

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ LÀM VIỆC TRỰC TUYẾN Ở VIỆT NAM

ThS. Hồ Nhân Trí Dũng, TS. Phạm Quốc Trung (*)

Chức vụ: (*) Phó Trưởng Khoa, Khoa Quản lý Công nghiệp,

Trường Đại Học Bách Khoa, ĐHQG - TP.HCM

Địa chỉ: P. 105 Nhà B10, 268 Lý Thường Kiệt, P. 14, Q. 10, Tp.HCM

ĐTDD : 0932282146, E-mail: pqtrung@hcmut.edu.vn

TÓM TẮT: Ngày nay, thương mại điện tử (TMĐT) đã trở nên phổ biến và được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực trên thế giới. Tuy có sự phát triển nhanh chóng, nhưng ở Việt Nam, vẫn còn nhiều dịch vụ TMĐT chưa được đầu tư phát triển, một trong những dịch vụ đó là dịch vụ làm việc trực tuyến (LVTT). Để góp phần phát triển loại hình dịch vụ này, nghiên cứu tập trung tìm hiểu các nhân tố có ảnh hưởng lên quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Bằng việc thu thập, phân tích dữ liệu và nghiên cứu tình huống, nghiên cứu xác định những khó khăn của dịch vụ LVTT hiện nay ở Việt Nam, quy trình LVTT chuẩn và những đặc tính cần có của dịch vụ LVTT thành công. Theo kết quả phân tích, trong giai đoạn tìm việc, tính xác thực của thông tin công việc là quan trọng nhất; trong giai đoạn thực hiện công việc, yêu cầu dịch vụ để giải quyết những bất đồng là quan trọng nhất; và cuối cùng, giai đoạn hoàn thành công việc, yếu tố bảo đảm chi trả là quan trọng nhất. Dựa trên kết quả này, đề tài cũng đưa ra kiến nghị nhằm thúc đẩy sự phát triển của loại hình kinh doanh TMĐT này ở Việt Nam.

Từ khóa: TMĐT, làm việc trực tuyến, tuyển dụng trực tuyến, yếu tố ảnh hưởng, Việt Nam

1. GIỚI THIỆU

Hơn 15 năm kể từ khi internet được chính thức bắt đầu đưa vào sử dụng ở Việt Nam, người dùng Internet giờ đây có thể thấy một sự phát triển rất lớn trong ứng dụng internet vào tất cả các lĩnh vực từ cá nhân đến cộng đồng, doanh nghiệp, và chính phủ. Một trong những lĩnh vực phát triển nhất dựa trên nền tảng internet, đó là thương mại điện tử (TMĐT). Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế, trong năm 2011, Việt Nam đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của TMĐT khi nhiều doanh nghiệp lớn về TMĐT trên thế giới như Alibaba, Rakuten... đều có đầu tư mạnh mẽ vào Việt Nam. Theo báo cáo thương mại điện tử năm 2009, kết quả điều tra của Bộ Công Thương [2] với 2.004 doanh nghiệp trên cả nước trong năm 2009 cho thấy, gần như 100% các doanh nghiệp đã tổ chức triển khai ứng dụng TMĐT ở nhiều quy mô và mức độ khác nhau. Điều này chứng tỏ rằng việc ứng dụng TMĐT đã mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

Tuy TMĐT đã phát triển rất nhanh chóng ở Việt Nam, nhưng cho tới nay, dịch vụ làm việc trực tuyến (LVTT) vẫn còn bỏ ngõ. Cụ thể là chưa có một website nào ở Việt Nam được thiết kế cung cấp dịch vụ làm việc trực tuyến. Những trang tuyển dụng công việc truyền thống uy tín tại Việt Nam như www.vietnamworks.com, www.VNRecruitment.com, và www.timviecnhanh.com tuy không hạn chế việc đăng tuyển công việc LVTT nhưng đây không phải là phân khúc sản phẩm dịch vụ của họ. Vì thế, nguồn lực lao động từ xa vẫn còn bỏ hoang mà chưa có nơi nào thực sự đáng tin cậy để khai thác nó. Tuy có ưu điểm rõ ràng là nhanh chóng và tiết kiệm chi phí, nhưng dịch vụ LVTT vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng của nó. Vậy có những yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT ở Việt Nam? Đề tài này muốn tìm ra những yếu tố ảnh hưởng đó, đồng thời đề xuất một số kiến nghị để phát triển loại hình dịch vụ này.

Đề tài hướng đến các mục tiêu sau : (1) Khảo sát thị trường lao động LVTT ở Việt Nam & nghiên cứu các dịch vụ LVTT thành công ở nước ngoài để xây dựng quy trình LVTT chuẩn; (2) Thu thập dữ liệu để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT tại Việt Nam theo quy trình; (3) Đề xuất kiến nghị để nâng cao khả năng thu hút và tính hiệu quả của dịch vụ LVTT ở Việt Nam. Cấu trúc của bài nghiên cứu gồm các phần sau: (1) Giới thiệu; (2) Khái niệm và định nghĩa; (3) Dịch vụ LVTT ở Việt Nam và trên thế giới; (4) Mô hình nghiên cứu; (5) Quy trình và PP nghiên cứu; (6) Kết quả nghiên cứu; (7) Kiến nghị cho dịch vụ LVTT ở Việt Nam; và (8) Kết luận.

2. CÁC KHÁI NIỆM VÀ ĐỊNH NGHĨA

Thương mại điện tử, hay còn gọi là e-commerce, e-comm, hoặc EC, là sự mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như Internet và các mạng máy tính [3]. Tùy theo đối tượng tham gia, thương mại điện tử chia thành 4 loại hình chính B2B, B2C, C2B, C2C (B-doanh nghiệp, C-người tiêu dùng).

Làm việc trực tuyến (LVTT) là hình thức làm việc mà người lao động làm việc trên máy tính và giao kết quả công việc cho người sử dụng lao động qua internet. Người sử dụng lao động và người lao động không bắt buộc phải gặp nhau trực tiếp [3]. Làm việc trực tuyến là một dịch vụ thương mại điện tử thuộc nhóm C2C, nơi xem cá nhân hoặc doanh nghiệp sử dụng đều là người dùng (Consumer). Dịch vụ LVTT cung cấp một sản phẩm giao dịch công việc để người lao động tìm kiếm việc và người thuê lao động đăng công việc của họ.

Tuyển dụng trực tuyến (TDDT) là hình thức tìm kiếm lao động sử dụng mạng internet [3]. Người lao động sau khi được thuê sẽ làm việc tại các cơ quan hay công ty đó. Tuyển dụng trực tuyến là một dịch vụ cung cấp

thông tin hồ người lao động cho nhà tuyển dụng. Cần phân biệt giữa tuyển dụng trực tuyến và làm việc trực tuyến qua những đặc thù của nó. Sự khác nhau giữa hai hình thức này được mô tả chi tiết ở bảng sau.

Bảng 1. Phân biệt giữa Tuyển dụng trực tuyến và Làm việc trực tuyến (Nguồn: [1], [3], [4])

	Tuyển dụng trực tuyến	Làm việc trực tuyến
Khái niệm	Việc sử dụng công cụ internet để phục vụ hoạt động tuyển dụng.	Việc sử dụng công cụ internet để phục vụ hoạt động tuyển dụng và sau tuyển dụng.
Dịch vụ bao gồm	<ul style="list-style-type: none"> - Tìm kiếm và phân loại công việc. - Tìm kiếm và phân loại hồ sơ ứng viên. - Cơ sở dữ liệu công việc và hồ sơ ứng viên. - Hệ thống email liên lạc trong việc ứng tuyển. - Và các dịch vụ tiện ích khác như hướng dẫn cách viết CV, cách tìm ứng viên phù hợp... 	<ul style="list-style-type: none"> - Dịch vụ đầu giá dự án - Hỗ trợ lập và phân tích dự án trực tuyến. - Hỗ trợ theo dõi tiến độ công việc trực tuyến. - Công cụ chăm công trực tuyến. - Đánh giá chất lượng kết quả công việc. - Hệ thống chi trả trực tuyến. - Công cụ lưu trữ trực tuyến.
Mục Tiêu	<ul style="list-style-type: none"> - Giúp nhà tuyển dụng dễ dàng tìm được ứng viên phù hợp để làm việc trực tiếp tại tổ chức của nhà tuyển dụng. - Giúp người lao động dễ dàng tìm được việc phù hợp. - Tiết kiệm chi phí tìm việc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bao gồm các mục tiêu của tuyển dụng. - Khai thác nguồn lao động trực tuyến đang sẵn có. - Giảm chi phí sử dụng lao động. - Giúp linh động thời gian và không gian làm việc.
Phân khúc	- Lao động trực tiếp truyền thống. Người lao động ký hợp đồng làm việc dài hạn trực tiếp tại địa điểm của tổ chức.	- Chỉ làm việc trực tuyến. Các hợp đồng ngắn hạn. Làm việc độc lập về địa điểm vật lý và thời gian.

3. DỊCH VỤ LÀM VIỆC TRỰC TUYẾN Ở VN VÀ TRÊN THẾ GIỚI

Để tìm hiểu một mô hình dịch vụ LVTT, nghiên cứu chọn hướng tiếp cận thực tế đó là tìm hiểu các nhà cung cấp dịch vụ LVTT thành công trong và ngoài nước. Hướng tiếp cận này giúp xác định được một quy trình dịch vụ LVTT chuẩn để từ đó tiến hành nghiên cứu trên thị trường Việt Nam. Nghiên cứu tình huống nhằm xác định các giai đoạn cần có của dịch vụ LVTT và các vấn đề liên quan trong từng giai đoạn.

Hiện nay, tại Việt Nam đã có hàng ngàn các trang web tuyển dụng trực tuyến. Ngoài giao diện, cách sắp xếp hấp dẫn, khoa học các thư mục, công cụ tìm kiếm, trình bày hồ sơ ứng viên và nhà tuyển dụng, nội dung trang web rất được chú trọng đầu tư, đặc biệt là chuyên mục tư vấn dành cho người lao động. Những chủ đề được nhiều người quan tâm thường liên quan đến bí quyết chuẩn bị hồ sơ tìm việc và phỏng vấn thành công, hướng nghiệp... Theo thống kê của tạp chí Thế giới Vi tính (2011), 10 trang web tuyển dụng trực tuyến hàng đầu ở Việt Nam được sắp thứ tự như sau: 1. vietnamworks.com; 2. timviecnhanh.com; 3. vieclam.24h.com.vn; 4. tuyendung24h.com; 5. kiemviec.com; 6. careerlink.vn; 7. tuyendung.com.vn; 8. vieclam.tuoitre.vn; 9. laodong.com; 10. vieclam.vn. Tuy nhiên, các trang web tuyển dụng trực tuyến ở Việt Nam chưa quan tâm đến phân khúc việc làm trực tuyến. Tại trang www.vietnamworks.com, công việc LVTT không quá 100 trên tổng số hơn 3.500 việc đang đăng tuyển, chỉ chiếm 2,85% số công việc. Tại trang www.timviecnhanh.com, con số này chưa đến 400 việc trên tổng cộng hơn 12.000 công việc mới đăng tuyển, chỉ chiếm 3,33% số công việc.

Ở Việt Nam, những trang chú trọng đến LVTT lớn nhất cho tới nay gồm có www.lamviectructuyen.com, www.ddth.com, và www.ios.vn. Đa phần các công việc được đăng tuyển ở đây là nhập liệu, nhập Captcha, và những công việc không yêu cầu nhiều kỹ năng chuyên môn. Vì thế, nguồn lực lao động từ xa vẫn còn bỏ hoang mà chưa có nơi nào thực sự đáng tin cậy để khai thác nó. Hiện nay, các tính năng của website tuyển dụng trực tuyến chỉ mới tập trung vào giai đoạn tìm kiếm công việc, chứ chưa quan tâm đến các giai đoạn khác của làm việc trực tuyến, như: tiến hành công việc, thanh toán lương, dịch vụ hỗ trợ...

Để chọn được những website cung cấp dịch vụ LVTT đã thành công trên thế giới, nghiên cứu dựa trên các bộ tiêu chí định lượng đánh giá chung cho một website và riêng cho một dịch vụ LVTT. Bộ tiêu chí đó bao gồm chỉ số đo, lượng truy cập, số người dùng, số back link, đánh giá của SEO... Alexa là một bên thứ ba cung cấp đầy đủ các chỉ số đo lường theo bộ tiêu chí này. Vì thế tác giả dựa trên bảng xếp hạng của Alexa về các website để quyết định chọn lựa một mô hình thành công nhất.

Bảng 2. Bảng xếp hạng các website LVTT (Nguồn: [14])

Các website LVTT	Xếp hạng Alexa
www.freelancer.com	382
www.odesk.com	490
www.vworker.com	3.146
www.guru.com	3.343
www.peopleperhour.com	4.003
www.vietnamworks.com	13.842

Tác giả chọn hai website có chỉ số xếp hạng Alexa cao và phù hợp để xem là hai website thành công tiêu biểu trong dịch vụ LVTT là oDesk và Freelancer [8]. oDesk là một công ty với một thị trường việc làm toàn cầu và một loạt các công cụ nhằm mục tiêu vào các doanh nghiệp có ý định thuê và quản lý công nhân từ xa. Có trụ sở tại thành phố Redwood, CA. oDesk được thành lập vào năm 2003 bởi các doanh nhân Hy Lạp là Odysseas

Tsatalos và Stratis Karamanlakis. oDesk là một trong những công ty lớn nhất về thị trường làm việc trực tuyến bao gồm Elance, Freelancer, Guru, PeoplePerHour, vWorker và Nubelo, tạo ra những thị trường mà ở đó người thuê lao động và người lao động có thể liên lạc với nhau. Tương tự như oDesk, Freelancer là một thị trường outsource được thành lập năm 2009 bởi Matt Barrie. Website phân loại người dùng thành hai dạng là người thuê lao động và người lao động tự do. Người thuê lao động là những cá nhân hay các công ty tìm kiếm nguồn lực bên ngoài. Sau khi đăng ký làm thành viên của website, người dùng có thể đầu thầu dự án, hoặc đăng dự án riêng của chính mình. Để giúp người thuê lao động quyết định chọn đúng người làm việc, Freelancer cho phép người lao động tham gia làm bài kiểm tra và chứng minh kỹ năng của họ.

Qua phân tích quy trình của 1 số website LVTT trên, nhận thấy chúng đều bao gồm các giai đoạn sau: Tìm việc, Thực hiện công việc, Hoàn thành công việc, và Đánh giá kết quả. Phân tích 2 website LVTT trên theo 4 giai đoạn, các đặc điểm nổi bật mang lại sự thành công cho dịch vụ LVTT được tóm tắt trong bảng sau.

Bảng 3. Quy trình LVTT chuẩn và các đặc điểm cần thiết

Các giai đoạn Web LVTT	Tìm việc/ thuê lao động	Thực hiện công việc	Hoàn thành công việc	Đánh giá
oDesk.com	Công cụ tìm kiếm, công việc luôn cập nhật, công việc được xác thực, cam kết được thỏa thuận từ hai phía, sau đó, oDesk sẽ ghi lại bằng hợp đồng.	Có công cụ ghi lại thời gian làm việc thực sự, giải quyết các bất đồng giữa người lao động và người thuê lao động, có quy định về quyền sở hữu.	Đảm bảo chi trả cho người lao động, kiểm tra khả năng và phương thức thanh toán của bên thuê, phát hành thẻ để chi trả toàn cầu.	Đánh giá về người đã làm việc, đã thuê.
Freelancer.com	Đội ngũ hỗ trợ giải đáp trực tuyến, chi tiết hóa các yêu cầu công việc.	Báo cáo tiến độ công việc.	Giữ tiền và chuyển cho người lao động khi công việc kết thúc.	Chấm điểm người lao động và người thuê lao động.

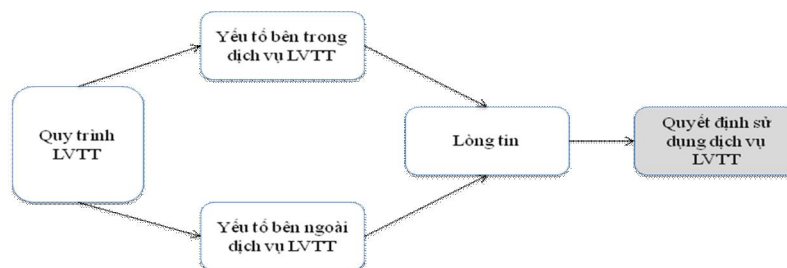
4. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Dựa vào phân tích 2 website LVTT thành công oDesk.com và Freelancer.com ở trên, 1 quy trình LVTT chuẩn được xác định gồm 4 giai đoạn: (1) Tìm việc, (2) Thực hiện công việc, (3) Hoàn thành công việc, và (4) Đánh giá. Ngoài ra, 1 số đặc tính cơ bản liên quan đến từng giai đoạn cũng được nhận diện, làm cơ sở để xác định các yếu tố cần thiết cho sự thành công của dịch vụ LVTT ở Việt Nam.

Tuy nhiên, đối với dịch vụ LVTT, một dịch vụ TMĐT dựa trên nền tảng CNTT, ý định sử dụng dịch vụ chịu ảnh hưởng rất lớn của lòng tin của người sử dụng [6]. Vì vậy, nghiên cứu này kết hợp các yếu tố xác định ở trên với mô hình lòng tin của người dùng trong môi trường kinh doanh trực tuyến [6] để xác định các yếu tố cần thiết đảm bảo cho sự thành công và thu hút của dịch vụ LVTT.

Trong bối cảnh kinh doanh TMĐT ở Việt Nam, lòng tin được đánh giá là yếu tố cốt lõi quyết định việc sử dụng dịch vụ TMĐT nói chung và dịch vụ LVTT nói riêng. Vì thế, nghiên cứu đã sử dụng thêm mô hình lý thuyết về vấn đề lòng tin của Jari Salo và Heikki Karjaluo (Nguồn [6]) để xác định các yếu tố ảnh hưởng lên ý định sử dụng dịch vụ LVTT. Mô hình niềm tin đã phân chia các yếu tố ảnh hưởng thành nhóm các yếu tố bên trong và nhóm các yếu tố bên ngoài. Các yếu tố bên trong bao gồm: Nhà cung cấp web, Hệ thống thông tin, Bên thứ ba, Đảm bảo thông tin cá nhân. Các yếu tố bên ngoài bao gồm: Đặc điểm của người dùng, Đặc điểm sản phẩm và dịch vụ, Sự khác nhau về thị trường, văn hóa và các quốc gia, Nhận thức về sự rủi ro, và Kinh nghiệm trong quá khứ.

Nhận thấy, quy trình LVTT có ảnh hưởng đến cả 2 yếu tố bên trong và bên ngoài của dịch vụ LVTT, nên khi kết hợp với mô hình trên sẽ giúp xác định các yếu tố một cách cụ thể và rõ ràng hơn. Từ những lý do trên, đề tài đã kết hợp quy trình LVTT chuẩn và mô hình lòng tin của Jari Salo và cộng sự [6], và đề xuất mô hình cho nghiên cứu này như trong hình sau.



Hình 1. Mô hình yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT

4.1. Yếu tố bên trong

Nhà cung cấp trang web: xét về kinh nghiệm của nhà cung cấp trang web ở Việt Nam, vì chưa có tổ chức nào xây dựng một cách chính thống và chuyên nghiệp nên tác giả bỏ qua yếu tố này do không thể khảo sát. Xét về khả năng mang lại giá trị của dịch vụ LVTT, nghiên cứu xây dựng hai yếu tố cho phần này đó là website có nhiều người dùng và website được xây dựng bởi một tổ chức nổi tiếng.

Hệ thống thông tin: Hệ thống thông tin được mô tả thông qua các yếu tố đó là độ hữu ích thông tin, có dễ dàng sử dụng và có tập huấn sử dụng. Đối với dịch vụ LVTT, thông tin công việc và thông tin người lao động là quan trọng nhất. Vì thế, nghiên cứu tiến hành xây dựng một yếu tố cho phần độ hữu ích thông tin đó là có nhiều công việc được cập nhật hay không. Xét về tính dễ sử dụng, bỏ qua những tính năng chung, mức độ dễ sử dụng được đo bằng sự thuận tiện của bộ máy tìm kiếm. Vì thế, nghiên cứu xây dựng một yếu tố cho phần dễ sử dụng đó là yếu tố một công cụ tìm kiếm hiệu quả và đơn giản. Về tập huấn sử dụng, vì đây là một dịch vụ đại trà, không chuyên biệt về một lĩnh vực nào nên tập huấn sử dụng dịch vụ là không cần thiết.

Bên thứ ba: được mô tả thông qua ba yếu tố đó là Trusted Seal, các chuyên gia huấn luyện và nhà cung cấp. Trusted Seal là bên thứ ba chứng thực đáng tin cậy cho website nhằm tăng lòng tin của người dùng vào dịch vụ. Nghiên cứu xây dựng một yếu tố cho phần này đó là “bên thứ ba chứng thực sẽ giúp tăng lòng tin của người dùng”. Xét về yếu tố chuyên gia huấn luyện, dịch vụ LVTT đòi hỏi chuyên môn về lĩnh vực khoa học, máy tính, công nghệ thông tin nên nhu cầu về huấn luyện, nâng cao kỹ năng chuyên môn là rất cần thiết. Nghiên cứu đã tiến hành xây dựng một yếu tố là đội ngũ chuyên gia huấn luyện. Một yêu cầu vô cùng quan trọng của dịch vụ LVTT liên quan đến việc chi trả đó là thanh toán trực tuyến. Từ đó, tác giả đã đưa ra một giải pháp cho nghiên cứu này là một phương thức thanh toán trực tuyến dễ dàng.

Đảm bảo thông tin cá nhân: đó là những cam kết về mặt pháp lý, về vấn đề sử dụng và bảo mật thông tin cá nhân. Nghiên cứu đưa ra một yếu tố đó là website phải tuân thủ các luật bảo mật do bộ công thương quy định.

4.2. Yếu tố bên ngoài

Đặc điểm người dùng: đối với dịch vụ LVTT là người dùng phải có kiến thức cơ bản và kỹ năng sử dụng internet. Các công việc LVTT đòi hỏi với kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn cao, vì thế, người làm việc trực tuyến phải có trình độ học vấn khá cao đủ để có hiểu biết, có cách nhìn đúng đắn về dịch vụ LVTT, và có khả năng thực hiện công việc. Nghiên cứu xây dựng một yếu tố cho phần đặc điểm người dùng là “sinh viên đại học hoặc đã đi làm”.

Đặc điểm sản phẩm dịch vụ: làm việc trực tuyến có một đặc thù khác với công việc truyền thống đó là tính ngắn hạn và thiếu cam kết lâu dài. Người lao động và người thuê lao động có cảm giác không tin tưởng lẫn nhau vì chưa hiểu nhau và không cần xây dựng mối quan hệ lâu dài với nhau. Nghiên cứu xây dựng một yếu tố cho phần đặc điểm sản phẩm dịch vụ “là tính ngắn hạn hay dài hạn của công việc”.

Sự khác nhau về văn hóa, thị trường, và quốc gia: vì mục tiêu của nghiên cứu là khảo sát trên thị trường Việt Nam nên sự khác nhau về văn hóa không ảnh hưởng đến nghiên cứu này.

Nhận thức về rủi ro: đó là nhận thức đúng đắn về mức độ rủi ro của dịch vụ LVTT và những tác động của nó. Đối với người lao động, rủi ro lớn nhất đó là không được đảm bảo chi trả, những bất đồng không được giải quyết. Đối với người thuê lao động thì rủi ro là công việc không được hoàn thành hoặc bị trễ hẹn, không đảm bảo chất lượng, và tốn quá nhiều chi phí cho nó. Nghiên cứu xây dựng ba yếu tố cho phần nhận thức về rủi ro đó là yếu tố đảm bảo chi trả, bảo mật thông tin, và đảm bảo sản phẩm công việc.

Kinh nghiệm trong quá khứ: giúp người dùng biết chính xác giá trị của dịch vụ LVTT, hiểu rõ những rủi ro và biết cách kiểm soát nó. Điều này giúp người dùng biết cách tìm và làm việc với người đáng tin cậy. Nghiên cứu xây dựng một yếu tố cho phần kinh nghiệm trong quá khứ là yếu tố về sự trải nghiệm thực sự của người dùng tạo nên lòng tin.

4.3. Các yếu tố khảo sát của đề tài

Kết hợp với các yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài như đã trình bày ở trên cùng với nghiên cứu tình huống của hai dịch vụ LVTT oDesk và Freelancer, tác giả bổ sung thêm một số yếu tố đảm bảo thành công của dịch vụ LVTT như là:

- Dịch vụ LVTT cần có bộ phận hỗ trợ trực tuyến để giải đáp các thắc mắc của người dùng. Vì người mới lần đầu sử dụng dịch vụ LVTT cần có người hướng dẫn về các quy trình tìm việc, làm việc, và chi trả.
- Đội ngũ quản lý dự án: đối với những người đăng việc trên dịch vụ LVTT, họ cần một dịch vụ giúp họ tuyển đúng người, đảm bảo công việc hoàn thành đúng như thỏa thuận về thời gian và chất lượng. Đội ngũ quản lý dự án sẽ đảm nhận vai trò này.
- Công cụ lưu trữ và chia sẻ trực tuyến: khi một nhóm làm việc trực tuyến, họ cần một nơi lưu trữ chung để lưu trữ tất cả những thông tin liên quan đến công việc để dễ dàng phối hợp công việc.

Bảng dưới đây tóm tắt các yếu tố dùng để khảo sát phân theo quy trình dịch vụ LVTT và các nhóm yếu tố bên trong, bên ngoài có ảnh hưởng lên quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Các yếu tố liệt kê trong bảng này sẽ được diễn giải thành các câu hỏi khảo sát dùng để thu thập dữ liệu ở phần sau.

Bảng 4. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT theo quy trình

Quy trình dịch vụ LVTT		Tìm việc/đăng việc	Thực hiện công việc	Sau khi hoàn thành công việc	Đánh giá & các yếu tố khác
Nhóm	Yếu tố				
Yếu tố bên trong dịch vụ LVTT	Nhà cung cấp trang web	Công việc phải được xác thực	-	-	Có giấy phép kinh doanh, có văn phòng thực tế, website có nhiều người dùng, website được xây dựng bởi các tổ chức nổi tiếng
	Hệ thống thông tin	Có nhiều công việc cập nhật, công cụ tìm kiếm đơn giản, đội ngũ hỗ trợ trực tuyến	Lưu trữ trực tuyến, ghi lại thời gian làm việc, bảo mật thông tin	-	Diễn đàn trực tuyến, hội thảo trực tiếp
	Bên thứ ba	-	Huấn luyện kỹ năng chuyên ngành	Phương thức thanh toán trực tuyến dễ dàng	Bên thứ ba đáng tin cậy chứng thực, đánh giá chất lượng công việc
	Đảm bảo thông tin cá nhân	-	-	-	Tuân thủ luật bảo mật, cam kết bảo mật thông tin cá nhân
Yếu tố bên ngoài dịch vụ LVTT	Đặc điểm người dùng	-	-	-	Chuyên ngành CNTT
	Đặc điểm sản phẩm dịch vụ	-	-	-	Thủ lao cao hơn so với công việc truyền thống, không phải chi trả các khoảng phát sinh
	Nhận thức về rủi ro	-	Yêu cầu bảo mật thông tin cá nhân	Đảm bảo chi trả, đảm bảo kết quả công việc	Giải quyết những bất đồng
	Kinh nghiệm quá khứ	-	-	-	Trải nghiệm thực sự

Ghi chú: Các ô “-” là các yếu tố không xem xét hoặc không có yếu tố phù hợp để xem xét.

5. QUY TRÌNH & PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

5.1. Quy trình nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu được tiến hành theo các bước sau:

Nghiên cứu lý thuyết: xác định mục tiêu của đề tài sau đó tìm cơ sở lý thuyết, các khái niệm và nghiên cứu có liên quan để xây dựng mô hình nghiên cứu.

Nghiên cứu tình huống (Case Study): tìm hiểu các mô hình dịch vụ LVTT thành công trên thế giới để xác định quy trình LVTT chuẩn và các đặc tính cần thiết cho dịch vụ LVTT thành công.

Xây dựng mô hình nghiên cứu: dựa vào cơ sở lý thuyết về mô hình lòng tin trong môi trường trực tuyến, phối hợp với quy trình và đặc tính của dịch vụ LVTT chuẩn ở trên, một mô hình nghiên cứu cho đề tài được đề xuất nhằm khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT.

Thiết kế bảng câu hỏi: dựa vào các yếu tố được xác định ở trên, nghiên cứu tiến hành xây dựng bảng câu hỏi để tiến hành khảo sát các đối tượng nghiên cứu.

Nghiên cứu sơ bộ: bảng câu hỏi được nghiên cứu sơ bộ trên 10 người, với mục đích kiểm tra độ rõ ràng về từ ngữ, các câu hỏi, và xem xét sự thống nhất giữa ý của câu hỏi và ý mà người đọc hiểu được.

Hiệu chỉnh bảng câu hỏi: sau khi nhận ý kiến phản hồi từ nghiên cứu sơ bộ, câu hỏi được chỉnh sửa và thiết kế sao cho dễ hiểu và đúng mục đích của nghiên cứu.

Nghiên cứu chính thức: bảng khảo sát sau hiệu chỉnh được gửi đến 250 đối tượng khảo sát là nhân viên của các công ty làm trong lĩnh vực công nghệ thông tin và sinh viên các trường đại học có các chuyên ngành liên quan đến lĩnh vực này.

Xác định yếu tố ảnh hưởng: thống kê mô tả được tiến hành trên các số liệu thu thập được để xác định các yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT ở Việt Nam.

Đề xuất kiến nghị: dựa trên kết quả phân tích, một số kiến nghị được đề xuất tập trung vào các yếu tố được đánh giá cao từ phía người tham gia LVTT.

5.2. Phương pháp nghiên cứu

Nguồn thông tin cho phân tích được thu thập từ thông tin thứ cấp (báo cáo TMĐT, mô hình lý thuyết, nghiên cứu trước...) và thông tin sơ cấp (phỏng vấn, bảng câu hỏi, quan sát...). Nghiên cứu được thực hiện theo hai giai đoạn chính đó là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu sơ bộ: phương pháp nghiên cứu định tính sử dụng kỹ thuật phỏng vấn cá nhân được thực hiện. Sau khi lập bảng câu hỏi khảo sát để sử dụng cho phần nghiên cứu định lượng, tác giả thực hiện phỏng vấn 10

người để tìm hiểu ý kiến của họ về bảng câu hỏi như mức độ rõ ràng của từ ngữ, khả năng diễn đạt của câu hỏi... Những kết quả đạt được trong buổi phỏng vấn được dùng làm cơ sở cho việc bổ sung, điều chỉnh các biến, các yếu tố để có được bảng câu hỏi chính thức dùng trong nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu chính thức: Trong giai đoạn này, nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp định lượng với kỹ thuật chủ yếu là sử dụng bảng câu hỏi để làm công cụ thu thập dữ liệu, được thực hiện từ 07/2013 đến 08/2013. Bảng câu hỏi được gửi trực tiếp bằng bảng in và gián tiếp qua email, facebook của đối tượng được phỏng vấn. Bảng câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT ở Việt Nam hiện nay. Dữ liệu được thu thập, làm sạch và dùng phương pháp thống kê mô tả, so sánh mean theo quy trình LVTT, phân tích t-Test để kiểm định sự khác biệt mean giữa các yếu tố bên trong và bên ngoài của mô hình lòng tin.

Phạm vi nghiên cứu: Thị trường nghiên cứu là Tp.HCM. Cỡ mẫu tối thiểu được xác định là gấp 5 lần số biến quan sát ($5 \times 26 = 130$). Mẫu nghiên cứu được lấy thuận tiện, dự kiến gồm 250 kỹ sư và nhà quản lý từ các công ty công nghệ thông tin bao gồm: Aricent Vietnam, Renesas Design Vietnam, CSC, và một số công ty khác.

6. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

6.1. Thống kê mô tả mẫu

Số bảng khảo sát thu được là 230 bảng, sau khi loại bỏ các bảng không hợp lệ, số mẫu thu được còn lại là 188 bảng. Số liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 16, kết quả thu được như sau:

Bảng 5. Thống kê mô tả mẫu

Biến số		Giá trị	Tần suất	Phần trăm
Biết về hình thức LVTT		Đã từng biết	163	86.7
		Chưa từng biết	25	13.3
Từng sử dụng dịch vụ LVTT		Đã từng	57	30.3
		Chưa từng	131	69.6
Đã từng LVTT (57)	Loại hình công việc LVTT	Lập trình	29	50.9
		Tiếp thị qua mạng	13	22.8
		Khác (Gỡ captcha, tư vấn, dịch thuật...)	15	26.3
	Hình thức công việc LVTT	Bán thời gian	46	80.7
		Toàn thời gian	11	19.3
	Thời gian làm việc trực tuyến	Dưới 6 tháng	28	49.1
		Dưới 1 năm	10	17.5
		Dưới 2 năm	8	14.1
		Từ 2 năm trở lên	11	19.3
	Ý định duy trì sử dụng dịch vụ LVTT	Tiếp tục	37	64.9
		Dừng	20	35.1
	Mức độ hài lòng	Rất hài lòng	9	15.8
		Hài lòng	21	36.8
		Bình thường	21	36.8
Không hài lòng		4	7.1	
Rất không hài lòng		2	3.5	
Chưa từng LVTT (131)	Ý định sử dụng LVTT nếu có cơ hội	Có	115	87.8
		Không	16	12.2

6.2. Phân tích các yếu tố tổng quát

Theo kết quả khảo sát, có 86.7% người đã biết về dịch vụ LVTT. Qua đó cho thấy, hình thức LVTT đã phổ biến rất rộng ở thị trường thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và Việt Nam nói chung. Điều này chứng tỏ rằng tiềm năng phát triển dịch vụ LVTT ở nước ta là rất lớn. Số lượng người đã từng tham gia làm việc trực tuyến hoặc thuê lao động làm việc trực tuyến còn khá ít chỉ chiếm 30.3%. Về chuyên ngành các công việc LVTT, công việc lập trình chiếm ưu thế với 50.9%. Điều này chứng tỏ, chuyên ngành chính của dịch vụ LVTT là những công việc trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Về hình thức công việc LVTT, có 80.7% công việc được thực hiện với hình thức bán thời gian. Con số này cho thấy tính ngắn hạn của các công việc làm việc trực tuyến. Về thời gian làm việc, có 49.1% người làm việc trực tuyến trong thời gian dưới 6 tháng. Điều này cho thấy rằng công việc của họ là nhất thời và không liên tục. Công việc chỉ phát sinh một cách ngẫu nhiên mà không có một tổ chức cung cấp chuyên nghiệp. Về ý định duy trì sử dụng dịch vụ LVTT, đa số những người đã từng tham gia sử dụng dịch vụ, hầu hết họ vẫn tiếp tục sử dụng. Điều này cho thấy tiềm năng phát triển lâu dài đối với dịch vụ LVTT. Về mức độ hài lòng trong công việc LVTT, theo kết quả khảo sát, mức độ hài lòng trung bình chỉ dừng lại ở 3.57 theo thang đo Likert 5 mức. Điều này chứng tỏ rằng, họ chưa thực sự hài lòng với công việc trực tiếp mà họ đã làm hoặc với người làm việc trực tuyến mà họ đã thuê. Về ý định tham gia sử dụng dịch vụ LVTT đối với những người chưa từng sử dụng dịch vụ này, có tới 87.8% người sẽ sử dụng dịch vụ LVTT nếu có cơ hội.

6.3. Phân tích các yếu tố theo quy trình LVTT

Trong *giai đoạn tìm việc hoặc thuê lao động*, kết quả khảo sát của bốn yếu tố cho thấy tất cả các biến số đều có giá trị trung bình lớn hơn 4 theo thang đo Likert 5 mức. Điều này chứng tỏ tất cả các yếu tố đều rất cần thiết trong giai đoạn tìm việc hoặc thuê lao động. Nổi bật nhất là yếu tố “Thông tin công việc phải được xác thực” với giá trị trung bình là 4.57. Con số này cho thấy người dùng rất quan tâm về độ xác thực thông tin công việc khi tham gia dịch vụ LVTT.

Kết quả khảo sát trong *giai đoạn thực hiện công việc* cho thấy, vấn đề tranh chấp và giải quyết những bất đồng trong quá trình thực hiện công việc được người dùng đặc biệt quan tâm. Giá trị trung bình của yếu tố này lên đến 4.38 theo thang đo Likert 5 mức. Ngược lại, yếu tố “Cần có phần mềm kiểm tra và ghi lại thời gian thực hiện công việc thực sự” có trung bình nhỏ nhất là 3.89. Điều này cho thấy, người dùng không đánh giá cao một công cụ như thế trong lĩnh vực LVTT.

Kết quả khảo sát trên 4 yếu tố trong *giai đoạn hoàn thành công việc* cho thấy “Vấn đề đảm bảo chi trả” với giá trị trung bình là 4.59, thể hiện sự quan tâm lớn nhất của người dùng đối với dịch vụ LVTT. Một vấn đề khác cũng rất được quan tâm đó là “một phương thức thanh toán dễ dàng và nhanh chóng” với giá trị trung bình là 4.48. Tuy nhiên, yếu tố “Tính theo thời gian làm việc, LVTT phải nhận thù lao cao hơn so với cách làm việc thông thường” không phải là một yếu tố có ảnh hưởng lớn đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT.

Kết quả khảo sát các yếu tố trong *giai đoạn đánh giá và các yếu tố khác* cho thấy những yếu tố phụ cũng mang những giá trị nhất định bổ sung cho dịch vụ LVTT. Đa số các yếu tố đều có giá trị lớn hơn 4, trong đó nổi bật nhất là yếu tố cần có một diễn đàn thảo luận về các vấn đề chung và chuyên môn liên quan đến công việc.

6.4. Phân tích các yếu tố bên trong và bên ngoài

Phân phân tích theo mô hình lòng tin không đi lý giải từng yếu tố đơn lẻ nên phân phân tích theo mô hình lòng tin sẽ phân tích vai trò của từng nhóm yếu tố và ảnh hưởng của nó đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Bảng dưới đây tóm tắt về nhóm các yếu tố trong mô hình lòng tin theo GTTB để tính trọng số. Mục đích của bảng tóm tắt là so sánh tác động của từng nhóm yếu tố đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT.

Bảng 6. Bảng tóm tắt mean các yếu tố bên trong và bên ngoài của mô hình lòng tin

	Nhóm các yếu tố	GTTB yếu tố	GTTB nhóm
Yếu tố bên trong	Nhà cung cấp trang web	4.21	4.20
	Hệ thống thông tin	4.18	
	Bên thứ ba	4.12	
	Bảo mật thông tin	4.27	
Yếu tố bên ngoài	Đặc điểm người dùng		4.06
	Đặc điểm sản phẩm dịch vụ	3.73	
	Nhận thức về rủi ro	4.40	
	Kinh nghiệm trong quá khứ	4.06	

Từ bảng trên, nhận thấy nhóm yếu tố bên trong có tác động lớn hơn đến niềm tin của người LVTT so với nhóm yếu tố bên ngoài. Tuy nhiên để xác định xem sự khác biệt trung bình trên thật sự có ý nghĩa thống kê hay không thì phải căn cứ vào kết quả kiểm định t-Test. Kết quả kiểm định t-Test giữa 2 nhóm yếu tố bên trong và bên ngoài cho thấy t-sig. < 0.05, chứng tỏ sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê ở mức 95%.

Với yếu tố bên ngoài, nhận thức về rủi ro là cơ sở quan trọng nhất để người dùng quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Với yếu tố bên trong, bảo mật thông tin là yếu tố được người dùng quan tâm nhất. Vì vậy, để xây dựng lòng tin và thu hút người dùng, nhà cung cấp DV LVTT cần chú trọng đến các giải pháp nhằm tăng tính bảo mật hệ thống, tạo cho người dùng cảm giác an toàn, và giúp họ tránh được các rủi ro khi sử dụng hệ thống.

6.5. Tóm tắt kết quả nghiên cứu

Theo kết quả nghiên cứu, trong giai đoạn tìm việc hoặc thuê lao động, tính xác thực của thông tin công việc là yếu tố cần được quan tâm nhất. Trong giai đoạn thực hiện công việc, yêu cầu dịch vụ để giải quyết những bất đồng giữa người thuê lao động và người lao động là yếu tố được mong đợi nhất ở người dùng. Giai đoạn sau khi hoàn thành công việc, yếu tố bảo đảm chi trả là yếu tố có ý nghĩa nhất đối với người dùng. Đi kèm với vấn đề chi trả là một phương thức thanh toán dễ dàng và nhanh chóng cũng được người dùng đánh giá cao. Thù lao cho làm việc trực tuyến không nhất thiết phải cao hơn so với làm việc truyền thống. Để đánh giá uy tín của một dịch vụ LVTT thì giấy phép kinh doanh là một tiêu chí cao nhất theo như kết quả khảo sát. Một tiêu chí thứ hai cũng không kém phần quan trọng đó là dịch vụ trực tuyến phải được chứng thực đáng tin cậy. Về những yếu tố bổ sung, diễn đàn thảo luận là yếu tố cần thiết nhất.

Khi phân tích các yếu tố theo mô hình lòng tin, hệ thống thông tin (yếu tố bên trong) là yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Yếu tố thứ hai là nhà cung cấp trang web. Nhóm yếu tố bên trong có ảnh hưởng lớn hơn so với nhóm yếu tố bên ngoài đến niềm tin của người LVTT.

7. KIẾN NGHỊ CHO DỊCH VỤ LVTT Ở VIỆT NAM

Từ kết quả khảo sát, tác giả dựa vào yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT đã phân tích đề xuất 3 giải pháp nhằm thu hút người lao động sử dụng DV LVTT như sau:

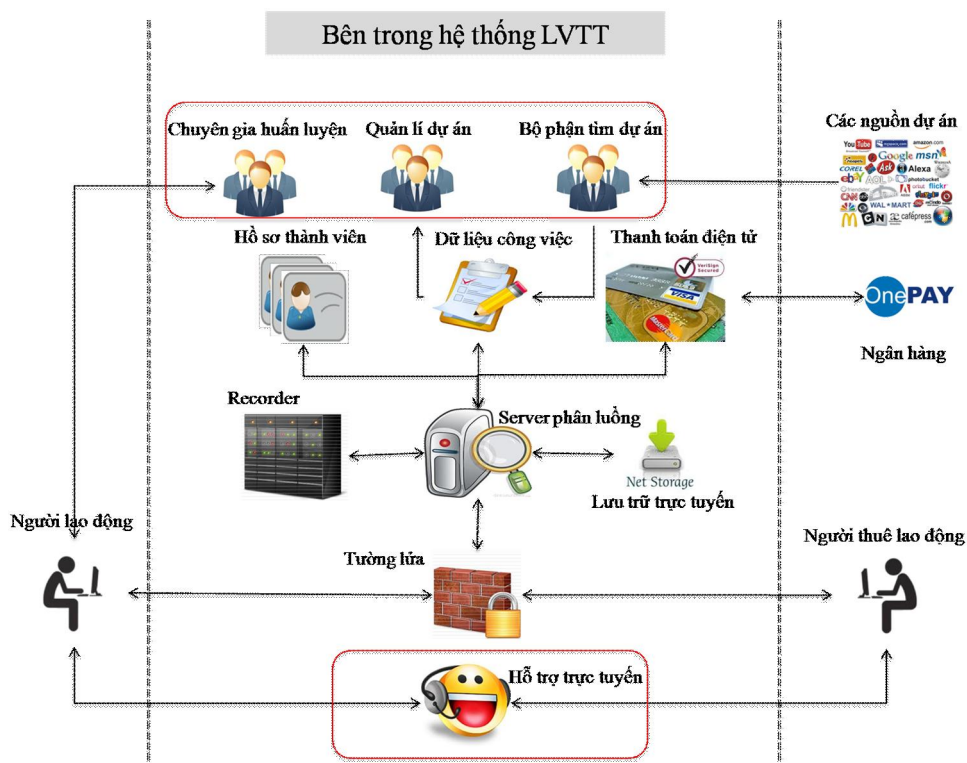
Đảm bảo chi trả khi công việc hoàn thành: Có hai hình thức mà dịch vụ LVTT có thể thực hiện để đảm bảo chi trả, là: (1) thu thu tiền thù lao cho công việc ngay khi người thuê lao động đăng công việc; (2) thay mặt cho bên thuê lao động đảm bảo chi trả cho người lao động. Hai hình thức này được sử dụng tùy vào độ tin cậy của người thuê lao động. Đối với những người đã thuê lao động nhiều lần và có phản hồi tốt, dịch vụ sẽ áp dụng hình thức 2 để thuận tiện hơn cho người dùng. Hình thức 1 thường áp dụng đối với những thành viên mới.

Xây dựng bộ phận xác thực thông tin: Các thông tin quan trọng cần xác thực phải được yêu cầu đối với người dùng ngay khi đăng ký thành viên và đăng công việc hoặc nhận việc. Bộ phận xác thực thông tin cần có bảng đo độ xác thực với những tiêu chí rõ ràng trong trường hợp thông tin chưa đủ để xác thực, bộ phận này có thể yêu cầu người dùng bổ sung thêm thông tin.

Phương thức thanh toán trực tuyến dễ dàng và nhanh chóng: nên chọn nhà cung cấp dịch vụ thanh toán trực tuyến OnePAY [13], vì đây là công ty dẫn đầu thị trường VN về thanh toán thẻ và các giao dịch trực tuyến.

Ngoài ra, một số giải pháp khác cũng được đề xuất để nâng cao hiệu quả dịch vụ LVTT, bao gồm: (1) Giải quyết những bất đồng xảy ra dựa trên các điều khoản chặt chẽ; (2) Xây dựng công cụ tìm kiếm đơn giản và hiệu quả; (3) Đảm bảo kết quả công việc hoàn thành đúng với yêu cầu qua đánh giá chất lượng công việc; (4) Nhà cung cấp dịch vụ cần có giấy phép kinh doanh; (5) Thông tin công việc được bảo mật; (6) Dịch vụ LVTT được chứng thực bởi tổ chức uy tín; (7) Xây dựng đội ngũ hỗ trợ và diễn đàn trực tuyến để giải đáp thắc mắc.

Từ kết quả phân tích trên, kết hợp với phỏng vấn một vài nhà quản lý dịch vụ LVTT ở Việt Nam, nhóm nghiên cứu đề xuất 1 kiến trúc hệ thống kết hợp giữa hạ tầng công nghệ và các chính sách quản trị để nâng cao tính thu hút của dịch vụ LVTT. Kiến trúc hệ thống LVTT có thể tóm tắt như trong hình sau:



Hình 2. Kiến trúc hệ thống LVTT đề xuất

8. KẾT LUẬN

Mục tiêu của nghiên cứu là xác định các yếu tố có ảnh hưởng đối với quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Qua thu thập và phân tích dữ liệu, nghiên cứu nhận dạng được 19 yếu tố thực sự ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ LVTT. Các yếu tố được phân tích theo quy trình LVTT (tìm việc, thực hiện công việc, hoàn tất công việc, và đánh giá), và theo mô hình lòng tin (các yếu tố trong và ngoài của nhà cung cấp dịch vụ).

Theo quy trình LVTT, yếu tố có ý nghĩa nhất là: Tính xác thực của thông tin tuyển dụng, Giải quyết mâu thuẫn phát sinh, Cơ chế thanh toán dễ dàng, nhanh chóng. Theo mô hình lòng tin, yếu tố cần thiết nhất là: Hệ

thông tin (bên trong), và Nhận thức về rủi ro (bên ngoài). Ngoài ra, nghiên cứu còn đề xuất một số kiến nghị để phát triển dịch vụ LVTT theo từng yếu tố. Một vài đề xuất tiêu biểu là: xây dựng bộ phận xác thực thông tin; có cơ chế thanh toán thù lao linh hoạt; và áp dụng cổng thanh toán Onepay để an toàn cho người dùng.

Một số hạn chế của nghiên cứu là: phạm vi nghiên cứu chỉ ở Tp.HCM nên chưa tổng quát; những giải pháp còn sơ lược và thiếu phân tích khả thi. Nghiên cứu có thể được mở rộng như sau: khảo sát trên thị trường LVTT cả nước; xây dựng các giải pháp chi tiết để phát triển dịch vụ LVTT ở Việt Nam.

KEY FACTORS AFFECTING ON DECISION OF USING ONLINE WORKING SERVICE IN VIETNAM

Ho Nhan Tri Dung, Pham Quoc Trung

HCMC University of Technology, VNU-HCM

ABSTRACT: *Today, e-Commerce becomes very popular all over the world. Although it has a fast development speed, until now in Vietnam, there are several e-Commerce services, which are lack of investment. One of these services is Online working service. In order to develop this sector of e-Commerce service in Vietnam, this research tries to explore key factors affecting on the decision of end-users on using Online working service. Through data collection, analysis and case studies, this research identifies problems of Online working service in Vietnam, standardized processes of Online working service in the world and necessary features of a successful Online working service. According to data analysis, most important factor in job finding phase is Accuracy of recruitment information; most important factor in job conducting phase is Service for solving conflicting; and finally, key factor in job finishing phase is Payment security service. Besides, this research also suggests some managerial implications for improving effectiveness of Online working service in Vietnam.*

Keywords: *e-Commerce, online working, online recruitment, impact factor, Vietnam*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Authorize.Net (2011), *eCheck.Net® - Operating Procedures and User Guide*, Authorize.Net.
- [2] Bộ Công Thương, (2008-2012), *Báo cáo TMĐT các năm 2008-2012*, Bộ Công Thương.
- [3] Efraim T., David K., Dennis V. & Jae L. (2008), *Electronic Commerce - A Managerial Perspective*, Pearson International Edition.
- [4] Kittipong L. (2005), *Critical Success Factors for E-commerce In Thailand*, Auburn, Alabama.
- [5] Ramu R. (2002), *Introductory Econometrics with Applications*, Hacourt College Publisher.
- [6] Salo J. & Karjaluo H. (2007), “A conceptual model of trust in the online environment”, *Online Information Review*, 31 (5), 604 – 621.
- [7] Strayhorn T.L. (2005), *More than money matters: an integrated model of graduate student persistence*, PhD. Thesis of Virginia Polytechnic Institute and State University, USA.
- [8] Website LVTT thế giới (7/2013), truy xuất www.odesk.com, www.freelancer.com, www.navigosgroup.com.
- [9] Website LVTT Việt Nam (7/2013), truy xuất tại www.VNRecruitment.com, www.vietnamworks.com, www.timviecnhanh.com.
- [10] Website Tạp chí thế giới vi tính - PCWorld (7/2013), truy xuất tại www.pcworld.com.vn
- [11] Website quản trị nguồn nhân lực ở Việt Nam (7/2013), truy xuất tại <http://www.crmvietnam.com>
- [12] Website TMĐT của Bộ Công Thương (7/2013), truy xuất tại <http://www.moit.gov.vn/>
- [13] Website thanh toán trực tuyến (7/2013), truy xuất tại www.onepay.vn
- [14] Website sắp hạng theo các tiêu chí Alexa (7/2013), truy xuất tại www.alexa.com
- [15] Yang D.J., Chou D.H. & Liu J. (2012), “A Study of Key Success Factors when Applying E-commerce to the Travel Industry”, *International Journal of Business and Social Science*, 3 (8), 114-119.