

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

**ĐỀ TÀI THAM GIA XÉT
GIẢI THƯỞNG "SINH VIÊN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC"
NĂM 2020**

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý
ĐỊNH TRỞ THÀNH FREELANCER (NGƯỜI LÀM
NGHỀ TỰ DO) CỦA GIỚI TRẺ TRÊN ĐỊA BÀN
THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

Thuộc lĩnh vực khoa học và công nghệ: KHOA HỌC XÃ HỘI

MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT.....	iv
DANH MỤC BẢNG, BIỂU, HÌNH.....	v
LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
4. Ý nghĩa nghiên cứu của đề tài	5
5. Kết cấu đề tài.....	6
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU.....	7
1.1. Tổng quan nghiên cứu trong nước.....	7
1.2. Tổng quan nghiên cứu nước ngoài.....	9
1.3. Khoảng trống nghiên cứu	10
1.4. Kế thừa của nghiên cứu trước.....	11
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ FREELANCER	12
2.1. Khái quát chung về Freelancer	12
2.1.1 Khái niệm Freelancer	12
2.1.2 Lợi ích, khó khăn và thách thức khi trở thành Freelancer.....	16
2.1.2.1. Lợi ích của việc làm tự do	16
2.1.2.2. Khó khăn và thách thức khi trở thành Freelancer.	20
2.1.3 Tầm quan trọng của lực lượng Freelancers	23
2.2. Lý thuyết chung liên quan đến ý định trở thành Freelancer.	25

2.2.1	Lý thuyết hành động hợp lý – TRA.....	25
2.2.2	Thuyết hành vi dự định – TPB	26
2.2.3	Khát quát các nhân tố tác động đến Ý định trở thành Freelancer	28
2.2.3.1.	Ý định	28
2.2.3.2.	Ý định trở thành Freelancer.....	28
2.2.3.3.	Các nhân tố tác động đến Ý định trở thành Freelancer	29
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU		33
3.1.	Khái quát quy trình nghiên cứu.....	33
3.2.	Phương pháp nghiên cứu.....	33
3.2.1.	Nghiên cứu định tính	33
3.2.1.1.	Phương pháp nghiên cứu định tính.....	33
3.2.1.2.	Mục đích nghiên cứu định tính.....	34
3.2.1.3.	Quy trình nghiên cứu định tính	35
3.2.2.	Thu thập dữ liệu thứ cấp.....	35
3.2.3.	Nghiên cứu định lượng	36
3.2.3.1.	Phương pháp nghiên cứu định lượng	36
3.2.3.2.	Xác định đối tượng khảo sát.....	36
3.2.3.3.	Xác định quy mô chọn mẫu và phương pháp chọn mẫu	36
3.2.3.4.	Nghiên cứu định lượng sơ bộ	37
3.2.3.5.	Nghiên cứu định lượng chính thức	37
3.2.3.6.	Xây dựng bảng hỏi và phương thức khảo sát.....	38
3.2.3.7.	Xây dựng biến quan sát và thang đo	38
3.3.	Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu đề xuất	42
3.3.1.	Mô hình nghiên cứu.....	42
3.3.2.	Các giả thuyết nghiên cứu	43
3.4.	Phương pháp phân tích dữ liệu.....	44
3.4.1.	Phân tích thống kê mô tả	44
3.4.2.	Kiểm định hai mẫu độc lập T – test.....	44

3.4.3. Phân tích phương sai ANOVA.....	44
3.4.4. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha	45
3.4.5. Phân tích nhân tố khám phá EFA	46
3.4.6. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết	46
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	48
4.1. Khái quát thực trạng Freelancers.....	48
4.1.1. Mức độ hiểu biết về Freelance của giới trẻ Hà Nội	48
4.1.2. Phương thức biết đến Freelance của giới trẻ Hà Nội	48
4.1.3. Nghề tay trái hay nghề chính thức? Lựa chọn của giới trẻ.....	50
4.1.4. Một vài quan niệm sai lầm về nghề tự do	51
4.2. Kết quả đạt được qua phân tích dữ liệu.....	53
4.2.1. Mô tả mẫu.....	53
4.2.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha	53
4.2.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)	55
4.2.4. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu và kiểm định sự khác biệt của biến nhân khẩu học đối với biến định lượng	58
4.2.4.1. Ý định trở thành Freelancer.....	58
4.2.4.2. Nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi	61
4.2.4.3. Nhân tố Thái độ cá nhân.....	63
4.2.4.4. Nhân tố Nhận thức xã hội.....	66
4.2.4.5. Nhân tố Vốn xã hội.....	68
4.2.4.6. Nhân tố Vốn con người	71
4.2.4.7. Nhân tố tính cách cá nhân	74
4.2.5. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết	76
4.2.5.1. Phương trình hồi quy	76
4.2.5.2. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu	80
4.3. Đánh giá, gợi ý rút ra từ mô hình nghiên cứu	82
4.3.1. Về yếu tố Thái độ cá nhân.....	82
4.3.2. Về yếu tố Nhận thức kiểm soát hành vi	82

4.3.3.	Về yếu tố Vốn xã hội.....	83
4.3.4.	Về yếu tố Tính cách cá nhân	84
4.3.5.	Về yếu tố Nhận thức xã hội	85
4.4.	Nỗi niềm của Freelancers với rào cản gia đình.....	86
CHƯƠNG 5: MỘT SỐ KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....		87
5.1	Xu hướng phát triển của Freelancers.....	87
5.1.1	Xu hướng phát triển của Freelance trên thế giới	87
5.1.2	Freelance tiếp tục là xu hướng việc làm của giới trẻ Hà Nội nói riêng và giới trẻ Việt Nam nói chung	90
5.1.2.1.	Việc làm tự do đang nhận được sự quan tâm tích cực và được kỳ vọng phát triển mạnh mẽ hơn trong tương lai	90
5.1.2.2.	Tầm quan trọng của Freelancer với các doanh nghiệp trong nước	92
5.1.2.3.	Tương lai của ‘The Gig Economy’	93
5.2	Kiến nghị	94
5.2.1.	Kiến nghị đối với giới trẻ Hà Nội.....	94
5.2.2.	Đối với gia đình, bạn bè	96
5.2.3.	Đối với nhà trường, các bộ phận tư vấn nghề nghiệp	96
5.2.4.	Đối với nhà nước và các doanh nghiệp	98
5.2.5.	Đối với các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ thanh niên	99
5.3	Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo.....	100
5.3.1.	Hạn chế của đề tài.....	100
5.3.2.	Hướng nghiên cứu tiếp theo	101
5.4	Kết luận	102
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....		103
PHỤ LỤC		107

DANH MỤC VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
1	EFA	Phân tích nhân tố rút trích
2	IPSE	Hiệp hội các chuyên gia độc lập và tự làm chủ
3	NCKH	Nghiên cứu khoa học
4	PBC	Khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận
5	RSA	Hiệp hội Hoàng gia Anh về xúc tiến Nghệ thuật, Sản xuất và Thương mại
6	R&D	Nghiên cứu và phát triển
7	SXKD	Sản xuất kinh doanh
8	TRA	Lý thuyết hành động hợp lý
9	TPB	Lý thuyết hành vi dự tính
10	UK	Vương Quốc Anh
11	VHLSS	Dữ liệu Điều tra mức sống dân cư

DANH MỤC BẢNG, BIỂU, HÌNH

Bảng

Bảng 3.1. Thang đo Ý định trở thành Freelancers	39
Bảng 3.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi	39
Bảng 3.3. Thang đo Thái độ cá nhân.....	40
Bảng 3.4. Thang đo Nhận thức xã hội.....	40
Bảng 3.5. Thang đo Vốn xã hội.....	41
Bảng 3.6. Thang đo Vốn con người	41
Bảng 3.7. Thang đo Tính cách cá nhân	42
Bảng 4.1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha.....	54
Bảng 4.2. Kết quả ma trận xoay của biến độc lập.....	56
Bảng 4.3. Kết quả phân tích EFA của biến phụ thuộc	57
Bảng 4.4. Thống kê mô tả Ý định trở thành Freelancer	58
Bảng 4.5. Kiểm định độc lập T - test.....	59
Bảng 4.6. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích sự khác biệt về nhân tố Ý định làm Freelancer của giới trẻ ở các nhóm tuổi các nhau	59
Bảng 4.7. Sự khác biệt về Ý định trở thành Freelancer giữa 3 nhóm tuổi	58
Bảng 4.8. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về Ý định làm Freelancer của giới trẻ ở các nhóm tình trạng nghề nghiệp các nhau	59
Bảng 4.9. Sự khác biệt về Ý định trở thành Freelancer giữa các nhóm tình trạng ngành nghề khác nhau	59
Bảng 4.10. Thống kê mô tả nhận thức kiểm soát hành vi	61
Bảng 4.11. Kiểm định độc lập T – test.....	61
Bảng 4.12. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi của giới trẻ ở các nhóm tuổi khác nhau	62
Bảng 4.13. Xét sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi giữa các nhóm tuổi khác nhau	62
Bảng 4.14. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi của giới trẻ ở các nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau	62

Bảng 4.15. Sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau	63
Bảng 4.16. Thống kê mô tả thái độ cá nhân	63
Bảng 4.17. Kiểm định độc lập T - test.....	64
Bảng 4.18. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về thái độ cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau.....	64
Bảng 4.19. Sự khác biệt về thái độ cá nhân giữa những người thuộc nhóm tuổi khác nhau	65
Bảng 4.20. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt thái độ cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau.....	65
Bảng 4.21. Sự khác biệt về thái độ cá nhân giữa những người trẻ thuộc ba nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau	65
Bảng 4.22. Thống kê mô tả Nhận thức xã hội.....	66
Bảng 4.23. Kiểm định độc lập T-test.....	66
Bảng 4.24. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về nhận thức xã hội của giới trẻ thuộc ba nhóm tuổi khác nhau.....	67
Bảng 4.25. Sự khác biệt về Nhận thức xã hội giữa giới trẻ ở ba nhóm tuổi	67
Bảng 4.26. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về nhận thức xã hội của học sinh, Sinh viên, Người đã đi làm.....	66
Bảng 4.27. Sự khác biệt về Nhận thức xã hội giữa giới trẻ ở ba nhóm: Học sinh, sinh viên, người đã đi làm	67
Bảng 4.28. Thống kê mô tả Vốn xã hội.....	67
Bảng 4.29. Kiểm định 2 mẫu độc lập T - test.....	68
Bảng 4.30. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt của các câu trả lời về vốn xã hội của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau	68
Bảng 4.31. Khác biệt về vốn xã hội giữa người trẻ thuộc ba nhóm tuổi khác nhau	69
Bảng 4.32. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về vốn xã hội của những người trẻ là học sinh, sinh viên hoặc người đã đi làm.....	69
Bảng 4.33. Sự khác biệt vốn xã hội giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau ...	69
Bảng 4.34. Thống kê mô tả Vốn con người	71
Bảng 4.35. Kiểm định độc lập T-test.....	72

Bảng 4.36. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt của các câu trả lời về vốn con người của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau	72
Bảng 4.37. Sự khác biệt về Vốn con người giữa Giới trẻ ở ba nhóm tuổi	72
Bảng 4.38. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về câu trả lời cho vốn con người của giới trẻ có tình trạng nghề nghiệp khác nhau.....	73
Bảng 4.39. Sự khác biệt về Vốn con người giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp	73
Bảng 4.40. Thống kê mô tả Tính cách cá nhân	74
Bảng 4.41. Kiểm định độc lập T-test.....	75
Bảng 4.42. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về tính cách cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi	75
Bảng 4.43. Sự khác biệt về nhân tố Tính cách cá nhân giữa người trẻ thuộc ba nhóm tuổi khác nhau.....	75
Bảng 4.44. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về tính cách cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau	76
Bảng 4.45. Sự khác biệt về câu trả lời cho nhân tố Tính cách cá nhân giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau	76
Bảng 4.46. Độ phù hợp của mô hình.....	77
Bảng 4.47. Kiểm định độ phù hợp của mô hình.....	77
Bảng 4.48. Kết quả thống kê từng biến trong mô hình	76
Bảng 4.49. Độ phù hợp của mô hình.....	77
Bảng 4.50. Kiểm định độ phù hợp của mô hình.....	77
Bảng 4.51. Kết quả thống kê từng biến trong mô hình	78

Biểu đồ

Biểu đồ 4.1. Mức độ hiểu biết về Freelance của giới trẻ Hà Nội.....	48
Biểu đồ 4.2. Phương thức biết đến Freelance của giới trẻ Hà Nội.....	48
Biểu đồ 4.3. Cơ cấu ý định làm Freelancers.....	49
Biểu đồ 5.1. Tỷ lệ phần trăm GDP đóng góp bởi các ngành công nghiệp tại Hoa Kỳ năm 2019	87

Hình

Hình 2.1. Sơ đồ lý thuyết TRA.....	25
------------------------------------	----

Hình 2.2. Sơ đồ lý thuyết TPB	27
Hình 3.1. Quy trình nghiên cứu tổng quát.....	33
Hình 3.2. Mô hình nghiên cứu.....	43

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Bối cảnh nghiên cứu

Ở nước ta hiện nay, cạnh tranh về việc làm luôn là vấn đề nổi trội, đặc biệt là đối với giới trẻ - những người chưa có hoặc có ít kinh nghiệm đi làm, dẫn tới vị thế cạnh tranh thấp trên thị trường lao động. Do đó, những năm trở lại đây, giới trẻ đã nắm bắt được một xu thế việc làm, đó là “Freelance” - việc làm tự do. Việc nghiên cứu về nguồn gốc của thuật ngữ “Freelancer” - người làm nghề tự do - bắt nguồn từ thời trung cổ châu Âu. Điều này có nghĩa Freelance không phải một hiện tượng mới, nó đang dần trở nên phổ biến do sự tái cơ cấu của tổ chức và sự cần thiết phải linh hoạt trong thị trường lao động (Osnowitz, 2010). Hình thức Freelance đã tồn tại rất lâu trong xã hội với nhiều tên gọi như nhân viên dự án, tư vấn chuyên môn, dịch vụ thuê ngoài,... Tuy nhiên, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã khiến Freelance trở thành một lựa chọn nghề nghiệp nghiêm túc vì nhu cầu đời sống, mô hình kinh doanh, kỹ thuật công nghệ thay đổi. Freelance bắt đầu trở thành xu hướng trên toàn thế giới khi nhu cầu nhân lực tự do gia tăng và doanh nghiệp muốn linh hoạt trong việc thuê nguồn nhân lực. Công việc này chưa thực sự chiếm tỷ trọng cao trong lực lượng lao động ở Việt Nam. Tuy nhiên, ở một số quốc gia phát triển như Mỹ hay các nước châu Âu, Freelance ngày càng trở nên nổi bật, rất nhiều người đã chuyển sang theo đuổi nghề này dẫn tới thuật ngữ ‘nền kinh tế việc làm tự do’ – ‘The Freelance Economy’ hay ‘The Gig Economy’. Các nhà dự báo nghề nghiệp trên thế giới cũng nhận định rằng lực lượng Freelancers sẽ còn tăng mạnh hơn nữa trong tương lai.

Những thương vụ sáp nhập dẫn đến sự sụt giảm số lượng nhân viên chính thức và sự tăng lên của thành phần Freelancers, có nhiều điều khác cho thấy rằng Freelance sẽ trở thành xu hướng lâu dài. Ngoài ra, công việc tự do cũng sở hữu nhiều điểm hấp dẫn giới trẻ hiện nay: đem lại những trải nghiệm mới mẻ, giúp khẳng định bản thân và làm chủ việc cân bằng đời sống cá nhân cũng như đời sống công việc.

Lý do chọn đề tài

Xuất phát từ thực tiễn, thị trường việc làm tự do ở Việt Nam tuy chưa rộng khắp như ở các nước phát triển và còn phải đối mặt với nhiều trở ngại, nhưng đây được nhận định là ngành nghề có tầm quan trọng và sức cạnh tranh lớn trong tương lai. Đối với nền kinh tế, Freelance không chỉ là một ‘hot trend’ hay một nhất thời. Trong bối cảnh thị trường lao động cạnh tranh gay gắt, tự tạo việc làm nói chung và Freelance nói riêng trở thành giải pháp góp phần giảm thất nghiệp, phát huy tính năng động, tự chủ và sáng tạo của giới trẻ. Với sự tiến bộ của khoa học công nghệ, ngành nghề tự do ngày càng phổ biến. Không chỉ người trưởng thành, người trung niên mà cả học sinh, sinh viên trẻ cũng bắt đầu hướng tới ý định theo đuổi nghề tự do theo lĩnh vực của họ. Hơn nữa, các đặc trưng riêng đa dạng của loại hình việc làm này phù hợp với nhiều cá nhân có lối sống, phong cách làm việc khác nhau; giúp các doanh nghiệp và Freelancers có thể tiết kiệm được thời gian, chi phí, đồng thời cũng mang lại nhiều lợi ích khác. Làm Freelance sẽ giúp tăng khả năng cơ hội nghề nghiệp đối với những sinh viên chưa ra trường hoặc mới ra trường, những người có ít kinh nghiệm nhưng hoàn toàn đủ trình độ làm việc.

Bước vào thời kỳ hội nhập, khi đất nước tích cực hướng tới thúc đẩy lực lượng lao động trình độ cao làm trụ cột dẫn dắt nền kinh tế phát triển hiệu quả, cùng với đó là việc nhiều doanh nghiệp đang có những bước chuyển hóa sang mô hình làm việc từ xa (mà đại dịch COVID-19 năm 2020 khiến điều này xảy ra nhanh hơn), thị trường Freelance được dự báo sẽ trở nên rộng lớn hơn nữa trong tương lai. Do đó, ở Việt Nam, việc làm tự do không nên chỉ được coi là giải pháp tạm thời đối với người lao động trong thời kỳ suy thoái thiếu việc làm, giúp làm giảm thất nghiệp, mà còn là xu hướng nên lựa chọn trong xã hội hiện đại, phát triển, đặc biệt là đối với lao động trẻ.

Mặc dù đã xuất hiện tại Việt Nam được một thời gian tương đối dài, song Freelance vẫn tiếp tục là xu thế cho những người trẻ yêu thích sự mạo hiểm, khám phá, năng động nhưng cũng cực kỳ giỏi giang trong những năm trở lại đây. Thủ đô Hà Nội là một trong những thành phố văn minh, hiện đại bậc nhất nước ta, là nơi tập trung và quy tụ số lượng lớn các trường Đại học, các công ty, tập đoàn. Vì thế, dễ hiểu lý do giới trẻ Hà Thành có nhiều điều kiện để tiếp cận loại hình công việc này hơn những tỉnh thành khác. Có thể nói, Freelance đem lại khá nhiều điều mới mẻ, thú vị cho các bạn trẻ không

thích sự bó buộc và khao khát khẳng định bản thân. Hơn nữa, mức thu nhập cho ngành nghề này cũng đầy hấp dẫn và là niềm mơ ước của nhiều người. Tuy vậy, không phải ai cũng dễ dàng thành công trên con đường làm nghề tự do nhiều khó khăn, thách thức. Vẫn còn một bộ phận giới trẻ mông lung, có những suy nghĩ sai lệch cũng như chưa nắm rõ cách thức làm việc của loại hình Freelance. Đó là lý do tại sao nhiều bạn trẻ bày tỏ thái độ quan tâm tích cực tới xu hướng việc làm này nhưng lại ngại không dám thử thách, theo đuổi công việc. Từ những thực tiễn trên, có thể thấy việc đào sâu tìm hiểu, nghiên cứu về nghề tự do là một điều thực sự cần thiết và hữu ích đối với tương lai việc làm của thế hệ trẻ nói riêng cùng sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước nói chung.

*Xuất phát từ những khoảng trống nghiên cứu, đã có nhiều công trình nghiên cứu về Freelance như “The UK freelance network” của Lisa Provan (2003), “Làm việc tự do trong giới trẻ Nhật Bản” của Phan Cao Nhật Anh (2006), “Freelancing in America” của Upwork và Freelancers Union (2019),... Trong khi phần lớn các nghiên cứu trong lĩnh vực này được thực hiện ở các quốc gia phát triển như Mỹ và châu Âu thì chỉ có số ít nghiên cứu được tiến hành ở các nền kinh tế đang phát triển, đặc biệt là Việt Nam. Mặt khác, trên góc độ khoa học, lý thuyết vẫn tồn tại rất nhiều góc nhìn đang còn bỏ ngỏ ở chủ đề này. Với kì vọng hoàn thiện cơ sở lí luận, lượng hoá mối quan hệ, tìm ra tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến việc tiếp cận và theo đuổi loại hình việc làm tự do của giới trẻ, để cung cấp cho những ai chưa biết về Freelance, những ai mới vào nghề và thậm chí cả những người đã khá quen với loại hình công việc này một cái nhìn toàn diện và sâu sắc hơn về Freelance - Nghề tự do, nhóm tác giả đã chọn đề tài **“Các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer (người làm nghề tự do) của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội”** để tiến hành nghiên cứu.*

2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu quan trọng nhất của nghiên cứu là phát hiện những yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở ý định trở thành Freelancer của thanh niên trên địa bàn Hà Nội trong bối cảnh hội nhập nền kinh tế toàn cầu. Qua đó, dự đoán xu hướng phát triển, cung cấp rõ ràng hơn những kiến thức, hiểu biết về lĩnh vực Freelance và hướng dẫn khái quát để bắt đầu với công việc Freelance. Mục tiêu thứ hai của nghiên cứu là tạo nên sự quan tâm từ xã

hội, sự chú ý về việc làm tự do như một đề tài cho các nghiên cứu khác tìm hiểu sâu hơn. Việc nghiên cứu cụ thể, đầy đủ về Freelance là cần thiết để cung cấp thêm dữ liệu, kết quả tốt, đáng tin cậy; từ đó khuyến khích xu hướng ngành nghề Freelance cũng như việc hợp tác với đội ngũ Freelancers của các cá nhân và doanh nghiệp.

Câu hỏi nghiên cứu

- Freelance là gì và công việc này yêu cầu những gì? Đây là những thách thức và lợi ích của ngành nghề này? Có gì khác nhau giữa Freelance và một khái niệm phổ biến khác: Entrepreneurship (Khởi sự doanh nghiệp)? Tầm quan trọng của lực lượng Freelancers đối với các doanh nghiệp?
- Những nhân tố nào ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó? Sử dụng mô hình nghiên cứu nào để đánh giá? Có sự khác biệt giữa nhóm các yếu tố nhân khẩu học đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội không?
- Xu hướng Freelance trong tương lai ra sao? Những gợi ý nào có thể giúp cho người trẻ trở thành những Freelancers thành công trong tương lai? Khuyến nghị nào cần được đưa ra đối với các chủ thể khi đánh giá nhân tố ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội?

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

Vấn đề về việc làm tự do có thể được nghiên cứu ở nhiều khía cạnh khác nhau như vai trò và giá trị của Freelance đối với các doanh nghiệp, khả năng duy trì công việc của thanh thiếu niên hay mức độ thành công và hiệu quả đem lại của Freelance đối với người làm, ... Tuy nhiên, trước hết, chúng ta cần hiểu rõ được các nhân tố nào ảnh hưởng tới ý định trở thành Freelancer của giới trẻ, từ đó giúp định hướng cách phát triển sự nghiệp bản thân và còn đóng góp cho nền kinh tế nước nhà. Do đó, đối tượng nghiên cứu được xác định là ***“Các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer (người làm nghề tự do) của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội”***.

Phạm vi nghiên cứu

- *Phạm vi về mặt không gian*

Việc thu thập dữ liệu để kiểm định các yếu tố của đề tài được tiến hành lấy mẫu từ các thanh niên trong độ tuổi 15-25, hiện đang sinh sống, học tập và làm việc trên địa bàn thành phố Hà Nội (cụ thể bao gồm học sinh đang theo học THPT, sinh viên các trường đại học và công nhân viên dưới 26 tuổi tại Hà Nội). Nhóm nghiên cứu lựa chọn các đối tượng này vì họ có khả năng đại diện cho bộ phận người trẻ, những người trong giai đoạn bắt đầu trưởng thành, đủ lớn để tự lập nhưng chưa thực sự tích lũy được nhiều kinh nghiệm sống. Do đó, khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động của nhóm đối tượng này thường thấp. Mặt khác, thành phố Hà Nội là một trong những thành phố hiện đại, năng động bậc nhất cả nước, quy tụ các trường đại học và doanh nghiệp lớn nên giới trẻ Hà Nội có nhiều điều kiện thuận lợi để tìm hiểu và tiếp cận loại hình Freelance hơn so với các tỉnh thành khác.

- *Phạm vi về mặt thời gian*

Do sự hạn chế về thời gian và kinh phí, đồng thời dựa trên nội dung nghiên cứu, các dữ liệu sử dụng trong bài được thu thập chủ yếu từ tháng 7/2019 tới tháng 3/2020.

4. Ý nghĩa nghiên cứu của đề tài

Về mặt lí luận

Từ kết quả nghiên cứu, ý nghĩa về mặt lý luận của công trình như sau:

Thứ nhất, bài nghiên cứu đã xác định được 5 nhân tố quyết định đến việc trở thành Freelancers của giới trẻ tại thành phố Hà Nội bao gồm: Nhận thức xã hội, Văn hóa xã hội, Tính cách cá nhân, Thái độ cá nhân và Nhận thức kiểm soát hành vi. Đồng thời, bài nghiên cứu cũng đã chỉ ra được cường độ, chiều hướng tác động của các nhân tố đó đến Freelancers thông qua nghiên cứu tại địa bàn thành phố Hà Nội.

Thứ hai, phát triển, hoàn thiện cơ sở lý luận từ những nghiên cứu trước, xây dựng thang đo, mô hình và kiểm định giả thuyết, qua đó rút ra những đánh giá, góp ý từ mô hình. Đây là một điểm nổi bật so với những bài nghiên cứu trong nước trước đây.

Về mặt thực tiễn

Hiện nay, các đề tài nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn công việc đã đạt được một số thành tựu, kết quả tốt, song việc nghiên cứu về việc làm

tự do Freelance của giới trẻ tại Việt Nam thì không nhiều. Nhất là tại thủ đô Hà Nội – trung tâm kinh tế, chính trị lớn của cả nước thì chưa có nghiên cứu cụ thể nào về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ.

Thứ nhất, thông qua công trình nghiên cứu, nhóm hi vọng có thể xây dựng được nhiều hơn mối quan tâm của xã hội, cộng đồng đối với xu hướng ngành nghề này, đóng góp vào việc đánh giá đúng, chính xác hơn những quan điểm và tầm quan trọng của lực lượng Freelancers đối với xã hội hiện đại.

Thứ hai, mong muốn giúp giới trẻ nhìn nhận đúng vai trò của mình trong trách nhiệm góp phần phát triển kinh tế đất nước, tìm hiểu động cơ thúc đẩy giới trẻ tiếp cận, theo đuổi việc làm tự do.

Thứ ba, nhóm hi vọng đây sẽ là đề tài hữu ích đối với các trường THPT, các trường Đại học, bộ phận tư vấn hướng nghiệp để hiểu rõ về nhu cầu và ý định lựa chọn theo đuổi việc làm tự do của các bạn trẻ, qua đó góp phần tạo điều kiện cho các bạn học sinh, sinh viên tiếp cận và có những kiến thức thực tế, những định hướng phù hợp hơn khi lựa chọn việc làm trong tương lai.

Ngoài ra, nhóm nghiên cứu còn nêu ra thực trạng, những mối quan tâm của xã hội đối với Freelance thời điểm hiện tại, để mọi người có những góc nhìn đa chiều về ngành nghề này; đồng thời góp phần dự báo xu hướng phát triển của Freelance tại thủ đô Hà Nội nói riêng và Việt Nam nói chung trong những năm tiếp theo.

5. Kết cấu đề tài

Nội dung của bài nghiên cứu cụ thể như sau:

LỜI MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 1: Tổng quan nghiên cứu

CHƯƠNG 2: Cơ sở lí luận về Freelancer

CHƯƠNG 3: Phương pháp nghiên cứu

CHƯƠNG 4: Kết quả nghiên cứu

CHƯƠNG 5: Một số kết luận và kiến nghị

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan nghiên cứu trong nước

Tại Việt Nam, theo tìm hiểu của nhóm nghiên cứu thì đến thời điểm hiện tại, mới có một số công trình nghiên cứu về đề tài việc làm tự do Freelance. Các công trình khác cũng có đề cập đến việc làm tự do, nhưng chủ yếu vẫn là nội dung nghiên cứu về ý định lựa chọn ngành nghề; hoặc ý định tự tạo việc làm,...

Diễn hình là luận án tiến sĩ “Tăng cường khả năng tự tạo việc làm cho thanh niên Việt Nam”, tác giả Ngô Quỳnh An (2012) đã nêu ra định nghĩa: Trong thực tế, tự tạo việc làm của người lao động là quá trình họ tự tạo ra, chịu trách nhiệm tổ chức và thực hiện các hoạt động lao động đem lại nguồn thu nhập hợp pháp. Làm việc tự do là một trong nhiều hình thức của tự tạo việc làm. Xu hướng khuyến khích người trẻ trở thành Freelancers giúp gắn kết cung cầu lao động, phát huy tính tích cực trong nghề, tự tạo và tìm việc làm. Các kết quả nghiên cứu cũng góp phần phát hiện những yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở khả năng tự tạo việc làm của thanh niên trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, xác định vai trò của vốn con người và vốn xã hội đối với khả năng tự tạo việc làm của thanh niên. Luận án cũng đề cập riêng tới hai nhóm thanh niên tự tạo việc làm: (i) Làm chủ SXKD, (ii) Tự làm cho bản thân và gia đình, và chỉ rõ, các yếu tố như vốn con người, vốn xã hội, vốn tài chính đã có tác động khá khác nhau tới các nhóm này.

Công trình nghiên cứu “Nhân tố tác động đến lựa chọn việc làm ở Việt Nam: Bằng chứng từ điều tra lao động việc làm Việt Nam 2010” của tác giả Phạm Minh Thái (2012), trong bài nghiên cứu này, tác giả đã chỉ ra rằng các nghiên cứu trước đây tại Việt Nam chủ yếu tập trung vào nghiên cứu việc làm theo khu vực, nghĩa là việc làm tại khu vực nhà nước và khu vực ngoài nhà nước. Có sự phân mảnh (segmentations) rõ ràng trong thị trường lao động ở Việt Nam. Việc xác định người lao động có việc làm là do sự lựa chọn của họ hay là do họ buộc phải chọn là rất khó khăn tại thời điểm này vì chỉ quan sát được tình trạng việc làm của người lao động trong kết quả điều tra mà thôi. (Đỗ Quỳnh Trang và Duchene, 2008) VHLSS 2004 (Hecman method) chỉ ra rằng thu nhập kỳ vọng, độ tuổi và trình độ giáo dục, số con, sở hữu nhà và có một nguồn thu

nhập thứ hai là những nhân tố quan trọng quyết định việc người lao động lựa chọn công việc tự làm chủ (self-employment). Cling cùng các cộng sự (2010) sử dụng số liệu HB&IS ở Hà Nội và TP.Hồ Chí Minh năm 2007, 2008 chỉ ra gần 50% chủ hộ KDCT (Kinh doanh cá thể) lựa chọn việc làm phi chính thức vì có thu nhập cao hơn và có sự độc lập trong việc làm của họ. Do đó, việc lựa chọn công việc tự làm chủ (self-employment) có thể không phải là một lựa chọn bất lợi đối với người lao động.

Một nghiên cứu của tác giả Việt Nam về Freelancer, nhưng lại về xu hướng Freelance tại Nhật Bản – “Làm việc tự do trong giới trẻ Nhật Bản”, Phan Cao Nhật Anh (2006) – đã đưa ra một số kết quả: Xu thế chọn nghề của giới trẻ đang có sự thay đổi. Có được việc làm bất kì, miễn là phù hợp với sở thích, lịch trình và trình độ là được, trái với cách lựa chọn nghề nghiệp của thế hệ trước. Rất ít học sinh cấp 3 trả lời muốn làm giám đốc. Xu hướng làm việc tự do ở Nhật Bản nổi lên vào cuối thế kỉ 20. Một vài lí do dẫn tới ý định làm Freelancers là do không muốn làm thuê cho bất kì công ty nào cả, không muốn làm việc dưới quyền một ông chủ, muốn được toàn quyền tự do trong hành động của mình, không muốn làm một công việc gò bó, căng thẳng; có thể có tiềm năng kiếm được nhiều tiền hơn; do thời kỳ kinh tế suy thoái, tỉ lệ thất nghiệp cao.

Bài nghiên cứu “Nghiên cứu giới trẻ thành phố Hồ Chí Minh với xu hướng Freelance” của nhóm sinh viên K46E, Đại học Ngoại Thương, TP. Hồ Chí Minh (2014) là một trong những nghiên cứu trong nước gần đây nhất về thực trạng ngành nghề này và đối tượng nghiên cứu là các bạn trẻ thành phố Hồ Chí Minh – một thành phố văn minh và nhộn nhịp không kém thủ đô Hà Nội. Nghiên cứu đã đưa ra kết luận về thực trạng của xu hướng Freelance ở thành phố Hồ Chí Minh và nêu lên những lợi ích mà doanh nghiệp có được thông qua việc hợp tác với Freelancers và dự báo xu hướng phát triển việc làm tự do trong một vài năm kế tiếp tại đây. Tuy nhiên, nghiên cứu này vẫn chưa đề xuất được mô hình; chưa chỉ ra yếu tố nào đã thúc đẩy giới trẻ ngày một tiếp cận nhiều hơn đến công việc này; hay những thách thức, khó khăn mà Freelancers phải đối mặt. Hơn nữa, nghiên cứu này được đưa ra cách đây 6 năm – một khoảng thời gian khá dài nên phần lớn những quan niệm, hoàn cảnh hay thực trạng đều có thể không còn phù hợp với xu thế hiện nay.

1.2. Tổng quan nghiên cứu nước ngoài

Công trình nghiên cứu “*Freelancing in America*” (*Làm việc tự do tại Mỹ*) của **Upwork và Freelancers Union (2019)** đánh giá kết quả: Hơn 2/3 số người được khảo sát đã bắt đầu làm Freelance trong 5 năm qua. Hầu hết các Freelancers làm việc toàn thời gian để có lối sống thoải mái và thuận tiện hơn, thu nhập thêm cũng là một lợi ích, đặc biệt đối với những người làm việc bán thời gian. Một số yếu tố chính thúc đẩy mọi người lựa chọn làm Freelancers được đề cập đến là sự tự do, tự chủ và linh hoạt trong công việc (79% full-time Freelancers cho rằng có thể tự linh động sắp xếp thời gian cũng như lịch trình hàng ngày, 77% full-time Freelancers cho rằng cảm nhận được mình chính là sếp của bản thân mình, 74% full-time Freelancers đồng ý có thể tự do lựa chọn nơi làm việc,...); đam mê công việc (“Freelancers cho phép bản thân được sáng tạo hơn, lựa chọn được nhiều ngành nghề đa dạng mà không bị gò bó hay không tốn thời gian vào những cuộc họp vô nghĩa”); kỹ năng và kiến thức (65% những người làm Freelancers đang dần dần cải thiện những kỹ năng cần thiết để đảm bảo rằng họ có thể đáp ứng được những nhu cầu thiết yếu trong công việc), công nghệ,...

Bài nghiên cứu: “The UK Freelance network” (Mạng lưới làm việc tự do tại Anh), Lisa Provan (2003) đã liệt kê ra các nguyên nhân khiến các doanh nghiệp lựa chọn Freelancers như: Thuê nhân viên chính thức có thể không đạt hiệu quả kinh tế bằng việc bắt tay với Freelancers; những dự án có thể bị gián đoạn do hạn chế về nguồn lực, thăng cấp cho nhân sự (bởi vì Freelancers không bị tác động bởi chính sách nội bộ công ty, họ ít bị ảnh hưởng bởi những vấn đề nội bộ và thường hoàn thành tốt công việc); về mặt kinh tế thì tiết kiệm thời gian, chi phí di chuyển; và lí do cuối cùng là Freelancers được trả tiền theo mức độ hoàn thành công việc. Đôi khi công ty sẽ ở trong tình trạng thừa nguồn lực, nên dùng Freelancers sẽ tiết kiệm được thời gian và tiền bạc hơn.

Báo cáo “The Role of Freelancers in the 21st Century British Economy” (Vai trò của Freelancers đối với nền kinh tế nước Anh thế kỷ 21) của Giáo sư Andrew Burke (2012) đã đánh giá được tầm quan trọng của Freelancers trong nền kinh tế hiện đại thông qua các ngành nghề của các công ty cụ thể khác nhau như Panasonic, NSG Group, Npower: Home Energy Service,... Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng: Những người

làm nghề Freelancers giúp cho các doanh nghiệp có được những ý tưởng mới mẻ vô giá, giảm thiểu được chi phí và rủi ro trong sự đổi mới, tăng cường tính linh hoạt và nhanh nhạy cho các doanh nghiệp.

Công trình NCKH “Freelance Human Capital: A Firm-Level Perspective” (Vốn nhân lực tự do: Quan điểm dưới góc độ doanh nghiệp) của Amit J. Chauradia và Ruchi A. Galande (2015) phân tích những thách thức và cơ hội đến với các công ty khi sử dụng nguồn vốn nhân lực tự do (Freelance Human Capital). Bài nghiên cứu giải quyết các câu hỏi như làm thế nào các công ty có thể hợp tác cùng Freelancers để phát triển, cũng như cải thiện hiệu suất công việc của họ; hay cách để một doanh nghiệp quản lý lực lượng lao động bao gồm cả nhân lực hợp đồng dài hạn và vốn nhân lực tự do.

Nghiên cứu “The Use and Value of Freelancers: The Perspective of Managers” (Vai trò và giá trị của Freelancers: Quan điểm của các nhà quản lý) của giáo sư Andrew Burke (2015) cung cấp một cái nhìn sâu sắc về các chức năng mà ngành nghề tự do đóng góp trong nền kinh tế hiện đại, cho rằng lực lượng lao động tự do thúc đẩy hiệu quả kinh tế theo định hướng đổi mới thông qua tinh thần doanh nhân (Entrepreneurship). Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng các nhà quản lý cảm nhận người làm nghề tự do là một phân khúc giá trị gia tăng tương đối cao của lực lượng lao động, họ đặc biệt hữu ích trong môi trường kinh doanh năng động và sáng tạo. Đây là đội ngũ hợp tác giúp các doanh nghiệp giảm rào cản gia nhập, rủi ro và yêu cầu tài chính để hoạt động hiệu quả,

1.3. Khoảng trống nghiên cứu

Dựa trên tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước, tác giả nhận thấy nhiều bài nghiên cứu có sự thiếu sót về các biến ảnh hưởng. Đặc biệt là những nghiên cứu Freelance trong nước còn khá ít và chưa kết luận được động cơ dẫn dắt mỗi cá nhân tiếp cận ngành nghề này. Vẫn còn những yếu tố quan trọng khác ngoài những yếu tố quen thuộc trong các nghiên cứu chung về lựa chọn việc làm tham gia giải thích cho biến ý định làm việc tự do như: nhu cầu thành đạt, sự ưa thích đối với việc làm tự do hay đam mê sáng tạo, khao khát trải nghiệm,... Mặt khác, nhiều nghiên cứu chỉ thu thập được thông tin, thống kê về tình trạng việc làm của người lao động chứ chưa điều tra được

việc làm đó là do sự lựa chọn tự nguyện của chính bản thân họ hay do họ bắt buộc phải chọn.

Không những thế, những nghiên cứu ở trên đa phần được tiến hành tại các nước phát triển do đó những đặc điểm về hoàn cảnh xã hội, chính trị, giáo dục,... rất khác so với tại Việt Nam nói chung và tại Hà Nội nói riêng, dẫn đến ý định trở thành Freelancers của công dân tại hai khu vực này cũng khác nhau.

Ngoài ra, các đối tượng nghiên cứu tập trung vào nhiều lứa tuổi nên bị dàn trải, chưa tập trung vào một nhóm lực lượng lao động cụ thể nào. Do đó, bài NCKH sẽ tập trung chủ yếu đến thanh thiếu niên lứa tuổi từ 15-25, bổ sung thêm những nhân tố có liên quan khác để đưa ra những đánh giá chính xác nhất.

1.4. Kế thừa của nghiên cứu trước

Tất cả những công trình nói trên, ở nhiều mức độ khác nhau, đã giúp nhóm tác giả có một số tư liệu và kiến thức tổng quát, cần thiết để hình thành những hiểu biết giúp tiếp cận và đi sâu nghiên cứu đề tài “*Nghiên cứu các nhân tố tác động đến Ý định trở thành Freelancer (người làm nghề tự do) của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội*”. Bài nghiên cứu kế thừa quan điểm của các nhà khoa học đi trước, những thành tựu nền tảng cơ sở lý luận và mô hình của nhiều đề tài trong và ngoài nước có liên quan, ví dụ như Lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action) được đề xuất bởi Fishbein và Ajzen (1975); Thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior-TPB) được Ajzen (1985) phát triển dựa trên lý thuyết hành động hợp lý (TRA) (Fishbein và Ajzen, 1975) năm 1985 và hoàn thiện năm 1991 (Ajzen,1985; Ajzen,1991);.... Qua đó, nhóm tóm tắt, tổng hợp và chắt lọc lý thuyết làm cơ sở đề xuất mô hình nghiên cứu.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ FREELANCER

2.1. Khái quát chung về Freelancer

2.1.1 *Khái niệm Freelancer*

Theo nghiên cứu của Tams và Arthur vào năm 2010 tại Học viện Công nghệ Massachusetts về lịch sử phát triển của nghề tự do: Từ những năm 1970, những người làm nghề tự do (Freelancers) đã được coi là “những lao động không giới hạn” (Boundaryless workers). Sở dĩ họ được gọi như vậy là do người làm nghề tự do không có bất kì giới hạn nào trong tìm kiếm công việc, nghĩa là khách hàng của họ có thể là bất kì ai, thuộc bất kì quốc gia nào trên thế giới và mang bất kì quốc tịch nào.

Trong luận án tiến sĩ “*Tăng cường khả năng tự tạo việc làm cho thanh thiếu niên Việt Nam*” của Ngô Quỳnh An, làm việc tự do (Freelance) lại được định nghĩa là “quá trình mà người lao động làm việc độc lập không có đơn vị quản lý trong những lĩnh vực ngành nghề mà người đó làm việc với một lượng thời gian nhất định (thông thường là bán thời gian) và đem lại thu nhập hợp pháp. Những công việc phù hợp với hình thức làm việc tự do là những công việc có thể đòi hỏi tính sáng tạo, kỹ năng linh hoạt, trình độ chuyên môn cao như thiết kế, sáng tác, quản lý, nghiên cứu, tư vấn cấp cao.”

Về định nghĩa theo các chuyên gia, nhiều chuyên gia trong lĩnh vực kinh tế đã nhận định khái niệm Freelance, là những công việc không mang tính chất ràng buộc mà ở đó người lao động được tự do phát huy khả năng sáng tạo, thể hiện năng lực và trình độ bản thân trong những lĩnh vực mà họ quan tâm.

Có thể thấy các quan điểm trên tương đối khác nhau nhưng tựu chung lại, chúng đưa ra những nhận xét tổng quát về Freelance, rằng: Freelance rất tự do; người làm nghề này không phải tuân theo những quy định, giới hạn của bất kì doanh nghiệp, cá nhân nào mà có thể tự lựa chọn lĩnh vực, cách thức làm việc phù hợp với sở thích, năng lực của họ. Tuy vậy, chúng ta cần phân biệt giữa nghề tự do với không có nghề và nghề ‘lông bông’. Làm việc tự do đòi hỏi người lao động phải có trình độ chuyên môn cao cộng với nhiều kỹ năng thiết yếu khác.

Nghề Freelance ở Việt Nam hiện nay tập trung vào hai nhóm chính bao gồm:

Nhóm thứ nhất thiên về sáng tạo gồm: đạo diễn, blogger, tổ chức sự kiện, photographer, kiến trúc sư, viết báo, PR (quan hệ công chúng), content writer,...

Nhóm thứ hai đòi hỏi trình độ chuyên sâu và dày dặn kinh nghiệm như: tư vấn luật, tư vấn tài chính, digital marketing, lập trình viên công nghệ thông tin, dịch thuật,...

• **Phân biệt người làm công việc Freelance với nhân viên thông thường (cả part - time và full – time).** Giữa hai hình thức này có sự khác biệt nhất định:

Thứ nhất, Freelancers là những người làm việc không có ràng buộc. Họ có thể tự thu xếp thời gian, lựa chọn địa điểm làm mà họ muốn và tính hóa đơn cho khách hàng với một mức giá thỏa thuận, bất kể số giờ họ làm việc là nhiều hay ít, miễn là hoàn thành dịch vụ. Trong khi đó, người làm part-time hay full-time vẫn phải có những trách nhiệm nhất định với công ty quản lý và phải có mặt tại văn phòng hàng ngày để thực hiện công việc trong một khung thời gian cố định - đã được thiết lập từ trước theo hợp đồng ký kết.

Thứ hai, đội ngũ Freelancers làm việc cho nhiều khách hàng và mối quan hệ giữa khách hàng với Freelancers thường được xác định trong một hợp đồng dịch vụ ‘Contract for service’. Điều này trái ngược với những nhân viên thông thường, khi mối quan hệ giữa chủ thuê và nhân viên được xác định trong một hợp đồng lao động ‘Contract of service’ (Parker 2007, tr.6; Tench và cộng sự 2002, tr.314). Trong đó, hợp đồng dịch vụ là “*sự thỏa thuận giữa các bên, theo đó bên cung ứng dịch vụ thực hiện công việc cho bên thuê dịch vụ, còn bên thuê dịch vụ phải trả tiền dịch vụ cho bên cung ứng dịch vụ*”¹, còn hợp đồng lao động là “*thỏa thuận giữa người lao động và người sử dụng lao động về việc làm có trả lương, điều kiện làm việc, quyền và nghĩa vụ của mỗi bên trong quan hệ lao động*”². Công ty có trách nhiệm cung cấp nơi làm việc an toàn, các công cụ và thiết bị cần thiết cho nhân viên, một mức lương thường xuyên hoặc tiền thưởng, bảo hiểm, hưu bổng và thuế. Nhân viên làm việc từ xa chỉ có điểm khác biệt duy nhất với nhân viên theo mô hình truyền thống là họ làm việc tại nhà. Còn những người làm việc

¹ Theo Điều 15 Luật Lao động số 10/2012/QH13

² Theo Điều 518 Luật Dân sự số 33/2005

tự do không được coi là nhân viên, vì họ không phụ thuộc vào chủ lao động của mình và có nhiều quyền tự chủ khi thực hiện công việc hơn so với người làm công thông thường. Bù lại, họ có trách nhiệm phải chi trả thuế và bảo hiểm của bản thân, tức là họ cũng thiếu đi những phúc lợi, đãi ngộ so với nhân viên.

Thứ ba, một nhân viên văn phòng thông thường sẽ nhận được các đánh giá năng lực làm việc định kỳ của cấp trên, và nếu may mắn, công ty có thể đứng ra trả tiền cho nhân viên tham dự các hội nghị hoặc chương trình đào tạo để nâng cao trình độ làm việc. Nhưng những người làm việc tự do thì không có đặc quyền đó. Khách hàng thường quá bận rộn để đưa ra những phản hồi chuyên sâu về năng lực cũng như dịch vụ của họ, vì thế, Freelancers có thể cần tìm kiếm một cố vấn hoặc đối tác phê bình, hay tự trả tiền để tham gia các khóa đào tạo và hội thảo nhằm nâng cao năng lực, kỹ năng và trình độ chuyên môn. Điều này có nghĩa là, Freelancers tự chịu trách nhiệm với cơ hội phát triển trong công việc của bản thân.

Thứ tư, vì Freelancers thông thường hợp tác với khách hàng trong thời gian ngắn, nên đôi khi, hai bên quyết định thực hiện công việc dựa trên những thỏa thuận ‘miệng’ thay vì các hợp đồng bằng văn bản, và các cam kết, ràng buộc được tạo dựng bằng niềm tin trong suốt quá trình làm việc. Freelancers sẽ đưa ra mức giá cho dịch vụ mà họ cảm thấy xứng đáng với công sức của bản thân, để thương lượng với đối tác. Rồi khi thanh toán, doanh nghiệp chấp nhận chi trả dựa trên thành quả công việc cuối cùng. Thông thường, khách hàng có thể phải trả trước một khoản tiền cọc, hoặc trả trước theo phần trăm. Với các dự án phức tạp, hợp đồng sẽ thiết lập một bảng kế hoạch thanh toán theo những cột mốc hay những kết quả đã đạt được trong quá trình hoàn thành dự án. Freelancers thường được trả tiền công đánh giá theo năng suất làm việc hơn là theo thời gian, nên họ không nhận được tiền lương định kỳ hàng tuần hoặc hàng tháng giống như nhân viên văn phòng.

• **Bên cạnh đó, cần phân biệt rõ sự khác nhau giữa người làm nghề tự do (Freelancer) và người khởi nghiệp (Entrepreneur).** Đây đều là hai đối tượng tự tạo việc làm cho mình, không phụ thuộc vào một tổ chức hoặc cá nhân nào. Tuy nhiên, nghề tự do là làm việc cho bản thân chứ không phải là người sử dụng lao động như nhà khởi

nghiệp. Nghiên cứu của J. Van den Born vào năm 2009 đã chỉ ra hai điểm khác nhau cơ bản giữa lực lượng Freelancers và Entrepreneurs.

Một là, trong khi các Freelancers kinh doanh chất xám và kỹ năng của chính mình ở một hoặc một số lĩnh vực nào đó, thì Entrepreneurs lại kinh doanh những sản phẩm và dịch vụ hữu hình. Cũng bởi sự khác nhau này nên đối với Freelancers, vốn con người (Human capital) quan trọng hơn vốn tài chính (Financial capital).

- Vốn con người hiểu đơn giản là kỹ năng, tri thức và kinh nghiệm sở hữu bởi một cá nhân, được xem xét dựa trên giá trị hay chi phí cho một tổ chức hoặc một cộng đồng. Đó là những kỹ năng, thuộc tính đặc trưng, kiến thức, kinh nghiệm đáng giá một số tiền nhất định đối với nhà tuyển dụng hoặc doanh nghiệp.

- Vốn tài chính là nguồn vốn (tiền) mà các doanh nhân và doanh nghiệp chi cho các yếu tố đầu vào để tạo ra sản phẩm hoặc để cung cấp dịch vụ cho thị trường.

Theo như định nghĩa của J. Van den Born, Freelancers kinh doanh chất xám và kỹ năng của chính mình ở một hoặc một số lĩnh vực nào đó, thì vốn con người rõ ràng quan trọng hơn vốn tài chính đối với những người lựa chọn làm nghề tự do. Lý do là vì để tìm kiếm được công việc, họ cần phải có những kỹ năng, kiến thức và kinh nghiệm nhất định, đáp ứng được yêu cầu của đối tác. Nhiệm vụ của họ là hoàn thành công việc theo như hợp đồng, sau đó sẽ nhận được thù lao. Họ khác với Entrepreneurs, không cần phải bỏ vốn tài chính để tạo lập và vận hành công ty, hay cho những dự án khởi nghiệp, vậy nên vốn tài chính đối với Freelancers ít quan trọng hơn.

Hai là, Freelancers không sử dụng nhân viên, hoặc họ chỉ có 1-2 người làm trợ lý cho mình. Trái lại, Entrepreneurs cần tuyển rất nhiều nhân viên để thực hiện các dự án công ty khởi nghiệp. Do đó những kỹ năng như lãnh đạo, tổ chức, quản lý nhân viên không thực sự cần thiết cho Freelancers. Thay vào đó, để thành công, họ cần kỹ năng quản lý thời gian, sắp xếp công việc, quản lý kỷ luật bản thân, giao tiếp tốt,...

Cũng cần phải rõ rằng việc làm tự do là một hình thức của tự tạo việc làm, và Freelance chính là một phần của Self – Employment (tự làm chủ). Một Self – Employed Person được định nghĩa là người làm việc cho bản thân hoặc chủ sở hữu doanh nghiệp chứ không phải người làm thuê.

Tóm lại, Freelance – việc làm tự do – là ngành nghề không bị gò bó theo một khuôn khổ hành chính nhất định hay nói cách khác, Freelancer – người làm công việc này – không phải chịu sự quản lý hay có cam kết dài hạn cho bất kỳ một tổ chức hoặc cá nhân nào. Thay vào đó, họ kí nhiều hợp đồng ngắn hạn với nhiều khách hàng để cung cấp một dịch vụ chuyên biệt. Họ là những người lao động độc lập mà không thuê nhân viên, tự chịu trách nhiệm để có được thu nhập của chính mình.

2.1.2 Lợi ích, khó khăn và thách thức khi trở thành Freelancer

2.1.2.1 Lợi ích của việc làm tự do

Những lợi ích chính mà các Freelancers có được bao gồm quyền tự lựa chọn, sự linh hoạt và đa dạng trong công việc. (Storey và cộng sự, 2005).

Làm việc tự do cung cấp sự linh hoạt hơn trong cách mọi người làm việc: Freelancers không hề bị ràng buộc theo quy định của những người chủ thuê lao động và họ thường có thể xác định thời gian và địa điểm làm việc của mình (Süb & Becker 2013, tr.225). Ngoài lợi ích đó thì còn những yếu tố khác như, họ tự quyết định tần suất làm việc bao nhiêu, làm việc cho ai, làm việc gì. Cách thức làm việc linh hoạt, tự do này hấp dẫn nhiều người có phong cách làm việc và lối sống khác nhau. Do đó, lực lượng Freelancers rất đa dạng cả về tần suất – mức độ thường xuyên làm việc (làm hàng ngày như một nghề chính thức, hay làm hàng tuần, hàng tháng như một ngành nghề phụ,...), thành phần nhân khẩu học, và động lực thúc đẩy họ đến với công việc này. Làm việc tự do cũng cho phép các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực khác nhau có cơ hội vận dụng kiến thức của họ, để trau dồi và không ngừng phát triển các kỹ năng của bản thân (Pietiläinen và cộng sự 2007, tr.22). Những lợi ích này đều bắt nguồn từ sự độc lập, là một yếu tố phổ biến trong mọi hình thức tự làm chủ.

Khi bắt đầu gia nhập Freelance, nguồn khách hàng đầu tiên và tiềm năng nhất cho người làm nghề này thường đến từ các mối quan hệ bạn bè. Nhưng về lâu dài, họ phải tận dụng các ứng dụng mạng xã hội như LinkedIn, Facebook,... để tìm kiếm khách hàng. Công nghệ phát triển đã giúp các Freelancers làm việc mọi lúc mọi nơi, tìm kiếm khách hàng, quảng bá dịch vụ, trao đổi hội nhóm chỉ với một chiếc laptop kết nối Internet. Sự tiện lợi này là một ưu thế rất lớn của loại hình làm việc Freelance. Một kênh

việc làm gần như vô hạn khác là các nền tảng hỗ trợ Freelancers, các sàn giao dịch việc làm trực tuyến dành cho những dự án thuê ngoài. Tùy vào hình thức hoạt động của sàn mà bạn có thể là người phải đi ứng tuyển công việc hoặc người tuyển dụng sẽ chủ động chọn mua dịch vụ bạn đã bày sẵn.

(1) *Với nhân viên văn phòng*, hợp đồng lao động sẽ ấn định thời gian có mặt tại nơi làm hàng ngày của từng nhân viên và mức thu nhập định kì được thỏa thuận dựa trên số giờ làm việc. Chính vì vậy, mọi nhân viên đều phải đến văn phòng đúng giờ và quẹt thẻ chấm công nếu không muốn bị cấp trên khiển trách, thậm chí là trừ lương. Rất nhiều những yêu cầu, nội quy khác áp đặt người làm công phải tuân thủ theo như: quy định về việc mặc đồng phục, giới hạn số ngày nghỉ phép trong năm,... Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp còn đưa ra những điều kiện chặt chẽ để giữ chân nhân tài - đây cũng được coi là nỗi sợ của nhân viên. Ngoài những nguyên tắc cứng nhắc, gò bó, còn phải nói đến giao tiếp nơi công sở - một vấn đề tế nhị và phức tạp không kém. Quan hệ với sếp và các đồng nghiệp không phải lúc nào cũng tốt đẹp. Việc chịu đựng những ánh nhìn soi mói hay đôi khi bị ‘chơi xấu’ bởi các đồng nghiệp khác, rồi sự kiểm soát không mấy dễ chịu từ cấp trên là một áp lực vô hình mà không phải ai cũng có thể thích nghi. Tất cả những điều trên là nguyên nhân khiến tinh thần làm việc của nhân viên sa sút, chán nản thậm chí dẫn đến stress, ảnh hưởng tới hiệu suất công việc.

Freelancers thì khác, người làm nghề tự do sẽ cảm thấy thoải mái vì không phải tuân thủ bất kì một luật lệ cứng nhắc nào, không còn canh cánh lo sợ bị trừ lương khi đi muộn, hay buồn bực do những khúc mắc với đồng nghiệp. Không chỉ thế, mức thu nhập của Freelancers còn được đánh giá là khá cao so với mức lương của nhân viên thông thường. Đây là một trong những đặc trưng hấp dẫn nhất của loại hình việc làm này, thu hút ngày càng nhiều các bạn trẻ tiếp cận và theo đuổi nghề tự do.

(2) *Môi trường làm việc văn phòng hiện đại nhưng ảnh hưởng đến sức khỏe*, nhân viên phải ngồi làm việc trung bình 8 tiếng một ngày, liên tục trong thời gian dài ở nơi công sở tiện nghi với điều hòa, các trang thiết bị tối tân lại là nguyên nhân gây nên một loạt các bệnh về xương cơ; về nhãn khoa như khô mắt, mỏi mắt,...; cùng với các căn bệnh phổ biến hiện nay như: béo phì, đau dạ dày,... Hơn nữa, cảm giác bí bách trong không gian văn phòng chật hẹp, tù túng cũng gây nguy cơ stress cao đối với người lao

động. Có những thời điểm, khi họ đang lo lắng và muốn tập trung vào công việc nhưng điện thoại công ty lại không ngừng reo, tiếng ồn từ đồng nghiệp nói chuyện, thảo luận sẽ khiến họ dễ bực tức và cáu kỉnh.

Freelancers không như thế, họ có thể quyết định thời gian thực hiện công việc một ngày là bao nhiêu, lựa chọn nơi làm việc khiến tinh thần thư thái, thoải mái. Loại hình việc làm tự do cho phép họ điều chỉnh, sắp xếp thời gian để gần gũi với gia đình mình hơn cũng như có được sự cân bằng cuộc sống, sức khỏe cá nhân và công việc.

(3) *Về vấn đề thăng tiến và cơ hội phát triển của nhân viên*, thay vì tập trung vào chất lượng công việc, mọi hành động của nhân viên ít nhiều bị sao nhãng vì phải để ý đến tâm trạng của cấp trên hoặc ít nhất, cố gắng không khiến sếp phật lòng. Nếu không làm vậy thì có thể sẽ rất khó để họ được thăng tiến trong công việc, thậm chí thực tế có khi còn phải rời khỏi vị trí của mình. Rồi người được bổ nhiệm thăng chức lại là những kẻ nịnh bợ, nổi thất vọng và sự mất niềm tin tất yếu sẽ đến với những người luôn nỗ lực làm việc hết mình. Nhiều người cũng lo sợ rằng họ sẽ không có cơ hội thử thách, và môi trường này kiềm hãm khả năng phát triển của bản thân. Đây chỉ là một ví dụ điển hình để thấy được làm việc nơi công sở không mấy là dễ dàng, nhất là đối với những người có ‘cái tôi’ lớn. Mặt khác, lương bổng cũng là chuyện rất tế nhị. Thông thường, mức lương sẽ được phía doanh nghiệp định sẵn khi kí hợp đồng với người lao động, và vấn đề này ít được đem ra trao đổi, mặc cả.

Đối với Freelancers lại khác, nghề tự do khiến họ cảm giác thực sự là sếp của chính mình, được tự do phát huy năng lực và sức sáng tạo mà không phải chịu sự áp đặt vô lý nào. Cũng không còn lo lắng sẽ bị kìm hãm cơ hội thăng tiến, bởi người làm Freelance có thể tự chịu trách nhiệm với con đường phát triển nghề nghiệp trong tương lai. Ngoài ra, với tư cách là Freelancers chuyên nghiệp, họ có quyền quyết định mức thu nhập xứng đáng với công sức bỏ ra của bản thân và việc đề cập vấn đề này với đối tác khá thoải mái, dễ thương lượng.

(4) *Đồng nghĩa với tự do trong Freelance*, người làm công việc này có thể thay đổi phong cách, phương pháp làm việc hay thậm chí là cả loại hình lẫn tính chất công việc,... Tuy nhiên, họ nên tìm kiếm công việc và khách hàng trên những trang việc làm uy tín dành cho Freelancers để chọn được những khách hàng đáng tin cậy, từ đó giảm thiểu

các rủi ro, đảm bảo quyền lợi được thanh toán của bản thân. Hơn nữa, khi biết đầy đủ thông tin cần thiết về khách hàng, họ có thể xác định xem liệu đối tác có phù hợp với mình không, nhằm hạn chế những bất đồng đáng tiếc xảy ra trong quá trình hợp tác.

(5) *Với mô hình làm việc văn phòng thông thường*, khi mỗi người đều tập trung hoàn thành nhiệm vụ riêng mà cấp trên giao phó, mong muốn được trao đổi những thông tin, khúc mắc về phần việc cá nhân là không mấy dễ dàng. Nhân viên phải ganh đua lẫn nhau nên nhiều đồng nghiệp sẽ chẳng nhiệt tình hướng dẫn cách làm cho các ‘ma mới’ hay nhân viên khác ít kinh nghiệm hơn. Đây cũng là một áp lực lớn với người lao động, bởi nếu để công việc xảy ra sai sót hay trễ hạn hoàn thành thì cá nhân đó sẽ phải chịu toàn bộ trách nhiệm. Ngoài ra, tình trạng nhân viên mới bị các nhân viên cũ đùn đẩy công việc không phải là chuyện hiếm.

Nhưng với mô hình việc làm tự do thì khác, trong thị trường cạnh tranh đầy mạnh mẽ hiện nay, doanh nghiệp có thể ký hợp đồng cùng lúc với nhiều Freelancers cho những dự án lớn, khối lượng công việc vượt quá khả năng của một cá nhân. Quá trình hợp tác chung này không chỉ là cơ hội tuyệt vời để đội ngũ Freelancers học hỏi kiến thức, kinh nghiệm lẫn nhau, trau dồi kỹ năng làm việc chuyên nghiệp hơn, mà còn khuyến khích họ hòa hợp để đạt được thành quả công việc cao nhất. Hiệu suất sẽ được cải thiện bởi việc trao đổi thông tin, đóng góp ý tưởng giữa các Freelancers; việc cùng nhau giải quyết vấn đề do đó sẽ trở nên dễ dàng hơn rất nhiều so với mô hình làm việc truyền thống. Những nỗ lực của Freelancers sẽ quyết định chất lượng sản phẩm cuối cùng. Tức là, thu nhập mà Freelancers có được từ khách hàng phụ thuộc vào chính công sức bản thân họ bỏ ra. Do vậy, ai cũng có tinh thần trách nhiệm cao đối với công việc mà mình đảm nhận và mong muốn làm tốt nhất có thể.

- *Dù vậy, Freelancers vẫn phải đối mặt với một số hạn chế và vẫn phụ thuộc vào người khác*. Những rủi ro chính liên quan đến việc làm tự do phải kể đến như sự mất ổn định trong thu nhập và công việc, vấn đề bảo đảm quyền lợi thanh toán khi hợp tác,... Mặc dù Freelancers có thể mua các loại bảo hiểm sức khỏe, bảo hiểm nhân thọ,... từ các tổ chức uy tín, nhưng nó có lẽ sẽ đắt hơn so với nhân viên được cung cấp bảo hiểm từ chủ lao động của mình.

Người làm Freelance có sự linh hoạt, tự do hơn những người làm công bình thường. Chính vì vậy, họ cũng phải đối mặt với nhiều thử thách, để giữ lại sự tự do đó.

Nghiên cứu của RSA (2015) *'Boosting the living standards of the self-employed'* cho thấy rằng Freelancers có mức độ hài lòng đối với công việc cao hơn những nhân viên thông thường. Một lời giải thích được đưa ra là giá trị lợi ích từ những đặc trưng như tự làm chủ, tính linh hoạt đi kèm theo phương thức làm việc này đã bù đắp cho những vấn đề tiêu cực khác liên quan đến việc làm tự do Freelance.

2.1.2.2. *Khó khăn và thách thức khi trở thành Freelancer.*

a. Trách nhiệm cá nhân và thời gian

Nghề tự do được xem là một kiểu nghề “tay làm hàm nhai, tay quai miệng trễ”. Sự tự do, độc lập trong đó đi kèm với nhiều trách nhiệm. Người làm Freelancer không được hưởng mức thu nhập ổn định, không có phụ cấp, đãi ngộ, bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, lương hưu,... Tất cả các khoản chi phí, kể cả thuế, đều thuộc trách nhiệm chi trả của bản thân họ. Freelancers vừa là người chủ, vừa là người làm công cho chính mình. Bước vào con đường này đồng nghĩa với mọi gánh nặng công việc đều trút lên vai một cá nhân. Không những phải lo lắng về vấn đề kế toán thu chi, họ còn tự phải có kỷ luật với chính mình, tự quản lý, sắp xếp để đảm bảo tiến độ thực hiện dự án, tránh làm mất uy tín. Bất kỳ một quyết định nào từ Freelancers đều có thể mang lại những rủi ro và thiệt hại, khi đó, chính bản thân họ phải ‘đứng mũi chịu sào’, bởi không có công ty nào đứng ra đại diện hay giải quyết thay họ. Sự nghiệp Freelancer phụ thuộc vào việc giữ thu nhập ổn định, nên họ cần suy nghĩ về các dự án tương lai từ khi còn thực hiện công việc trong tay. Những người làm việc tự do có mục tiêu trong ngắn hạn là hoàn thành một dự án, nhận tiền và chuyển sang công việc tiếp theo. Do vậy họ phải có sự cân bằng tinh tế trong việc triển khai các dự án hiện tại đồng thời tìm kiếm dự án mới, để mắt đến tương lai.

Các dự án thông thường không có định về thời gian làm việc. Có nhiều vấn đề mà Freelancers phải quan tâm đến, ví dụ như tìm kiếm khách hàng, phát triển mạng lưới, thương hiệu, kinh nghiệm và kỹ năng cá nhân,... (Osnowitz 2010, tr.65). Do vậy, người làm cần xem xét để sử dụng quỹ thời gian sao cho hiệu quả nhất. Trên hết, các Freelancers thường cảm thấy áp lực nếu nhận nhiều việc quá khả năng hoàn thành của

họ hoặc nhận việc với một thông báo, chỉ dẫn không rõ ràng, cụ thể. Điều này khiến họ tốn thời gian hoàn thành công việc hay phải ngồi làm trong cả ngày nghỉ lễ, thậm chí, ảnh hưởng đến kế hoạch dài hạn của Freelancers. Công sức dành cho những nhiệm vụ bổ sung của dự án, rồi áp lực công việc mà họ phải chịu tại thời điểm này đôi khi không được phản ánh lại trong giá cả cho dịch vụ Freelance.

b. Điều kiện thị trường và các mối quan hệ xã hội

Điều kiện thị trường là một thách thức lớn đối với những Freelancers mới vào nghề. Do ban đầu khách hàng có xu hướng tìm kiếm Freelancers thông qua các ‘mạng lưới’ giao tiếp, như đồng nghiệp, người thân và bạn bè, thị trường có thể coi là khá ‘đóng’. Điều này tức là, cơ hội gia nhập thị trường của mỗi cá nhân không giống nhau, dẫn đến sự cạnh tranh cũng kém công bằng. Mối quan hệ với khách hàng là một yếu tố quan trọng để quảng bá và bán dịch vụ, vì khách hàng cung cấp các ‘mạng lưới’ quan hệ giúp Freelancers tìm kiếm những khách hàng mới, những dự án mới. Tuy nhiên, việc thâm nhập vào ‘mạng lưới’ trên và thiết lập uy tín đối với khách hàng cũng khá khó khăn. Bởi đặc trưng của việc tiếp thị các dịch vụ tri thức là không có sản phẩm cụ thể được bán. Quá trình tiếp thị của bản thân Freelancers phụ thuộc vào việc họ tạo dựng được niềm tin và cam kết chất lượng dịch vụ đối với khách hàng. Mặt khác, thị trường cũng có thể coi là quá ‘mở’ khi có nhiều Freelancers cung cấp những dịch vụ tương tự nhau. Một số Freelancers sẵn sàng làm việc với mức lương tối thiểu, làm suy giảm khả năng thương lượng của Freelancers khác và củng cố cho các điều kiện thị trường trở nên tiêu cực. (Storey và cộng sự, 2005)

Để cải thiện thế mạnh trong một thị trường có tính cạnh tranh cao như hiện nay thì điều quan trọng là tự tạo cho bản thân các mối quan hệ xã hội, vì thế mà kỹ năng giao tiếp là rất cần thiết. Trên thực tế, thông qua đó họ đã tự xây dựng cho mình một mạng lưới khách hàng tiềm năng mà không phải bỏ ra một khoản chi phí nào cho việc quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như: báo, tạp chí, tờ rơi, internet,... Năng lực xã hội là tiền đề để Freelancers giao tiếp với khách hàng và tương tác tốt trong các tổ chức. Những kỹ năng này không chỉ giúp Freelancers có cơ hội tiếp xúc với nhiều khách hàng mà còn giúp họ chia sẻ thông tin để tìm nhận những đơn hàng dịch vụ hay hợp đồng mới.

c. Thương hiệu và uy tín cá nhân

Uy tín và danh tiếng của người làm dịch vụ trong mắt khách hàng là những thứ không thể dùng tiền để mua được. Việc đầu tư vào các mối quan hệ để được khách hàng tin tưởng và giới thiệu giúp mỗi cá nhân tạo nên sự khác biệt, từ đó có được những thương vụ tốt nhất. Một thách thức trong ngành nghề tự do là làm thế nào để các Freelancers tự tiếp thị và bán được những dịch vụ mà mình cung cấp, bởi việc xây dựng hình ảnh cá nhân khá khó khăn khi không ít những người thuê ngoài thường tin tưởng các công ty có tư cách pháp nhân hơn là những Freelancers. Chuyên môn không thể tách biệt khỏi từng cá nhân và những phẩm chất, kỹ năng xã hội của Freelancers được coi là một phần của sản phẩm được bán (Pietiläinen và cộng sự 2007, tr.92). Về cơ bản, Freelancer tự bán tri thức, năng lực bản thân họ và tạo dựng thành một thương hiệu được tiếp thị cho các khách hàng tiềm năng. Xây dựng thương hiệu giúp Freelancer tách biệt so với những người khác, cung cấp cho khách hàng biết khuôn khổ năng lực bản thân và cách thức giải quyết công việc của họ. Để làm được điều này, quan trọng nhất là mỗi Freelancer cần hiểu rõ những giá trị, lợi ích được cung cấp bởi chính mình.

Một vấn đề khá ‘đau đầu’ về thương hiệu đó là: Đôi khi trong thực tế, các Freelancers phải đối mặt với những chỉ trích, phản ánh tiêu cực thậm chí là tẩy chay lâu dài, chỉ với một dự án, công việc hoàn thành trễ hạn hoặc không làm hài lòng khách hàng. Một đồn mười, uy tín của Freelancers bị ảnh hưởng nặng nề, số lượng hợp đồng đến với họ cũng sụt giảm theo. Hơn nữa, rất khó khăn để kiểm soát việc thương hiệu cá nhân được đánh giá bởi những khách hàng khác nhau. Quan điểm của người khác cũng có thể dễ dàng ảnh hưởng đến nhận định của Freelancers về năng lực bản thân, từ đó cản trở quá trình tiếp thị chính xác giá trị dịch vụ của họ (Storey và cộng sự, 2005). Vậy nên, điều quan trọng là, Freelancers phải hiểu rõ mức giá cho năng lực của chính mình.

d. Hiệu ứng quan hệ khách hàng.

Freelancers cần hiểu lý do mà khách hàng lựa chọn thuê họ, vì nó sẽ cung cấp thông tin thực tế về vị trí của chính họ trên thị trường kèm theo những thách thức đi liền với vị trí đó. Dù những người làm Freelance thường tính giá dịch vụ cao hơn so với nhân viên, nhưng nhìn chung các công ty, doanh nghiệp vẫn ít tốn kém hơn vì họ không cần phải chi trả thuế việc làm, bảo hiểm y tế, lương hưu, lương ốm, nghỉ lễ, thiết bị hoặc đào

tạo,... cho đối tác Freelancers của mình (Süb & Becker, 2013). Điều này có nghĩa là Freelancers phải chịu riêng tất cả các chi phí đó.

Trong suốt quá trình làm việc, sự tương tác với khách hàng là rất quan trọng để xây dựng mối quan hệ gắn kết và để cung cấp được dịch vụ làm hài lòng khách hàng. Khi khách hàng thỏa mãn với chất lượng sản phẩm và tác phong làm việc chuyên nghiệp, họ không những có thể tự nguyện trả công cao hơn thỏa thuận, mà còn mang lại tiếng tăm cho Freelancers, giúp tạo ra lợi thế cạnh tranh lớn trên thị trường. Ngoài ra, ở các thương vụ hợp tác, khách hàng yêu cầu lòng trung thành và các cam kết từ phía còn lại. Đây là lý do tại sao hợp đồng rất cần thiết, để tạo cho cả hai bên đối tác sự an toàn và tin tưởng. Nó đặc biệt quan trọng đối với Freelancers – người ở vị trí dễ bị ‘tồn thương’ hơn. Hợp đồng cần chi tiết nhất có thể vì trong trường hợp tranh chấp, nó sẽ trở thành tài liệu minh chứng cho Freelancers. Ví dụ, các yêu cầu về công việc và thời gian biểu nên được xác định rõ ràng, vì chúng có thể thay đổi trong suốt quá trình hoàn thành dự án.

2.1.3 Tầm quan trọng của lực lượng Freelancers

Thời kỳ kinh tế tăng trưởng, doanh nghiệp dần mở rộng và số lượng dự án thường vượt quá tốc độ họ có thể kịp thuê người để lấp đầy vị trí cho các dự án đó trong dài hạn. Freelance trở thành xu hướng khi nhu cầu về nguồn nhân lực tự do ngày càng gia tăng và các công ty muốn linh hoạt hơn trong việc thuê nhân viên. Trên phương diện một chủ doanh nghiệp, điều này giúp khắc phục những nhược điểm vốn có của mô hình quản trị doanh nghiệp cũ bởi nó phải trả một khoản tài chính cố định không nhỏ vào lương thưởng hay các chế độ cho người lao động. Đội ngũ Freelancers là những người am hiểu cặn kẽ về lĩnh vực công việc của mình, có tác phong làm việc chuyên nghiệp và hơn hết, tư duy của họ rất đa dạng, không theo lối mòn, không bị ảnh hưởng bởi cái gọi là ‘chính trị nội bộ’. Hợp tác cùng Freelancers không chỉ là một giải pháp cho phép các doanh nghiệp sử dụng ngân sách linh hoạt, hạn chế chi phí liên quan đến nguồn đào tạo nhân lực hàng năm, các loại thuế, bảo hiểm y tế hay phúc lợi khác mà còn giúp giảm thiểu bớt những vấn đề phức tạp diễn ra lại nơi làm việc, về xã giao hay thậm chí là các vấn đề pháp lý giữa nhân viên.

Theo “*The Use and Value of Freelancers: The Perspective of Managers*” của Marc Cowling (2015). Lực lượng Freelancers:

- Cho phép các doanh nghiệp sử dụng chuyên môn hóa lao động nhiều hơn, đồng thời tránh được chi phí chi trả để ‘nuôi’ nhân viên hợp đồng trong thời gian nhàn rỗi.
- Giải phóng các doanh nghiệp khỏi giới hạn trong tài nguyên nội bộ, cho phép sử dụng nguồn nhân lực kỹ năng chuyên nghiệp, sáng tạo và đa dạng mà không làm nhân viên sao lãng khỏi hoạt động kinh doanh cốt lõi.
- Xóa bỏ bớt rào cản gia nhập thị trường, giảm quy mô hiệu quả tối thiểu (MES) từ đó giúp doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh với các công ty lớn.
- Tăng cường tính linh hoạt và nhanh nhẹn của doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp tối đa hóa hiệu suất công việc.
- Tạo việc làm bằng cách tăng mức độ đổi mới và hiệu quả trong nền kinh tế, giúp các dự án mới thành công.

Ta có thể thấy điều quan trọng nhất ở đây là, sử dụng Freelancers cho phép doanh nghiệp đo lường hiệu suất làm việc của họ và trả lương tốt hơn so với nhân viên truyền thống. Doanh nghiệp có thể có những ứng viên tài năng, giàu kinh nghiệm mà công ty có lẽ không đủ khả năng trả lương nếu thuê họ thành nhân viên chính thức. Từ việc chủ động về nguồn nhân lực và khối lượng công việc, doanh nghiệp có thể tự do lập kế hoạch nguồn nhân lực theo chu kỳ mà không bị giới hạn bởi các quy định của pháp luật. Những người làm công việc Freelance cũng cung cấp nhiều khung thời gian làm việc. Họ có thể làm việc toàn thời gian, bán thời gian hoặc làm việc trong các tình huống cần thiết.

Ngoài ra, tự tạo việc làm nói chung và việc làm tự do nói riêng còn thúc đẩy giới trẻ trải nghiệm, tự sáng tạo và tự chủ nghề nghiệp, góp phần giảm tỷ lệ thất nghiệp của người lao động.

Có thể nói đây là ngành nghề rất tiềm năng cho người lao động, giúp họ tận dụng thời gian, sử dụng chuyên môn phù hợp để tìm việc làm và kiếm thêm thu nhập cho mình. Bởi vậy, Freelancers nên được quan tâm nhiều hơn không chỉ vì những lợi ích công việc mà nó mang lại cho người làm, mà còn vì tầm quan trọng của ngành nghề này trong việc hợp tác với các doanh nghiệp để thúc đẩy hiệu suất công việc, đặc biệt là những công ty khởi nghiệp, quy mô doanh nghiệp vừa và nhỏ.

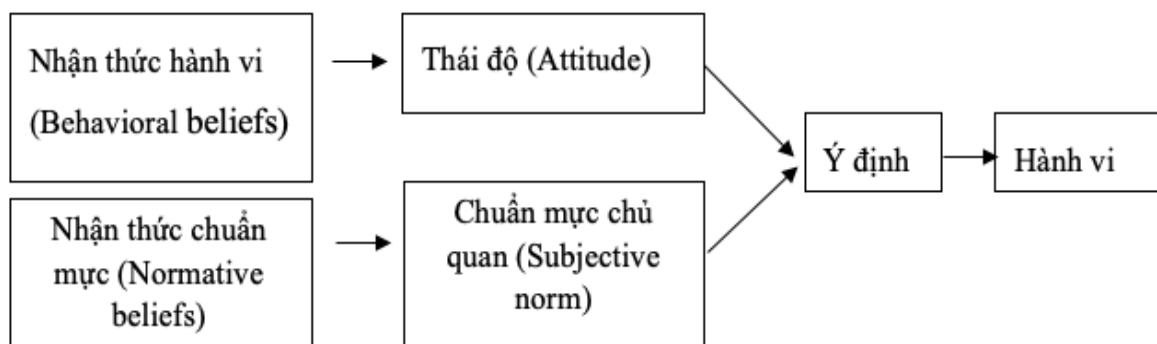
Từ những lợi ích thiết thực mà Freelance đóng góp cho người lao động và doanh nghiệp, lực lượng Freelancers đã trở thành một trong những động lực chính thúc đẩy hiệu quả của nền kinh tế.

2.2. Lý thuyết chung liên quan đến ý định trở thành Freelancer.

2.2.1 Lý thuyết hành động hợp lý – TRA

Lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action) được đề xuất bởi Fishbein và Ajzen (1975). Trong nghiên cứu tâm lý xã hội cũng như hành vi cá nhân, đây được xem là một trong những lý thuyết tiên phong, nền tảng quan trọng nhất. Người viết cho rằng bản chất hành động của con người dựa trên lý trí hoặc động cơ, vì vậy, con người sử dụng các thông tin có sẵn một cách có hệ thống và cân nhắc sự liên quan đến hành vi của mình trước khi quyết định tham gia hay không tham gia một hành vi nào đó (Fishbein & Ajzen, 1980).

Theo TRA, tiền đề của việc cá nhân thực hiện một hành vi nào đó đều được xuất phát từ ý định. “Hầu hết các hành vi có tính xã hội đều được thực hiện dưới sự kiểm soát của ý chí và vì vậy, được dự đoán từ ý định” (Ajzen & Fishbein, 1980). Ý định thực hiện hành vi lại chịu sự tác động bởi hai yếu tố là thái độ đối với hành vi (Attitude) và chuẩn mực chủ quan (Subjective norm).



Hình 2.1. Sơ đồ lý thuyết TRA

Nguồn: Fishbein và Ajzen (1980)

- Về yếu tố thái độ, một người sẽ hình thành ý định thực hiện một hành vi cụ thể

khi bản thân người này nhận thấy kết quả tích cực được tạo ra từ hành vi đó và/hoặc cảm nhận được sự khuyến khích, ủng hộ việc thực hiện hành vi này từ những người quan trọng với họ (như gia đình, bạn bè,...) (Ajzen & Fishbein, 1980). Thái độ, theo TRA, lại bị chi phối bởi hai yếu tố: (1) nhận thức của một người về những tác động, kết quả/hậu quả mang lại nếu thực hiện hành vi đó, và (2) đánh giá của người đó về những tác động, kết quả/hậu quả này. Nhận thức hành vi lại dựa trên sự hiểu biết hoặc dựa trên những điều mà cá nhân đó cho là đúng.

● **Yếu tố chuẩn mực chủ quan chịu ảnh hưởng bởi hai yếu tố**, bao gồm:

- Nhận thức về chuẩn mực: đề cập tới lòng tin của một cá nhân về một người quan trọng/có ảnh hưởng lớn đến cá nhân này. Người này sẽ cho rằng cá nhân ấy nên hoặc không nên thực hiện hành vi đó.
- Nhận thức về mức độ mà cá nhân đó nên nghe theo người có ảnh hưởng này.

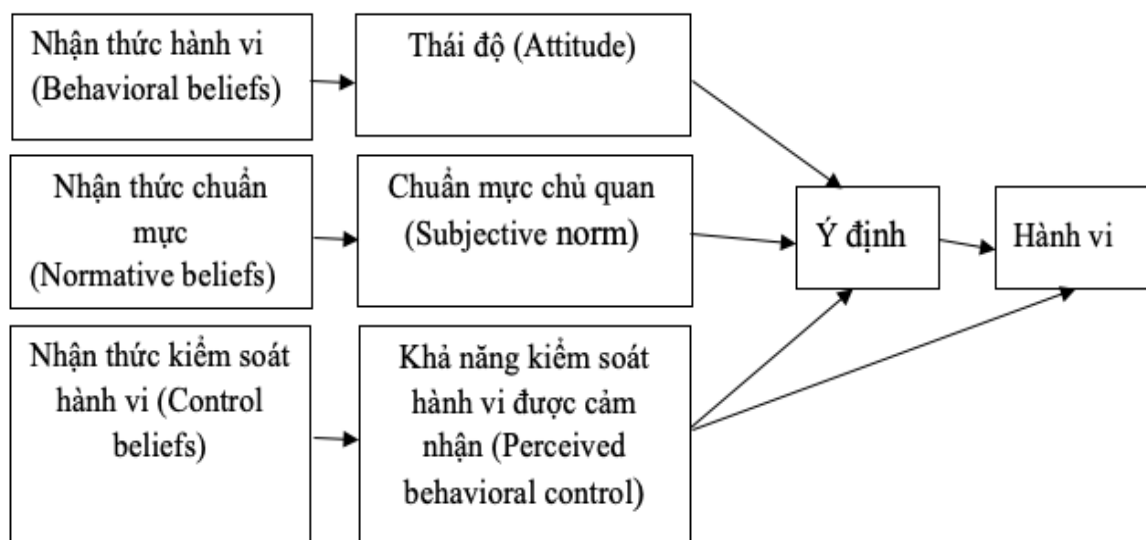
Tuy dựa trên logic của lý thuyết hành động hợp lý có thể giải thích được một số lượng lớn các hành vi; nhưng trong một vài trường hợp phức tạp, khi hành vi của cá nhân được quyết định bởi các yếu tố khác như các cơ hội hoặc nguồn lực (tiền, thời gian và các kỹ năng), sử dụng riêng TRA lại chưa đủ làm căn cứ lý giải. Ví dụ, một cá nhân, nếu không có kỹ năng chuyên môn về một lĩnh vực nào đó, hoặc không có mối quan hệ rộng để tìm kiếm công việc, thì rất khó có thể trở thành một Freelancer, bất chấp việc họ có thái độ tích cực và chuẩn mực chủ quan đối với làm việc tự do. Vì vậy để lý giải các hành vi như trên, người viết sử dụng thêm thuyết hành vi dự định (TPB).

2.2.2 Thuyết hành vi dự định – TPB

Ajzen đã phát triển thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior-TPB) dựa trên lý thuyết hành động hợp lý (TRA) (Fishbein & Ajzen, 1975) năm 1985 và hoàn thiện năm 1991 (Ajzen,1985; Ajzen,1991). TPB được ra đời để bù đắp những khiếm khuyết của TRA; đặc biệt trong những tình huống các cá nhân không thể kiểm soát hoàn toàn hành vi của mình, và thái độ đối với hành vi và chuẩn mực chủ quan không đủ để giải thích cho hành vi của họ (Hansen & cộng sự, 2004).

TPB cho rằng có ba yếu tố ảnh hưởng đến ý định thực hiện hành vi, đó là: thái độ đối với hành vi, nhận thức về áp lực xã hội hay ảnh hưởng của xã hội đối với hành

vi cá nhân, khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận (Perceived Behavioral Control – PBC). So với mô hình TRA, mô hình TPB có bổ sung thêm ảnh hưởng của yếu tố PBC đến ý định thực hiện hành vi.



Hình 2.2. Sơ đồ lý thuyết TPB

Nguồn: Ajzen (1991)

Cũng giống như TRA, mô hình TPB đề cập đến hành vi (behavior) dựa trên những biểu hiện có thể quan sát được của hành vi đó, được thực hiện (hoặc không được thực hiện) liên quan đến một mục tiêu cụ thể, trong một tình huống nhất định, tại một thời điểm cụ thể (Fishbein & Ajzen, 1975). Ở đây, tiền đề quan trọng nhất để thực hiện hành vi vẫn là ý định của cá nhân để thực hiện hành vi đó. Ý định thực hiện hành vi được hiểu là “mức độ mạnh hay yếu mà ý định của một người muốn thực hiện một hành vi cụ thể” (Fishbein & Ajzen, 1975). TPB cho rằng ý định để tham gia vào một hành vi tỉ lệ thuận với khả năng hành vi này sẽ được thực hiện.

Khác với TRA, TPB đưa ra ba tiền đề (thay vì hai) tác động đến ý định thực hiện hành vi bao gồm: thái độ, chuẩn mực chủ quan và khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận. Ngoài hai yếu tố đã đề cập ở TRA, khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận (PBC) nói đến việc thực hiện hành vi là khó khăn hay dễ dàng. Mức độ trở ngại này được phản ánh từ sự trải nghiệm trong quá khứ cũng như từ sự cản trở được dự đoán trong tương lai. TPB cho rằng ý định thực hiện hành vi (còn đang cân nhắc) sẽ càng

manh khi thái độ, chuẩn mực chủ quan và khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận thuận lợi.

Cũng theo TPB, các nhận thức nổi bật (salient beliefs) được xem là các tiền đề quyết định về ý định và hành động của một cá nhân. Có ba loại nhận thức quan trọng được xác nhận trong mô hình TPB bao gồm: nhận thức hành vi được xem là ảnh hưởng đến thái độ; nhận thức chuẩn mực được xem là tiền đề của yếu tố chuẩn mực chủ quan; và nhận thức kiểm soát hành vi được xem là tiền đề của khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận (Ajzen, 1991) (Hình 2.2).

2.2.3 Khát quát các nhân tố tác động đến Ý định trở thành Freelancer

2.2.3.1 Ý định

Mọi hành vi đều bắt đầu từ những ý định cho dù đó là ý định ngớ ngẩn hay rõ ràng, được chuẩn bị kỹ lưỡng. Ý định là trạng thái nhận thức ngay trước khi thực hiện một hành vi (Krueger, 2003). Ý định hành vi bao gồm các yếu tố thúc đẩy ảnh hưởng đến một hành vi nhất định; ý định càng mạnh thì hành vi càng có khả năng được thực hiện cao. Trong nghiên cứu của mình, Ajzen & Fishbein đã phân tích rõ hơn về ý định với các thành phần biểu hiện của nó. Ý định liên quan đến bốn thành phần khác nhau: hành vi, mục tiêu (hay vấn đề mà chủ thể nhắm tới), tình trạng của hành vi đang thực hiện, thời điểm hành vi này đang diễn ra (Fishbein & Ajzen, 1975). Để có một hành vi bất kì thì cá nhân phải tự cảm nhận vấn đề đó trước khi thực hiện. Việc cảm nhận này có vai trò quan trọng để đưa ra quyết định cuối cùng: thực hiện hay không thực hiện. Theo Krueger (1993), ý định đại diện cho mức độ cam kết về hành vi sẽ làm trong tương lai. Công trình nghiên cứu của Krueger & ctg (2000) cho rằng, ý định là một tiền đề của hành vi dự định, còn với Luthje & Franke (2004) thì ý định chính là dự đoán tốt nhất cho hành vi được thực hiện.

2.2.3.2 Ý định trở thành Freelancer

Ý định trở thành Freelancer là trạng thái tâm lý cá nhân hướng đến việc hình thành ý tưởng, lựa chọn theo đuổi ngành nghề tự do và có mong muốn đạt được điều đó. Người có ý định trở thành Freelancer phải chấp nhận đầu tư vốn, trang bị kiến thức cho

bản thân, để phát triển sự nghiệp, hướng đến mục đích tìm kiếm lợi nhuận và đóng góp năng lực và kỹ năng cho đất nước, cho cộng đồng.

2.2.3.3. Các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer

a. Nhận thức kiểm soát hành vi

Theo quan điểm của Ajzen (1991), thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng trực tiếp đến ý định. “Nhận thức kiểm soát hành vi” (Control Beliefs) được xem là tiền đề của “khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận” (Perceived Behavioral Control) trong mô hình TPB, nó phản ánh cảm nhận của cá nhân về độ khó hay dễ trong việc thực hiện hành vi đó. Ajzen (1991) đã nhận định rằng nhân tố kiểm soát hành vi tác động trực tiếp đến xu hướng thực hiện hành vi, và nếu đương sự chính xác trong cảm nhận về mức độ kiểm soát của mình, thì kiểm soát hành vi còn dự báo cả hành vi. Do vậy, nhóm tác giả kỳ vọng nhân tố này sẽ có những tác động đáng kể đến ý định theo đuổi ngành nghề tự do Freelance. Cụ thể trong nghiên cứu, nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi đo lường mức độ nhận thức của giới trẻ về bản thân trong quá trình làm Freelancer.

b. Thái độ cá nhân

Mỗi người đều có quan điểm khác nhau về một thứ, ví dụ, mọi người có thể nhìn vào một nửa cái chai và cho rằng đó là chiếc chai đầy một nửa hay rỗng một nửa. Hiểu nhầm na thì đây chính là thái độ cá nhân.

Fishbein và Ajzen (1975) đã chỉ ra rằng thái độ là yếu tố dự báo đáng tin cậy của một hành vi trong tương lai. Còn theo nhận định của Krueger và cộng sự (2000), thái độ cá nhân mô tả sự đánh giá một cách có hệ thống tích cực hoặc tiêu cực đến một đối tượng cụ thể nào đó. Cảm giác này bị ảnh hưởng bởi các yếu tố tâm lý và tình huống đang hiện hữu. Nó thể hiện cách đánh giá của người đó về đối tượng và so sánh với các đối tượng khác dựa trên suy nghĩ (nhận thức), niềm tin (các giá trị) và cảm xúc của cá nhân đối với sự vật (Hoyer & MacInnis, 2004). Nghiên cứu kỳ vọng thái độ là một nhân tố quyết định quan trọng trong ý định trở thành Freelancer. Các tín hiệu thông tin ngoại vi (nguồn thông tin có sẵn từ bên ngoài) và thông tin nội bộ (nhận thức của cá nhân về khả năng và kiến thức về hành vi cụ thể) có thể thúc đẩy ý định theo đuổi nghề tự do hiệu quả và ngược lại. Do vậy, một cá nhân sẽ có khả năng thực hiện hành động trở

thành Freelancer nếu cá nhân đó có một thái độ nhìn nhận tích cực đối với ngành nghề này và tin rằng Freelance mang lại nhiều lợi ích cho bản thân mình.

c. Nhận thức xã hội (Chuẩn mực chủ quan)

Trong quá trình lựa chọn nghề nghiệp, quyết định của các bạn trẻ đặc biệt là đối tượng sinh viên thường bị chi phối bởi các chủ thể trong xã hội khi họ coi hành động hay ý kiến, quan điểm của gia đình, bạn bè,... là những nhận thức xã hội mà một cá nhân tuân thủ theo. Nhận thức xã hội là cảm nhận những áp lực, mức độ quan tâm xã hội để đi đến hành vi (Liñán & ctg, 2005). Còn về nhận thức xã hội theo Fishbein & Ajzen (1975), được định nghĩa là nhận thức của một cá nhân với các ý kiến cho rằng hành vi nên hay không nên được thực hiện từ những người quan trọng của cá nhân đó. Nó là tác động tâm lý đối với hành vi của con người và giúp con người suy xét để đi đến một quyết định. Ở nghiên cứu này, các biến quan sát của nhận thức xã hội gắn liền với việc bạn bè, gia đình và những người quan trọng có ủng hộ hành vi một cá nhân trở thành Freelancer hay không. Điều này xuất phát từ văn hóa tổ chức, văn hóa gia đình. Vì vậy, nhóm nghiên cứu kỳ vọng nhận thức xã hội sẽ định hướng đến ý định trở thành Freelancer, suy nghĩ, hành vi của một cá nhân và quyết định tìm hiểu rằng những lời cổ vũ, động viên hay các ý kiến phản bác, chê trách từ những người quan trọng với các đáp viên sẽ làm gia tăng hay giảm sút ý định trở thành Freelancer.

d. Vốn xã hội

Vốn xã hội là một khái niệm rất rộng, có nhiều định nghĩa và cách giải thích khác nhau. Theo "*Vốn xã hội và đo lường vốn xã hội*" của tác giả Lê Minh Tiến (2007), nhìn chung các nhà nghiên cứu trên thế giới đều đồng ý rằng khái niệm vốn xã hội có thể được hiểu ở cả ba cấp độ trong nghiên cứu là: cấp độ vi mô, cấp độ trung mô và cấp độ vĩ mô. Tuy nhiên, bài nghiên cứu sẽ đề cập đến khái niệm về vốn xã hội đối với mỗi cá nhân ở cấp độ vi mô. Định nghĩa của Snijders (1999) về vốn xã hội đã thể hiện rõ "vốn xã hội là lợi ích mà cá nhân có được từ những mối quan hệ với các cá nhân khác" (A. Degenne, 2003). Còn theo Sarah (2004), vốn xã hội là các mối quan hệ giúp cá nhân tiếp cận các nguồn lực xã hội. Trong bài nghiên cứu này, vốn xã hội của mỗi cá nhân được xem xét bao gồm:

(1) Vốn xã hội quan hệ - nguồn lực thông qua mối quan hệ giữa các thành viên trong gia đình, bạn bè, họ hàng thân thích.

(2) Vốn xã hội giao tiếp - nguồn lực thông qua các mối quan hệ nghề nghiệp, đối tác, đồng nghiệp, các thành viên trong cùng một tổ chức, hiệp hội, các câu lạc bộ, cộng đồng,...

Theo công trình nghiên cứu “*Vốn xã hội và việc làm của sinh viên các trường đại học: trường hợp điển hình tại KTQD*” (2019), các nguồn lực có thể là sự hỗ trợ về tài chính, tiền bạc, chi phí tìm kiếm,... thông qua mạng lưới quan hệ. Nguồn lực về tài chính và các mối quan hệ xã hội thân cận là hai yếu tố đóng vai trò không kém phần quan trọng trong quá trình bắt đầu một công việc mới của giới trẻ. Nhất là trong hình thức công việc tự làm chủ, mọi người thường phải đối mặt với vấn đề huy động vốn và có xu hướng thiết lập vốn xã hội quan hệ và giao tiếp để giảm thiểu rủi ro, bắt đầu trong quá trình theo đuổi công việc. Nhìn chung, khi làm công việc tự do, các cá nhân không cần quá nhiều nguồn tài chính ban đầu như khi họ khởi nghiệp. Tuy vậy, để các Freelancers mới vào nghề tìm kiếm thông tin và tiếp cận thị trường một cách dễ dàng, đặc biệt đối với các bạn trẻ mới ra trường, chưa có nhiều kinh nghiệm cũng như các quan hệ thân cận để nhờ cậy, họ có thể phải bỏ ra một khoản chi phí tham gia các khóa đào tạo về các cách thức và kinh nghiệm căn bản để kiếm được thu nhập từ Freelance, trau dồi các kỹ năng chuyên môn khác mà họ cảm thấy cần thiết trong quá trình làm nghề tự do, hay phí quảng cáo dịch vụ, để làm tăng cơ hội tiếp xúc nhiều hơn với khách hàng,... Căn cứ vào cơ sở lý luận đã đề cập, từ thực tiễn tại Việt Nam và dựa theo kết quả các nghiên cứu liên quan của Luthje và Franke (2004), Wongnaa và Seyram (2014), Ngô Quỳnh An (2012), nhóm nghiên cứu kì vọng rằng yếu tố tiếp cận tài chính và mạng lưới quan hệ xã hội của cá nhân trong vốn xã hội có ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ.

e. Vốn con người

Hiện nay, muốn làm bất cứ việc gì trong bất kì ngành nghề nào, bản thân mỗi người cần phải có kiến thức chuyên môn về ngành nghề đó, bên cạnh đó là các kỹ năng mềm thiết yếu. Vốn con người thực chất là một hình thức vốn vô hình khi so sánh với các hình thức vốn hữu hình khác. Trong bài nghiên cứu “*Tác động của vốn con người đến tăng trưởng năng suất lao động ở Việt Nam*” của Nguyễn Thị Đông, Lê Thị Kim Huệ (2018), vốn con người được hiểu là “những kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm được tích lũy chủ yếu thông qua quá trình đầu tư suốt đời cho giáo dục đào tạo cũng như

quá trình tích lũy kinh nghiệm”. Sở hữu nguồn vốn kỹ năng, kiến thức tốt sẽ giúp các bạn trẻ có thêm tự tin để theo đuổi đam mê của bản thân, tạo ra những giá trị kinh tế, xã hội cho đất nước, cho cộng đồng. Theo như định nghĩa của J. Van den Born, Freelancers kinh doanh chất xám và kỹ năng của chính mình ở một hoặc một số lĩnh vực, vậy nên vốn con người rõ ràng có tầm quan trọng rất lớn trong suốt quá trình nghề nghiệp của họ. Nghiên cứu sẽ xem xét nhận định về vốn con người của từng cá nhân có ảnh hưởng như thế nào đến ý định trở thành Freelancer của các bạn trẻ thế hệ ngày nay.

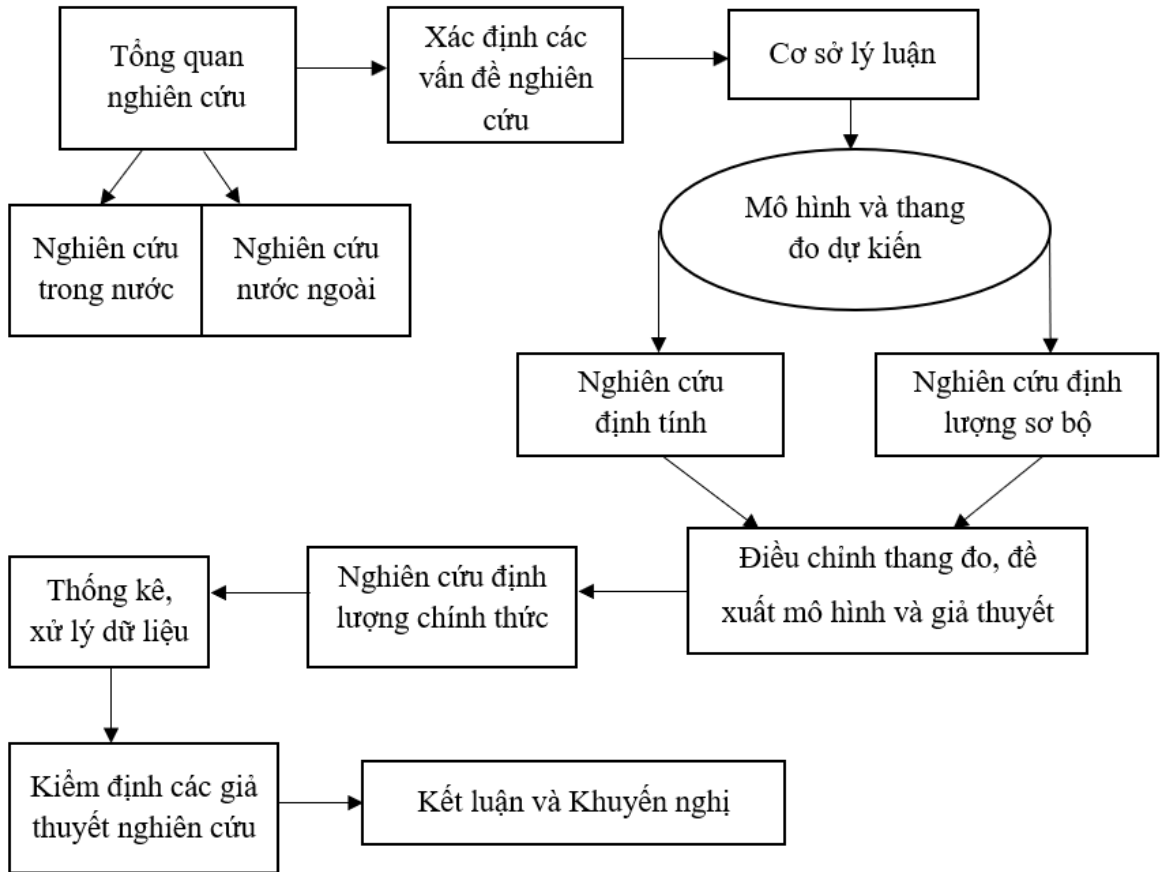
f. Tính cách cá nhân

Tính cách cá nhân là những phẩm chất, đặc điểm riêng của mỗi người. Từ lâu, các nhà nghiên cứu đã nhận thấy vai trò của tính cách cá nhân đối với hành động lựa chọn việc làm. Kirzner (1973) mô tả những người muốn làm công việc tự do là những người có đủ khả năng nhạy bén để phát hiện được các cơ hội thuận lợi mà trước đó chưa phát hiện ra, để rồi tìm cách tận dụng các cơ hội đó. Dựa vào nghiên cứu của Shane và cộng sự (2003), nhóm tác giả đề xuất các tính cách như “chấp nhận rủi ro”, “niềm tin vào năng lực bản thân”, “sáng tạo” có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ. Đặc biệt, đam mê sáng tạo trong công việc đã được đề cập đến ở nghiên cứu “*Freelancing in America*” của Upwork và Freelancer Unions (2019) khi nói đến các yếu tố thúc đẩy người Mỹ lựa chọn nghề tự do. Theo Gerritson và cộng sự (1980), một tổ chất tính cách điển hình thể hiện sự khác biệt giữa nam và nữ khi quyết định khởi nghiệp – cũng là một hình thức tự làm chủ, đó là “sự tự tin”. Kết quả nghiên cứu trước đó cho thấy nữ giới thường có sự tự tin thấp hơn nam giới. Ở khía cạnh thực tế, những đặc trưng mới mẻ và đa dạng của loại hình việc làm tự do cũng phù hợp với sở thích và lối sống của nhiều cá nhân khác nhau. Vì vậy, nhóm tác giả kỳ vọng rằng tính cách cá nhân cũng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ý định trở thành Freelancer của giới trẻ.

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Khái quát quy trình nghiên cứu

Nhóm tác giả tiến hành nghiên cứu theo các bước như sau:



Hình 3.1. Quy trình nghiên cứu tổng quát

Nguồn: Thiết kế của nhóm tác giả (2020)

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Nghiên cứu định tính

3.2.1.1. Phương pháp nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính điều tra lý do, tìm hiểu và lý giải những hành vi, thái độ của con người trong một hoàn cảnh nhất định. Vậy nên, nghiên cứu định tính hướng tới việc có hiểu biết sâu sắc về những hành vi, thái độ đặc trưng đó. Việc phân tích dữ liệu thu thập được tiến hành qua phân tích nội dung bản ghi âm hoặc viết tay của người được

khảo sát. Phương pháp nghiên cứu định tính được lựa chọn dựa trên các tiêu chí: thời gian, ngân sách, vấn đề và chủ thể được nghiên cứu.

a. Chọn mẫu

Kích thước mẫu nghiên cứu định tính là những mẫu nhỏ tập trung. Nhóm nghiên cứu sử dụng một số phương pháp chọn mẫu phi xác suất như:

- Chọn ngẫu nhiên những người phỏng vấn ban đầu, những người tiếp theo được chọn dựa trên sự giới thiệu của người trước (chọn mẫu Snowball).
- Các đáp viên là người quyết định họ muốn và đăng ký tham gia nghiên cứu (chọn mẫu tự nguyện).
- Lựa chọn ngẫu nhiên một cá nhân làm người tham gia phỏng vấn, dựa trên sự sẵn có và dễ tiếp cận để thu thập thông tin (chọn mẫu thuận tiện).
- Phán đoán và lựa chọn cá nhân có những đặc điểm thích hợp để tham gia vào mẫu (chọn mẫu có chủ đích).

b. Phỏng vấn

Phỏng vấn là việc thu thập dữ liệu sơ cấp để có cơ sở dữ liệu cho nghiên cứu định tính thông qua quá trình tiếp xúc, trao đổi giữa người phỏng vấn và các đáp viên. Cách thức phỏng vấn có thể thay đổi linh hoạt đối với từng đối tượng cụ thể tham gia phỏng vấn hay tùy thuộc vào số lượng người tham dự một buổi phỏng vấn,...

- *Phỏng vấn chuyên sâu cá nhân*: Thời lượng của một cuộc phỏng vấn qua điện thoại là khoảng 15-20 phút còn phỏng vấn trực tiếp là 30-45 phút.
- *Phỏng vấn nhóm*: giúp nhóm nghiên cứu thu thập dữ liệu của nhiều đáp viên trong cùng một cuộc phỏng vấn.

3.2.1.2. Mục đích nghiên cứu định tính

Nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu định tính nhằm tìm ra những phát hiện mới có liên quan đến đề tài mà có thể đã bị bỏ sót trong quá trình thực hiện. Các yếu tố về Freelancers cũng như về ý định trở thành Freelancers của giới trẻ Hà Nội có thể chưa được nhìn nhận một cách toàn diện và thực tế nếu chỉ thông qua những nghiên cứu có

sẵn trước đó và suy luận của nhóm tác giả. Vậy nên, việc nghiên cứu định tính là một bước làm quan trọng để bổ sung cho những thiếu sót có thể có, giúp bài nghiên cứu hoàn thiện hơn.

3.2.1.3. Quy trình nghiên cứu định tính

Sau khi xây dựng lần thứ nhất các biến quan sát của đề tài, nhóm tác giả tiến hành thiết kế bảng câu hỏi định tính và thực hiện phỏng vấn chuyên sâu các cá nhân từ 15 đến 25 tuổi trên địa bàn thành phố Hà Nội. Với mục tiêu khám phá ra những dữ liệu mới, nhóm đã phỏng vấn khoảng gần 25 người và dừng lại khi không có phát hiện mới. Kết quả của nghiên cứu định tính được sử dụng làm cơ sở chỉnh sửa bảng hỏi định lượng đã được xây dựng trước đó, khiến bảng hỏi sát với thực tế và thu thập được nhiều thông tin hơn. Ngoài ra, nhóm phỏng vấn thêm 2 Freelancers, 1 giám đốc doanh nghiệp và 10 vị phụ huynh để có những góc nhìn đa chiều về ngành nghề này.

Trước khi thực hiện nghiên cứu định tính, nhóm tác giả xây dựng bảng câu hỏi có bảy biến độc lập, gồm sáu biến: Thái độ cá nhân, Nhận thức kiểm soát hành vi, Nhận thức xã hội, Vốn xã hội, Vốn con người, Tính cách cá nhân và một biến nữa đó là: Giáo dục. Nhưng trong quá trình phỏng vấn, trên 90% đều góp ý rằng biến Giáo dục (gồm chương trình định hướng việc làm từ nhà trường, chương trình học, hoạt động ngoại khóa,...) đều không cung cấp cho họ nhiều thông tin hay kiến thức về ngành nghề Freelance hay nói cách khác, không ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancers của họ; vậy nên không cần thiết thêm biến này vào mô hình. Sau quá trình nghiên cứu định tính, nhóm đã quyết định bỏ đi biến Giáo dục, chỉ để lại sáu biến chính thức như đã nêu trên.

3.2.2. Thu thập dữ liệu thứ cấp

Dữ liệu thứ cấp là nguồn thông tin quan trọng của nhiều bài nghiên cứu. Trong công trình này, dữ liệu thứ cấp được nhóm nghiên cứu tổng hợp từ những báo cáo của các tổ chức uy tín của Việt Nam và thế giới như Freelance.com, Upwork,...; số liệu trên các tờ báo uy tín như thời báo kinh tế Forbes, thời báo quốc gia Japantimes,...

3.2.3. Nghiên cứu định lượng

3.2.3.1. Phương pháp nghiên cứu định lượng

Phương pháp nghiên cứu định lượng thường được bắt đầu bằng việc thu thập các dữ liệu liên quan đến một giả thuyết hoặc lý thuyết đã có, cùng với số liệu mô tả và số liệu suy luận, và kết thúc bằng việc đưa ra kết quả về việc khẳng định hay phủ định những giả thuyết đã kiểm định trong nghiên cứu. Thông qua việc sử dụng một hoặc nhiều biến, nhà nghiên cứu thu thập thông tin và xử lý những dữ liệu liên quan đến các biến kiểm soát đó chủ yếu bằng thực hiện khảo sát và có thể thông qua quan sát người tham gia khảo sát.

3.2.3.2. Xác định đối tượng khảo sát

Thanh niên trong độ tuổi 15-25, hiện đang sinh sống, học tập và làm việc trên địa bàn thành phố Hà Nội (cụ thể bao gồm học sinh đang theo học THPT, sinh viên các trường đại học và công nhân viên dưới 26 tuổi tại Hà Nội).

3.2.3.3. Xác định quy mô chọn mẫu và phương pháp chọn mẫu

Điều tra chọn mẫu là việc thực hiện điều tra trên một số đơn vị của tổng thể. Các nhà nghiên cứu thường dựa trên các đặc điểm và tính chất của mẫu khảo sát để thể suy ra các đặc điểm và tính chất của cả tổng thể đó. Vấn đề quan trọng nhất là nhà nghiên cứu phải đảm bảo cho tổng thể mẫu phải có khả năng đại diện được cho tổng thể chung. Để thể hiện được chính xác nhất tính chất của tổng thể thì cần nghiên cứu trên một kích thước mẫu lớn, nhưng số mẫu càng lớn thì càng nhiều nguồn lực cần sử dụng.

Về quy mô mẫu: Hiện nay, theo nhiều nhà nghiên cứu, kích thước mẫu càng lớn càng tốt (Nguyễn Đình Thọ, 2012). Số lượng mẫu khảo sát phù hợp cho nghiên cứu phân tích nhân tố cần gấp tối thiểu 5 lần tổng số biến quan sát (Comrey, 1973 và Roger, 2006). Số lượng biến quan sát/câu hỏi trong bài nghiên cứu là 28, vì thế kích thước mẫu tối thiểu để phù hợp với nghiên cứu phân tích nhân tố là $5 \times 28 = 140$ người tham gia khảo sát/đối tượng trả lời phiếu khảo sát.

Để tránh trường hợp bảng hỏi không đạt yêu cầu, nhóm quyết định phát 686 bảng hỏi trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Nhóm nghiên cứu thực hiện khảo sát bằng cách gửi

phiếu hỏi tới những học sinh THPT, sinh viên các trường đại học, những người đi làm, trong đó bao gồm các bản offline và các bản online được đăng tải lên các trang website, fanpage của các trường THPT, đại học, các cộng đồng người đi làm...

Về phương pháp chọn mẫu: Áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện với mục đích tiết kiệm thời gian và chi phí trong quá trình khảo sát.

3.2.3.4. *Nghiên cứu định lượng sơ bộ*

a. Mục đích

Nghiên cứu định lượng sơ bộ sẽ giúp nhóm nghiên cứu kiểm tra tính chính xác và mức độ dễ hiểu của nội dung bảng khảo sát, đồng thời đánh giá được hiệu quả của khảo sát trong việc thu thập, khai thác dữ liệu. Từ đó, nhóm có thể điều chỉnh bảng hỏi sao cho hợp lý và hiệu quả hơn để hướng tới khảo sát chính thức.

b. Quy trình và kết quả nghiên cứu sơ bộ

Nhóm nghiên cứu đã tiến hành phát phiếu khảo sát sơ bộ với số lượng mẫu đáp viên là 20 người trên địa bàn Hà Nội. Trong đó, 20% là người có độ tuổi từ 15 đến 18, 40% là người có độ tuổi từ 19 đến 22 và 40% người có độ tuổi từ 23 đến 25. Nhóm nghiên cứu luôn đảm bảo có mặt trong quá trình người tham gia khảo sát trả lời phiếu và nhận lại phản hồi đầy đủ của mỗi đáp viên. Dữ liệu khảo sát sơ bộ thu về rất đầy đủ, hữu ích cho quá trình tổng hợp và rút ra kết luận. Tuy vậy, nhiều đáp viên phản hồi rằng một số định nghĩa, câu hỏi còn chưa rõ ý làm việc đưa ra đáp án có thể sai lệch. Nhóm nghiên cứu đã chỉnh sửa lại một số câu hỏi và điều chỉnh vị trí của biến quan sát trong các nhân tố, đồng thời sắp xếp lại từ ngữ, sao cho phù hợp để đáp viên có thể tiếp nhận và hiểu toàn bộ phiếu hỏi một cách rõ ràng nhất.

Việc nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng sơ bộ được tiến hành đồng thời. Sau giai đoạn này, nhóm thống nhất và đưa ra bảng hỏi cuối cùng để tiến hành nghiên cứu định lượng chính thức.

3.2.3.5. *Nghiên cứu định lượng chính thức*

Kết thúc phỏng vấn và khảo sát định lượng sơ bộ, nhóm nghiên cứu phát 686 phiếu khảo sát chính thức bao gồm 180 phiếu trực tiếp và 506 phiếu online. Sau khi tiến

hành loại những phiếu điền thiếu, hoặc điền thông tin không chính xác, kết quả thu được 592 phiếu hợp lệ, 94 phiếu không đủ tiêu chuẩn. Trong 592 phiếu hợp lệ có 451 phiếu khảo sát mà người tham gia cho biết họ quan tâm và có ý định trở thành Freelancer, 141 đáp viên trả lời họ không có ý định trở thành Freelancer và ngừng khảo sát tại câu này.

3.2.3.6. *Xây dựng bảng hỏi và phương thức khảo sát*

Dựa theo tổng quan nghiên cứu, nhóm tác giả đã xác định 6 nhân tố ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancers của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội và xây dựng các biến quan sát phù hợp với từng nhân tố.

Với mục đích thu thập dữ liệu sơ cấp, bảng câu hỏi đã được gửi tới học sinh tại các trường trung học phổ thông, sinh viên đại học và công nhân viên đang đi làm có độ tuổi dưới 26 qua hai phương thức:

- Phiếu khảo sát giấy gửi trực tiếp
- Link biểu mẫu khảo sát trực tuyến (chia sẻ qua email, group, fanpage,...)

Nội dung bảng câu hỏi bao gồm hai phần chính:

- **Phần I** là những câu hỏi nhân khẩu học về người được khảo sát. Hình thức là các câu hỏi trắc nghiệm một hoặc đa lựa chọn tùy thuộc vào tính chất câu hỏi.
- **Phần II** là các câu hỏi liên quan đến đánh giá các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Người tham gia khảo sát sẽ phải đánh giá các nhận định với các mức độ từ (1) Rất không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Trung lập; (4) Đồng ý; (5) Rất đồng ý.

3.2.3.7. *Xây dựng biến quan sát và thang đo*

Dựa trên cơ sở lý luận, với căn cứ chính là lý thuyết TPB, cùng với việc tham khảo các nghiên cứu trước và thông tin từ báo chí, thực tiễn thị trường, nhóm nghiên cứu thiết kế thang đo khảo sát chính thức bao gồm các biến quan sát cụ thể như sau:

a. Thang đo Ý định trở thành Freelancer (YD)

Thang đo ý định trở thành Freelancer bao gồm 4 biến quan sát được đo lường theo thang đo Likert như bảng sau đây:

Bảng 3.1. Thang đo Ý định trở thành Freelancers

Ký hiệu	Thang đo chính thức	Nguồn tham khảo
YD1	Mục tiêu tương lai của tôi là trở thành Freelancer	Krueger (2003); Luthje & Franke (2004); Liñán & ctg (2005)
YD2	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc cho ý tưởng làm Freelancer của mình	
YD3	Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể	
YD4	Tôi sẽ chỉ trở thành Freelancer khi tôi chắc chắn nó sẽ thành công	

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

b. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS)

Thang đo nhận thức kiểm soát hành vi chính thức gồm 3 biến quan sát được đo lường theo thang đo Likert ở bảng dưới đây:

Bảng 3.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi

Ký hiệu	Thang đo chính thức	Nguồn tham khảo
NTKS1	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này	Maes et al. (2014)
NTKS2	Theo đuổi ngành nghề tự do đối với tôi là hoàn toàn khả thi	
NTKS3	Tôi nghĩ trở thành Freelancer khá dễ dàng với tôi	Mumtaz et al. (2012)

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

Ở thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi cũ (xem bảng 3.2 phụ lục 3), nhóm tác giả có biến quan sát NTKS4: “Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này”. Tuy nhiên sau quá trình phỏng vấn và nghiên cứu định lượng sơ bộ, nhóm tác giả thống nhất thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi chính thức sẽ chỉ có 3 biến quan sát như bảng trên. Biến NTKS4 đưa vào thang đo Tính cách cá nhân sẽ hợp lý hơn.

c. Thang đo Thái độ cá nhân (TD)

Thang đo thái độ cá nhân bao gồm 4 biến quan sát được đo lường theo thang đo Likert ở bảng sau:

Bảng 3.3. Thang đo Thái độ cá nhân

Ký hiệu	Thang đo chính thức	Nguồn tham khảo
TD1	Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi	Krueger et al. (2000); Autio et al. (2001)
TD2	Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer	
TD3	Trở thành Freelancer mang lại cho tôi nhiều lợi ích hơn những bất lợi	
TD4	Theo đuổi ngành nghề Freelance mang lại cho tôi niềm vui và giúp tôi học được nhiều điều mới	

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

d. Thang đo Nhận thức xã hội (NTXH)

Thang đo này gồm 4 biến quan sát được đo lường theo thang đo Likert như sau:

Bảng 3.4. Thang đo Nhận thức xã hội

Ký hiệu	Thang đo mới	Nguồn tham khảo
NTXH1	Người thân làm Freelancer ảnh hưởng đến quyết định theo đuổi công việc này của tôi	Kolvereid & Isaksen (2006); Krueger et al. (2000)
NTXH2	Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm Freelancer của tôi	
NTXH3	Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này	
NTXH4	Người quen của tôi khuyên tôi làm Freelancer	

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

e. Thang đo Vốn xã hội (VXH)

Thang đo vốn xã hội gồm 4 biến quan sát được đo lường theo thang Likert như sau:

Bảng 3.5. Thang đo Vốn xã hội

Ký hiệu	Thang đo chính thức	Nguồn tham khảo
VXH1	Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp,...) để theo đuổi nghề này	Luthje & Franke (2004); Wongnaa & Seyram (2014)
VXH2	Tôi có thể huy động vốn từ gia đình và bạn bè	
VXH3	Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)	
VXH4	Tôi có thể huy động vốn từ nhiều nguồn khác (các hiệp hội, tổ chức,...)	

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

f. Thang đo Vốn con người (VCN)

Thang đo này gồm 3 biến quan sát được đo lường theo thang đo Likert như sau:

Bảng 3.6. Thang đo Vốn con người

Ký hiệu	Thang đo mới	Nguồn tham khảo
VCN1	Tôi nhận thấy bản thân có đủ trình độ kiến thức chuyên môn để làm công việc này	J. Van den Born (2009)
VCN2	Tôi nhận thấy bản thân có kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, tin học,...) tốt để theo đuổi công việc Freelance	
VCN3	Tôi có những kinh nghiệm xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân để trở thành Freelancer	

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

g. Thang đo Tính cách cá nhân (TC)

Thang đo này bao gồm 6 biến quan sát được đo lường theo thang Likert như sau:

Bảng 3.7. Thang đo Tính cách cá nhân

Ký hiệu	Thang đo mới	Nguồn tham khảo
TC1	Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này	Kirzner (1973), Shane et al. (2003)
TC2	Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo ý tưởng khi làm Freelancer	
TC3	Tôi yêu thích sự tự chủ và độc lập trong công việc	
TC4	Tôi là người nhạy bén với các xu thế và cơ hội	
TC5	Tôi thích tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kiến thức cho bản thân	
TC6	Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công	

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

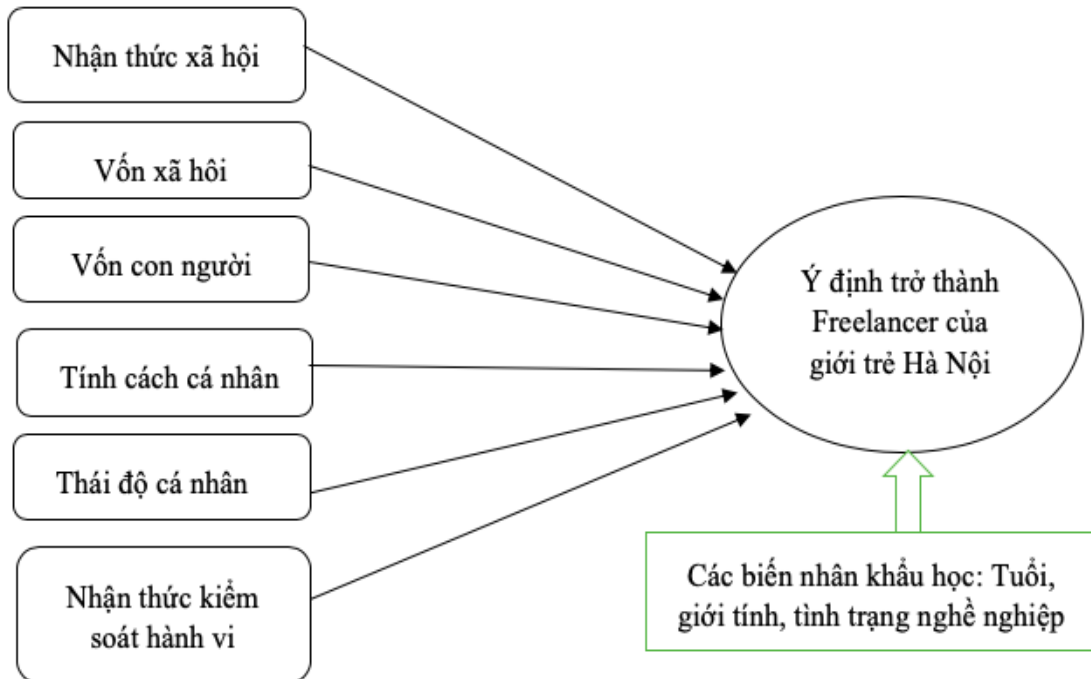
Ở Thang đo tính cách cá nhân ban đầu (xem bảng 3.7 phụ lục 3), tham khảo theo các nghiên cứu trước đây của Shane và cộng sự (2003), Gerritson và cộng sự (1980), nhóm tác giả lựa chọn biến quan sát “Tôi tự tin bản thân sẽ dễ dàng để làm công việc Freelance” vào thang đo. Nhưng sau khi phỏng vấn các đáp viên và thảo luận nhóm, đa phần đều cho rằng biến quan sát này có ý nghĩa tương tự với biến quan sát “Tôi nghĩ rằng việc làm Freelancer khá dễ dàng với tôi”, và đây là biến cảm nhận sự dễ dàng khi bắt đầu thực hiện một hành vi nào đó. Vậy nên nhóm nghiên cứu đã quyết định loại bỏ biến này và thay bằng biến “Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này” như đã nói ở thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi.

3.3. Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu đề xuất

3.3.1. Mô hình nghiên cứu

Sau khi nghiên cứu các tài liệu tham khảo, công trình khoa học có liên quan tới đề tài của nhóm ở phần Tổng quan nghiên cứu, sử dụng nghiên cứu định tính và định lượng sơ bộ để điều chỉnh thang đo và các biến nghiên cứu, nhóm tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu đề tài gồm 1 biến phụ thuộc Ý định trở thành Freelancer, 6 biến độc

lập bao gồm các nhân tố: nhận thức xã hội, vốn xã hội, vốn con người, tính cách cá nhân, thái độ cá nhân và nhận thức kiểm soát hành vi. Ngoài ra còn các biến nhân khẩu học như: Tuổi, giới tính, tình trạng nghề nghiệp.



Hình 3.2. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Thiết kế của nhóm nghiên cứu (2020)

3.3.2. Các giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên mô hình nghiên cứu và các biến quan sát vừa quyết định, chúng tôi đề xuất các giả thuyết ở cấp độ yếu tố như sau:

[H1]: Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

[H2]: Thái độ cá nhân có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

[H3]: Nhận thức xã hội có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

[H4]: Vốn xã hội có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

[H5]: Tính cách cá nhân có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

[H6]: Vốn con người có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu

3.4.1. Phân tích thống kê mô tả

Thống kê mô tả là phương pháp được sử dụng nhằm phản ánh tổng quát đối tượng nghiên cứu qua việc thu thập số liệu, tóm tắt, tính toán và mô tả các đặc trưng của mẫu, qua đó đánh giá về mức độ đồng ý với các yếu tố thuộc biến độc lập, sử dụng một số tiêu chí: mức thấp nhất, mức cao nhất, trung bình, độ lệch chuẩn.

3.4.2. Kiểm định hai mẫu độc lập T – test

Mục đích của việc kiểm định hai mẫu độc lập là để xác định giả thuyết về sự tương đồng của hai giá trị trung bình (biến đổi định lượng) đối với biến định tính gồm hai giá trị. Giả thuyết được đưa ra là “Giá trị trung bình của 2 nhóm bằng nhau” (Nguyễn Trí Trung, 2007). Trước hết, ta xét số liệu của Kiểm định Levene để xem sự biến thiên của các nhóm có khác biệt không qua việc xét “sự ngang bằng các phương sai”. Giả thuyết được đưa ra là “Phương sai giữa 2 nhóm giá trị là đồng nhất”. Kết quả kiểm định Levene sẽ dẫn đến hai trường hợp như sau:

- Với mức ý nghĩa trong kiểm định (Sig. Levene) < 0.05 , kết luận phương sai đánh giá của 2 nhóm trong biến định tính là khác nhau (không đồng nhất).
- Ngược lại, với mức ý nghĩa của kiểm định (Sig. Levene) ≥ 0.05 , kết luận phương sai đánh giá của 2 nhóm trong biến định tính là bằng nhau (đồng nhất).

Sau đó, ta tiếp tục nhận xét các thông số của kiểm định T tương ứng với kết luận giả thuyết về phương sai trước đó. Tiêu chí để xác định kết quả của kiểm định là:

- Nếu mức ý nghĩa (Sig.) trong kiểm định $T < 0.05$ thì có sự khác biệt có ý nghĩa về điểm trung bình đánh giá giữa 2 nhóm đối tượng trong biến định tính.
- Nếu mức ý nghĩa (Sig.) trong kiểm định $T \geq 0.05$ thì chưa có sự khác biệt có ý nghĩa về điểm trung bình đánh giá giữa 2 nhóm đối tượng trong biến định tính.

3.4.3. Phân tích phương sai ANOVA

Với những biến định tính gồm 3 giá trị trở lên, chúng ta sử dụng phương pháp phân tích phương sai một yếu tố ANOVA để xem xét sự khác biệt giữa các giá trị trung bình của biến định tính, thay vì dùng kiểm định T -test. Phân tích phương sai ANOVA

cũng bắt đầu với kiểm định sự khác biệt phương sai giữa các nhóm trong biến định tính. Quá trình phân tích dẫn đến 2 trường hợp:

- Khi Sig. của thống kê Levene có giá trị > 0.05 thì ta kết luận phương sai của các yếu tố trong biến định tính là không khác nhau. Do vậy, ta tiếp tục bước tiếp theo là sử dụng dữ liệu ở bảng ANOVA để đánh giá. Nếu giá trị Sig của bảng ANOVA < 0.05 , ta kết luận rằng có sự khác biệt giữa các giá trị trung bình của các nhóm trong biến định tính với biến định lượng đang xét. Ngược lại, nếu giá trị sig của bảng ANOVA > 0.05 thì sẽ không có sự khác biệt.
- Trường hợp mức giá trị (sig) của Thống kê Levene < 0.05 thì phương sai của các yếu tố trong biến định tính là khác nhau. Ta sẽ không thể dùng kết quả của bảng ANOVA để nhận xét mà sử dụng kiểm định Welch để thay thế (Phạm Lộc, 2016).

3.4.4. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha

Theo Nguyễn Đình Thọ (2012), để phân tích dữ liệu điều đầu tiên chúng ta cần làm là đánh giá độ tin cậy thang đo. Độ tin cậy thường dùng nhất là hệ số Cronbach's Alpha. Các tiêu chuẩn sử dụng trong kiểm định độ tin cậy như:

“Loại các biến quan sát mà hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item – Total Correlation) nhỏ hơn 0.3, tiêu chuẩn chọn thang đo khi có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0.6 (Alpha càng lớn, thì độ tin cậy nhất quán càng cao)” (Nunally & Bernstein, 1994).

Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), Cronbach's Alpha từ 0.8 đến gần 1 thì thang đo lường tốt, từ 0.7 đến 0.8 là sử dụng được. Trong trường hợp “khái niệm đang đo lường là mới hoặc mới đối với người trả lời trong bối cảnh nghiên cứu”, giá trị Cronbach alpha từ 0.6 trở lên là có thể sử dụng được.

Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến đang quan sát (Cronbach's Alpha if Item Deleted) thông thường sẽ đánh giá cùng hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item – Total Correlation). Nếu giá trị Cronbach's Alpha if Item Deleted $>$ hệ số Cronbach Alpha và Corrected Item – Total Correlation < 0.3 thì ta sẽ loại biến quan sát.

Điều kiện tối thiểu để thực hiện kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha là mỗi nhân tố trong mô hình nghiên cứu phải có ít nhất 2 biến quan sát. Tất cả 7 nhân tố trong mô hình của nhóm nghiên cứu đều đáp ứng yêu cầu này.

3.4.5. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, chúng ta tiến hành đưa các biến phân tích rút trích nhân tố EFA. Theo Hair cùng cộng sự (2014), Phân tích nhân tố khám phá (EFA) là kỹ thuật thống kê đa biến hữu ích để trích xuất thông tin hiệu quả từ các khối dữ liệu lớn liên quan đến nhau. Trước khi tiến hành thực hiện kiểm định phân tích rút trích nhân tố khám phá EFA, chúng ta cần kiểm định điều kiện để thực hiện phân tích EFA. Thông thường, các nhà nghiên cứu sử dụng hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) và kiểm định Bartlett.

- $0.5 \leq KMO \leq 1$: Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Hệ số KMO lớn có ý nghĩa phân tích nhân tố đó là thích hợp.
- Kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05) thì các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể.

Các tham số thống kê tiếp theo trong phân tích nhân tố khám phá EFA: Correlation matrix – cho biết hệ số tương quan giữa tất cả các cặp biến trong phân tích; Eigenvalue – chỉ số xác định số lượng yếu tố. Những yếu tố phù hợp và được để lại trong mô hình phải là những yếu tố có trị số Eigenvalue lớn hơn 1; Ma trận xoay (Rotated Component Matrix) – Gồm những hệ số biểu nhân tố, giúp đơn giản hóa việc giải thích yếu tố và biến.; Factor loading – hệ số tải nhân tố là những hệ số tương quan đơn giữa các biến và các nhân tố. Với hệ số tải nhân tố lớn hơn hoặc bằng 0.5 thì biến quan sát được nhận xét là “có ý nghĩa thống kê tốt” (Hair và cộng sự, 1998). Các nhân tố có hệ số này dưới 0.5 sẽ bị loại khỏi mô hình.

3.4.6. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết

Mô hình hồi quy bội (Multiple Linear Regression) thể hiện mối quan hệ giữa hai hay nhiều biến độc lập định lượng với biến phụ thuộc định lượng, theo Nguyễn Đình Thọ (2012). Theo Hoàng Trọng, Mộng Ngọc (2005), phân tích hồi quy dùng để tìm hiểu “biến nào có vai trò quan trọng hơn trong việc dự đoán giá trị lý thuyết của Y”. Các biến độc lập định lượng trong nghiên cứu bao gồm: Thái độ cá nhân (TD), Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS), Nhận thức xã hội (NTXH), Vốn xã hội (VXH), Vốn con người

(VCN), Tính cách cá nhân (TC). Biến phụ thuộc định lượng ở đây là: Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội (YD).

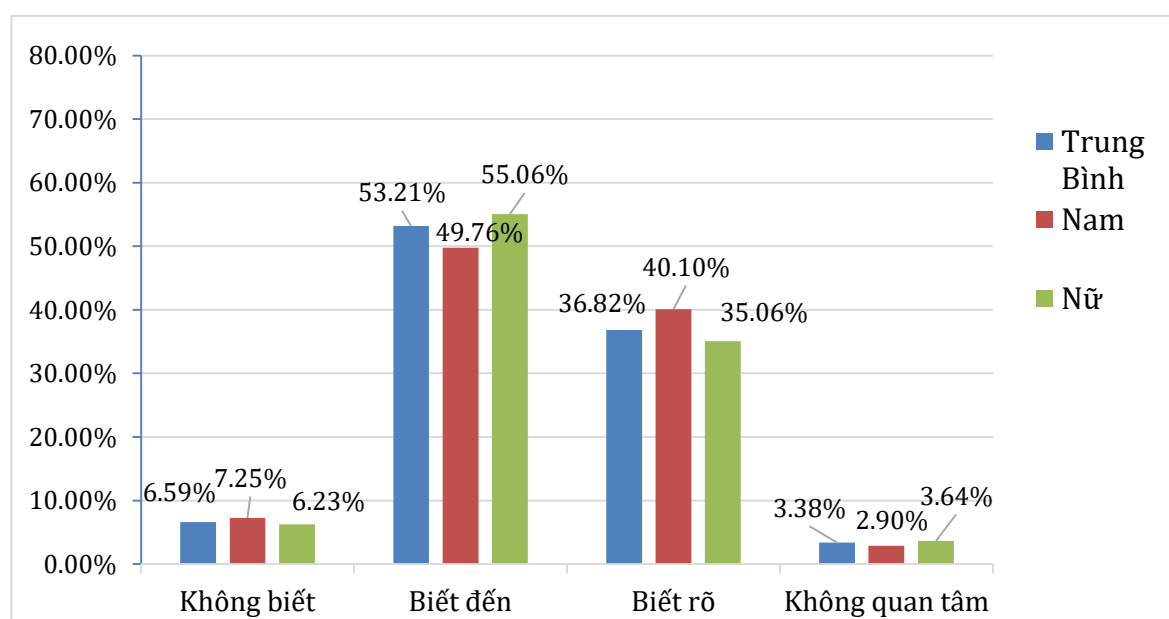
Trị số kiểm định F – “thước đo ý nghĩa chung của mô hình hồi quy” (Đình Công Khải, 2011) đánh giá mức độ thích hợp của mô hình, F được tính từ R – Square nhằm đảm bảo điều kiện Sig. < 0.05. Hệ số R – Square được điều chỉnh (Adjusted R – Square) thể hiện mức độ tương quan giữa biến độc lập và biến phụ thuộc, hệ số càng lớn thì mức độ liên quan càng lớn.

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Khái quát thực trạng Freelancers

4.1.1. Mức độ hiểu biết về Freelance của giới trẻ Hà Nội

Theo như số liệu khảo sát tính đến tháng 03/2020 của nhóm nghiên cứu trên 592 đối tượng khảo sát gồm 207 nam giới và 385 nữ giới, tỉ lệ người trẻ thực sự biết rõ về Freelance thông qua tự bản thân tìm hiểu hoặc họ đã từng có thời gian làm công việc Freelance từ trước nên có kinh nghiệm chiếm khoảng 36.82%. Đối với nam, tỷ lệ này là 40.10%, trong khi ở nữ, tỷ lệ này thấp hơn, đạt 35.06%. Hơn 53% đáp viên được khảo sát chọn mức độ hiểu biết về Freelance là “Biết đến”, chiếm đa số trong 592 phiếu khảo sát. Điều đáng mừng là số lượng người trẻ chưa biết gì về Freelance khá thấp, chỉ chiếm có 6.59%. Đa số tỏ ra khá quan tâm và hào hứng khi được khảo sát về xu hướng Freelance.



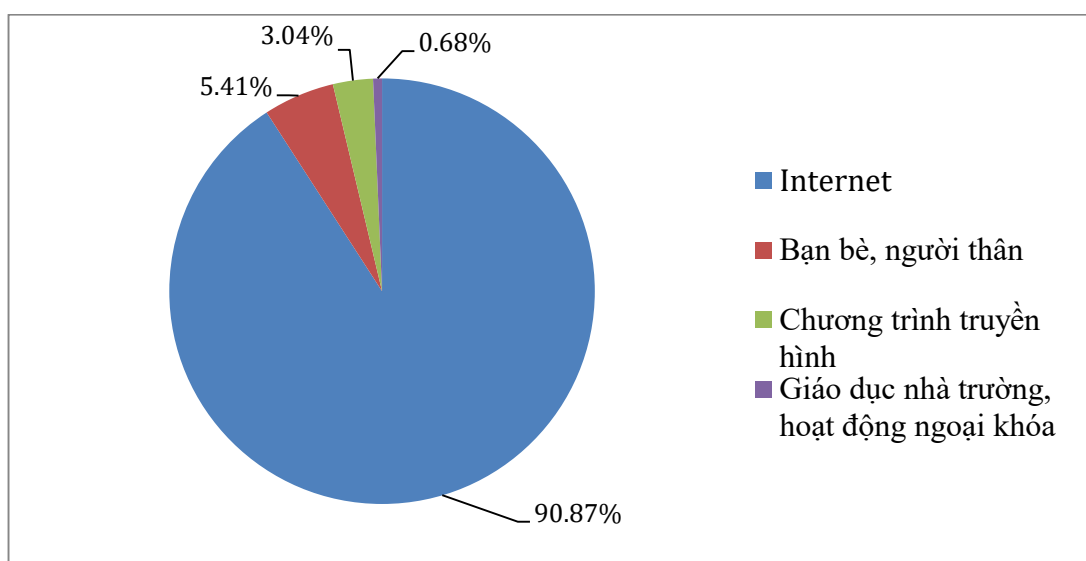
Biểu đồ 4.1. Mức độ hiểu biết về Freelance của giới trẻ Hà Nội

Nguồn: Số liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu (2020)

4.1.2. Phương thức biết đến Freelance của giới trẻ Hà Nội

Về phương thức biết đến nghề Freelance, hầu hết những người được khảo sát đều trả lời họ nghe nói và tìm hiểu ngành nghề này chủ yếu qua Internet (chiếm tỷ lệ 90.87%). Giới trẻ ngày nay dành rất nhiều thời gian trên các trang mạng trực tuyến, do đó họ có thể dễ dàng cập nhật xu hướng ngành nghề phổ biến và có khả năng phát triển

manh mẽ trong tương lai ở Việt Nam cũng như các nước trên thế giới. Freelance đang là xu hướng mới, vậy nên sẽ xuất hiện nhiều trên Internet, người trẻ vì thế mà dễ dàng tiếp cận và tìm hiểu ngành nghề này hơn. Không những thế, các bạn trẻ ngày nay rất ưa thích và thường cập nhật xu hướng từ những người gây ảnh hưởng (Influencers) trên các trang mạng xã hội như Facebook, Youtube, Instagram,... Những người gây ảnh hưởng này đa số lại theo đuổi công việc tự do (streamer, food stylist, blogger,...), do đó Freelance lại càng trở nên phổ biến với những người dùng Internet. Khi đã biết đến và thấy hứng thú với công việc này, người trẻ lại có thể tìm hiểu kỹ hơn qua các cộng đồng làm việc tự do trên Internet, ví dụ như Freelancerviet, vLance.com,...



Biểu đồ 4.2. Phương thức biết đến Freelance của giới trẻ Hà Nội

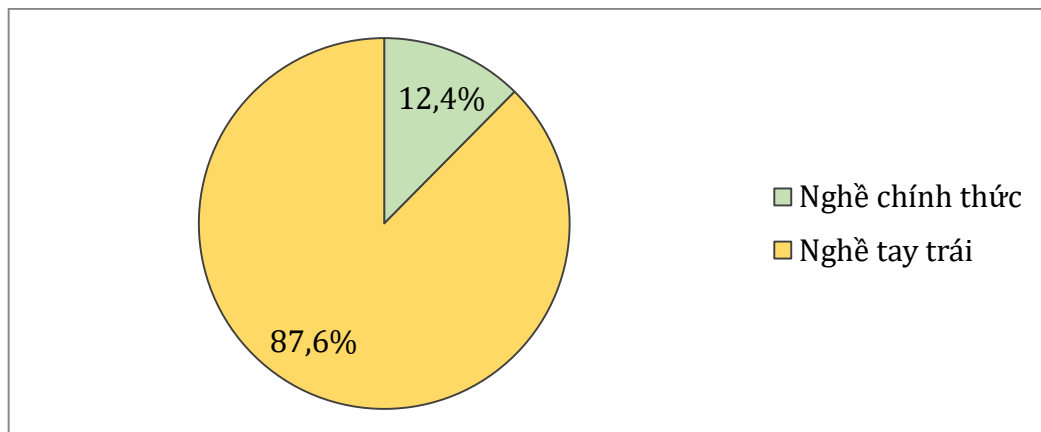
Nguồn: Số liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu (2020)

Cũng theo số liệu thống kê của nhóm nghiên cứu, nguồn kiến thức Freelance mà giới trẻ biết được từ bạn bè và người thân chiếm 5.41%; qua chương trình truyền hình chiếm 3.04% và đặc biệt từ giáo dục nhà trường và hoạt động ngoại khóa chiếm tỉ lệ thấp nhất, chỉ là 0.68%. Lý do cho thực trạng này đó là chương trình giáo dục tại hầu hết các trường học hiện nay vẫn đang tập trung cung cấp thông tin về lĩnh vực mà một cá nhân có thể theo đuổi (như tài chính, kế toán, thiết kế,...), đồng thời chú trọng vào các công việc làm công ăn lương thông thường, nhưng lại ít khi để ý đến tạo lập tinh thần kinh doanh cũng như các hình thức tự làm chủ, tự tạo việc làm.

4.1.3. Nghề tay trái hay nghề chính thức? Lựa chọn của giới trẻ.

Một thước đo cho tính linh hoạt của Freelance là nó cho phép mọi người làm việc theo nhiều cách khác nhau, đáng chú ý nhất là mức độ thường xuyên làm việc của họ. Theo Báo cáo: “Freelancing and the Economy in 2019” của nhà kinh tế học Adam Ozimek tại Upwork, gần một phần ba trong số lực lượng Freelancers tại Hoa Kỳ tham gia làm công việc này thường xuyên (hàng ngày) như một nghề chính thức, mặt khác, gần 68% tham gia làm không thường xuyên (hàng tuần, hàng tháng hoặc ít hơn).

Theo số liệu điều tra, trong số 592 phiếu khảo sát hợp lệ, tuy có đến gần 77% giới trẻ tham gia khảo sát trả lời họ quan tâm và có ý định trở thành Freelancers (chiếm 451 phiếu), nhưng chỉ có 12.4% trong số này lựa chọn làm nghề tự do như nghề chính thức, số còn lại vẫn lựa chọn chỉ coi Freelance như nghề tay trái.



Biểu đồ 4.3. Cơ cấu ý định làm Freelancers

Nguồn: Số liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu (2020)

“Chị nghĩ rằng tương lai một khi đã có gia đình, thì việc giữ một luồng thu nhập ổn định là điều rất quan trọng. Nên mặc dù rất thích Freelance nhưng chị vẫn sẽ làm công việc này như một nghề phụ thôi.” – Chị Lê Lan Trang, 24 tuổi, hiện là nhân viên Ngân Hàng SCB Hà Nội trả lời phỏng vấn.

Thông qua câu trả lời của các đáp viên, nhóm nghiên cứu đã rút ra nhận định rằng: Phần lớn các bạn trẻ muốn làm Freelance như một nghề tay trái vì họ lo sợ nếu từ bỏ hẳn công việc nhân viên thông thường để đi làm Freelancer, họ sẽ phải đối mặt với áp lực rất cao rằng không giữ được luồng thu nhập ổn định cũng như về già không có nguồn lương hưu, phúc lợi. Ngoài ra, họ cũng cảm thấy năng lực bản thân chưa thực sự

đủ mạnh để có thể hoàn toàn kiếm sống bằng việc làm tự do. Họ cần thời gian để trau dồi thêm kiến thức, kỹ năng trước khi hoàn toàn độc lập, tách rời khỏi tổ chức.

“Một đứa trẻ, trước khi trở thành chiến sĩ cưỡi ngựa một mình, thì phải học võ và học cưỡi ngựa trước mới được” – Nguyễn Thiên Vương, sinh viên năm tư trường Đại Học Bách Khoa Hà Nội. Đối tượng khảo sát của nhóm tác giả đều là những người trẻ độ tuổi dưới 26, vậy nên việc họ chưa hoàn toàn tự tin vào năng lực của mình, thấy mình còn có nhiều thứ cần trau dồi, học hỏi là điều dễ hiểu.

Một lý do phổ biến nữa đó là thời gian đầu mới làm Freelancers, các bạn trẻ chưa thực sự kiếm được nhiều tiền, nên họ quyết định sẽ làm ít nhất hai công việc cùng một lúc, trong đó có một công việc ổn định để có nguồn thu nhập trang trải cuộc sống, cũng như tích lũy kinh nghiệm, nguồn vốn để theo đuổi ngành nghề Freelance. “Có đam mê là điều tốt. Nhưng cũng cần có tiền để theo đuổi đam mê.” – Nguyễn Hà My, sinh viên K72 Đại Học Dược Hà Nội.

4.1.4. Một vài quan niệm sai lầm về nghề tự do

Áp lực khi làm nghề tự do của Freelancers đôi khi bị gây nên bởi những hiểu biết sai lầm của mọi người xung quanh họ về ngành nghề này. “Những lời bóng gió của họ hàng về thu nhập không ổn định, không có tiền thưởng lễ tết, không có tiếng tăm,... hoặc tệ hơn, có người hàng xóm nói rằng làm tự do là ăn bám, lông bông khiến tôi cảm thấy ám ức. Cũng chỉ vì thế mà ngay cả ba mẹ và người thân cũng hiểu sai và không ủng hộ công việc của tôi” – Nguyễn Huyền Trang, 27 tuổi, tốt nghiệp Đại Học Thương Mại. Công việc của chị hiện nay là viết content quảng cáo, thiết kế web cho các cá nhân, doanh nghiệp có nhu cầu.

Đối với nhiều người, đặc biệt là những người lớn tuổi, thế hệ đi trước coi trọng hình thức làm việc truyền thống, ít cập nhật xu hướng việc làm mới, Freelance vẫn bị coi là một nghề bấp bênh. Freelancers vì thế cũng bị xem là những người không có kế hoạch làm việc cụ thể, chỉ cung cấp dịch vụ, sản phẩm của mình một cách tùy tiện, ngẫu hứng, không có chọn lọc. Sở dĩ có sự hình thành quan điểm sai lầm này là do tâm lý luôn thích sự ổn định và ngại rủi ro của người Việt. Trên thực tế, muốn đạt được thành công khi làm nghề tự do, có trình độ chuyên môn hóa cao thôi chưa đủ. Người làm công việc này còn cần sự nhanh nhạy, linh hoạt để đưa ra cách giải quyết mỗi khi có vấn đề

phát sinh, đảm bảo sản phẩm của mình luôn đạt chất lượng tốt, và đặc biệt hoàn thành dự án đúng thời hạn cam kết. Bởi vì đặc trưng của nghề này là làm việc độc lập, tự chủ, nên Freelancers thành công nhất định phải có khả năng sắp xếp công việc tốt; nếu không sẽ dẫn đến tình trạng dồn việc vào những ngày cuối hạn để làm, vừa khiến bản thân áp lực, mà hiệu quả công việc lại không cao. Đôi khi, chính những ý tưởng đột phá, mới lạ được tạo ra bởi Freelancers lại như một luồng gió mới mang đến sự khởi sắc cho doanh nghiệp, góp phần làm tăng hiệu suất cũng như hiệu quả công việc.

Ngày nay, không khó để nhìn thấy những người trẻ ngồi cả buổi ở các quán cà phê, cũng chẳng lạ lẫm gì hình ảnh người bạn làm Freelance lại có thể vác ba lô vi vu du lịch suốt thời gian dài, đi xem phim trong giờ hành chính,... Có lẽ bởi những lý do đó mà số đông ý kiến cho rằng, người làm nghề này đều là những kẻ lười biếng, thích ‘vừa làm vừa chơi’, chỉ muốn tìm công việc nhẹ nhàng để khi nào hứng thì làm, không hứng thì nghỉ. Nhưng thực tế nếu đã quyết tâm theo đuổi công việc này một cách nghiêm túc, thì Freelancers đâu phải là kẻ lười nhác như nhiều người vẫn nghĩ. Có vô vàn vấn đề chờ họ tự lực giải quyết, thúc bách họ rèn luyện tính kỷ luật, tác phong làm việc nhanh nhẹn và học cách làm chủ kế hoạch sao cho hiệu quả. Chưa kể có những giai đoạn nhận nhiều hợp đồng cùng một lúc, các Freelancers lại phải một mình chạy đua với thời gian mà không có ai hỗ trợ. Dĩ nhiên, thời điểm đó họ sẽ được hưởng mức thu nhập cao hơn, để bù vào những lúc trống lịch. Điều quan trọng, làm Freelancers thì luôn phải nghĩ đến việc trau dồi các kỹ năng, kiến thức cho bản thân, tránh bị tụt hậu, để có thể cạnh tranh và sống sót ở môi trường làm việc mà lấy năng lực làm nền tảng ưu tiên hàng đầu này.

Một quan niệm sai lầm khác là, nhiều người cho rằng số lượng nghề phù hợp cho kiểu việc làm đòi hỏi sự năng động, sáng tạo cao này rất ít ỏi, vậy nên không có quá nhiều lựa chọn cho họ. Sự thật là các lĩnh vực dành cho lao động tự do khá đa dạng, do tốc độ phát triển nhanh chóng của nền kinh tế kéo theo sự phát triển mạnh mẽ của xu hướng thuê mướn lao động ngoài, cụ thể là các Freelancers. Người làm Freelance có những ưu thế về kinh nghiệm, chuyên môn, óc sáng tạo, cộng thêm việc chi phí doanh nghiệp bỏ ra để hợp tác với họ trong nhiều trường hợp lại thấp hơn so với việc tiến hành một quy trình đào tạo nhân viên chính thức, vậy nên hứa hẹn trong tương lai gần, Freelancers sẽ ngày càng có cơ hội mở rộng thị trường của mình.

4.2. Kết quả đạt được qua phân tích dữ liệu

4.2.1. Mô tả mẫu (xem phụ lục 4)

Dữ liệu đưa vào phân tích định lượng được lấy từ câu trả lời của 451 đáp viên quan tâm và có ý định trở thành Freelancer.

Cơ cấu mẫu theo giới tính

Với tổng số mẫu 451, nhóm nghiên cứu đã thu được 162 phiếu là nam và 289 phiếu là nữ, tỉ lệ phần trăm tương ứng là 35.9% và 64.1%.

Cơ cấu mẫu theo độ tuổi

Theo số liệu thống kê mẫu, ta có thể thấy cụ thể nhóm đối tượng từ 15 – 18 tuổi chiếm 32.4%, nhóm 19 – 22 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất 49.4% và nhóm 23 – 25 tuổi chiếm 18.2%. Điều này là dễ hiểu vì nhóm tác giả cũng trong độ tuổi từ 19 – 22 nên dễ tiếp cận các đối tượng thuộc nhóm này nhất. Đây cũng là nhóm đối tượng đang quan tâm nhiều đến công việc trong tương lai nên sẵn sàng thực hiện khảo sát của nhóm.

Cơ cấu mẫu theo tình trạng nghề nghiệp

Do nhóm tuổi từ 19 đến 22 tuổi chiếm đa số trong mẫu nghiên cứu, vì vậy tỷ lệ nghề nghiệp chủ yếu của mẫu cũng là sinh viên với 52.8%. Hai nhóm nghề nghiệp còn lại là học sinh THPT và người đã đi làm chiếm tỷ lệ lần lượt là 31% và 16.2%.

Cơ cấu mẫu theo địa bàn sinh sống

Nhằm đảm bảo tính đại diện và phân bố rộng khắp của mẫu nghiên cứu, nhóm đã tiến hành phân tổ mẫu theo địa bàn là 10 quận điển hình ở Hà Nội đã chọn trước bao gồm: Ba Đình, Cầu Giấy, Đống Đa, Hà Đông, Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hoàng Mai, Long Biên, Tây Hồ, Thanh Xuân. Trong 451 đáp viên, số lượng người thuộc quận Hai Bà Trưng là chiếm nhiều nhất (16.6%), sau đó đến quận Thanh Xuân chiếm 16.2% và số lượng người thuộc quận Tây Hồ tham gia khảo sát thấp nhất chiếm 3.5%.

4.2.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha

Sau khi tiến hành loại bỏ một số biến quan sát không đạt yêu cầu trong lần chạy đầu tiên, kết quả kiểm định Cronbach's Alpha của 6 biến độc lập là Thái độ cá nhân, Nhận thức kiểm soát hành vi, Nhận thức xã hội, Vốn xã hội, Vốn con người, Tính cách cá nhân; và biến phụ thuộc Ý định trở thành Freelancer được trình bày trong bảng sau:

Bảng 4.1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha	Mã câu	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu biến loại
YD	0.797	YD1	0.610	0.757
		YD2	0.707	0.650
		YD3	0.614	0.752
TD	0.781	TD1	0.638	0.701
		TD2	0.624	0.708
		TD3	0.499	0.773
		TD4	0.595	0.726
NTKS	0.654	NTKS1	0.487	-
		NTKS3	0.487	-
NTXH	0.653	NTXH1	0.555	0.419
		NTXH2	0.454	0.569
		NTXH3	0.394	0.644
VXH	0.789	VXH1	0.579	0.763
		VXH2	0.757	0.667
		VXH3	0.603	0.753
		VXH4	0.518	0.792
VCN	0.856	VCN1	0.735	0.792
		VCN2	0.724	0.803
		VCN3	0.726	0.800
TC	0.863	TC1	0.641	0.843
		TC2	0.770	0.818
		TC3	0.729	0.827
		TC4	0.444	0.875
		TC5	0.683	0.838
		TC6	0.698	0.833

Nguồn: Số liệu của nhóm tác giả (2020)

Lưu ý: Đối với nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS), Sau khi kiểm định Cronbach's Alpha lần 2, do nhân tố này chỉ còn 2 biến quan sát, nên khi đưa vào phần

mềm chạy, SPSS sẽ mặc định không hiển thị giá trị cột hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến. Đây là một hiện tượng hoàn toàn bình thường.

Ở lần chạy kiểm định độ tin cậy thứ nhất (*xem phụ lục 5*), một số biến quan sát như: YD4, NTKS2, NTXH4 có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3, nhóm nghiên cứu đã loại bỏ các biến quan sát đó ra khỏi mô hình và chạy lại kiểm định lần 2 cho các nhân tố ý định trở thành Freelancer (YD), nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS) và nhận thức xã hội (NTXH).

Nhìn vào bảng, ta thấy kết quả kiểm định thu được của các nhân tố trong mô hình đa phần đều đạt độ tin cậy tốt. Riêng hai hệ số Cronbach's Alpha của nhân tố NTKS (0.654) và NTXH (0.653) mặc dù chỉ mới đạt đủ mức tiêu chuẩn (lớn hơn 0.6), nhưng căn cứ theo cơ sở lý luận và thực tiễn, nhóm nghiên cứu xét thấy đây đều là những nhân tố quan trọng trong việc đánh giá mức độ tác động đến Ý định lựa chọn công việc nói chung và việc làm tự do Freelance nói riêng của giới trẻ nên đã quyết định giữ lại hai nhân tố này để tiếp tục phân tích.

Trường hợp biến VXH4 và TC4 đều có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha hiện tại của nhân tố vốn xã hội (0.789) và nhân tố tính cách cá nhân (0.856) tương ứng. Tuy nhiên, xét thấy mức chênh lệch này là không đáng kể, mặt khác hệ số tương quan biến tổng của hai biến quan sát này và hệ số Cronbach's Alpha nhân tố hiện tại cũng khá cao rồi, nên nhóm nghiên cứu quyết định giữ lại 2 biến quan sát VXH4 và TC4.

Sau khi thực hiện kiểm định, 7 nhân tố ban đầu với 28 biến quan sát được rút xuống còn 25 biến quan sát. Các thang đo nhân tố đủ điều kiện để tiếp tục thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

4.2.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

- Đối với biến độc lập

Sau khi đánh giá độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's alpha, ở mục này, cả 22 biến quan sát của 6 khái niệm độc lập được đưa vào phân tích nhân tố (EFA) nhằm kiểm tra và đánh giá mức độ hội tụ của các biến quan sát theo từng khái niệm.

Nhóm tiên hành kiểm định giá trị KMO thu được kết quả $KMO = 0.812 > 0.5$ (xem phụ lục 6), đảm bảo dữ liệu đủ điều kiện phân tích. Kiểm định Bartlett có giá trị $Sig = 0.000$ cũng khẳng định các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể đồng thời quá trình phân tích nhân tố với các dữ liệu là hợp lí.

Bảng phương sai trích các nhân tố (xem phụ lục 7) cung cấp số liệu cho thấy có 6 giá trị Eigenvalue > 1 như vậy chỉ có 6 nhóm nhân tố được tạo thành, hoàn toàn trùng khớp với mô hình ban đầu gồm 6 nhóm nhân tố. Cũng trong bảng này, tổng phương sai trích của các biến độc lập là 68.886% cho biết 6 nhóm nhân tố nêu trên giải thích được 68.886% biến thiên của 22 biến quan sát.

Bảng 4.2. Kết quả ma trận xoay của biến độc lập

	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
TC3	0.824					
TC6	0.811					
TC5	0.770					
TC2	0.731					
TC1	0.634					
TC4	0.565					
VXH3		0.811				
VXH2		0.786				
VXH1		0.710				
VXH4		0.514				
TD1			0.810			
TD4			0.789			
TD2			0.719			
TD3			0.616			
VCN1				0.882		
VCN2				0.879		
VCN3				0.877		
NTXH1					0.870	
NTXH2					0.604	
NTXH3					0.553	
NTKS3						0.703

NTKS1						0.523
Tổng phương sai trích (%)	27.734	12.432	10.803	7.751	64.155	68.886

Nguồn: Số liệu của nhóm tác giả (2020)

Kết quả ma trận xoay cho thấy có 06 nhân tố với hệ số tải đều lớn hơn 0.5 được rút trích từ 22 biến quan sát và trùng khớp với 6 nhân tố ban đầu. Tên của 6 nhóm nhân tố được giữ nguyên.

- Đối với biến phụ thuộc

Nhóm nghiên cứu thu được kết quả kiểm định KMO của biến phụ thuộc Ý định với trị số đạt $0.688 > 0.5$ và mức ý nghĩa Sig Bartlett's Test = 0.000 (*xem phụ lục 8*). Như vậy, chứng tỏ bộ dữ liệu thang đo dùng để áp dụng phân tích nhân tố khám phá là thích hợp.

Bảng 4.3. Kết quả phân tích EFA của biến phụ thuộc

Biến quan sát	Nhân tố
	Ý định trở thành Freelancer (YD)
YD1	0.823
YD2	0.883
YD3	0.824
Eigenvalue	2.137
Phương sai trích(%)	71.225

Nguồn: Số liệu của nhóm tác giả (2020)

Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc rút trích được 1 nhân tố duy nhất. Tổng phương sai trích của biến phụ thuộc là 71.225% cho biết việc sử dụng nhân tố đại diện cho 3 biến quan sát có thể giải thích được 71.225% biến thiên của dữ liệu.

Tóm lại, kết quả của phân tích rút trích nhân tố EFA đối với biến phụ thuộc YD và 6 biến độc lập TD, NTKS, TC, VXH, VCN, NTXH đều đạt kết quả tốt.

4.2.4. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu và kiểm định sự khác biệt của biến nhân khẩu học đối với biến định lượng

4.2.4.1. Ý định trở thành Freelancer

Bảng 4.4. Thống kê mô tả Ý định trở thành Freelancer

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
YD1	Mục tiêu tương lai của tôi là trở thành Freelancer	3.42	0.886
YD2	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc cho ý tưởng làm Freelancer của mình	3.10	1.019
YD3	Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể	2.85	0.982
Nhân tố Ý định trở thành Freelancer		3.12	0.813

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Ở bảng 4.4 ta nhận thấy, giá trị trung bình của các đánh giá về nhân tố ý định trở thành Freelancer của giới trẻ ở trên mức trung bình, đạt 3.12. Điều này chứng tỏ mức độ mạnh mẽ trong ý định làm Freelancer của giới trẻ Hà Nội hiện nay tuy không thấp nhưng vẫn chưa thực sự cao. Điển hình ở nhận định “Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể” có mức độ đồng tình khá thấp (mean = 2.85).

- **Kiểm định sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính với ý định trở thành Freelancer**

Nhóm nghiên cứu sử dụng công cụ Independent Samples T – test, biến định tính được xét đến là Giới tính với 2 giá trị Nam và Nữ. Kiểm định sự đồng nhất của phương sai (Levene Test) được tiến hành với giả thuyết H_0 rằng phương sai của 2 tổng thể đồng nhất. Kết quả kiểm định cho mức ý nghĩa 0.839 lớn hơn 0.05 cho thấy phương sai giữa giới tính nam và giới tính nữ đồng nhất. Ta tiếp tục xét mức giá trị của T - test với giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình giữa hai tổng thể, ta thấy Sig. của T - test khi phương sai đồng nhất là 0.420 lớn hơn 0.05. Do đó, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa giới tính nam và nữ đối với ý định trở thành Freelancer.

Bảng 4.5. Kiểm định độc lập T - test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig.(2-detailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	0.041	0.839	0.808	449	0.420	0.06451
<i>PS không đồng nhất</i>			0.803	327.338	0.423	0.06451

Nguồn: Số liệu điều tra của nhóm nghiên cứu (2020)

- **Phân tích về sự khác biệt theo nhóm tuổi đến biến Ý định trở thành Freelancer**

Để so sánh đánh giá của giới trẻ về ý định trở thành Freelancer giữa 3 nhóm tuổi 15 – 28, 19 – 22, 23 – 25, nhóm tác giả dùng công cụ phân tích phương sai ANOVA.

Bảng 4.6. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích sự khác biệt về nhân tố Ý định làm Freelancer của giới trẻ ở các nhóm tuổi các nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Ý định trở thành Freelancer	2.266	2	448	0.105

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Theo bảng 4.6, ta nhận thấy giá trị Sig Levene = 0.105 > 0.05 cho thấy phương sai các câu trả lời về ý định làm Freelancer giữa 3 nhóm tuổi không có sự khác nhau nên ta sẽ tiếp tục đánh giá số liệu từ bảng ANOVA.

Bảng 4.7. Sự khác biệt về Ý định trở thành Freelancer giữa 3 nhóm tuổi

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	10.927	2	5.563	8.538	0.000
Trong các nhóm	286.669	448	0.640		
Tổng	297.596	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Chúng ta thu được kết quả Sig = 0.000 < 0.05, kết luận rằng có sự khác biệt về ý định trở thành Freelancer giữa các đáp viên ở ba nhóm tuổi khác nhau.

Cụ thể, giá trị trung bình thấp nhất ở nhóm tuổi 19 - 22 là 2.9776 và cao nhất ở nhóm 15 – 18 tuổi, đạt xấp xỉ 3.3288 trong khi chỉ giảm nhẹ ở nhóm 23 – 25 tuổi là 3.1423 (xem phụ lục 10 bảng 10.1).

- **Phân tích về sự khác biệt giữa các nhóm tình trạng nghề nghiệp với Ý định trở thành Freelancer**

Bảng 4.8. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về Ý định làm Freelancer của giới trẻ ở các nhóm tình trạng nghề nghiệp các nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Ý định trở thành Freelancer	2.002	2	448	0.136

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Theo bảng 4.8, ta nhận thấy giá trị Sig Levene = 0.136 > 0.05 cho thấy phương sai các nhóm giá trị là đồng nhất. Hay nói cách khác, do phương sai giữa các câu trả lời về ý định làm Freelancer của 3 nhóm Học sinh THPT, sinh viên, người đi làm không khác nhau nên ta sẽ tiếp tục đánh giá số liệu từ bảng ANOVA.

Bảng 4.9. Sự khác biệt về Ý định trở thành Freelancer giữa các nhóm tình trạng ngành nghề khác nhau

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của Bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	7.441	2	3.720	5.744	0.003
Trong các nhóm	290.155	448	0.648		
Tổng	297.596	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Chúng ta thu được kết quả Sig = 0.003 < 0.05, kết luận rằng có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về ý định trở thành Freelancer giữa các đáp viên ở ba nhóm.

Cụ thể, theo dữ liệu mô tả (xem phụ lục 10 bảng 10.2), ta thấy giá trị trung bình đạt cao nhất ở nhóm Học sinh THPT đạt xấp xỉ 3.31 và thấp nhất ở nhóm các bạn sinh viên là 3.0210, trong khi đó ý định này ở những người đã đi làm chỉ nhỉnh hơn sinh viên một chút, đạt trung bình 3.0868. Nhìn chung, nhóm học sinh THPT hay những người từ 15 – 18 tuổi, độ tuổi trẻ nhất trong bảng khảo sát là những người có ý định làm Freelancer cao nhất.

4.2.4.2. Nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi

Bảng 4.10. Thống kê mô tả nhận thức kiểm soát hành vi

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
NTKS1	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này	3.00	1.008
NTKS3	Tôi nghĩ trở thành Freelancer khá dễ dàng với tôi.	2.51	0.944
Nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi		2.7539	0.84153

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Theo bảng 4.10, nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi có giá trị trung bình xấp xỉ 2.75, được coi là thấp. Đặc biệt, biến NTKS3 có mức đánh giá trung bình 2.51 cho thấy đa số giới trẻ nhận định con đường theo đuổi nghề Freelancer là không dễ dàng.

- **Phân tích sự khác biệt giữa những người có giới tính khác nhau với nhận thức kiểm soát hành vi**

Kết quả của kiểm định cho thấy Sig Levene test = 0.1621 > 0.05 thể hiện nhận thức kiểm soát hành vi ở hai giới tính có phương sai không khác nhau. Ta xét tiếp giá trị của T-test với giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình giữa hai tổng thể, ta thấy Sig. của T - Test khi phương sai đồng nhất = 0.275 > 0.05. Do đó, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa hai giới tính nam và nữ tới nhận thức kiểm soát hành vi.

Bảng 4.11. Kiểm định độc lập T – test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig(2-detailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	1.963	0.1621	1.09	449	0.275	0.09028
<i>PS không đồng nhất</i>			1.071	313.336	0.285	0.09028

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

- Phân tích sự khác biệt giữa những người ở các nhóm tuổi khác nhau với nhận thức kiểm soát hành vi

Bảng 4.12. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi của giới trẻ ở các nhóm tuổi khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Nhận thức kiểm soát hành vi	1.460	2	448	0.233

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Theo bảng trên, ta nhận thấy giá trị Sig Levene = 0.233 > 0.05 nên phương sai của các lựa chọn giữa những người ở 3 nhóm tuổi: 15 – 18, 19 – 22, 23 – 25 là đồng nhất. Ta tiếp tục đánh giá số liệu từ bảng ANOVA.

Bảng 4.13. Xét sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi giữa các nhóm tuổi khác nhau

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của Bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	2.315	2	1.157	1.639	0.195
Trong các nhóm	316.366	448	0.706		
Tổng	318.681	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Ở bảng ANOVA 4.13, ta thu được kết quả Sig. = 0.195 > 0.05, kết luận rằng không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về Nhận thức kiểm soát hành vi giữa các đáp viên ở ba nhóm tuổi khác nhau.

- Phân tích sự khác biệt giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau về nhận thức kiểm soát hành vi

Bảng 4.14. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi của giới trẻ ở các nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Nhận thức kiểm soát hành vi	0.908	2	448	0.404

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Theo bảng 4.14, ta thấy giá trị Sig Levene = 0.404 > 0.05 cho thấy phương sai về Nhận thức kiểm soát hành vi của các nhóm Học sinh THPT, sinh viên, người đã đi làm không khác nhau nên ta sẽ tiếp tục đánh giá số liệu từ bảng ANOVA.

Bảng 4.15. Sự khác biệt về nhận thức kiểm soát hành vi giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của Bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	3.260	2	1.630	2.315	0.100
Trong các nhóm	315.421	448	0.704		
Tổng	318.681	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Chúng ta thu được kết quả Sig = 0.100 > 0.05 cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về nhận thức kiểm soát hành vi giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau: Học sinh THPT, sinh viên, người đã đi làm.

4.2.4.3. Nhân tố Thái độ cá nhân

Bảng 4.16. Thống kê mô tả thái độ cá nhân

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
TD1	Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi	3.62	0.803
TD2	Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer	3.88	0.870
TD3	Trở thành Freelancer mang lại cho tôi nhiều lợi ích hơn những bất lợi	3.83	0.830
TD4	Theo đuổi ngành nghề Freelance mang lại cho tôi niềm vui và giúp tôi học được nhiều điều mới	3.83	0.731
Nhân tố Thái độ cá nhân		3.7894	0.62935

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Trong thang đo thái độ cá nhân, các đáp viên đồng ý nhiều nhất với nhận định “Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer” (3.88). Mức độ đồng ý thấp nhất ở nhận định “Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi” (3.62). Tuy

vậy, nhìn chung cả 4 nhận định đều có giá trị trung bình khá cao, dẫn tới trung bình nhân tố Thái độ cá nhân đạt 3.7894, cao nhất trong 6 nhân tố độc lập.

- **Phân tích sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính khác nhau với thái độ cá nhân**

Kiểm định sự đồng nhất của phương sai (Levene's test) được tiến hành với giả thuyết Ho rằng phương sai của 2 tổng thể đồng nhất. Kết quả kiểm định cho mức ý nghĩa Sig. Levene = 0.001 < 0.05 cho thấy phương sai giữa nam và nữ khác nhau.

Do đó, tiếp tục xét kết quả kiểm định giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình của hai tổng thể, ta thấy Sig. của T - Test khi phương sai không đồng nhất là 0.063 > 0.05. Do đó, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa giới tính nam và nữ đối với thái độ cá nhân.

Bảng 4.17. Kiểm định độc lập T - test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig.(2-detailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	11.386	0.001	-2.015	449	0.045	-0.12403
<i>PS không đồng nhất</i>			-1.869	266.832	0.063	-0.12403

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

- **Phân tích sự khác biệt về thái độ cá nhân của giới trẻ giữa ba nhóm tuổi khác nhau**

Bảng 4.18. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về thái độ cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Thái độ cá nhân	1.637	2	448	0.196

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.18 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.196 > 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về thái độ cá nhân của các nhóm tuổi: 15 – 18; 19 – 22; 23 - 25 không khác nhau nên tiếp tục đánh giá số liệu bằng phân tích ANOVA.

Bảng 4.19. Sự khác biệt về thái độ cá nhân giữa những người thuộc nhóm tuổi khác nhau

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của Bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	0.542	2	0.271	0.683	0.506
Trong các nhóm	177.697	448	0.397		
Tổng	178.239	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Theo bảng 4.19, giá trị Sig = 0.506 > 0.05 cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê đối với thái độ cá nhân giữa các đáp viên ở ba nhóm tuổi: 15 – 18, 19 – 22, 23 – 25.

- **Phân tích sự khác biệt về thái độ cá nhân giữa giới trẻ ở các nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau**

Bảng 4.20. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt thái độ cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Thái độ cá nhân	1.843	2	448	0.160

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.20 cho ra giá trị Sig Levene = 0.160 > 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về thái độ cá nhân các nhóm của biến định tính Tình trạng nghề nghiệp không khác nhau nên tiếp tục đánh giá số liệu bằng phân tích ANOVA.

Bảng 4.21. Sự khác biệt về thái độ cá nhân giữa những người trẻ thuộc ba nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	0.298	2	0.149	0.375	0.688
Trong các nhóm	177.941	448	0.397		
Tổng	178.239	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Ta có $Sig = 0.688 > 0.05$ cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong đánh giá giữa các đáp viên ở ba nhóm của biến định tính tình trạng nghề nghiệp.

4.2.4.4. Nhân tố Nhận thức xã hội

Bảng 4.22. Thống kê mô tả Nhận thức xã hội

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
NTXH1	Người thân làm Freelancer ảnh hưởng đến quyết định theo đuổi công việc này của tôi	2.99	1.062
NTXH2	Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm Freelancer của tôi	2.68	0.926
NTXH3	Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này	2.25	0.895
Nhân tố Nhận thức xã hội		2.64	0.74

Nguồn: Dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Theo dữ liệu khảo sát, nhân tố nhận thức xã hội có mức độ đồng tình thấp nhất với giá trị trung bình là 2.64. Trong 4 nhận định, có nhận định “Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này” cho ra kết quả giá trị trung bình thấp nhất là 2.25. Ta có thể nhận thấy rằng có khá ít các gia đình hiện nay mong muốn hay tự định hướng cho con em mình theo đuổi công việc Freelancer từ ban đầu.

- **Phân tích sự khác biệt giữa những người có giới tính khác nhau với nhận thức xã hội**

Bảng 4.23. Kiểm định độc lập T-test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig.(2-detailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	0.476	0.490	-1.374	449	0.170	-0.09976
<i>PS không đồng nhất</i>			-1.375	334.347	0.170	-0.09976

Nguồn: Dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Đầu tiên, kết quả của kiểm định về phương sai cho thấy mức giá trị Levene test là 0.490 lớn hơn 0.05. Điều này thể hiện nhận thức xã hội của hai giới tính có phương sai không khác nhau. Do đó, ta tiếp tục xét đến mức giá trị của T-test với giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình giữa hai tổng thể, ta thấy Sig. của T-test khi phương sai đồng nhất là 0.170 lớn hơn 0.05. Do đó, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa giới tính nam và giới tính nữ tới nhận thức xã hội.

- **Phân tích sự khác biệt về nhận thức xã hội của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau.**

Bảng 4.24. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về nhận thức xã hội của giới trẻ thuộc ba nhóm tuổi khác nhau

	Thông kê Levene	df1	df2	Sig,
Nhận thức xã hội	1.031	2	448	0.357

Nguồn: Dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.24 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.357 > 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về nhận thức xã hội của 3 nhóm tuổi khác nhau là đồng nhất nên tiếp tục đánh giá số liệu bằng phân tích ANOVA.

Bảng 4.25. Sự khác biệt về Nhận thức xã hội giữa giới trẻ ở ba nhóm tuổi

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	2.154	2	1.077	2.221	0.110
Trong các nhóm	217.230	448	0.485		
Tổng	219.384	450			

Nguồn: Dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Nhìn vào bảng ta thấy giá trị Sig = 0.110 > 0.05, kết luận không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về nhận thức xã hội trong đánh giá giữa các đáp viên ở ba nhóm tuổi: 15 – 18; 19 – 22; 23 - 25.

- **Phân tích về sự khác biệt về nhận thức xã hội của các nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau**

Bảng 4.26. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về nhận thức xã hội của Học sinh, Sinh viên, Người đã đi làm

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Nhận thức xã hội	0.739	2	448	0.486

Nguồn: Dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Bảng 4.26 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.486 > 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về nhận thức xã hội của các nhóm không khác nhau nên tiếp tục đánh giá số liệu bằng phân tích ANOVA.

Bảng 4.27. Sự khác biệt về Nhận thức xã hội giữa giới trẻ ở ba nhóm: Học sinh, sinh viên, người đã đi làm

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của Bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	4.871	2	2.435	4.510	0.012
Trong các nhóm	241.921	448	0.540		
Tổng	246.729	450			

Nguồn: Dữ liệu nhóm tác giả (2020)

Giá trị Sig = 0.012 < 0.05 từ bảng 4.27, ta thấy rằng đã có sự khác biệt về nhận thức xã hội trong đánh giá giữa nhóm học sinh, nhóm sinh viên, và nhóm người đã đi làm.

Cụ thể hơn, số liệu mô tả cho thấy giá trị trung bình cao nhất ở nhóm sinh viên đạt xấp xỉ 2.77 và thấp nhất ở nhóm Đã đi làm là 2.5342 trong khi nhóm Học sinh THPT chỉ giảm nhẹ so với Sinh viên, đạt trung bình 2.7524 (xem phụ lục 11). Có thể thấy đặc biệt đối với những người đã đi làm thì gia đình, người thân họ càng có xu hướng không mong muốn họ thay đổi nghề hiện tại để đi theo con đường Freelance.

4.2.4.5. Nhân tố Vốn xã hội

Bảng 4.28. Thống kê mô tả Vốn xã hội

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
VXH1	Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp,...) để theo đuổi nghề này	2.63	0.94
VXH2	Tôi có thể huy động vốn từ gia đình và bạn bè	2.94	1.044

VXH3	Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)	2.16	0.861
VXH4	Tôi có thể huy động vốn từ nhiều nguồn khác (các hiệp hội, tổ chức,...)	2.97	0.953
Nhân tố Vốn xã hội		2.6746	0.75

Nguồn: Dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Nhóm nhân tố Vốn xã hội cũng có giá trị trung bình gần xấp xỉ nhóm Nhận thức xã hội, kết quả thống kê đạt 2.6746 và đứng thấp thứ 2 trong 6 nhân tố độc lập. Đặc biệt, với mức đồng tình trung bình chỉ 2.16, biến quan sát “Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)” trở thành biến quan sát có giá trị trung bình cho mức độ đồng tình thấp nhất trong tất cả các biến quan sát của bảng hỏi.

- **Phân tích sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính khác nhau về vốn xã hội**

Kết quả kiểm định Levene cho mức ý nghĩa Sig. = 0.505 > 0.05 cho thấy đánh giá về vốn xã hội có phương sai giữa giới tính nam và nữ không khác nhau. Do đó, ta tiếp tục xét đến mức giá trị của T-test với giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình giữa hai tổng thể, ta thấy Sig. của T-test khi phương sai đồng nhất là 0.000 < 0.05. Do đó, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa hai giới tính đối với vốn xã hội.

Bảng 4.29. Kiểm định 2 mẫu độc lập T - test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig.(2-tailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	0.445	0.505	4.082	449	0.000	0.29586
<i>PS không đồng nhất</i>			4.045	324.455	0.000	0.29586

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Cụ thể, thống kê cho thấy trung bình mức độ đánh giá với vốn xã hội của nam giới xấp xỉ 2.8642 trong khi nữ giới thấp hơn hẳn, chỉ đạt 2.5683 (*xem phụ lục 12*).

- Phân tích sự khác biệt giữa những người thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau về vốn xã hội

Bảng 4.30. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt của các câu trả lời về vốn xã hội của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Vốn xã hội	3.902	2	448	0.021

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.30 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.021 < 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về vốn xã hội ở các nhóm 15 – 18, 19 – 22 và 23 – 25 của biến định tính Tuổi có sự khác nhau.

Bảng 4.31. Khác biệt về vốn xã hội giữa người trẻ thuộc ba nhóm tuổi khác nhau

	Statistic	df1	df2	Sig.
Welch	2.075	2	200.671	0.128

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Với biến định tính có phương sai giữa các lựa chọn khác nhau (độ tuổi), chúng ta sẽ không sử dụng kết quả từ bảng ANOVA mà sẽ tiến hành phân tích kết quả bảng kiểm định Welch để đánh giá sự khác nhau giữa giá trị trung bình của các lựa chọn trong biến Tuổi đối với nhân tố vốn xã hội. Theo bảng kiểm định Welch, giá trị Sig = 0.128 > 0.05 cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về vốn xã hội giữa các bạn trẻ ở 3 nhóm tuổi khác nhau.

- Phân tích sự khác biệt giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau về vốn xã hội

Bảng 4.32. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về vốn xã hội của những người trẻ là học sinh, sinh viên hoặc người đã đi làm

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Vốn xã hội	3.466	2	448	0.032

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.32 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.032 < 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về vốn xã hội của Học sinh, Sinh viên, Người đã đi làm của biến định tính Tình trạng nghề nghiệp có sự khác nhau.

Bảng 4.33. Sự khác biệt vốn xã hội giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Statistic	df1	df2	Sig.
Welch	2.171	2	178.371	0.117

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Tương tự như biến độ Tuổi, biến định tính Tình trạng nghề nghiệp có phương sai giữa các nhóm khác nhau, chúng ta cũng sẽ tiến hành phân tích kết quả bảng kiểm định Welch để đánh giá sự khác nhau giữa giá trị trung bình của các lựa chọn ở ba nhóm trong biến định tính Tình trạng nghề nghiệp đối với nhân tố vốn xã hội. Theo bảng, giá trị Sig = 0.117 > 0.05 cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về vốn xã hội của giới trẻ ở 3 nhóm: Học sinh, sinh viên và người đã đi làm.

4.2.4.6. Nhân tố Vốn con người

Bảng 4.34. Thống kê mô tả Vốn con người

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
VCN1	Tôi nhận thấy bản thân có đủ trình độ kiến thức chuyên môn để làm công việc này	2.90	0.854
VCN2	Tôi nhận thấy bản thân có kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, tin học,...) tốt để theo đuổi công việc Freelance	2.88	0.876
VCN3	Tôi có những kinh nghiệm xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân để trở thành Freelancer	2.98	0.861
Nhân tố Vốn con người		2.9194	0.7612

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Nhân tố Vốn con người có giá trị trung bình 2.9194 cho biết theo đánh giá của giới trẻ Hà Nội thì nhân tố này được xác định ở mức không cao (theo thang điểm từ “Rất không đồng ý” đến “Rất đồng ý”). Đa phần các bạn trẻ chưa thực sự tự tin về kiến thức và kỹ năng của bản thân.

- Phân tích sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính khác nhau về nhân tố vốn con người

Bảng 4.35. Kiểm định độc lập T-test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig.(2-detailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	0.648	0.421	0.651	449	0.515	0.4866
<i>PS không đồng nhất</i>			0.643	320.943	0.521	0.4866

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Từ bảng 4.35, kết quả của kiểm định về phương sai cho thấy mức giá trị Levene test là 0.421 lớn hơn 0.05. Điều này thể hiện đánh giá về vốn con người của hai giới tính có phương sai không khác nhau. Do đó, ta tiếp tục xét đến mức giá trị của T-test với giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình giữa hai tổng thể, ta thấy Sig. của T-test khi phương sai đồng nhất là $0.515 > 0.05$. Do đó, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa giới tính nam và giới tính nữ tới vốn con người.

- Phân tích sự khác biệt giữa giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi về vốn con người

Bảng 4.36. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt của các câu trả lời về vốn con người của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Vốn con người	0.136	2	448	0.873

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.36 cũng cho ra giá trị Sig Levene = $0.873 > 0.05$, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về vốn con người của các đáp viên ở 3 nhóm tuổi không khác nhau, tiếp tục tiến hành đánh giá số liệu bằng phân tích ANOVA.

Bảng 4.37. Sự khác biệt về Vốn con người giữa Giới trẻ ở ba nhóm tuổi

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	0.275	2	0.138	0.237	0.789

Trong các nhóm	260.464	448	0.581		
Tổng	260.740	450			

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Ta nhận thấy giá trị $Sig = 0.789 > 0.05$, kết luận rằng không có sự khác biệt về vốn con người trong đánh giá giữa các đáp viên ở ba nhóm của biến định tính Độ tuổi.

- **Phân tích sự khác biệt giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp về vốn con người.**

Bảng 4.38 sau đây cũng cho ra giá trị $Sig\ Levene = 0.899 > 0.05$, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về vốn con người của các nhóm không khác nhau, tiếp tục tiến hành đánh giá số liệu bằng phân tích ANOVA.

Bảng 4.38. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về câu trả lời cho vốn con người của giới trẻ có tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Vốn con người	0.106	2	448	0.899

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Ở bảng 4.39, ta thấy giá trị $Sig = 0.931 > 0.05$, kết luận rằng không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về Vốn con người trong đánh giá giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau.

Bảng 4.39. Sự khác biệt về Vốn con người giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của Bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	0.083	2	0.041	0.071	0.931
Trong các nhóm	260.657	448	0.582		
Tổng	260.740	450			

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

4.2.4.7. Nhân tố tính cách cá nhân

Bảng 4.40. Thống kê mô tả Tính cách cá nhân

Biến quan sát	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
TC1	Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này	3.39	0.92
TC2	Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo ý tưởng khi làm Freelancer	3.57	1.084
TC3	Tôi yêu thích sự tự chủ và độc lập trong công việc	3.87	0.982
TC4	Tôi là người nhạy bén với các xu thế và cơ hội	3.12	0.871
TC5	Tôi thích tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kiến thức cho bản thân	3.83	0.788
TC6	Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công	3.99	0.896
Nhân tố tính cách cá nhân		3.6301	0.715

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Nhân tố cuối cùng – Tính cách cá nhân có mức độ đồng ý cao thứ 2 trong 6 nhóm nhân tố độc lập. Giá trị trung bình đạt 3.6301. Với độ lệch chuẩn 1.084 cho thấy các đáp viên có những nhận định tương đối khác biệt ở biến quan sát “Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo ý tưởng khi làm Freelancer”. Đặc biệt, nhìn vào nhận định TC6 có giá trị trung bình xấp xỉ 4. ta có thể kết luận, giới trẻ ngày nay đều có nhu cầu thành đạt rất cao, có tham vọng vươn xa trong nghề nghiệp của bản thân.

- **Phân tích sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính với tính cách cá nhân**

Kiểm định sự đồng nhất của phương sai (Levene’s test) được tiến hành với giả thuyết H_0 rằng phương sai của 2 tổng thể đồng nhất. Kết quả kiểm định cho mức ý nghĩa $Sig = 0.404 > 0.05$ cho thấy phương sai giữa giới tính nam và nữ không khác nhau. Do đó, ta tiếp tục xét đến mức giá trị của T-test với giả thuyết về đồng nhất giá trị trung bình giữa hai tổng thể, ta thấy Sig. của T-test khi phương sai đồng nhất là 0.240 lớn hơn 0.05. Do đó, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa giới tính nam và nữ đối với tính cách cá nhân.

Bảng 4.41. Kiểm định độc lập T-test

	Kiểm định Levene cho phương sai đồng nhất		Kiểm định T cho sự đồng nhất giá trị trung bình			
	F	Sig.	t	df	Sig.(2-detailed)	Mean difference
<i>PS đồng nhất</i>	0.697	0.404	-1.177	449	0.240	-0.08259
<i>PS không đồng nhất</i>			-1.166	323.894	0.245	-0.08259

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

- Phân tích sự khác biệt về tính cách cá nhân giữa 3 nhóm tuổi: 15 – 18; 19 – 22; 23 - 25

Bảng 4.42. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về tính cách cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tuổi

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Tính cách cá nhân	3.920	2	448	0.021

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.42 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.021 < 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về tính cách cá nhân của các nhóm 15 – 18, 19 – 22 và 23 – 25 của biến định tính Tuổi có sự khác nhau.

Bảng 4.43. Sự khác biệt về nhân tố Tính cách cá nhân giữa người trẻ thuộc ba nhóm tuổi khác nhau

	Statistic	df1	df2	Sig.
Welch	2.047	2	229.291	.132

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Ở đây ta sẽ sử dụng bảng kiểm định Welch để đánh giá sự khác nhau giữa giá trị trung bình của các lựa chọn trong các nhóm biến Tuổi đối với nhân tố tính cách cá nhân. Theo bảng, giá trị Sig. = 0.132 > 0.05 cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tính cách cá nhân của giới trẻ ở 3 nhóm tuổi này.

- Phân tích sự khác biệt giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau về tính cách cá nhân

Bảng 4.44. Xét sự đồng nhất phương sai trong phân tích về sự khác biệt về tính cách cá nhân của giới trẻ thuộc 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Thống kê Levene	df1	df2	Sig,
Tính cách cá nhân	2.199	2	448	0.112

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng 4.44 cũng cho ra giá trị Sig Levene = 0.112 > 0.05, chúng ta kết luận phương sai giữa các lựa chọn về Tính cách cá nhân của nhóm học sinh THPT, sinh viên, người đã đi làm trong biến định tính Tình trạng nghề nghiệp không có sự khác biệt.

Bảng 4.45. Sự khác biệt về câu trả lời cho nhân tố Tính cách cá nhân giữa những người có tình trạng nghề nghiệp khác nhau

	Tổng bình phương	Df	Trung bình của bình phương	F	Sig,
Giữa các nhóm	1.190	2	0.595	1.164	0.313
Trong các nhóm	228.901	448	0.511		
Tổng	230.091	450			

Nguồn: Số liệu của nhóm nghiên cứu (2020)

Bảng trên có giá trị Sig = 0.313 > 0.05, kết luận rằng không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tính cách cá nhân trong đánh giá giữa các đáp viên là học sinh THPT, sinh viên và người đã đi làm.

4.2.5. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết

4.2.5.1. Phương trình hồi quy

Phương trình hồi quy tuyến tính đa biến biểu diễn mối quan hệ của 06 yếu tố ảnh hưởng đến Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội có dạng như sau:

$$YD = B_0 + B_1NTKS + B_2TD + B_3NTXH + B_4VXH + B_5TC + B_6VCN$$

Trong đó: Các hệ số $B_0, B_1, B_2, B_3, B_4, B_5, B_6$ là các hệ số hồi quy của mô hình; YD là biến phụ thuộc. Các biến NTKS, TD, NTXH, VXH, TC, VCN là biến độc lập.

a. Hồi quy lần thứ nhất

- Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Bảng 4.46. Độ phù hợp của mô hình

Hồi quy lần 1	R	R square	R square hiệu chỉnh	Ước lượng sai số độ lệch chuẩn
	0.618 ^a	0.382	0.374	0.64353

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Qua bảng 4.46, ta có số R^2 hiệu chỉnh (0.374) nhỏ hơn R^2 (0.382) vì vậy dùng hệ số R^2 hiệu chỉnh để đánh giá độ phù hợp của mô hình sẽ hợp lí hơn vì nó không thổi phồng mức độ phù hợp của mô hình. Với hệ số R^2 hiệu chỉnh bằng 0.374 chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội đã được xây dựng phù hợp với tập dữ liệu là 37.4%. Nói cách khác, 37.4% sự biến thiên của biến phụ thuộc ý định trở thành Freelancer được giải thích bởi 6 biến độc lập gồm: nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ cá nhân, nhận thức xã hội, tính cách cá nhân, vốn con người, và vốn xã hội.

- *Kiểm định độ phù hợp của mô hình*

Kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai là phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể.

Bảng 4.47, ta thấy trị số F của mô hình là 45.767, mức ý nghĩa quan sát (giá trị Sig. = 0.000) cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính đưa ra là phù hợp với tập dữ liệu.

Bảng 4.47. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Hồi quy lần 1	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig.
Hồi quy (Regression)	113.721	6	18.953	45.767	0.000 ^b
Số dư (Residual)	183.875	444	0.415		
Total	297.596	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

- *Ý nghĩa các hệ số hồi quy riêng phần trong mô hình*

Các hệ số hồi quy riêng phần trong mô hình dùng để xác định mức độ ảnh hưởng của biến độc lập lên biến phụ thuộc. Thông qua hệ số Beta trong kết quả phân tích hồi quy, ta sẽ thấy được tầm quan trọng của các nhân tố đối với ý định trở thành Freelancer của giới trẻ theo mô hình đề nghị trong nghiên cứu.

Bảng 4.48. Kết quả thống kê từng biến trong mô hình

Hồi quy lần 1	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa		
	B	Sai số chuẩn	Beta	Sig.	VIF
Hằng số	0.293	256		0.254	
Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS)	0.137	0.046	0.141	0.003	1.658
Thái độ cá nhân (TD)	0.514	0.056	0.398	0.000	1.326
Nhận thức xã hội (NTXH)	-0.094	0.047	-0.085	0.046	1.313
Vốn xã hội (VXH)	0.143	0.054	0.133	0.008	1.801
Tính cách cá nhân (TC)	0.150	0.054	0.132	0.006	1.647
Vốn con người (VCN)	-0.060	0.040	-0.056	0.132	1.009
Biến phụ thuộc: Ý định trở thành Freelancer (YD)					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Giá trị Sig của các biến (nhận thức kiểm soát hành vi, nhận thức xã hội, tính cách cá nhân, thái độ cá nhân, vốn xã hội) đều nhỏ hơn 0.05 chứng tỏ 5 biến này có ý nghĩa về mặt thống kê và có ảnh hưởng nhất định tới biến ý định trở thành Freelancer (mức ý nghĩa 95%). Riêng nhân tố vốn con người có Sig. = 0.132 > 0.05 chưa đảm bảo ý nghĩa thống kê nên nhóm nghiên cứu loại bỏ nhân tố này.

b. Hồi quy lần thứ hai

Phương trình hồi quy tuyến tính đa biến đã điều chỉnh, biểu diễn mối quan hệ của 05 yếu tố ảnh hưởng đến Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội có dạng như sau:

$$YD = B_0 + B_1NTKS + B_2TD + B_3NTXH + B_4VXH + B_5TC$$

- Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Bảng 4.49. Độ phù hợp của mô hình

Hồi quy lần 2	R	R square	R square hiệu chỉnh	Ước lượng sai số độ lệch chuẩn
	0.616 ^a	0.379	0.372	0.64445

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Ta có hệ số R^2 hiệu chỉnh bằng 0.372 chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội đã được xây dựng phù hợp với tập dữ liệu là 37.2%. Nói cách khác, 37.2% sự biến thiên của biến phụ thuộc ý định trở thành Freelancer được giải thích bởi 5 biến độc lập gồm: nhận thức xã hội, tính cách cá nhân, thái độ cá nhân, nhận thức kiểm soát hành vi và vốn xã hội.

- *Kiểm định độ phù hợp của mô hình*

Bảng 4.50. Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Hồi quy lần 2	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig.
Hồi quy (Regression)	112.780	6	22.556	54.310	0.000 ^b
Số dư (Residual)	184.816	445	0.415		
Total	297.596	450			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Từ kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình (Bảng 4.50), trị số F của mô hình là 54.310, mức ý nghĩa quan sát (giá trị Sig. rất nhỏ là 0.000) cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính đưa ra là phù hợp với tập dữ liệu.

- *Ý nghĩa các hệ số hồi quy riêng phần trong mô hình*

Bảng 4.51. Kết quả thống kê từng biến trong mô hình

	<i>Hệ số chưa chuẩn hoá</i>		<i>Hệ số chuẩn hoá</i>	Sig.	VIF
	B	Sai lệch chuẩn	Beta (β)		
Hằng số	0.100	0.222		0.654	
Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS)	0.133	0.046	0.138	0.004	1.654
Thái độ cá nhân (TD)	0.520	0.055	0.403	0.000	1.320
Nhận thức xã hội (NTXH)	-0.096	0.047	-0.087	0.042	1.312
Vốn xã hội (VXH)	0.148	0.054	0.137	0.007	1.796
Tính cách cá nhân (TC)	0.149	0.055	0.131	0.006	1.646
Biến phụ thuộc: Ý định trở thành Freelancer (YD)					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả (2020)

Kết quả hồi quy của các nhân tố cho thấy, với mức ý nghĩa 95% thì tất cả các yếu tố trong mô hình là Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ cá nhân, Nhận thức xã hội, Vốn xã hội, Tính cách cá nhân đều có một mức độ ảnh hưởng nhất định đến Ý định trở thành Freelancer do cả tất cả các biến đều có giá trị Sig. < 0.05. Cần chú ý thêm rằng hệ số phóng đại phương sai VIF đều nhỏ hơn 2 chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Như vậy, chúng ta rút ra mô hình hồi quy tác động của các nhân tố đến Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội như dưới đây:

- Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa:

$$YD = 0.1 + 0.133*NTKS + 0.520*TD - 0.096*NTXH + 0.148*VXH + 0.149*TC$$

Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa chỉ mang ý nghĩa toán học vì vậy nhóm nghiên cứu sử dụng thêm phương trình hồi quy đã chuẩn hóa mang ý nghĩa kinh tế.

- Phương trình hồi quy đã chuẩn hóa:

$$YD = 0.138*NTKS + 0.403*TD - 0.087*NTXH + 0.137*VXH + 0.131*TC$$

Giá trị hồi quy chuẩn hoá của các biến cho ta đánh giá được tầm quan trọng của các biến, biến nào có giá trị hồi quy chuẩn hoá tính theo trị tuyệt đối lớn hơn thì càng ảnh hưởng nhiều đến biến Ý định trở thành Freelancer. Có thể thấy rằng Thái độ cá nhân là nhân tố ảnh hưởng nhiều nhất đến Ý định làm Freelancer của giới trẻ Hà Nội ($\beta = 0.403$), tiếp sau đó lần lượt là các nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi ($\beta = 0.138$), Vốn xã hội ($\beta = 0.137$), Tính cách cá nhân ($\beta = 0.131$), và cuối cùng là Nhận thức xã hội ($\beta = -0.087$).

4.2.5.2. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Các nhân tố có tác động tích cực lên biến phụ thuộc có nghĩa là khi các nhân tố khác không thay đổi, nhân tố này có chiều hướng gia tăng lên (hoặc giảm xuống) thì Ý định trở thành Freelancer sẽ biến đổi theo cùng xu hướng đó.

Giả thuyết H₁ cho rằng Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực tới Ý định trở thành Freelancer. Dựa vào kết quả hồi quy (Bảng 4.51), với mức ý nghĩa Sig = 0.004 < 0.05, hệ số Beta₁ = 0.138 > 0 chứng tỏ nhận thức kiểm soát hành vi ảnh hưởng tích cực cùng chiều lên ý định trở thành Freelancer, ta chấp nhận giả thuyết. Cụ thể,

trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi, khi nhận thức kiểm soát hành vi tăng 1 đơn vị thì trung bình ý định trở thành Freelancer tăng 0.133 đơn vị ($B_1 = 0.133$). Giá trị hồi quy chuẩn hóa $Beta_1$ cho biết nhận thức kiểm soát hành vi có mức độ ảnh hưởng khoảng 13.8% đến ý định trở thành Freelancer.

Giả thuyết H_2 cho rằng Thái độ cá nhân có tác động tích cực với Ý định trở thành Freelancer. Kết quả hồi quy với mức ý nghĩa $Sig = 0.000 < 0.05$, hệ số $Beta_2 = 0.403 > 0$ chứng tỏ thái độ, đánh giá của cá nhân về công việc Freelance có tác động tích cực tới ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội, chấp nhận giả thuyết. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi thái độ cá nhân tăng 1 đơn vị thì ý định trở thành Freelancer tăng 0.520 đơn vị ($B_2 = 0.520 > 0$). Giá trị hồi quy chuẩn hóa $Beta_2$ cho biết thái độ cá nhân có mức độ ảnh hưởng khoảng 40.3% đến ý định trở thành Freelancer.

Giả thuyết H_3 cho rằng Nhận thức xã hội có tác động tích cực với Ý định trở thành Freelancer. Kết quả hồi quy với $Sig = 0.042 < 0.05$, hệ số $Beta_3 = -0.087 < 0$ chứng tỏ nhận thức xã hội tác động ngược chiều ở mức độ tương đối thấp lên Ý định trở thành Freelancer. Điều này trái với kì vọng của nhóm nghiên cứu theo giả thuyết H_3 là nhận thức xã hội có tác động thuận chiều (tích cực) đến ý định trở thành Freelancer, chúng ta không chấp nhận giả thuyết ban đầu. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi nhận thức xã hội tăng 1 đơn vị thì trung bình ý định trở thành Freelancer giảm 0.096 đơn vị ($B_3 = -0.096 < 0$). Giá trị hồi quy chuẩn hóa của nhận thức xã hội cho biết nhân tố này có mức độ ảnh hưởng khoảng 8.7% đến ý định trở thành Freelancer.

Giả thuyết H_4 cho rằng Vốn xã hội có tác động tích cực lên Ý định trở thành Freelancer. Kết quả hồi quy với $Sig = 0.007 < 0.05$, hệ số $Beta_4 = 0.137 > 0$ chứng tỏ vốn xã hội có tác động cùng chiều lên ý định trở thành Freelancer, ta chấp nhận giả thuyết. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi vốn xã hội tăng 1 đơn vị thì trung bình biến ý định trở thành Freelancer tăng 0,148 đơn vị ($B_4 = 0.148 > 0$). Giá trị hồi quy chuẩn hóa $Beta_4$ cho biết vốn xã hội có mức độ ảnh hưởng khoảng 13.7% đến ý định trở thành Freelancer.

Giả thuyết H_5 cho rằng Tính cách cá nhân có tác động tích cực lên Ý định trở thành Freelancer. Kết quả hồi quy với mức ý nghĩa $Sig = 0.006 < 0.05$, hệ số $Beta_5 = 0.131 > 0$ chứng tỏ rằng tính cách cá nhân có ảnh hưởng cùng chiều tới ý định trở thành

Freelancer của giới trẻ, nên ta chấp nhận giả thuyết. Cụ thể, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi tính cách cá nhân tăng 1 đơn vị thì trung bình ý định trở thành Freelancer tăng 0.149 đơn vị ($B_5 = 0.149 > 0$). Giá trị hồi quy chuẩn hóa $Beta_5$ cho biết tính cách cá nhân có mức độ ảnh hưởng khoảng 13.1% đến ý định trở thành Freelancer.

Giả thuyết H_6 cho rằng *Vốn con người* có tác động tích cực lên Ý định trở thành Freelancers. Giả thuyết này không được chấp nhận do có mức ý nghĩa $Sig > 0.05$ cho thấy không có ý nghĩa về mặt thống kê.

4.3. Đánh giá, gợi ý rút ra từ mô hình nghiên cứu

4.3.1. Về yếu tố *Thái độ cá nhân*

Kết quả nghiên cứu cho ta thấy rằng yếu tố thái độ cá nhân có tác động tích cực lớn nhất tới Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ. ($Beta_2 = 0.403$)

Giới trẻ ngày nay luôn muốn thể hiện “cái tôi” của bản thân. Và thái độ chính là một hình thức tâm lí của điều đó. Như đã đề cập ở mục thống kê mô tả, mức độ đồng tình của giới trẻ đối với nhân tố này cao nhất trong tất cả các nhân tố, hay nói cách khác, giới trẻ Hà Nội đang dành cho nghề tự do một cái nhìn khá thiện cảm. Họ thể hiện quan điểm đầy mạnh mẽ “*Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi*” (mean = 3.62) hay “*Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer*” (mean = 3.88). Thanh thiếu niên hiện nay đang dần có mối quan tâm đúng đắn và hứng khởi về Freelance, từ đó tạo ra thái độ và động lực tích cực thúc đẩy họ đến với công việc này. Họ cảm nhận được những lợi ích “*Trở thành Freelancers sẽ đem lại cho tôi nhiều lợi ích hơn bất lợi*” (mean = 3.83), “*Theo đuổi ngành nghề Freelance mang lại cho tôi nhiều niềm vui và giúp tôi học được nhiều điều mới*” (mean=3.83), những vai trò mà Freelance mang lại không chỉ với riêng họ mà còn đối với sự phát triển kinh tế, xã hội. Một lợi thế dành cho giới trẻ thủ đô Hà Nội là họ có điều kiện để tiếp cận dễ dàng và cập nhật xu thế loại hình công việc này nhanh hơn so với các tỉnh thành khác. Đây cũng chính là tiền đề, cơ hội để người trẻ tìm hiểu rõ ràng, dẫn đến việc họ có thái độ ngày một tích cực về ngành nghề Freelance.

4.3.2. Về yếu tố *Nhận thức kiểm soát hành vi*

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng yếu tố Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động lớn thứ hai đến Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ ($Beta_1 = 0.138$). Có thể thấy tuy

ảnh hưởng của nhóm nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi chưa cao như nhóm nhân tố Thái độ cá nhân nhưng vẫn mang lại sự thay đổi tích cực đến Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ. Điều này khá hợp lí. Khi nhận thức kiểm soát hành vi của họ tăng lên đồng nghĩa với việc khả năng thực hiện ý định theo đuổi nghề tự do của họ cũng tăng lên.

Một điểm nổi bật ở nghiên cứu của nhóm tác giả, là đa phần các thanh thiếu niên được khảo sát đều nhận định rằng thực tế không hề dễ dàng để bắt đầu công việc tự do: “*Tôi nghĩ trở thành Freelancer khá dễ dàng đối với tôi*” có trung bình khá thấp (mean = 2.51); biên quan sát “*Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này*” (mean = 3.00) dù giá trị trung bình cân bằng nhưng các đáp viên lại có câu trả lời rất khác biệt nhau (độ lệch chuẩn = 1.008). Nhiều bạn trẻ nhận thấy những khó khăn trong quá trình xây dựng thương hiệu riêng, trong việc tiếp cận và thu hút khách hàng cũng như các nguồn vốn ban đầu, không biết cách quảng bá bản thân ra sao ở một thị trường cạnh tranh đầy mạnh mẽ như hiện nay,... Những vấn đề đó khiến họ lo lắng dẫn đến giảm sút ý định tiếp cận công việc. Có người mặc dù cảm thấy ngành nghề tự do khá hấp dẫn nhưng khi nghĩ đến việc bắt tay vào làm thì lại không biết cần chuẩn bị những gì, bắt đầu từ đâu. Thực tế khảo sát này là cơ sở giúp nghiên cứu đưa ra những kiến nghị đối với bản thân thể hệ thanh thiếu niên, chương trình giáo dục hướng nghiệp của nhà trường cùng các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ thanh niên để khiến lực lượng lao động trẻ có được sự tự tin hơn trong việc tiếp cận và theo đuổi đam mê.

4.3.3. Về yếu tố Vốn xã hội

Kết quả nghiên cứu cho thấy Vốn xã hội có tác động nhiều thứ ba trong các nhân tố làm gia tăng Ý định trở thành Freelancer. Nguồn lực tích lũy được từ các mối quan hệ gia đình và xã hội của bản thân càng lớn thì họ càng cảm thấy khả quan hơn đối với việc theo đuổi nghề Freelance. Hơn nữa, những mối quan hệ bạn bè, đối tác hoặc đồng nghiệp, các câu lạc bộ, tổ chức,... sẽ giúp họ trong việc xây dựng và hình thành thương hiệu, quảng bá bản thân ngay từ bước khởi đầu – một lợi thế rất quan trọng khi trở thành Freelancer.

Qua điều tra, ta nhận thấy thực trạng rằng giới trẻ ngày nay vẫn chưa thực sự tự tin vào nguồn vốn xã hội sẵn có của bản thân “*Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp, ...) để theo đuổi ngành nghề này*” (mean = 2.63), đặc biệt

“*Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)*” đạt mức độ đồng tình thấp nhất (mean = 2.16). Đây có lẽ là lý do chính khiến nhiều bạn trẻ lựa chọn làm những công việc khác ban đầu để kiếm thêm thu nhập, gây dựng các mối quan hệ xã hội rồi mới đầu tư vào đam mê Freelance sau đó. Một điểm nổi bật mà nghiên cứu này chỉ ra là, theo phân tích rút ra từ kiểm định sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính, những người có giới tính khác nhau có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê đối với nhận định về nhân tố vốn xã hội. Nói rõ hơn, nguồn vốn xã hội ở những đối tượng là nữ giới (mean = 2.56) không được đánh giá cao bằng nam giới (mean = 2.86). Vì vậy, nhóm nghiên cứu kết luận rằng, đặc thù về giới tính có thể chi phối lên nguồn vốn xã hội của mỗi cá nhân.

4.3.4. Về yếu tố Tính cách cá nhân

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng yếu tố tính cách cá nhân có tác động mang ý nghĩa tích cực lớn thứ tư tới Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ ($\beta_5 = 0.131$). Các đặc điểm nổi bật của thế hệ trẻ ngày nay là “không ngại rủi ro, thách thức”, “đam mê sáng tạo”, “nhu cầu tự chủ và độc lập trong công việc” hay “thích tìm tòi, trải nghiệm”,... Những tính cách này có ảnh hưởng tích cực tới việc tìm hiểu và lựa chọn làm nghề tự do, cũng là những phẩm chất mà giới trẻ cần có để trở thành một Freelancer.

Kết quả nghiên cứu về đặc trưng này cũng có một số tương đồng với kết quả của những nghiên cứu trước đây về sinh viên trong nỗ lực khởi nghiệp, như: Shane và cộng sự (2003), đã chỉ ra rằng các tính cách như “chấp nhận rủi ro”, “chịu đựng sự mơ hồ”, “đam mê”, “nỗ lực”, “có tầm nhìn” có mối quan hệ với ý định khởi nghiệp của sinh viên; mô hình Brandstätter (2011), cho kết quả “sẵn sàng đổi mới”, “chủ động”, “chịu được áp lực”, “nhu cầu tự chủ”, “kiểm soát bản thân” có ảnh hưởng tích cực đến việc tạo lập doanh nghiệp và kinh doanh thành công. Điều này nghĩa là, có những tố chất cá nhân chung như: “nhu cầu tự chủ”, “chấp nhận rủi ro”,... phản ánh sự phù hợp của người lao động đối với lĩnh vực tự tạo việc làm. Cụ thể ở đây là khởi sự doanh nghiệp và việc làm tự do.

Ngoài ra, nghiên cứu của nhóm tác giả còn chỉ ra những kết luận rất riêng về tính cách thanh thiếu niên hiện nay phù hợp với việc làm tự do, rằng sự yêu thích khám phá “*Tôi thích được tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kinh nghiệm cho bản thân*” (mean =

3.83), khao khát sáng tạo “*Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo ý tưởng khi làm Freelancer*” (mean = 3.57), nhu cầu thành đạt “*Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công*” (mean = 3.99), cũng như sự “nhảy bèn” đối với cơ hội và các xu thế ngành nghề trên thị trường (mean = 3.12) luôn là những động lực mạnh mẽ thúc đẩy giới trẻ tiếp cận nhiều hơn đến việc làm tự do Freelance.

4.3.5. Về yếu tố Nhận thức xã hội

Kết quả nghiên cứu chỉ ra yếu tố nhận thức xã hội tác động ngược chiều ở mức độ tương đối thấp lên ý định trở thành Freelancer ($\text{Beta}_3 = -0.087$).

Ở một quốc gia chịu ảnh hưởng lớn từ Đạo Khổng như Việt Nam thì ảnh hưởng của gia đình, người thân đến quyết định nghề nghiệp là điều tất yếu xảy ra. Trước đây, nhiều gia đình áp đặt con cái phải theo nghề nghiệp do bố mẹ lựa chọn. Tuy nhiên, trong thời kì đất nước ngày càng hội nhập, hiện đại hoá và văn minh hơn (đặc biệt là trên địa bàn thành phố Hà Nội), giới trẻ cũng ngày một bản lĩnh và có chính kiến của riêng mình. Họ muốn tự quyết định tương lai của bản thân, không chịu ảnh hưởng bởi suy nghĩ của người khác. Điều đặc biệt là, nhân tố nhận thức xã hội có trị số trung bình thấp nhất trong tất cả cá nhân tố, tiêu biểu ở biến quan sát như “*Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm Freelancer của tôi*” (mean = 2.68) và “*Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này*” (mean = 2.25). Điều này có thể lý giải là, hiện nay, không có nhiều gia đình định hướng hay ủng hộ con em mình lựa chọn theo đuổi công việc này từ ban đầu. Dù vậy, thế hệ trẻ cũng không còn muốn chịu sự sắp xếp công việc theo ý ba mẹ hay người thân xung quanh mình. Gia đình càng phản đối, họ càng thích đi ngược lại, khao khát theo đuổi ngành nghề Freelance của họ thể hiện ngày càng mạnh mẽ. Đó là lý do nhận thức xã hội có tác động nghịch chiều lên biến ý định trở thành Freelancer. Những kết quả và đánh giá từ quá trình nghiên cứu nhân tố này sẽ giúp nhóm tác giả đúc kết và đưa ra những giải pháp, kiến nghị nhằm giúp giới trẻ xóa bỏ bớt rào cản gia nhập ngành nghề tự do đến từ phía gia đình, người thân,...

Ngoài năm nhân tố trên, mặc dù nhân tố Vốn con người không có ý nghĩa thống kê với mô hình này, nhưng dựa trên cơ sở lý luận của các nghiên cứu trước đây và từ đặc trưng thực tế của môi trường làm việc đầy cạnh tranh ngày nay, phải khẳng định rằng vốn con người là một ưu thế vô cùng quan trọng, thiết yếu đối với mỗi người lao

động trẻ trên con đường nghề nghiệp tương lai nói chung và việc làm tự do nhiều khó khăn, thách thức nói riêng. Đây có thể sẽ là một gợi ý tham khảo tốt cho những nghiên cứu tiếp theo về Freelance, khi đã khắc phục được những nhược điểm và hạn chế của mô hình nghiên cứu này.

4.4. Nỗi niềm của Freelancers với rào cản gia đình

Nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn một số vị phụ huynh, người lớn tuổi xem họ suy nghĩ ra sao nếu như con cái mình chọn làm việc tự do thay vì tìm một công việc văn phòng ổn định. Đa số mọi người đều phản đối và cho rằng làm việc tự do rất bấp bênh, nhiều rủi ro, sau này không được hưởng phúc lợi,... Vậy người trẻ sẽ lựa chọn thế nào nếu gia đình phản đối? Hầu hết đều trả lời rằng sẽ vẫn theo đuổi ngành nghề này đến cùng, bởi vì gia đình chỉ đóng vai trò là người tham gia góp ý trong các quyết định quan trọng của cuộc đời họ, còn người quyết định cuối cùng vẫn là bản thân họ.

“Mình dự định vừa đi kiếm tiền với công việc ổn định hiện tại, và có thể dành một chút vốn từ công việc đó để theo đuổi đam mê và làm Freelance như một nghề phụ” – Nguyễn Hà My, sinh viên K72 Đại học Dược Hà Nội.

Mặt khác, vì Freelance vẫn là ngành nghề khá mới, thế hệ đi trước có thể chưa được nghe nói, hiểu biết nhiều, nên sẽ có cái nhìn phiến diện về lĩnh vực này. Vậy nên đa phần người trẻ khi đã tìm hiểu và biết rõ bản thân mình muốn gì, cũng như lợi ích của ngành nghề này, sẽ vẫn theo đuổi đến cùng. Còn khi gia đình phản đối quá gay gắt và không thể thuyết phục ngay được, họ sẽ chọn cách tiếp tục làm một công việc ổn định, cũng là để trang trải cho thời gian đầu làm Freelance; song song đó họ vẫn âm thầm làm công việc tự do. Khi đã thu hoạch được thành quả từ đam mê, giải quyết được các mối bận tâm về luồng thu nhập, sự thiếu ổn định,... ắt hẳn gia đình sẽ chấp nhận và ủng hộ. Nghề nào khi mới làm lương cũng thấp, không riêng nghề tự do. Nếu người trẻ đủ tâm huyết cho công việc, ắt sẽ kiếm được lợi nhuận từ công việc đó, gạt hái được thành công.

CHƯƠNG 5: MỘT SỐ KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

5.1. Xu hướng phát triển của Freelancers

5.1.1 Xu hướng phát triển của Freelance trên thế giới

Tính đến đầu năm 2017 có hơn 2 triệu lao động tự do Freelance tại Anh; trong đó, khoảng 1.77 triệu người làm Freelancers như nghề chính và hơn 234 nghìn người làm công việc này như một nghề phụ (Kayte Jenkins tại IPSE, 2017).

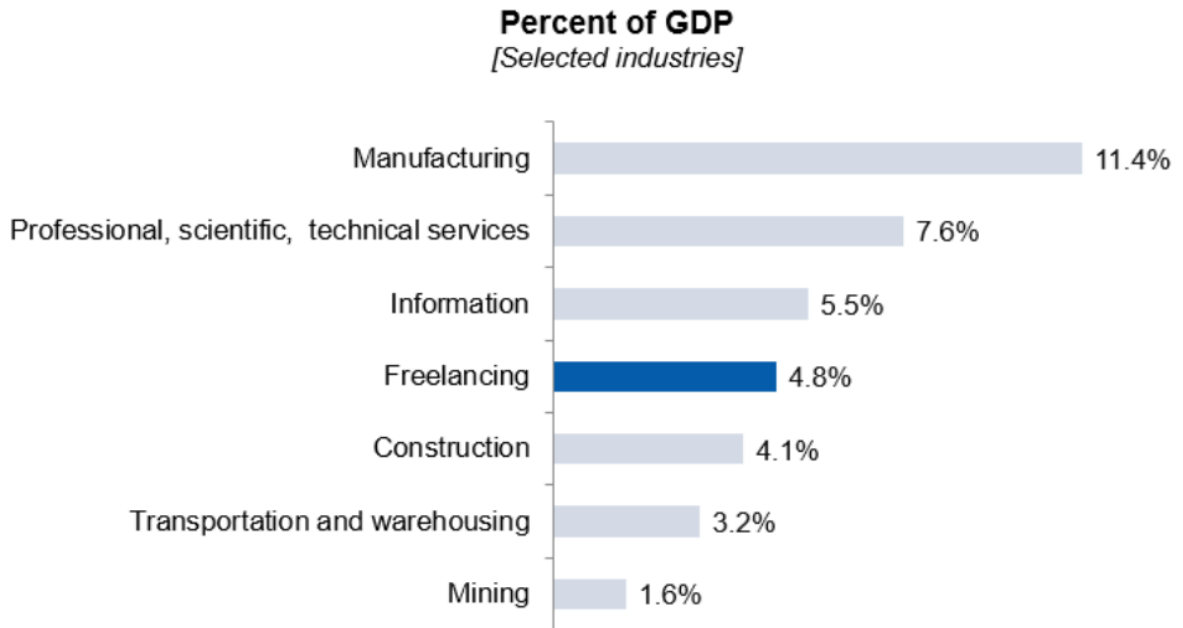
Dữ liệu mới nhất năm 2019 của tổ chức Simply Business cho thấy nền kinh tế Vương quốc Anh đang ngày càng phụ thuộc vào sự đóng góp của lực lượng lao động tự do đến một loạt các ngành công nghiệp khác nhau, có một sự gia tăng lớn những người muốn đi làm nghề này với mức tăng thường niên 31% năm 2018 (Simply Business, 2019).

Một cuộc khảo sát năm 2019 của Chính phủ Nhật Bản cho biết có tới 3.41 triệu người, chiếm 5% lực lượng lao động Nhật Bản, được ước tính là tham gia việc làm tự do. Các nhà phân tích kỳ vọng số lượng người làm Freelance tại Nhật sẽ tăng lên trong bối cảnh chính phủ nước này đẩy mạnh việc sắp xếp công việc linh hoạt hơn để giải quyết tình trạng thiếu lao động (trích Thời báo quốc gia Japantimes).

Thống kê năm 2019 của nền tảng tự do toàn cầu Upwork và Freelancers Union cho biết Mỹ có 57 triệu người hiện đang làm việc tự do, Freelancers chiếm tới 35% lực lượng lao động Hoa Kỳ và kể từ 2014, trung bình mỗi năm đội ngũ này tăng nhanh hơn 8.1% so với lực lượng lao động Mỹ nói chung và tăng 2.6% so với cùng kỳ năm trước (Upwork and Freelancers Union, 2019).

Theo Báo Cáo: “Freelancing and the Economy in 2019” của chuyên gia kinh tế Adam Ozinek tại Upwork, mặc dù Freelance không phải là hình thức làm việc phổ biến nhất ở Hoa Kỳ, nhưng tác động trực tiếp của nó tới kinh tế có thể so sánh như một ngành công nghiệp chính. Lực lượng Freelancers kiếm được gần một nghìn tỷ đô trong năm 2018 chỉ từ riêng công việc tự do, có nghĩa là thu nhập từ ngành nghề này đóng góp gần 5% tổng GDP của quốc gia Hoa Kỳ. Điều này thể hiện sự đóng góp cho GDP của việc làm tự do còn lớn hơn so với ngành xây dựng (4.1%), xấp xỉ ngành công nghệ thông tin

(5.5%) và bằng gần một nửa so với ngành sản xuất (11.4%). Đó là những ngành lao động đáng chú ý và lực lượng Freelancers cũng vậy.



Biểu đồ 5.1. Tỷ lệ phần trăm GDP đóng góp bởi các ngành công nghiệp tại Hoa Kỳ năm 2019

Nguồn: Upwork (2019)

Một báo cáo năm 2017 của Upwork dự đoán rằng năm 2030, Freelancers sẽ trở thành lực lượng chiếm đa số và vượt tới mức 50% trong lực lượng lao động Hoa Kỳ.

❖ COVID-19 – Sự thử nghiệm toàn cầu đối với việc làm tự do Freelance

Corona Virus đang buộc các tổ chức trên toàn cầu thử nghiệm mô hình làm việc từ xa hay ở một mức độ khác là mô hình làm việc tự do Freelance – một cuộc thử nghiệm đầy bất ngờ và không tự nguyện.

Kể từ khi Trung Quốc bắt đầu gồng mình chống chọi lại các tác động xấu từ dịch bệnh, nhiều tổ chức, doanh nghiệp trên thế giới hạn chế tiếp xúc và buộc bất kì nhân viên nào đã tiếp xúc với người nhiễm bệnh phải cách ly tại nhà trong thời gian ủ bệnh 14 ngày. Ở Việt Nam, đối với những doanh nghiệp hoạt động với mô hình truyền thống, ảnh hưởng xấu của đại dịch Covid 19 buộc họ phải cắt giảm lương hoặc cho nhân viên tạm thời nghỉ không lương để đảm bảo sức khỏe cho người lao động trong mùa dịch.

Freelancer.com – trang web giới thiệu việc làm Freelance trực tuyến lớn nhất thế giới hiện nay nhận định hành động nhằm hạn chế sự lây lan của virus nguy hiểm này đã dẫn đến một cuộc thử nghiệm mô hình làm việc từ xa lớn nhất trong lịch sử. Theo Michael Kearns, Phó chủ tịch tại Toptal: “Các doanh nghiệp đang nỗ lực học cách làm việc trực tuyến, và do các dự án, công việc vẫn cần được hoàn thành nên sự nhanh nhẹn và khả năng chuyên môn cao của đội ngũ Freelancers là rất cần thiết. Điều này cộng với sự ‘cởi mở’ đột ngột đối với mô hình làm việc từ xa sẽ thúc đẩy thị trường Freelance cũng như những công việc hỗ trợ các doanh nghiệp học cách làm việc trực tuyến.”(trích Tạp chí kinh tế Forbes). Vì vậy, có thể nói lực lượng Freelancers góp phần giúp chuyển đổi mô hình công việc.

Điều này có nghĩa là, khách hàng và nhiều doanh nghiệp trên toàn cầu đang học hỏi, ứng dụng mô hình làm việc từ xa đi kèm việc tận dụng hợp tác với Freelancers. Đội ngũ Freelancers có thể làm tại nhà, đáp ứng được yêu cầu hạn chế đi lại, tiếp xúc với người khác như Chính phủ đã ban hành, mà vẫn đảm bảo được tiến độ công việc, hoàn thành nhiệm vụ như đúng hợp đồng hai bên thỏa thuận. Doanh nghiệp vẫn duy trì được bộ máy làm việc, người lao động duy trì được việc làm của bản thân, kinh tế phần nào bớt bị ảnh hưởng bởi đại dịch, đặc biệt là quá trình tiếp xúc giữa người với người giảm bớt, góp phần làm giảm sự lây lan dịch bệnh, hướng tới khôi phục nền kinh tế - xã hội.

Chris Dwyer, Phó chủ tịch R&D tại công ty Ardent Partners nhận định: “Thị trường ngành nghề Freelance đang tăng, các doanh nghiệp phải đối mặt với một cuộc khủng hoảng nhưng không giống suy thoái kinh tế. Những kỹ năng nhanh nhẹn đang thay thế một tỷ lệ các nhân sự thường trực trong ngắn hạn.” (trích Tạp chí kinh tế Forbes). Bởi lẽ, khắc phục một vài nhược điểm vẫn hiện hữu ở mô hình làm việc truyền thống, giải pháp hợp tác với Freelancers giúp các công ty giảm gánh nặng về chi phí tài chính bắt buộc phải trả nhân viên hợp đồng trong thời gian nghỉ làm do dịch bệnh. Đồng thời, ở khía cạnh ứng dụng mô hình làm việc từ xa, doanh nghiệp hoặc là sẽ mất nhiều thời gian và phí đào tạo, hoặc sẽ phải đối mặt với nguy cơ hiệu suất làm việc giảm khi nhân viên không kịp thích ứng với mô hình làm việc đột ngột thay đổi.

Nhìn chung, sự bùng phát của đại dịch COVID-19 từ đầu năm 2020 đã khiến nền kinh tế thế giới và trong nước chịu ‘cú sốc lớn’. Ngoài những tổ chức, doanh nghiệp

đang bị đình trệ, chính những người lao động và cả lực lượng Freelancers cũng chịu ảnh hưởng tiêu cực về tài chính bởi họ gặp khó khăn trong việc tiếp xúc với các biện pháp bảo vệ thu nhập.

5.1.2 Freelance tiếp tục là xu hướng việc làm của giới trẻ Hà Nội nói riêng và giới trẻ Việt Nam nói chung

5.1.2.1. Việc làm tự do đang nhận được sự quan tâm tích cực và được kỳ vọng phát triển mạnh mẽ hơn trong tương lai

Khu vực Đông Nam Á hiện được xem là thị trường trọng điểm do dân số ngày càng tăng cũng như nền kinh tế ngày càng sôi động. Theo Antara News, hãng thông tấn quốc gia của Indonesia, số lượng người trẻ làm Freelancers tại Việt Nam tính đến đầu năm 2016 vào khoảng 155 nghìn người, đứng thứ ba trong khu vực Đông Nam Á, xếp sau Philippine (536 nghìn người) và Indonesia (412 nghìn người). Cũng theo số liệu từ thời báo này, các lĩnh vực Freelance phổ biến nhất tại Việt Nam đó là: Thiết kế đồ họa, Digital Marketing và Lập trình.

Cũng trong năm 2016, thống kê của vLance.vn – một trong những nền tảng giao dịch việc làm tự do quy mô lớn và uy tín nhất Việt Nam cho biết đã có gần 6 nghìn công việc, dự án Freelance được đăng với quy mô và tính chất khác nhau, có giá trị hơn 30 tỷ đồng. Dữ liệu cho thấy 80 nghìn Freelancers đang hoạt động trên website này với nhiều kỹ năng và kinh nghiệm chuyên môn đa dạng. Trong số đó, khoảng 38 nghìn Freelancers làm công việc liên quan tới IT và lập trình, gần 17 nghìn Freelancers liên quan tới thiết kế, đồ họa và khoảng 11 nghìn Freelancers viết lách, dịch thuật. Con số 80 nghìn Freelancers sang đến năm 2019 đã tăng lên thành hơn 340 nghìn người hội tụ khắp Việt Nam tham gia hoạt động tại nền tảng này, thuộc hơn 30 lĩnh vực khác nhau.

Có thể thấy rõ phân khúc những người theo đuổi ngành nghề tự do ngày càng được mở rộng, trở thành một cộng đồng lớn mạnh không chỉ trên thế giới mà còn hiện hữu tại Việt Nam. Xu hướng Freelance sẽ ngày càng phổ biến, và được dự đoán có thể sẽ bùng nổ chỉ trong vòng 5 năm tới. Theo số liệu khảo sát của nhóm nghiên cứu tính riêng trên địa bàn thành phố Hà Nội đến tháng 3 năm 2020, khoảng 76.19% người được khảo sát cho biết bản thân có ý định trở thành Freelancer.

Nhóm nghiên cứu đã phỏng vấn các bạn trẻ Hà Thành và nhận thấy rằng: Tâm lý của giới trẻ hiện nay là họ mong muốn thành công dựa trên giá trị công việc, năng lực của bản thân, đồng thời nhận được sự tôn trọng từ phía người thuê họ. Ở vị trí của một nhân viên thông thường, rất khó để tìm thấy điều đó. Đây là lý do tại sao mối quan hệ hợp tác với khách hàng – đặc trưng riêng của Freelance trở nên hấp dẫn đối với những người lao động trẻ tuổi. Là một người làm việc tự do, họ có thể tự xây dựng sự nghiệp mà bản thân mong muốn bằng cách sử dụng bộ kỹ năng mà họ có được.

Có những đáp viên chia sẻ: Trước đó họ vẫn định hướng tìm một công việc ổn định tại doanh nghiệp hoặc tổ chức. Tuy nhiên sau nhiều lần trải nghiệm, cảm thấy công việc gò bó, áp lực nặng nề và hầu như lặp đi lặp lại; cộng thêm việc tìm hiểu và nhận thấy lợi ích của việc trở thành Freelancers, họ đã thay đổi ý định, muốn theo đuổi ngành nghề tự do này để có những trải nghiệm mới.

Xã hội thay đổi, quan điểm sống, tâm lý hay tính cách của thế hệ trẻ Việt Nam ngày nay cũng thay đổi theo. Đa số những thay đổi đó thích ứng và phù hợp với đặc trưng riêng của loại hình nghề nghiệp Freelance, góp phần thúc đẩy nhiều hơn các bạn trẻ hướng tới tiếp cận công việc này.

Chỉ tính riêng ý định trở thành Freelancers của giới trẻ tại địa bàn Hà Nội đã cao như vậy, cùng với việc những người trẻ khác đang dần thay đổi ý định, chuyển từ các ngành nghề văn phòng truyền thống sang tự làm chủ của chính mình, nhóm nghiên cứu có thể dựa trên cơ sở này đưa ra dự báo con số Freelancers tại Việt Nam trong tương lai gần sẽ tăng trưởng vượt bậc, không chỉ dừng lại ở 340 nghìn người như thống kê của Viance.vn. Hơn nữa, mục tiêu đất nước đang hướng tới việc trở thành một quốc gia phát triển, hiển nhiên đi cùng với đó là sự thay đổi trong cơ cấu lẫn chất lượng của các lao động trình độ cao – nhân tố quyết định để phát triển bền vững. Do vậy, những tiến bộ về khoa học công nghệ, sự nhanh nhạy và khả năng học tập, ứng dụng tốt của giới trẻ, kết hợp với nỗ lực của chính phủ, các ban ngành trong việc đưa ra các chính sách phù hợp nhằm tạo điều kiện cho tương lai việc làm của lực lượng lao động trẻ Việt Nam sẽ là bước đà hoàn hảo để đội ngũ lao động trình độ cao cũng như lực lượng Freelancers tiếp tục phát triển mạnh mẽ. Có thể nói, việc làm tự do Freelance đã, đang và được dự

đoán vẫn sẽ là xu hướng lựa chọn nghề nghiệp cho các bạn trẻ trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng trong tương lai dài.

5.1.2.2. *Tầm quan trọng của Freelancer với các doanh nghiệp trong nước*

Trả lời phỏng vấn của nhóm nghiên cứu, ông Trần Nam Khánh, Giám đốc công ty cổ phần hợp tác quốc tế CMG cho biết: “Theo quan điểm của tôi, đối với những doanh nghiệp nhỏ và vừa, việc hợp tác với các Freelancers mang lại rất nhiều lợi ích. Công ty tôi hợp tác với Freelancers trong việc lập trình phần mềm, và chỉ liên lạc lại với họ khi cần sửa lỗi hay nâng cấp kỹ thuật. Doanh nghiệp sẽ mất nhiều chi phí hơn và lãng phí nguồn nhân lực nếu thuê hẳn một nhân viên hợp đồng dài hạn, vì đây không phải là một công việc diễn ra thường xuyên.”

“Nếu doanh nghiệp tuyển dụng nhân viên hợp đồng lâu dài vào những vị trí công việc không liên tục, sẽ dẫn tới việc lãng phí nguồn tài chính, bảo hiểm, phúc lợi chi trả cho họ trong thời gian nhàn rỗi, và cũng lãng phí thời gian của chính người lao động. Để khắc phục điều đó, công ty buộc phải giao cho họ những công việc khác, có thể không đúng chuyên môn dẫn tới tinh thần làm việc của nhân viên sa sút, chán nản.” – Ông Khánh giải thích thêm.

Đối với những công ty khởi nghiệp, quy mô công ty vừa và nhỏ sẽ phải suy nghĩ kỹ lưỡng khi tuyển dụng nhân sự. Vì nếu xem xét số lượng dự án và mức độ công việc, sẽ tốn ít chi phí khi họ mua dịch vụ của từng Freelancer đối với mỗi dự án cụ thể không thường xuyên hơn là tuyển dụng một vị trí cố định lâu dài cho công việc. Việc có nhiều phòng ban, vị trí cố định toàn thời gian phù hợp với những doanh nghiệp, tập đoàn đã lớn mạnh, quy mô và số lượng dự án nhiều, để nhân viên không có thời gian rảnh rỗi – tránh lãng phí vốn tài chính và nguồn lực con người.

Nhu cầu ngày càng tăng đối với Freelancers có liên quan đến sự bùng nổ của khởi sự doanh nghiệp. Hầu hết các công ty khởi nghiệp có xu hướng thuê các nguồn lực bên ngoài (outsourcing) và chỉ duy trì đội ngũ ưu tú để thực hiện các nhiệm vụ sáng tạo và điều hành. Đối với những người trẻ tuổi, Freelance là một lựa chọn nghề nghiệp tốt khi đảm bảo thu nhập an toàn, thời gian làm việc linh hoạt, thỏa mãn sở thích, có thể làm

việc ở nhiều địa điểm và tiếp xúc với nhiều môi trường làm việc. năng động. Những người làm việc tự do có nhiều lợi thế khi có thể làm việc ngay trong thời gian còn theo học tại trường và có được kết quả được chứng nhận từ cộng đồng doanh nghiệp. Mô hình này có tính chất đào tạo và tuyển dụng không bằng cấp.

Xu hướng Freelance sẽ tăng lên trong những năm tới từ phía cầu của các doanh nghiệp/start-up và phía cung từ những người trẻ.

5.1.2.3. *Tương lai của 'The Gig Economy'*

Không còn nghi ngờ, rằng ngành nghề tự do sẽ trở thành một phần rộng hơn của nền kinh tế thế giới tương lai. Đơn giản vì nó có quá nhiều lợi ích cho cả doanh nghiệp lẫn người làm và sự tiến bộ của công nghệ cho phép cộng tác từ xa liên mạch đã khiến Freelance trở thành một lựa chọn thiết thực.

Trong một nền kinh tế đang bùng nổ, Freelance sẽ cho thấy sự bùng nổ của chính nó. Giới trẻ sẵn sàng chấp nhận rủi ro, thách thức để tự tạo lập nên sự nghiệp của riêng mình. Nhiều công ty đang chuyển sang các chiến lược tuyển dụng kết hợp các nhân viên toàn thời gian thông thường cùng các Freelancers để mang lại hiệu quả lớn. Xu hướng hội nhập và phát triển của nền kinh tế Việt nói chung và thành phố Hà Nội nói riêng, với những điều kiện ngày càng thuận lợi trên, Freelance hứa hẹn một sự phát triển mạnh mẽ trong tương lai. Môi trường làm việc của các Freelancers tất nhiên sẽ trở nên cạnh tranh và áp lực hơn, buộc giới trẻ phải không ngừng học hỏi và tiếp thu tri thức, rèn luyện kỹ năng để hoàn thiện mình hơn. Đội ngũ Freelancers sẽ thổi một làn gió mới vào công cuộc xây dựng và phát triển thành phố ngày càng năng động, hiện đại. Tuy nhiên, không phải một sớm một chiều mà Freelance dễ dàng được chấp nhận và phát triển. Sẽ mất một khoảng thời gian tương đối để xu hướng này thực sự phổ biến, được đông đảo mọi người nhìn nhận đúng đắn và trở thành một lựa chọn thứ hai đối với giới trẻ xếp tương đương lựa chọn công việc 8 tiếng một ngày nơi công sở, vì không dễ gì thay đổi tâm lý thích sự ổn định của người Á Đông vốn đã ăn sâu trong mỗi cá nhân. Vì Việt Nam nói chung và TP Hà Nội nói riêng vẫn đang trong giai đoạn làm quen với xu hướng này nên việc giới trẻ và doanh nghiệp còn bỡ ngỡ và e ngại cũng là điều dễ hiểu. Mặt khác xu hướng này vẫn còn mang tính tự phát. Freelancers sẽ phát triển hơn nếu biết cách tạo uy tín và xây dựng lòng tin với các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Nhà nước cần

ban hành nhiều cơ chế chặt chẽ hơn để bảo vệ quyền lợi cho các Freelancers và việc hợp tác giữa các doanh nghiệp và các Freelancers được thuận lợi.

5.2. Kiến nghị

5.2.1. Kiến nghị đối với giới trẻ Hà Nội

❖ Chủ động tìm tòi và học hỏi kiến thức

Thế hệ thanh thiếu niên ngày nay muốn nắm bắt cơ hội, không bị tụt hậu, cần có tinh thần cầu tiến không ngừng nghỉ để luôn cập nhật kịp thời những nguồn tri thức mới. Bởi lẽ thời đại công nghiệp 4.0 là kỉ nguyên mà sự thay đổi diễn ra thường xuyên, liên tục theo từng ngày, từng giờ. Do đó, mỗi chúng ta cần chủ động, tự tìm tòi, khám phá ra những phương pháp, những cách tiếp cận, học hỏi phù hợp với nghề nghiệp, công việc mà mình theo đuổi, và rồi từ đó tạo ra bước đệm chắc chắn để trở thành Freelancers.

Nhìn lại dữ liệu thống kê mô tả, biến vốn con người đạt trung bình 2.91, chúng tôi các bạn trẻ vẫn chưa thực sự có những kỹ năng tốt để theo đuổi công việc Freelance. Mặc dù qua quá trình nghiên cứu, kết quả chỉ ra cho thấy những nhận định chủ quan về vốn con người của các đáp viên không tác động đến Ý định trở thành Freelancer của họ nhưng không có nghĩa rằng vốn con người không quan trọng trong quá trình tiếp cận và đi theo con đường làm việc tự do. Đây còn là lợi thế vô cùng quan trọng với chính các Freelancers nếu muốn lôi kéo khách hàng, tạo dựng được niềm tin, danh tiếng và vị trí lâu dài trên thị trường. Ngoài vốn con người, việc trau dồi các kiến thức và kỹ năng cũng sẽ giúp các bạn trẻ tự tin hơn, qua đó làm gia tăng mức độ đồng ý cho nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi – Nhân tố thể hiện phần đông giới trẻ đang cảm thấy không mấy dễ dàng để trở thành Freelancers theo nghiên cứu.

Dựa trên cơ sở khảo sát thực tế, nhiều thanh niên không có sự tính toán hoặc chuẩn bị kỹ càng trước khi lựa chọn công việc nói chung và trở thành Freelancers nói riêng. Cần phải biết rằng, muốn khách hàng càng chú ý đến mình thì người làm nghề tự do phải càng có bộ kỹ năng ‘độc’ để tạo sự khác biệt so với người khác. Do vậy, sự chủ động tìm hiểu, tiếp thu các nguồn tri thức mới là không bao giờ thừa, để tự tạo ra cơ hội việc làm cho bản thân chứ không phải bị động đợi người khác mang công việc đến cho mình. Với sự hiểu biết đầy đủ về Freelance, Freelancers sẽ được trang bị tốt hơn để làm

việc trong dài hạn, không chỉ như là một công việc để tồn tại ngày qua ngày. Do vậy, điều kiện tiên quyết là giới trẻ phải xác định và nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tiếp thu kiến thức, kỹ năng trước khi trở thành Freelancers.

❖ **Nâng cao trình độ ngoại ngữ và tin học**

Việt Nam nằm trong nhóm các quốc gia có dân số trẻ, điều đó có nghĩa là môi trường cạnh tranh việc làm trong tương lai sẽ ngày càng khốc liệt. Khi ngồi trên ghế nhà trường, học sinh cần tạo cho mình lợi thế về kỹ năng ngoại ngữ để nâng cao trình độ chuyên môn cũng như các kỹ năng máy tính, trong đó cơ bản nhất là tin học văn phòng. Trong thời kì toàn cầu hóa, mọi doanh nghiệp đều mong muốn tiếp cận thị trường quốc tế nên yêu cầu về hai trình độ nòng cốt là ngoại ngữ và tin học giúp đảm bảo quyền lợi tuyệt đối. Đứng trước yêu cầu thực tế đó, người học cần nhanh chóng trang bị hai kỹ năng chuyên môn này, trong bối cảnh hiện tại với sự phát triển của công nghệ thì đây không còn là một thách thức khó vượt qua.

❖ **Mở rộng kiến thức qua các kênh thông tin quốc tế**

Để có thể đa dạng hoá nguồn thông tin cũng như đa dạng hoá được vốn kiến thức cần thiết, giới trẻ cần cập nhật, nắm bắt các thông tin đang diễn ra trên thế giới đặc biệt những thông tin quan trọng, những hiểu biết chuyên sâu về lĩnh vực mà mình mong muốn theo đuổi. Ví dụ như để là một Freelancer thiết kế, người trẻ nên chủ động tìm hiểu các xu hướng mới, đang hot trend trên thế giới. Song, yếu tố này đòi hỏi các bạn trẻ cần có sự sáng tạo cùng khả năng ngoại ngữ ở trình độ tương đối tốt.

❖ **Tích cực trau dồi các kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm**

Để tạo điều kiện thuận lợi để trở thành một Freelancer thành công thì điều kiện “tiên quyết” là trang bị nền tảng kiến thức chuyên môn vững chắc. Bên cạnh đó, cũng cần cập nhật bản thân bằng các kỹ năng mềm có liên quan như kỹ năng quản lý và sắp xếp thời gian, kỹ năng làm việc độc lập, kỹ năng tương tác, kỹ năng tư duy phản biện hay kỹ năng giải quyết vấn đề. Cụ thể, khi đã là một Freelancer, tức là trong công việc người trẻ chính là “ông chủ” của chính mình, vì vậy cần một thời gian biểu hợp lý, khoa học, điều hoà được công việc và không gian riêng tư nhằm đảm bảo hiệu quả công việc

và tự xây dựng thương hiệu cho mình. Vì thế, đây chính là bước chuẩn bị tốt để trở thành một Freelancer thành công trong tương lai.

❖ **Rèn luyện suy nghĩ tích cực, không ngại thất bại**

Trong cuộc sống, nhiều lúc chúng ta không thể tránh khỏi những rủi ro, khó khăn hay thậm chí là những thất bại cay đắng. Vào những thời điểm đó, giới trẻ hãy tự tạo lập cho mình cách nhìn nhận vào những khía cạnh tốt của vấn đề, nhận ra ưu điểm của bản thân và có niềm tin vào cuộc sống. Chỉ như vậy thì ta mới có động lực để phấn đấu, nỗ lực vượt qua thách thức. Một khi đã theo đuổi ngành nghề tự do, các bạn trẻ phải xác định rằng sẽ không có một con đường nào được lập trình sẵn, và việc luôn ở trong một vùng an toàn là điều không bao giờ xảy ra khi tự làm chủ công việc nói chung. Do đó, để đạt được thành công, hãy không ngừng thử thách và coi những thất bại ban đầu là những trải nghiệm để trau dồi và cải thiện bản thân.

5.2.2. Đối với gia đình, bạn bè

Thay vì đặt con cái vào một khuôn mẫu nhất định thì phụ huynh nên có một lối suy nghĩ cởi mở đối với con cái của họ. Khi giới trẻ bắt đầu trưởng thành và có trách nhiệm hơn với các quyết định của mình, cha mẹ nên là người khuyến khích, hỗ trợ và hướng dẫn cho con thay vì giành quyền quyết định của con. Điều này không chỉ tạo ra áp lực lớn cho con trẻ phải đáp ứng mong đợi của cha mẹ mà còn khiến cho họ mất phương hướng, không biết mình muốn gì mà nhầm lẫn mong muốn của mình với mong muốn của cha mẹ. Cha mẹ nên để con tự lựa chọn, định hướng con cái làm những điều tích cực, để con có sự độc lập trong cách tư duy, từ đó các kỹ năng mềm của thanh niên cũng được phát triển hơn.

Bên cạnh đó, đối với bạn bè xung quanh khi thấy bạn mình có ý định trở thành Freelancers thì nên có thái độ tích cực, nếu chưa thực sự hiểu rõ thì có thể cùng nhau tìm hiểu và bàn bạc lại với nhau, không nên tạo áp lực gò bó đối với họ, tránh làm cho bản thân người trẻ có suy nghĩ tiêu cực không dám bắt đầu.

5.2.3. Đối với nhà trường, các bộ phận tư vấn nghề nghiệp

Một thực tế mà trong quá trình khảo sát nhóm nghiên cứu phát hiện được đó là, đa phần các bạn trẻ tìm hiểu được những thông tin về Freelance trên các phương tiện

thông tin đại chúng như mạng xã hội, truyền thông hoặc qua bạn bè và hầu hết các đáp viên đều công nhận rằng, chương trình giáo dục hướng nghiệp tại trường học gần như không cung cấp cho họ thông tin về loại hình việc làm tự do. Điều này phản ánh phần nào những bất cập trong giáo dục hướng nghiệp và tư vấn nghề nghiệp trong đào tạo nhân lực. Một số khuyến nghị được đưa ra để khắc phục tình trạng này, đó là:

❖ **Đổi mới chương trình học theo hướng nâng cao khả năng tư duy độc lập, sáng tạo và giáo dục kĩ năng sống dành cho học sinh, sinh viên**

Hướng nghiệp ít khi đề ý đến tạo lập tinh thần kinh doanh/tự làm chủ mà chủ yếu dẫn dắt các em đến các công việc làm công ăn lương. Giáo dục Việt Nam giờ vẫn còn đặt nặng kiến thức sách vở, chú trọng quá nhiều vào lý thuyết. Trong khi đó, với sự bùng nổ của Cách mạng công nghiệp 4.0 với trang thiết bị kỹ thuật công nghệ cao, con người thời đại nay cần có những kỹ năng về tư duy phản biện, khả năng sáng tạo và những kỹ năng mang tính toàn cầu hơn. Chính vì vậy mà giáo dục cần xây dựng một khung chương trình mới, phải xen lẫn giữa con chữ và thực tế xã hội đang diễn ra với mục đích giáo dục học sinh, sinh viên giữ vai trò chủ động trong mọi công việc.

❖ **Đào tạo bài bản đội ngũ tư vấn, giáo dục hướng nghiệp**

Qua quá trình phỏng vấn các bậc phụ huynh, những người trung niên, nhóm tác giả thấy rằng, đa số người lớn vẫn chưa có cái nhìn đúng đắn và cởi mở về Freelance. Mặc khác, một thực trạng tại rất nhiều trường THPT hiện nay là những người làm công tác giáo dục và tư vấn nghề nghiệp hầu như không được đào tạo chuyên môn chính thống, họ thường là các giáo viên bộ môn hay giáo viên chủ nhiệm được giao trách nhiệm phụ trách hướng dẫn giáo dục hướng nghiệp. Do vậy, điều đó có thể dẫn tới những tư vấn chủ quan, không chính xác dựa theo bản năng hay kinh nghiệm cá nhân.

Đội ngũ giáo dục và tư vấn hướng nghiệp trong các trường phổ thông, trường Đại học cần được đào tạo và chọn lọc bài bản, thường xuyên được bồi dưỡng và cập nhật thông tin. Giáo viên, cán bộ tư vấn phải có những hiểu biết về thị trường lao động, về yêu cầu của các công việc khác nhau.

❖ Tích cực tổ chức các chương trình thực tiễn gắn liền với giáo trình học

Để hỗ trợ thanh niên làm việc Freelance, nhà trường nên đứng ra tổ chức các chương trình ươm tạo việc làm cho học sinh, sinh viên. Các trường đại học nên đa dạng hóa hình thức giáo dục Freelance thông qua các hoạt động hợp tác với các doanh nghiệp hoặc các cuộc thi, các dự án. Các chương trình định hướng nghề nghiệp và truyền thông về tinh thần doanh nhân thường phát huy tác dụng cao nhất ở độ tuổi 18-24, khi những người trẻ tuổi thường tích cực hơn trong việc tham gia vào các hoạt động đào tạo, trải nghiệm và lựa chọn nghề nghiệp. Những hoạt động này có thể được đưa vào trong các chương trình ngoại khóa của các trường cao đẳng, đại học, trường dạy nghề hoặc thông qua các đoàn thanh niên để tiếp cận với thanh niên ngoài trường.

Ngoài ra, công tác tư vấn nghề nghiệp không được dừng lại khi sinh viên đã tốt nghiệp, mà cần được tiếp tục khi sau họ đang ở giai đoạn tìm việc hoặc đã có việc làm. Trong phần này, việc tổ chức những cuộc giao lưu giữa cựu sinh viên với các sinh viên đang học cũng có vai trò hữu ích. Những chia sẻ và những trải nghiệm của người đi trước là tấm gương để sinh viên phấn đấu, rèn luyện để thích ứng và điều chỉnh hướng đi cho phù hợp hơn.

5.2.4. Đối với nhà nước và các doanh nghiệp

Một trong những rào cản ngăn người trẻ bắt đầu với công việc Freelance là rất khó tiếp cận và hưởng lợi từ các dịch vụ an sinh xã hội như khu vực làm công chính thức. Do đó, ngoài mục tiêu tự làm chủ, những người trẻ tuổi cần được khuyến khích và nhà nước nên có những cơ chế, chính sách hợp lý về thuế, phúc lợi, bảo hiểm dành riêng cho Freelancers, hỗ trợ những khoản trợ cấp tiết kiệm, hưu trí phù hợp, để bảo vệ quyền lợi, xóa bỏ đi những rào cản, hướng tới thu hẹp khoảng cách giữa người trẻ và ngành nghề Freelance.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp nên có cái nhìn ít khắt khe hơn đối với Freelancers, cởi mở hơn với các Freelancers mới để họ có thêm nhiều cơ hội trau dồi, phấn đấu, xây dựng hình ảnh tốt hơn. Đây cũng sẽ là một động lực to lớn để giới trẻ mạnh dạn theo đuổi nghề Freelance. Hơn hết, một môi quan hệ hợp tác bình đẳng và tôn trọng lẫn nhau luôn là điều mà giới trẻ kì vọng trong công việc của họ. Freelancers nói riêng và người trẻ nói chung mong muốn được làm việc với những khách hàng chuyên

nghiệp, biết vạch ra mục tiêu, chiến lược cụ thể và am hiểu chuyên môn. Bởi vì nếu thường xuyên có sự thay đổi, thiếu nhất quán trong công việc sẽ tạo ra xung đột giữa hai bên, gây khó khăn cho bên thực hiện. Một số doanh nghiệp không tin tưởng cho rằng các Freelancers đánh giá phần chất xám của họ quá cao, chi phí thuê Freelancers lớn. Tuy nhiên, nếu nhìn từ phía các Freelancers cần phải hiểu ra để có một ý tưởng sáng tạo là cả bộ máy phải làm việc vất vả với sự gắn kết cao độ. Tiền không phải là tất cả vì có những ý tưởng và chiến dịch của các Freelancers là vô giá khi xét đến những hiệu quả mà chúng đem lại cho khách hàng. Một trong những khó khăn mà các Freelancers gặp phải thường xuyên, đó là việc khách hàng quá ỷ lại vào họ. Vì vậy làm việc với những khách hàng luôn chủ động trong định hướng, biết cách phối hợp hiệu quả giữa các Freelancers khác nhau, đánh giá đúng mức giá trị những ý tưởng sáng tạo của mỗi cá nhân họ và có sự tôn trọng lẫn nhau là điều mà tất cả các Freelancers mong mỏi.

5.2.5. Đối với các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ thanh niên

Về phía nhà cung cấp dịch vụ, một số vấn đề cần được quan tâm trong các chương trình khuyến khích làm việc Freelance là:

❖ Tăng khả năng tiếp cận tín dụng của thanh niên

Chủ yếu thanh niên ngày nay vẫn dựa vào nguồn vốn được hỗ trợ từ người thân, bạn bè hoặc tự tích lũy. Nhìn chung thanh niên rất khó tiếp cận các nguồn tín dụng khác vì họ không được coi là nhóm khách hàng mục tiêu. Nguyên nhân chính thường là do thiếu uy tín và tài sản thế chấp, hay không đủ tiêu chuẩn là người nghèo để vay vốn. Trong khi đó, trường hợp thanh niên được vay vốn thì nhiều khi không đạt hiệu quả do bị phụ thuộc theo thiết kế của chương trình mà không phù hợp với mục đích và yêu cầu của công việc, hoặc do khả năng tài chính hạn chế của các chương trình.

❖ Các dịch vụ đào tạo và phát triển công việc Freelance

Hoạt động đào tạo cần xây dựng được mạng lưới cộng đồng rộng lớn nhằm mở rộng huy động nguồn lực, đồng thời đa dạng hóa cách tiếp cận để trở nên dễ hiểu hơn đối với mọi nhóm đối tượng thanh niên. Xây dựng và tài trợ để duy trì mạng lưới hỗ trợ, trao đổi tài nguyên kiến thức, kinh nghiệm của thanh niên làm việc Freelance, tổ chức các buổi giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm trở thành Freelancers, quản lý vốn hiệu quả, rèn

luyện kỹ năng, chuyên môn nghề nghiệp cho những bạn trẻ đang mong muốn làm việc tự do, vượt qua khó khăn để lập nghiệp. Ví dụ, các chương trình đào tạo trực tuyến cho thanh niên bao gồm nhiều khóa học với những nội dung như giúp đỡ người trẻ nhận thức và phát triển năng lực doanh nhân, cách thức marketing, mạng lưới bán hàng cũng như những rủi ro có thể phát sinh trong quá trình làm việc.

❖ Thông tin và tiếp cận thị trường.

Một trong những thách thức mà Freelancers mới vào nghề gặp phải là vấn đề tiếp cận thông tin về thị trường đầu vào và sản phẩm dịch vụ tham gia cung cấp. Suy cho cùng, mạng xã hội không hẳn là nơi để tìm việc làm và hợp tác một cách an toàn, nghiêm túc. Trong nhiều trường hợp, dù hoàn thành tốt công việc, Freelancers vẫn có nguy cơ bị xù tiền do không có biện pháp đảm bảo quyền lợi được thanh toán chắc chắn. Ngoài ra, do thiếu thông tin mà phần lớn thanh niên tham gia vào thị trường sản phẩm và dịch vụ có giá trị, chất lượng thấp, chủ yếu trong khu vực phi kết cấu, nên cần có các chương trình: Hỗ trợ thanh niên tham gia Freelance trong khu vực có giá trị cao trên thị trường, hỗ trợ nâng cao giá trị sản phẩm và dịch vụ. Để làm được điều này, các giải pháp đề xuất bao gồm: khuyến khích hợp tác, ký kết hợp đồng phụ với các công ty có uy tín, tạo mạng lưới, phát triển hình thức nhượng quyền thương mại, sàn thương mại điện tử, các nền tảng kết nối lao động tự do, khuyến khích nghiên cứu để khám phá những cơ hội mới cho người trẻ, giúp họ tiếp cận với các sáng kiến thương mại và công nghệ.

5.3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo

5.3.1. Hạn chế của đề tài

Tuy đã đạt được một số kết quả nhất định trong quá trình nghiên cứu nhưng bài nghiên cứu của nhóm tác giả vẫn còn gặp nhiều hạn chế như sau:

Thứ nhất, ý định trở thành Freelancer của giới trẻ còn nhiều yếu tố khác ảnh hưởng và quyết định. Tuy nhiên vì một số lí do, các nhân tố mà nhóm suy ra vẫn còn mang tính chất hạn chế bao gồm 6 nhân tố: nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ cá nhân, tính cách cá nhân, vốn xã hội, vốn con người và nhận thức xã hội.

Thứ hai, nghiên cứu của nhóm mới chỉ thực hiện khảo sát được tại các quận đặc trưng của khu vực nội thành Hà Nội, còn lại các quận được mở rộng như Hà Nội 2 (Hà

Tây cũ) vẫn chưa thực hiện được. Do đó, khả năng khái quát của nghiên cứu sẽ được cao hơn nếu được thực hiện thêm ở toàn thành phố cũng như các khu vực khác trên khắp cả nước.

Thứ ba, nghiên cứu mới chỉ ra được những biến số độc lập chứ chưa khai thác hết tác động của các biến số kiểm soát như: nhân khẩu học. Đối với các biến số nhân khẩu học, nghiên cứu mới chỉ dừng lại phân tích ở mức độ kiểm định sự khác biệt chứ chưa đi vào phân tích sâu hơn..

Thứ tư, nghiên cứu này chỉ nghiên cứu về ý định trở thành Freelancer của giới trẻ chứ không phải của toàn bộ các đối tượng. Vì đây là nghiên cứu tại một thời điểm (cross-sectional) nên không so sánh được sự thay đổi của ý định theo thời gian.

5.3.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Từ những khiếm khuyết trên trong bài nghiên cứu, nhóm xin đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo như sau:

Thứ nhất, nghiên cứu giải thích được 37.4% sự biến thiên của biến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ. Như vậy, có thể còn có những yếu tố khác tham gia giải thích cho biến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ như thu nhập kỳ vọng, môi trường giáo dục, nhu cầu thành đạt, văn hóa quốc gia,... Vì thế nghiên cứu tiếp theo nên đưa các yếu tố này vào xem xét trong mô hình nghiên cứu. Ngoài ra, còn có thể nghiên cứu động lực và các yếu tố tác động tới giai đoạn chuyển biến từ ý định trở thành Freelancer sang hành động trở thành một Freelancer thực thụ.

Thứ hai, để tăng tính khái quát cho mô hình, nghiên cứu tiếp theo nên chọn mẫu ở nhiều tỉnh thành khác nhau, đại diện cho các khu vực Bắc – Trung – Nam của cả nước. Bên cạnh đó, cũng nên mở rộng độ tuổi hơn như khảo sát thêm từ 26 đến 30 tuổi bởi đây cũng là độ tuổi con người có khả năng lựa chọn làm Freelancers cao.

Thứ ba, đối với các nhân tố nhân khẩu học, theo hướng nghiên cứu tiếp theo nên đưa vào trong mô hình để hồi quy và kiểm định, thực hiện phân tích như một biến độc lập, từ đó có thể đánh giá khái quát hơn được các nhân tố ảnh hưởng.

Thứ tư, nhóm hi vọng đề tài này sẽ là gợi ý tham khảo cho những công trình tương lai nghiên cứu về mức độ hài lòng của Freelancers đối với công việc cũng như

tìm hiểu nhu cầu, mong muốn của họ. Qua đó rút ra những đóng góp, kiến nghị thiết thực hơn nhằm xóa bỏ rào cản, đảm bảo quyền lợi cho lực lượng Freelancers.

5.4. Kết luận

Thế giới đang bước vào thiên niên kỷ mới, với những đặc trưng tiên bộ của cách mạng khoa học công nghệ mà đại diện tiêu biểu là cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang đặt ra cho giới trẻ những cơ hội mới và cả những thách thức mới. Việc làm tự do - Freelance đã, đang và vẫn sẽ phát triển, đạt được một vị thế cao hơn, khẳng định tầm quan trọng trong xu thế hội nhập quốc tế của nền kinh tế Việt Nam. Mục tiêu của các bạn trẻ tại thành phố Hà Nội nói riêng và trên khắp các tỉnh thành nói chung là phải trở thành những người lao động có tay nghề cao, có nhiều kiến thức, kỹ năng, có phẩm chất nhân cách phát triển toàn diện và thái độ hành vi tương xứng để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của xã hội vì một thế giới phát triển bền vững.

Nghiên cứu các yếu tố tác động tới ý định trở thành Freelancer của giới trẻ được thực hiện trong bối cảnh phát triển các hình thức làm việc ở Việt Nam và trên toàn thế giới, đặc biệt là hình thức Freelancer. Đây là loại hình làm việc được nhìn nhận có thể giúp các quốc gia đang phát triển như Việt Nam đi tắt đón đầu công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh để bắt nhịp với tốc độ phát triển trong khu vực và thế giới. Freelancer là một loại hình làm việc giúp phát triển kinh tế trong xu hướng tiến tới nền kinh tế tri thức và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Nghiên cứu tập trung vào ý định trở thành Freelancer của giới trẻ tại địa bàn thành phố Hà Nội bởi giới trẻ, đặc biệt là tầng lớp tri thức sinh viên, chính là đối tượng có ý định trở thành Freelancer tiềm năng nhất và cũng là tương lai của đất nước. Trên cơ sở phân tích định tính và định lượng, nghiên cứu đã tìm ra 2 yếu tố tác động lớn nhất đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ là thái độ cá nhân và nhận thức kiểm soát hành vi. Xếp sau hai yếu tố này lần lượt là : vốn xã hội, tính cách cá nhân và nhận thức xã hội.

Bài nghiên cứu đã đề xuất một số kiến nghị cơ bản nhằm thúc đẩy định trở thành Freelancer của giới trẻ trên cả ba phương diện: nhận thức, thái độ và biểu hiện. Hy vọng rằng những lý luận, đánh giá và khuyến nghị của công trình sẽ góp phần tích cực trong việc phát triển nhận thức, suy nghĩ của giới trẻ cũng như khiến cộng đồng có cái nhìn đúng đắn và dành nhiều thiện cảm hơn đối với việc làm tự do.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phan Cao Nhật Anh (2006), *Làm việc tự do trong giới trẻ Nhật Bản*.
2. Phạm Minh Thái (2012), *Nhân tố tác động đến lựa chọn việc làm ở Việt Nam: bằng chứng từ điều tra lao động việc làm Việt Nam*,
3. Ngô Quỳnh An (2012), *Tăng cường khả năng tự tạo việc làm cho thanh niên Việt Nam*.
4. Nhóm sinh viên K46E trường Đại học Ngoại Thương tp. Hồ Chí Minh, *Nghiên cứu về giới trẻ thành phố Hồ Chí Minh với xu hướng Freelancer* (2013)
5. Nguyễn Minh Hà (2013), trường Đại học Mở, tp.HCM, *Bài giảng phương pháp nghiên cứu khoa học*
6. Nguyễn Đình Thọ (2012), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong Kinh doanh*.
7. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*.
8. Nguyễn Thị Đông, Lê Thị Kim Huệ (2018), *Tác động của vốn con người đến tăng trưởng năng suất lao động ở Việt Nam*, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế Luật và Quản lý, 3(2): 104 – 110.
9. Lê Minh Tiến (2007), *Vốn xã hội và đo lường vốn xã hội*, Tạp chí Khoa học Xã hội, số 3/2007, tr.72 – 77.
10. Luật Lao động số 10/2012/QH13;
11. Luật Dân sự số 33/2005.
12. Upwork and Freelancers Union (2019), *Freelancing in America: A comprehensive study of the freelance workforce*.
13. Andrew Burke (2015), *The Use and Value of Freelancers: The Perspective of Managers*.
14. Amit J. Chauradia và Ruchi A. Galande (2015), *Freelance Human Capital: A Firm-Level Perspective*.

15. Burke A. (2011), *The entrepreneurship enabling role of freelancers: Theory with evidence from the construction industry. International Review of Entrepreneurship.*
16. Storey, J., Salaman, G. & Platman, K. (2005), *Living with enterprise in an enterprise economy: Freelance and contract workers in the media. Human Relations.*
17. Osnowitz, D. (2010), *Freelancing expertise: Contract Professionals in the New Economy. New York: Cornell University Press.*
18. Smallbone, D. & Kitching, J. (2012), *Are freelancers a neglected form of small business? Journal of Small Business and Enterprise Development.*
19. Tench, R., Palihawadana, D., Fawkes, J. (2002), *Freelancing: Issues and trends for public relations practice. Journal of Communication Management.*
20. Joanna Woronkowicz, Douglas S. Noonan (2017), *Who Goes Freelance? The Determinants of Self-Employment for Artist.*
21. Lisa Provan (2013), *The UK Freelance network.*
22. PCG Report, Andrew Burke (2012), *The Role of Freelancers in the 21st Century British Economy.*
23. Tams and Arthur (2010), *Freelancer development history.*
24. Abdul Ghafoor Kazi, Rosman Md Yusoff, Anwar Khan, Shazia Kazi (2014), *The Freelancers: A Conceptual Review.*
25. Marc Cowling (2015), *The use and value of Freelancers: the Perspective of Managers.*
26. Shane Scott, (2003), *A general theory of entrepreneurship: The individual, opportunity nexus*, UK: Edward Elgar (2004).
27. Brandstätter, H. (2011), *Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses.*
28. Süb, S. & Becker, J. (2013), *Competences as the foundation of employability: a qualitative study of German freelancers. Personnel Review.*

29. Kayte Jenkins (2017), *Exploring the UK Freelance Workforce in 2016*, IPSE.
30. Ajzen, I., (1991), *The theory of planned behavior*.
31. Fishbein, M. and Ajzen, I., (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*.
32. Maes, J., Leroy, H., Sels, L., (2014), *Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level*. *European Management Journal*.
33. Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000), *Competing models of entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*.
34. Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006), *New business start-up and subsequent entry into selfemployment*. *Journal of Business Venturing*.
35. Shapero, Albert and Sokol, Lisa (1982), *The Social Dimensions of Entrepreneurship*.
36. Luthje C & Franke N (2004), *Entrepreneurship Intentions of Business Students: A Benchmarking Study*.
37. Wongnaa & Seyram (2014), *Factors influencing polytechnic students' decision to graduate as entrepreneurs*.
38. Liñán F, Rodrrisguez-cohard JC & Rueda Cantuche JM (2005), *Factor affecting entrepreneurial intention levels, 45th congress of the European Regional Science Association*.
39. B.A.K. Mumtaz, S. Munirah, K. Halimahton (2012), *The Relationship between educational support and entrepreneurial intentions in Malaysian Higher Learning Institution*, *Procedia: Social and Behavioral Sciences*.
40. Pietiläinen ,T., Lehtimäki, H., Keso, H. & Hiukka, K. (2007), *Tiedon kauppiat. Asiantuntijat yrittäjinä*, Publish: Sanoma Pro Oy (2007).
41. Nunally JC (1978), *Psychometric Theory, 2nd ed*, McGraw, Hill Book Company, New York (1978).
42. Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. (1994), *The Assessment of Reliability. Psychometric Theory*.
43. Israel M. Kirzner (1973), *Competition and Entrepreneurship*.

44. Hair JF, Black WC, Banin BJ, Anderson RE & Tatham RL (1998), *Multivariate Data Analysis (5th ed)*, Upper Saddle River NJ: Prentice–Hall.
45. Krueger NF (2003), *The Cognitive Psychology of Entrepreneurship*, Handbook of Entrepreneurship Research.
46. Krueger NF (1993), *The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability*, Entrepreneurship Theory and Practice Vol. 18, Issue 1, p. 5-21 1993.
47. Sam Bromley (2019), *National Freelancers Day 2019: 31% surge in UK freelancers*, Simply Business (2019).
48. Adam Ozinek (2019), *Freelancing and the Economy in 2019*.
49. RSA (2015), *Boosting the living standards of the self-employed*.
50. Van den Born, JA. (2009), *The Drivers of Career Success of The Job-hopping Professional in the New Networked Economy: The Challenges of Being an Entrepreneur and an Employee: Born to Grow*.
51. AntaraNews (2016), *PayPal Champions the Rise of the Freelancer in Southeast Asia*.
52. Forbes (2020), *How The Coronavirus Is Impacting Freelancers And Gig Workers*.
53. Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., (2004), *Consumer behavior, 3rd. Boston*.
54. A. Degenne. 2003, *Mise en oeuvre empirique de la notion de capital social: définitions et exemple*, Rouen: Université de Rouen.
55. Sarah Turner and Phuong An Nguyen (2004), *Young Entrepreneurs, Social Capital and Doi Moi in Hanoi, Vietnam Urban Studies*.
56. Japantimes (2019), *Nearly 3.5 million freelancers working in Japan amid rise in flexible employment styles*.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Bảng câu hỏi phỏng vấn cá nhân

NGHIÊN CỨU KHOA HỌC – NHỮNG NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN

Ý ĐỊNH TRỞ THÀNH FREELANCER CỦA GIỚI TRẺ

TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Họ tên phỏng vấn viên:.....

Ngày, tháng, năm:.....

BẢNG CÂU HỎI

Xin chào Anh/chị/bạn, tên em/mình là (họ&tên), sinh viên năm thứ(...), khoa(...), trường(...). Hiện nay với sự phát triển của xã hội trong thời đại công nghệ 4.0, Freelancer là một hình thức làm việc đang nhận được rất nhiều sự quan tâm của giới trẻ. Vì thế nhóm chúng em/mình đang tiến hành một nghiên cứu khoa học để phục vụ cho việc nghiên cứu các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer (người làm nghề tự do) của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội, từ đó sẽ giúp chúng em/mình tìm hiểu sâu hơn về Freelancer – một trong những ngành nghề hot nhất hiện nay. Trước tiên, em/mình xin cảm ơn anh/chị/bạn đã dành thời gian nói chuyện với nhóm. Nếu anh/chị/bạn đồng ý, nhóm xin ghi âm lại cuộc nói chuyện này để đảm bảo tính chính xác của dữ liệu.

Trong cuộc trò chuyện này, nếu anh/chị/bạn không muốn trả lời câu hỏi nào, anh/chị/bạn có thể nói “ Chuyển sang câu khác”.

❖ Đối với đáp viên là giới trẻ: Học sinh, sinh viên, công nhân viên chức trên địa bàn Hà Nội.

NHÂN KHẨU HỌC

1. Để bắt đầu, anh (chị, bạn) có thể giới thiệu sơ nét về bản thân được không?
 - Họ và tên
 - Giới tính
 - Tuổi

- Nơi sinh sống
 - Tình trạng nghề nghiệp hiện tại
2. Anh/chị/bạn có biết thuật ngữ Freelance cũng như công việc tự do và Freelancer – người làm các công việc tự do không? Theo hiểu biết của anh (chị, bạn) thì Freelancer có thể hiểu là gì?
3. Anh/chị/bạn đã nghe đến/tìm hiểu về công việc này qua đâu? Mạng xã hội, bạn bè người quen, chương trình giáo dục hay qua các phương tiện truyền thông?

Ý ĐỊNH TRỞ THÀNH FREELANCER

1. Anh/chị/bạn có ý định trở thành Freelancer trong tương lai không? Mức độ quyết tâm và nghiêm túc của ý định đó là bao nhiêu %? Vì sao?

NHẬN THỨC KIỂM SOÁT HÀNH VI

1. Anh/chị/bạn nghĩ mình cần chuẩn bị những gì để có thể trở thành một Freelancer?
2. Anh/chị/bạn thấy bản thân mình có đủ khả năng để theo đuổi ngành nghề này hay không? Nếu có, hãy nêu ra 3 điểm mạnh của bản thân anh/chị/bạn cho là phù hợp với ngành nghề này. Nếu không, nêu ra lý do tại sao.

THÁI ĐỘ CÁ NHÂN

1. Anh/chị/bạn nghĩ việc làm nghề tự do mang lại cho mình nhiều lợi ích hay bất lợi hơn? Nêu một số lợi ích và bất lợi mà (anh, chị, bạn) nghĩ việc làm tự do mang lại.
2. Vì sao việc làm tự do còn tồn tại những bất lợi như vậy mà Anh/chị/bạn vẫn có ý định trở thành Freelancer?

NHẬN THỨC XÃ HỘI

1. Anh/chị/bạn có bố mẹ, anh chị em hay người thân khác và bạn bè đã và đang làm việc Freelance không? Nếu có, họ đánh giá như thế nào về Freelance? Họ có giới thiệu/ rủ (anh/chị/bạn) làm công việc Freelance không?
2. Nếu gia đình phản đối Anh/chị/bạn làm Freelancer, liệu Anh/chị/bạn có tiếp tục theo đuổi ngành nghề này không?

3. Trường của Anh/chị/bạn có giới thiệu với bạn về công việc Freelance? Nếu có, trường Anh/chị/bạn có khuyến khích và đưa ra những thông tin cần thiết để có được một công việc tự do không?

VỐN XÃ HỘI

1. Theo Anh/chị/bạn để trở thành một Freelancer có cần tích lũy vốn tài chính nhiều hay không? Nếu có, Anh/chị/bạn cho rằng mình đã có đủ vốn tài chính để bắt đầu công việc này chưa? Nếu chưa có đủ vốn tài chính, Anh/chị/bạn nghĩ mình có khả năng tích lũy qua gia đình, bạn bè hay các nguồn khác không?

2. Theo Anh/chị/bạn để trở thành một Freelancer có cần tới các mối quan hệ xã hội hay không? Nếu có, Anh/chị/bạn đã có những mối quan hệ đủ vững chắc để thành công trong công việc này?

VỐN CON NGƯỜI

1. Anh/chị/bạn cảm thấy vốn con người nào quan trọng nhất đối với một Freelancer? Trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc hay kỹ năng mềm (giao tiếp, tin học, ngoại ngữ,...),...? Vì sao?

GIÁO DỤC HƯỚNG NGHIỆP

1. Anh/chị/bạn đã từng tham gia các khóa học, hay các chương trình ngoại khóa tư vấn hướng nghiệp chưa?
2. Trường học có cung cấp cho Anh/chị/bạn vốn hiểu biết về các hình thức tự làm chủ và tự tạo việc làm không?
3. Các chương trình hướng nghiệp nhà trường và các hoạt động ngoại khóa có giúp Anh/chị/bạn biết đến và tiếp cận ngành nghề tự do dễ dàng hơn không? Vì sao?
4. Anh/chị/bạn có hài lòng về chương trình giáo dục hướng nghiệp của nhà trường hiện nay không? Vì sao?

TÍNH CÁCH CÁ NHÂN

1. Giới trẻ ngày nay, bạn bè và những người quen của Anh/chị/bạn có mong muốn được độc lập và chủ động trong công việc của họ?
2. Anh/chị/bạn có phải là người ham học hỏi, trải nghiệm không? Điều đó có phải là nguyên nhân khiến Anh/chị/bạn quyết tâm trở thành Freelancer?

3. Anh/chị/bạn cảm thấy Freelance có phải là một nghề nhiều rủi ro, thách thức không? Những rủi ro, thách thức thường xuất hiện trong giai đoạn nào của quá trình trở thành Freelancer và nó có khiến Anh/chị/bạn chùn bước không?
4. Anh/chị/bạn có nghĩ rằng những người thường xuyên quan tâm hoặc nhạy cảm với các xu thế ngành nghề ở từng thời điểm trên thị trường sẽ lựa chọn ngành nghề này?

XU HƯỚNG

1. Anh/chị/bạn có tham gia câu lạc bộ, hội nhóm về thông tin nghề nghiệp không? Nếu có, Anh/chị/bạn thấy xu hướng hiện nay của các thành viên là Freelance hay không?
2. Anh/chị/bạn đánh giá mức độ phổ biến của việc làm tự do ở Việt Nam hiện nay ra sao?
3. Anh/chị/bạn có nghĩ rằng lực lượng Freelancer sẽ phát triển mạnh mẽ và vượt bậc chỉ trong vòng 5 năm tới đây không?

❖ Đối với đáp viên là các bậc cha mẹ, phụ huynh

1. Thưa cô/chú, cô/chú đã từng nghe nói đến Freelance – việc làm tự do chưa? Cô/chú có những hiểu biết gì về ngành nghề này?
2. Theo cô/chú, việc làm tự do có phải là một công việc tốt đối với các bạn trẻ thời nay không?
3. Cô chú có ủng hộ con cái theo đuổi ngành nghề này không? Nếu không, vì sao cô/chú không khuyến khích con mình làm ngành nghề này?

❖ Đối với đáp viên là các doanh nghiệp trên địa bàn Hà Nội

1. Công ty anh/chị có hay hợp tác với các Freelancers không? (Mức độ thường xuyên hợp tác như thế nào)
2. Anh/chị có thể cho biết những lợi ích nào mà doanh nghiệp có được khi hợp tác với Freelancers?
3. Việc doanh nghiệp quyết định thuê một nhân viên thông thường hay hợp tác với Freelancers dựa trên những lý do, yếu tố, hoặc trong các hoàn cảnh nào?

Cháu/em xin kết thúc phỏng vấn tại đây ạ. Xin cảm ơn Cô/Chú/Anh/Chị đã dành thời gian trả lời phỏng vấn. Chúc Cô/Chú/Anh/Chị có một ngày làm việc hiệu quả.

Phụ lục 2: Bảng hỏi nghiên cứu định lượng

“Xin chào các bạn, nhóm nghiên cứu chúng tôi đang thực hiện đề tài "Nghiên cứu các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer (người làm nghề tự do) của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội". Chúng tôi lập bảng khảo sát này với mong muốn nhận được ý kiến đóng góp từ các bạn về những nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm Freelancer của chính các bạn, từ đó sẽ giúp chúng tôi tìm hiểu sâu hơn về Freelance - một trong những xu hướng ngành nghề hot nhất hiện nay. Vì vậy chúng tôi rất mong các bạn trả lời một cách trung thực, khách quan các câu hỏi nhằm giúp kết quả nghiên cứu phản ánh đúng thực tế. Những thông tin đóng góp của các bạn sẽ được giữ bí mật và chỉ sử dụng cho mục đích của bài nghiên cứu này.

Xin chân thành cảm ơn các bạn đã dành thời gian tham gia cuộc khảo sát!”

Phần 1: Thông tin chung

1. Giới tính của anh/chị

Nam Nữ

2. Độ tuổi của anh/chị?

15 – 18 19 – 22 23 – 25

3. Tình trạng nghề nghiệp hiện tại?

Học sinh

Sinh viên

Đã đi làm

4. Anh/chị đang sinh sống trên địa bàn quận nào tại Hà Nội?

Long Biên

Hai Bà Trưng

Đống Đa

Hoàn Kiếm

Thanh Xuân

Hà Đông

Ba Đình

Cầu Giấy

Hoàng Mai

Tây Hồ

5. Anh/chị có biết về việc làm tự do Freelance không?

- Không biết Biết rõ
- Biết đến Không quan tâm

6. Anh/chị biết đến Freelance thông qua đâu? (Nếu có)

- Internet Chương trình truyền hình
- Bạn bè, người thân Giáo dục nhà trường, hoạt động ngoại khóa,...

Freelancer - người làm nghề tự do: là những người làm việc độc lập, tự do hay nói cách khác, đây là hình thức làm việc không chịu sự quản lý của bất kỳ tổ chức nghề nghiệp nào. Họ được trả tiền để thực hiện công việc của khách hàng, là người đưa ra dịch vụ của mình và chọn người trả giá cao nhất để thực hiện.

Ví dụ: Thiết kế đồ họa, lập trình viên, dịch thuật, content writer, thiết kế website, blogger, marketing online, PR - tổ chức sự kiện, làm việc với dữ liệu, photographer, dạy học online, làm video, SEO, viết bài về lĩnh vực chuyên môn (y tế, ẩm thực, giáo dục...), đạo diễn, sản xuất âm nhạc, streamer,...

7. Anh/chị có ý định trở thành Freelancer không? (Nếu có, anh/chị vui lòng tiếp tục thực hiện khảo sát; Nếu không, anh/chị có thể dừng khảo sát tại đây)

8. Nếu trở thành Freelancer, Anh/chị muốn làm công việc này như một nghề chính thức hay nghề tay trái?

- Nghề chính thức Nghề tay trái

Phần 2 : Khảo sát ý định trở thành Freelancer

Nội dung dưới đây bao gồm 30 nhận định. Các bạn vui lòng đánh giá mức độ đồng ý của bản thân với mỗi nhận định bằng cách click vào ô tương ứng. Khi trả lời, mong các bạn lưu ý đọc thật kỹ câu hỏi, không bỏ sót câu nào và chỉ chọn 1 đáp án phù hợp nhất với mình. Trong đó:

- 1 - Hoàn toàn không đồng ý 2 - Không đồng ý 3 - Bình thường 4 - Đồng ý
- 5 - Hoàn toàn đồng ý

	Ý định làm Freelancer của bạn					
YD1	Mục tiêu tương lai của tôi là trở thành Freelancer	1	2	3	4	5
YD2	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc cho ý tưởng làm Freelancer của mình	1	2	3	4	5
YD3	Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể	1	2	3	4	5
YD4	Tôi sẽ chỉ trở thành Freelancer khi tôi chắc chắn nó sẽ thành công	1	2	3	4	5
	Nhận thức kiểm soát hành vi					
NTKS1	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này	1	2	3	4	5
NTKS2	Việc theo đuổi ngành nghề tự do đối với tôi là hoàn toàn khả thi	1	2	3	4	5
NTKS3	Tôi nghĩ trở thành Freelancer khá dễ dàng với tôi	1	2	3	4	5
	Thái độ của bạn đối với ngành nghề tự do					
TD1	Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi	1	2	3	4	5
TD2	Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer	1	2	3	4	5
TD3	Trở thành Freelancer mang lại cho tôi nhiều lợi ích hơn bất lợi	1	2	3	4	5
TD4	Theo đuổi ngành nghề Freelancer mang lại cho tôi niềm vui và giúp tôi học được nhiều điều mới	1	2	3	4	5
	Nhận thức xã hội					

NTXH1	Người thân làm Freelancer ảnh hưởng đến quyết định theo đuổi công việc này của tôi	1	2	3	4	5
NHTX2	Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm Freelancer của tôi	1	2	3	4	5
NTXH3	Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này	1	2	3	4	5
NTXH4	Người quen của tôi khuyên tôi làm Freelancer	1	2	3	4	5
	Vốn xã hội					
VXH1	Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp,...) để theo đuổi ngành nghề này	1	2	3	4	5
VXH2	Tôi có thể huy động vốn từ gia đình và bạn bè	1	2	3	4	5
VXH3	Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)	1	2	3	4	5
VXH4	Tôi có thể huy động vốn từ nhiều nguồn khác (các hiệp hội, tổ chức,...)	1	2	3	4	5
	Vốn con người					
VCN1	Tôi nhận thấy bản thân có đủ trình độ kiến thức chuyên môn để làm công việc này	1	2	3	4	5
VCN2	Tôi nhận thấy bản thân có kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, tin học,...) tốt để theo đuổi công việc Freelancer	1	2	3	4	5
VCN3	Tôi có những kinh nghiệm xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân để trở thành Freelancer	1	2	3	4	5
	Tính cách cá nhân					

TC1	Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này	1	2	3	4	5
TC2	Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo ý tưởng khi làm Freelancer	1	2	3	4	5
TC3	Tôi yêu thích sự tự chủ và độc lập trong công việc	1	2	3	4	5
TC4	Tôi là người nhạy bén với các xu thế và cơ hội	1	2	3	4	5
TC5	Tôi thích tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kiến thức cho bản thân	1	2	3	4	5
TC6	Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công	1	2	3	4	5

Cảm ơn anh/chị đã dành thời gian tham gia khảo sát này!

Phụ lục 3: Điều chỉnh thang đo nhân tố

3.1. Thang đo Ý định trở thành Freelancer

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
YD1	Mục tiêu tương lai của tôi là trở thành Freelancer	Mục tiêu tương lai của tôi là trở thành Freelancer
YD2	Tôi đã suy nghĩ ý tưởng làm Freelancer của mình	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc cho ý tưởng làm Freelancer của mình
YD3	Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể	Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể
YD4	Tôi sẽ chỉ trở thành Freelancer khi tôi chắc chắn nó sẽ thành công	Tôi sẽ chỉ trở thành Freelancer khi tôi chắc chắn nó sẽ thành công

3.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
NTKS1	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này
NTKS2	Việc theo đuổi nghề tự do là khả thi	Việc theo đuổi ngành nghề tự do đối với tôi là hoàn toàn khả thi
NTKS3	Làm Freelancer khá dễ dàng với tôi	Tôi nghĩ trở thành Freelancer khá dễ dàng với tôi
NTKS4	Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này	[X]

3.3. Thang đo Thái độ cá nhân

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
TD1	Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi	Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi
TD2	Nếu có cơ hội, tôi muốn trở thành Freelancer	Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer
TD3	Freelancer cho tôi nhiều lợi ích hơn bất lợi	Trở thành Freelancer mang lại cho tôi nhiều lợi ích hơn những bất lợi
TD4	[X]	Theo đuổi ngành nghề Freelance mang lại cho tôi niềm vui và giúp tôi học được nhiều điều mới

3.4. Thang đo Nhận thức xã hội

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
NTXH1	Người thân làm Freelancer ảnh hưởng đến quyết định theo đuổi công việc này của tôi	Người thân làm Freelancer ảnh hưởng đến quyết định theo đuổi công việc này của tôi
NTXH2	Gia đình ủng hộ quyết định của tôi	Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm Freelancer của tôi
NTXH3	Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này	Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này
NTXH4	[X]	Người quen của tôi khuyên tôi làm Freelancer

3.5. Thang đo vốn xã hội

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
VXH1	Tôi vay vốn từ người quen, đồng nghiệp để theo đuổi ngành nghề này	Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp,...) để theo đuổi ngành nghề này
VXH2	Tôi có thể huy động vốn từ gia đình và bạn bè	Tôi có thể huy động vốn từ gia đình và bạn bè
VXH3	Tôi có mối quan hệ giúp ích cho việc làm Freelancer	Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)
VXH4	Tôi có thể huy động vốn từ nhiều nguồn khác	Tôi có thể huy động vốn từ nhiều nguồn khác (các hiệp hội, tổ chức,...)

3.6. Thang đo Vốn con người

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
VCN1	Tôi nhận thấy bản thân có đủ trình độ kiến thức chuyên môn để làm công việc này	Tôi nhận thấy bản thân có đủ trình độ kiến thức chuyên môn để làm công việc này
VCN2	Tôi nhận thấy tôi là người có kỹ năng mềm tốt để theo đuổi công việc Freelance	Tôi nhận thấy bản thân có kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, tin học...) tốt để theo đuổi công việc Freelance
VCN3	Tôi biết cách xây dựng và quảng bá thương hiệu bản thân nếu trở thành Freelancer	Tôi có những kinh nghiệm xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân để trở thành Freelancer

3.7. Thang đo Tính cách cá nhân

Ký hiệu	Thang đo cũ	Thang đo mới
TC1	Tôi tự tin bản thân sẽ dễ dàng để làm công việc Freelance	Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này
TC2	Tôi có thể sáng tạo khi làm Freelancer	Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo ý tưởng khi làm Freelancer
TC3	Tôi thích tự chủ và độc lập trong công việc	Tôi yêu thích sự tự chủ và độc lập trong công việc
TC4	Tôi nhạy cảm với các xu thế	Tôi là người nhạy bén với các xu thế và cơ hội
TC5	Tôi thích tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kiến thức cho bản thân	Tôi thích tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kiến thức cho bản thân
TC6	[X]	Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công

Phụ lục 4: Mô tả mẫu

4a. Mô tả mẫu theo giới tính, độ tuổi, tình trạng nghề nghiệp

STT	Mẫu nghiên cứu	Số lượng	Tỉ lệ (%)	
1	Giới tính	Nam	162	35.9
		Nữ	289	64.1
		Khác	0	0
2	Độ tuổi	15-18 tuổi	146	32.4
		19-22 tuổi	223	49.4
		23-25 tuổi	82	18.2
3	Tình trạng nghề nghiệp	Học sinh	140	31.0
		Sinh viên	238	52.8
		Đã đi làm	73	16.2

4b. Mô tả mẫu theo địa bàn sinh sống

STT	Mẫu nghiên cứu	Số lượng	Tỉ lệ (%)
1	Ba Đình	21	4.7
2	Cầu Giấy	63	14.0
3	Đống Đa	53	11.8
4	Hà Đông	35	7.8
5	Hai Bà Trưng	75	16.6
6	Hoàn Kiếm	41	9.1
7	Hoàng Mai	23	5.1
8	Long Biên	51	11.3
9	Tây Hồ	16	3.5
10	Thanh Xuân	73	16.2

Phụ lục 5: Kết quả Cronbach's Alpha

5.1. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Ý định

a. Kết quả chạy kiểm định lần 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.522	4

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YD1	9.33	3.668	.562	.238
YD2	9.65	3.378	.519	.242
YD3	9.90	3.595	.484	.287
YD4	9.36	5.952	-.133	.797

b. Kết quả kiểm định lần 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	3

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YD1	5.95	3.224	.610	.757
YD2	6.27	2.591	.707	.650
YD3	6.51	2.926	.614	.752

5.2. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Nhận thức kiểm soát

a. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha lần 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.307	3

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NTKS1	6.21	1.715	.314	-.115 ^a
NTKS2	5.51	2.833	-.061	.654
NTKS3	6.69	1.839	.324	-.108 ^a

b. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha lần 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.654	2

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NTKS1	2.51	.890	.487	
NTKS2	3.00	1.016	.487	

5.3. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Thái độ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	4

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TD1	11.54	3.716	.638	.701
TD2	11.27	3.538	.624	.708
TD3	11.33	3.994	.499	.773
TD4	11.33	4.053	.595	.726

5.4. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Nhận thức xã hội

a. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha lần 1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.493	4

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NTXH1	7.63	2.901	.472	.213
NTXH2	7.93	3.533	.388	.327
NTXH3	8.36	3.729	.350	.367
NTXH4	7.92	4.936	-.007	.653

b. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Nhận thức xã hội lần 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.653	3

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NTXH1	4.93	2.098	.555	.419
NTXH2	5.24	2.697	.454	.569
NTXH3	5.67	2.928	.394	.644

5.5. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Vốn xã hội

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	4

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VXH1	8.07	5.577	.579	.763
VXH2	7.76	4.563	.757	.667
VXH3	8.54	5.787	.603	.753

VXH4	7.73	5.754	.518	.792
------	------	-------	------	------

5.6. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Vốn con người

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	3

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VCN1	5.86	2.500	.735	.792
VCN2	5.88	2.458	.724	.803
VCN3	5.78	2.496	.726	.800

5.7. Kết quả Cronbach's Alpha của biến Tính cách cá nhân

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	6

Item – Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TC1	18.39	13.273	.641	.843
TC2	18.21	11.556	.770	.818
TC3	17.91	12.400	.729	.827
TC4	18.661	4.687	.444	.875
TC5	17.95	13.791	.683	.838
TC6	17.79	13.085	.698	.833

Phụ lục 6: Kiểm định KMO and Bartlett's Test của biến độc lập

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.812
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4776.158

	df	231
	Sig.	.000

Phụ lục 7: Bảng phương sai trích khi phân tích nhân tố của biến độc lập

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.101	27.734	27.734	6.101	27.734	27.734
2	2.735	12.432	40.166	2.735	12.432	40.166
3	2.377	10.803	50.969	2.377	10.803	50.969
4	1.705	7.751	58.721	1.705	7.751	58.721
5	1.196	5.435	64.155	1.196	5.435	64.155
6	1.041	4.731	68.886	1.041	4.731	68.886
7	.879	3.996	72.881			
8	.685	3.114	75.996			
9	.666	3.029	79.024			
10	.581	2.640	81.665			
11	.562	2.557	84.221			
12	.509	2.316	86.537			
13	.414	1.880	88.418			
14	.389	1.769	90.186			
15	.357	1.624	91.810			
16	.331	1.504	93.314			
17	.308	1.398	94.712			
18	.294	1.335	96.047			
19	.273	1.243	97.290			
20	.224	1.020	98.309			
21	.208	.947	99.256			

22	.164	.744	100.000			
----	------	------	---------	--	--	--

Extraction Method: Principal Component Analysis

Phụ lục 8: Phân tích nhân tố khám phá EFA của biến phụ thuộc (YD)

8.1. Kiểm định KMO and Bartlett's Test cho biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.688
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	430.501
	df	3
	Sig.	.000

8.2. Bảng phương sai trích nhân tố

Total Variance Explained

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
2.137	71.225	71.225	2.137	71.225	71.225
.517	17.218	88.443			
.347	11.557	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis

8.3. Component Matrix

Component Matrix^a	
	Component
	1
YD2	.883

YD3	.824
YD1	.823

Extraction Method: Principal Component Analysis

a. 1 components extracted

Phụ lục 9: Thống kê mô tả các biến độc lập

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
YD1	451	3.42	.886
YD2	451	3.10	1.019
YD3	451	2.85	.982
YD	451	3.1212	.81322
NTKS1	451	3.00	1.008
NTKS3	451	2.51	.944
NTKS	451	2.7539	.84153
TD1	451	3.62	.803
TD2	451	3.88	.870
TD3	451	3.83	.830
TD4	451	3.83	.731
TD	451	3.7894	.62935
NTXH1	451	2.99	1.062
NTXH2	451	2.68	.926
NTXH3	451	2.25	.895
NTXH	451	2.6401	.74056
VXH1	451	2.63	.940

VXH2	451	2.94	1.044
VXH3	451	2.16	.861
VXH4	451	2.97	.953
VXH	451	2.6746	.75120
VCN1	451	2.90	.854
VCN2	451	2.88	.876
VCN3	451	2.98	.861
VCN	451	2.9194	.76120
TC1	451	3.39	.919
TC2	451	3.57	1.084
TC3	451	3.87	.982
TC4	451	3.12	.871
TC5	451	3.83	.788
TC6	451	3.99	.896
TC	451	3.6301	.71506

**Phụ lục 10: Thống kê mô tả sự khác biệt về nhân tố Ý định trở thành
Freelancer giữa các nhóm của biến định tính**

10.1. Đối với biến định tính Độ tuổi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
15 - 18	146	3.3288	.86035	.07120
19 - 22	223	2.9776	.75866	.05080
23 - 25	82	3.1423	.79785	.08811

Total	451	3.1212	.81322	.03829
--------------	-----	--------	--------	--------

10.2. Đối với biến định tính Tình trạng nghề nghiệp

	N	Mean	Std.Deviation	Std. Error
Học sinh	140	3.3095	.86743	.07331
Sinh viên	238	3.0210	.77467	.05021
Đã đi làm	73	3.0868	.77585	.09081
Total	451	3.1212	.81322	.03829

Phụ lục 11: Thống kê mô tả sự khác biệt về Nhận thức xã hội đối với các nhóm của biến định tính Tình trạng nghề nghiệp

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Học sinh	140	2.7524	.71231	.06020
Sinh viên	238	2.7703	.69658	.04515
Đã đi làm	73	2.5342	.65201	.07631
Total	451	2.7265	.69823	.03288

Phụ lục 12: Thống kê mô tả sự khác biệt giữa hai nhóm giới tính đối với Vốn xã hội

Group Statistics					
	Giới tính	N	TB	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn
VXH	Nam	162	2.8642	0.75392	0.05923
	Nữ	289	2.5683	0.72967	0.04292

BÀI ĐĂNG

KỶ YẾU HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA ĐẢM BẢO DỊCH VỤ XÃ HỘI CƠ BẢN CHO NGƯỜI DÂN VÙNG DÂN TỘC THIỂU SỐ: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐẾN 2030

(Theo chương trình Khoa học và Công nghệ cấp Quốc gia giai đoạn 2016 – 2020 “Những vấn đề cơ bản và cấp bách về dân tộc thiểu số và chính sách dân tộc ở Việt Nam đến 2030”)

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH TRỞ THÀNH
FREELANCER – NGƯỜI LÀM NGHỀ TỰ DO CỦA GIỚI TRẺ TRÊN ĐỊA
BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

Phan Hữu Nghị

Lê Phương Mai

Trường Đại học Kinh Tế Quốc Dân

TÓM TẮT: Công trình nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến Ý định trở thành Freelancer – người làm việc tự do của giới trẻ trên địa bàn thành phố Hà Nội. TRA – TPB là căn cứ hình thành mô hình nghiên cứu. Dữ liệu nghiên cứu có được từ khảo sát 451 bạn trẻ độ tuổi từ 15 - 25 tại thủ đô. Kết quả thu được 5 nhân tố ảnh hưởng đến ý định theo đuổi ngành nghề tự do Freelance của giới trẻ. Đó là, thái độ cá nhân, nhận thức kiểm soát hành vi, nhận thức xã hội, vốn xã hội và tính cách cá nhân. Ngoài nhân tố nhận thức xã hội có mối quan hệ ngược chiều, 4 nhân tố còn lại đều có quan hệ thuận chiều đối với ý định trở thành Freelancer (các giả thiết được ủng hộ ở mức ý nghĩa 5%). Bên cạnh đó nghiên cứu chỉ ra sự khác nhau về ý định trở thành Freelancer của những người trẻ được phân loại dựa trên độ tuổi và tình trạng nghề nghiệp.

Từ khóa: ý định, người làm nghề tự do, việc làm tự do, Hà Nội, thái độ cá nhân

1./ Giới thiệu

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã khiến Freelance – việc làm tự do trở thành một lựa chọn nghề nghiệp nghiêm túc vì nhu cầu đời sống, mô hình kinh doanh, kỹ thuật công nghệ thay đổi. Freelance hình thành xu hướng trên toàn thế giới khi nhu cầu nhân lực tự do gia tăng và các doanh nghiệp muốn linh hoạt trong việc thuê nguồn nhân lực. Nhiều công trình nghiên cứu gần đây đã chỉ ra: Xu hướng khuyến khích người trẻ trở thành Freelancers giúp gắn kết cung cầu lao động, phát huy tính tích cực trong nghề, tự tạo và tìm việc làm. Ở các quốc gia phát triển như Mỹ, châu Âu, ngày càng có nhiều người chuyển sang theo đuổi ngành nghề này dẫn tới thuật ngữ ‘nền kinh tế việc làm tự do’ – ‘The Gig Economy’. Thống kê năm 2019 của nền tảng tự do toàn cầu Upwork và Freelancers Union cho biết Mỹ có 57 triệu người hiện đang làm việc tự do, chiếm tới

35% lực lượng lao động Hoa Kỳ. Những Freelancers kiếm được gần một nghìn tỷ đô trong năm 2018 chỉ từ riêng công việc tự do, đóng góp gần 5% tổng GDP của quốc gia Hoa Kỳ. Số lượng người trẻ làm Freelancers tại Việt Nam tính đến ngày 4 tháng 11 năm 2019 vào khoảng 155,000 người, đứng thứ ba trong khu vực Đông Nam Á, xếp sau Philippine (536,000 người) và Indonesia (412,000 người) (*thống kê của Antara, thời báo quốc gia Indonesia*). Thời kỳ hội nhập, khi đất nước tích cực hướng tới việc thúc đẩy lực lượng lao động trình độ cao làm trụ cột dẫn dắt nền kinh tế phát triển hiệu quả, cùng với việc các doanh nghiệp đang có những bước chuyên hóa sang mô hình làm việc từ xa (mà đại dịch Covid 19 năm 2020 là nguyên nhân chính khiến điều này xảy ra nhanh hơn), Freelance được dự báo sẽ phát triển mạnh mẽ trong tương lai và thiết lập một xu hướng lâu dài, nhất là sau dịch Covid 19. Do đó, việc xây dựng một mô hình xác định các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer, qua đó đề xuất kiến nghị nhằm thu hút, tạo điều kiện cho giới trẻ tiếp cận và có cái nhìn sâu sắc hơn về ngành nghề này là rất cần thiết đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Nghiên cứu được thực hiện với mục đích xem xét các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ. Phạm vi nghiên cứu giới hạn là những học sinh THPT, sinh viên và công nhân viên chức dưới 26 tuổi đang sinh sống và làm việc tại Hà Nội. Kết quả nghiên cứu có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho các trường THPT, trường Đại học và bộ phận hướng nghiệp trong quá trình định hướng, giúp giới trẻ tiếp cận thông tin và có những lựa chọn việc làm phù hợp hơn trong tương lai.

2./ Cơ sở lý luận cho nghiên cứu về Freelancer

Việc nghiên cứu về nguồn gốc của thuật ngữ “Freelancer” - người làm nghề tự do - bắt nguồn từ thời trung cổ châu Âu. Điều này có nghĩa Freelance không phải một hiện tượng mới, nó đang dần trở nên phổ biến do sự tái cơ cấu của tổ chức và sự cần thiết phải linh hoạt trong thị trường lao động (Osnowitz 2010, tr. 32 – 33). Freelance – việc làm tự do, là ngành nghề không bị gò bó theo một khuôn khổ hành chính nhất định nào hay nói cách khác người làm công việc này không cam kết dài hạn cho một tổ chức hoặc cá nhân nào. Thay vào đó, họ kí nhiều hợp đồng ngắn hạn với nhiều khách hàng để cung cấp một dịch vụ chuyên biệt. Họ làm việc độc lập, không thuê nhân viên, và tự chi trả cho các chi phí về thuế, bảo hiểm y tế,... của bản thân. Một số lợi ích mà Freelance mang lại cho người làm đó là sự tự chủ, sự linh hoạt, quyền tự lựa chọn cách

thức, tần suất thực hiện công việc, thời gian và địa điểm làm việc. Hơn nữa, những tiến bộ về công nghệ ngày nay đã giúp các Freelancers tìm kiếm khách hàng, quảng bá dịch vụ và trao đổi công việc một cách dễ dàng và tiện lợi mọi lúc, mọi nơi. Hợp tác cùng Freelancers giúp doanh nghiệp khắc phục những nhược điểm của mô hình làm việc cũ, như: Giúp hạn chế chi phí chi trả cho nguồn đào tạo nhân lực hàng năm, các loại thuế, bảo hiểm y tế hay phúc lợi dành cho nhân viên, tránh các khoản tổn thất tài chính để nuôi nhân viên hợp đồng trong thời gian nhàn rỗi, giảm thiểu những vấn đề phức tạp giữa các nhân viên tại nơi làm việc. Nghiên cứu của J. Van den Born vào năm 2009 đã chỉ ra hai điểm khác nhau cơ bản giúp phân biệt người làm nghề tự do (Freelancers) và người khởi nghiệp (Entrepreneurs). Thứ nhất, trong khi Freelancers kinh doanh chất xám và kỹ năng của chính mình ở một hoặc một số lĩnh vực nào đó, thì Entrepreneurs lại kinh doanh những sản phẩm và dịch vụ hữu hình. Thứ hai, Freelancers không sử dụng nhân viên, hoặc họ chỉ có 1-2 người làm trợ lý cho mình. Trái lại, Entrepreneurs cần tuyển rất nhiều nhân viên để thực hiện các dự án công ty khởi nghiệp. Do đó những kỹ năng như lãnh đạo, tổ chức, quản lý nhân viên không thực sự cần thiết cho Freelancers. Thay vào đó để thành công, họ cần kỹ năng quản lý thời gian, sắp xếp công việc, quản lý bản thân, giao tiếp tốt,...

3./ Các giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu đề xuất

***./ Các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer và giả thuyết nghiên cứu**

Căn cứ vào các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước trước đây, kết hợp với việc tìm hiểu thông tin từ báo chí và thực tiễn tại Việt Nam, nghiên cứu đã đề xuất 6 nhân tố ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ lần lượt là: (1) Thái độ cá nhân, (2) Nhận thức kiểm soát hành vi, (3) Nhận thức xã hội, (4) Vốn xã hội, (5) Vốn con người, (6) Tính cách cá nhân. Theo đó là 6 giả thuyết nghiên cứu tương ứng được đưa ra.

a./ Nhận thức kiểm soát hành vi

“Nhận thức kiểm soát hành vi” (Control Beliefs) được xem là tiền đề của “khả năng kiểm soát hành vi được cảm nhận” (Perceived Behavioral Control) trong mô hình TPB, nó phản ánh cảm nhận của cá nhân về độ khó hay dễ trong việc thực hiện hành vi đó. Ajzen (1991) đề nghị rằng nhân tố kiểm soát hành vi tác động trực tiếp đến xu hướng thực hiện hành vi, và nếu đương sự chính xác trong cảm nhận về mức độ kiểm soát của

mình, thì kiểm soát hành vi còn dự báo cả hành vi. Cụ thể trong nghiên cứu, nhân tố nhận thức kiểm soát hành vi của bản thân đo lường mức độ nhận thức của giới trẻ về bản thân trong quá trình làm Freelancers.

Giả thuyết [H1] được đặt ra để kiểm chứng mối quan hệ giữa nhân tố này và ý định theo đuổi nghề tự do của giới trẻ: Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer.

b./ Thái độ cá nhân

Fishbein và Ajzen (1975) nhận định thái độ là yếu tố dự báo đáng tin cậy của một hành vi trong tương lai. Krueger và cộng sự (2000) cho rằng thái độ cá nhân mô tả sự đánh giá một cách có hệ thống tích cực hoặc tiêu cực đến một đối tượng cụ thể nào đó. Cảm giác này bị ảnh hưởng bởi các yếu tố tâm lý và các tình huống đang hiện hữu. Nó thể hiện cách đánh giá của người đó về đối tượng và so sánh với các đối tượng khác dựa trên suy nghĩ (nhận thức), niềm tin (các giá trị) và cảm xúc của cá nhân đối với sự vật (Hoyer và MacInnis, 2004). Nghiên cứu kỳ vọng Thái độ là một nhân tố quyết định quan trọng trong ý định trở thành Freelancers. Các tín hiệu thông tin ngoại vi (nguồn thông tin có sẵn) và nội bộ (nhận thức của cá nhân về khả năng và kiến thức về hành vi cụ thể) có thể thúc đẩy ý định trở thành Freelancer hiệu quả và ngược lại. Do đó, cá nhân sẽ có khả năng thực hiện hành động trở thành Freelancer nếu cá nhân có một thái độ nhìn nhận tích cực đối với ngành nghề này và cho rằng Freelancer là công việc mục tiêu của đời mình.

Với bối cảnh ở Việt Nam, tác giả đề xuất giả thuyết [H2]: Thái độ cá nhân có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer.

c./ Nhận thức xã hội

Trong quá trình lựa chọn nghề nghiệp, quyết định của các bạn trẻ đặc biệt là đối tượng sinh viên thường bị chi phối bởi các chủ thể trong xã hội khi họ coi hành động hay ý kiến của gia đình, bạn bè đó là những nhận thức xã hội mà một cá nhân tuân thủ theo. Nhận thức xã hội là cảm nhận áp lực, mức độ quan tâm xã hội để đi đến hành vi (Linan & ctg, 2005). Còn nhận thức xã hội theo Fishbein & Ajzen (1975) định nghĩa là nhận thức của một cá nhân, với những người tham khảo quan trọng của cá nhân đó cho rằng hành vi nên hay không nên được thực hiện. Nó là tác động tâm lý đối với hành vi của con người và giúp con người suy xét để đi đến quyết định nào đó. Ở nghiên cứu này,

các biến quan sát của Nhận thức xã hội gắn liền với việc bạn bè, gia đình và mọi người trong xã hội có ủng hộ hành vi một cá nhân trở thành Freelancer hay không. Điều này xuất phát từ văn hóa tổ chức, văn hóa gia đình. Vì vậy, nhóm nghiên cứu kỳ vọng nhận thức xã hội sẽ định hướng đến ý định trở thành Freelancer, suy nghĩ và hành vi của một cá nhân và tìm hiểu rằng những lời cổ vũ, động viên hay những ý kiến phản bác, chê trách từ những người quan trọng của các đáp viên sẽ làm gia tăng hay giảm sút ý định trở thành Freelancers.

Nghiên cứu đề xuất giả thuyết [H3]: Nhận thức xã hội tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancers.

d./ Vốn xã hội

Vốn xã hội bao gồm: (1) Vốn xã hội quan hệ - các nguồn lực thông qua các mối quan hệ giữa các thành viên trong gia đình, họ hàng thân thích. (2) Vốn xã hội giao tiếp - là các nguồn lực những mối quan hệ nghề nghiệp, đối tác, đồng nghiệp.

Theo công trình nghiên cứu “*Vốn xã hội và việc làm của sinh viên các trường đại học trường hợp điển hình tại KTQD*” (2019), các nguồn lực có thể là sự hỗ trợ về tài chính, tiền bạc, chi phí tìm kiếm,... thông qua mạng lưới quan hệ. Nguồn vốn tài chính và các mối quan hệ xã hội là hai yếu tố đóng vai trò không kém phần quan trọng trong quá trình bắt đầu một công việc mới của giới trẻ. Nhất là trong hình thức công việc tự làm chủ, mọi người thường phải đối mặt với vấn đề huy động vốn và có xu hướng thiết lập vốn xã hội quan hệ và giao tiếp để giảm thiểu rủi ro, bắt đầu trong quá trình theo đuổi công việc. Tiếp cận nguồn tài chính dễ dàng, có nhiều mối quan hệ xã hội sẽ làm tăng cơ hội thành công, giúp các Freelancer có cơ hội tiếp xúc nhiều hơn với khách hàng Căn cứ vào cơ sở lý luận đã đề cập, từ thực tiễn tại Việt Nam và dựa theo kết quả các nghiên cứu liên quan của Luthje và Franke (2004), Wongnaa và Seyram (2014), Ngô Quỳnh An (2012), nhóm nghiên cứu kỳ vọng rằng yếu tố tiếp cận tài chính và mạng lưới quan hệ xã hội của cá nhân trong vốn xã hội có ảnh hưởng đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ.

Giả thuyết [H4] được đặt ra là: Vốn xã hội có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer của giới trẻ

e./ Vốn con người

Hiện nay, muốn làm bất cứ việc gì trong bất cứ ngành nghề nào, bản thân mỗi người cũng cần phải có kiến thức chuyên môn về ngành nghề đó, bên cạnh đó là các kỹ năng mềm thiết yếu. Vốn con người thực chất là một hình thức vốn vô hình khi so sánh với các hình thức vốn hữu hình. Là các kiến thức, kỹ năng, năng lực, kinh nghiệm và các tố chất khác được sở hữu bởi cá nhân giúp tạo ra những giá trị về kinh tế, xã hội cho bản thân. Theo như định nghĩa của J. Van den Born, Freelancers kinh doanh chất xám và kỹ năng của chính mình ở một hoặc một số lĩnh vực nào đó, vậy nên vốn con người rõ ràng có tầm quan trọng lớn đối với họ.

Giả thuyết [H5]: Vốn con người có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer.

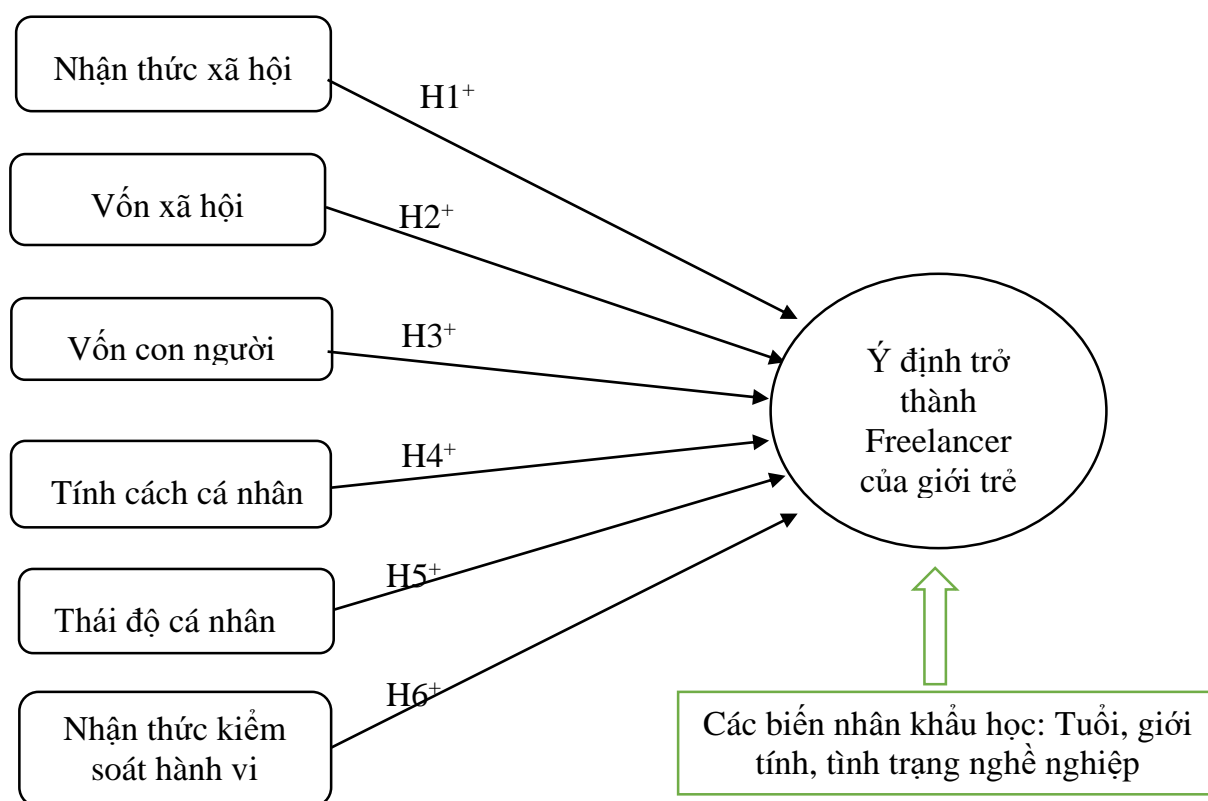
f./ Tính cách cá nhân

Tính cách cá nhân là những phẩm chất, đặc điểm riêng của mỗi người. Từ lâu, các nhà nghiên cứu đã nhận thấy vai trò của tính cách cá nhân đối với hành động lựa chọn việc làm. Kirzner (1973) mô tả những người muốn làm công việc tự do là những người có đủ khả năng nhạy bén để phát hiện được các cơ hội thuận lợi mà trước đó chưa phát hiện ra, thế rồi tận dụng các cơ hội đó. Dựa vào nghiên cứu của Shane và cộng sự (2003), nhóm tác giả đề xuất các tính cách như “chấp nhận rủi ro”, “niềm tin vào năng lực bản thân”, “sáng tạo” có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancers của giới trẻ. Theo Gerritson và cộng sự (1980), một phẩm chất tính cách thể hiện sự khác biệt giữa nam giới và nữ giới chính khi khởi nghiệp là “sự tự tin”. Kết quả nghiên cứu trước đó cho thấy nữ giới thường có sự tự tin thấp hơn nam giới. Vì vậy, nhóm kỳ vọng rằng tính cách cá nhân cũng có vai trò quan trọng trong ý định theo đuổi công việc tự do của giới trẻ.

Giả thuyết cuối cùng được đưa ra [H6]: Tính cách cá nhân có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer.

***./ Mô hình nghiên cứu**

Như vậy, tác giả dựa vào tổng quan các công trình nghiên cứu trước đây, đặc biệt là thuyết TRA – TPB của Fishbein & Ajzen làm nền tảng để lý giải mối quan hệ giữa các nhân tố trên đến ý định trở thành Freelancer, qua đó đề xuất mô hình và các giả thuyết.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu xây dựng bảng khảo sát bao gồm 28 biến quan sát tương ứng với 6 biến độc lập bao gồm : Thái độ cá nhân, nhận thức kiểm soát hành vi, nhận thức xã hội, vốn xã hội, vốn con người, tính cách cá nhân và 1 biến phụ thuộc ý định trở thành Freelancer.

Dữ liệu thu thập được sử dụng để đánh giá thang đo và kiểm định các giả thuyết. Thang đo và độ tin cậy của các biến quan sát được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA. Sau đó, tác giả thống kê mô tả các biến nghiên cứu và kiểm định sự khác biệt của biến định tính đối với biến định lượng. Cuối cùng, sau khi hoàn thành các bước trên, tác giả tiến hành kiểm định mô hình bằng phương pháp hồi quy đa biến với mức ý nghĩa 5%. Các phân tích dữ liệu được thực hiện với sự hỗ trợ của phần mềm Excel và SPSS.

4./ Kết quả nghiên cứu

Bảng 1. Thang đo nghiên cứu

Kí hiệu	Thang đo	Nguồn tham khảo
YD1	Mục tiêu tương lai của tôi là trở thành Freelancer	Krueger (2003), Luthje & Franke (2004)
YD2	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc cho ý tưởng làm Freelancer của mình	
YD3	Tôi phải cố gắng để trở thành Freelancer sớm nhất có thể	
YD4	Tôi sẽ chỉ trở thành Freelancer khi tôi chắc chắn nó sẽ thành công	
NTKS1	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này	Maes et al. (2014); Mumtaz et al.(2012)
NTKS2	Việc theo đuổi ngành nghề tự do đối với tôi là hoàn toàn khả thi	
NTKS3	Tôi nghĩ trở thành Freelancer khá dễ dàng với tôi	
TD1	Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi	Krueger et al. (2000); Autio et al. (2001)
TD2	Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành Freelancer	
TD3	Trở thành Freelancer mang lại cho tôi nhiều lợi ích hơn những bất lợi	
TD4	Theo đuổi ngành nghề Freelance mang lại cho tôi niềm vui và giúp tôi học được nhiều điều mới	
NTXH1	Người thân làm Freelancer ảnh hưởng đến quyết định theo đuổi công việc này của tôi	Kolvereid, Isaksen (2006); Krueger et al. (2000);
NTXH2	Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm Freelancer của tôi	
NTXH3	Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này	
NTXH4	Người quen của tôi khuyên tôi làm Freelancer	
VXH1	Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp,...) để theo đuổi ngành nghề này	Luthje & Franke (2004), Wongnaa
VXH2	Tôi có thể huy động vốn từ gia đình và bạn bè	
VXH3	Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành	

	Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)	& Seyram
VXH4	Tôi có thể huy động vốn từ nhiều nguồn khác (các hiệp hội, tổ chức,...)	(2014)
VCN1	Tôi nhận thấy bản thân có đủ trình độ kiến thức chuyên môn để làm công việc này	J. Van den Born
VCN2	Tôi nhận thấy bản thân có kỹ năng mềm (kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, tin học...) tốt để theo đuổi công việc Freelance	(2009)
VCN3	Tôi có những kinh nghiệm xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân để trở thành Freelancer	
TC1	Tôi không ngại rủi ro, thách thức khi làm công việc này	Kirzner
TC2	Tôi có thể thỏa đam mê sáng tạo khi làm Freelancer	(1973),
TC3	Tôi yêu thích sự tự chủ và độc lập trong công việc	Shane et al.
TC4	Tôi là người nhạy bén với các xu thế và cơ hội	(2003)
TC5	Tôi thích tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kiến thức cho bản thân	
TC6	Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công	

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha

Khi xem xét hệ số tương quan biến tổng, hệ số của các biến quan sát YD4, NTKS2, NTXH4 trong các thang đo nhỏ hơn 0,3 nên đã bị loại bỏ để tiến hành chạy lại. Kết quả kiểm định giá trị Cronbach's Alpha sau đó đều đảm bảo độ tin cậy:

Bảng 2. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo

Nhóm nhân tố	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
Thái độ cá nhân	4	0,781
Nhận thức kiểm soát hành vi	3	0,654
Nhận thức xã hội	3	0,653
Vốn xã hội	4	0,789
Vốn con người	3	0,856

Tính cách cá nhân	6	0,863
Ý định trở thành Freelancer	3	0,797

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Bảng 3. Kết quả phân tích nhân tố EFA cho biến độc lập

	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
TC3	0.824					
TC6	0.811					
TC5	0.770					
TC2	0.731					
TC1	0.634					
TC4	0.565					
VXH3		0.811				
VXH2		0.786				
VXH1		0.710				
VXH4		0.514				
TD1			0.810			
TD4			0.789			
TD2			0.719			
TD3			0.616			
VCN1				0.882		
VCN2				0.879		
VCN3				0.877		
NTXH1					0.870	
NTXH2					0.604	
NTXH3					0.553	
NTKS3						0.703
NTKS1						0.523
Eigenvalue	6.101	2.735	2.377	1.7051	1.196	1.041
Số biến quan sát	6	4	4	3	3	2

Phương sai trích(%)	27.734	12.432	10.803	7.751	64.155	68.886
Tổng phương sai trích(%)	27.734	12.432	10.803	7.751	64.155	68.886

Kết quả phân tích EFA cho biến độc lập cho thấy, có 6 nhóm nhân tố được tạo thành với 22 biến quan sát được rút trích, hoàn toàn trùng khớp với 6 nhân tố được đề ra ban đầu. Tổng phương sai trích của các biến độc lập là 68.886% cho biết 06 nhóm nhân tố nêu trên giải thích được 68.886% biến thiên của 22 biến quan sát.

Bảng 4. Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc

Biến quan sát	Nhân tố
	Ý định trở thành Freelancer (YD)
YD1	0.823
YD2	0.883
YD3	0.824
Eigenvalue	2.137
Phương sai trích(%)	71.225

Kết quả phân tích rút trích nhân tố EFA cho biến phụ thuộc Ý định trở thành Freelancer (YD) cũng đạt kết quả tốt, có một nhóm nhân tố duy nhất được rút ra và tổng phương sai trích của biến phụ thuộc là 71.225% cho biến nhân tố rút trích giải thích được 71.225% sự biến thiên của dữ liệu.

Hồi quy đa biến lần 1

Bảng 5. Hồi quy lần 1

	B	Beta	Sig	VIF
Hằng số	.293		.254	
Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS)	.137	.141	.003	1.658
Thái độ cá nhân (TD)	.514	.398	.000	1.326
Nhận thức xã hội (NTXH)	-.094	-.085	.046	1.313

Vốn xã hội (VXH)	.143	.133	.008	1.801
Tính cách cá nhân (TCCN)	.150	.132	.006	1.647
Vốn con người (VCN)	-.060	-.056	.132	1.009
R ²	0.382			
R ² điều chỉnh	0.374			
Biến phụ thuộc: Ý định trở thành Freelancer (YD)				

Kết quả hồi quy lần 1 chỉ ra 5 biến độc lập có mức ý nghĩa Sig < 0.05 chứng tỏ có ý nghĩa về mặt thống kê. Tuy nhiên biến Vốn con người có Sig = 0.132 > 0.05 chưa đảm bảo ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5% nên tác giả loại bỏ nhân tố này và thực hiện chạy hồi quy lần 2.

Hồi quy đa biến lần 2

Điều chỉnh các giả thuyết nghiên cứu:

H1': Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

H2': Thái độ cá nhân có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

H3': Nhận thức xã hội có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

H4': Vốn xã hội có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

H5': Tính cách cá nhân có tác động tích cực đến Ý định trở thành Freelancer.

Bảng 6. Hồi quy lần 2

	B	Beta	Sig.	VIF
Hằng số	.100		.654	
Nhận thức kiểm soát hành vi (NTKS)	.133	.138	.004	1.654
Thái độ cá nhân (TD)	.520	.403	.000	1.320
Nhận thức xã hội (NTXH)	-.096	-.087	.042	1.312
Vốn xã hội (VXH)	.148	.137	.007	1.796
Tính cách cá nhân (TCCN)	.149	.131	.006	1.646
R ²	0.379			

R ² hiệu chỉnh	0.372
Biến phụ thuộc: Ý định trở thành Freelancer (YD)	

Kết quả hồi quy lần 2 chỉ ra rằng tất cả các biến độc lập: Thái độ cá nhân, nhận thức xã hội, nhận thức kiểm soát hành vi, vốn xã hội, tính cách cá nhân đều có ý nghĩa về mặt thống kê. Nói cách khác, 5 nhân tố này đều có mức độ ảnh hưởng nhất định đến Ý định trở thành Freelancer. Giá trị R² hiệu chỉnh cho thấy mô hình này giải thích được 37,2% cho tổng thể về sự liên hệ của 5 biến độc lập nói trên đến biến phụ thuộc ý định trở thành Freelancer của giới trẻ Hà Nội.

Các giả thuyết H1', H2', H4', H5' cho biết các biến NTKS, TD, VXH, TC tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer được chấp nhận. Giả thuyết H3' về sự tác động tích cực của biến NTXH không được chấp nhận do hệ số Beta mang dấu âm, tức là biến này tăng sẽ làm giảm ý định trở thành Freelancer của giới trẻ.

Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm biến nhân khẩu học

Ngoài ra, để phân tích sự khác biệt giữa các nhóm trong biến nhân khẩu học đối với biến độc lập và biến phụ thuộc, nghiên cứu sử dụng kiểm định hai mẫu độc lập T – test và phân tích phương sai ANOVA. Sau đây là một số kết luận rút ra:

Đối với Ý định trở thành Freelancers, kết quả chỉ ra rằng có sự khác biệt giữa 3 nhóm tuổi 15 – 18, 19 – 22, 23 – 25 của biến định tính Độ tuổi và 3 nhóm: học sinh, sinh viên, người đã đi làm của biến định tính Tình trạng nghề nghiệp về ý định trở thành Freelancer. Nhóm 15 – 18 tuổi và nhóm Học sinh THPT là những người quan tâm và có ý định trở thành Freelancer cao nhất trong 2 biến định tính tương ứng. Điều này chứng tỏ, xu hướng ngành nghề tự do Freelance ngày một gia tăng mạnh mẽ trong cộng đồng những người trẻ trung hơn.

Đối với nhân tố nhận thức xã hội, kết quả kiểm định chỉ ra có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa 3 nhóm tình trạng nghề nghiệp khác nhau. Giá trị trung bình đạt cao nhất ở nhóm sinh viên (2.77) và thấp nhất ở nhóm Đã đi làm là (2.5342) trong khi nhóm Học sinh chỉ giảm nhẹ so với Sinh viên, đạt trung bình (2.7524). Có thể thấy đối với những người đã đi làm thì gia đình, người thân họ thường có xu hướng không mong muốn họ thay đổi nghề hiện tại để đi theo con đường Freelance.

Đối với nhân tố vốn xã hội, kết quả kiểm định chỉ ra có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa giới tính nam và nữ. Mức độ đồng tình với vốn xã hội của nam giới là xấp xỉ 2.8642 trong khi nữ giới thấp hơn hẳn, chỉ đạt 2.5683.

Ngoài ra số liệu điều tra của nghiên cứu cũng cho biết, trong tổng số 451 phiếu khảo sát, tuy có đến gần 76% giới trẻ được phỏng vấn trả lời rằng họ quan tâm, có ý định trở thành Freelancers, nhưng chỉ có 12.4% trong số này lựa chọn làm nghề này như nghề chính thức, số còn lại vẫn lựa chọn chỉ coi Freelance như nghề tay trái.

4./ Một số đánh giá và khuyến nghị

*./ Đánh giá rút ra từ mô hình

(1) *Thái độ cá nhân.* Kết quả hồi quy cho thấy rằng yếu tố thái độ cá nhân có tác động tích cực mạnh nhất tới ý định trở thành Freelancers của giới trẻ Hà Nội (Beta = 0.403). Giới trẻ ngày nay luôn muốn thể hiện “cái tôi” của bản thân. Và thái độ chính là một hình thức tâm lý của điều đó. Mức độ đồng tình của giới trẻ đối với nhân tố này cao nhất trong tất cả các nhân tố, nói cách khác giới trẻ Hà Nội đang dành cho việc làm tự do Freelance một cái nhìn khá thiện cảm. Họ thể hiện quan điểm đầy mạnh mẽ “*Công việc tự do là ngành nghề hấp dẫn đối với tôi*” (mean = 3.62) hay “*Nếu có cơ hội và nguồn lực cần thiết, tôi sẽ trở thành freelancer*” (mean = 3.88). Thanh thiếu niên hiện nay có mối quan tâm đúng đắn và hứng khởi về ngành nghề freelance, từ đó tạo ra thái độ và động lực tích cực với công việc này. Họ cảm nhận được những lợi ích “*Trở thành freelancer sẽ đem lại cho tôi nhiều lợi ích hơn bất lợi*” (mean = 3.83), những vai trò mà Freelance mang lại không chỉ với riêng họ mà còn đối với sự phát triển kinh tế, xã hội. Một lợi thế cho giới trẻ Hà Nội là họ có điều kiện để tiếp cận dễ dàng và cập nhật xu thế loại hình công việc này hơn so với các tỉnh thành khác. Đây cũng chính là tiền đề dẫn đến việc họ có thái độ tích cực về ngành nghề Freelance.

(2) *Nhận thức kiểm soát hành vi* Tuy ảnh hưởng của nhóm nhân tố này chưa cao như nhóm nhân tố Thái độ cá nhân nhưng vẫn mang lại sự thay đổi tích cực đến ý định trở thành Freelancers của giới trẻ (Beta = 0.138). Khi nhận thức kiểm soát hành vi của họ tăng lên đồng nghĩa với việc khả năng thực hiện ý định trở thành freelancer của họ tăng lên. Một điểm nổi bật ở nghiên cứu này, là đa phần các thanh thiếu niên được khảo sát nhận định rằng thực tế không hề dễ dàng khi muốn bắt đầu công việc:

“Tôi thấy trở thành Freelancer khá dễ dàng đối với tôi” (mean = 2.51). Họ nhận thấy những khó khăn trong quá trình xây dựng thương hiệu riêng, tiếp cận khách hàng cũng như các nguồn vốn ban đầu, không biết cách quảng bá bản thân ra sao. Đây là nền tảng cơ sở để đưa ra những kiến nghị đối với bản thân các bạn trẻ, sự giáo dục của nhà trường để khiến họ có được sự tự tin hơn trong việc tiếp cận và theo đuổi đam mê.

(3) Vốn xã hội có tác động nhiều thứ ba trong các nhân tố làm gia tăng ý định trở thành freelancer (Beta = 0.137). Giới trẻ có tiềm lực tài chính càng lớn thì họ càng cảm thấy khả quan hơn đối với việc theo đuổi ngành Freelance. Tương tự, những mối quan hệ bạn bè, đối tác hoặc nghề nghiệp sẽ giúp họ trong việc xây dựng và hình thành thương hiệu, quảng bá bản thân – một lợi thế rất quan trọng khi trở thành Freelancer. Qua điều tra, ta nhận thấy thực trạng rằng giới trẻ ngày nay vẫn chưa thực sự tự tin vào nguồn vốn xã hội sẵn có của bản thân “Tôi có thể tích lũy đủ vốn tài chính (thông qua người quen, đồng nghiệp,...) để theo đuổi ngành nghề này” (mean = 2.63), đặc biệt “Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có ích cho việc trở thành Freelancer (để quảng bá dịch vụ, thu thập thông tin,...)” đạt mức độ đồng tình thấp nhất (mean = 2.16). Đây có lẽ là lý do chính khiến nhiều bạn trẻ lựa chọn làm những công việc khác ban đầu để kiếm thêm thu nhập, gây dựng các mối quan hệ xã hội rồi đầu tư vào đam mê Freelance sau đó. Một điểm nổi bật mà nghiên cứu này chỉ ra là, theo phân tích rút ra từ kiểm định sự khác biệt giữa 2 nhóm giới tính, những người có giới tính khác nhau có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê đối với nhận định về nhân tố vốn xã hội. Nói rõ hơn, nguồn vốn xã hội ở những đối tượng là nữ giới (mean = 2.56) không được đánh giá cao bằng nam giới (mean = 2.86). Vì vậy, nhóm nghiên cứu kết luận rằng, đặc thù về giới tính có thể chi phối lên nguồn vốn xã hội của mỗi cá nhân.

(4) *Tính cách cá nhân* có tác động mang ý nghĩa tích cực lớn thứ tư tới ý định trở thành Freelancers của giới trẻ (Beta = 0.131). Các đặc điểm tính cách của nổi bật của giới trẻ là “không ngại rủi ro, thách thức”, “đam mê sáng tạo”, “nhu cầu tự chủ và độc lập trong công việc” hay “thích tìm tòi, trải nghiệm”,... Những tính cách này có ảnh hưởng tích cực tới việc trở thành freelancer, cũng là những phẩm chất mà giới trẻ cần có để trở thành một freelancer. Kết quả nghiên cứu các đặc điểm này cũng có

sự tương đồng với kết quả của một số nghiên cứu trước đây về sinh viên trong nỗ lực khởi nghiệp, như: Shane và cộng sự (2003), đã chỉ ra rằng các tính cách như “chấp nhận rủi ro”, “chịu đựng sự mơ hồ”, “đam mê”, “nỗ lực”, “có tầm nhìn” có mối quan hệ với ý định khởi nghiệp của sinh viên; mô hình Brandstätter (2011), cho kết quả “sẵn sàng đổi mới”, “chủ động”, “chịu được áp lực”, “nhu cầu tự chủ”, “kiểm soát bản thân” có ảnh hưởng tích cực đến việc tạo lập doanh nghiệp và “kinh doanh thành công”. Điều này nghĩa là, có những tố chất cá nhân chung như: “nhu cầu tự chủ”, “chấp nhận rủi ro”,... phản ánh sự phù hợp của người lao động đối với lĩnh vực tự tạo việc làm. Cụ thể ở đây là khởi sự doanh nghiệp và việc làm tự do. Ngoài ra, nghiên cứu của nhóm tác giả còn chỉ ra những kết luận rất riêng về tính cách giới trẻ thế hệ hiện nay phù hợp với ngành nghề tự do, rằng sự yêu thích khám phá “*Tôi thích được tìm tòi, trải nghiệm để tích lũy kinh nghiệm cho bản thân*” (mean = 3.83), nhu cầu chủ động “*Tôi yêu thích sự tự chủ và độc lập trong công việc*” (mean = 3.87), hay khao khát thành đạt “*Tôi mong muốn và theo đuổi sự thành công*” (mean = 3.99) cũng như sự “nhạy bén” đối với các xu thế ngành nghề trên thị trường luôn là những động lực mạnh mẽ thúc đẩy giới trẻ tiếp cận nhiều hơn đến việc làm tự do Freelance.

- (5) *Nhận thức xã hội* tác động ngược chiều ở mức độ tương đối thấp lên ý định trở thành freelancer (Beta = - 0.087). Ở một quốc gia như Việt Nam thì ảnh hưởng của bố mẹ, người thân đến quyết định nghề nghiệp là điều tất yếu xảy ra. Trước đây, nhiều gia đình áp đặt con cái phải theo nghề nghiệp do bố mẹ lựa chọn. Tuy nhiên, trong thời kì đất nước ngày một hội nhập, hiện đại hoá và văn minh hơn (đặc biệt là trên địa bàn thành phố Hà Nội), giới trẻ cũng ngày một bản lĩnh và có chính kiến của riêng mình. Họ muốn tự quyết định tương lai của bản thân, không chịu ảnh hưởng bởi suy nghĩ của người khác. Điều đặc biệt là, nhân tố này có trị số trung bình thấp nhất trong tất cả cá nhân tố, tiêu biểu ở biến quan sát như “*Gia đình và bạn bè luôn ủng hộ quyết định làm freelancer của tôi*” (mean = 2.68) và “*Ba mẹ định hướng cho tôi theo đuổi công việc này*” (mean = 2.25). Điều này có thể lý giải là, hiện nay, không có nhiều gia đình định hướng hay ủng hộ con em mình lựa chọn theo đuổi công việc này từ ban đầu. Dù vậy, thế hệ trẻ cũng không còn muốn chịu sự sắp xếp công việc theo ý ba mẹ hay người thân xung quanh mình. Gia đình càng phản đối, họ càng

thích đi ngược lại, khao khát theo đuổi ngành nghề Freelance của họ thể hiện ngày càng mạnh mẽ. Đó là lý do Nhận thức xã hội có tác động nghịch chiều lên biến Ý định trở thành Freelancer.

***/ Kiến nghị**

Kiến nghị đối với giới trẻ

Mặc dù nhân tố vốn con người không có ý nghĩa thống kê với mô hình này, nhưng dựa trên cơ sở lý luận của các nghiên cứu trước đây và từ đặc trưng thực tế của môi trường làm việc đầy cạnh tranh ngày nay, phải khẳng định rằng vốn con người là một ưu thế quan trọng đối với mỗi người lao động trẻ trên con đường theo đuổi việc làm nói chung và ngành nghề tự do nói riêng. Thế hệ thanh thiếu niên trong thời đại công nghệ 4.0 muốn nắm bắt cơ hội, không bị tụt hậu, cần có tinh thần cầu tiến không ngừng nghỉ để luôn cập nhật kịp thời những nguồn tri thức mới. Giới trẻ cần cải thiện bản thân thông qua việc mở rộng kiến thức qua các kênh thông tin quốc tế, tích cực trau dồi các kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm, nâng cao trình độ ngoại ngữ và tin học, qua đó giúp bản thân họ tự tin hơn, làm gia tăng mức độ đồng ý cho Nhận thức kiểm soát hành vi – Nhân tố thể hiện các bạn trẻ đang cảm thấy không mấy dễ dàng khi trở thành Freelancer theo nghiên cứu.

Kiến nghị đối với người thân, bạn bè

Thay vì đặt con cái vào một khuôn mẫu nhất định thì phụ huynh nên có một lối suy nghĩ cởi mở đối với con cái của họ. Khi giới trẻ bắt đầu trưởng thành và có trách nhiệm hơn với các quyết định của mình, cha mẹ nên là người khuyến khích, hỗ trợ và hướng dẫn cho con thay vì giành quyền quyết định của con. Điều này không chỉ tạo ra áp lực lớn cho giới trẻ phải đáp ứng mong đợi của cha mẹ mà còn khiến cho họ mất phương hướng, không biết mình muốn gì mà nhầm lẫn mong muốn của mình với mong muốn của cha mẹ. Cha mẹ nên để con tự lựa chọn, định hướng con cái làm những điều tích cực, để con có sự độc lập trong cách tư duy, từ đó các kỹ năng mềm của thanh niên cũng được phát triển hơn. Bên cạnh đó, đối với bạn bè xung quanh khi thấy bạn bè có ý định trở thành Freelancers thì nên có thái độ tích cực, nếu chưa thực sự hiểu rõ thì có thể cùng nhau tìm hiểu và bàn bạc lại với nhau, không nên tạo áp lực gò bó đối với họ, tránh làm cho bản thân người trẻ có suy nghĩ tiêu cực không dám bắt đầu.

Kiến nghị đối với nhà trường

Một thực tế trong quá trình khảo sát nhóm nghiên cứu phát hiện được đó là, đa phần các bạn trẻ biết, đọc được những thông tin về Freelance trên các phương tiện thông tin đại chúng như mạng xã hội, hoặc qua bạn bè và các đáp viên hầu như đều công nhận rằng, những giáo dục tại trường học gần như không cung cấp cho họ thông tin về loại hình công việc này. Do vậy, các trường THPT, các trường Đại học cần tích cực đổi mới chương trình học theo hướng nâng cao khả năng tư duy độc lập, sáng tạo và giáo dục kỹ năng sống dành cho học sinh, sinh viên. Tích cực tổ chức các chương trình thực tiễn gắn liền với giáo trình học tập và bổ sung các hoạt động ngoại khóa tìm hiểu về ngành nghề tương lai.

Kiến nghị đối với nhà nước và doanh nghiệp

Một trong những rào cản ngăn người trẻ bắt đầu với công việc Freelance là rất khó tiếp cận và hưởng lợi từ các dịch vụ an sinh xã hội như khu vực làm công chính thức. Do đó, ngoài mục tiêu tự làm chủ, những người trẻ tuổi cần được khuyến khích và nhà nước nên có những cơ chế, chính sách hợp lý về thuế, phúc lợi, bảo hiểm dành riêng cho Freelancers, hỗ trợ những khoản trợ cấp tiết kiệm, hưu trí phù hợp, để bảo vệ quyền lợi, xóa bỏ đi những rào cản, hướng tới thu hẹp khoảng cách giữa người trẻ và ngành nghề Freelance. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng nên có cái nhìn bớt khắt khe hơn đối với Freelancer, cởi mở hơn với các Freelancers mới để họ có thêm nhiều cơ hội trau dồi, phấn đấu, xây dựng hình ảnh và uy tín. Đây cũng sẽ là một động lực to lớn để giới trẻ mạnh dạn theo đuổi nghề tự do. Hơn hết, một mối quan hệ hợp tác bình đẳng và tôn trọng lẫn nhau luôn là điều mà giới trẻ kì vọng trong công việc của họ.

**FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO BECOME A FREELANCER
OF YOUNG PEOPLE IN HANOI**

Phan Huu Nghi, Le Phuong Mai

National Economics University

ABSTRACT: *The objective of this study is to identify factors influencing the intention of becoming a Freelancer of young people in Hanoi. TRA - TPB is the background to develop the research model in this paper. The data are based on a survey of 451 young people (aged 15 – 25 years) in Hanoi capital. The results indicated 5 main factors affecting the intention to become a freelancer including personal attitudes, perceived behavioral control, social norms, social capital, human capital, personal characteristics. Social norms had a negative relationship with intention of becoming a Freelancer, while the remaining factors had a significant positive influence on becoming a Freelancer at the statistically significant level of 5%. In addition, the study pointed out the differences of young people's intention to become a freelancer based on age and career status.*

Keyword: *intention, freelancer, freelance, Hanoi, personal attitude*

