

2021

Mô hình "Chia sẻ lưu trú" trong thời đại CMCN 4.0: ứng dụng kênh Airbnb

TS. Trương Hồng Ngọc ThS. Nguyễn Thị Thu Thủy

UEH University

Citation:

TS. Trương Hồng N. and ThS. Nguyễn Thị Thu T. (2021), "Mô hình "Chia sẻ lưu trú" trong thời đại CMCN 4.0: ứng dụng kênh Airbnb", Thông tin và Truyền thông

Available at <https://digital.lib.ueh.edu.vn/handle/UEH/62527>

This item is protected by copyright and made available here for research and educational purposes. The author(s) retains copyright ownership of this item. Permission to reuse, publish, or reproduce the object beyond the bounds of Vietnam Intellectual Property Law (2005, 2009 and 2022) or other exemptions to the law must be obtained from the author(s).

MÔ HÌNH “CHIA SẺ LƯU TRÚ” TRONG THỜI ĐẠI CMCN 4.0: ỨNG DỤNG KÊNH AIRBNB

TS. Trương Hồng Ngọc

Khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing (ngocth@ueh.edu.vn)

ThS. Nguyễn Thị Thu Thủy

Viện Du lịch (thuyntt@ueh.edu.vn)

TÓM TẮT

Du lịch ngày càng phát triển, nhu cầu của khách du lịch hiện đại không những ngắm cảnh và nghỉ mát đơn thuần mà còn là trải nghiệm văn hoá và các đặc sản đặc trưng, hiểu biết sâu sắc về con người bản địa. Vì thế, hình thức chia sẻ chỗ ở trở nên thịnh hành, Airbnb nổi lên dẫn đầu vì độ phủ rộng khắp trên toàn thế giới cũng như giá trị dịch vụ mà nó đem lại cho các chủ nhà và người sử dụng dịch vụ này. Tuy nhiên, mỗi khu vực quốc gia có văn hoá, thể chế kinh doanh mang lại giá trị cảm nhận dịch vụ cho khách du lịch một cách đặc trưng. Bài nghiên cứu này nhằm giúp cho các đối tượng có liên quan hiểu biết tường tận hơn về các nhân tố tác động đến giá trị cảm nhận của khách du lịch khi sử dụng dịch vụ Airbnb tại thị trường Việt Nam. Đầu tiên, bài báo hướng đến tổng quan về hoạt động kinh doanh Airbnb, các lý thuyết có liên quan, từ đó thực hiện nghiên cứu định tính để đưa ra mô hình phù hợp tại Việt Nam. Các nghiên cứu tài liệu thứ cấp như các bài báo khoa học, e-book và các báo cáo dữ liệu từ các nguồn chính thống có liên quan đến thực trạng và giải pháp cũng được tổng hợp. Từ đây, các bài học được rút tía từ thực tế với mục tiêu đề ra các giải pháp hành động phù hợp cho các đối tượng chủ nhà, khách sử dụng dịch vụ và chính sách dành cho cơ quan quản lý nhà nước đối với việc quản lý kênh chia sẻ lưu trú này.

Từ khoá: *Kênh Airbnb, chia sẻ lưu trú tại Việt Nam, giải pháp, chính sách, giá trị cảm nhận*

1. GIỚI THIỆU CHUNG

Ngành du lịch đã kinh qua không ít lần chuyển dời. Nền kinh tế chia sẻ cũng từ đó mà có xu hướng tiếp tục chuyển mình lên tầm cao mới. Hiện nay, thuật ngữ “kinh tế chia sẻ” chẳng còn mấy xa lạ, đó là sự sắp xếp cho

thành viên trong gia đình hoặc những người xa lạ cùng dùng chung, hoán đổi, cho mượn, cho thuê và trao đổi một hoặc nhiều sản phẩm, dịch vụ vì mục đích thương mại (PWC Consulting Company, 2015; Hoàng My, 2018; Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin tư liệu – CIEM, 2018). Từ đó, các mô hình này càng được đẩy mạnh trên các nền tảng số và tạo cơ hội cho cả người cung cấp lẫn người dùng tiếp cận nhau dễ dàng hơn (My My, 2019).

Với tiềm năng vô hạn của Internet và tính thuận tiện của các ứng dụng số, sự xuất hiện của Airbnb – một kênh kết nối người cho thuê với người thuê để cùng sử dụng chung chỗ ở cá nhân – trong thị trường du lịch góp phần thay đổi lối lưu trú của du khách mà trước đây chỉ có một sự lựa chọn là khách sạn. Tính thịnh hành của kênh này thúc đẩy rất nhiều gia chủ tham gia chia sẻ nhà (Schor, 2016). Nhiều gia chủ có nhà riêng hoặc phòng không sử dụng biết đến Airbnb và tận dụng kênh này để tiếp cận khách hàng nhiều hơn, cũng như tạo ra doanh thu cao hơn. Từ năm 2009, Airbnb đã tăng trưởng 750%, đạt 450 triệu đô-la doanh thu, được định giá 10 tỷ đô-la và đang thuê hơn 600 nhân viên theo báo cáo của VentureBeat năm 2014. Airbnb được Brian Chesky và 2 người bạn cùng phòng là Joe Gebbia và Nathan Blecharczyk ra mắt vào năm 2007. Tính đến tháng 9 năm 2020, Airbnb.com đã hiện diện tại 100.000 thành phố của 220 quốc gia với hơn 5,6 triệu lượt đăng cho thuê. Báo cáo tháng 3 năm 2021 cho biết rằng Airbnb đã cung cấp một danh sách gồm 4 triệu chủ nhà với hơn 900 triệu lượt khách khắp thế giới, mang lại doanh thu hơn 110 tỷ đô-la, tính ra mỗi chủ nhà kiếm được 9,600 đô-la mỗi năm là trung bình (đến 30/04/2021)¹⁰⁹. Những con số này cho thấy kênh chia sẻ đã mang trải nghiệm vượt bậc đến với du khách trên toàn thế giới. Dù đã và đang phát triển mạnh mẽ trên toàn thế giới, người dân Việt Nam còn khá lạ lẫm với mô hình này, thậm chí còn nhầm lẫn với loại hình homestay. Do đó, bài nghiên cứu này sẽ tập trung vào những vấn đề thực tiễn của Airbnb tại Việt Nam để giúp người đọc hiểu được mặt lợi và hại nhằm cải thiện dịch vụ này hơn nữa.

1.1 Lý do thực hiện nghiên cứu

Mô hình Airbnb dựa trên nền tảng chia sẻ lưu trú (home-sharing)¹¹⁰ đã tiếp cận khá đồng đều đến các quốc gia trên thế giới. Thế nhưng tại

¹⁰⁹ <https://news.airbnb.com/about-us/> Accessed on 30th May 2021.

¹¹⁰ Home-Sharing là khi gia chủ có nhu cầu kiếm thêm lợi nhuận từ việc cho thuê nhà ở hoặc các phòng còn trống.

Việt Nam, mô hình này chỉ xuất hiện nhiều ở các thành phố trọng điểm như Hà Nội, Hồ Chí Minh và những nơi tiềm năng du lịch, lưu trú vượt bậc như Đà Lạt, Sapa, Phú Quốc, Nha Trang... Rõ ràng là Airbnb vẫn chưa thực sự phổ biến ở nước ta. Ngoài ra, thực trạng ứng dụng kênh Airbnb trong việc phục vụ nhu cầu lưu trú còn nhiều bất cập. Do đó, bài nghiên cứu tập trung tìm hiểu thực trạng ứng dụng kênh Airbnb của chủ nhà và khách du lịch cũng như khía cạnh pháp lý đối với việc quản lý dịch vụ và khiếu kiện giữa các bên trên kênh này nhằm chỉnh đốn cho thích hợp với môi trường Việt Nam. Cuối cùng là đề xuất những giải pháp giúp chủ nhà, khách hàng và Nhà nước.

1.2 Tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu có các điểm nổi bật như sau. Thứ nhất, mặc dù Airbnb đã chiếm phần nào thị trường Việt Nam nhưng vẫn còn khá ít người sử dụng và biết đến, nên các bài nghiên cứu về chất lượng dịch vụ của Airbnb gần như là chưa có. Thứ hai, đa số các nghiên cứu về ngành khách sạn, dịch vụ lưu trú nói chung thường được ưu tiên đào sâu tìm hiểu thực trạng ứng dụng kênh Airbnb và đề xuất giải pháp đặc biệt là khía cạnh pháp lý. Chính vì lý do đó, bài nghiên cứu này được triển khai để mọi người có cái nhìn sâu hơn và hiểu tường tận hơn về dịch vụ cho thuê phòng lưu trú qua kênh Airbnb rất có tiềm năng này. Bài nghiên cứu cũng kiến nghị những giải pháp điều chỉnh hợp lý cho các bên liên quan như chủ nhà, khách dùng và chính quyền quản lý kênh Airbnb.

Hơn nữa, các cơ sở lý luận có liên quan đến kênh dịch vụ Airbnb sẽ được hệ thống hóa và phân tích được thực trạng cùng với những vấn đề mà các bên liên quan gặp phải khi ứng dụng kênh này. Về khía cạnh lý thuyết, cấu trúc của mô hình khảo cứu làm tiền đề cho những người muốn tìm hiểu chủ đề mô hình chia sẻ lưu trú và phạm vi tương tự. Về khía cạnh thực tiễn, những người kinh doanh Airbnb có thể điều chỉnh các phương pháp cũng như thông tin đăng tải, quy trình phục vụ để tăng hiệu quả hoạt động và cải thiện chất lượng trong mắt khách. Ngoài ra, nhà chức trách cũng có cái nhìn toàn diện hơn về loại hình này để có những quy chế chính sách phù hợp cho các bên. Khách du lịch cũng có thể tham khảo để nắm bắt được thực trạng của kênh Airbnb, từ đó ứng dụng trong việc đưa ra quyết định lựa chọn dịch vụ phù hợp với nhu cầu và giảm thiểu các bất trắc liên quan đến hợp đồng điện tử với chủ nhà, đặc biệt là hệ thống giải quyết thông qua chính quyền tại thị trường Việt Nam chưa được hoàn thiện. Đồng thời, bài nghiên cứu

này cũng lập luận và gợi ý giải pháp nâng cao sự thịnh hành của Airbnb trong thời gian sắp tới tại thị trường Việt Nam.

1.3 Xác định vấn đề nghiên cứu

Theo tin tức năm 2019 và 2020, Việt Nam được đánh giá là “một trong mười quốc gia có mức tăng trưởng du lịch nhanh trên thế giới và trong khu vực Châu Á (Linh Chi, 2019; Thông tấn xã Việt Nam, 2020) nên nghiên cứu này quyết định chọn phạm vi trên cả nước. Từ đó, chúng tôi mới tổng hợp lại kết quả tổng quan hơn cho thị trường của Airbnb và mô hình chia sẻ lưu trú tại Việt Nam.

Bài báo này nhằm mục tiêu đưa ra các giải pháp hành động dựa vào hiện trạng việc ứng dụng và quản lý kênh Airbnb của chủ nhà, khách du lịch và khía cạnh quản lý nhà nước về mặt pháp lý còn nhiều điểm chưa hoàn thiện, các đối tượng liên quan này có thể tham khảo bài nghiên cứu này để chuyển hướng và nâng tầm dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb sao cho phù hợp với Việt Nam.

Giới hạn của đề tài là nhóm nghiên cứu hướng đến chủ yếu giải pháp hành động ở khía cạnh quản trị và hướng ứng dụng kênh Airbnb để gia tăng hiệu quả kinh doanh cho chủ nhà, tối đa khả năng tìm kiếm dịch vụ phù hợp cho du khách và hoàn chỉnh giải pháp cơ bản nhằm quản lý mô hình mới này cho nhà nước. Do vậy, các giải pháp về mặt kỹ thuật và cơ sở hạ tầng thông tin chưa được bàn đến do yêu cầu chuyên môn.

Các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai có thể dùng nền tảng của bài nghiên cứu này để tìm hiểu sâu hơn, cụ thể khía cạnh kỹ thuật, cơ sở hạ tầng, con người và kinh phí đầu tư.

1.4. Tổng quan về kinh tế chia sẻ, chia sẻ lưu trú và kênh “Airbnb”

Nền kinh tế chia sẻ được xem là nền kinh tế tiêu dùng đồng đẳng mà nhiều người cùng nhau sử dụng chung sản phẩm (Ki & Lee, 2019). Mô hình này được doanh nghiệp lẫn cá nhân tận dụng sản phẩm nhàn rỗi, có thể là về bất động sản hoặc hàng hóa tiêu sản, và có ưu điểm là áp dụng trên nền tảng trực tuyến thông qua cơ sở dữ liệu lớn để cung cấp thông tin lẫn nhau giữa các cá nhân. Ngay từ ban đầu, kinh tế chia sẻ chỉ bắt đầu bằng dịch vụ tìm kiếm việc làm hoặc cho thuê quảng cáo (Trần Thị Hằng, 2019). Nhưng hiện nay, công nghệ là nơi để ứng dụng mô hình này một cách tối đa, về mặt chia sẻ lưu trú là có Airbnb, chia sẻ vận tải là Grab, Gojeck, Uber, Be... (Tian & Jiang, 2018).

Ngành dịch vụ luôn được xem là một trong những đầu tàu của nền kinh tế mỗi quốc gia và lúc nào cũng thu hút lượng lớn nhà kinh doanh đầu tư, về cơ bản, nó vẫn là một sản phẩm vô hình được tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu của con người trong xã hội (Hà Phương, 2021). Theo tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 5814:1994, “Dịch vụ là sản phẩm hình thành từ các hoạt động tương quan giữa bên bán và bên mua dịch vụ, cho nên dịch vụ còn bao gồm bên cung cấp nỗ lực thực thi mọi phương cách nhằm thoả mãn điều kiện bên mua yêu cầu”. Vì dịch vụ là một lợi ích vô hình và không thể chuyển quyền sở hữu, nên khâu triển khai dịch vụ có thể gắn liền hoặc không gắn liền với sản phẩm vật chất (Kotler & Keller, 2006). Tính vô hình là yếu tố làm cho người tiêu dùng chỉ có thể dùng nhận thức để nhận thấy quy trình và kết quả. Nhưng dịch vụ và hoạt động cung cấp dịch vụ là điều không thể tách rời nên phải luôn song hành với nhau, cũng như người cung cấp dịch vụ và khách hàng phải tiếp xúc trực tiếp để thực hiện quy trình cung cấp và nhận được dịch vụ tại một thời gian và địa điểm xác định cụ thể. Vì lẽ đó nên các dịch vụ không có sự đồng nhất, mỗi đặc tính, thời gian, địa điểm và giá trị đều phải tùy thuộc vào từng nơi cung cấp dịch vụ. Người mua lẫn người cung cấp dịch vụ không thể đóng gói hay cất dịch vụ vào kho, và cũng không thể sở hữu hoặc chuyển quyền sở hữu bởi vì tính không tồn trữ nên dịch vụ chỉ tồn tại ngay thời điểm cung cấp. Do đó người mua chỉ được hưởng lợi trong thời hạn cụ thể nào đó. Hiện nay, nhiều nơi cung cấp đa dạng dịch vụ và dịch vụ lưu trú là ví dụ điển hình đối với hoạt động du lịch hoặc công tác.

Dịch vụ lưu trú là hình thức kinh doanh từ hoạt động cung cấp cơ sở lưu trú ngắn hạn cho người có nhu cầu (đi công tác, du lịch...). Ngoài mục đích cho thuê nhà ở thì dịch vụ lưu trú có khả năng bao gồm các dịch vụ khác như giải trí, ăn uống... Dịch vụ phòng lưu trú có nhiều hình thức: Khách sạn, biệt thự du lịch, nhà nghỉ du lịch, nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê (Theo Nghị định số 168/2017/NĐ-CP). Tuy nhiên, hình thức thuê cơ sở lưu trú dài hạn tại một ngôi nhà nguyên căn (thường trú hoặc tạm trú) được liệt kê vào mục bất động sản. Theo đó, dịch vụ chia sẻ nơi lưu trú là sự kết hợp định nghĩa của thuật ngữ “dịch vụ” và “phòng lưu trú”, trong đó dịch vụ là sự dùng chung của hai hoặc nhiều bên có nhu cầu, còn phòng lưu trú chỉ là nơi ở trong thời gian ngắn. Sự kết hợp này phát sinh từ nhu cầu của khách cần nơi ở nhưng không cần quá nhiều tiện nghi đi kèm, đôi khi họ chỉ cần nơi để ngủ, chưa kể rằng họ sẽ có nhiều trải nghiệm cho cá nhân và tiết kiệm được khá nhiều chi phí hơn là lưu trú ở khách sạn xa hoa có đầy đủ tiện nghi nhưng đắt đỏ (Hà Phương, 2018).

Các mô hình chia sẻ tạo cơ hội cho những người cung cấp và người có nhu cầu sử dụng tiếp cận nhau dễ dàng hơn (My My, 2019). Mô hình chia sẻ lưu trú mang đến cơ hội cho những người muốn phát triển kinh doanh dựa trên những tài sản nhàn rỗi của họ mà không phải mất nhiều chi phí đầu tư. Nhu cầu xuất phát từ người cần thuê chỗ ở và người muốn chia sẻ phòng hoặc căn hộ không dùng đến thì hình thức dịch vụ chia sẻ lưu trú mới xuất hiện. Loại hình kinh doanh này còn phát triển mạnh mẽ hơn trong thời đại 4.0, với công nghệ tiên tiến tất cả công đoạn tìm kiếm, liên lạc, thanh toán đều được thực hiện trực tuyến.

Khác với thị trường ngoại quốc, người Việt Nam thường nghĩ đơn giản về mô hình chia sẻ lưu trú là loại hình kinh doanh homestay¹¹¹ hoặc cho thuê ngắn hạn phục vụ cho mục đích du lịch. Tuy nhiên, không phải mô hình chia sẻ lưu trú nào khách cũng ở chung với chủ nhà, có trường hợp chủ nhà mua căn hộ chung cư, trang trí nó và cho thuê lại, vẫn được gọi là chia sẻ lưu trú. Airbnb là điển hình của mô hình chia sẻ lưu trú với ý tưởng ban đầu là cung cấp chỗ ngủ (bed) và phục vụ bữa sáng (breakfast) cho du khách, loại hình lưu trú này dù vẫn có những chức năng cơ bản của một nơi ở nhưng lại không có dịch vụ cao cấp đi kèm như khách sạn hoặc không khí gia đình như homestay dành cho du học sinh sống cùng gia đình bản xứ. Ngoài ra, khách hàng của thị trường chia sẻ lưu trú trải dài theo nhiều phân khúc tuổi tác cũng như nghề nghiệp khác nhau. Các mô hình chia sẻ lưu trú hiện nay càng được đẩy mạnh nhờ vào các nền tảng số như trang web và app trên điện thoại thông minh.

Mô hình chia sẻ lưu trú này vừa có lợi cho người thuê vừa tạo thu nhập cho gia chủ cũng như đóng góp vào sự phát triển kinh tế thị trường. Hầu hết các chủ nhà đều cho rằng động lực lớn nhất khi tham gia kênh này là “Airbnb đứng ra giúp giải quyết xung đột giữa chủ nhà và khách”, tạo thuận lợi cho các giao dịch cốt lõi liên quan đến vấn đề thanh toán điện tử, và cung cấp khả năng kiểm soát thời gian cho thuê phòng (Phan Minh Hiếu và Trần Thị Ngọc Liên, 2019).

2. THỰC TRẠNG MÔ HÌNH CHIA SẺ LƯU TRÚ TẠI VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ CHUYỂN ĐỔI SỐ

2.1. Tổng quan về Airbnb

“Airbnb” (Air Bed and Breakfast) là mô hình chia sẻ lưu trú theo kiểu home-sharing. Dịch vụ này được phát triển trên web và di động với vai trò

¹¹¹ Khách ở chung nhà với chủ nhà như một thành viên trong gia đình.

làm trung gian nên tất cả mọi khâu từ đặt phòng đến thanh toán đều qua mạng. Người có nhu cầu thuê phòng chỉ cần chọn địa điểm đến và tìm kiếm phòng phù hợp với mình, rồi sau đó đặt phòng. Tiền thuê sẽ được chuyển từ người thuê đến người cho thuê và Airbnb sẽ được hưởng một khoản phí trung gian từ đây. Hiện tại, Airbnb còn chưa rõ ràng với người Việt Nam vì chúng ta còn nhầm lẫn với loại hình homestay. Thực chất, homestay là sống, sinh hoạt và cùng tham gia các hoạt động với người dân địa phương. Ngoài ra, khách homestay không phải thông qua trung gian để thanh toán chi phí phòng. Còn Airbnb buộc người thuê phải thông qua kênh trung gian Airbnb để chọn và đặt phòng, và chỉ được cung cấp nơi ở với tiện nghi ở mức tối thiểu cùng bữa sáng. Người thuê có thể sống cùng hoặc không cùng với chủ nhà (Phan Minh Hiếu và Trần Thị Ngọc Liên, 2019).

Airbnb thoát đầu không phải là một doanh nghiệp nhận được đầu tư hào phóng với lượng vốn khổng lồ, mà là công cuộc xoay sở đủ chiều để có đủ tiền chi trả phí thuê nhà của Brian Chesky, Joe Gebbia, and Nathan Blecharczyk đến từ San Francisco vào năm 2007. May mắn thay vào thời điểm ấy, không còn phòng trống cho du khách tham dự Hội nghị Industrial Design, họ chớp lấy thời cơ đầu tư chỉ vốn vụn ba cái giường hơi (Air Bed) cùng với phục vụ bữa ăn sáng (Breakfast), thiết kế một trang web với tên gọi là airbedandbreakfast.com và cho ba nhà thiết kế tham dự hội nghị thuê với mức 80 đô-la một đêm. Không lâu sau đó, Nathan Blecharczyk, một kiến trúc sư kỹ thuật tốt nghiệp từ Harvard, trở thành nhà đồng sáng lập thứ ba của Airbnb với vai trò hoàn tất website của Airbnb. Khi Hội nghị Dân chủ toàn quốc diễn ra ở Denver, Airbnb còn sáng tạo ra ngũ cốc có bao bì in hình các ứng viên tổng thống với giá 40 đô-la/hộp bán cho các cử tri và cuối cùng họ thu về được 30.000 đô-la đầu tiên từ sự kiện này làm quỹ tạm thời. Vào năm 2009, sau khi kêu gọi vốn và lần đầu tiên Airbnb nhận được khoản đầu tư 20.000 đô-la cao nhất từ quỹ khởi nghiệp Y Combinator. Sau đó, công ty quyết định đơn giản hóa thương hiệu từ Air Bed & Breakfast thành tên hiện tại là Airbnb vào tháng 03/2009. Khoảng thời gian đầu cực kỳ khó khăn đến nỗi họ chỉ kiếm được gần 200 đô-la/tuần, vì những bức ảnh tự chụp không bắt mắt nên họ phải chụp lại từng căn nhà và đăng tải lên website chính. Sau khi Airbnb huy động được một khoản vốn khổng lồ là 7.200.000 đô-la dùng mở rộng quy mô trên 8.000 thành phố và chuyển mình thành một doanh nghiệp toàn cầu. Tính đến tháng 8 năm 2017, Airbnb.com có thể được tìm thấy tại 34.000 thành phố của 190 quốc gia với hơn 4 triệu lần đăng cho thuê. Hiện nay, Airbnb cung cấp một danh sách gồm 2.000.000 chỗ ở và huy động được 2,39 tỷ đô-la tài trợ với mức định

giá khoảng 25,5 tỷ đô-la; có 2,9 triệu chủ nhà trên Airbnb với thêm 14.000 chủ nhà mới mỗi tháng (Airbnb, 2018). Đến tháng 9 năm 2020, Airbnb.com đã hiện diện tại 100.000 thành phố của 220 quốc gia với hơn 5,6 triệu lượt đăng cho thuê. Báo cáo tháng 3/2021 cho biết rằng Airbnb đã cung cấp một danh sách gồm 4 triệu chủ nhà với hơn 900 triệu lượt khách khắp thế giới, mang lại doanh thu hơn 110 tỷ đô-la, tính ra mỗi chủ nhà kiếm được 9,600 đô-la mỗi năm là trung bình (đến 30/04/2021)¹¹². Những con số này cho thấy kênh Airbnb với mô hình chia sẻ lưu trú đã mang trải nghiệm vượt bậc đến với du khách trên toàn thế giới.

Khi mới xuất hiện ở Việt Nam vào năm 2015, số lượng phòng cho thuê khởi điểm của Airbnb là 1.000 nên cũng chưa thật sự thu hút khách hàng bằng hệ thống này. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2016 - 2018, danh sách phòng trên Airbnb tăng trưởng đáng kể với số lượng gần 100.000 căn hộ đã được đưa vào hoạt động tại Thành phố Hồ Chí Minh. Hà Nội (212%), Đà Nẵng (225%) là những điểm đến có mức tăng trưởng căn hộ/phòng đăng ký cho thuê qua kênh Airbnb cao nhất với hơn 18.000 chủ nhà cho thuê (host) cùng 40.000 phòng (Theo Homesharing Vietnam Insights Report của Công ty TNHH dịch vụ tư vấn và quản lý điểm đến Outbox, 2019, tr. 5-15). Tại Việt Nam, loại hình dịch vụ Airbnb này đã phát triển khác hơn so với định nghĩa ban đầu. Những người cung cấp dịch vụ (chủ nhà – Host) có thể chia sẻ một phòng trống hoặc toàn bộ căn nhà của họ để thu về nguồn lợi nhuận hợp pháp mà không bị quy định pháp lý ràng buộc (Khương Nguyễn, 2019).

Dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb đã và đang trở thành đối thủ đáng gờm với các loại hình lưu trú khác. Điềm qua một vài số liệu thống kê trong Báo cáo “Homesharing Vietnam Insights” giai đoạn 2015 - 2019 của Outbox Consulting cho rằng số lượng phòng Airbnb ở Việt Nam lên đến 40.804, tăng hơn 40 lần chỉ sau 4 năm. Tính đến nay, Việt Nam có 18.230 chủ nhà cho thuê các cơ sở lưu trú trên kênh này. Trong đó, 69% số căn hộ/phòng ngủ cho thuê trên kênh Airbnb tại Việt Nam là những người chủ có nhiều hơn một căn hộ/phòng nghỉ cho thuê cùng lúc (multi-listing host) và 31% còn lại là chủ nhà chỉ có một căn hộ. Báo cáo nhận định rằng Airbnb giúp tăng lợi nhuận cao cho những gia chủ (Nhật Anh, 2019).

Dù có bước đệm khá nổi bật, nhưng Airbnb đang gặp nhiều vấn đề pháp lý về thuế, chất lượng của các căn hộ đăng ký còn chưa rõ ràng, trong khi danh mục phòng ngày càng nhiều hơn lại không được kiểm soát chặt

¹¹² <https://news.airbnb.com/about-us/> Accessed on 30th May 2021.

chẽ (Đoàn Thị Ngọc Hân và Bành Thị Thảo, 2019). Tuy nhiên, nếu ngành du lịch Việt Nam càng được tăng tốc (trừ những yếu tố khó lường trước như thời tiết hay dịch bệnh Covid-19) thì chắc hẳn Airbnb sẽ là dịch vụ hấp dẫn và thu hút được nhiều khách hàng sử dụng tại Việt Nam.

2.2. Dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb so với dịch vụ lưu trú truyền thống

Một trong những sự khác biệt đầu tiên giữa Airbnb và khách sạn truyền thống đó là giá khi thuê phòng với dịch vụ Airbnb có xu hướng rẻ hơn tới 30% so với phòng khách sạn (Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn Cầu, 2019). Điều khác biệt thứ hai là khi du khách đặt phòng, thẻ tín dụng sẽ bị trừ tiền thuê cùng với phí giao dịch ở mức 6-12% từ Airbnb và chủ cho thuê cũng sẽ chịu mất 3% phí cho Airbnb. Tuy nhiên chủ nhà sẽ không nhận tiền thanh toán từ Airbnb ngay lập tức mà chỉ được trả sau 3 đến 5 ngày vào tài khoản của gia chủ khi người dùng hoàn tất dịch vụ. Khoản phí cho dịch vụ giới thiệu của Airbnb sẽ luôn được hiển thị trong quá trình sử dụng dịch vụ¹¹³. Trong khi đó, những vị khách đặt phòng khách sạn qua các kênh Agoda hay Booking.com sẽ phải thanh toán tiền phòng không bao gồm phí giao dịch và sẽ nhận được biên lai xác nhận từ chính khách sạn. Còn về phía các khách sạn sẽ bị mất 15% phí dịch vụ từ Agoda và Booking (Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn Cầu, 2018). Sau khi trừ 15% phí thì số tiền còn lại được chuyển thẳng đến ngay tài khoản của khách sạn.

Hơn thế nữa, khi bắt đầu cho thuê, gia chủ buộc phải đăng ký thông tin với Airbnb và phải đảm bảo các yêu cầu sau:

Đối với chủ nhà: Chủ nhà phải duy trì tỷ lệ phản hồi các yêu cầu đặt phòng trong 24h, chấp nhận yêu cầu đặt phòng của khách hàng càng nhanh càng tốt và tránh hủy đơn đặt phòng của khách hàng. Ngoài ra, gia chủ còn phải duy trì mức đánh giá cao và cung cấp đầy đủ tiện nghi thiết yếu (giấy vệ sinh, xà phòng, khăn, tấm trải giường, gối...) ¹¹⁴ (Minh Thi, 2020).

¹¹³ Airbnb. Airbnb xác minh danh tính của bạn như thế nào? <https://www.airbnb.com.vn/help/article/1237/x%C3%A1c-minh-danh-t%C3%ADnh-c%E1%BB%A7a-b%E1%BA%A1n>. (Truy cập ngày 29/05/2021).

¹¹⁴ Airbnb. Yêu cầu cơ bản của Airbnb đối với chủ nhà là gì? <https://tinyurl.com/2k5z4c8b>. (Truy cập ngày 29/05/2021).

Đối với căn nhà: Các căn nhà nên có một môi trường và phong cách độc nhất, riêng biệt. Hình ảnh phải có chất lượng cao trên trang danh sách giới thiệu các thiết kế của căn hộ và phù hợp với mong đợi của khách hàng. Bổ sung các dịch vụ hỗ trợ cho khách hàng bị hạn chế khả năng di chuyển (Trung tâm trợ giúp của Airbnb.com.vn)¹¹⁵.

Một điều khác biệt nữa là khách du lịch khi muốn sử dụng dịch vụ qua kênh Airbnb cần thực hiện quy trình theo các bước tiêu chuẩn sau đây (Minh Thi, 2020):

Bước 1: Thực hiện đăng ký (Sign up) tài khoản trên website: airbnb.com.vn hoặc tải App Airbnb trên App Store hoặc CH Play Store. Tài khoản có chức năng liên kết với mạng xã hội Facebook, email, Google hay số điện thoại...).

Bước 2: Chọn lọc phòng theo sở thích nhu cầu:

- Chọn địa điểm có liên kết và hoạt động với Airbnb.
- Lựa chọn ngày nhận phòng và trả phòng là cực kỳ quan trọng.
- Xác định đối tượng, độ tuổi và số lượng khách hàng.
- Lựa chọn loại phòng phù hợp với nhu cầu và hoàn cảnh.
- Xác định mức giá hợp lý cho phòng.
- Xem xét và lựa chọn phòng phù hợp với mỗi khách hàng.

Bước 3: Tiến hành việc đăng ký đặt phòng.

Bước 4: Thực hiện thanh toán (thông qua chức năng thanh toán trực tuyến của các loại thẻ quốc tế Visa, Mastercard).

Bước 5: Sau khi thanh toán sẽ là bước xác nhận và tái xác nhận qua email hoặc điện thoại. Trong thư xác nhận là hướng dẫn cách liên lạc với chủ nhà tại điểm đến và cách thức về việc nhận nhà, nhận phòng vào ngày xác định.

Ngoài ra, có một điểm chưa được áp dụng trong các loại hình lưu trú khác là việc đánh giá lẫn nhau giữa khách và chủ nhà trên trang Airbnb. Sau khi khách cho đánh giá về chỗ ở và chủ nhà xong thì khách sẽ nhìn

¹¹⁵ Airbnb. Tiêu chuẩn của Airbnb đối với khách sạn và công ty dịch vụ lưu trú khác. <https://tinyurl.com/kw59mcpX> (Truy cập ngày 29/05/2021).

thấy nhận xét của chủ nhà về mình. Điều này tạo ra mối tương quan hai chiều và cung cấp cái nhìn khách quan hơn cho cả khách lẫn gia chủ khi sử dụng dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb.

3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP HƯỚNG ĐẾN THỨC ĐÃY CHUYÊN ĐỔI SỐ THÔNG QUA DỊCH VỤ LƯU TRÚ AIRBNB

3.1. Đối với chủ nhà (host)

3.1.1. Hoàn thiện chất lượng và tăng cường quản lý chất lượng

Điều đầu tiên là chủ nhà nên chú trọng nâng cấp chất lượng phòng, thông qua những phản hồi của khách hàng, phòng ở đây, bao gồm nhiều những yếu tố như sự đầy đủ, tiện nghi của đồ dùng trong phòng, chất lượng, cách trang trí căn phòng, trang thiết bị và vật dụng trong phòng có đem lại cảm giác thoải mái cho khách hàng hay không. Ngoài các thuộc tính cơ bản như giá cả và tiện nghi, các tính năng mạng xã hội, bao gồm phản hồi của chủ nhà và số lượng đánh giá, cũng có ý nghĩa đáng kể đối với lượng cho thuê (Trần Thị Hiền, Ngô Thị Thủy, và Nguyễn Hồng Quân, 2019; Lee và cộng sự, 2015).

Thử thách cho các chủ nhà lớn nhất liên quan đến những ý kiến đánh giá của khách hàng. Vì hầu hết các khách chưa trải nghiệm sẽ tìm hiểu và đều đọc các phản hồi của khách trải nghiệm trước trên Airbnb để có cái nhìn đầy đủ hơn về các chủ nhà và dịch vụ trước khi ra quyết định đặt chỗ. Do đó, khi nhận được quá nhiều đánh giá tiêu cực của khách hàng trên Airbnb, các chủ nhà sẽ mất đặt chỗ. Để nâng cao các đánh giá của du khách, các chủ nhà nên đẩy mạnh sự hài lòng của khách bằng cách cung cấp đầy đủ tiện nghi đúng như miêu tả; vệ sinh phòng sạch sẽ; phản hồi và giải quyết các vấn đề của khách kịp thời, v.v. Ngoài ra, đảm bảo an ninh và an toàn bằng cách kiểm tra và liệt kê tài sản trước khi cho thuê; kiểm tra lý lịch khách đảm bảo khách thuê được Airbnb xác minh; thiết lập các quy định cho thuê rõ ràng, v.v cũng là những điều cần thiết phải thực hiện (Dolincar, 2012; Phan Minh Hiếu và Trần Thị Ngọc Liên, 2019).

Thách thức tiếp theo là dịch vụ ảnh hưởng đến mức độ hài lòng và đánh giá của khách trên Airbnb. Do đó, chủ nhà cần cung cấp chất lượng dịch vụ đúng với mong đợi của khách bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng được các nhu cầu của khách như dọn dẹp vệ sinh sạch sẽ trước khi khách đến, không bắt khách phải chờ khi nhận phòng, thường xuyên viết đánh giá cho khách ngay khi khách trả phòng và nhờ khách viết đánh giá lại cho chủ nhà.

Về phản ứng cảm xúc, khách hàng bị rất nhiều yếu tố từ bên ngoài tác động vào, điển hình như thái độ cư xử đúng mực và thân thiện của chủ nhà sẵn sàng hỗ trợ khách hàng hết lòng. Chính vì thế nên Airbnb cũng cần đặt ra một quy chuẩn chung về cách hành xử của host đối với khách hàng để người đặt phòng luôn hài lòng và có những thiện cảm khi dùng Airbnb. Ngoài ra, cách bày trí và thiết kế không gian phòng được đăng tải cho thuê cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến cảm xúc của khách hàng sử dụng dịch vụ. Chính vì vậy những người chủ nhà cần đầu tư sao cho căn phòng của mình bắt mắt và thoải mái nhất. Thêm nữa, Airbnb cần phân loại theo các cấp độ hoặc kiểu cách của phòng để du khách có thể lựa chọn được căn phòng ưng ý nhất.

Căn cứ vào thực trạng, một số biện pháp và nhiệm vụ cụ thể cho việc ứng dụng hiệu quả kênh Airbnb trong mô hình chia sẻ lưu trú được đề ra như sau:

- Nâng cao trình độ quản lý, trình độ công nghệ thông tin và ngoại ngữ của host.
- Phấn đấu giữ vững danh hiệu chủ nhà tốt với đánh giá 5 sao, vì hầu hết các khách chưa trải nghiệm sẽ tìm hiểu và đọc các phản hồi của khách trải nghiệm trước trên Airbnb để có cái nhìn đầy đủ hơn về các chủ nhà và dịch vụ trước khi ra quyết định đặt chỗ..
- Bảo mật tuyệt đối những thông tin cá nhân và tài khoản thanh toán của khách, gia chủ sẽ bị Airbnb trừng phạt nếu có hành vi lạm dụng thông tin đó.
- Tiếp tục củng cố và hoàn thiện kênh ứng dụng theo hướng gọn nhẹ, có hiệu quả.
- Tổ chức kiểm tra, đánh giá chất lượng thường xuyên.
- Nâng cao chất lượng phòng lưu trú, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ và phục vụ khách theo phong cách chuyên nghiệp.
- Thường xuyên bảo trì, nâng cấp, đổi mới trang thiết bị đặc biệt là những trang thiết bị trực tiếp phục vụ khách.
- Tăng cường kiểm tra chất lượng phục vụ hàng ngày, có biện pháp hỗ trợ và xử lý kịp thời khi khách có vấn đề.

Do đặc điểm của dịch vụ là vô hình do đó việc quản lý chất lượng rất khó khăn. Đồng thời do quá trình sản xuất và tiêu dùng trùng nhau nên công tác quản lý chất lượng dịch vụ cũng phải diễn ra thường xuyên đồng thời và song song. Những vấn đề và phàn nàn từ phía khách cần được lưu giữ với đầy đủ chi tiết về những lý do gây ra sai sót và biện pháp xử lý, phòng ngừa, điều chỉnh. Do cần phải có sự linh hoạt và chi tiết hơn trong vấn đề quản lý chất lượng nên chủ nhà có thể dựa vào các tiêu chí sau:

- Thông tin phản hồi từ khách: Khi có thông tin phản hồi từ khách thì chủ nhà phải trực tiếp giải quyết nhanh chóng kịp thời những lời thắc mắc và phàn nàn của khách.
- Nhằm giảm thiểu tối đa các rủi ro tài chính như việc không có văn bản, sự biến động tiền tệ, các chủ nhà nên tuân thủ theo đúng các quy định thanh toán của Airbnb, hạn chế tối đa giao dịch tiền mặt với khách hàng, chi trả đúng thuế và lệ phí của địa phương qua các ứng dụng thanh toán trực tuyến.
- Thời gian phục vụ: Thật bảo đảm vấn đề thời gian làm cho khách thoải mái và hài lòng và không gây ra lời phàn nàn cho khách. Mọi thủ tục như nhận và trả phòng phải nhanh gọn, mọi yêu cầu của khách phải được đáp ứng nhanh gọn.
- Thái độ phục vụ: chủ nhà cần có ý thức về thái độ phục vụ tốt, nhiệt tình, lịch sự niềm nở, nhã nhặn, phong cách phục vụ nhanh gọn, chính xác.
- Tổ chức phục vụ: chủ nhà phải tổ chức phục vụ tốt tại các quy trình đăng ký, check-in, check-out, giữ chỗ, thay đổi đặt chỗ, thanh toán... nhằm đảm bảo cho khách sự tiện lợi nhất có thể.

3.1.2. Nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật

Đối với dịch vụ lưu trú, chất lượng dịch vụ được đánh giá chủ yếu dựa vào chất lượng cơ sở vật chất, trang thiết bị trong phòng. Vậy nên, chủ nhà cần phải có những biện pháp để hoàn thiện chất lượng dịch vụ bằng cách thay mới một số trang thiết bị trong phòng, nâng cấp một số thiết bị trong phòng nghỉ như: điều hoà, ti-vi, Wi-Fi... và bố trí trang thiết bị sao cho đồng bộ, hài hoà và đáp ứng được tiêu chuẩn của Airbnb đưa ra. Khi sửa chữa, thay thế, nâng cấp hoặc bảo dưỡng các trang thiết bị trong phòng nên trang bị đồng bộ và phải phù hợp với các tiêu chuẩn sau:

- Tiêu chuẩn về trang thiết bị: chủ nhà cần trang bị đầy đủ số lượng các trang thiết bị và cũng cần chú ý lựa chọn kiểu dáng, thẩm mỹ chủng loại các trang thiết sao cho phù hợp.
- Tiêu chuẩn thay thế: Các trang thiết bị thịnh hành cũng cần được cân nhắc thay thế những trang thiết bị cũ, lỗi thời.
- Tiêu chuẩn về bảo dưỡng: Trong quá trình tiêu dùng sản phẩm dịch vụ lưu trú thì bất kể người khách nào cũng sẽ nhận ra nếu các trang thiết bị trong chỗ ở đang trong tình trạng hoạt động không tốt. Ví dụ máy điều hoà, bồn tắm, bồn rửa mặt có vết bẩn, các phích, ổ cắm lắp đặt không đúng quy cách. Do đó, chủ nhà cần quan tâm bảo dưỡng và tu sửa các trang thiết bị thường xuyên.
- Tiêu chuẩn về vệ sinh và an toàn: Chủ nhà cần thiết phải thường xuyên kiểm tra vệ sinh và đảm bảo an toàn ở nơi lưu trú. Điều này có ý nghĩa tạo ấn tượng cho khách với cảm giác thoải mái và dễ chịu khi bước chân vào phòng. Trong trường hợp đối với những gia đình có trẻ em và/hoặc người già đi cùng thì các thiết bị càng cần phải được chú trọng bố trí một cách hợp lý và an toàn.
- Tiêu chuẩn về hình ảnh thương hiệu: Chủ nhà cần chú ý đóng gói những đồ dùng cá nhân của khách lưu trú như bàn chải, lược, kem đánh răng, xà phòng, dầu gội đầu... trong bao bì đẹp, in tên và nhãn hiệu trên bao bì để khẳng định cũng như quảng bá thương hiệu. Điều này sẽ tạo cho khách lưu trú những thiện cảm, những cảm nhận tốt về chất lượng dịch vụ lưu trú.
- Tiêu chuẩn về chất lượng đồ dùng cá nhân: Chủ nhà cần chú ý tới chất lượng của những đồ dùng cá nhân để khiến khách yên tâm khi sử dụng. Chủ nhà cũng có thể đưa ra những lựa chọn như đồ dùng cá nhân được cung cấp miễn phí hoặc đồ dùng cá nhân với chất lượng cao hơn thì có giá bán cụ thể. Điều này đem lại thêm sự lựa chọn và sự tiện lợi cho khách khi sử dụng dịch vụ lưu trú.

Bên cạnh đó, cơ sở vật chất của các dịch vụ bổ sung (phòng tập gym, massage, cửa hàng tiện lợi, siêu thị...) cũng cần được chú trọng nâng cao bởi dịch vụ bổ sung có một vai trò làm tăng thời gian lưu trú của khách và tăng mức độ thoả mãn của khách. Vì vậy, chủ nhà nên để sẵn những ghi chú

giới thiệu hoặc hướng dẫn cho khách những dịch vụ bổ sung hiện có trong khu vực khách lưu trú.

3.1.3. Hoàn thiện chất lượng giao tiếp

Đặc trưng của loại hình dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb là chỉ có chủ nhà giao tiếp trực tiếp với khách. Kỹ năng giao tiếp nhằm phục vụ khách hàng chu đáo góp phần nâng cao mức hài lòng của khách. Giao tiếp giữa chủ nhà với khách được chia thành 2 giai đoạn bao gồm: giao tiếp trực tuyến trên kênh Airbnb và giao tiếp trực tiếp khi khách đến lưu trú. Sau khi danh sách khách lưu trú được đăng trên Airbnb, các chủ nhà cần theo dõi phần tin nhắn để có thể phản hồi những câu hỏi lẩn thắc mắc của khách nhanh chóng nhất. Đồng thời, chủ nhà cũng cần giải quyết những khó khăn khách gặp phải khi đang lưu trú. Cho nên, chủ nhà cần chú ý một số giải pháp liên quan đến việc tương tác với khách như sau:

- Chủ nhà nên đảm bảo sự nhanh nhẹn, hoạt bát đồng thời cũng có sự khôn ngoan chín chắn nhất định, có trình độ học vấn, ngoại ngữ, có trình độ giao tiếp, có khả năng nắm bắt tâm lý tốt, tính cách cởi mở, gần gũi... Vì chủ nhà là người thường xuyên tiếp xúc, giao tiếp với khách nên phải biết những ứng dụng công nghệ cơ bản và nâng cao như tìm kiếm địa điểm trên ứng dụng bản đồ, đặt món ăn từ các quán hoặc đặt taxi, xe công nghệ trên ứng dụng Grab, Gojek, Baemin cho khách nước ngoài.
- Chủ nhà chắc chắn phải giao tiếp trực tuyến trên ứng dụng Airbnb và giao tiếp trực tiếp khi khách đến lưu trú. Sau khi danh sách khách lưu trú được đăng trên Airbnb, các chủ nhà cần theo dõi phần tin nhắn để có thể phản hồi những câu hỏi lẩn thắc mắc của khách nhanh chóng nhất.
- Chủ nhà nên tham gia thêm các khóa học về “tâm lý và nghệ thuật giao tiếp”, nâng cao khả năng nắm bắt tâm lý của khách hàng và có thể khai thác được khả năng giao tiếp của mình khi giao tiếp với khách tạo thiện cảm cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ lưu trú. Chủ nhà cũng nên tham gia các diễn đàn về dịch vụ lưu trú để biết thêm kinh nghiệm thực tế qua các tình huống giao tiếp với khách trong quá trình phục vụ.
- Bên cạnh đấy, khách nước ngoài chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng khách lưu trú nhưng tỷ lệ này đang ngày càng tăng lên nên vấn đề ngoại ngữ là một vấn đề quan trọng. Một trong những vấn đề

gặp phải trong giao tiếp với khách là ngôn ngữ, một số chủ nhà lớn tuổi gặp vấn đề khó khăn khi giao tiếp bằng tiếng Anh với khách trên trang web và tại nơi khách lưu trú. Điều đáng xử lý trước mắt là chủ nhà cần tăng cường vốn ngoại ngữ, cập nhật đúng các thuật ngữ và các vật dụng trong nhà đúng chuẩn để nâng cao tính hiệu quả, tính chuyên nghiệp và khả năng tương tác với khách nước ngoài.

3.1.4. Đầu tư và Phương thức thanh toán

Các chủ nhà Airbnb cũng nhận thức về các rủi ro tài chính khi phần lớn việc giao dịch giữa người bán và người mua đều thực hiện trong môi trường điện tử, trong đó các giao dịch không có văn bản, sự biến động tiền tệ, thanh toán ít hơn mong đợi, thanh toán qua các dịch vụ trực tuyến là những mối lo lắng của các chủ nhà Airbnb. Nhằm giảm thiểu tối đa những rủi ro tài chính mà các chủ nhà có thể gặp phải một số giải pháp đề xuất bao gồm tuân thủ theo đúng các quy định thanh toán của Airbnb, hạn chế tối đa giao dịch tiền mặt với khách hàng, tuân thủ đúng các quy định về thuế và lệ phí của địa phương nơi chủ nhà Airbnb đang kinh doanh... Bên cạnh đó, các chủ nhà có thể cân nhắc về chính sách giá cả và khuyến mãi. Thực tế cho thấy khách Airbnb có xu hướng lưu trú dài hơn so với khách của khách sạn, với số liệu cụ thể là 51% khách của Airbnb ở lại ba đến năm đêm so với 33% khách của khách sạn và chỉ 7% khách của Airbnb ở một đêm so với 25% khách của khách sạn (Swig, 2014; Li, Moreno, và Zhang, 2015; Nowak và cộng sự, 2015; Phan Minh Hiếu và cộng sự, 2020).

Đối với các host mới bắt đầu, lời khuyên thiết thực là nên thuê lại căn hộ/nhà thay vì mua trả góp vì vốn đầu tư ít hơn và rủi ro được chia sẻ cho nhiều bên hơn. Tuy địa điểm là quan trọng nhưng cần tìm hiểu nhu cầu và đối thủ cạnh tranh trong khu vực, đơn cử như ở Quận 1, khu vực phố đi bộ Bùi Viện là khu vực cấm kỵ theo các nhà kinh doanh dịch vụ kỳ cựu. Tại đây, các host sẽ khó cạnh tranh về giá cũng như vị trí với các homestay và khách sạn tại đây. Hơn nữa, các hosts cần gia tăng trải nghiệm dành cho đối tượng khách có trình độ, không gian cũng như các bản sắc văn hoá địa phương thay vì chỉ là dịch vụ ăn ngủ bình thường đơn điệu. Cập nhật liên tục các điều khoản và quy định từ kênh Airbnb, đồng thời giới thiệu và đưa ra các tiêu chuẩn lẫn quy định rõ ràng về dịch vụ của mình trên ứng dụng đối với khách sử dụng căn hộ¹¹⁶. Gia chủ được khuyến khích bổ sung thêm

¹¹⁶ <https://www.airbnb.com.vn/help/article/231/c%C3%B3-nh%E1%BB%AFng-m%E1%BA%B9o-an-to%C3%A0n-n%C3%A0o-d%C3%A0nh-cho-ch%E1%BB%A7-nh%C3%A0>.

phần chức năng như thanh toán online thông qua việc liên kết với các ngân hàng hoặc tổ chức tài chính thế giới có hệ thống thanh toán online quốc tế (Mastercard, Visa...) hoặc ví điện tử cho khách có tài khoản nội địa (vnpay, zalopay...), thường xuyên tương tác thông tin với khách hàng bằng các bài blog với nội dung về du lịch tại địa phương nơi kinh doanh chia sẻ lưu trú cho khách hàng của mình hoặc nhằm mục đích quảng cáo khác (Boswijk, 2017; Trần Hữu Nhật, 2019).

3.1.5. Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ lưu trú của nhà khách

Gia chủ phải biết quảng cáo ngôi nhà của mình bằng các từ khoá mà chủ nhà sử dụng nên khai thác tối đa hiệu quả bằng quảng cáo SEO (search engine optimization) trên các trang tìm kiếm đặc biệt là từ khoá bằng tiếng Anh. Nếu có điều kiện, chủ nhà có thể tạo ra nhiều loại phòng với nhiều mức giá khác nhau để khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn. Trong điều kiện cạnh tranh hiện nay, chủ nhà còn cần phải đa dạng hóa các dịch vụ đi kèm để thu hút khách của mình như đề xuất trực tiếp nhiều chương trình hoặc các gói tham quan du lịch ưu đãi trên trang web/app của Airbnb để Airbnb có thể thu thêm các khoản hoa hồng từ sự giới thiệu này và giúp du khách sẽ tiết kiệm được thời gian tìm kiếm các chương trình du lịch. Chủ nhà nên triển khai những chiến dịch lâu dài, giảm giá khi khách lưu trú lại lâu dài, hoặc có thể tặng họ mã giảm giá khi muốn thuê phòng vào lần sau, thậm chí có thể tạo cơ hội tặng mã giảm giá đó cho bạn bè nhằm giúp cho Airbnb tiếp cận với nhiều người hơn mà không phải tiêu tốn quá nhiều chi phí quảng bá. Ngoài ra, việc chiết khấu, miễn phí thuê xe, dịch vụ dọn dẹp,... với thành viên lâu năm, uy tín, hay trú lại càng lâu thì càng có mức giá hời đều khả thi.

3.1.6. Phát triển bộ phận chăm sóc khách hàng

Nhà khách cần có kế hoạch điều tra về nhu cầu của khách hàng hay cảm nhận của khách hàng khi sử dụng dịch vụ bằng cách theo dõi phần tin nhắn trên Airbnb lúc khách đang có nhu cầu để có thể phản hồi những câu hỏi lẫn thắc mắc nhanh chóng nhất, và ngay cả lúc khách đến lưu trú thì chủ phải kết bạn thông qua ứng dụng liên lạc để trợ giúp nếu khách cần. Chưa kể, gia chủ phải chủ động quan tâm tới sự cảm nhận và mức độ thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ bằng cách hỏi thăm và tiếp thu góp ý từ khách. Thậm chí là thường xuyên viết đánh giá cho khách ngay khi khách trả phòng và nhờ khách viết đánh giá lại cho chủ nhà.

Về dịch vụ nhân sự, các Host cần phải trang bị các thông tin và kiến thức cần thiết về địa phương nơi họ cho thuê phòng Airbnb hoặc các địa điểm ăn uống lân cận. Điều cần thiết là xây dựng đội ngũ chăm sóc và giải đáp thắc mắc hoặc vấn đề cho khách hàng ngoại quốc tại nhiều địa phương ở Việt Nam.

3.1.7. Hoàn thiện việc quản lý

Mô hình kinh doanh này cũng chứa đựng không ít rủi ro, đối với cả người cho thuê lẫn người đi thuê. Yếu tố rủi ro đầu tiên là về an ninh và an toàn liên quan đến việc bảo trì tài sản, các chủ nhà phải đối mặt, điển hình như thiệt hại về cơ sở vật chất nếu khách không có ý thức giữ gìn, hay sự khó chịu của cư dân chung quanh vì sự xuất hiện của những vị khách lạ trong khu phố, khu chung cư, nhà ở tập thể... Một số giải pháp đề xuất đối với các chủ nhà nhằm giảm thiểu rủi ro này bao gồm: kiểm tra tài sản, sàng lọc khách trước khi cho phép lưu trú, đặt ra những quy tắc rõ ràng, thiết lập các giới hạn sử dụng tài sản, mua bảo hiểm... (Phan Minh Hiếu, Trần Thị Ngọc Liên, Phan Minh Trung, Nguyễn Thị Minh Nghĩa, Nguyễn Thị Thúy Vân, 2020).

Chủ nhà nên theo dõi lịch đến và đi của khách trên ứng dụng thông báo ở điện thoại cá nhân để sắp xếp thời gian tiếp đón khách đến và kiểm tra khi khách đi. Chủ nhà nên gặp lúc khách đến để giới thiệu cho khách tất cả những vật dụng và trang thiết bị trong nơi ở. Cũng như vậy, chủ nhà nên gặp trước khi khách check-out để kiểm tra tất cả mọi thứ trong nơi ở. Trong trường hợp khách để quên đồ và chủ tìm lại được khi khách đã rời đi, chủ phải sẵn sàng nhắn tin thông báo cho khách và tìm mọi cách để gửi trả hàng hóa thất lạc.

3.1.8. Nâng cao danh tiếng

Đối với danh tiếng, sau khi nhóm tác giả thăm dò ý kiến đánh giá từ khách hàng thì quảng bá đánh giá đó nhằm tăng mức độ tin cậy và góp phần hình thành nên một danh tiếng chân thật nhất. Airbnb có thể liên kết hợp tác với các ngân hàng uy tín và đẩy mạnh các mã giảm giá khi thanh toán bằng ngân hàng đó giúp lan toả danh tiếng của Airbnb tại Việt Nam. Ví dụ như khách hàng sử dụng dịch vụ Airbnb sẽ được ưu đãi khi có thẻ visa hay mastercard từ những ngân hàng này. Ngoài ra, các chiến dịch Marketing quảng cáo qua các kênh như Facebook, Instagram, Tik Tok nên được đẩy mạnh. Quảng bá các phòng thiết kế ưa nhìn, tổ chức các chương trình hậu mãi (khách giới thiệu bạn bè sử dụng sẽ được giảm giá lần sau,...) hoặc

chương trình “Khách hàng siêu cấp” để tăng khả năng tái sử dụng và trở thành khách hàng trung thành.

3.1.9. Cải thiện quản lý liên quan chi phí

Về các chi phí liên quan, Airbnb nên chủ động đưa các khoản phí như: giặt giũ, dọn vệ sinh, thuê xe,... cho khách hàng lựa chọn trước và yêu cầu chủ nhà phải để ra mức giá chính xác. Ngoài ra, việc chiết khấu, miễn phí thuê xe, dịch vụ dọn dẹp,... với thành viên lâu năm, uy tín, hay trú lại càng lâu thì càng có mức giá hời đều khả thi.

3.1.10. Thắt chặt bảo mật

Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng đó là an toàn an ninh, đầu tiên Airbnb cần phải bảo mật tuyệt đối những thông tin cá nhân và tài khoản thanh toán của khách, đồng thời phải có biện pháp mạnh trừng phạt những cá nhân có hành vi lạm dụng thông tin đó. Thứ hai, Airbnb nên ràng buộc thông tin của cả khách hàng lẫn chủ cho thuê, gồm các giấy tờ tùy thân, thông tin liên lạc xác thực, giấy phép kinh doanh có chứng thực của cơ quan địa phương. Thứ ba, ngoài những hình ảnh về phòng ở, Airbnb nên yêu cầu chủ nhà cung cấp thêm các hình ảnh khu vực xung quanh chỗ ở, để đảm bảo nơi ở không nằm trong các khu vực quá xa trung tâm, ở nơi vắng vẻ, không đáng tin cậy. Thứ tư, Airbnb phải đảm bảo chủ nhà đã tu sửa các trang thiết bị trong nhà định kỳ, đặc biệt là ổ khóa, đèn, báo trộm... để giữ an toàn cho tài sản của khách hàng khi họ đi vắng. Cuối cùng, Airbnb có thể cung cấp cho khách hàng số điện thoại khẩn cấp của hiệp sĩ đường phố địa phương, ủy ban nhân dân địa phương, hay thậm chí là của trụ sở Airbnb trong vùng để khách hàng có thể liên hệ để nhờ sự trợ giúp khi có những trường hợp khẩn cấp ngoài ý muốn.

3.2 Đối với khách hàng sử dụng dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb

Với tiêu chí có được lựa chọn tối ưu để ra quyết định tiêu dùng hợp lý nhất thì bản thân khách là người có quyền hưởng điều xứng đáng với kinh phí mà mình bỏ ra. Khi chọn một nơi để nghỉ ngơi cho chuyến du lịch thì chắc hẳn có nhiều khách hàng sẽ đặt ra những tiêu chuẩn cao cho nơi mà mình muốn nhắm đến. Giải pháp dành cho khách hàng là không nên đặt quá nhiều kỳ vọng vào những hình ảnh trình chiếu trên trang quảng cáo, vì có rất nhiều trường hợp chủ nhà dùng hình ảnh không đúng với ngôi nhà hoặc căn hộ mình đang sở hữu và đa phần họ đều tìm góc chụp sao cho căn phòng trở nên đẹp nhất có thể.

An toàn là điều mà bất kỳ du khách nào cũng muốn trong suốt chuyến du lịch của mình, vì thế phải sáng suốt lựa chọn những địa điểm trung tâm hoặc nằm ở nơi hẻo lánh. Với những du khách ngoại quốc thì nên dành thời gian tìm hiểu trên bản đồ về nơi mình sắp thuê, vì họ không thông thạo đường sá, nên khả năng đi lạc vào các con hẻm sâu rất cao, và đánh giá thiện ý của chủ nhà qua các kênh thông tin liên lạc lẫn mức độ đánh giá trên trang Airbnb để xem chủ nhà có sẵn lòng hỗ trợ khi gặp bất kỳ rắc rối nào trong thời gian lưu trú không. Ngoài ra, khách hàng phải được chủ nhà bảo mật thông tin trước, trong và sau khi lưu trú, vì đã xảy ra rất nhiều trường hợp chủ nhà sử dụng thông tin cá nhân của khách hàng, điển hình là tài khoản thanh toán, cho những mục đích không lành mạnh.

Bản thân khách hàng phải là những người lịch sự, văn minh, biết giữ ý thức cho cộng đồng xung quanh nơi ở của mình. Không thể để những tình trạng gây ô nhiễm tiếng ồn ảnh hưởng đến người dân trong khu vực, trước hết là đến gia chủ. Hơn nữa, người thuê phải đảm bảo thanh toán đầy đủ chi phí thuê phòng và những chi phí phát sinh trong thời gian lưu trú cho chủ nhà, khách nên chịu trách nhiệm về những khoản phí liên đới đến các hư hại do mình gây ra trong phòng, và phải có ý thức giữ gìn cách bố trí nội thất trong nhà suốt thời gian ở.

4. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Dịch vụ lưu trú qua kênh Airbnb có nhiều tiềm năng phát triển và thúc đẩy chuyển đổi số tại thị trường Việt Nam. Vì vậy, nhà nước Việt Nam cần có các biện pháp, chính sách để vận dụng hiệu quả và bền vững mô hình home-sharing. Bài báo đề xuất một số khuyến nghị sau:

Nhà nước cần công nhận sự phát triển của home-sharing là tất yếu, nhìn nhận home-sharing như một thành phần kinh tế của Việt Nam. Để làm được điều này thì đầu tiên, nhà nước phải có cơ quan quản lý nhà nước chuyên trách cho mô hình home-sharing và đề xuất cũng như áp dụng biện pháp quản lý phù hợp cho mô hình kinh tế này. Ví dụ điển hình là sự phát triển của kinh doanh đa cấp tại Việt Nam, nhiều đối tượng đã lợi dụng lòng tin của người tham gia mạng lưới để biến nó thành công cụ lừa đảo tinh vi. Điều thứ hai là chính phủ cần hoàn thiện khuôn khổ hệ thống pháp luật hiện hành cho mô hình home-sharing nhằm điều chỉnh mọi hoạt động kinh doanh trên kênh này; đảm bảo môi trường thuận lợi cho sự phát triển; và tạo ra môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa home-sharing với kinh tế truyền thống. Khuôn khổ pháp lý cũng cần được chính phủ quan tâm và hoàn thiện

nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp công nghệ tài chính (Fintech) phát triển, phù hợp chủ trương, định hướng phát triển của Nhà nước về home-sharing.

Điều cũng cấp thiết để chính phủ kiểm soát được các kênh chia sẻ lưu trú là sớm điều chỉnh và bổ sung kịp thời các văn bản pháp quy để quản lý tốt hoạt động kinh doanh và khai thác tối đa tiềm năng của mô hình home-sharing; rà soát các điều kiện kinh doanh theo hướng đơn giản hóa các thủ tục hành chính. Cụ thể là sửa đổi các quy định về pháp luật thương mại điện tử (Hợp đồng 3 bên, trách nhiệm của người cung cấp kênh) và sửa đổi Luật Quản lý ngoại thương, Nghị định số 09/2018/NĐ-CP ngày 15/01/2018 quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý thương mại về quy định cụ thể đối với hoạt động thương mại điện tử có vốn đầu tư nước ngoài.

Để hoạt động thương mại điện tử phát triển tiềm năng, nhà nước cần đẩy nhanh thực hiện xây dựng Chính phủ điện tử và cơ sở hạ tầng thông tin, nhất là xây dựng hệ thống dữ liệu mở, thông suốt, đầu tư phát triển mạng lưới Internet, nâng cấp đảm bảo tính bảo mật tài khoản thanh toán trực tuyến cả về số lượng và chất lượng để phục vụ quản lý nhà nước đối với mô hình home-sharing. Bên cạnh đó, Nhà nước cần chú trọng công tác an ninh mạng để đảm bảo lợi ích cho các bên tham gia home-sharing như cần có những chính sách hướng dẫn các cá nhân, tổ chức có trách nhiệm bảo mật thông tin và tuyên truyền nghĩa vụ và trách nhiệm trong việc bảo mật thông tin cá nhân của người khác, xây dựng cơ chế để các bên tham gia home-sharing có thể kiểm soát được việc sử dụng thông tin của các kênh, các doanh nghiệp sử dụng dữ liệu cá nhân, tổ chức của mình theo đúng thỏa thuận giữa các bên.

Đối với các chủ thể môi giới như Airbnb, bắt buộc phải tiến hành đăng ký kinh doanh với nhà nước, minh bạch thông tin trên sàn giao dịch Airbnb, tính chính danh và trách nhiệm về mặt pháp lý đối với chủ thể được môi giới và người sử dụng dịch vụ. Cho đến thời điểm này, các tranh chấp khiếu nại giữa các chủ thể được môi giới (chủ nhà và người dùng) đều thông qua các quy định giải quyết tranh chấp của đơn vị môi giới – Airbnb mà quyền lợi và trách nhiệm chưa được phân định rõ ràng. Để xử lý vấn đề này, Airbnb phải kiến nghị lên nhà nước của từng quốc gia về mặt truyền thông thông tin, quy trình giải quyết khiếu nại trong trường hợp chủ thể tham gia cung cấp dịch vụ không đảm bảo cam kết như hợp đồng. Đồng thời Airbnb phải đề xuất các điều khoản như đăng ký trên hệ thống dịch vụ; hoặc biện pháp xử lý người dùng có những hành vi xâm phạm hoặc làm hư hại tài sản

giá trị lớn, đăng thông tin không đúng đối với chủ nhà nhằm đảm bảo môi trường kinh doanh môi giới thương mại điện tử được quản lý tốt.

Bên cạnh đó, Airbnb phải có trách nhiệm liên kết với ngân hàng và các tổ chức thanh toán quốc tế để nhà nước có thể kiểm soát được dòng tiền ra vào và việc thanh toán trên mạng và Airbnb phải tuân theo nghĩa vụ nộp thuế với từng quốc gia. Nhà nước phải đảm bảo thu đúng và thu đủ đối với các cá nhân kinh doanh Airbnb mà không đăng ký theo loại hình doanh nghiệp cần có những quy định thu nhập về thuế cụ thể (xem Công văn số 848/BTC-TCT về việc chính sách thuế và quản lý thuế liên quan đến hoạt động kinh doanh của dịch vụ đặt phòng trực tuyến, 2017).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo tiếng Việt

a) Báo cáo học thuật

1. Lê Thị Thu Thủy và Nguyễn Hồng Quân (2020). Khía cạnh pháp lý đối với mô hình kinh tế chia sẻ: nghiên cứu thực tiễn qua mô hình chia sẻ phòng lưu trú Airbnb. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 278, 23-31.
2. Phạm Thị Thúy Nguyệt (2016). Xu hướng du lịch cá nhân hóa – Tiên đề phát triển và khuyến nghị chiến lược. *Tạp chí Phát triển KH&CN*, 19(X5), 13-19.
3. Phan Minh Hiếu và Trần Thị Ngọc Liên (2019). Ứng dụng kênh Airbnb trong kinh doanh dịch vụ lưu trú homestay tại thành phố Huế. *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế: Khoa học Xã hội Nhân văn*, 128(6D), 281-295.
4. Phan Minh Hiếu, Trần Thị Ngọc Liên, Phan Minh Trung, Nguyễn Thị Minh Nghĩa, và Nguyễn Thị Thúy Vân (2020). Các yếu tố rủi ro của chủ nhà homestay sử dụng Airbnb tại thành phố Huế. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 129(5B), 109-122.
5. Trần Hữu Nhựt (2019). *Xây dựng website quản lý đặt phòng dịch vụ homestay cho baobab homestay*. Đồ án tốt nghiệp ngành Công nghệ Thông tin niên khoá 2016-2019. Trường Cao đẳng Công nghệ Thông tin Hữu nghị Việt – Hàn, 5-20.
6. Trần Thị Hằng (2019). Phát triển kinh tế chia sẻ tại Việt Nam trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 và một số khuyến nghị. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 54, 89-95.
7. Trần Thị Hiền, Ngô Thị Thủy, và Nguyễn Hồng Quân (2019). Trải nghiệm, giá trị cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 266, 53-62.

b) Văn bản pháp luật

1. Bộ Tài chính (2014). *Thông tư số 103/2014/TT-BTC về việc hướng dẫn thực hiện nghĩa vụ thuế áp dụng đối với tổ chức, cá nhân ước ngoài kinh doanh tại Việt Nam hoặc có thu nhập tại Việt Nam*, ban hành ngày 6/8/2014.

2. Bộ Tài chính (2017). *Công văn số 848/BTC-TCT về việc chính sách thuế và quản lý thuế liên quan đến hoạt động kinh doanh của dịch vụ đặt phòng trực tuyến*, ban hành ngày 18/01/ 2017.
3. Nghị định số 168/2017/NĐ-CP (31/12/2017). *Quy định chi tiết một số điều của luật du lịch*. Trích dẫn từ: <https://tinyurl.com/y3y8zcsd>
4. Quốc hội (2005). *Luật số 36/2005/QH11 Luật Thương mại*, ban hành ngày 14/06/2005.
5. Quốc hội (2014). *Luật số 67/2014/QH13 Luật Đầu tư*, ban hành ngày 26/11/2014.
6. Quốc hội (2014). *Luật số 68/2014/QH13 Luật Doanh nghiệp*, ban hành ngày 16/11/2014.

c) Trang web

1. Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn Cầu (12/06/2018). *So sánh khác biệt Airbnb-Booking-Agoda*. <https://ezcloud.vn/so-sanh-khac-biet-airbnb-booking-agoda/> (Truy cập ngày 29/05/2021).
2. Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn Cầu (19/06/2019). *Airbnb là gì? Làm thế nào để bán phòng hiệu quả trên Airbnb?* <https://ezcloud.vn/airbnb-la-gi-ban-phong-hieu-qua-tren-airbnb/> (Truy cập ngày 29/05/2021).
3. Công ty TNHH dịch vụ tư vấn và quản lý điểm đến Outbox (2019). *HomeSharing Vietnam Insight Report*, 19 trang. <http://outbox-consulting.com/research/> (Truy cập ngày 29/05/2021).
4. Đoàn Thị Ngọc Hân và Bành Thị Thảo (01/09/2019). *Phát triển mô hình chia sẻ phòng lưu trú trên nền tảng Airbnb tại Việt Nam và vấn đề đặt ra*. Tạp chí Tài chính kỳ 1 tháng 8/2019. <https://tinyurl.com/jb8tn8w> (Truy cập ngày 29/05/2021).
5. Linh Chi (01/11/2019). *Việt Nam là 1 trong 10 quốc gia có tốc độ du lịch tăng trưởng cao nhất*. Báo Lao động. <https://laodong.vn/van-hoa/viet-nam-la-1-trong-10-quoc-gia-co-toc-do-du-lich-tang-truong-cao-nhat-763371.ldo> (Truy cập ngày 29/05/2021).
6. Hoàng My (17/7/2018). *Kinh tế chia sẻ đang dẫn dắt thị trường*. <https://doanhnhansaigon.vn/goc-nha-quan-tri/kinh-te-chia-se-dang-dan-dat-thi-truong-1086772.html> (Truy cập ngày 29/05/2021).

7. Khương Nguyễn (30/07/2019). *Kinh doanh AirBnB là gì? Cách kinh doanh AirBnB không cần sở hữu nhà*. <https://vnsmartvision.com/kinh-doanh-airbnb-khong-can-so-huu-nha/> (Truy cập ngày 29/05/2021).
8. Minh Thi (2020). *Các bước đăng ký kinh doanh Airbnb cho chủ nhà*. DulichToday. <https://dulichtoday.vn/blog/cho-thue-phong-tren-airbnb.html> (Truy cập ngày 29/05/2021).
9. My My (21/05/2019). *Tổng quan thị trường home-sharing tại Việt Nam*. <https://www.luxstay.com/blog/thong-tin-cho-chu-nha/home-sharing.html> (Truy cập ngày 29/05/2021).
10. Nguyễn Lê Hà Phương (07/04/2021). *Dịch vụ là gì? Đặc điểm và bản chất của dịch vụ? Tri thức cộng đồng*. <https://trithuccongdong.net/dich-vu-la-gi-dac-diem-va-ban-chat-cua-dich-vu.html> (Truy cập ngày 29/05/2021).
11. Nhật Anh (11/06/2019). *Nở rộ mô hình kinh doanh Airbnb tại Việt Nam: Chưa đầy 4 năm, số lượng phòng cho thuê tăng gấp 40 lần*. <https://tinyurl.com/kn73ajh5> (Truy cập ngày 29/05/2021).
12. Thông tấn xã Việt Nam (08/02/2020). *Việt Nam lọt top 10 quốc gia tăng trưởng du lịch nhanh nhất thế giới*. <https://www.hcmcpv.org.vn/tin-tuc/viet-nam-lot-top-10-quoc-gia-tang-truong-du-lich-nhanh-nhat-the-gioi-1491862158> (Truy cập ngày 29/05/2021).
13. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - tư liệu (CIEM) (2018). *Chuyên đề 7: Thực trạng kinh tế chia sẻ ở Việt Nam: Kiến nghị giải pháp quản lý nhà nước*. Cổng thông tin kinh tế Việt Nam – VNEP, 13 trang. <https://tinyurl.com/37zpxj3s> (Truy cập ngày 29/05/2021).

Tài liệu tham khảo tiếng Anh

a) Báo cáo học thuật

1. Boswijk, A. (2017). Transforming Business Value through Digitalized Networks: A Case Study on the Value Drivers of Airbnb. *Journal of Creating Value*, 3(1), 104–114. doi:10.1177/2394964317697736.
2. Dolincar, S. (2012). The Role of Market Segmentation in Strategic Tourism Marketing. *Strategic Marketing in Tourism Services*, edited by R. H. Tsiotsou and R. E. Goldsmith, 17–34. Bingley, UK: Emerald.

3. Ki, D. & Lee, S. (2019). Spatial Distribution and Location Characteristics of Airbnb in Seoul, Korea. *Sustainability*, 11(15), 4108, 1-16.
4. Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Marketing management 12e*. New Jersey, 143.
5. Lee, D., Hyun, W., Ryu, J., Lee, W. J., Rhee, W., & Suh, B. (2015). An analysis of social features associated with room sales of Airbnb. *Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing - CSCW'15 Companion* (pp. 219–222). Vancouver, Canada. doi:10.1145/2685553.2699011.
6. Li, J., Moreno, A., & Zhang, D. J. (2015). Agent Behavior in the Sharing Economy: Evidence from Airbnb. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.2708279.
7. Nowak, B., Allen, T., Rollo, J., Lewis, V., He, L., Chen, A., ... & Young, E. (2015). Global insight: Who will Airbnb hurt more-hotels or OTAs. *Morgan Stanley Research*, 232-244.
8. Tian, L., & Jiang, B. (2017). Effects of Consumer-to-Consumer Product Sharing on Distribution Channel. *Production and Operations Management*, 27(2), 350–367. doi:10.1111/poms.12794.

b) Trang web

1. Airbnb (2018). *About Us*. Retrieved May 29, 2021, from <https://www.airbnb.ca/about/about-us>.
2. PWC Consulting Company (2015). *The Sharing Economy* (pp. 5-10), 30 pages. Retrieved May 29, 2021, from https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf.
3. Schor, J. (2014). *Debating the Sharing Economy*. Retrieved from the Great Transition Initiative website: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> (Accessed on 29 May 2021).
4. Swig, R. (2014). Alt-accommodation impact felt in San Francisco. Retrieved from the Hotel News Now website: <https://www.costar.com/article/62021731> (Accessed on 29 May 2021).