

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HCM**

---o0o---

**KHOA QUẢN TRỊ**



**THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**ĐỀ TÀI: NỀN TẢNG ĐẶT NƠI LƯU TRÚ TẠI CÁC  
ĐỊA ĐIỂM DU LỊCH Ở VIỆT NAM**

**NHÓM: F**

**Thành phố Hồ Chí Minh, 2024**

**Thông tin các thành viên**

<b>STT</b>	<b>Họ và Tên</b>	<b>Khóa</b>	<b>MSSV</b>
1	Phạm Nguyễn Mỹ Thi	K47	31211024018
2	Nguyễn Hồ Phương Quỳnh	K47	31211026408
3	Nguyễn Đặng Minh Toàn	K47	31211027619
4	Ngô Gia Tuấn	K47	31211026150

**Nhóm F Video demo dự án cuối kỳ:**

[https://drive.google.com/file/d/1eomwkJccHmeggfIweaYotUQ3iohy48F3J/view?usp=share\\_link](https://drive.google.com/file/d/1eomwkJccHmeggfIweaYotUQ3iohy48F3J/view?usp=share_link)

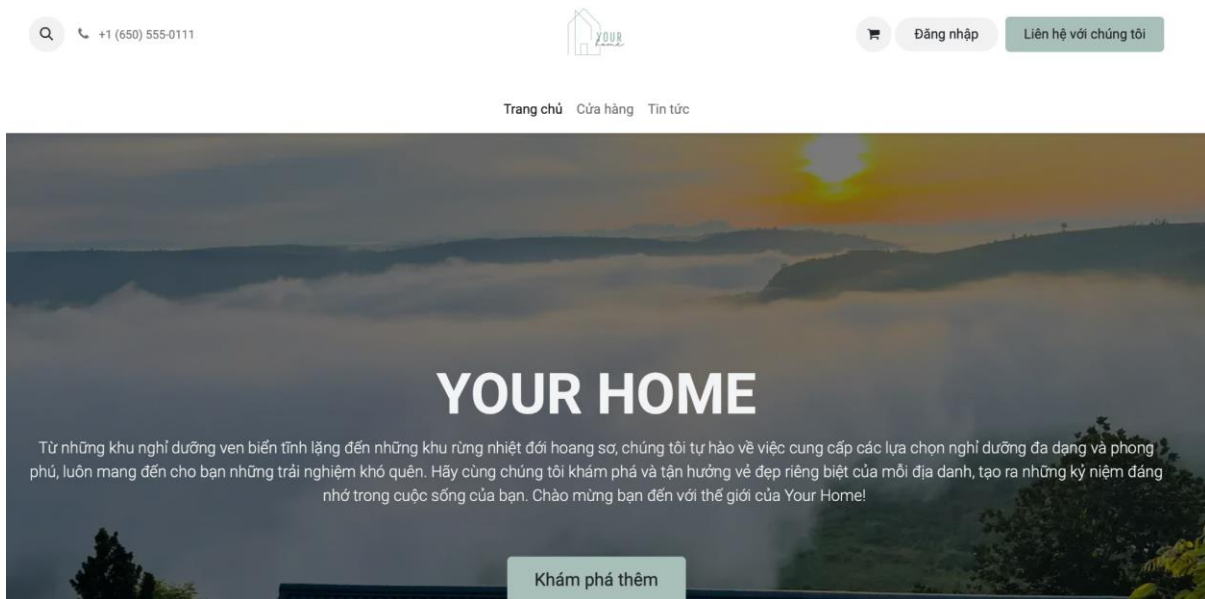
## MỤC LỤC

<b><i>I. Luận cứ giá trị</i></b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 Tổng quan về Your home</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 Quá trình hình thành</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Luận cứ giá trị của Your Home</b> .....	<b>4</b>
1.3.1 Trải nghiệm địa phương .....	4
1.3.2 Tính đa dạng trong lựa chọn chỗ ở .....	5
1.3.3 Kinh tế và tiết kiệm chi phí.....	5
1.3.4 An toàn và tin cậy .....	6
<b><i>II. Mô hình doanh thu</i></b> .....	<b>7</b>
<b><i>III. Cơ hội thị trường</i></b> .....	<b>9</b>
<b>3.1 Xu hướng phát triển của thị trường Việt Nam trong ngành TMDT</b> .....	<b>9</b>
3.1.1 Tốc độ tăng trưởng mạnh.....	9
3.1.2 Tăng cường thanh toán trực tuyến .....	9
3.1.3 Chuyển đổi số .....	10
3.1.4 Tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong lĩnh vực du lịch thế giới .....	10
<b>3.2 Phân khúc khách hàng</b> .....	<b>10</b>
3.2.1 Phân khúc về nhân khẩu học .....	10
3.2.2 Phân khúc về địa lý.....	11
3.2.3 Phân khúc về hành vi.....	11
3.2.4 Phân khúc về tâm lý học.....	11
<b>3.3 Cơ hội thị trường của Your Home</b> .....	<b>11</b>
3.3.1 Số lượng người dùng .....	11
3.3.2 Xu hướng kinh doanh homestay và chia sẻ nhà ở tại Việt Nam.....	11
3.3.3 Xu hướng chi tiêu cho việc du lịch tại Việt Nam .....	12
<b><i>IV. Môi trường cạnh tranh</i></b> .....	<b>13</b>
<b>4.1 Tổng quan</b> .....	<b>13</b>
<b>4.2 Đối thủ cạnh tranh trực tiếp</b> .....	<b>13</b>
<b>4.3 Đối thủ cạnh tranh gián tiếp</b> .....	<b>14</b>
<b><i>V. Lợi thế cạnh tranh</i></b> .....	<b>15</b>
<b><i>VI. Chính sách thị trường</i></b> .....	<b>17</b>

6.1 Cơ sở lý thuyết.....	17
6.2 Chiến lược thị trường của Your Home.....	17
<i>VII. Phát triển tổ chức.....</i>	<i>18</i>
7.1 Cơ cấu tổ chức .....	18
7.2 Đặc điểm của cơ cấu tổ chức .....	19
<i>VIII. Đội ngũ quản lý.....</i>	<i>21</i>
8.1 Sơ đồ tổ chức công ty .....	21
8.2 Vai trò và phạm vi công việc của từng nhân sự.....	21
<i>Tài liệu tham khảo .....</i>	<i>24</i>

# I. Luận cứ giá trị

## 1.1 Tổng quan về Your home



Hình 1: Website của Your Home

"Your Home" là một nền tảng đặt phòng trực tuyến đem đến sự linh hoạt và tiện lợi. Với mong muốn tạo ra một cộng đồng du lịch đa dạng và phát triển, "Your Home" không chỉ là một nền tảng đặt phòng, mà còn là một nơi kết nối người dùng và chủ nhà từ khắp nơi trên thế giới.

Trải qua "Your Home", người dùng có thể dễ dàng tìm kiếm và chọn lựa từ một loạt các loại chỗ ở, từ căn hộ sang trọng đến phòng trọ tiết kiệm. Hệ thống đánh giá và nhận xét từ cả người dùng và chủ nhà giúp tạo ra một môi trường đáng tin cậy, từ đó người dùng có thể đặt niềm tin vào chất lượng của chỗ ở.

Ngoài việc cung cấp chỗ ở, Your Home còn tập trung vào "Trải nghiệm", nơi người dùng có thể tham gia các hoạt động, chuyến tham quan và trải nghiệm địa phương được tổ chức bởi cộng đồng địa phương. Your Home đã đưa ra nhiều chính sách và các dự án hỗ trợ cộng đồng địa phương, đồng thời chú trọng vào các giá trị như đa dạng, bảo vệ môi trường và tích cực ảnh hưởng đến nơi họ hoạt động. Người dùng có thể đánh giá và viết đánh giá về Chủ nhà và khách hàng sau mỗi giao dịch, giúp tạo ra sự tin tưởng trong cộng đồng.

Với cam kết cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng 24/7, "Your Home" đảm bảo rằng mọi vấn đề hoặc thắc mắc của người dùng sẽ được giải quyết một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Đồng thời, tính bảo mật và an toàn cũng là một ưu tiên hàng đầu của nền tảng này, giúp người dùng cảm thấy yên tâm khi thực hiện các giao dịch trực tuyến.

## 1.2 Quá trình hình thành

Trong một buổi học tại Đại học Kinh tế Hồ Chí Minh, bốn người bạn thân từ các ngành kinh tế và công nghệ thông tin, tên là Thi, Quỳnh, Toàn và , ngồi lại bàn luận về cách tận dụng công nghệ để giải quyết một vấn đề trong cuộc sống hàng ngày của họ. Trong quá trình thảo luận, họ nhận ra rằng việc tìm kiếm và đặt chỗ ở khi đi du lịch không chỉ là một thách thức, mà còn là một cơ hội để tạo ra một nền tảng giúp kết nối cộng đồng du lịch. Từ ý tưởng đó, họ bắt đầu nghiên cứu và phát triển một ứng dụng di động và trang web với mục tiêu cung cấp cho người dùng trải nghiệm đặt phòng linh hoạt và tiện lợi, cùng với các trải nghiệm địa phương phong phú. Họ gặp nhiều thách thức trong quá trình này, từ việc thu thập dữ liệu đến phát triển công nghệ phức tạp, nhưng sự đam mê và sự quyết tâm đã giúp họ vượt qua mọi khó khăn.

Với sự hỗ trợ từ các giáo viên và các cộng sự trong trường, cùng với sự đóng góp từ cộng đồng sinh viên, "Your Home" chính thức ra mắt năm 2020 sau một thời gian phát triển. Với giao diện thân thiện và tính năng đa dạng, nền tảng này nhanh chóng thu hút sự chú ý của cả sinh viên và cộng đồng du lịch.

Từ một ý tưởng nhỏ trong phòng học, "Your Home" đã trở thành một dự án lớn, đóng góp vào việc tạo ra một cộng đồng du lịch đa dạng và phát triển. Với tinh thần khởi nghiệp và sự sáng tạo, nhóm bạn trẻ này đã xây dựng lên một công cụ mạnh mẽ giúp mọi người khám phá thế giới một cách linh hoạt và tiện lợi, đó là "Your Home".

## 1.3 Luận cứ giá trị của Your Home

### 1.3.1 Trải nghiệm địa phương

- Your Home không chỉ là về việc cung cấp chỗ ở, mà còn khuyến khích du khách tương tác với cộng đồng địa phương. Nền tảng này thường cung cấp thông tin về các sự kiện, hoạt động và địa điểm địa phương để du khách có thể tham gia.
- Chủ nhà trên Your Home thường là những người địa phương, có thể cung cấp gợi ý và hướng dẫn về những địa điểm độc đáo, những quán ăn ngon, và những trải nghiệm địa phương khác ngoài địa chỉ du lịch phổ biến.

- Your Home hướng tới việc giúp du khách trải nghiệm và kết nối chặt chẽ với nền văn hóa địa phương. Việc ở tại những nơi mà người địa phương thường sống giúp du khách hiểu rõ hơn về lối sống và truyền thống của địa phương.

#### 1.3.2 Tính đa dạng trong lựa chọn chỗ ở

- Your Home cung cấp sự đa dạng không chỉ trong việc chọn chỗ ở truyền thống như khách sạn, nhà riêng, hay căn hộ, mà còn trong những lựa chọn độc đáo như lâu đài, căn hộ trên cây, ngôi nhà cây, hay thậm chí là phòng riêng trong căn hộ chung cư.
- Your Home có mặt ở nhiều địa điểm khắp Việt Nam, từ trung tâm thành phố đến những vùng quê hoặc nơi có lịch sử đặc sắc. Điều này mang lại sự đa dạng về không gian và môi trường sống.
- Chủ nhà trên Your Home thường tự do thiết kế và trang trí chỗ ở của họ theo phong cách riêng. Do đó, người dùng có cơ hội lựa chọn chỗ ở theo phong cách kiến trúc và nội thất phù hợp với sở thích và mong muốn cá nhân.

#### 1.3.3 Kinh tế và tiết kiệm chi phí

- Your Home thường cung cấp giá cả cạnh tranh hơn so với nhiều khách sạn truyền thống tại các điểm du lịch trong nước. Điều này giúp khách hàng tiết kiệm chi phí lưu trú và có thêm ngân sách cho các hoạt động và trải nghiệm khác trong chuyến du lịch.
- Nhiều chỗ ở trên Your Home có tiện ích tự phục vụ như bếp, máy giặt, và các tiện nghi khác. Điều này giúp Chủ nhà và Khách hàng tiết kiệm chi phí bằng cách tự nấu ăn, giặt giũ, và tự quản lý các dịch vụ khác.
- Your Home cho phép nhiều người chia sẻ chỗ ở, giúp giảm chi phí cho cả Chủ nhà và Khách hàng. Việc chia sẻ nhà hoặc căn hộ có thể làm giảm áp lực tài chính cho Chủ nhà và mang lại lựa chọn chi phí lưu trú hợp lý cho Khách hàng.
- Your Home thường cung cấp các ưu đãi và khuyến mãi, đặc biệt khi Khách hàng đặt chỗ ở trong một khoảng thời gian dài hoặc đặt phòng trước. Điều này giúp họ tiết kiệm chi phí và có cơ hội trải nghiệm chỗ ở tốt với giá ưu đãi.

#### 1.3.4 An toàn và tin cậy

- Your Home thực hiện quy trình xác minh danh tính cho cả Chủ nhà và Khách hàng. Điều này giúp tạo ra một môi trường an toàn hơn, giảm nguy cơ về các hoạt động gian lận hoặc không an toàn.

- Hệ thống đánh giá và phản hồi từ cả Chủ nhà và Khách hàng giúp xây dựng sự tin tưởng. Mọi người dùng đều có cơ hội đánh giá và chia sẻ trải nghiệm của họ, giúp nhận biết những người dùng đáng tin cậy.
- Your Home có chính sách bảo mật và quyền riêng tư mạnh mẽ để bảo vệ thông tin cá nhân của người dùng. Điều này bao gồm cả việc bảo vệ thông tin thanh toán và chi tiết đặt phòng.
- Your Home cung cấp một chương trình bảo hiểm phòng trọ cho Chủ nhà, bảo vệ họ khỏi những rủi ro như tổn thất tài sản hoặc thiệt hại do khách hàng gây ra. Điều này giúp tăng cường an tâm cho cả hai bên.
- Your Home cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng 24/7 để giải quyết mọi vấn đề hoặc thắc mắc của Chủ nhà và Khách hàng.



## II. Mô hình doanh thu

Your Home sẽ thực hiện các giao dịch thanh toán trực tiếp thông qua nền tảng của mình dựa trên **mô hình doanh thu bán hàng**. Trong quá trình này, người cho thuê sẽ nhận được tiền từ việc bán các dịch vụ và sản phẩm trên Your Home, và nền tảng sẽ thu phí giao dịch từ mỗi giao dịch được thực hiện.

Một số loại phí mà tùy theo đối tượng sẽ chịu như phí dịch vụ, phí hủy, phí trải nghiệm.

- **Phí dịch vụ áp dụng cho khách thuê:** Đây là loại phí có mức dao động cao từ 6 đến 14%, đôi khi vượt qua 14% tùy theo khu vực đặt phòng vì chịu ảnh hưởng của phí VAT (phí giá trị gia tăng).
- **Phí hủy đối áp dụng khách thuê:** Riêng trên Your Home thì sẽ có 5 chính sách hủy phòng cho khách hàng như: Linh hoạt, trung bình, nghiêm ngặt, siêu nghiêm ngặt, hủy dài hạn. Tùy theo việc hủy phòng cách ngày checkin bao lâu thì mức phạt sẽ được áp dụng, ít nhất là trước 24 giờ và tối đa là 30 ngày.
- **Phí trải nghiệm áp dụng cho chủ nhà:** Đây là loại phí chỉ áp dụng cho những người muốn thử đăng ký cho thuê phòng trên ứng dụng và có mức phí là 20%. Sau khi ký hợp đồng với Your Home thì mức phí này sẽ không áp dụng cho chủ nhà nữa

Ngoài ra, nguồn thu khác của Your Home là từ việc cung cấp các dịch vụ khác như ăn uống, đưa đón, ... Ở Việt Nam, đối với hình thức di chuyển thì ta đã quá quen với các tên thân thuộc như Grab, Be hay Xanh SM - Những đại diện thành công của mô hình kinh doanh này. Nếu Grab, Be hay Xanh SM là sử dụng nguồn tài nguyên có sẵn như ô tô, xe máy thì Your Home chính là nơi lưu trú. Your Home phát triển rất nhanh với tốc độ tăng trưởng nhanh và doanh thu không ngừng tăng theo các báo cáo tài chính từ 2014 đến nay. Theo vnexpress.net, “Cục Du lịch Quốc gia đặt mục tiêu đón 17-18 triệu lượt khách quốc tế và 110 triệu lượt khách nội địa trong năm 2024”. Đây là một điều kiện lý tưởng để Your Home càng mở rộng mô hình trong thời gian tới. Đặc biệt là các thành phố như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội và Đà Nẵng luôn đạt tốc độ tăng trưởng về phòng hay căn hộ đăng ký cho thuê ở mức cao.

### III. Cơ hội thị trường

Cơ hội thị trường đề cập đến lợi nhuận tiềm năng mà một doanh nghiệp có thể kiếm được bằng cách bán một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể ở một thị trường đã được xác định. Đó là một khái niệm thường được các doanh nhân và chủ doanh nghiệp sử dụng để đánh giá tính khả thi của ý tưởng kinh doanh của họ. Cơ hội thị trường cho một sản phẩm hoặc dịch vụ được xác định bởi nhiều yếu tố, bao gồm quy mô thị trường, sự cạnh tranh trên thị trường cũng như nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng trên thị trường.

Hiểu được cơ hội thị trường là điều quan trọng đối với bất kỳ doanh nghiệp nào, vì nó có thể giúp xác định liệu ý tưởng kinh doanh có đáng theo đuổi hay không. Nó cũng có thể giúp doanh nghiệp xác định các lĩnh vực tiềm năng tăng trưởng và mở rộng.

#### 3.1 Xu hướng phát triển của thị trường Việt Nam trong ngành TMĐT

##### 3.1.1 Tốc độ tăng trưởng mạnh

Theo báo cáo của Bộ Công Thương, năm 2023, quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ tại Việt Nam dự kiến đạt 20,5 tỷ USD, tăng khoảng 4 tỷ USD so với năm 2022, tương đương với mức tăng trưởng khoảng 25%. Tốc độ tăng trưởng của thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam đã lọt vào nhóm 10 quốc gia có tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử hàng đầu trên thế giới, theo thông tin từ Statista tính đến tháng 12/2023. Nếu như năm 2018, doanh thu thương mại điện tử B2C Việt Nam mới chỉ đạt khoảng 8 tỷ USD, thì đến năm 2019, đã vượt mốc 10 tỷ USD (đạt 10,8 tỷ USD). Doanh thu tiếp tục tăng lên 11,8 tỷ USD vào năm 2020. Doanh thu thương mại điện tử bán lẻ (B2C) năm 2022 đạt 16,4 tỷ USD, chiếm 7,5% tổng doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng của cả nước.

##### 3.1.2 Tăng cường thanh toán trực tuyến

Sự phát triển của công nghệ số đã mở ra một loạt sự thay đổi đối với cách mà người tiêu dùng và doanh nghiệp tương tác. Đặc biệt, quá trình thanh toán trực tuyến giữa người mua và người bán đã trở nên phổ biến hơn với sự xuất hiện của các phương tiện như ví điện tử, Internet Banking, và Mobile Banking, thay thế cho việc sử dụng tiền mặt như trước. Sự gia tăng của Internet và số lượng người dùng Internet đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của người tiêu dùng số và các hình thức thanh toán trực tuyến không dùng tiền mặt.

Theo số liệu từ Statista, từ năm 2013 đến dự kiến đến năm 2028, số lượng người dùng Internet tại Việt Nam dự kiến sẽ tăng từ 34,32 triệu người lên 80,09 triệu người, trong đó số lượng người dùng Internet di động cũng dự kiến sẽ tăng mạnh, từ 0,88 triệu người lên 80,03 triệu

người trong khoảng thời gian nói trên. Từ đó sẽ mở ra cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp có áp dụng các dịch vụ thanh toán trực tuyến.

### 3.1.3 Chuyển đổi số

Nhờ sự phát triển của công nghệ kỹ thuật số và sự thúc đẩy của thời đại kinh tế số mà rất nhiều doanh nghiệp bán lẻ truyền thống đã chuyển đổi hình thức kinh doanh sang thương mại điện tử. Sự chuyển đổi số này tạo ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, để tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng thông qua các kênh trực tuyến. Đồng thời điều này giúp các doanh nghiệp dễ dàng hơn trong công cuộc quản lý và phân tích dữ liệu, giúp giảm chi phí vận hành.

Theo một nghiên cứu của tập đoàn dịch vụ tài chính DBS về chuyển đổi số cho thấy, gần 70% doanh nghiệp tại Việt Nam đã áp dụng phương pháp số hóa cho toàn bộ hệ thống để nâng tầm trải nghiệm và mức độ tương tác của khách hàng, vượt xa mức trung bình toàn cầu hiện giờ là 64%.

### 3.1.4 Tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong lĩnh vực du lịch thể giới

Du lịch trực tuyến là một dạng du lịch mà người tiêu dùng sử dụng Internet và các công nghệ số để tìm kiếm, đặt phòng và quản lý hành trình du lịch của mình. Các dịch vụ du lịch trực tuyến bao gồm việc tìm kiếm và đặt phòng khách sạn, căn hộ, nhà riêng, vé máy bay, vé tham quan và hoạt động giải trí, đặt xe thuê và các dịch vụ liên quan khác. Theo báo cáo của Google và Temasek, quy mô du lịch trực tuyến Việt Nam năm 2018 đạt 3,5 tỷ USD (tăng trưởng 15%), dự kiến 2025 con số này sẽ lên tới 9 tỷ USD. Trong đó, việc đặt vé máy bay, phòng khách sạn, tour du lịch và các dịch vụ hỗ trợ du lịch khác trên môi trường trực tuyến ngày càng tăng trưởng nhanh và thuận lợi cho người tiêu dùng.

## 3.2 Phân khúc khách hàng

### 3.2.1 Phân khúc về nhân khẩu học

Khách hàng của Your Home khá là đa dạng. Độ tuổi của khách hàng dao động từ 18 đến 60, không có sự chênh lệch đáng kể giữa tỷ lệ khách hàng nam và nữ. Khách hàng của Your Home thường có thu nhập trung bình khá trở lên, sẵn sàng chi trả cho những trải nghiệm du lịch độc đáo.

### 3.2.2 Phân khúc về địa lý

Hiện Your Home chỉ hoạt động ở quốc gia Việt Nam. Nên khách hàng chủ yếu là khách du lịch nội địa và các khách du lịch quốc tế sang Việt Nam du lịch.

### 3.2.3 Phân khúc về hành vi

Khách hàng của Your Home được phân xếp theo các mục sau:

- + Tần suất sử dụng: Khách hàng mới, thường xuyên, trung thành.
- + Mục đích du lịch: Nghi dưỡng, khám phá, công tác, học tập.
- + Loại hình chỗ nghỉ: Nhà nguyên căn, căn hộ, phòng riêng,...
- + Ngân sách du lịch: Tiết kiệm, tầm trung, cao cấp.

### 3.2.4 Phân khúc về tâm lý học

Phân khúc khách hàng theo giá trị (ưa thích trải nghiệm độc đáo, kết nối cộng đồng, tiện lợi, giá cả hợp lý), theo lối sống (phiêu lưu, thư giãn, văn hóa, ẩm thực) và theo tính cách (độc lập, hướng ngoại, hướng nội, cẩn thận).

## 3.3 Cơ hội thị trường của Your Home

### 3.3.1 Số lượng người dùng

Ngành du lịch trực tuyến trên thế giới nói chung và khu vực Đông Nam Á nói riêng đang trong giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ. Cụ thể thì theo báo cáo của Google và Temasek, lượng người dùng dịch vụ du lịch trực tuyến tại khu vực Đông Nam Á đã tăng từ 41 triệu lên 74,9 triệu người chỉ trong vòng 5 năm (2015-2020). Với mức tăng trưởng trung bình mỗi năm là 13%, dự kiến số lượng người dùng sẽ đạt mốc 100 triệu người vào năm 2025 và Việt Nam sẽ là một trong những thị trường lớn được hưởng lợi ích từ điều này.

### 3.3.2 Xu hướng kinh doanh homestay và chia sẻ nhà ở tại Việt Nam

Trong bối cảnh toàn cầu, Việt Nam đã ghi nhận một tăng trưởng đáng kể với mức tăng 452% về số lượng địa điểm lưu trú. Con số này vượt xa số liệu bình quân trên toàn thế giới, mà theo báo cáo chỉ đạt khoảng 140% vào năm 2019. (Theo AirDNA)

### 3.3.3 Xu hướng chi tiêu cho việc du lịch tại Việt Nam

Theo Tổng Cục thống kê, phân tích 7 tháng đầu của năm 2023, cho thấy được doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống và du lịch lữ hành đạt 395,8 ngàn tỉ đồng, tăng 17,7% so với cùng kỳ năm trước.

Theo số liệu mới nhất của Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, lượng khách quốc tế đến Việt Nam tháng 1 năm 2024 đạt trên 1,5 triệu lượt, tăng 10,3% so với tháng trước và tăng 73,6% so với cùng kỳ năm 2023.

Theo nghiên cứu mới nhất từ nền tảng thương mại điện tử chuyên về du lịch và trải nghiệm, Klook, đã thực hiện khảo sát trên hơn 300 người trẻ Việt Nam trong độ tuổi từ 20 đến 40. Kết quả cho thấy có 36% người tham gia khảo sát muốn chi tiêu từ 1.000 USD đến 2.000 USD cho một chuyến du lịch duy nhất.

Trên đây là những cơ sở để mở ra nhiều cơ hội phát triển trong lĩnh vực du lịch trực tuyến, đặc biệt là các doanh nghiệp có mô hình kinh doanh dịch vụ lưu trú như Your Home.

## IV. Môi trường cạnh tranh

Môi trường cạnh tranh là nơi mà các doanh nghiệp khác nhau cùng cung cấp các sản phẩm hay dịch vụ tương tự trong cùng một thị trường nhất định. Hệ thống này có các quy tắc và quy định của nó và bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố, chẳng hạn như số lượng và loại đối thủ cạnh tranh, rào cản gia nhập, quy mô thị trường,... Trong môi trường cạnh tranh, các đối thủ thường được chia thành hai loại: đối thủ cạnh tranh trực tiếp và đối thủ cạnh tranh gián tiếp. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp là những doanh nghiệp trong cùng một lĩnh vực kinh doanh các mặt hàng sản phẩm hay dịch vụ tương tự, nhắm đến cùng một đối tượng mục tiêu và cùng phục vụ cho một nhu cầu của khách hàng.

Đối thủ cạnh tranh gián tiếp là những doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng sản phẩm hay dịch vụ khác biệt và chúng có thể thay thế cho nhau, phân khúc khách hàng có thể khác nhau nhưng lại đáp ứng cùng một nhu cầu của khách hàng.

### 4.1 Tổng quan

Môi trường cạnh tranh của Your Home đang trở nên khốc liệt hơn trong lĩnh vực du lịch trực tuyến. Sự xuất hiện của nhiều đối thủ, bao gồm các nền tảng đặt phòng khách sạn truyền thống và các dịch vụ du lịch trực tuyến khác, đòi hỏi Your Home phải không ngừng nỗ lực để duy trì và mở rộng thị phần của mình. Điều này bao gồm việc liên tục cải thiện trải nghiệm của khách hàng, tăng cường hoạt động quảng cáo và tiếp thị, và phát triển các tính năng và dịch vụ mới để thu hút và giữ chân người dùng. Đồng thời, việc nắm rõ đối thủ cạnh tranh và duy trì các mối quan hệ mạnh mẽ với các chủ nhà và đối tác cũng đóng vai trò quan trọng trong việc giữ vững sự cạnh tranh của Your Home trong một thị trường ngày càng đa dạng và cạnh tranh.

### 4.2 Đối thủ cạnh tranh trực tiếp

Các đối thủ cạnh tranh hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh đặt phòng trực tuyến như Your Home gồm:

- **Tripadvisor (40,06%):** là nền tảng du lịch lớn nhất thế giới hiện nay với số lượng người truy cập đến tới 463 triệu mỗi tháng. Tripadvisor có đầy đủ các dịch vụ du lịch từ đặt phòng khách sạn hay nhà nghỉ, đặt vé máy bay, tìm nhà hàng, địa điểm du lịch cho đến việc so sánh giá cả dịch vụ với các trang web khác. Hiện Tripadvisor đã có mặt tại 49 thị trường với 28 ngôn ngữ khác nhau. Doanh thu trong năm 2023 của Tripadvisor đạt được là 1,79 tỷ USD và tổng lợi nhuận gộp thu được là 1,64 tỷ USD.

- Airbnb ((30.04%): là nền tảng cho thuê căn hộ du lịch lớn nhất thế giới với hơn 6 triệu căn hộ tại hơn 220 quốc gia và vùng lãnh thổ. Airbnb cung cấp đa dạng các loại hình căn hộ từ bình dân đến cao cấp, đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau.
- Expedia (9,10%): là một trong những nền tảng du lịch lớn và phát triển ở Châu Á. Họ cung cấp một loạt các lựa chọn về khách sạn, hoạt động du lịch và dịch vụ khác để đáp ứng nhu cầu của mọi khách hàng với mọi mức tài chính và sở thích du lịch. Hiện nay Expedia đã có mặt hơn 70 quốc gia và có hơn 50 triệu lượt người truy cập mỗi tháng. Doanh thu trong năm 2023 của Expedia Group, Inc đạt được là hơn 12,8 tỷ USD và tổng lợi nhuận gộp thu được là 11,3 tỷ USD.
- Booking.com (6,65%): là một trang thương mại điện tử và du lịch lớn hàng đầu thế giới. Booking.com hiện đang hỗ trợ 43 ngôn ngữ và cung cấp tổng cộng hơn 28 triệu đăng ký chỗ nghỉ theo báo cáo. Vào tháng 10 năm 2022, Booking.Com là trang web du lịch và lữ hành được truy cập nhiều nhất trên thế giới, với hơn 511 triệu lượt truy cập. Booking.com hiện có 198 văn phòng tại hơn 70 quốc gia trên thế giới. Doanh thu năm 2023 của Booking Holdings, Inc là 21,4 tỷ USD và tổng lợi nhuận gộp thu được là 18,07 tỷ USD

#### 4.3 Đối thủ cạnh tranh gián tiếp

Your Home không chỉ cạnh tranh với các nền tảng cho thuê nhà nguyên căn khác mà còn phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các dịch vụ lưu trú truyền thống. Việc hiểu rõ các đối thủ gián tiếp sẽ giúp Your Home có chiến lược phát triển hiệu quả và thu hút khách hàng tiềm năng.

- Các trang web đặt phòng khách sạn truyền thống: trang web chính chủ của khách sạn.
- Các dịch vụ du lịch truyền thống: Các công ty du lịch truyền thống và các đại lý du lịch cũng có thể là đối thủ cạnh tranh gián tiếp, đặc biệt là trong việc cung cấp các gói tour và dịch vụ du lịch tích hợp.

## V. Lợi thế cạnh tranh

Lợi thế cạnh tranh của một doanh nghiệp có thể được giải thích dựa trên các cơ sở lý thuyết quan trọng trong kinh doanh. Các lý thuyết như tạo giá trị cho khách hàng, chiến lược tập trung, quản lý mối quan hệ khách hàng, chiến lược tiếp cận đa kênh và tiếp thị trải nghiệm đều đóng vai trò quan trọng trong việc xác định và phát triển lợi thế cạnh tranh. Những lý thuyết này giúp doanh nghiệp tập trung vào việc cung cấp giá trị cho khách hàng, tối ưu hóa nguồn lực và năng lực của mình, xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng, tăng cường sự hiện diện trên thị trường và tạo ra trải nghiệm độc đáo và thú vị cho khách hàng.

Your Home đã đạt được những lợi thế cạnh tranh đáng kể trong ngành công nghiệp lưu trú và trải nghiệm du lịch. Dưới đây là một số điểm nổi bật về lợi thế của Your Home so với các đối thủ cạnh tranh.

- **Trải Nghiệm Địa Phương Tinh Tế:** Your Home không chỉ là nơi cung cấp chỗ ở mà còn là cầu nối giữa du khách và cộng đồng địa phương. Chúng tôi tạo ra những trải nghiệm độc đáo, từ các hoạt động địa phương cho đến gợi ý về địa điểm du lịch và ẩm thực địa phương, giúp du khách khám phá văn hóa và lối sống địa phương một cách chân thực.
- **Đa Dạng Lựa Chọn Chỗ Ở:** Với một danh sách phong phú của các loại chỗ ở, từ căn hộ sang trọng đến những trải nghiệm độc đáo như lâu đài hay nhà cây, Your Home mang lại sự đa dạng và lựa chọn phong phú cho mọi nhu cầu và ngân sách của khách hàng.
- **Tiết Kiệm Chi Phí:** Your Home cung cấp giá cả cạnh tranh và tiện ích tự phục vụ như bếp và máy giặt, giúp tiết kiệm chi phí cho cả chủ nhà và khách hàng. Chúng tôi cũng thường xuyên có các ưu đãi và khuyến mãi để giúp khách hàng tiết kiệm hơn.
- **An Toàn và Tin Cậy:** Quy trình xác minh danh tính và hệ thống đánh giá phản hồi giúp xây dựng sự tin cậy và tạo niềm tin trong cộng đồng. Chính sách bảo hiểm phòng trọ cũng giúp tăng cường an tâm cho cả hai bên.
- **Dịch Vụ Phụ Trợ Toàn Diện:** Ngoài việc cung cấp chỗ ở, Your Home còn tích hợp các dịch vụ phụ trợ như ăn uống, đưa đón, cho thuê xe và các trải nghiệm du lịch. Điều này tạo ra một trải nghiệm toàn diện và thuận tiện cho khách hàng.
- **Tính Linh Hoạt và Thân Thiện:** Your Home luôn coi trọng tính linh hoạt và thân thiện trong việc đặt phòng và cho thuê. Chúng tôi cam kết mang lại sự thoải mái và tiện lợi tối đa cho khách hàng của mình.





## VI. Chính sách thị trường

### 6.1 Cơ sở lý thuyết

Chiến lược thị trường là quá trình mà doanh nghiệp xây dựng kế hoạch tiếp thị dài hạn dựa trên tình hình hiện tại của họ, dự đoán về sự phát triển trong các khía cạnh như nguồn nhân lực, tài sản vật chất, và tài chính, cùng với việc dự báo sự biến đổi trong thị trường trong tương lai xa. Bên cạnh đó, việc xây dựng chính sách thị trường cũng góp phần giúp cho doanh nghiệp có thể thâm nhập sâu hơn vào thị trường và thu hút các khách hàng mục tiêu mới cho doanh nghiệp, đồng thời có thể giữ chân và tăng độ hài lòng, độ yêu thích của các khách hàng quen thuộc đối với doanh nghiệp.

### 6.2 Chiến lược thị trường của Your Home

#### **Chiến lược về giá**

- Mô hình giá linh hoạt: YourHome cho phép chủ nhà tự quy định giá thuê dựa trên các yếu tố như vị trí, kích thước và tiện nghi của căn nhà.
- Ưu đãi và khuyến mãi: YourHome thường cung cấp các ưu đãi và mã giảm giá cho cả chủ nhà và khách hàng mới.

#### **Chiến lược phân phối:**

- Nền tảng nội địa: YourHome mới chỉ có mặt tại Việt Nam, kết nối chủ nhà và khách hàng trong nước và mọi quốc gia khác.
- Đánh giá và phản hồi: Hệ thống đánh giá và phản hồi giữa chủ nhà và khách hàng giúp xây dựng niềm tin và minh bạch.

#### **Chiến lược xúc tiến:**

- Tiếp cận qua nền tảng số: YourHome đầu tư vào các chiến dịch quảng cáo trực tuyến trên các nền tảng số để tăng cường nhận diện thương hiệu và thu hút sự chú ý từ khách hàng tiềm năng.
- Chương trình giới thiệu: Khuyến khích người dùng hiện tại giới thiệu YourHome cho bạn bè và người thân thông qua các chương trình thưởng.

Những chiến lược này đã giúp YourHome xây dựng và duy trì vị thế của mình trong thị trường lưu trú Việt Nam, đồng thời thu hút và giữ chân được một lượng lớn khách hàng.

## VII. Phát triển tổ chức

### 7. 1 Cơ cấu tổ chức

YourHome tuân theo mô hình toàn diện hoặc một loại cơ cấu tổ chức phẳng , trong đó các nhóm được tổ chức cho các dự án để di chuyển nhanh chóng và lặp lại nhanh chóng, do đó giữ được cách tiếp cận tinh gọn và linh hoạt. YourHome cũng chuyển sang mô hình kết hợp nơi nhân viên có thể làm việc từ bất cứ đâu và gặp nhau hàng quý để lên kế hoạch trước và kết nối với nhau. Hiện tại, doanh nghiệp đang phân thành các phòng ban sau và các phòng ban này sẽ hoạt động và làm việc trực tiếp với ban giám đốc.

Phòng	Kết cấu	Chi tiết	Thuận lợi	Hạn chế
<b>Kỹ thuật và Sản phẩm</b>	Chức năng	<ul style="list-style-type: none"><li>– Các nhóm được tổ chức dựa trên các chức năng kỹ thuật, chẳng hạn như phát triển phần mềm, kỹ thuật dữ liệu và quản lý sản phẩm.</li><li>– Các nhà quản lý chức năng lãnh đạo các đội này.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Chuyên môn và chuyên môn trong lĩnh vực kỹ thuật.</li><li>– Quản lý hiệu quả các nhiệm vụ kỹ thuật và phát triển sản phẩm.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Rào cản giao tiếp tiềm ẩn giữa các nhóm kỹ thuật khác nhau.</li><li>– Làm việc riêng lẻ mà không có sự hợp tác đa chức năng.</li></ul>
<b>Dịch vụ chủ nhà và khách</b>	Chức năng	<ul style="list-style-type: none"><li>– Các nhóm tập trung vào việc hỗ trợ chủ nhà và khách, xử lý dịch vụ khách hàng, sự tin cậy và an toàn cũng như giải quyết tranh chấp.</li><li>– Các nhà quản lý chức năng giám sát các đội này.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Có kỹ năng hỗ trợ khách hàng và giải quyết xung đột.</li><li>– Quản lý hiệu quả mối quan hệ chủ – khách.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Có thể có sự sai lệch giữa dịch vụ khách hàng và phát triển sản phẩm.</li><li>– Thiếu sự tập trung toàn diện vào trải nghiệm người dùng.</li></ul>

<b>Tiếp thị và bán hàng</b>	Chức năng	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Các nhóm chịu trách nhiệm về các chiến dịch tiếp thị, quảng cáo và nỗ lực bán hàng.</li> <li>– Các nhà quản lý chức năng lãnh đạo các chức năng tiếp thị và bán hàng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Có kiến thức chuyên môn về chiến lược tiếp thị và bán hàng.</li> <li>- Thu hút khách hàng và tạo doanh thu hiệu quả.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Có khả năng kết nối giữa tiếp thị và phát triển sản phẩm.</li> <li>– Tổng quan về trải nghiệm người dùng toàn diện.</li> </ul>
<b>Tin cậy và An toàn</b>	Chức năng	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Các nhóm chuyên trách đảm bảo an toàn và bảo mật cho nền tảng của YourHome.</li> <li>– Các nhà quản lý chức năng giám sát các hoạt động tin cậy và an toàn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Thành thạo trong việc duy trì một nền tảng an toàn và sự tin tưởng của người dùng.</li> <li>– Ứng phó hiệu quả với các vấn đề về an toàn và sự cố.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Hạn chế tích hợp với các chức năng khác như kỹ thuật và phát triển sản phẩm.</li> <li>– Tiềm năng tin cậy và an toàn.</li> </ul>
<b>Danh mục sản phẩm</b>	Ma trận	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Các nhóm đa chức năng cho các danh mục sản phẩm khác nhau.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tăng cường hợp tác giữa phát triển sản phẩm và kỹ thuật.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tiềm ẩn sự tranh giành quyền lực giữa các nhà quản lý cấp bậc và chức năng.</li> </ul>

## 7. 2 Đặc điểm của cơ cấu tổ chức

### ● Mô hình Holacracy và Cấu trúc phẳng

- + YourHome đi theo mô hình toàn diện , nhấn mạnh vào cơ cấu tổ chức phẳng .
- + Các nhóm làm việc theo định hướng dự án, thúc đẩy sự linh hoạt và lặp lại nhanh chóng.
- + Cách tiếp cận tinh gọn và linh hoạt cho phép đưa ra quyết định nhanh chóng.

### ● Mô hình làm việc kết hợp

+ YourHome đã áp dụng mô hình làm việc kết hợp cho phép nhân viên làm việc từ xa hoặc tại văn phòng.

+ Sự linh hoạt về mặt địa lý cho phép nhân viên di dời mà không ảnh hưởng đến lương thưởng.

● **Họp nhóm thường xuyên**

+ Các cuộc họp nhóm trực tiếp thường xuyên được tổ chức, thúc đẩy các kết nối có ý nghĩa.

+ Cân bằng hiệu quả làm việc từ xa với kết nối trực tiếp giữa con người với nhau.

● **Cân bằng hiệu quả và kết nối con người**

+ Thừa nhận sự căng thẳng giữa hiệu quả làm việc từ xa và kết nối trực tiếp giữa con người với nhau.

+ Giá trị của các mối quan hệ sâu sắc hơn và sự hợp tác sáng tạo trong sự hiện diện vật lý.

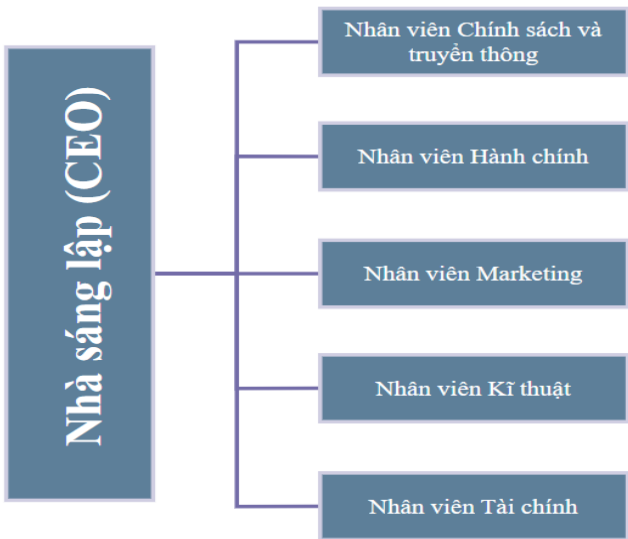
● **Sự thay đổi trong xu hướng tại nơi làm việc**

+ Sự phát triển của xu hướng nơi làm việc: từ không gian mở và các đặc quyền tại chỗ đến tính linh hoạt và làm việc từ xa.

+ Dự đoán rằng tính linh hoạt và làm việc từ xa sẽ thống trị văn hóa làm việc trong tương lai.

## VIII. Đội ngũ quản lý

### 8.1 Sơ đồ tổ chức công ty



Ảnh 2: Sơ đồ tổ chức công ty

### 8.2 Vai trò và phạm vi công việc của từng nhân sự

VAI TRÒ NHÂN SỰ CÔNG TY			
STT	Vị trí	Vai trò	Phạm vi công việc
1	Nhà sáng lập (CEO)	Là người đứng đầu công ty và có vai trò quan trọng trong việc xác định hướng phát triển chiến lược, định hình tầm nhìn và nắm giữ quyền lực lãnh đạo. Có trách nhiệm chung trong việc đưa ra quyết định chiến lược, tạo ra môi trường làm việc động lực và xây dựng mạng lưới liên kết với các đối tác và nguồn lực quan trọng.	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Xác định chiến lược và mục tiêu của công ty.</li><li>❖ Định hình tầm nhìn và giám sát hoạt động chung của công ty.</li><li>❖ Lãnh đạo và quản lý đội ngũ nhân sự.</li><li>❖ Xây dựng mạng lưới đối tác và quan hệ với các bên liên quan.</li><li>❖ Đưa ra quyết định chiến lược và quản lý rủi ro.</li></ul>
2	Nhân viên Chính sách và truyền thông	Nhân viên chính sách và truyền thông có nhiệm vụ phát triển và duy trì các chính sách và quy định liên quan đến việc cho thuê nhà, bao gồm các quy định về an toàn, bảo mật và quản lý rủi ro.	<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Đảm nhận vai trò quản lý các chiến lược truyền thông của công ty.</li><li>❖ Duy trì các kênh truyền thông xã hội.</li><li>❖ Chịu trách nhiệm điều phối các hoạt động truyền thông để giảm</li></ul>

			<p>thiếu thiệt hại cho hình ảnh công ty.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Hỗ trợ trong việc duy trì mối quan hệ tích cực với các bên liên quan.</li> </ul>
3	<b>Nhân viên Hành chính</b>	<p>Nhân viên hành chính chịu trách nhiệm quản lý và bảo quản các hồ sơ và tài liệu liên quan đến việc cho thuê nhà, bao gồm hồ sơ khách hàng, hợp đồng cho thuê, và các giấy tờ pháp lý khác</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Thực hiện các thủ tục hành chính như xử lý đơn đặt phòng, lập hợp đồng thuê nhà, và xử lý thanh toán.</li> <li>❖ Đảm nhận việc quản lý lịch trình và sắp xếp các cuộc họp cho các thành viên trong công ty</li> <li>❖ Giải quyết các vấn đề và cung cấp hỗ trợ cơ bản cho khách hàng liên quan đến việc thuê nhà.</li> </ul>
4	<b>Nhân viên Marketing</b>	<p>Nhân viên marketing đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và duy trì hình ảnh thương hiệu, thu hút và giữ chân khách hàng, và tăng doanh số bằng các hoạt động tiếp thị hiệu quả.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Thu thập và phân tích thông tin về thị trường cho thuê nhà</li> <li>❖ Xây dựng và triển khai các chiến lược tiếp thị để quảng bá thương hiệu và sản phẩm của công ty</li> <li>❖ Tạo và quản lý các chiến dịch quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến bằng Google Ads, Facebook Ads.</li> </ul>
5	<b>Nhân viên Kỹ thuật</b>	<p>Nhân viên kỹ thuật đảm nhận vai trò quản lý và phát triển các hệ thống công nghệ thông tin của công ty, bao gồm website, ứng dụng di động, cơ sở dữ liệu và các công cụ hỗ trợ khác. Đảm bảo rằng các hệ thống hoạt động một cách ổn định, an toàn và cung cấp trải nghiệm tốt</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Quản lý và phát triển các hệ thống công nghệ thông tin của công ty, bao gồm website, ứng dụng di động và cơ sở dữ liệu.</li> <li>❖ Đảm bảo rằng hệ thống công nghệ hoạt động ổn định, an toàn và cung cấp trải nghiệm tốt cho người dùng.</li> <li>❖ Giải quyết các vấn đề kỹ thuật và cung cấp hỗ trợ cho người dùng trong việc sử dụng các công nghệ của công ty.</li> </ul>

6	<p><b>Nhân viên Tài chính</b></p>	<p>Nhân viên tài chính có trách nhiệm quản lý các hoạt động tài chính của công ty. Đảm bảo rằng công ty có quy trình tài chính chặt chẽ, tuân thủ các quy định kế toán và báo cáo tài chính đúng thời hạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Quản lý các hoạt động tài chính của công ty, bao gồm kế toán, quản lý thu chi và dự báo tài chính.</li> <li>❖ Theo dõi và kiểm soát nguồn lực tài chính.</li> <li>❖ Tạo báo cáo tài chính và đảm bảo tuân thủ các quy định kế toán và thuế.</li> </ul>
---	-----------------------------------	--	---



## Tài liệu tham khảo

1. Bản Tin Kinh Tế và Dự Báo. (n.d.). Năm 2023, quy mô thị trường thương mại điện tử bán lẻ Việt Nam dự kiến đạt 205 tỷ USD. Truy cập tại: <https://kinhtevadubao.vn/nam-2023-quy-mo-thi-truong-thuong-mai-dien-tu-ban-le-viet-nam-du-kien-dat-205-ty-usd-27884.html>
2. Tạp chí Tài Chính. (n.d.). Người tiêu dùng số và thanh toán trực tuyến không dùng tiền mặt tại Việt Nam. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/nguoi-tieu-dung-so-va-thanh-toan-truc-tuyen-khong-dung-tien-mat-tai-viet-nam.html>
3. VNEconomy. (n.d.). Thương mại điện tử Việt Nam năm 2023 dự kiến đạt hơn 20 tỷ USD. Truy cập tại: <https://vneconomy.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-nam-2023-du-kien-dat-hon-20-ty-usd.htm>
4. Kinh Tế Đô Thị. (n.d.). Thương mại điện tử Việt Nam 2023 và xu hướng 2024. Truy cập tại: <https://kinhtedothi.vn/thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2023-va-xu-huong-2024.html>
5. Báo Lao Động. (n.d.). Giới trẻ Việt Nam sẵn sàng chi nhiều tiền đi du lịch. Truy cập tại: <https://laodong.vn/van-hoa-giai-tri/gioi-tre-viet-nam-san-sang-chi-nhieu-tien-di-du-lich-1222397.lido>
6. Advertising Vietnam. (n.d.). Kinh doanh Homestay nổi rõ nhờ nắm bắt xu hướng lưu trú 2021. Truy cập tại: <https://advertisingvietnam.com/kinh-doanh-homestay-no-ro-nho-nam-bat-xu-huong-luu-tru-2021-p18251>
7. AirDNA. (n.d.). Vietnam: Homestays provide opportunities. Truy cập tại: <https://www.airdna.co/blog/vietnam-homestays-provide-opportunities>
8. Bộ Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch. (n.d.). Du lịch Việt Nam hướng đến đón 18 triệu lượt khách quốc tế năm 2024 - Mục tiêu cao thách thức lớn để tạo đột phá. Truy cập tại: <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-viet-nam-huong-den-don-18-trieu-luot-khach-quoc-te-nam-2024-muc-tieu-cao-thach-thuc-lon-de-cao-tao-dot-pha-20240210072005944.htm>
9. Research Methodology. (n.d.). Your Home - segmentation, targeting, positioning. Truy cập tại: [\[https://research-methodology.net/Your-Home-segmentation-targeting-positioning/\]\(https://research-methodology.net/Your-Home-segmentation-targeting-positioning/\)](https://research-methodology.net/Your-Home-segmentation-targeting-positioning/)
10. Thời Báo Tài Chính Việt Nam. (n.d.). Doanh nghiệp Việt Nam có mức độ số hóa cao hơn mức trung bình toàn cầu. Truy cập tại: <https://thoibaotaichinhvietnam.vn/doanh-nghiep-viet-nam-co-muc-do-so-hoa-cao-hon-muc-trung-binh-toan-cau-132750.html>