp dụng công nghệ big data và cách thức tập trung, một số chính phủ sẽ thấy việc này khó khăn và muốn giữ cách quản lý cũ và ban cách quản lý mới. Vì niềm tin người tiêu dùng dịch chuyển từ hệ thống tập trung sang phi tập trung thì quyền lực cũng bị phi tập trung.

Tới người lao động: Thành entrepreneurs. Khai thác của cải của mình. Tự sản xuất (decentralized). Người lao động có thêm cơ hội làm việc, là khai thác của cải và khả năng của mình, không cần qua tuyển dụng. Nhưng họ lại phải cạnh tranh kiểu mới, đó là kiểu trên social media. Họ phải trở nên năng động hơn, làm được nhiều việc hơn (trở thành entrepreneur). Họ phải biết xây dựng mối quan hệ.

Việc người lao động tự gọi mình là entrepreneur, công việc không cố định, không theo hợp đồng dài hạn sẽ rất khó cho các chính sách của chính phủ để yêu cầu họ đóng thuế hoặc bảo vệ quyền lợi của họ. Hệ thống quản lý theo Job không hợp lý đối với những người này, mà phải chuyển sang quản lý theo task. Làm task này thì sẽ được quyền lợi này, và phải đảm bảo những điều này... Đây là thách thức đối với việc quản lý, chính phủ có thể tiến hành việc cấm nếu không quản lý được.

Việc cung cấp dịch vụ mà không đăng ký với nhà nước, chỉ đăng ký với một nền tảng hoặc tự cung cấp, việc chia sẻ trong cộng đồng mà không sử dụng tiền tệ (hàng đổi hàng, trao đổi sản phẩm thay vì dùng tiền mặt giữa các doanh nghiệp...)

yêu cầu một kiểu quản lý nền kinh tế mới, không theo kiểu hóa đơn truyền thống để đóng thuế. Điều này khiến nhà nước cần áp dụng thêm công nghệ để quản lý, và gây ra nguy cơ bị xâm nhập nếu nhà nước không quản lý được. Tuy nhiên Uber, Airbnb... là những doanh nghiệp tiên phong cung cấp dữ liệu và hợp tác với chính quyền để giúp họ quản lý, thu thuế thuận tiện.

Tới cộng đồng: đoàn kết và tự phục vụ. Nền kinh tế chia sẻ cung cấp công cụ kết nối cộng đồng một cách dễ dàng và tiện lợi. Cộng đồng tin tưởng nhau hơn và tự phục vụ. Ví dụ như CrowdFunding, Peer-to-peer lending. Điều này cho cộng đồng thấy họ có thể trở nên bền vững nếu đoàn kết hơn và hợp tác đúng cách. Dẫn đến việc có thêm lựa chọn ngoài việc thuộc vào các nguồn lực nhập khẩu. Nếu tự phục vụ mà chi phí thấp hơn thì sẽ tự phục vụ.

Ví dụ về tính cộng đồng đang trở lại: survey 90.000 người cho thấy Sharing economy startup được định vị community, sharing, helping và sustainable. Việc Relay Rides chuyển đổi mô hình và tạo được cải thiện về chất lượng dịch vụ (từ mô hình mà người cho thuê xe và thuê xe không gặp nhau sang mô hình gặp nhau để trao chìa khóa cho nhau) cho thấy kết nối cộng đồng là một core value và core asset đối với Sharing economy startup.

Tới doanh nghiệp: Ủng hộ chia sẻ hơn, trở thành social company, sự hợp tác tạo nên ecosystem. Công ty trở nên Social, nghĩa là co-creation với người dùng nhiều hơn, chú trọng phát triển bền vững thay vì cố gắng bán sản phẩm. Ví dụ như các mạng lưới chia sẻ dịch vụ sản phẩm của các công ty lớn (Daimler, BMW có mạng lưới cho thuê ô tô rất tiện lợi, thuê ở mọi nơi, trả xe ở mọi nơi trong thành phố).

Khái niệm Social company sinh ra khi cộng đồng chi trả tác động của mạng xã hội. Nhưng nền kinh tế chia sẻ cũng truyền cảm hứng cho các công ty, cho thấy việc trở nên social rất có lợi.

Sản phẩm: nền kinh tế chia sẻ giới thiệu chức năng chia sẻ cho người khác đối với sản phẩm. Các sản phẩm tạo ra không còn bị tiêu dùng một mình nữa. Đây là cơ

hội để các sản phẩm giá thành cao hơn nhưng khả năng sử dụng cao và tiết kiệm được triển khai. Ví dụ như mạng lưới xe điện của Singapore.

Việc cho thuê chứ không mua đứt cũng tạo điều kiện cho công ty cập nhật sản phẩm. Ví dụ như BMW và Daimler sử dụng nền tảng cho thuê xe của mình để triển khai các công nghệ mới như tìm chỗ đỗ xe, booking....

Tương lai nền kinh tế chia sẻ

Truyền thông nói rằng các công ty có thể trở thành Google tiếp theo. Công ty sẽ lật đổ mô hình tư hữu. Công ty sản xuất ô tô sẽ bị suy giảm. Công ty taxi bị loại khỏi thị trường... Công ty nói người dùng đang kiếm được rất nhiều tiền, và đang tạo ra thể loại động mới kiểu entrepreneurship,...

Có bên lo ngại nền kinh tế chia sẻ khiến chất lượng dịch vụ không được đảm bảo và làm tăng thất nghiệp do cạnh tranh không lành mạnh.

Xuất phát từ động lực thúc đẩy, khó khăn, hành vi doanh nghiệp, các động lực phát sinh, suy ra tương lai nền kinh tế chia sẻ nằm trong khoảng sau:

Tương lai 1: thế giới trở thành siêu efficient. Ô tô được chia sẻ, nhà được chia sẻ. Bạn không cần phải mua xe ô tô và nhiều tài sản vì việc này không efficient. Bạn có thể ra đường và vào một chiếc xe ven đường, lái đi rồi khi đi làm về lại dùng chiếc xe khác. Bạn sở hữu và chăm sóc nhà của mình, nhưng thỉnh thoảng lại tiếp những vị khách lạ đến chơi thông qua nền tảng cho thuê nhà. Bạn chia sẻ cuốn sách với cộng đồng, chia sẻ máy giặt, máy rửa bát... Thỉnh thoảng bạn giúp đỡ hàng xóm và account xã hội của bạn được cộng điểm, bạn đi siêu thị hộ hàng xóm, được cộng điểm... Bạn thậm chí có thể mua sắm bằng số credit của mình.

Sản phẩm sẽ thay đổi. Do cộng đồng đầu tư, sản phẩm cao cấp hơn, liên tục cải tiến (máy lọc nước, máy giặt...)

Tương lai này được thúc đẩy bởi công ty, các chính phủ và tính gắn kết cộng

đồng, cùng với công nghệ mạng xã hội, thanh toán online. Hoạt động tiêu dùng tăng nhưng sharing economy không phải là thứ khiến con người biết đủ và dùng tiêu dùng. Họ vẫn tìm đến cuộc sống đầy đủ

Tương lai 2: Nền kinh tế chia sẻ bị lãng quên trên thế giới, chỉ tập trung tại một số thành phố. Những khó khăn với chính quyền, khó khăn về tiếp cận rào cản công nghệ là không thể vượt qua. Khi kinh tế phục hồi, mọi người lại có thu nhập, và quay trở lại việc tiêu dùng nhiều. Mọi thứ trở nên rẻ đi, hoặc hấp dẫn hơn, các tập đoàn lớn lại thực hiện các chiến lược truyền thông để kích thích việc tiêu dùng.

Các vấn đề khi tăng trưởng của TaskRabbit, Uber, Airbnb khiến cho lòng tin giảm và người lao động không kiếm được nhiều tiền à khi có việc làm họ trở lại làm việc như bình thường.

Dẫn chứng: mọi thứ sản xuất rẻ đi, quyền lực của tập đoàn lớn, rào cản đón nhận của nhiều nơi.

Tương lai 3: Nền kinh tế chia sẻ trở thành nền kinh tế cũ trong cái tên mới hay ho. Do chính phủ quy định chặt chẽ, do bị buộc phải tăng trưởng thật nhanh và để đi trước đối thủ cạnh tranh, Uber, Airbnb, TaskRabbit đều tăng ràng buộc với người tham gia cung cấp dịch vụ, khiến cho rào cản ra nhập tăng, rào cản để thoát cũng tăng, những người cung cấp dịch vụ trở thành nhân viên không chính thức nhưng cũng không có lựa chọn nào khác.

Dẫn chứng: TaskRabbit, Airbnb, Uber... đều có thể ràng buộc người dân để bắt họ làm việc. Uber đã làm việc đó: người đăng ký phải lái xe cho Uber trong 3 năm thì mới được chuyển sang lái xe khác.

4.2. Kiến nghị, giải pháp

5. KẾT LUẬN

Bài nghiên cứu tập trung nghiên cứu vào các nhân tố tác động đến khả năng thành công và duy trì của một doanh nghiệp khởi nghiệp khi áp dụng mô hình và dự đoán xu thế thay đổi của mô hình trong tương lai và sự thay đổi của các thể chế tại các quốc gia từ đây để điều chỉnh mô hình cho phù hợp.

6. DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Một số bài báo trong nước

- 6.1. Mô hình kinh tế chia sẻ và gợi ý cho Việt Nam (07/2016), Ths. Nguyễn Phan Anh – Đại học Thương Mại đăng trên Tạp chí tài chính kỳ II.
- 6.2. Sharing economy và lại thị trường thế giới (2016), daibieunhandan.vn.
- 6.3. Sức mạnh của nền kinh tế chia sẻ (2016), The Economist.

Tài liệu lý luận

- 6.4. Douglas North (1990), “Thế chế, thay đổi thể chế, và hành tịru kinh tế”, New York, Cambridge University Press.

7. PHỤ LỤC