

Ý ĐỊNH THUÊ VĂN PHÒNG ẢO CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

Ngày nhận bài: 01/02/2014

TS. Bùi Thanh Tráng¹

Ngày nhận lại: 25/02/2014

Ngày duyệt đăng: 10/03/2014

TÓM TẮT

Dịch vụ cho thuê văn phòng ảo rất phổ biến tại các nước phát triển vì tính hoàn hảo và chuyên nghiệp của nó. Tuy nhiên, tại Việt Nam dịch vụ này mới hình thành trong một vài năm trở lại đây và chưa phát triển vì nhiều lý do như công nghệ chưa đáp ứng, độ tin cậy chưa cao và thói quen sử dụng văn phòng truyền thống. Nghiên cứu này tập trung phân tích các nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo tại Thành phố Hồ Chí Minh (TPHCM) của các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Phương pháp nghiên cứu sử dụng bao gồm định tính và định lượng. Phân tích được thực hiện thông qua kiểm định thang đo hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy tuyến tính bội. Mô hình nghiên cứu được dựa trên cơ sở lý thuyết và kết quả nghiên cứu định tính. Kết quả nghiên cứu chỉ ra 4 nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo theo thứ tự từ lớn đến nhỏ: (1) chi phí, (2) vị trí, (3) sự linh hoạt, và (4) ứng dụng công nghệ. Kết quả nghiên cứu đã gợi ý một số kiến nghị đến các nhà kinh doanh cho thuê văn phòng ảo.

Từ khóa: Văn phòng ảo, ý định thuê, làm việc từ xa.

ABSTRACT

The service of virtual office leasing has been really popular in developed countries for being perfect and professional. However, in Vietnam this service has only been created within a few years and has not developed due to many reasons such as technological shortage, low credibility and the habit of employing traditional office. This research concentrates on analysing elements affecting the idea of renting virtual offices in Ho Chi Minh city (HCMC) of small and medium sized enterprises. Both qualitative and quantitative methodologies are included. Analysis is proceeded by Cronbach's Alpha credibility index testing, EFA exploratory components analysing and multiple linear regression analysing. The researching model is based on theoretical base and results of the qualitative research. The results of the research identified 4 elements affecting the intention of renting virtual offices in the perspective order which are: (1) cost, (2) location, (3) flexibility and (4) technological applicability. The research outcomes provided some proposals to virtual office owners.

Keywords: Virtual office, intention of renting, working faraway.

¹ TS, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.

Giới thiệu

Hiện tại nền kinh tế Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn khó khăn, sức mua của người tiêu dùng giảm đáng kể, doanh nghiệp thiếu vốn, phải thu hẹp hoạt động sản xuất kinh doanh, dừng hoạt động hoặc giải thể. Để tiếp tục duy trì hoạt động kinh doanh buộc các doanh nghiệp nhỏ và vừa phải tìm cách cắt giảm chi phí hoạt động. Một trong những chi phí cần xem xét là chi phí thuê văn phòng, chi phí đầu tư lắp đặt các thiết bị văn phòng, chi phí duy trì văn phòng, chi phí nhân sự... Làm thế nào để cắt giảm những chi phí đầu tư ban đầu, giảm bớt áp lực cho doanh nghiệp, và khuyến khích thành lập doanh nghiệp mới. Dịch vụ văn phòng ảo là một trong những giải pháp có thể cắt giảm chi phí cho doanh nghiệp mới thành lập và cả những doanh nghiệp đang hoạt động. Bởi vì những lợi ích có được từ văn phòng ảo như tiết kiệm chi phí đầu tư mà vẫn sử dụng được không gian văn phòng chia sẻ sang trọng, tiện nghi cao cấp, tọa lạc tại địa chỉ kinh doanh có uy tín, làm giảm khối lượng công việc quản lý văn phòng, và điều chỉnh một cách hài hòa giữa thời gian làm việc và dành cho gia đình, cá nhân. Văn phòng ảo giúp cho doanh nghiệp thể hiện được một hình ảnh chuyên nghiệp với chi phí thấp và có sự linh hoạt. Văn phòng ảo đã hình thành và phát triển khá nhanh tại các quốc gia trên thế giới. Riêng tại Việt Nam bắt đầu hình thành từ năm 2000 và đang phát triển tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Mục tiêu của bài viết này tập trung xem xét các nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại TP.HCM.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Văn phòng ảo khi mới ra đời đã nhanh chóng tạo ra sự hấp dẫn, thu hút sự chú ý của các doanh nghiệp có văn phòng tại nhà và các doanh nghiệp nhỏ. Các công ty này đã sử dụng văn phòng ảo trong các dịch

vụ tiếp tân và thiết lập các chương trình từ xa, và giúp họ có thể mở rộng hoạt động kinh doanh mà không cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng văn phòng. Có khá nhiều định nghĩa về văn phòng ảo, Gregory (1990), cho rằng văn phòng ảo (*virtual office*) là khái niệm kinh doanh mới cho phép người sử dụng văn phòng ảo có thể làm việc tại nhà trong khi vẫn khai thác những dịch vụ như lễ tân và phòng họp, đó là những dịch vụ tạo nên hình ảnh chuyên nghiệp cho văn phòng. Theo Davenport & Pearlson (1998), văn phòng ảo liên quan đến môi trường làm việc di động và từ xa, khi một công ty muốn chuyển sang văn phòng ảo phải xác định rõ ràng mục tiêu và nhu cầu của công ty để có thể lựa chọn loại hình văn phòng ảo phù hợp nhất. Ý tưởng văn phòng ảo ra đời từ sự kết hợp của những phát minh mới về công nghệ và thời đại thông tin. Văn phòng ảo là một thuật ngữ để chỉ một hình thức văn phòng đại diện giao dịch cung cấp dịch vụ thông tin liên lạc và địa chỉ, cho phép người sử dụng giảm chi phí văn phòng truyền thống nhưng vẫn duy trì tính chuyên nghiệp (‘ Virtual office ‘ 2013). Thuật ngữ “văn phòng ảo” hay có thể gọi là “văn phòng chia sẻ”, bao hàm ý nghĩa của việc sử dụng không gian, và ứng dụng đầy đủ các phương tiện thông tin liên lạc trực tiếp của một văn phòng chuyên nghiệp. Từ những định nghĩa nêu trên, chúng ta có thể xem văn phòng ảo là một sự kết hợp vận hành một doanh nghiệp từ xa thông qua việc sử dụng một địa chỉ làm văn phòng đại diện kinh doanh và ứng dụng phương tiện thông tin liên lạc trực tiếp, giúp người sử dụng dịch vụ giảm chi phí thuê văn phòng mà vẫn giữ được hình ảnh của một văn phòng truyền thống cao cấp và chuyên nghiệp.

Người sử dụng dịch vụ văn phòng ảo thông thường là những doanh nghiệp nhỏ và vừa, có số lượng nhân viên ít và bị hạn chế vốn đầu tư xây dựng văn phòng sang trọng và chuyên nghiệp. Lợi ích của văn

phòng ảo là giúp cho doanh nghiệp có địa chỉ kinh doanh mang tính ổn định và lâu dài của một văn phòng làm việc, dễ dàng và thuận tiện khi thiết lập các giao dịch, có đội ngũ nhân viên lễ tân văn phòng chuyên nghiệp, có trang thiết bị đáp ứng nhu cầu về thông tin liên lạc, và giảm được chi phí đầu tư văn phòng và chi phí thuê hàng tháng. Đầu tư để có được một văn phòng làm việc hiện đại, đầy đủ tiện nghi phục vụ cho công việc kinh doanh như điện thoại, fax, máy photo, kết nối internet, web, địa chỉ email, phòng họp tiện nghi với máy chiếu, là một gánh nặng chi phí đối với các doanh nghiệp nhỏ. Suy thoái kinh tế thế giới chưa được hồi phục, kinh tế Việt Nam vẫn còn nhiều khó khăn, giải pháp thuê dịch vụ văn phòng ảo sẽ giảm được chi phí cho các doanh nghiệp nhỏ, đồng thời mang lại hiệu quả kinh doanh nhất định cho các doanh nghiệp cho thuê văn phòng. Các doanh nghiệp kinh doanh văn phòng cho thuê từ trung cấp đến cao cấp có thể kết hợp khai thác cả dịch vụ cho thuê văn phòng truyền thống và văn phòng ảo.

Ý định sử dụng về bất kỳ một dịch vụ nào, thường dựa trên lợi ích của dịch vụ mang lại. Nghiên cứu về nhận thức lợi ích tác động đến ý định sử dụng đã có nhiều nghiên cứu, nhưng nổi bật nhất phải kể đến là của Azjen (1991) về thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Action) được kế thừa và phát triển từ thuyết hành động hợp lý (TRA-Theory of Reasoned Action) của Ajzen & Fishbein (1980). Theo thuyết hành vi dự định, có ba yếu tố là thái độ, chuẩn chủ quan, và nhận thức kiểm soát hành vi tác động đến ý định hành vi. Khi nghiên cứu cho một sản phẩm hay dịch vụ có liên quan đến chấp nhận công nghệ, Davis (1989) đưa ra mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model-TAM), trong đó nhận thức lợi ích và tính dễ sử dụng tác động trực tiếp đến ý định sử dụng. Nhận thức hữu ích hay lợi ích sử dụng là mức độ mà cá nhân hay tổ

chức tin rằng khi sử dụng dịch vụ sẽ nâng cao kết quả. Nhận thức tính dễ sử dụng là mức độ mà cá nhân hay tổ chức tin rằng khi sử dụng sẽ tiện ích, không phải nỗ lực nhiều. Sử dụng văn phòng ảo liên quan đến làm việc từ xa và để thực hiện các công việc phải có ứng dụng kết nối công nghệ. Chính vì vậy, nghiên cứu các nhân tố tác động đến ý định sử dụng văn phòng ảo được xem xét và dựa trên nền tảng là nhận thức lợi ích tác động đến ý định và hành vi tiêu dùng theo mô hình nghiên cứu của Davis (1989).

Nhận thức lợi ích của việc sử dụng văn phòng ảo hay thuê văn phòng ảo của các doanh nghiệp đã được nhiều nhà nghiên cứu đề cập, theo Ragins (1997), Hill và cộng sự (1998), cho rằng lợi ích chính của sử dụng văn phòng ảo là năng suất, sự linh hoạt và thời gian làm việc nhiều hơn, cân bằng công việc và cuộc sống. Nghiên cứu của Davenport & Pearlson (1998) và Kurland & Egan (1999), đề cập đến lợi ích của văn phòng ảo là cho phép người sử dụng có thể làm việc từ xa, làm việc tại nhà, mang tính di động giúp cho nhân viên dành nhiều thời gian tiếp xúc khách hàng, và sự linh hoạt. Tiếp theo nghiên cứu của Qurashi (2010), nhấn mạnh vào việc ứng dụng Smartphone trong công việc để tạo ra một môi trường làm việc ảo. Đối với văn phòng ảo, môi trường làm việc di động và từ xa, ứng dụng công nghệ là điều kiện không thể thiếu cho hoạt động này (Qurashi, 2010). Dựa vào kết luận các nghiên cứu trên, cho thấy mô hình chấp nhận công nghệ -TAM có thể ứng dụng để phân tích tác động của nhận thức lợi ích đến ý định thuê văn phòng ảo, trong đó các nhân tố được xem là lợi ích khi sử dụng văn phòng ảo bao gồm: năng suất, sự linh hoạt, cân bằng công việc và cuộc sống, ứng dụng công nghệ.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu được thực hiện thông qua

hai giai đoạn: sơ bộ và chính thức. Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng phương pháp định tính thông qua hình thức thảo luận trực tiếp dạng câu hỏi mở với năm chuyên gia trong lĩnh vực cho thuê văn phòng ảo tại TP.HCM gồm GOffice, Gegus, Central Office, SOffice, eSmart, và sáu chủ doanh nghiệp đã thuê văn phòng ảo. Do sự khác nhau về văn hóa, mức độ phát triển kinh tế, có thể các nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo tại các nước phát triển chưa thật sự phù hợp với thị trường Việt Nam, cho nên các nhân tố được điều chỉnh và bổ sung thông qua nghiên cứu định tính. Như trình bày trong phần cơ sở lý thuyết, có bốn khái niệm nghiên cứu được sử dụng trong nghiên cứu này, đó là (1) năng suất, (2) sự linh hoạt, (3) cân bằng công việc và cuộc sống, và (4) ứng dụng công nghệ. Trong quá trình thảo luận, khi đề cập đến khái niệm ‘năng suất’ nghĩa là làm việc với kết quả tốt nhất đạt được trong khoảng thời gian ngắn nhất và chi phí hợp lý nhất (Hill và cộng sự 1998). Kết quả thảo luận nhóm đã thống nhất cho rằng sử dụng văn phòng ảo thì chi phí đầu tư ban đầu thấp hơn văn phòng truyền thống, còn hiệu quả kinh doanh tốt hay xấu còn phụ thuộc vào quá trình quản lý. Các ý kiến cho rằng giá cả thuê văn phòng ảo thấp và giảm được chi phí đầu tư văn phòng sẽ thích hợp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do vậy, nhân tố ‘năng suất’ được thống nhất thay bằng ‘chi phí’. Sử dụng văn phòng ảo là cho phép các nhân viên làm việc từ xa, tại nhà hoặc quán cà phê, với một máy tính xách tay, điện thoại di động có thể liên lạc với nhau và với khách hàng. Doanh nghiệp sẽ không lo lắng nhiều về các chi phí thuê mặt bằng bao gồm chi phí đặt cọc ban đầu và chi phí thanh toán tiền thuê văn phòng hàng tháng, chi phí điện nước, internet, phí bảo vệ, duy trì văn phòng,... Ngoài ra, nhân tố ‘vị trí’ của văn phòng ảo được tất cả đối tượng tham gia thảo luận cho rằng địa điểm thuận tiện, tại các cao ốc văn phòng

nằm trong trung tâm thành phố sẽ thích hợp cho việc hội họp, giao tiếp khách hàng là rất quan trọng khi chọn thuê văn phòng. Dưa trên cơ sở lý thuyết và kết quả nghiên cứu định tính, bài viết này đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 5 nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo tại TP.HCM, đó là: (1) sự linh hoạt, (2) chi phí, (3) cân bằng công việc và cuộc sống, (4) ứng dụng công nghệ, và (5) vị trí.

- *Sự linh hoạt*: khi làm việc từ xa, người làm việc có thể tùy ý chọn vị trí làm việc theo ý của mình, có thể làm việc tại nhà, quán cà phê, hoặc thư viện. Người làm việc từ xa có thể tự sắp xếp thời gian của mình để gặp khách hàng, nhóm làm việc, và cũng có thể kết thúc thời gian làm việc sớm hay muộn theo ý mình. Như vậy, khi làm việc từ xa, người làm việc sẽ linh hoạt hơn về địa điểm và sắp xếp thời gian sao cho hiệu quả nhất. Giả thuyết H1 được đề xuất:

H1: Sự linh hoạt về địa điểm và thời gian của người làm việc từ xa có tác động thuận chiều đến ý định thuê văn phòng ảo.

- *Chi phí*: hầu hết những doanh nghiệp nhỏ và vừa khi đi vào hoạt động kinh doanh đều cố gắng tiết giảm chi phí, trong đó giảm chi phí đầu tư ban đầu và chi phí thuê văn phòng hàng tháng là cần thiết khi mà nguồn vốn đầu tư ít. Khi sử dụng văn phòng ảo, các khoản chi phí này sẽ thấp hơn so với đầu tư văn phòng truyền thống. Doanh nghiệp sử dụng văn phòng ảo mong muốn cắt giảm chi phí ở mức hợp lý nhưng vẫn đảm bảo hiệu quả kinh doanh, đặc biệt trong tình huống mà các doanh nghiệp gặp khó khăn trong sản xuất và kinh doanh. Giả thuyết H2 được đề nghị:

H2: Chi phí đầu tư và thuê văn phòng thấp có tác động thuận chiều đến ý định thuê văn phòng ảo.

- *Cân bằng công việc và cuộc sống*: làm việc trong văn phòng ảo, môi trường làm việc từ xa, có tính di động, người làm

việc có thể dành nhiều thời gian cho gia đình hơn như có thời gian chăm sóc con cái và vui chơi giải trí. Họ cũng có thời gian riêng cho bản thân, có thể kết thúc công việc bất cứ lúc nào khi cảm thấy áp lực mệt mỏi và có thể giải trí như đọc sách, nghe nhạc, xem phim hay làm bất cứ việc gì để thư giãn cho bản thân mình. Văn phòng ảo có thể mang lại sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống tạo ra môi trường và tinh thần làm việc tốt hơn. Giả thuyết H3 được đề nghị:

H3: Cân bằng công việc và cuộc sống của người làm việc từ xa có tác động thuận chiều đến ý định thuê văn phòng ảo.

- *Ứng dụng công nghệ*: sự phát triển nhanh của công nghệ đã tạo một xu hướng mới, thói quen mới và cách làm việc mới. Khả năng kết nối không dây của laptop, nhiều người có thể làm việc tại bất kỳ nơi nào họ cảm thấy thuận tiện. Cùng với sự phủ sóng rộng của mạng di động đã góp phần hỗ trợ rất lớn cho việc quản lý công việc của những người làm việc từ xa. Ứng dụng công nghệ là một trong những nhân tố tác động quyết định đến việc chọn làm việc trong văn phòng ảo. Giả thuyết H4 được đề nghị:

H4: Ứng dụng công nghệ của người làm việc từ xa có tác động cùng chiều đến ý định thuê văn phòng ảo.

- *Vị trí*: địa chỉ giao dịch kinh doanh thuận tiện, nằm ở trung tâm thành phố là

một nhân tố mà các doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ xem xét chọn thuê văn phòng ảo. Nhân tố này được phát hiện khi phỏng vấn trực tiếp khách hàng, đối với văn phòng ảo thì nhân viên làm việc từ xa, họ cần vị trí giao dịch vừa tiện lợi vừa mang tính chuyên nghiệp thể hiện ở chỗ có không gian văn phòng chia sẻ sang trọng, tiện nghi cao cấp. Giả thuyết H5 được đề nghị:

H5: Vị trí của văn phòng cho thuê có tác động cùng chiều đến ý định thuê văn phòng ảo.

Các thang đo của nhân tố sự linh hoạt, công bằng công việc và cuộc sống, ứng dụng công nghệ được dựa trên cơ sở lý thuyết của Hill và các cộng sự (1998), Raghuram và cộng sự (2001), và Qurashi (2010). Thang đo ý định thuê văn phòng ảo được điều chỉnh dựa trên thang đo ý định sử dụng của Davis (1989). Thang đo chi phí và vị trí được phát triển dựa trên kết quả phỏng vấn. Kết quả nghiên cứu sơ bộ cho thấy các khái niệm nghiên cứu đều có phát biểu rõ ràng, đầy đủ và dễ hiểu, thang đo các khái niệm nghiên cứu được thể hiện tại Bảng 1. Kết quả nghiên cứu này làm định hướng cho việc xây dựng bảng câu hỏi nghiên cứu định lượng. Bảng câu hỏi định lượng gồm có 21 biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likerts 5 điểm, (1: hoàn toàn không đồng ý, 5: hoàn toàn đồng ý).

Bảng 1. Thang đo các khái niệm nghiên cứu

Mã biến	Các biến quan sát
Linh hoạt	
FL1	Làm việc từ xa tôi có thể tùy ý chọn vị trí làm việc.
	Làm việc từ xa tôi có thể làm việc tại nhà, quán cà phê, hoặc thư viện.
FL2	Làm việc từ xa tôi có thể tự sắp xếp thời gian làm việc theo ý mình.
FL3	Làm việc từ xa tôi có thể kết thúc thời gian làm việc sớm hay muộn là do mình tự quyết định.
FL4	Làm việc từ xa tôi có thể linh hoạt trong việc gặp gỡ, tiếp xúc khách hàng.

Chi phí	
CO1	Thuê văn phòng ảo sẽ giảm chi phí đầu tư văn phòng và trang thiết bị.
CO2	Chi phí thuê của văn phòng ảo thấp hơn so với văn phòng truyền thống.
CO3	Giá thuê văn phòng ảo phù hợp với doanh nghiệp nhỏ và vừa.
Cân bằng công việc và cuộc sống	
WL1	Làm việc từ xa có thể làm mờ ranh giới giữa công việc và cuộc sống.
WL2	Làm việc từ xa tôi có thời gian cho bản thân nhiều hơn (thư giãn, gặp bạn bè, đọc sách...).
WL3	Làm việc từ xa tôi có thể sắp xếp thời gian dành cho gia đình (nội trợ, chăm sóc nhà cửa, chăm sóc con cái...).
WL4	Làm việc từ xa làm tăng mối quan hệ với các thành viên trong gia đình.
Công nghệ	
TE1	Sử dụng công nghệ internet tôi dễ dàng kết nối liên lạc khi làm việc từ xa.
TE2	Làm việc từ xa tôi quản lý được công việc khi sử dụng công nghệ kết nối wifi.
TE3	Công nghệ internet phát triển nhanh giúp tôi thuận tiện khi làm việc từ xa.
TE4	Ứng dụng công nghệ khuyến khích tôi sử dụng văn ảo.
Vị trí	
LO1	Tôi chỉ thuê văn phòng ảo có địa chỉ giao dịch thuận tiện, ở khu vực trung tâm.
LO2	Tôi thích thuê văn phòng ảo có vị trí dễ dàng tiếp cận khách hàng.
LO3	Tôi thích thuê văn phòng ảo tại nơi có phòng họp sang trọng, tiện nghi.
Ý định thuê	
VI1	Tôi dự định thuê văn phòng ảo trong thời gian tới.
VI2	Tôi sẽ tiếp tục thuê văn phòng ảo khi hợp đồng thuê hết hạn.
VI3	Tôi có khả năng thuê văn phòng truyền thống nhưng thuê văn phòng ảo là lựa chọn mà tôi thích.

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Nghiên cứu chính thức thông qua phương pháp định lượng nhằm sàng lọc các biến quan sát, xác định độ tin cậy và giá trị của thang đo, kiểm định mô hình và các giả thuyết. Thực hiện nghiên cứu trong giai đoạn này từ tháng 09/2013 - 11/2013, chúng tôi kết hợp với Công ty GIBC (Global Intergration Business Consultants) thông qua hình thức khảo sát trực tuyến. Mẫu nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp thuận tiện, lựa chọn khảo sát

1.000 doanh nghiệp nhỏ và vừa, chủ yếu là doanh nghiệp kinh doanh thương mại, quảng cáo, tiếp thị và du lịch. Với tổng số bảng câu hỏi thu về đạt yêu cầu là 241, đáp viên tham gia trả lời là chủ các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Số mẫu thu thập, có tỉ lệ nam chiếm 61%, ở độ tuổi từ 22-30 chiếm 56%, trên 30 đến 40 là 37%, và độ tuổi trên 40 chiếm tỉ lệ nhỏ 7%. Ngành nghề hoạt động, trong đó thương mại bao gồm cả kinh doanh trực tuyến chiếm tỉ lệ

lớn 41%, tiếp theo quảng cáo và tiếp thị là 26%, dịch vụ du lịch là 23%, tư vấn kinh doanh 6%, và các ngành khác chiếm tỉ lệ nhỏ 4%. Xét về quy mô doanh nghiệp theo vốn đầu tư, doanh nghiệp có vốn nhỏ hơn 0,5 tỉ đồng chiếm 48,2%, doanh nghiệp có vốn từ 0,5 tỉ đến dưới 1 tỉ đồng chiếm 31,2%, doanh nghiệp có vốn từ 1 tỉ đến 5 tỉ đồng chiếm 20,6%.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha và phân tích nhân tố EFA

Bảng 2. Kết quả hệ số Cronbach’s Alpha của các thang đo

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach’s Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
Linh hoạt (FL)	4	0,7187	0,564
Chi phí (CO)	3	0,7613	0,694
Công bằng công việc và cuộc sống (WL)	4	0,8635	0,584
Ứng dụng công nghệ (TE)	4	0,7524	0,663
Vị trí (LO)	3	0,8218	0,752
Ý định thuê văn phòng ảo (VI)	3	0,8372	0,641

Nguồn: Kết quả kiểm định thang đo từ số liệu điều tra

Với 21 biến quan sát đạt độ tin cậy được tiến hành đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA, theo Gerbing & Andersen (1998), phân tích nhân tố khám phá với phép trích hệ số sử dụng là Pricipal Axis Factoring, phép xoay là Promax, thang đo được chấp nhận với hệ số tải nhân tố phải lớn hơn 0,5 và tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50%. Kết quả phân tích EFA lần thứ nhất của 5 nhân tố thuộc các biến độc lập, có 1 biến quan sát có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 (WL4: 0,315) bị loại. Tiếp tục thực hiện phân tích EFA lần thứ hai, kết quả phân tích tại Bảng 3 cho thấy

Đánh giá độ tin cậy thang đo các nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo được thực hiện thông qua hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha. Kết quả phân tích tại Bảng 2 cho thấy các thang đo của các nhân tố đều có hệ số Cronbach’s Alpha của các biến dao động trong khoảng từ 0,7187 đến 0,8635 và các hệ số tương quan biến tổng của các thang đo đều lớn hơn 0.3, nên tất cả các thang đo của các nhân tố đều đạt độ tin cậy (Nunnally & Burnstein 1994).

5 thành phần được trích tại giá trị Eigen là 1,263 và phương sai trích là 62,89% lớn hơn 50%, các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu. Đồng thời thực hiện phân tích nhân tố EFA cho khái niệm ý định thuê văn phòng ảo với 3 biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 (VI1: 0,723; VI2: 0,815; và VI3: 0,675), giá trị Eigen là 2,415 và phương sai trích là 68,46%. Như vậy, các thang đo các khái niệm được chấp nhận và đảm bảo độ tin cậy và được sử dụng cho phân tích hồi quy tuyến tính bội.

Bảng 3. Phân tích nhân tố EFA

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
FL1	0,735				
FL2	0,721				
FL3	0,613				
FL4	0,574				
CO1		0,731			
CO2		0,845			
CO3		0,683			
WL1			0,803		
WL2			0,817		
WL3			0,723		
TE1				0,872	
TE2				0,756	
TE3				0,781	
TE4				0,822	
LO1					0,714
LO2					0,863
LO3					0,647
Eigenvalues	9,321	3,245	2,03274	1,452	1,263
Phương sai trích (%)	34,665	11,229	7,273	5,147	4,586

Nguồn: Kết quả kiểm định thang đo từ số liệu điều tra

4.2. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Phân tích hệ số tương quan nhằm xem xét mối quan hệ chặt chẽ giữa hai hay nhiều biến, với giá trị tuyệt đối của hệ số tương quan bằng 1 thể hiện mối tương quan khá chặt chẽ. Nếu hệ số tương quan thấp hơn 0,85 chứng tỏ có giá trị phân biệt tồn tại giữa hai biến (John & Benet-Martinez, 2000). Kết quả ma trận hệ số tương quan của Bảng 4 có mức ý nghĩa $\alpha \leq 0,05$, và các hệ số tương quan giữa các biến dao động trong khoảng từ 0,312 đến 0,753 (thấp hơn

chỉ số điều kiện: 0,85), cho thấy 5 biến độc lập có mối tương quan tuyến tính khá chặt chẽ với biến phụ thuộc là ý định thuê văn phòng ảo. Như vậy, các khái niệm nghiên cứu: linh hoạt, chi phí, cân bằng công việc và cuộc sống, ứng dụng công nghệ, và vị trí đạt được giá trị phân biệt, nghĩa là tất cả các thang đo trong kết quả nghiên cứu này đã đo lường được các khác niệm nghiên cứu khác nhau nên được đưa vào phân tích hồi quy.

Bảng 4. Ma trận tương quan giữa các thành phần

	FL	CO	WL	TE	LO	VI
Linh hoạt (FL)	1,000	0,312**	0,541**	0,473**	0,571**	0,592**
Chi phí (CO)		1,000	0,436**	0,325**	0,617**	0,753**
Công bằng công việc và cuộc sống (WL)			1,000	0,543**	0,475**	0,635**
Ứng dụng công nghệ (TE)				1,000	0,352**	0,738**
Vị trí (LO)					1,000	0,612**
Ý định thuê văn phòng ảo (VI)						1,000

Ghi chú: **: Tương quan Speaman’s Rho có ý nghĩa thống kê ở mức $p < 0.01$, $n = 241$

Nguồn: Kết quả phân tích tương quan từ số liệu điều tra.

Phân tích hồi quy tuyến tính bội về mối quan hệ giữa các nhân tố tác động đến ý định thuê văn phòng ảo được thể hiện tại Bảng 5 có hệ số xác định R^2 điều chỉnh là 0,613, có nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính bội đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu đạt mức 61,30%, và phân tích phương sai có giá trị kiểm định $F=132,265$. Riêng nhân tố cân bằng công việc và cuộc sống (WL) bị loại ra khỏi phương trình hồi quy do có $\text{sig} = 0.125 > 0.05$, còn lại 4 nhân tố với mức ý nghĩa Sig. là 0,000 nhỏ hơn 0,05, điều này đảm bảo ý nghĩa về mặt thống kê, chứng tỏ mô hình hồi quy này phù hợp với tập dữ liệu và đảm bảo độ tin cậy. Mô hình mối tương quan hồi quy tuyến tính bội các nhân tố được biểu thị thông qua các hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa của các biến độc lập tác động cùng chiều đến biến phụ thuộc theo thứ tự từ cao đến thấp là: chi phí ($\beta=0,395$), vị trí ($\beta=0,317$), sự linh hoạt ($\beta=0,281$), và công nghệ ($\beta=0,152$).

Kết quả của Bảng 5 cho thấy hệ số độ chấp nhận (Tolerance) thấp từ 0,529 đến 0,798 và giá trị VIF từ 1,842 đến 2,879 (nhỏ hơn 10), như vậy không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến và không có mối tương quan chặt chẽ giữa các biến độc lập (Belsley & cộng sự, 1993). Kết quả phân tích chỉ ra mô hình hồi quy phù hợp với các dữ liệu và các biến có ý nghĩa về mặt thống kê với mức ý nghĩa 5%, kết luận là các giả thuyết H1, H2, H4 và H5 đều được chấp nhận.

Nhân tố cân bằng công việc và cuộc sống bị loại bỏ có thể được lý giải là do những người làm việc từ xa không thể tách bạch công việc và cuộc sống, khó đo lường thời gian làm việc và thời gian dành cho cá nhân và gia đình bởi vì họ có thể làm việc buổi tối, hoặc ngay cả khi đi chơi cùng gia đình. Do vậy, những người làm việc từ xa không nghĩ rằng môi trường văn phòng ảo có thể cân bằng công việc và cuộc sống.

vụ truy cập Internet tốc độ cao với đường truyền cáp quang ổn định, và quây nước phụ vụ miễn phí như trà, cafe, nước uống. Doanh nghiệp cho thuê văn phòng ảo nên xem xét chi phí của gói dịch vụ cơ bản ở mức thấp nhất, không đặt mục tiêu lợi nhuận mà chủ yếu để thu hút khách hàng. Bên cạnh đó, cần tập trung vào khai thác dịch vụ cộng thêm để tăng doanh thu và lợi nhuận, dịch vụ này được xem là yếu tố mang tính cạnh tranh để phát triển bền vững. Dịch vụ cộng thêm cần đa dạng như dịch vụ văn phòng chuyên phát thư từ, bưu phẩm, phòng họp, đăng ký giấy phép kinh doanh, dịch vụ viễn thông.

Thứ hai, vị trí văn phòng là nhân tố khá quan trọng khi kinh doanh cho thuê văn phòng ảo, bởi vì đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa khi thuê văn phòng ảo, đây chính là văn phòng đại diện của doanh nghiệp, là hình ảnh của doanh nghiệp. Do vậy, chọn lựa vị trí để khai thác dịch vụ cho thuê văn phòng ảo là một trong những yếu tố quyết định sự thành công. Vị trí văn phòng

nên được đặt tại các quận trung tâm của TPHCM nơi có nhiều doanh nghiệp hoạt động như quận 1, 3, 7, Phú Nhuận, Bình Thạnh, tại những nơi giao thông thuận tiện và dễ tiếp cận.

Thứ ba, sự linh hoạt là nhân tố có tác động đến ý định thuê văn phòng ảo của doanh nghiệp. Sự linh hoạt là đặc tính hấp dẫn của văn phòng ảo, những người làm việc từ xa thường gắn liền với tính linh hoạt về địa điểm, thời gian làm việc, giao dịch với khách hàng. Khai thác nhân tố linh hoạt về thời gian thì các doanh nghiệp kinh doanh cho thuê văn phòng ảo nên kéo dài thời gian mở cửa ngoài giờ hành chính của các ngày trong tuần từ thứ 2 đến thứ 6, và mở cửa phục vụ vào ngày thứ 7 và chủ nhật để khách hàng có thể linh động làm việc. Sự linh hoạt về địa điểm đòi hỏi các đơn vị cho thuê văn phòng ảo nên có nhiều chi nhánh tại các quận trong TPHCM, hoặc tại các thành phố như Hà Nội, Đà Nẵng để khách hàng có thể có nhiều văn phòng tiếp khách đồng nhất cùng một hệ thống.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Azjen, I. 1991, 'The Theory of Planned Behavior', *Organizational Behavior and human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
2. Ajzen, I., & Fishbein, M 1980, *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
3. Belsley, D. A., Kuh, E. & Welsch, R. E 1980, *Regression Diagnostics: Identifying Influential Data and Sources of Collinearity*, New York: Wiley.
4. Davis, F. D. 1989, 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology', *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
5. Davenport, T. H., & K. Pearlson 1998, 'Two cheers for the virtual Office', *ProQuest Central*, 53- 154.
6. Gerbing, W. D., & Anderson, J. C. (1988), "An Update Paradigm for scale Development Incorporating Unidimensionality and its Assessments", *Journal of Marketing Research*, 25(2), 186-192.
7. Gregory, R. (1990), *Intelligent Office*, truy cập ngày 06/11/2013 từ <http://bniembarcadero.com/intelligent-office>.
8. Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Prentice- Hall International, Inc.
9. Hill, E. J., Miller, B. C. Weiner, S. P., & Colihan, J. 1998, 'Influences of the

- virtual office on aspects of work and work/life balance', *Personnel Psychology*, 3, 667–684.
- 10.10. John, O.P., & Benet-Martinez, V. 2000, "Measurement: Reliability, Construct Validtion, and Scale Construction", In H.T. Reis & C. M. Judd (Eds), *Handbook of Research Methods in Social Psychology*, 33-369, New York:Cambridge University Press.
 - 11.11. Kurland, N. B., & Egan, T. D. 1999, 'Telecommuting: Justice and Control in the Virtual Organization', *Organization Science*, 10, 500–513.
 - 12.12. Nunnally.J., & I. H. Bernstein 1994), *Pschychometric Theory*, McGraw- Hill, New York.
 - 13.13. Qurashi, A 2010, 'The Era of the virtual office', *MSc Dissertation Aberdeen Business School*.
 - 14.14. Raghuram, S., R. Garudb, B. Wiesenfeldb & V. Gupta 2001, 'Factors contributing to virtual work adjustment', *Journal of Management*, 27, 383–405.
 - 15.15. Ragins, B. R. 1997, 'Diversified mentoring relationships in organizations: a power perspective', *Academy of Management Review*, 22, 482–521.