

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG
ĐẾN Ý ĐỊNH TRỞ THÀNH FREELANCER CỦA GIỚI TRẺ HÀ NỘI**
**FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO BECOME A FREELANCER
OF YOUNG PEOPLE IN HANOI**

Phan Hữu Nghị, Lê Phương Mai

Viện Ngân hàng Tài chính, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Đến Tòa soạn ngày 25/08/2020, chấp nhận đăng ngày 22/10/2020

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 Hà Nội. 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 Hà Nội. Kết quả thu được 5 nhân tố ảnh hưởng đến ý định theo đuổi ngành nghề tự do 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 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, việc làm tự do, Hà Nội, thái độ cá nhân.

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.

Keywords: Intention, freelancer, freelance, Hanoi, personal attitude.

1. GIỚI THIỆU

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 cho biết Mỹ có 57 triệu người hiện đang làm việc tự do, chiếm tới 35% lực lượng lao động Hoa Kỳ (Upwork và Freelancers Union, 2019). Đội ngũ Freelancers kiếm được gần một nghìn tỷ đô trong năm 2018 chỉ từ riêng công việc tự do, đóng góp gần 5% tổng GDP quốc gia của Hoa Kỳ.

Số lượng người trẻ làm Freelancers tại Việt Nam tính đến ngày 4/11/2016 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) (theo thống kê của Antara - thời báo quốc gia Indonesia). Năm 2019, vLance.vn - một trong những nền tảng giao dịch việc làm tự do quy mô lớn và uy tín nhất Việt Nam cho biết có hơn 340.000 Freelancers hội tụ khắp đất nước đang tham gia hoạt động tại nền tảng này, với nhiều kỹ năng và kinh nghiệm chuyên môn đa dạng thuộc hơn 30 lĩnh vực khác nhau. 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 nhiều doanh nghiệp đang có những bước chuyển 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. Hiện nay, trong giai đoạn dịch Covid vẫn diễn biến phức tạp, 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, 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 phục hồi nền kinh tế. Qua đó, việc xây dựng mô hình xác định các nhân tố tác động đến ý định trở thành Freelancer, 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 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 các bạn trẻ trong độ tuổi 15-25, hiện đang sinh sống, học tập và làm việc tại Thủ đô Hà Nội. Cụ thể bao gồm 451 thanh thiếu niên là những học sinh đang theo học THPT, sinh viên các trường đại học, cao đẳng và người lao động dưới 26 tuổi trên địa bàn 10 quận điển hình: Ba Đình, Cầu Giấy, Đống Đa, Hà Đông, Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hoàng Mai, Long Biên, Tây Hồ, Thanh Xuân. Nghiên cứu được khảo sát trong khoảng thời gian từ tháng 7 năm 2019 đến tháng 3 năm 2020.

Kết quả nghiên cứu có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho các trường THPT, trường đại học, cao đẳng và bộ phận 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 giúp giới trẻ tiếp cận thông tin và có những kiến thức thực tế, những định hướng phù hợp hơn khi lựa chọn việc làm trong tương lai.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN CHO NGHIÊN CỨU VỀ Ý ĐỊNH TRỞ THÀNH FREELANCER

2.1. Khái niệm về Freelancer

“Việc nghiên cứu về nguồn gốc của thuật ngữ “Freelancer” - người làm nghề tự do - bắt nguồn từ thời trung cổ tại 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 hay nói cách khác người làm công việc này không 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 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 Freelancer 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,...

2.2. Phân biệt Freelancers và Entrepreneurs

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

3.1. 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 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 6 giả thuyết 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) 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. 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. 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.

[H1]: 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) 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. Với bối cảnh ở Việt Nam, tác giả đề xuất giả thuyết [H2].

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

c. Nhận thức xã hội

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, nghiên cứu đề xuất giả thuyết [H3].

[H3]: Nhận thức xã hội tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancers.

d. Vốn xã hội

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, tr.19). 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,... 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 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. Căn cứ theo kết quả các nghiên cứu liên quan của Luthje và Franke (2004), Wongnaa và Seyram (2014), Ngô Quỳnh An (2012), tác giả đề xuất giả thuyết [H4].

[H4]: Vốn xã hội có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer của giới trẻ.

e. Vốn con người

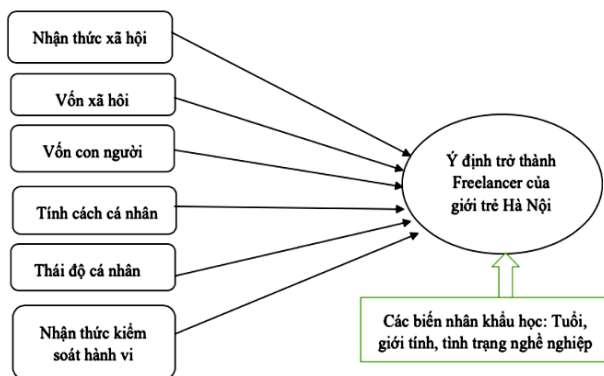
Hiện nay, muốn làm bất cứ việc gì trong bất cứ ngành nghề nào, bản thân mỗi người cũng cần phải có kiến thức chuyên môn về ngành nghề đó, bên cạnh đó là các kỹ năng mềm thiết yếu. Vốn con người thực chất là một hình thức vốn vô hình khi so sánh với các hình thức vốn hữu hình, là các kiến thức, kỹ năng, 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 năm 2009, 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. 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, để 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. 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. Tác giả đề xuất giả thuyết [H6]: Tính cách cá nhân có tác động tích cực đến ý định trở thành Freelancer.

3.2. Mô hình nghiên cứu

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

Tác giả 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. Sau đó áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, vào tháng 7 năm 2019, tác giả tiến hành phát 686 phiếu khảo sát chính thức bao gồm 180 phiếu giấy trực tiếp và 506 biểu mẫu online. Kết thúc khảo sát vào tháng 3 năm 2020, kết quả thu về 451 phiếu hợp lệ, thỏa mãn kích cỡ mẫu tối thiểu phải gấp 5 lần số biến quan sát (Comrey, 1973 và Roger, 2006).

Dữ liệu thu thập được sử dụng để đánh giá thang đo và kiểm định các giả thuyết. Độ tin cậy của các biến quan sát và thang đo 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 của phần mềm Excel và SPSS.
 hồi quy đa biến với mức ý nghĩa 5%. Các
 phân tích dữ liệu được thực hiện với sự hỗ trợ

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Bảng 1. Thang đo nghiên cứu

Tên biến	Kí hiệu	Thang đo	Nguồn tham khảo
Ý định trở thành Freelancer	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	
Nhận thức kiểm soát hành vi	NTKS1	Tôi biết thực tế cần chuẩn bị những gì để làm công việc này	Maes et al. (2014) Mumtaz et al. (2012)
	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	
Thái độ cá nhân	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	
Nhận thức xã hội	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	
Vốn xã hội	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,...)	
Vốn con người	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	

Tên biến	Kí hiệu	Thang đo	Nguồn tham khảo
	VCN3	Tôi có những kinh nghiệm xây dựng và quảng bá thương hiệu cá nhân để trở thành Freelancer	
Tính cách cá nhân	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	

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

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. 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

Kết quả hồi quy lần thứ nhất 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	
NTKS	.133	.138	.004	1.654
TD	.520	.403	.000	1.320
NTXH	-.096	-.087	.042	1.312
VXH	.148	.137	.007	1.796
TC	.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 hai 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. Nói rõ hơn, nguồn vốn xã hội ở những đối tượng là nữ giới không được đánh giá cao bằng nam giới. 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.

Ngoài ra số liệu điều tra của nghiên cứu cũng cho biết, trong tổng số 451 phiếu khảo sát, 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. THẢO LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

4.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

(1) *Nhận thức kiểm soát hành vi* mang lại sự thay đổi tích cực đến ý định trở thành Freelancers của giới trẻ ($\beta_1 = 0,138$). 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 cũng gia tăng. 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); biến 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.

(2) *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 ($\beta_2 = 0,403$). Giới trẻ ngày nay luôn muốn thể hiện “cái tôi” của bản thân. Và thái độ chính là một hình thức tâm 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 Việt Nam 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 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 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.

(3) *Nhận thức xã hội* tác động ngược chiều ở mức độ tương đối thấp lên ý định trở thành freelancer ($\beta_3 = -0,087$). 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 kỳ đất nước ngày càng hội nhập, hiện đại hoá và văn minh hơn, 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,...

(4) *Vốn xã hội* có tác động nhiều thứ ba trong các nhân tố làm gia tăng ý định trở thành Freelancer ($\beta_4 = 0,137$). 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. Một 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.

(5) *Tính cách cá nhân* có tác động mang ý nghĩa tích cực lớn thứ tư tới ý định trở thành Freelancers của giới trẻ ($\beta_5 = 0,131$). 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. Nghiên cứu chỉ ra những kết luận 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 “nhạy bén” 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.

4.2. Khuyến nghị

Khuyến 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. Không chỉ vậy, việc tham gia vào các tổ chức xã hội, hoạt động ngoại khóa sẽ giúp các bạn trẻ trẻ cởi mở và gắn kết hơn với những người xung quanh, góp phần mở rộng mối quan hệ và cải thiện vốn xã hội cho bản thân.

Khuyến 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.

Khuyến nghị đối với nhà trường

Một thực tế trong quá trình khảo sát 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, giáo dục tại trường học gần như không cung cấp cho họ thông tin về loại hình công việc này. 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. Do vậy, các trường THPT, các trường đại học, cao đẳng 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 các loại hình ngành nghề tương lai, với mục đích giáo dục học sinh, sinh viên giữ vai trò chủ động trong mọi công việc.

Khuyến 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 kỳ vọng trong công việc của họ

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] 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.
- [2] Ajzen, I., (1991), *The theory of planned behavior*.
- [3] AntaraNews (2016), *PayPal Champions the Rise of the Freelancer in Southeast Asia*.
- [4] Burke A. (2011), *The entrepreneurship enabling role of freelancers: Theory with evidence from the construction industry*. *International Review of Entrepreneurship*.
- [5] Fishbein, M. and Ajzen, I., (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*.
- [6] Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE & Tatham RL (1998), *Multivariate Data Analysis (5th ed)*, Upper Saddle River NJ: Prentice–Hall.
- [7] Joanna Woronkiewicz, Douglas S. Noonan (2017), *Who Goes Freelance? The Determinants of Self-Employment for Artist*.
- [8] Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006), *New business start-up and subsequent entry into selfemployment*. *Journal of Business Venturing*.
- [9] Krueger NF (2003), *The Cognitive Psychology of Entrepreneurship*, Handbook of Entrepreneurship Research.
- [10] Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000), *Competing models of entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*.
- [11] Luthje C & Franke N (2004), *Entrepreneurship Intentions of Business Students: A Benchmarking Study*.
- [12] 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*.
- [13] Nunnally JC (1978), *Psychometric Theory*, 2nd ed, McGraw, Hill Book Company, New York (1978).
- [14] Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. (1994), *The Assessment of Reliability*. *Psychometric Theory*.
- [15] Osnowitz, D. (2010), *Freelancing expertise: Contract Professionals in the New Economy*. New York: Cornell University Press.
- [16] Shane Scott, (2003), *A general theory of entrepreneurship: The individual, opportunity nexus*, UK: Edward Elgar (2004).
- [17] Shapero, Albert and Sokol, Lisa (1982), *The Social Dimensions of Entrepreneurship*.
- [18] Storey, J., Salaman, G. & Platman, K. (2005), *Living with enterprise in an enterprise economy: Freelance and contract workers in the media*. *Human Relations*.
- [19] Upwork and Freelancers Union (2019), *Freelancing in America: A comprehensive study of the freelance workforce*.
- [20] 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*.
- [21] Wongnaa & Seyram (2014), *Factors influencing polytechnic students' decision to graduate as entrepreneurs*.

Thông tin liên hệ: **Phan Hữu Nghị**

Điện thoại: 0912 101 209 - Email: nghiph.neu@gmail.com

Lê Phương Mai

0941 809 106 - Email: lephuongmai29@gmail.com

Viện Ngân hàng Tài chính, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.

