

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH CHIA SẺ CHỖ Ở TRÊN NỀN TẢNG AIRBNB CỦA NGƯỜI DÂN TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Vũ Hương Giang¹, Quách Khả Tú¹, Nguyễn Xuân Thanh¹, Vũ Thị Phương Thủy¹
Email: giangvh@hou.edu.vn

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 07/02/2025

Ngày phản biện đánh giá: 15/08/2025

Ngày bài báo được duyệt đăng: 28/08/2025

DOI: 10.59266/houjs.2025.654

Tóm tắt: Mục tiêu của nghiên cứu là xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội. Dựa trên Thuyết hành vi hoạch định (TPB), phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng được sử dụng để thực hiện nghiên cứu. Với việc khảo sát 188 người dân sinh sống tại thành phố Hà Nội, kết quả nghiên cứu đã xác định được 03 yếu tố ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân là: Thái độ hành vi, Chuẩn mực chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi. Trong đó, Thái độ hành vi là yếu tố được xác định có mức độ ảnh hưởng lớn nhất đến ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội, và Nhận thức kiểm soát hành vi được xác định là yếu tố có mức độ ảnh hưởng nhỏ nhất. Từ kết quả đó, nghiên cứu đã thảo luận để đề xuất những gợi ý nhằm khuyến khích người dân tại thành phố Hà Nội tham gia chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb.

Từ khóa: các yếu tố ảnh hưởng, ý định hành vi, chia sẻ chỗ ở, dịch vụ lưu trú chia sẻ, Airbnb, thành phố Hà Nội

I. Đặt vấn đề

Du lịch không chỉ là một hoạt động phổ biến giúp du khách khám phá văn hóa, thiên nhiên mà còn mang lại lợi ích về sức khỏe thể chất và tinh thần, nâng cao chất lượng cuộc sống. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, du lịch đã trở thành một nhu cầu thiết yếu trong đời sống văn hóa - xã hội của nhiều quốc gia.

Sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã thúc đẩy việc ứng

dụng khoa học - công nghệ vào ngành du lịch, đặc biệt là trong lĩnh vực lưu trú. Các nền tảng lưu trú chia sẻ như Airbnb không chỉ đáp ứng nhu cầu đặt phòng linh hoạt mà còn góp phần phát triển bền vững bằng cách tận dụng tài sản dư thừa, tiết kiệm tài nguyên và giảm tác động môi trường.

Sau giai đoạn đình trệ do đại dịch Covid-19, ngành du lịch đang phục hồi mạnh mẽ với lượng khách gia tăng. Tuy

¹ Trường Đại học Mở Hà Nội

nhiên, tâm lý lo ngại về nguy cơ lây nhiễm khiến nhiều du khách ưu tiên lựa chọn các cơ sở lưu trú riêng biệt, hạn chế tiếp xúc đông người. Đồng thời, tình hình kinh tế khó khăn khiến du khách có xu hướng chi tiêu tiết kiệm hơn. Những yếu tố này đã tạo điều kiện thuận lợi để các nền tảng kinh doanh lưu trú trực tuyến, trong đó có Airbnb, tiếp tục phát triển mạnh mẽ.

Mô hình lưu trú chia sẻ là một phần của kinh tế chia sẻ, góp phần thúc đẩy phát triển bền vững. Kinh tế chia sẻ giúp tối ưu hóa tài nguyên, giảm chi phí giao dịch, mở rộng khả năng tiếp cận thị trường, tăng năng suất và thu nhập. Đồng thời, nó tạo cơ hội khởi nghiệp, gia tăng việc làm và khuyến khích đổi mới sáng tạo. Do đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia mô hình lưu trú chia sẻ sẽ giúp thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế này, tạo lợi ích cho cả cá nhân và xã hội.

II. Cơ sở lý thuyết

Ý định hành vi là một khái niệm quan trọng trong tâm lý học hành vi, được nghiên cứu nhiều trong các lĩnh vực tâm lý học, marketing, giáo dục và công nghệ. Fishbein & Ajzen là những học giả tiên phong với Lý thuyết Hành động hợp lý TRA (1975) và Lý thuyết Hành vi có kế hoạch TPB (1991), trong khi Bagozzi, Sheppard, và Venkatesh đã mở rộng ứng dụng của khái niệm này trong các lĩnh vực khác. Tuy nhiên, hầu hết các nghiên cứu đều đồng ý rằng ý định hành vi là động lực hoặc sự sẵn sàng có ý thức của một cá nhân để thực hiện một hành vi cụ thể. Nó phản ánh mức độ mà một người có kế hoạch và cam kết thực hiện hành vi đó trong tương lai.

Nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi được Fishbein khởi xướng từ những năm 1960, tập trung vào

mối quan hệ giữa thái độ và dự đoán hành vi. Sau đó, ông cùng với Ajzen chính thức xây dựng Lý thuyết Hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA) vào năm 1975. TRA cho rằng hành vi của một cá nhân chủ yếu được quyết định bởi ý định thực hiện hành vi, yếu tố này được hình thành từ thái độ đối với hành vi và chuẩn mực chủ quan - tức là áp lực xã hội từ người khác. Tuy nhiên, lý thuyết này giả định rằng con người luôn có toàn quyền kiểm soát hành vi của mình, điều này không phải lúc nào cũng đúng, vì có nhiều yếu tố khách quan như điều kiện tài chính, môi trường hoặc khả năng cá nhân có thể ảnh hưởng đến việc thực hiện hành vi.

Nhận thấy hạn chế này, Ajzen (1991) đã mở rộng TRA thành Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB) bằng cách bổ sung một yếu tố mới là Nhận thức kiểm soát hành vi. TPB cho rằng ngoài thái độ và chuẩn mực chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành ý định hành vi và có thể ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi thực tế. Nếu một cá nhân tin rằng họ có khả năng kiểm soát và thực hiện hành vi (chẳng hạn như có đủ tài nguyên, kỹ năng, hoặc điều kiện thuận lợi), thì khả năng thực hiện hành vi sẽ cao hơn. Nhờ vào yếu tố bổ sung này, TPB trở thành một mô hình lý thuyết mạnh mẽ hơn để dự đoán hành vi trong nhiều lĩnh vực khác nhau, từ y tế, marketing, giáo dục đến tâm lý học xã hội.

Tại Việt Nam, nghiên cứu về kinh tế chia sẻ, Trần (2023) đã chỉ ra rằng thái độ của người dùng đối với nền kinh tế chia sẻ sẽ bị tác động bởi lợi ích kinh tế mà nó mang tới cho họ. Trong khi đó, nghiên cứu

của Nông và Hà (2021) cũng đã xác định được hai trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở chính là uy tín của nền tảng và đánh giá từ người dùng khác.

Từ đây, nghiên cứu quyết định ứng dụng Thuyết hành vi hoạch định (TPB) với 03 yếu tố: Thái độ đối với hành vi, Chuẩn mực chủ quan và Kiểm soát hành vi cảm nhận để đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội. Tuy nhiên, do chỉ nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới ý định chia sẻ chỗ ở của người dân nên mô hình đề xuất sẽ chỉ tiến hành kiểm định các yếu tố tác động đến “Ý định hành vi” thay vì “Hành vi thực tế” giống như mô hình ban đầu.

III. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập thông tin, dữ liệu

- Phương pháp hồi cứu tài liệu: Nghiên cứu tìm kiếm, tổng hợp và phân tích các thông tin từ các nguồn học thuật khác nhau như: các tạp chí khoa học, bài báo khoa học chuyên ngành, các nghiên cứu trước đó về các chủ đề có liên quan để hệ thống hóa một số vấn đề lý luận về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng kinh doanh lưu trú chia sẻ của người dân và đề xuất mô hình nghiên cứu.

- Phương pháp phỏng vấn sâu: Dựa trên hệ thống các vấn đề lý luận đã được tổng hợp và mô hình nghiên cứu được đề xuất, nhóm nghiên cứu thực hiện phỏng vấn sâu với một số chuyên gia trong lĩnh vực du lịch để tham vấn ý kiến về việc xây dựng bảng hỏi nghiên cứu.

- Phương pháp điều tra khảo sát: Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra khảo sát nhằm thu thập ý kiến của đối tượng điều tra là người dân sinh sống tại Hà Nội. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng. Trong đó, thông tin khảo sát được thu thập trực tiếp và trực tuyến trên nền tảng Google Form. Trong đó:

- + Số phiếu phát ra: 210 phiếu
- + Số phiếu không hợp lệ: 22 phiếu
- + Số phiếu hợp lệ: 188 phiếu

3.2. Phương pháp xử lý thông tin, dữ liệu

- Thông tin sau khi thu thập được xử lý bao gồm các bước: tổng hợp các phiếu trả lời khảo sát, lọc các phiếu không đạt yêu cầu rồi tiến hành mã hóa thành kí tự hay số liệu để phục vụ cho việc phân tích số liệu.

- Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê toán học bằng cách sử dụng phần mềm SPSS 20 xử lý các thông tin đã được mã hóa.

IV. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

4.1.1. Đánh giá độ tin cậy

Thông qua kết quả phân tích Cronbach's Alpha, có thể thấy hầu hết các thành phần của thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở đều có hệ số tương quan tổng biến phù hợp ($\geq 0,3$) và có độ tin cậy Cronbach Alpha lớn hơn 0,6. Như vậy, thang đo thiết kế trong nghiên cứu có ý nghĩa thống kê và đạt hệ số tin cậy cần thiết. Hệ số Cronbach's Alpha từng thành phần được tóm tắt như sau:

Bảng 4.1. Kết quả phân tích độ tin cậy

Nhân tố	Biến quan sát ban đầu	Biến quan sát sau kiểm định	Cronbach's Alpha
Thái độ hành vi	07	07	0,874
Chuẩn mực chủ quan	05	05	0,842
Nhận thức kiểm soát hành vi	05	05	0,801
Ý định hành vi	03	03	0,866

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

4.1.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

- Phân tích EFA cho biến độc lập

Kết quả kiểm định KMO & Barlette cho thấy:

- $0,5 \leq KMO = 0,819 \leq 1$: phân tích này phù hợp với dữ liệu

- Sig Barlett's Test = $0,000 < 0,05$: phân tích nhân tố là phù hợp

Bảng 4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA với các biến độc lập

Ma trận nhân tố xoay				
	Nhân tố			
	1	2	3	4
TD2	0,798			
TD6	0,790			
TD5	0,761			
TD7	0,732			
TD4	0,641			
TD3	0,641			
TD1	0,601			
CM3		0,829		
CM2		0,803		
CM1		0,734		
CM4		0,677		
CM5		0,630		
NT5			0,865	
NT4			0,856	
NT1			0,758	
NT3				0,844
NT2				0,834
Phương pháp truy xuất: Phân tích thành phần chính.				
Phương pháp Xoay: Bình thường hóa giá trị Varimax và Kaiser.				
Giá trị ma trận xoay hội tụ trong 6 lần lặp.				

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA với các biến độc lập đã chỉ ra rằng:

- Ma trận xoay đảm bảo sự phân hóa (4 cột).

- Ma trận xoay đảm bảo sự hội tụ

- Biến NT2 và NT3 không hội tụ cùng với nhóm nhân tố ban đầu.

=> Nghiên cứu quyết định đặt tên cho nhóm nhân tố mới là nhóm nhân tố “Nhận thức về điều kiện khách quan trong kiểm soát hành vi” bao gồm 02 biến là NT2 và NT3, được kí hiệu là KQ

- Phân tích EFA cho biến phụ thuộc

Kết quả kiểm định thể hiện qua bảng 4.3:

Bảng 4.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA với biến phụ thuộc

Ma trận nhân tố xoay	
	Nhân tố
	1
HV1	,940
HV2	,884
HV3	,844
Chỉ có 1 nhân tố duy nhất được trích. Các kết quả không thể tự xoay.	

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

❖ Kết luận: Theo kết quả bảng ma trận xoay lần cuối cùng, ta có các nhân tố được nhóm lại như sau:

Bảng 4.4. Kết quả tổng hợp phân tích nhân tố khám phá EFA

TT	Nhân tố	Các biến quan sát	Loại
1	TD	TD1, TD2, TD3, TD4, TD5, TD6, TD7	Độc lập
2	CM	CM1, CM2, CM3, CM4, CM5	Độc lập
3	NT	NT1, NT4, NT5	Độc lập
4	KQ	NT2, NT3	Độc lập
5	HV	HV1, HV2, HV3	Phụ thuộc

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

4.1.3. Phân tích phương trình hồi quy tuyến tính đa biến

- Kết quả trị số R điều chỉnh:

Trị số R có giá trị 0,682 cho thấy mối quan hệ giữa các biến trong mô hình có mối tương quan rất chặt chẽ. Báo cáo kết quả hồi quy của mô hình cho thấy giá trị R^2 điều chỉnh (Adjusted R Square) bằng 0,453 nói lên độ thích hợp của mô hình là 45,3%.

- Kết quả phân tích Phương sai ANOVA:

Phân tích phương sai ANOVA (Oneway Anova - kiểm định giả thuyết trung bình bằng nhau của các nhóm mẫu) cho thấy: Kiểm định F có giá trị Sig =

0,000 ($< 0,05$). Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với dữ liệu thu thập được và có thể sử dụng được. Từ đó có thể khẳng định các biến độc lập trong mô hình có mối quan hệ đối với biến phụ thuộc ý định chia sẻ chỗ ở của người dân tại thành phố Hà Nội.

- Kết quả tích giá trị Sig:

Giá trị Sig của kiểm định t hệ số hồi quy của các biến độc lập đều nhỏ hơn 0,05, ngoại trừ biến $F_KQ = 0,187$ có giá trị lớn hơn 0,05. Do đó, thông qua phân tích hồi quy tuyến tính đa biến, chỉ có các biến độc lập F_TD , F_CM , F_NT có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc, biến F_KQ bị loại.

Bảng 4.5. Kết quả tích giá trị Sig

Hệ số hồi quy							
Biến độc lập	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai
(Hằng số)	-0,339	,292		- 1,160	,248		
F TD	,508	,086	,395	5,917	,000	,655	1,527
F CM	,269	,092	,199	2,934	,004	,633	1,579
F NT	,316	,056	,342	5,646	,000	,796	1,257
F_KQ	-,080	,060	-,082	- 1,325	,187	,770	1,298
Biến phụ thuộc: F HV							

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

Các hệ số hồi quy của các biến còn lại đều lớn hơn 0. Như vậy tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều có tác động cùng chiều tới biến phụ thuộc. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn

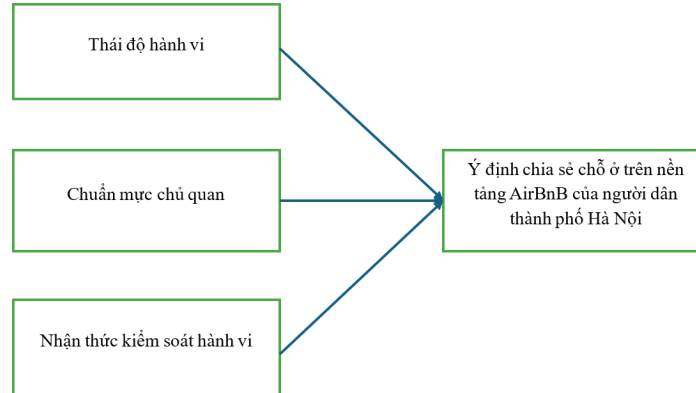
hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập (sau khi loại biến F_KQ) tới biến phụ thuộc là: F_TD (0,395) > F_NT (0,342) > F_CM (0,199). Tương ứng với:

- Biến Thái độ hành vi ảnh hưởng lớn nhất tới ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội.

- Biến Chuẩn mực chủ quan ảnh hưởng lớn thứ hai tới ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội.

- Biến Nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng lớn thứ ba tới ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội.

Như vậy, sau quá trình kiểm định, mô hình các yếu tố ảnh hưởng tới ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội có dạng:



Hình 4.1. Mô hình nghiên cứu sau kiểm định

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

Từ đây có thể kết luận về các giả thuyết được đặt ra trong mô hình ban đầu như sau:

Giả thuyết H1: Thái độ hành vi có ảnh hưởng tích cực đến ý định chia sẻ chỗ ở của người dân.

Giả thuyết H2: Chuẩn mực chủ quan có ảnh hưởng tích cực đến ý định chia sẻ chỗ ở của người dân.

Giả thuyết H3: Nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng tích cực đến ý định chia sẻ chỗ ở của người dân.

Sau đây là dạng phương trình hồi quy tuyến tính:

$$HV = 0,395*TD + 0,199*CM + 0,342*NT + e$$

4.1.4. Giá trị trung bình của các biến quan sát

Bảng 4.6. Kết quả thống kê mô tả (MEAN)

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình của biến	Độ lệch chuẩn
TD1	188	1	5	3,36	1,016
TD2	188	1	5	3,74	0,969
TD3	188	1	5	3,63	0,980
TD4	188	1	5	3,67	0,947
TD5	188	1	5	3,45	0,988
TD6	188	1	5	3,46	0,983
TD7	188	1	5	3,51	0,893
CM1	188	2	5	3,03	0,830
CM2	188	2	5	3,33	0,851

	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình của biến	Độ lệch chuẩn
CM3	188	2	5	3,15	0,840
CM4	188	1	5	3,49	0,978
CM5	188	1	5	3,61	0,933
NT1	188	1	5	2,87	1,121
NT4	188	1	5	3,07	1,219
NT5	188	1	5	2,94	1,182
N hợp lệ	188				

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu)

Kết quả thống kê mô tả cho thấy:

- Số lượng mẫu N của tất cả biến quan sát đều bằng 188, tương ứng với số lượng phiếu hợp lệ nhóm nghiên cứu đã phát ra.

=> Dữ liệu không có những giá trị bị thiếu (Missing Value).

Các số liệu về giá trị trung bình của biến và độ lệch chuẩn trên đây sẽ được sử dụng như một trong số các căn cứ đề xuất các giải pháp nhằm khuyến khích người dân Hà Nội chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb.

4.2. Thảo luận

4.2.1. Ý nghĩa của nghiên cứu

Nghiên cứu đã xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân thu hẹp trong phạm vi tại Hà Nội, đây cũng chính là điểm mới của đề tài nghiên cứu.

Việc xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân tại thành phố Hà Nội là cần thiết, đây là cơ sở giúp nâng cao nhận thức của người dân Hà Nội nhằm khuyến khích người dân tham gia kinh doanh chia sẻ chỗ. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn là cơ sở giúp nền tảng kinh doanh lưu trú trực tuyến Airbnb có sự cải thiện về chính sách đối với người cho thuê và khách thuê.

4.2.2. Đề xuất giải pháp

❖ Nâng cao thái độ hành vi tích cực cho người dân Hà Nội hướng tới tham gia chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb

Để thúc đẩy thái độ tích cực, cần tập trung vào việc nâng cao nhận thức về lợi ích của mô hình chia sẻ chỗ ở thông qua các chiến dịch truyền thông, hội thảo và câu chuyện thành công từ các chủ nhà Airbnb tại Hà Nội. Bên cạnh đó, việc xây dựng cộng đồng hỗ trợ, thiết lập khung pháp lý rõ ràng, triển khai các chính sách bảo vệ chủ nhà và tăng cường hệ thống hỗ trợ 24/7 sẽ góp phần tạo dựng niềm tin, giảm bớt rủi ro tâm lý, từ đó khuyến khích người dân tham gia mô hình này một cách chủ động và tích cực.

❖ Nâng cao chuẩn mực chủ quan cho người dân Hà Nội hướng tới tham gia chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb

Việc thay đổi nhận thức xã hội và chuẩn mực chủ quan của người dân có thể đạt được thông qua sức ảnh hưởng từ người thân, cộng đồng và các nhân vật có tầm ảnh hưởng như KOLs hay Influencers. Những chiến lược này giúp lan tỏa nhận thức tích cực, hình thành xu hướng tham gia Airbnb như một hoạt động phổ biến, được xã hội công nhận và khuyến khích. Đồng thời, sự ủng hộ từ các tổ chức địa phương cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy cộng đồng dân cư nhìn nhận việc chia sẻ chỗ ở như một hành vi tích cực và phù hợp với chuẩn mực xã hội hiện đại.

❖ Nâng cao nhận thức kiểm soát hành vi của người dân Hà Nội với việc tham gia chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb

Cần đơn giản hóa các bước đăng ký và vận hành trên nền tảng Airbnb để người dân dễ dàng tiếp cận, thông qua giao diện thân thiện và các tài liệu hướng dẫn cụ thể. Việc cung cấp công cụ hỗ trợ như chatbot, dịch vụ bên thứ ba, và tổng đài 24/7 giúp giảm áp lực trong quá trình quản lý. Ngoài ra, việc tăng cường bảo mật, xác minh danh tính và tổ chức đào tạo về an toàn sẽ nâng cao khả năng tự kiểm soát hành vi của người dân, giúp họ cảm thấy yên tâm và chủ động hơn khi tham gia vào mô hình kinh tế chia sẻ này.

V. Kết luận

Với việc sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, nghiên cứu ban đầu đề xuất mô hình với bốn yếu tố tác động tới ý định chia sẻ chỗ ở trên nền tảng Airbnb của người dân thành phố Hà Nội. Tuy nhiên, sau khi kiểm định hồi quy tuyến tính đa biến, yếu tố Nhận thức về điều kiện khách quan trong kiểm soát hành vi đã bị loại bỏ. Vì vậy, kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng 3 yếu tố có tác động gồm: Thái độ hành vi, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Mặc dù nghiên cứu đạt được kết quả nhất định, song vẫn tồn tại hạn chế do phạm vi khảo sát hẹp, nguồn lực hạn chế và một số khó khăn trong thiết kế bảng hỏi, phân tích dữ liệu. Đây cũng là khoảng trống cho các nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- [2]. Akbar, R., & Andrawina, L. (2019). *Intention determination of sharing economy business provider in the theory of planned behavior model using partial least square (study case: Airbnb Indonesia)*. Proceedings of the 2018 International Conference on Industrial Enterprise and System Engineering (IcoIESE 2018).
- [3]. Bosma, J. R. (2022). Platformed professionalization: Labor, assets, and earning a livelihood through Airbnb. *Environment and Planning A*, vol. 54(4), 595-610.
- [4]. Cheng, M. (2019). What do Airbnb users care about? An analysis of online review comments. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 76, Part A, 58-70.
- [5]. Dolnicar, S., & Talebi, H. (2020). Does hosting on Airbnb offer hosts vacation-like benefits? Proposing a reconceptualization of peer-to-peer accommodation. *ScienceDirect*, Volume 43, 111-119.
- [6]. Farmaki, A., & Kaniadakis, A. (2020). Power dynamics in peer-to-peer accommodation: Insights from Airbnb hosts. *ScienceDirect*, Volume 89.
- [7]. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- [8]. Hà, N. T. (2016). So sánh mô hình chấp nhận công nghệ và lý thuyết hành vi có hoạch định trong nghiên cứu ý định mua trực tuyến của người tiêu dùng. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 227(II), 57 - 65.
- [9]. Hồ, T. V., & Phan, T. N. (2017). Các nhân tố tác động đến ý định thực hiện hành vi theo học cao học của sinh viên trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Đại học Đà Lạt*, Tập 8, Số 1S, 20-33.

- [10]. Hoàng, T. X. (2023). Vận dụng lý thuyết hành vi dự định trong nghiên cứu quyết định hành vi đi du lịch của khách quốc tế tại Điểm đến Hội An. *Tạp chí Khoa học & Công nghệ Đại học Duy Tân*, 4 (59), 94 - 104.
- [11]. Kim, S., Lee, K. Y., Koo, C., & Yang, S. B. (2017). Examining the influencing factors of intention to share accommodations in online hospitality exchange networks. *Taylor & Francis, Volume 35, Issue 1*, 16-31.
- [12]. Mulshine, M. (2015). After a disappointing Airbnb stay, I realized there's a major flaw in the review system. (*businessinsider.com*), 10:00 PM GMT+7.
- [13]. Nguyễn, H. H. (2016). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia mô hình cánh đồng lớn của nông hộ sản xuất lúa tại huyện Vĩnh Hưng - tỉnh Long An* [Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM].
- [14]. Nguyễn, N. H. (2021). Các yếu tố ngăn cản ý định sử dụng kinh tế chia sẻ tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, số 54, 138-151.
- [15]. Nguyễn, T. P. T., & Trương, B. Q. T. (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia vào nền kinh tế chia sẻ của người tiêu dùng Việt Nam thông qua nền tảng Airbnb. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 160/2021, 25 - 35.
- [16]. Nông, B. N., & Hà, T. H. V. (2021). Mô hình kinh tế chia sẻ tại Việt Nam: Nghiên cứu trường hợp Airbnb. *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, số 2 - 2021, 68-82.
- [17]. Phạm, L. C. (2023). *Tác động của truyền miệng điện tử tới ý định lựa chọn điểm đến trong nước của du khách thế hệ thiên niên kỷ* [Luận án tiến sĩ quản trị kinh doanh, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông].
- [18]. Phạm, T. K. Y., & Phan, T. N. L. (2022). Tác động của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng trong các doanh nghiệp khách sạn. *Tạp chí Tài chính*, Kỳ 1, tháng 11/2022.
- [19]. Phạm, T. T. B., & Vũ, T. Q. A. (2022). Giải pháp phát triển kinh tế chia sẻ ở Việt Nam. *Tạp chí Ngân hàng*. <https://tapchinganhang.gov.vn/giai-phap-phat-trien-kinh-te-chia-se-o-viet-nam-6885.html>.
- [20]. Phan, M. H., & Trần, T. N. L. (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*, tập 128, số 6D, 281-295.
- [21]. Phan, M. H., Trần, T. N. L., Phan, M. T., Nguyễn, T. M. N., & Nguyễn, T. T. V. (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*, tập 129, số 5B, 109-122.
- [22]. Trần, T. H. V. (2023). Các nhân tố tác động đến ý định tham gia kinh tế chia sẻ của người dùng Airbnb ở Hà Nội nhìn từ lý thuyết tương tác xã hội (SET). *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, số 309(2), 75-84.
- [23]. Vũ, H. T., & Lê, T. H. H. (2018). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng may mặc Trung Quốc của người tiêu dùng Hà Nội. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, số 253 tháng 07/2018, 70 - 79.

FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO SHARE ACCOMMODATION ON THE AIRBNB PLATFORM AMONG RESIDENTS OF HANOI

Vu Huong Giang², Quach Kha Tu², Nguyen Xuan Thanh², Vu Thi Phuong Thuy²

Abstract: *This study aims to identify the factors influencing the intention to share accommodation on the Airbnb platform among residents of Hanoi. Grounded in the Theory of Planned Behavior (TPB), a mixed-method research design combining qualitative and quantitative approaches was employed. A survey of 188 residents living in Hanoi revealed three factors influencing their intention to share accommodation on Airbnb: Attitude toward the behavior, Subjective norms, and Perceived behavioral control. Among these, Attitude toward the behavior was found to exert the greatest influence, while Perceived behavioral control had the weakest effect. Based on these findings, the study discusses and proposes recommendations to encourage Hanoi residents to participate in accommodation sharing on the Airbnb platform.*

Keywords: *influential factors, behavioral intention, accommodation sharing, shared lodging services, Airbnb, Hanoi*

² Hanoi Open University