

Mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam: nghiên cứu trường hợp Airbnb

Nông Bằng Nguyên¹, Hà Thị Hồng Vân²

¹ Viện Dân tộc học, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Email: nguyennb.ioa@vass.gov.vn

² Viện Nghiên cứu Trung Quốc, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam.

Nhận ngày 28 tháng 12 năm 2020. Chấp nhận đăng ngày 2 tháng 2 năm 2021

Tóm tắt: Airbnb là dịch vụ giúp khách hàng tìm và chia sẻ nơi lưu trú, được thành lập năm 2008 tại Hoa Kỳ. Airbnb là doanh nghiệp khởi nghiệp kỳ lân, chỉ mới xuất hiện ở Việt Nam khoảng từ năm 2015 với 1.000 listing³ và phát triển mạnh (lên đến khoảng 80.000 listing đầu năm 2020, ngay trong thời điểm của đại dịch Covid-19). Airbnb mở rộng thị trường lưu trú, tạo ra hàng nghìn việc làm, giá cả cạnh tranh và giúp phát triển ngành du lịch Việt Nam. Airbnb dần dần trở thành một trong những kênh cung cấp dịch vụ lưu trú hàng đầu tại Việt Nam và tạo ra loại hình kinh tế theo tiêu dùng. Hiện nay, Airbnb chưa có văn phòng đại diện chính thức tại Việt Nam. Vì vậy, Chính phủ Việt Nam, các cơ quan quản lý cần có những chính sách và cách thức trong việc quản lý mô hình kinh tế mới trong thời đại kết nối toàn cầu: kinh tế chia sẻ.

Từ khóa: Kinh tế chia sẻ, du lịch, lưu trú, Airbnb, Việt Nam.

Phân loại ngành: Kinh tế học

Abstract: Airbnb is a service to help find and share accommodations, which was established in 2008 in the United States. It is a unicorn start-up. Airbnb appeared in Vietnam in around 2015 with 1,000, and then developed strongly to approx. 80,000 listings in early 2020, in the time of the COVID-19 pandemic. It has expanded the accommodation market, creating thousands of jobs and competitive pricing, and helped develop Vietnam's tourism industry. It has also gradually become one of the leading channels of providing accommodation in the country, and created a type of consumption-based economy. Currently, Airbnb does not yet have an official representative office in Vietnam. Therefore, the Vietnamese Government and regulators need to devise policies and have ways to manage the new economic model in the age of global connectivity: the sharing economy.

Keywords: Sharing economy, travel, accommodation, Airbnb, Vietnam.

Subject classification: Economics

1. Đặt vấn đề

Airbnb được thành lập vào năm 2008 do Joe Gebbia, Brian Chesky và Nathan Blecharczyk đồng sáng lập, có trụ sở tại San Francisco (California, Hoa Kỳ) [28]. Airbnb (viết tắt của cụm từ Air Bed and Breakfast) là một doanh nghiệp trung gian nhằm kết nối giữa người cho thuê nơi ở (căn hộ, phòng, nhà riêng, biệt thự, lâu đài, trang trại, hay thậm chí cả du thuyền - gọi là host⁴) với những người có nhu cầu thuê trên toàn thế giới thông qua ứng dụng công nghệ hoặc máy tính có kết nối internet (App ứng dụng Airbnb).

Airbnb hoạt động trên nguyên tắc thông thường là các chủ nhà cùng chia sẻ khách hàng căn phòng, nhà ở của mình. Ngày nay, Airbnb còn mở rộng thêm các dịch vụ qua việc khách hàng cùng với chủ nhà có thể kết hợp các hoạt động trải nghiệm do chính chủ nhà thiết kế. Việc thanh toán giữa người thuê và người cho thuê được thực hiện bằng thẻ tín dụng ngân hàng (Visa, Master...) thông qua Airbnb, và Airbnb sẽ thu một khoản phí từ cả hai bên (3% tổng giá trị đặt phòng từ chủ nhà và dưới 14,2% đối với khách thuê phòng).

Phân khúc kinh doanh của Airbnb cơ bản khác với Agoda, Booking.com... và nhiều nền tảng kinh doanh nơi ở trực tuyến trên internet (gọi là OTA - Online Travel Agent) là giới thiệu và bán phòng tại các khách sạn và khu nghỉ dưỡng (resort).

Trong thị trường kinh doanh dịch vụ lưu trú trên thế giới, Airbnb nổi lên nhanh chóng với khả năng lan tỏa mạnh mẽ, đáp ứng mong muốn và nhu cầu về dịch vụ chia sẻ phòng lưu trú trên toàn cầu. Các chủ nhà kiếm được thu nhập do tận dụng được các

phòng/ nhà trống, lại không phải chịu bất kỳ sự ràng buộc bởi các hợp đồng giấy tờ hay sự quản lý của các cơ quan hành chính nhà nước; còn khách hàng cảm thấy giống như ở nhà, nhận được lời khuyên có giá trị trực tiếp tại chỗ và giá thuê phòng rẻ hơn các khách sạn truyền thống, trong khi chất lượng dịch vụ vẫn được đảm bảo theo yêu cầu của khách hàng [13].

Với những lợi thế đó, sau hơn 10 năm xuất hiện, Airbnb đã có mặt tại hơn 190 quốc gia, là một trong những doanh nghiệp khởi nghiệp kỳ lân (startup) giá trị nhất thế giới, và được đánh giá tương đương một số thương hiệu khách sạn nổi tiếng như: Marriott International, Hilton Worldwide, Intercontinental Hotel Group, Wyndham Worldwide và Accor Hotel Group mặc dù không sở hữu bất kỳ phòng khách sạn nào [33], [34], [36], [46].

Cho đến cuối năm 2020, ngay trong thời điểm của đại dịch Covid-19, Airbnb đã lên sàn chứng khoán Hoa Kỳ thành công, và vốn hóa lên đến hơn 100 tỷ USD [48]. Dựa trên những ưu điểm, hơn là nhược điểm, Airbnb đã trở thành nhà cung cấp dịch vụ lưu trú lớn nhất thế giới [12]. Tạo ra cuộc chơi mới trong bối cảnh kinh tế chia sẻ trên toàn cầu đang trỗi dậy.

Trong bối cảnh Việt Nam đang phát triển du lịch, năm 2018, Việt Nam đã trở thành điểm đến du lịch tăng trưởng nhanh thứ ba trên thế giới với tỉ lệ khách du lịch tăng 29% [18], [43]. Số lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong 5 năm gần đây cũng đã tăng gấp 2,2 lần, từ 7,9 triệu người năm 2015 lên đến hơn 18 triệu người năm 2019 [2], [5]. Mô hình Airbnb phát triển rất mạnh tại các tỉnh, thành phố lớn của Việt Nam

như Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng và Quảng Ninh... Mô hình Airbnb đáp ứng đúng nhu cầu khách du lịch nước ngoài muốn trải nghiệm bản sắc văn hóa truyền thống của Việt Nam trong xã hội hiện đại. Phần lớn khách nước ngoài du lịch tự túc dùng dịch vụ Airbnb do ứng dụng rất phổ biến tại quốc gia họ, ngôn ngữ bằng tiếng Anh, và họ cũng tìm những host biết tiếng Anh. Ngay cả những người Việt Nam trẻ tuổi cũng thích tham gia trào lưu (trend) của kinh tế chia sẻ trên thế giới. Hai luồng khách hàng này cùng thích ứng nhanh với công nghệ thông minh, sản phẩm chia sẻ, du lịch tự túc với giá cả vừa phải, và trào lưu “sống ảo”, “check-in” và chụp ảnh “selfie” tại các địa danh nổi tiếng ở Việt Nam.

Bài viết⁵ tìm hiểu phương thức kinh doanh Airbnb tại Việt Nam; những tác động tích cực và tiêu cực của mô hình này; đóng góp, giá trị mà Airbnb tạo ra cho cộng đồng và xã hội. Từ đó, bài viết đưa ra gợi ý cho các cơ quan quản lý Việt Nam trong bối cảnh của thời đại kinh tế chia sẻ hiện nay. Nguồn tư liệu được nhóm tác giả và các thành viên thu thập trong năm 2020 từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm số liệu thống kê từ Statista và AirDNA; khảo sát 100 chủ kinh doanh Airbnb tại Việt Nam bằng bảng hỏi qua Google Forms; tham gia và quan sát các nhóm Airbnb trên Facebook (hơn 10 nhóm với hàng trăm nghìn thành viên); phỏng vấn sâu các host có nhiều kinh nghiệm kinh doanh Airbnb tại Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh; tham gia các buổi offline và khóa học về kinh doanh mô hình này tại Hà Nội.

2. Kinh doanh lưu trú Airbnb trên thế giới

2.1. Đặc điểm và sự khác biệt

Các nghiên cứu đã chỉ ra ba yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến việc phát triển vượt bậc của Airbnb so với mô hình khách sạn truyền thống.

Thứ nhất, Airbnb thúc đẩy sự tương tác rất cao giữa các host và khách hàng. Ngay khi có bất kỳ câu hỏi hay nhận xét nào về sản phẩm trước và sau khi sử dụng sản phẩm, các host phải có trách nhiệm phản hồi ngay lập tức nhằm tăng tỷ lệ khách thuê, đánh giá và đưa listing lên cao, cạnh tranh với các listing khác [4], [13]. Điều này khác biệt hoàn toàn với hệ thống và cách thức giao tiếp khá chậm chạp của các khách sạn truyền thống. Trong phương thức kinh doanh Airbnb, khách hàng là trọng tâm; còn với hệ thống khách sạn truyền thống, thì yếu tố cơ sở vật chất (qua số sao) và giá cả quyết định sự lựa chọn của khách hàng.

Thứ hai, các sản phẩm listing trên Airbnb có thông tin rất cụ thể về diện tích, số người có thể ở, giá cả, tiện nghi và thời gian lưu trú. Dựa trên nền tảng kinh doanh số rất năng động, Airbnb cho phép các host thay đổi liên tục hình ảnh sản phẩm. Qua đó, Airbnb đánh bại những khách sạn truyền thống qua chiến thuật quảng cáo sản phẩm. Nghiên cứu cho thấy, chỉ cần khách hàng đăng ký tài khoản và xem sản phẩm listing (nhà, phòng, nơi ở trên Airbnb) trên Airbnb thì ngay lập tức, hàng loạt thông báo từ email cho đến các quảng cáo sẽ đồng bộ trên Facebook của người xem.

Thứ ba, khách hàng chính là những người có lợi nhất từ mô hình Airbnb. Giá cả

với chất lượng quyết định sự sinh tồn của sản phẩm Airbnb trong một thị trường cạnh tranh lưu trú gay gắt như hiện nay. Airbnb giúp khách hàng tiết kiệm chi phí, được trải nghiệm đầy đủ bản sắc văn hóa địa phương, và sống với cảm giác như đang ở nhà mình. Nghiên cứu của Tussyadiah cho thấy, giá thuê ở trên hệ thống Airbnb luôn thấp hơn so với các khách sạn truyền thống và resort. Còn chất lượng nơi ở trên hệ thống Airbnb thì tương đương hoặc có khi hơn cả khách sạn truyền thống [46]. Tóm lại, Airbnb tạo ra loại hình kinh tế theo tiêu dùng, hướng đến người mua sản phẩm hơn, thỏa mãn tối đa nhu cầu của số đông con người muốn hưởng thụ và thư giãn trong thời đại toàn cầu hóa [22].

Nghiên cứu của Guttentag còn xác định là giá cả và vị trí thuận lợi là hai nhân tố chính tác động đến người dùng sử dụng Airbnb [13]. Airbnb luôn có giá cả cạnh tranh theo các thời điểm khác nhau trong tuần, tháng của một năm, và listing của Airbnb có thể ở những vị trí từ những hẻm sâu trong trung tâm thành phố cho đến những trang trại trên các cánh đồng thảo nguyên bao la, điều mà các khách sạn truyền thống không thể có được.

Tuy nhiên, một số nghiên cứu khác lại cho thấy rằng Airbnb không phải lúc nào cũng là sự lựa chọn rẻ nhất bởi giá thuê phòng trung bình theo ngày trên Airbnb ở một số thị trường còn cao hơn giá của khách sạn [36]. Tuy nhiên, vị trí hay tiện nghi của phòng thuê làm tăng giá trị cảm nhận của Airbnb, và đó là những thuộc tính chức năng (bao gồm: địa điểm thuận lợi, tiện dụng trong gia đình, không gian lớn; hay lưu trú cùng với gia đình và bạn bè) của dịch vụ lưu trú trên Airbnb khiến

cho khách hàng xem đó là những giá trị tốt hơn [4], [13]. Nghiên cứu của Hamari và cộng sự [14], Yannopoulou và cộng sự [23] cũng nhấn mạnh đến tầm quan trọng của việc trải nghiệm địa phương đối với việc quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ trên Airbnb. Thông qua đó, Airbnb giới thiệu bản thân mình như một nhà cung cấp các trải nghiệm này.

Một số nghiên cứu đi xa hơn, đó là xem xét tác động của những trải nghiệm này đối với xã hội, khách hàng có nhận thức sâu sắc hơn về các vấn đề môi trường, xã hội, và kinh tế đang ảnh hưởng đến nơi họ dừng chân [37]. Điều này được Bostman và Rogers xem như đóng góp của kinh tế chia sẻ đến việc thúc đẩy một xã hội bền vững hơn [7]. Do đó, đối với những khách hàng có nhận thức về môi trường, thì Airbnb có thể xem là đóng góp vào lối sống bền vững [38].

Một trong những trở ngại rất lớn mà Airbnb đã giải quyết rất tốt là “niềm tin” [20]. Rõ ràng, người dùng luôn có quyền nghi ngờ bất kỳ sản phẩm nào trên nền tảng internet và những hình ảnh lung linh trong trào lưu sống ảo như hiện nay. Hay như người kinh doanh muốn listing trên hệ thống của Airbnb cũng quan ngại về hành vi khách hàng từ những nơi xa lạ. Airbnb có những chế tài phạt rất nặng những khách hàng cố tình phá hoại tài sản, và đền bù cho các chủ kinh doanh lên đến một triệu đô la Mỹ [28]. Ngoài ra, Airbnb khuyến khích các host và người dùng chia sẻ thông tin, đánh giá sản phẩm, đăng tải hình ảnh và tạo điều kiện cho việc tương tác, phản hồi giữa các host và người thuê phòng nếu gặp những phản hồi tích cực và tiêu cực [9].

Chủ nhà và người thuê trao đổi thông tin về việc thuê và ở cơ sở lưu trú. Sự trao đổi và liên lạc này được tăng cường trong suốt quá trình thuê và tiếp tục duy trì ngay cả sau khi thuê với hệ thống đánh giá sau lưu trú [20]. Ngoài ra, Airbnb cũng nâng cấp an ninh cho hệ thống đặt chỗ trước, như: đưa ra nhiều biện pháp xác định danh tính, cũng như áp dụng hệ thống đánh giá [16]. Tuy nhiên, một nghiên cứu khi xem xét yếu tố quyết định hành vi đánh giá cho thấy, các đánh giá trên Airbnb phần lớn chỉ là mang tính cung cấp thông tin, và 97% người thuê đánh giá cá nhân có trải nghiệm tích cực. Điều đó cho thấy những đánh giá này không khách quan, thiên vị và dễ gây hiểu lầm [10].

Một số nghiên cứu khác còn cho thấy những lợi thế khác biệt của Airbnb so với kinh doanh truyền thống, Airbnb cung cấp cho khách hàng “dịch vụ có thương hiệu”, tức là cung cấp cho khách hàng tất cả thông tin về sản phẩm mà không thuê bất kỳ nhà cung cấp dịch vụ nào khác, kể cả các host trên Airbnb, dựa trên những tiêu chuẩn do Airbnb đề ra [19]. Cheng và Foley cho rằng, Airbnb sử dụng quyền lực trên nền tảng do họ tạo ra để gây ảnh hưởng đến các chủ nhà bằng việc thưởng/ phạt thông qua việc yêu cầu các chủ nhà phải tuân thủ những nguyên tắc, chiến lược kinh doanh theo yêu cầu của Airbnb nhằm tạo ra sức thu hút các sản phẩm [9]. Còn Ravennela thì cho rằng, thuê nơi ở trên Airbnb giảm tính rủi ro hơn các hệ thống khách sạn truyền thống, sản phẩm an toàn, hiệu quả cho các host và khách hàng [19].

Dựa trên số lượng cơ sở lưu trú đang hoạt động, tới nay, Airbnb đã trở thành nhà

cung cấp dịch vụ lưu trú lớn nhất trên thế giới [12].

2.2. Tác động của Airbnb đối với ngành khách sạn truyền thống

Tác động của Airbnb đối với các doanh nghiệp khách sạn, nhà hàng và du lịch truyền thống qua các nghiên cứu cho tới nay đưa ra những kết quả khác nhau.

Airbnb đã và đang phá hủy bản chất mô hình kinh doanh khách sạn và du lịch truyền thống khi “ấn” khách hàng vào khuôn khổ do họ tạo ra [7]. Nghiên cứu của Zervas và cộng sự cho thấy, nếu đăng ký cho thuê trên Airbnb tăng lên 10% thì doanh thu khách sạn giảm đi 0.39% [24]. Còn Lane và Woodworth cho rằng sự phát triển của Airbnb đã hạn chế quyền năng áp giá của các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn truyền thống [37].

Thực chất, Airbnb lại tạo ra sân chơi mới, khác với mô hình khách sạn truyền thống. Airbnb nhắm tới một phân khúc thị trường hoàn toàn khác, như homestay, và khách hàng là giới trẻ du lịch tiết kiệm [13]. Airbnb rất linh hoạt về giá cả theo mùa, theo thời điểm trong tuần, tháng [34].

Một số nghiên cứu khác lại cho thấy, Airbnb giúp các khách sạn truyền thống qua việc mở rộng thị trường tới những nhóm khách hàng mới và đa dạng hoá nguồn cung [16]. Airbnb có khả năng tiếp cận những khu vực hoạt động kém hiệu quả, do vậy thu hút được cơ sở khách hàng ngày một rộng hơn. Chẳng hạn như năm 2018, Airbnb đã đưa ra dịch vụ mới cao cấp - những căn hộ đạt tiêu chuẩn Airbnb Plus ở những khu vực thành phố lớn để khai thác thị trường khách sạn truyền thống [29].

Từ đó, Airbnb bắt buộc các khách sạn truyền thống phải tham gia mạnh hơn vào việc giảm giá vào các thời điểm trong năm, điều này đã thu hút được nhiều khách du lịch hơn, thúc đẩy cạnh tranh, khiến ngành công nghiệp du lịch khách sạn và nhà hàng phải nâng cấp sản phẩm để thu hút khách hàng [11]. Cán cân thu - chi xét đến cùng vẫn là lời - lỗ vào cuối năm. Do đó, các khách sạn có thể chọn lựa hợp tác với Airbnb để quảng cáo, đăng ký listing trên nền tảng này và thu hút thêm khách vào mùa thấp điểm du lịch [20]. Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy, hiện nay đã có rất nhiều khách sạn truyền thống listing sản phẩm trên ứng dụng Airbnb.

2.3. Tác động của Airbnb đối với kinh tế - xã hội nói chung

Tính đến thời điểm 2020, Airbnb đã có hơn 800 triệu khách thuê, 4 triệu host, và đem lại hơn 110 tỷ USD lợi nhuận cho các host [28]. Tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương, Airbnb đã góp phần tạo ra 920.000 việc làm. Khách thuê nơi ở trên Airbnb đã chi tiêu 70,5 tỉ USD trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2019 (cho mua sắm, đồ ăn, và di chuyển). Riêng trong năm 2019, con số này là 20,7 tỉ USD. Cũng trong năm 2019, cộng đồng Airbnb đã đóng góp hơn 22,7 tỉ USD vào kinh tế châu Á - Thái Bình Dương. Theo tính toán, cứ 100 đăng ký cho thuê nơi lưu trú trên Airbnb ở châu Á - Thái Bình Dương, thì hỗ trợ được cho 101 việc làm năm 2019 [27].

Mặc dù có những thành công nổi bật, nhưng trong thời gian qua, Airbnb cũng phải đối mặt với những vấn đề về tính hợp pháp ở các nước. Mô hình cho thuê phòng

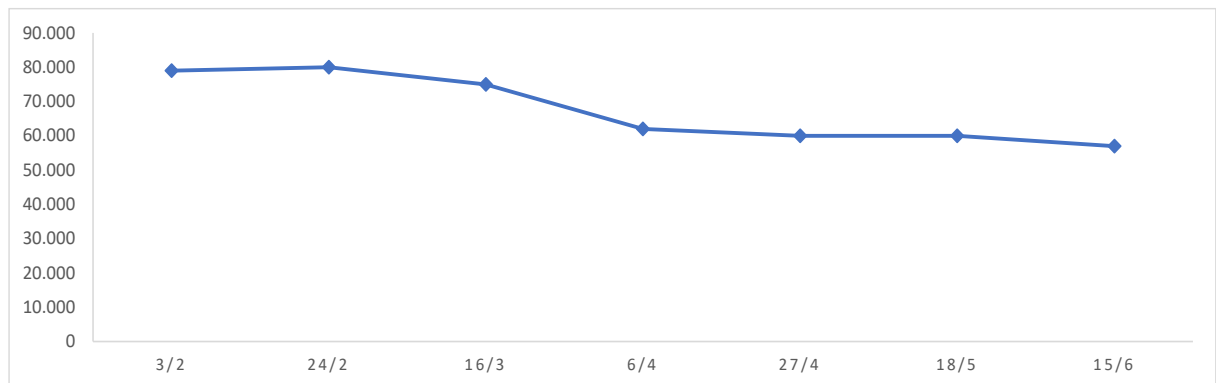
ngắn hạn không có giấy phép của Airbnb được xem là vi phạm pháp luật ở nhiều thành phố. Một số thành phố đã áp dụng những quy định nhằm hạn chế các hoạt động của chủ cho thuê và khách thuê lưu trú. Ở Paris, chủ sở hữu chỉ được cho thuê tối đa 120 ngày một năm, trong khi ở London (Vương quốc Anh) chỉ cho phép 90 đêm [30]. Năm 2017, cư dân của hai thành phố Venice (Italia) và Barcelona (Tây Ban Nha) đã biểu tình chống tình trạng quá tải du lịch một phần là do bất động sản không có giấy phép đã ảnh hưởng tiêu cực đến thị trường cho thuê bất động sản ở địa phương [31]. Tây Ban Nha đã cấm việc thuê ngắn hạn nhà riêng cho khách du lịch [32].

3. Mô hình Airbnb tại Việt Nam

3.1. Tốc độ phát triển của Airbnb tại Việt Nam

Mô hình Airbnb xuất hiện từ năm 2015 với xuất phát điểm khoảng hơn 1.000 listing. Tính đến tháng 1/2019, Airbnb có 40.804 listing. Đến đầu năm 2020, ngay trong thời điểm đầu của đại dịch Covid-19, số listing trên Airbnb có khi lên tới hơn 80.000, sau đó giảm dần do các dư chấn của đại dịch Covid-19 (Sơ đồ 1). Báo cáo của AirDNA về homestay của Việt Nam cho thấy, trong hai năm (2018, 2019), số lượng listing trên Airbnb đã tăng lên đến 452%, vượt xa so với tăng trưởng trung bình của thế giới là 140% [40]. Những tỉnh, thành phố lớn như: Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Nha Trang, Đà Lạt, Quảng Ninh... là nơi có nhiều listing nhất. Trong đó, Tp. Hồ Chí Minh chiếm đến 37% tổng listing trên Airbnb toàn Việt Nam [40].

Sơ đồ 1: Số tài sản listing trên Airbnb tại Việt Nam năm 2020



Nguồn: Tác giả thu thập từ www.AirDNA.co

Theo báo cáo mới nhất từ công ty nghiên cứu thị trường AirDNA, kinh doanh homestay tại Việt Nam tăng trưởng gấp 5 lần về số lượng nguồn cung cấp chỗ ở trong một năm qua, cao hơn nhiều so với ngành khách sạn truyền thống (chỉ tăng trưởng 40% về nguồn cung) [25]. Trong đó, lượng khách đặt phòng chủ yếu là khách quốc tế với 84% (5 nguồn khách quốc tế lớn nhất đến từ Singapore, Australia, Hàn Quốc, Hoa Kỳ và Hồng Kông), khách nội địa chỉ chiếm 16% (chủ yếu đến từ 3 thành phố lớn là Hà Nội, Đà Nẵng và Tp. Hồ Chí Minh) [41]. Những tỉnh, thành phố có doanh thu lớn nhất từ Airbnb như: Tp. Hồ Chí Minh (41,6 triệu USD), Đà Nẵng (19,5 triệu USD), Hà Nội (13,3 triệu USD), Khánh Hòa (7,6 triệu USD)... [40]. Mô hình Airbnb đã xóa bỏ quan niệm và ranh giới cư trú theo truyền thống. Chẳng hạn như tại Tp. Hồ Chí Minh, trước đây phải là “ăn Quận 5, nằm Quận 3, xa hoa Quận 1”; thì nay, quận nào cũng có lượng khách của Airbnb đến cư trú. Quận 2, Quận 7 của Tp. Hồ Chí Minh trở thành những nơi thu hút đông đảo khách đến từ Airbnb, trong đó có những khách nước ngoài hạng sang.

Khảo sát của nhóm thực hiện đề tài cho thấy, độ tuổi những người kinh doanh Airbnb thường là những người trẻ tuổi (31-40 tuổi). Họ năng động trong việc thích ứng với sản phẩm công nghệ mới thay đổi liên tục của nền tảng Airbnb. Tuy nhiên, vẫn có những người đang là sinh viên đại học hoặc là những người đã về hưu. Các sinh viên thường là cộng tác viên (gọi là co-host, được host thuê để giúp quản lý tài sản). Đối tượng khảo sát thường có trình độ học vấn là đại học (62% tổng mẫu) và sau đại học (26%). Các host cũng rất tích cực trong việc xây dựng, phát triển mạng lưới tìm kiếm, chia sẻ khách hàng, chia sẻ kinh nghiệm quản lý qua việc tham gia nhiều nhóm trên Facebook, các buổi offline chuyên đề về Airbnb. Thống kê cho thấy có đến 63% các host quảng cáo sản phẩm thông qua các nhóm trên Facebook.

Một số nhóm về Airbnb tại Việt Nam khá nổi tiếng hiện nay với hàng chục ngàn thành viên như: Airbnb Hosts in Saigon (HCMC)-Vietnam (65.600 thành viên), Vietnam Airbnb Hosts Community (18.800 thành viên), Homestay-Airbnb Hosts in Hanoi (25.800 thành viên), và Cộng đồng

host Da Nang-Hoi An (12.300 thành viên). Những host có nhiều kinh nghiệm dần dần trở thành các Super host hoặc “đại sứ” Airbnb. Từ đó, họ có thể mở các khóa đào tạo kinh doanh trên Airbnb (Hình 1), hưởng hoa hồng qua việc trở thành các co-host (tỷ lệ thuê 8%/tổng mẫu) cấp cao, giới thiệu thành viên host mới tham gia Airbnb, và nhiều lợi ích khác. Airbnb trở thành mẫu hình kinh doanh hấp dẫn, giúp các host có được thu nhập qua nhiều kênh, nhiều tầng nấc khác nhau, và khuyến khích các host tích cực mở rộng mô hình kinh doanh của mình.

Bối cảnh phát triển nóng Airbnb tại Việt Nam trong 5 năm qua đã cho thấy, Airbnb dần dần trở thành môi trường kinh doanh sôi động và cạnh tranh khốc liệt với những toan tính bài bản có chiến lược, nhằm đưa

listing lên cao trong hàng chục nghìn listing đang tồn tại, tăng tỷ lệ người mua hàng hóa bằng các tiện ích, dịch vụ, chính sách giá cả, tương tác khách hàng, đánh giá sản phẩm (review), và liên tục cập nhật hình ảnh. Ngoài ra, chủ kinh doanh cũng phải liên tục đầu tư vốn để thay đổi hình ảnh nơi ở, cập nhật xu hướng mới, nhằm thu hút sự quan tâm của khách hàng. Khảo sát của nhóm thực hiện đề tài cho thấy, tổng số vốn với giá trị trung bình đầu tư một nơi ở đã lên đến 3,2 tỷ đồng đối với một chủ kinh doanh trên Airbnb. Thế giới trực tuyến trở thành đời thật, và ai nắm được dữ liệu lớn về khách hàng (bao gồm: khách du lịch và người kinh doanh Airbnb hiện tại và tiềm năng), người đó tạo ra luật chơi và nắm được cuộc chơi.

Hình 1: Một lớp học về kinh doanh trên Airbnb tại Hà Nội



Nguồn ảnh: Nông Bằng Nguyên

3.2. Các hình thức kinh doanh trên Airbnb

Các hình thức kinh doanh lưu trú trên Airbnb tại Việt Nam hiện nay bao gồm: căn hộ chung cư và nhà tập thể; cho thuê nhà nguyên căn (nhà phố, biệt thự phố); phòng khách sạn, ondotel, biệt thự nghỉ dưỡng (vùng biển, resort); phòng riêng trong một tòa nhà, công ty, văn phòng; tòa nhà dịch vụ (đây là loại hình cao cấp và chuyên nghiệp nhất của kinh doanh trên Airbnb). Trong đó, hình thức cho thuê nguyên căn và phòng riêng là phổ biến nhất, với tỷ lệ tương ứng là 47% và 49% [43].

Hình thức cho thuê hiện nay ở Việt Nam là ngắn hạn (qua đêm, vài ngày) và dài hạn (theo tuần, tháng). Kết quả khảo sát đề tài cũng cho thấy, tuyệt đại đa số các host Airbnb đều quảng cáo sản phẩm trên các trang cho thuê phòng khác như Agoda.com, Booking.com, Mystay, Luxstay, Homeaway... nhằm tận dụng tối đa thời gian trống của nhà mình. Những host có nhiều listing thường phải thuê thêm các co-host, hoặc trung tâm môi giới bất động sản trực tuyến (chiếm tỷ lệ 16%) để dễ quản lý thời gian trống của nơi ở. Trung bình một host hiện quản lý đến hơn 10 listing trên Airbnb.

Airbnb khi vào Việt Nam trở thành bản sắc khác so với bản thân nó ở nhiều quốc gia khác. Qua khảo sát, có đến 82% chủ kinh doanh sẵn sàng cho khách chi trả tiền mặt, không qua hình thức trả tiền trực tuyến trên ứng dụng Airbnb. Những trường hợp khách chi trả tiền mặt là khách hàng quen thuộc, đàm phán trực tiếp với host, và có thể cả hai bên đều muốn cắt giảm bớt phí môi giới của Airbnb. Vấn đề này sẽ không đảm bảo nghĩa vụ kinh doanh đối

với những host có đăng ký kinh doanh qua việc kê khai thuế đầy đủ. Hệ quả là có trường hợp khách hàng (cả người Việt Nam và nước ngoài) không trả tiền và bỏ trốn. 20% người kinh doanh Airbnb từng gặp trường hợp khách không trả tiền thuê nhà, thuê phòng. Ngoài ra, còn có một số chủ nhà thành lập doanh nghiệp (15%) hoặc hộ kinh doanh (76%); để từ đó đưa việc chia sẻ nơi ở thành một hoạt động kinh doanh chuyên nghiệp.

3.3. Lợi ích Airbnb đem lại cho Việt Nam

Airbnb giúp kích thích ngành du lịch phát triển, khuyến khích người nước ngoài đến Việt Nam du lịch và khám phá, tạo việc làm mới và gia tăng thu nhập cho người tham gia một cách linh hoạt và chủ động.

Airbnb tạo ra xu hướng kinh tế du lịch theo tiêu dùng, với giao diện thân thiện, dễ dàng tìm kiếm và nắm bắt thông tin. Khách hàng của Airbnb chỉ cần thực hiện những thao tác đơn giản là có thể tìm được nơi ở theo các tiêu chí định sẵn, như: giá rẻ, cạnh tranh cao, giảm chi phí đi lại, sản phẩm đa dạng và dễ dàng thay đổi khi cần thiết [4]. Theo báo cáo *Khảo sát xu hướng du lịch toàn cầu* trong năm 2018 do Visa thực hiện với sự tham gia của hơn 15.000 người đến từ 27 quốc gia trong đó có Việt Nam, thì khách du lịch hiện nay thường mong muốn đạt được cả hai mục tiêu là “khám phá” và “tận hưởng” trong những chuyến đi của mình [49]. Chính vì thế, những thay đổi mà các host bày ra với không gian mở, dịch vụ khác lạ, giàu tính nghệ thuật và mang đậm bản sắc văn hóa truyền thống đã

trở thành một lựa chọn tối ưu cho phép nhiều du khách quốc tế và trong nước mong muốn có những trải nghiệm chân thực tại các địa phương của Việt Nam. Chẳng hạn: tại các khu phố cổ, hay như phố cổ “tuyến đường sắt nguy hiểm nhất thế giới” Phùng Hưng của Hà Nội luôn đông nghẹt khách nước ngoài đến lưu trú, check-in và chụp ảnh selfie.

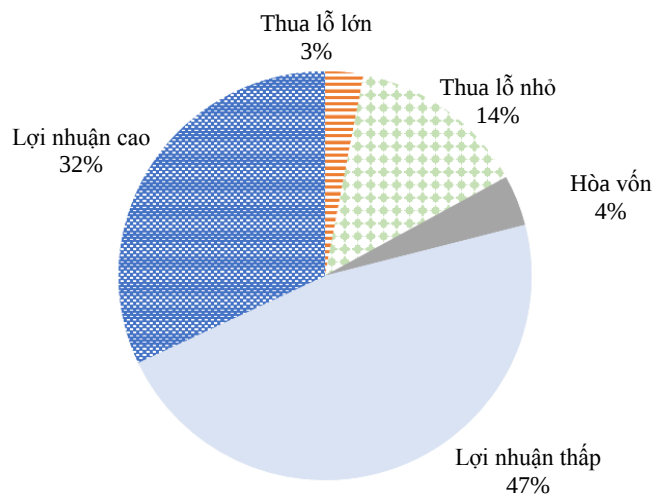
Airbnb cũng góp phần đa dạng hóa các hình thức lưu trú dành cho du khách tại Việt Nam, giảm gánh nặng cho điểm đến, nhất là trong những ngày cao điểm du lịch ở những thành phố lớn có nhu cầu du lịch cao như Tp. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Lạt, Nha Trang và Hạ Long.

Khảo sát cho thấy, Airbnb đã tạo ra một hệ sinh thái công ăn việc làm, như: thuê người làm vệ sinh nơi ở (chiếm 72% mẫu khảo sát), giặt là (53%), bảo vệ (17%), và chụp ảnh căn hộ để quảng cáo (48%). Do đó, chủ kinh doanh Airbnb thường tận dụng lao động tại chỗ nên góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập cho lao động tại địa phương. Ngoài ra, còn phải kể đến đội ngũ kiến trúc sư, chuyên gia nội, ngoại thất để tư vấn, thiết kế căn hộ đảm bảo hai yếu tố là, “thiết kế đẹp” và “hình ảnh đẹp”, như ý kiến trong khóa học về kinh doanh Airbnb tại Tp. Hồ Chí Minh do một host chia sẻ kinh nghiệm với chúng tôi. Kết quả nghiên cứu của chúng tôi cũng cho thấy, có đến 83% các host thuê thêm nhân viên bán thời gian và toàn thời gian mức lương trung bình khoảng 4,5 triệu đồng/người/tháng để giúp vận hành kinh doanh. Rõ ràng, cộng đồng kinh doanh Airbnb đang tạo ra nhiều việc

làm cho người dân, đóng góp cho sự tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong thời gian qua. Báo cáo riêng của Airbnb cho thấy, Airbnb đã góp phần hỗ trợ cho 82.000 việc làm ở Việt Nam trong năm 2019 [27].

Khảo sát của nhóm thực hiện đề tài cho thấy, Airbnb tăng thu nhập cho các host Việt Nam trong suốt hơn 5 năm vừa qua. Các yếu tố rất thuận cho các host ở đâu cũng có thể quản lý listing với smart phone kết nối internet, điều này đã tạo ra nguồn thu nhập linh hoạt, lợi nhuận cao, tăng trưởng tốt khiến cho các host không thể không đầu tư vào lĩnh vực này. Trong năm 2019, 79% host trả lời là có lợi nhuận, trong đó 32% là có lợi nhuận cao (Sơ đồ 2). Tỷ lệ phủ đầy khách trên 70% trong năm 2019, đạt 64% số người trả lời. Có đến 25% số người kinh doanh đạt tỷ lệ khách đăng ký ở trên 90%. Doanh thu trung bình mỗi tháng của các host trong năm 2019 là 121.867 triệu đồng (giá trị trung bình). Một người kinh doanh lâu năm trên Airbnb cho chúng tôi thấy tính năng động nhằm tăng thêm thu nhập “Ngoài cho thuê nhà, em cũng làm tour trải nghiệm gắn với Airbnb, như ở Bát Tràng, tranh sơn mài, food tour,... Cái này đăng trên Airbnb, làm thuật toán tối ưu của nó mà thôi, chứ không có quảng cáo”. Doanh thu cao do những yếu tố rất thuận lợi trong những năm gần đây từ phát triển du lịch Việt Nam nói chung, lượng khách quốc tế nhiều, cung không đủ cầu trong thị trường khách sạn có mức giá trung bình, và tính năng động của các nhà kinh doanh trẻ trên Airbnb như đã đề cập ở trên.

Sơ đồ 2: Tình hình kinh doanh theo mô hình Airbnb trong năm 2019 [3]



Nguồn: Kết quả tổng hợp của đề tài

Bên cạnh những lợi ích từ kinh doanh, Airbnb còn mang lại rất nhiều lợi ích khác như: hình thành con người thời đại toàn cầu, mối quan hệ xã hội kiểu mới, tăng tính gắn kết xã hội, tạo ra các nhóm xã hội mới, giúp người tham gia biết thêm ngoại ngữ, biết nhiều văn hóa.

3.4. Thách thức đặt ra trong vấn đề quản lý Airbnb đối với Việt Nam hiện nay

Đảng và Chính phủ Việt Nam đã có một số chính sách vĩ mô ban đầu về vấn đề thúc đẩy và phát triển kinh tế chia sẻ. Ngày 27 tháng 9 năm 2019, Ban Chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam ban hành Nghị quyết của Bộ Chính trị số 52/NQ-TW về “Một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư”. Nghị quyết này chỉ rõ phải: “Xây dựng cơ chế quản lý phù hợp với môi trường kinh doanh số, tạo thuận lợi cho đổi mới sáng tạo. Sớm ban hành khung thể chế thử nghiệm có kiểm soát đối với các công nghệ, sản phẩm, dịch vụ, mô hình kinh doanh mới hình thành từ cuộc Cách

mạng công nghiệp 4.0... Thực hiện định danh, công nhận, xây dựng hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn đối với các sản phẩm, công nghệ, mô hình kinh doanh mới” [1]. Dựa trên Nghị quyết đó, ngày 12/08/2019, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 999/QĐ-TTg về “Đề án thúc đẩy mô hình kinh tế chia sẻ”, với mục tiêu đảm bảo môi trường kinh doanh bình đẳng và quyền lợi, trách nhiệm của tất cả các bên tham gia. Quyết định này là nền tảng pháp lý cao nhất công nhận hoạt động mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam. Tuy nhiên, Quyết định này cũng cho thấy Việt Nam hiện chưa có chính sách cụ thể, cập nhật về hiện trạng phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam nhằm đảm bảo lợi ích hài hòa của tất cả các bên liên quan, từ cấp nhà nước, đơn vị cung cấp dịch vụ là công ty Airbnb, người kinh doanh trên nền tảng Airbnb và người tiêu dùng. Chính sách cụ thể cho Airbnb nói chung và bất kỳ nền tảng kinh tế chia sẻ nào khác, trước hết phải đề cập đến những thách thức và các khó khăn. Để từ đó, các cơ quan quản lý nhà nước mới có thể xây dựng được chính sách quản lý hiệu quả.

Thực chất của kinh doanh lưu trú trên nền tảng Airbnb tại Việt Nam không còn là sự chia sẻ, tận dụng nhàn rỗi, dư thừa nơi ở,... mà là mô hình kinh doanh có chiến lược, có lợi nhuận, là nền kinh tế dịch vụ. Do đó, Việt Nam đang đối diện với nhiều thách thức khi Airbnb hiện diện tại thị trường trong nước.

Thứ nhất, thách thức lớn nhất là Việt Nam chưa đưa Airbnb vào khuôn khổ pháp luật Việt Nam, khi Airbnb chưa có văn phòng đại diện kinh doanh chính thức tại Việt Nam. Do vậy, Việt Nam mất đi một khoản thuế kinh doanh khá lớn từ Airbnb. Đồng thời, môi trường kinh doanh cũng không đảm bảo cạnh tranh công bằng giữa các khách sạn truyền thống và kinh tế chia sẻ theo kiểu Airbnb. Bài học của Việt Nam trong vấn đề tranh tụng giữa công ty taxi Vinasun và Grab vẫn còn đó, nguyên nhân là do chính sách pháp luật chưa rõ ràng trong việc quản lý mô hình kinh tế kiểu chia sẻ [42].

Thứ hai, đối với việc bảo mật thông tin khách hàng và người kinh doanh Việt Nam trên nền tảng Airbnb khi ứng dụng này sở hữu một khối lượng lớn dữ liệu thông tin liên quan đến tài chính, và các thông tin cá nhân. Để đăng ký làm host, hoặc tìm thuê nơi ở, người sử dụng phải có thể tín dụng và khai báo chi tiết thông tin cá nhân. Gần đây, chính phủ Hoa Kỳ đã phạt 5 tỷ USD đối với công ty Facebook vì vi phạm quyền riêng tư dữ liệu khách hàng. Vậy, nếu công ty Airbnb cũng vi phạm quyền này đối với người Việt Nam thì sao?

Thứ ba, liên quan đến chủ kinh doanh trên nền tảng Airbnb, theo khảo sát, có đến 22% các chủ kinh doanh Airbnb trả lời

rằng, có tình trạng khách thuê gây mất an ninh, trật tự tại nơi ở. Bên cạnh đó, để tận dụng tối đa các không gian vì mục đích cho thuê kiếm lợi nhuận, không ít chủ nhà đã lách luật, tự ý cải tạo, xây dựng thêm các công trình phụ trợ, chủ động kinh doanh thêm các hoạt động trải nghiệm mà chưa xin phép, hoặc bỏ qua các quy định về cảnh báo an toàn, phòng chống cháy, nổ trong xây dựng nên an ninh không được bảo đảm [26].

Thứ tư, là đảm bảo quyền lợi của người lao động. Khi mô hình kinh tế chia sẻ chưa có khung pháp lý cụ thể, thì vấn đề an sinh xã hội của người lao động cũng chưa được rõ ràng, và lệ thuộc hoàn toàn vào các chủ kinh doanh trên nền tảng Airbnb. Kết quả khảo sát của chúng tôi cho thấy, có đến 89% các chủ kinh doanh trên Airbnb không mua bảo hiểm xã hội, và 87% không mua bảo hiểm y tế bắt buộc cho nhân viên. Để lý giải cho vấn đề này, các chủ kinh doanh cho rằng, các nhân viên của họ chỉ là làm bán thời gian và tiền lương, thưởng đã chia sẻ một phần phí bảo hiểm bắt buộc. Đây chính là điểm hạn chế lớn nhất của mô hình kinh tế này khi chính nó không định hình nên được một lực lượng lao động cho chính mình và vô hình chung cũng ảnh hưởng lớn đến vấn đề an sinh xã hội chung của Việt Nam [6].

4. Kết luận

Kinh tế chia sẻ đang là một định chế mới trong nền kinh tế toàn cầu hiện nay. Việt Nam hội nhập sâu vào nền kinh tế toàn cầu, và người dân thì đang theo sát trào lưu kinh tế chia sẻ này. Uber, Grab, Gojek... rồi đến

nền tảng Airbnb không còn đơn thuần giúp tăng thu nhập cho những cá nhân có tài sản nhàn rỗi, mà đang trở thành sản phẩm kinh doanh hấp dẫn với nhiều nhà đầu tư tại Việt Nam. Một khi là hoạt động kinh tế có lợi nhuận thì đòi hỏi Việt Nam phải có sự giám sát và quản lý từ các cấp của nhà nước để đảm bảo lợi ích cho tất cả các bên khi xảy ra mâu thuẫn. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch, mô hình chia sẻ lưu trú trên nền tảng Airbnb hứa hẹn là mô hình đầu tư hấp dẫn, góp phần đa dạng hóa các hình thức lưu trú dành cho du khách tại Việt Nam.

Mô hình kinh doanh Airbnb tại Việt Nam góp phần phát triển kinh tế - xã hội theo hướng kinh tế tiêu dùng, biến những bất động sản nhàn rỗi trở thành các sản phẩm kinh doanh có lợi nhuận, kích thích du lịch phát triển, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, và những lợi ích thiết thực đối với người tiêu dùng. Đồng thời, Airbnb cũng hình thành những mối quan hệ xã hội, nhóm xã hội kiểu mới, phù hợp với xu thế phát triển chung của toàn thế giới trong thời đại công nghiệp 4.0.

Airbnb Việt Nam có nhiều điểm khác với Airbnb thế giới. Do đó, mô hình này không thể quản lý thống nhất toàn cầu, mà phải theo yếu tố địa phương, ở đây là bối cảnh Việt Nam. Airbnb tại Việt Nam đang đặt ra cho các cơ quan quản lý nhà nước những thách thức mới trong việc quản lý thị trường, thuế và đảm bảo an sinh xã hội.

Lời cảm ơn: Nhóm tác giả bài viết xin trân trọng cảm ơn các cán bộ nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Trung Quốc và Viện Dân tộc học đã hỗ trợ chúng tôi trong việc thu thập và tổng hợp thông tin. Đặc biệt, chúng tôi xin cảm ơn những góp ý và thông tin

cung cấp từ các “đại sứ” và host Airbnb tại Việt Nam để chúng tôi thực hiện nghiên cứu này.

Chú thích

³ Listing: danh sách dịch vụ (nhà, phòng, nơi ở) được đăng ký trên hệ thống Airbnb.

⁴ Host: chủ tài khoản cho thuê nơi ở trên Airbnb, một host có thể nhiều listing.

⁵ Bài viết là sản phẩm nghiên cứu thuộc Đề tài khoa học cấp Bộ *Đánh giá tác động xã hội của mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam*, mã số 70C/HĐKH-KHXH.

Tài liệu tham khảo

- [1] Ban Chấp hành Trung ương Đảng cộng sản Việt Nam (2019), *Nghị quyết số 52/NQ-TW, ngày 27/09/2019 của Bộ Chính trị về Một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư*, Hà Nội.
- [2] Nguyễn Cao Đức và Phí Hồng Minh (2019), “Khách quốc tế tới Việt Nam - Hành trình tăng tốc”, *Tạp chí Con số và Sự kiện*, 1, tr.16-18.
- [3] Thủ tướng chính phủ Việt Nam (2019), *Quyết định số 999/QĐ-TTG, ngày 12 tháng 8 năm 2019, về Phê duyệt Đề án thúc đẩy mô hình kinh tế chia sẻ*, Hà Nội.
- [4] G. Thornton (2020), *Khách sạn năm 2020: Chào đón những vị khách tương lai*, Grant Thornton Việt Nam, Hà Nội.
- [5] Tổng cục Thống kê (2020), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2019*, Hà Nội.
- [6] Hữu Tuấn (2018), “Hệ quả xấu khi mô hình kinh tế chia sẻ bị biến tướng”, *Báo Đầu tư*.
- [7] R. Botsman, and R. Rogers (2011), *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*, Collins, London.

- [8] Y. Chen, and K. Xie (2017), "Consumer valuation of Airbnb listings: A hedonic pricing approach", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (9), pp. 2405-2424.
- [9] M. Cheng and C. Foley (2019), "Algorithmic management: The case of Airbnb", *International Journal of Hospitality Management*, 83 (2019), pp. 33-36.
- [10] A. Fradkin, E. Grewal, D. Holtz, and M. Pearson (2016), "Bias and reciprocity in online reviews: Evidence from field experiments on Airbnb", *Proceedings of the sixteenth ACM conference on economics and computation*, ACM, New York.
- [11] P. Ghemawat (2002), "Competition and business strategy in historical perspective", *Business History Review*, 76 (1), pp. 37-74.
- [12] D. Guttentag, S. Smith, L. Potwarka and M. Havitz (2017), "Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study", *Journal of Travel Research*, 57 (1), pp. 1-18.
- [13] D. Guttentag (2015), "Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector", *Current Issues in Tourism*, 18 (12), pp. 1192-1217.
- [14] J. Hamari, M. Sjöklint, and A. Ukkonen (2015), "The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption", *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67 (9), pp. 2047-2059.
- [15] Y.N. Harari (2018), *21 lessons for the 21st Century*, Spiegel & Grau, New York.
- [16] C.Y. Heo (2016), "Sharing economy and prospects in tourism research", *Annals of Tourism Research*, vol 58(c), pp. 166-170.
- [17] Z. Liu, T.D. Anderson, J.M. Cruz (2012), "Consumer environmental awareness and competition in two-stage supply chains", *European Journal of Operational Research*, 218 (3), pp. 602-613.
- [18] M. Luchs, R.W. Naylor, R.L. Rose, et al., (2011), "Toward a sustainable marketplace: Expanding options and benefits for consumers", *Journal of Research for Consumers*, 19, pp. 1-12.
- [19] A.J. Ravenelle (2020), "Digitalization and the hybridization of markets and circuits in Airbnb", *Consumption Markets & Culture*, 23 (2), pp.154-173.
- [20] Trang Ha Tran and V. Filimonau (2020), "The (de)motivation factors in choosing Airbnb amongst Vietnamese consumers", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, pp. 130-140.
- [21] L. Tussyadiah (2015), "An exploratory study on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel", in: *I. Tussyadiah, A. Inversini (Eds.), Information & communication technologies in tourism 2015*, Springer International Publishing, Switzerland (2015).
- [22] T. B. Veblen (1899), *The theory of the leisure class*, Oxford University Press, New York.
- [23] N. Yannopoulou, M. Moufahim, and X. Bian (2013), "User-generated brands and social media: Couchsurfing and Airbnb", *Contemporary Management Research*, 9 (1), pp. 85-90.
- [24] G. Zervas, D. Davide, and J. Byers (2017), "The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry", *Journal of Marketing Research*, 54 (5), pp. 687-705.
- [25] <https://infomoney.vn/thi-truong-home-sharing-viet-nam-tang-truong-dot-bien-d104621.html>, truy cập ngày 25/5/2020.
- [26] <https://www.nhandan.com.vn/xahoi/item/41723402-siet-chat-quan-ly-kinh-doanh-luu-tru-qua-airbnb.html>, truy cập ngày 1/6/2020.
- [27] <https://news.airbnb.com/airbnb-supporting-economic-recovery-in-asia-pacific/>, truy cập ngày 10/6/2020.

- [28] <https://news.airbnb.com/about-us/>, truy cập ngày 1/11/2020.
- [29] <https://www.thenational.ae/lifestyle/travel/airbnb-launches-premium-listings-tier-to-compete-with-hotels-1.708053>, truy cập ngày 7/11/2020.
- [30] <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/airbnb-paris-rules-new-rental-limit-bookings-stay-nights-latest-a8054771.html>, truy cập ngày 22/6/2020.
- [31] <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>, truy cập ngày 22/6/2020.
- [32] <https://www.reuters.com/article/us-airbnb-spain-palma/palma-in-spains-balearic-islands-bans-almost-all-airbnb-style-rentals-idUSKBN1HX1VX>, truy cập ngày 25/10/2020.
- [33] <https://ezcloud.vn/airbnb-la-gi-ban-phong-hieu-qua-tren-airbnb/>, truy cập ngày 21/5/2020.
- [34] <https://www.businessinsider.com/airbnb-total-worldwide-listings-2017-8?r=UK>, truy cập ngày 21/5/2020.
- [35] <http://www.hotelnewsnow.com/Articles/29639/STR-Airbnbs-impact-minor-on-Manhattan-hotels>, truy cập ngày 10/9/2020.
- [36] http://www.caiocalfat.com.br/wp-content/uploads/2017/02/STR_AirbnbHotelPerformance.pdf, truy cập ngày 21/5/2020.
- [37] <http://www.cbrehotels.com/EN/Research/Pages/An-Analysis-of-Airbnb-in-the-United-States.aspx>, truy cập ngày 20/8/2020.
- [38] <https://techcrunch.com/2014/05/16/airbnb-experiences>, truy cập ngày 9/8/2020.
- [39] <http://uk.businessinsider.com/sweden-lists-entire-country-on-airbnb-2017-5>, truy cập ngày 10/8/2020.
- [40] <https://www.airdna.co/blog/vietnam-homestays-provide-opportunities>, truy cập ngày 11/8/2020.
- [41] <https://www.luxstay.com/blog/thong-tin-cho-chu-nha/home-sharing.html>, truy cập ngày 25/5/2020.
- [42] <https://plo.vn/phap-luat/vinasun-kien-grab-va-su-rach-roi-cua-chinh-sach-895635.html>, truy cập ngày 1/2/2021.
- [43] <http://outbox-consulting.com/research/#>, truy cập ngày 11/10/2020.
- [44] <https://www.forbes.com/sites/ericrosen/2018/09/06/new-rankings-of-the-worlds-fastest-growing-tourism-destinations/#40f2e11157ea>, truy cập ngày 9/8/2020.
- [45] <https://www.statista.com/statistics/1154712/vietnam-weekly-yoy-growth-in-airbnb-bookings-hcmc>, truy cập ngày 12/9/2020.
- [46] <https://www.bizjournals.com/bizwomen/news/latest-news/2017/10/airbnb-goes-after-after-luxury-hotels.html>, truy cập ngày 28/10/2020.
- [47] <https://thoibaonganhang.vn/cuoc-dua-dich-vu-luu-tru-moi-90196.html>, truy cập ngày 1/6/2020.
- [48] <https://thanhnien.vn/the-gioi/facebook-nhan-an-phat-ky-luc-5-ty-usd-vi-thu-thap-thong-tin-nguoi-dung-trai-phep-1102851.html>, truy cập ngày 5/2/2020.
- [49] https://www.visa.com.vn/vi_VN/about-visa/newsroom/press-releases/nr-vn-180307.html, truy cập ngày 25/5/2020.
- [50] <https://vneconomy.vn/co-phieu-airbnb-tang-gap-doi-phien-chao-san-von-hoa-vuot-100-ty-usd-20201211095150706.htm>, truy cập ngày 12/12/2020.