

ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN XÃ HỘI ĐẾN KHẢ NĂNG TÌM VIỆC LÀM CỦA SINH VIÊN TỐT NGHIỆP

• Phạm Xuân Quỳnh^(*), Cao Văn Hơn^(*)

Tóm tắt

Ngày càng có nhiều bằng chứng khoa học cho thấy nguồn vốn xã hội đóng vai trò quan trọng trong mối liên hệ qua lại giữa cung và cầu trong thị trường lao động. Bên cạnh các phương pháp tìm kiếm việc làm chính thức (qua các kênh quảng cáo, qua các đơn vị dịch vụ việc làm, ứng tuyển trực tiếp), thông qua vốn xã hội người lao động còn sử dụng các mối quan hệ xã hội (người thân, bạn bè) như một kênh không chính thức hiệu quả. Nghiên cứu khảo sát tình trạng việc làm của 304 sinh viên kinh tế tốt nghiệp tại Trường Đại học An Giang. Kết quả nghiên cứu cho thấy vốn xã hội có ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm của sinh viên tốt nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn mô tả mối liên hệ giữa mạng lưới quan hệ xã hội đến đặc điểm việc làm tìm được

Từ khóa: Vốn xã hội, mạng lưới quan hệ xã hội, việc làm, sinh viên tốt nghiệp.

1. Đặt vấn đề

Đối với hầu hết các quốc gia trên thế giới, việc làm, lao động là vấn đề được quan tâm hàng đầu. Việt Nam cũng không ngoại lệ, Đảng và Nhà nước ta luôn xem con người là yếu tố đặc biệt quan trọng, nên đã không ngừng đào tạo, bồi dưỡng nguồn lao động đáp ứng yêu cầu, mục tiêu đề ra ở từng thời kỳ. Số lượng các trường đại học, cao đẳng không ngừng tăng lên trong những năm gần đây (tính đến tháng 7/2014, cả nước đã có tới 472 trường đại học, cao đẳng). Tuy nhiên, thực tế cho thấy không phải sinh viên (SV) nào sau khi tốt nghiệp cũng có thể tìm được việc làm, tính đến quý 2/2017 hơn 183.000 cử nhân đại học thất nghiệp [9]. Như vậy, ngoài kiến thức, kỹ năng được đào tạo và trau dồi trên giảng đường thì còn nhiều yếu tố có ảnh hưởng đến khả năng tìm việc của SV tốt nghiệp (SVTN), trong đó bao gồm yếu tố vốn xã hội (VXH).

Trên thế giới đã có rất nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của VXH đến khả năng tìm việc làm của một cá nhân như nghiên cứu của Granovetter (1995), Lin (1999), Franzen và Hangartner (2006). Hầu hết các nghiên cứu đều cho thấy có sự tác động của VXH thông qua mạng lưới quan hệ xã hội đến khả năng tìm việc làm và đặc điểm của công việc. Ở Việt Nam, Phạm Huy Cường (2014) cũng khẳng định mạng lưới xã hội có vai trò quan trọng trong quá trình tìm kiếm việc làm của SVTN Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội. Tuy nhiên, tính đến nay chưa có

nhiều nghiên cứu chỉ ra mức độ ảnh hưởng cụ thể của VXH hay mạng lưới quan hệ xã hội đến khả năng tìm việc làm. Bằng việc phân tích các kết quả cuộc khảo sát thông tin việc làm của SV kinh tế tốt nghiệp tại Trường Đại học An Giang được tiến hành vào năm 2017, nhóm tác giả muốn đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm về vai trò của VXH trong quá trình tham gia vào thị trường lao động của một cá nhân, góp phần giúp SVTN nâng cao khả năng có việc làm.

2. Cơ sở lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm

VXH được xem là một nguồn vốn quan trọng bên cạnh các nguồn vốn truyền thống khác như vốn con người, vốn tài nguyên. Cho đến nay, khái niệm VXH vẫn là một khái niệm đa chiều do có nhiều nhà nghiên cứu đưa ra cách định nghĩa và giải thích khác nhau. Theo Hanifan (1916), VXH ám chỉ thiện chí, tình thân hữu, sự thông cảm và tương tác xã hội giữa các cá nhân và gia đình [7]. VXH là các nguồn lực tồn tại trong các mối liên hệ giữa các cá nhân hoặc tổ chức (gọi chung là chủ thể) trong bối cảnh xã hội, thông qua đó các chủ thể nhận được lợi ích từ mạng lưới quan hệ [1]. VXH được hình thành qua những thay đổi trong liên hệ giữa người với người, cụ thể là những liên hệ dễ dàng hóa hành động [3]. VXH có thể tổng kết bởi hai đặc trưng: (1) chất lượng của các mạng lưới quan hệ; (2) cấu trúc của mạng lưới. Tổng kết các quan điểm trên có thể định nghĩa VXH là tổng hợp các nguồn lực của chủ thể tồn tại trong các mạng lưới quan hệ có chất lượng. Từ đó cho thấy VXH theo

^(*) Trường Đại học An Giang.

cách tiếp cận mạng lưới xã hội là cách tiếp cận phổ biến nhất trong nghiên cứu vi mô. Vì vậy, nhóm tác giả chủ yếu tập trung tìm hiểu tác động của VXH thông qua mạng lưới quan hệ xã hội đến khả năng tìm việc làm của SVTN, theo cách tiếp cận mạng lưới thì VXH có hai đặc trưng căn bản là cấu trúc mạng lưới và chất lượng mạng lưới. Ở khía cạnh cấu trúc, một số nghiên cứu thực nghiệm đề xuất 3 dạng: mạng lưới gắn bó (bonding), mạng lưới bắc cầu (bridging) và mạng lưới kết nối (Linking) [2]. Quan hệ gắn bó là các mối quan hệ gần gũi, thân thiết như các quan hệ trong gia đình, họ hàng. Quan hệ bắc cầu chỉ các mối quan hệ lỏng lẻo hơn như các mối quan hệ với bạn bè, thầy cô. Quan hệ kết nối đề cập đến những quan hệ xã hội trong các tổ chức xã hội, tôn giáo, hiệp hội. Ở khía cạnh chất lượng của mạng lưới, hay còn gọi là lòng tin, lòng tin thể hiện qua mức độ tin tưởng mọi người trong các mối quan hệ xã hội. Lòng tin thường được chia thành hai kiểu gồm: lòng tin cụ thể, lòng tin tổng quát. Lòng tin cụ thể là mức độ tin tưởng vào các mối quan hệ gắn bó, lòng tin tổng quát là mức độ tin tưởng vào mọi người trong xã hội [2], [11].

Theo Granovetter (1995), mạng lưới các mối quan hệ xã hội cho phép những người tìm kiếm việc làm thu thập được những thông tin tốt hơn về tính khả dụng của công ăn việc làm cũng như các đặc điểm của công việc [6]. Trong các tổ chức phi chính phủ, tỷ lệ nhân viên có được việc làm bởi quen biết cao hơn so với những người không sở hữu loại vốn này [5]. VXH của người lao động có thể hỗ trợ cho những người đang thất nghiệp hoặc chưa có nghề nghiệp trong việc tìm kiếm việc làm, hoặc nếu đã có việc làm sẽ hỗ trợ trong việc thay đổi công việc hoặc thăng tiến. Khi tìm kiếm một việc làm, VXH có thể là một tài sản tích cực trong việc cung cấp kiến thức về các cơ hội cho người lao động [2].

Bên cạnh đó, VXH còn ảnh hưởng đến đặc điểm công việc tìm được như thu nhập, môi trường làm việc, sự phù hợp chuyên môn. Những công việc được tìm thấy nhờ vào sự trợ giúp của bạn bè, đồng nghiệp hay người thân có sự phù hợp cao hơn với chuyên môn được đào tạo [6], [5]. Về thu nhập, các công việc có được thông qua các mối

quan hệ xã hội có thu nhập thấp hơn so với các công việc có được thông qua các kênh chính thức. Ở khía cạnh phi kinh tế, tìm kiếm việc làm thông qua các mối quan hệ xã hội hướng SVTN tới các công việc thuộc khu vực công, có sự phù hợp với chuyên môn cao hơn [4].

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu sơ cấp được thu thập bằng cách khảo sát thông tin việc làm từ những SVTN, những người mới tham gia vào thị trường lao động trong vòng 1 đến 2 năm sau khi rời trường đại học, hầu hết mới có công việc đầu tiên của mình. Điều này nhằm tạo điều kiện thuận lợi trong việc đánh giá các đặc điểm của việc làm có được thông qua VXH. Thời gian tiến hành khảo sát từ tháng 4-6/2017, số phiếu hợp lệ thu về là 304.

Phương pháp chọn mẫu: Nghiên cứu khảo sát 304 quan sát theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất - phương pháp phát triển mầm. Theo khuyến cáo của Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008) cỡ mẫu đối với phân tích nhân tố phải bằng ít nhất 4 - 5 lần số tiêu chí đưa vào mô hình [12], số tiêu chí phân tích nhân tố dự kiến ban đầu của mô hình là 23 thì cỡ mẫu tối thiểu là 92 quan sát.

Phương pháp phân tích

Phương pháp thống kê mô tả: Sử dụng bảng phân phối tần số nhằm đánh giá các chỉ tiêu về thực trạng việc làm và sự vận dụng VXH trong tìm kiếm việc làm của SVTN.

Phương pháp kiểm định mối liên hệ giữa hai biến định tính (Phân tích bảng chéo): Phân tích sử dụng trong nghiên cứu nhằm kiểm tra xem phương pháp tìm kiếm việc làm có mối quan hệ như thế nào đến đặc điểm việc làm. Kiểm định Chi bình phương và đại lượng thống kê Cramer'V cũng được sử dụng.

Phương pháp kiểm định mức độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach's Alpha: Kiểm tra độ tin cậy của thang đo VXH được đánh giá qua hệ số Cronbach's Alpha. Tiếp theo, phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để xem xét tính phù hợp của các chỉ tiêu đo lường VXH trong mô hình. Dựa vào tiêu chuẩn Eigenvalue và biểu đồ định vị nhân tố để xác định số nhóm nhân tố được tạo thành, đồng thời

sử dụng ma trận xoay nhân tố để giữ lại trong mô hình nghiên cứu các chỉ tiêu thỏa điều kiện.

Phương pháp hồi quy Binary Logistic: Nhằm xác định nhóm nhân tố VXH nào vừa tìm được qua phân tích EFA có tác động mạnh đến khả năng tìm được việc làm của SVTN, nghiên cứu tiếp tục sử dụng phương pháp hồi quy Binary Logistic với biến phụ thuộc Y là “khả năng có được việc làm”, Y nhận 2 giá trị 0 và 1, với 0 - chưa có việc làm và 1 - có việc làm. Phương trình của mô hình Binary Logistic được diễn tả như sau, trong đó $B_0, B_1, B_2, \dots, B_n$ là hệ số, các biến F_1, F_2, \dots, F_n là các nhóm nhân tố VXH tìm được sau khi phân tích nhân tố.

$$\log_e \left[\frac{P(Y = 1)}{P(Y = 0)} \right] = B_0 + B_1 F_1 + B_2 F_2 + \dots + B_n F_n + u_i$$

Mô hình nghiên cứu

Để đo lường VXH của SVTN, đề tài chủ yếu dựa trên nghiên cứu của Putnam (1993), Brook (2005), Nguyễn Lê Hoàng Thụy Tô Quyên (2015) và một số nghiên cứu trước. VXH thông qua mạng lưới quan hệ xã hội bao gồm hai đặc trưng: cấu trúc mạng lưới và chất lượng mạng lưới. Cấu trúc mạng lưới gồm 3 kiểu: mạng lưới gắn bó, mạng lưới bắc cầu, mạng lưới kết nối. Chất lượng mạng lưới thể hiện ở lòng tin cụ thể và lòng tin tổng quát [2], [10], [11]. Kết hợp với các thông tin thu thập từ nghiên cứu sơ bộ, nhóm tác giả đề xuất 23 tiêu chí chia thành 5 nhân tố đo lường VXH. Bên cạnh các yếu tố VXH, nghiên cứu cũng xem xét ảnh hưởng của các yếu tố cá nhân đến khả năng tìm việc làm của SVTN.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Trên cơ sở xác định từ phương pháp chọn mẫu, nghiên cứu đã thu 304 quan sát là các SV kinh tế tốt nghiệp chính quy vào năm 2015 và 2016 của Trường Đại học An Giang. Do số lượng SV theo học các ngành như Tài chính ngân hàng, Tài chính doanh nghiệp, Kế toán, Quản trị kinh doanh, Kinh tế quốc tế không đồng đều nên số mẫu phân bổ vào các ngành dao động từ 14,8% - 34,9%. Mặc dù thành phần dân tộc ở tỉnh An Giang khá đa dạng vì ngoài dân tộc Kinh còn có các dân tộc khác như Khmer, Chăm, Hoa nhưng chiếm đa số vẫn là dân tộc Kinh nên hầu hết các đối tượng tham gia khảo sát là dân tộc Kinh, trong đó tỷ lệ nữ chiếm 65,8%.

Tỷ lệ xếp loại tốt nghiệp phần lớn là khá (56,6%), giỏi trở lên chiếm 15,8% và trung bình 27,6%.

4.2. Việc làm và sự vận dụng VXH trong quá trình tìm việc làm

Số lượng SVTN hiện đang có việc làm chiếm đa số với tỷ lệ 90,5%. Tuy nhiên, bên cạnh đó số lượng SVTN hiện tại chưa có việc làm trong mẫu khảo sát cũng còn chiếm tỷ lệ 9,5%. Đa số các SVTN cần khoảng thời gian từ 1 - 6 tháng để có được việc làm với tỷ lệ 81%, những SVTN từng làm thêm công việc đúng chuyên môn ở đại học tìm được việc làm sớm hơn (dưới 1 tháng sau khi tốt nghiệp). Môi trường làm việc sau tốt nghiệp chủ yếu thuộc hai lĩnh vực: nhà nước và tư nhân. Chiếm tỷ lệ áp đảo là khu vực doanh nghiệp tư nhân, trách nhiệm hữu hạn và công ty cổ phần với 70,2% các SVTN đang làm việc. Trong các cơ quan/doanh nghiệp nhà nước, tỷ lệ SVTN từ loại khá trở lên đang công tác chiếm 67,9% (trong đó tỷ lệ SVTN giỏi, xuất sắc là 28,6%) và chiếm đa số là các SVTN ngành tài chính ngân hàng. Đối với môi trường làm việc trong các công ty cổ phần/trách nhiệm hữu hạn/doanh nghiệp tư nhân thì có tới 76,7% tỷ lệ SVTN loại khá trở lên đang làm việc (trong đó 15,1% là tỷ lệ SVTN giỏi, xuất sắc). Về thu nhập hàng tháng, nhìn chung trong vòng 1 đến 2 năm sau khi tốt nghiệp, đa số SVTN có mức thu nhập thấp và trung bình, mức thu nhập tăng dần theo thời gian tốt nghiệp. Những SVTN có kết quả học tập xếp loại khá trở lên có xu hướng đạt được các công việc phù hợp với chuyên môn nhiều hơn (chiếm tỷ lệ 81,6% trong số các SVTN chọn câu trả lời là phù hợp và khá phù hợp chuyên môn). Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy các SVTN nữ có khả năng tìm được công việc phù hợp chuyên môn nhiều hơn SVTN nam.

Nguồn thông tin việc làm: Kết quả nghiên cứu cho thấy có 73,4% các thông tin việc làm hữu ích đến với các SVTN thông qua các mối quan hệ xã hội, cụ thể: 33,8% từ các mối quan hệ trong gia đình - họ hàng; 39,6% từ các mối quan hệ bạn bè. Bên cạnh đó, 10,2% lượng thông tin đến từ thầy cô giáo, trường đại học. Như vậy, so với lượng thông tin việc làm đến từ các kênh chính thức (truyền thông đại chúng và đơn vị môi giới việc làm) là 50,2% thì rõ ràng các luồng thông tin về việc làm đã

được tạo điều kiện thuận lợi hơn để đến với SVTN nói riêng và người lao động nói chung thông qua các mối quan hệ xã hội.

Các phương pháp tìm kiếm việc làm: Ngoài chức năng thông tin, các mối quan hệ xã hội còn là nguồn hỗ trợ (hỗ trợ về tài chính, sự đảm bảo bằng uy tín,...) cho các SVTN trong quá trình tìm kiếm việc làm [4]. Tỷ lệ SVTN tận dụng các mối quan hệ xã hội chiếm con số đáng kể là 39,7%; cụ thể: 27,3% tìm kiếm việc làm nhờ vào người thân trong gia đình, họ hàng; 11,3% thông qua bạn bè và 1,1% thông qua thầy cô giáo, trường đại học. Mặc dù phương pháp tìm kiếm việc làm qua kênh chính thức (truyền thông đại chúng và đơn vị môi giới việc làm) chiếm tỷ lệ cao hơn (57,1%) nhưng kết quả trên đã cho thấy được sự vận dụng mối quan hệ xã hội trong quá trình tìm kiếm việc làm của SVTN.

4.3. Ảnh hưởng của VXH đến khả năng tìm việc làm của SVTN

Các nhóm nhân tố VXH cần thiết trong quá trình tìm việc làm

Đánh giá độ tin cậy của các tiêu chí bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định cho thấy các tiêu chí đo lường nhân tố lòng tin tổng quát có hệ số Cronbach's Alpha = 0,547 < 0,6 không đạt yêu cầu, nghiên cứu loại thành phần lòng tin tổng quát khỏi thang đo. Tiếp tục xét đến hệ số tương quan biến tổng của 20 tiêu chí đo lường VXH còn lại để phân tích nhân tố thì trong tổng số 20 tiêu chí trong mô

hình, không có tiêu chí nào có hệ số tương quan nhỏ hơn 0,3 để bị loại ra, do đó tác giả tiếp tục sử dụng 20 tiêu chí đã chọn trong mô hình để tiến hành phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA.

Phân tích nhân tố EFA

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's Test cho thấy hệ số KMO = 0,833 thỏa điều kiện lớn hơn 0,5 và nhỏ hơn 1. Thêm vào đó, hệ số Sig. = 0,000 < 0,05 cho thấy có mối tương quan của các nhân tố với nhau trong tổng thể và với mô hình này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố là phù hợp. Theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1 và biểu đồ định vị nhân tố, nghiên cứu xác định có 5 nhóm nhân tố mới được tạo thành từ 20 tiêu chí đưa vào. Với giá trị phương sai trích (Cumulative) là 68,236% > 50% cho biết 5 nhóm nhân tố có giá trị cao nhất này giải thích được 68,236% độ biến thiên dữ liệu.

Từ kết quả ma trận xoay các nhân tố, các tiêu chí thể hiện VXH được gom thành 5 nhóm với hệ số điểm nhân tố và đặt tên lại như Bảng 1. Cách đặt tên mới này phụ thuộc vào các tiêu chí đo lường và hệ số điểm nhân tố của nó, tiêu chí nào có hệ số điểm nhân tố càng lớn, càng tác động mạnh đến nhóm. Ở nhóm 1, các tiêu chí thể hiện mối quan hệ với các tổ chức xã hội nên được đặt tên là “Mạng lưới kết nối xã hội”. Ở nhóm 2, các tiêu chí thể hiện rất rõ ý nghĩa của nhóm, đó là “Mạng lưới gắn bó” của một cá nhân. Tương tự như vậy đối với 3 nhóm tiếp theo, dựa vào đặc tính của nhóm các tiêu chí nên đặt tên là “Mạng lưới bắc cầu”, “Mạng lưới kết nối tôn giáo”, và nhóm nhân tố “Lòng tin”.

Bảng 1. Các chỉ tiêu đo lường VXH được xếp thành nhóm nhân tố

Biến	Tên nhân tố (Sắp xếp lại sau khi phân tích EFA)	Hệ số điểm nhân tố	Trị TB nhân tố
Mạng lưới kết nối với các tổ chức xã hội (KNXH)			
KNXH1	Mức độ tham gia sinh hoạt các hội, nhóm, câu lạc bộ mang tính văn hóa, giải trí	0,200	3,14
KNXH2	Giúp đỡ các hội, nhóm, câu lạc bộ mang tính văn hóa, giải trí	0,204	3,03
KNXH3	Nhận được sự giúp đỡ từ các hội, nhóm, câu lạc bộ mang tính văn hóa, giải trí	0,188	2,84
KNXH4	Mức độ tham gia sinh hoạt các hội, tổ chức, đoàn thể kinh tế, chính trị	0,262	2,91
KNXH5	Giúp đỡ các hội, tổ chức, đoàn thể kinh tế, chính trị	0,250	2,89
KNXH6	Nhận được sự giúp đỡ từ các hội, tổ chức, đoàn thể kinh tế, chính trị	0,246	2,80
Mạng lưới gắn bó (MLGB)			
GB1	Mức độ liên lạc với gia đình, họ hàng	0,387	4,00

GB2	Mức độ tâm sự với gia đình, họ hàng	0,319	3,49
GB3	Giúp đỡ mọi người trong gia đình, họ hàng	0,284	3,86
GB4	Nhận giúp đỡ từ mọi người trong gia đình, họ hàng	0,261	3,64
GB5	Mức độ tin tưởng vào các cá nhân trong gia đình, họ hàng	0,142	3,63
Mạng lưới bắc cầu (MLBC)			
BC1	Mức độ liên lạc với thầy cô, bạn bè	0,291	3,49
BC2	Mức độ tâm sự với thầy cô, bạn bè	0,308	3,00
BC3	Giúp đỡ thầy cô, bạn bè	0,359	3,42
BC4	Nhận giúp đỡ từ thầy cô, bạn bè	0,355	3,37
Mạng lưới kết nối với các tổ chức tôn giáo (KNTG)			
KNTG1	Mức độ tham gia sinh hoạt tôn giáo	0,476	2,62
KNTG2	Giúp đỡ các tổ chức tôn giáo	0,420	2,73
KNTG3	Nhận được sự giúp đỡ từ tổ chức tôn giáo	0,361	2,54
Lòng tin (LT)			
LT1	Mối quan hệ cá nhân là công cụ quan trọng nhất giúp đạt mục tiêu mong muốn	0,467	3,57
LT2	Mối quan hệ cá nhân quan trọng hơn văn bản hợp đồng	0,611	3,09

Kết quả mô hình hồi quy Binary Logistic

Tiếp tục sử dụng phương pháp phân tích hồi quy Binary Logistic với biến phụ thuộc là khả năng có được việc làm của SVTN (1= có việc làm; 0 = chưa có việc làm), biến độc lập là các nhóm nhân tố VXH vừa tìm được và một số biến đặc điểm cá nhân.

Bảng 2. Kết quả hồi quy Binary Logistic

Biến độc lập	Hệ số B (SE)	Wald	Exp (β)
KNXH	0,010 (0,232)	0,002	0,990
MLGB	0,477** (0,202)	5,569	1,610
MLBC	0,518** (0,215)	5,792	1,678
KNTG	-0,489** (0,222)	4,846	0,613
LT	-0,060 (0,222)	0,073	0,942
Dân tộc	0,682 (1,152)	0,351	1,978
Giới tính	0,899* (0,494)	3,304	2,457
Xếp loại tốt nghiệp	1,477*** (0,433)	11,616	4,378
Hằng số	0,708	2,029	(1,182)

χ^2	30,810
Bậc tự do	8
Giá trị P	0,000
Nagelkerke Pseudo-R ²	0,206
-2Log Likelihood	60,615
Khả năng dự báo chính xác	91,1%

Giá trị trong ngoặc là sai số chuẩn.

Dấu * mức ý nghĩa quan sát (Sig): ***, ** và * tương ứng cho ý nghĩa ở các mức 1%, 5% và 10%

Các giá trị kiểm định cho thấy có mối quan hệ khá mạnh giữa biến phụ thuộc và tập biến giải thích với Chi-Square bằng 30,810 ($p = 0,000$). Nagelkerke Pseudo-R² bằng 0,206 và khả năng dự báo chính xác của mô hình là 91,1%. Trong các thành phần của VXH ảnh hưởng tới khả năng tìm việc làm thì có 3 thành phần có tác động có ý nghĩa thống kê là mạng lưới gần bó, mạng lưới bắc cầu và mạng lưới kết nối tôn giáo. Nhóm nhân tố mạng lưới bắc cầu và mạng lưới gần bó có tác động cùng chiều đến khả năng tìm việc làm của SVTN, hay nói cách khác SV thường xuyên duy trì, gắn kết với các mối quan hệ gia đình, họ hàng, bạn bè, thầy cô thì càng tăng khả năng tìm được việc làm nhờ vào các mối quan hệ, đặc biệt là các mối quan hệ gia đình họ hàng bởi đây là mạng lưới quan hệ gần gũi và gần bó chặt chẽ nhất với mỗi người và đối với SV cũng

vậy. Ở các mối quan hệ xã hội lỏng lẻo hơn như bạn bè, thầy cô hay gọi là các liên kết yếu (weak ties), kết quả nghiên cứu cho thấy đây là nhóm nhân tố có tác động mạnh nhất đến khả năng tìm việc làm của SV (0,518), việc phát triển các mối quan hệ với những người bên ngoài gia đình như bạn bè, thầy cô sẽ có thêm lợi ích cho việc trao đổi thông tin và tạo ra sự hội nhập với xã hội cũng như tạo cơ hội cho cá nhân theo đuổi mục đích của họ. Ngược lại, tăng cường VXH thông qua việc tăng cường các mối quan hệ với các tổ chức tôn giáo có tác động ngược chiều đến khả năng tìm việc làm của SV.

Bên cạnh các yếu tố VXH thì giới tính và xếp loại tốt nghiệp cũng có ảnh hưởng đến khả năng tìm được việc làm của SVTN. Yếu tố giới tính chỉ ra các SVTN nam có khả năng tìm được việc làm cao hơn SVTN nữ, kết quả này cũng phần nào cho thấy sự tồn tại của bất bình đẳng giới trong tuyển dụng. Theo nghiên cứu của Tổ chức Lao động quốc tế - ILO và Navigos Search về “Bình đẳng giới trong thực tiễn tuyển dụng và thăng tiến tại Việt Nam” thì phân biệt đối xử theo giới tính vẫn phổ biến trong thực tiễn tuyển dụng trong khối doanh nghiệp tư nhân ở Việt Nam, 1/5 trong số 12.300 quảng cáo tuyển dụng trên bốn cổng thông

tin việc làm lớn nhất Việt Nam (Vietnamworks, JobStreet, CareerBuider, Career Link) có đưa ra yêu cầu về giới tính, trong số các việc làm đăng tuyển có yếu tố giới, 70% yêu cầu chỉ tuyển nam giới trong khi chỉ có 30% mong muốn ứng viên nữ nộp hồ sơ. Bên cạnh đó, yếu tố xếp loại tốt nghiệp là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng tìm việc của SVTN với hệ số tác động là 1,477 ở mức ý nghĩa thống kê 1%. SVTN với xếp loại học tập càng cao thì càng tăng khả năng xin được việc làm. Song song đó, kết quả khảo sát cũng đã cho thấy trong số những SV hiện tại chưa có việc làm chủ yếu là các SV xếp loại học tập trung bình. Do phân đông các SVTN trong mẫu khảo sát là dân tộc Kinh nên kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố dân tộc không có ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm của SV.

4.4. Môi trường quan giữa phương pháp tìm kiếm việc làm và đặc điểm công việc tìm được

Để tìm hiểu các tác động cụ thể của VXH đến các khía cạnh của kết quả tìm kiếm việc làm, nghiên cứu tiếp tục đánh giá mối tương quan giữa các phương pháp tìm việc làm và đặc điểm công việc tìm được như thu nhập, thời gian tìm việc, môi trường làm việc và sự phù hợp chuyên môn với công việc.

Bảng 3. Phương pháp tìm kiếm việc làm và thời điểm tìm được việc làm

		Thời điểm tìm được việc làm của SVTN (tháng sau khi tốt nghiệp)			Cramers'V
		0 - <1	1 - 6	> 6	
Thông qua gia đình, họ hàng	Có	9,3%	84,0%	6,7%	0,051
	Không	13,0%	81,0%	6,0%	
Thông qua bạn bè	Có	12,5%	84,4%	3,1%	0,044
	Không	11,9%	81,5%	6,6%	
Thông qua thầy cô, trường học	Có	33,3%	66,7%	0,0%	0,072
	Không	11,8%	81,9%	6,3%	
Ứng tuyển trực tiếp	Có	13,8%	78,6%	7,6%	0,089
	Không	10,0%	85,4%	4,6%	
Thông qua đơn vị môi giới	Có	0,0%	100,0%	0,0%	0,101
	Không	12,5%	81,0%	6,5%	
Khác	Có	11,1%	88,9%	0,0%	0,048
	Không	12,0%	81,6%	6,4%	
Biến gộp - các quan hệ xã hội	Có	11,0%	83,5%	5,5%	0,035
	Không	12,7%	80,7%	6,6%	

Dù thông qua các mối quan hệ xã hội hay ứng tuyển trực tiếp thì phần lớn SVTN mất khoảng thời gian từ 1 đến 6 tháng để kiếm việc làm. Mặc dù không có sự chênh lệch quá lớn về thời điểm có được việc làm nhưng kết quả cũng phần nào cho thấy ưu thế có phần nghiêng chút ít về phía những SV “ứng tuyển trực tiếp” khi 13,8% tìm được việc làm trong vòng 30 ngày sau khi tốt nghiệp so với 11,0% dựa vào “các quan

hệ xã hội”. Tuy số lượng SV tìm việc làm thông qua thầy cô, trường đại học là thấp nhưng xét về tỷ lệ thì các mối quan hệ với thầy cô, trường học và bạn bè có ảnh hưởng tích cực giúp SVTN sớm có được việc làm. Trong khi đó, tìm kiếm việc làm thông qua mối quan hệ trong gia đình hay họ hàng khiến chi phí thời gian của SV tăng lên (có 9,3% SV tìm được việc làm trong vòng 30 ngày sau khi tốt nghiệp).

Bảng 4. Phương pháp tìm kiếm việc làm và môi trường làm việc

		Môi trường làm việc						Cramers'V
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
Thông qua gia đình, họ hàng	Có	33,3%	62,7%	1,3%	1,3%	0,0%	1,3%	0,228***
	Không	15,5%	73,0%	0,5%	4,5%	0,0%	6,5%	
Thông qua bạn bè	Có	6,5%	83,9%	0,0%	6,5%	0,0%	3,2%	0,142
	Không	22,1%	68,4%	0,8%	3,3%	0,0%	5,3%	
Thông qua thầy cô, trường học	Có	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,068
	Không	20,6%	69,9%	0,7%	3,7%	0,0%	5,1%	
Ứng tuyển trực tiếp	Có	17,9%	71,0%	0,7%	4,8%	0,0%	5,5%	0,090
	Không	23,1%	69,2%	0,8%	2,3%	0,0%	4,6%	
Thông qua đơn vị môi giới	Có	8,3%	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,132
	Không	20,9%	70,0%	0,8%	3,8%	0,0%	4,6%	
Khác	Có	22,2%	55,6%	0,0%	0,0%	0,0%	22,2%	0,149
	Không	20,3%	70,7%	0,8%	3,8%	0,0%	4,5%	
Biến gộp - các quan hệ xã hội	Có	24,8%	69,7%	0,9%	2,8%	0,0%	1,8%	0,147
	Không	17,5%	70,5%	0,6%	4,2%	0,0%	7,2%	

(1): Cơ quan/doanh nghiệp nhà nước; (2): Doanh nghiệp tư nhân, cổ phần, trách nhiệm hữu hạn; (3): Dự án/NGO; (4): Tổ chức/doanh nghiệp nước ngoài; (5): Các trường đại học, viện nghiên cứu; (6): Khác.

Dấu * mức ý nghĩa quan sát (Sig): ***, ** và * tương ứng cho ý nghĩa ở các mức 1%, 5% và 10%.

Tỷ lệ SVTN tìm kiếm việc làm ở các doanh nghiệp tư nhân, cổ phần, trách nhiệm hữu hạn thường lựa chọn các con đường chính thức: 71% tìm kiếm việc làm bằng phương pháp “ứng tuyển trực tiếp” hiện đang làm việc trong các đơn vị này. Trong khi đó, các mối quan hệ thể hiện ưu thế hơn trong việc kết nối SVTN với các công việc thuộc về cơ quan, doanh nghiệp nhà nước, cụ thể hơn tỷ lệ SVTN hiện đang làm việc trong các cơ quan nhà nước nhờ vào các mối quan hệ xã hội chiếm tỷ lệ cao hơn so với tự ứng tuyển (24,8% > 17,9%). Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy tìm việc làm thông qua các mối quan hệ trong gia

đình và họ hàng là con đường thuận lợi nhất để các SVTN đến với các công việc thuộc khu vực công (33,3% tỷ lệ SV tìm kiếm việc làm thông qua quan hệ gia đình, họ hàng hiện đang làm việc trong các cơ quan, doanh nghiệp nhà nước). Tuy nhiên, khi xét thêm về học lực thì kết quả cho thấy đối với những SVTN có được việc trong các cơ quan nhà nước thông qua mối quan hệ gia đình họ hàng thì 52,0% tốt nghiệp loại khá trở lên; trong khi đó đối với các SVTN làm việc trong các DTTN bằng con đường ứng tuyển trực tiếp thì tỷ lệ này đạt 82,52%. Điều này phần nào cho thấy tính hai mặt của VXH.

Bảng 5. Phương pháp tìm kiếm việc làm và thu nhập

		Thu nhập (triệu VNĐ/tháng)				Cramers'V
		<=3	>3-6	>6-9	>9	
Thông qua gia đình, họ hàng	Có	12,0%	61,3%	22,7%	4,0%	0,093
	Không	6,5%	67,0%	22,0%	4,5%	
Thông qua bạn bè	Có	19,4%	61,3%	19,4%	0,0%	0,164*
	Không	6,6%	66,0%	22,5%	4,9%	
Thông qua thầy cô, trường học	Có	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,045
	Không	8,1%	65,4%	22,1%	4,4%	
Ứng tuyển trực tiếp	Có	4,1%	64,8%	25,5%	5,5%	0,173**
	Không	12,3%	66,2%	18,5%	3,1%	
Thông qua đơn vị môi giới	Có	8,3%	91,7%	0,0%	0,0%	0,130
	Không	8,0%	64,3%	23,2%	4,6%	
Khác	Có	0,0%	88,9%	0,0%	11,1%	0,129
	Không	8,3%	64,7%	22,9%	4,1%	
Biến gộp - các quan hệ xã hội	Có	13,8%	59,6%	22,0%	4,6%	0,181**
	Không	4,2%	68,1%	22,3%	5,4%	

Trong khi 31% SVTN tìm kiếm việc làm bằng con đường “ứng tuyển trực tiếp” có thu nhập bình quân trên 6 triệu đồng mỗi tháng, thì khoảng 24,6% SVTN tìm được việc làm thông qua các mối quan hệ xã hội có được mức thu nhập tương tự. Cụ thể hơn, khi xem xét từng mối quan hệ thì những SVTN có được việc làm thông qua gia đình, họ hàng, bạn bè có tỷ lệ thu nhập trên 6 triệu đồng/tháng thấp hơn với

trường hợp ứng tuyển trực tiếp. Kết quả này cũng cho thấy sự phù hợp với những kết quả thống kê ở phần môi trường làm việc của SVTN (bảng 4). Tìm việc thông qua các mối quan hệ gia đình là lựa chọn tối ưu đối với những người muốn có một công việc trong khu vực nhà nước, và trên thực tế đây cũng chính là khu vực có mức thu nhập bình quân thấp hơn so với các khu vực việc làm tư nhân.

Bảng 6. Phương pháp tìm kiếm việc làm và mức độ phù hợp chuyên môn được đào tạo

		Mức độ phù hợp giữa việc làm và chuyên môn được đào tạo					Cramers'V
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
Thông qua gia đình, họ hàng	Có	6,7%	17,3%	34,7%	34,7%	6,7%	0,139
	Không	4,0%	12,5%	31,0%	37,0%	15,5%	
Thông qua bạn bè	Có	6,5%	9,7%	22,6%	51,6%	9,7%	0,123
	Không	4,5%	14,3%	33,2%	34,4%	13,5%	
Thông qua thầy cô, trường học	Có	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,079
	Không	4,8%	14,0%	32,0%	36,0%	13,2%	
Ứng tuyển trực tiếp	Có	3,4%	13,1%	32,4%	35,2%	15,9%	0,106
	Không	6,2%	14,6%	31,5%	37,7%	10,0%	
Thông qua đơn vị môi giới	Có	8,3%	25,0%	25,0%	41,7%	0,0%	0,111
	Không	4,6%	13,3%	32,3%	36,1%	13,7%	
Khác	Có	0,0	0,0%	44,4%	0,0%	55,6%	0,258***
	Không	4,9%	14,3%	31,6%	37,6%	11,7%	
Biến gộp-các quan hệ xã hội	Có	6,4%	14,7%	31,2%	40,4%	7,3%	0,155
	Không	3,6%	13,3%	32,5%	33,7%	16,9%	

(1): Không phù hợp, (2): Ít phù hợp, (3): Trung hòa, (4): Khá phù hợp, (5): Hoàn toàn phù hợp

Kết quả thống kê cho thấy, dù có được việc làm qua các mối quan hệ xã hội hay tham gia ứng tuyển trực tiếp thì cũng có những nhóm SVTN tìm được việc làm khá phù hợp và phù hợp chuyên môn và cũng có không ít SVTN cho rằng công việc hiện tại của họ là ít phù hợp và không phù hợp chuyên môn đào tạo. Thực trạng chung trên thị trường lao động Việt Nam cũng cho thấy không phải tất cả SV sau khi tốt nghiệp đều làm công việc đúng theo chuyên môn mà họ đã học. 51,1% các SVTN có được việc làm khá phù hợp và hoàn toàn phù hợp chuyên môn thông qua “ứng tuyển trực tiếp” trong khi 47,7% các SVTN có được việc làm như vậy thông qua các quan hệ xã hội; 16,5% các SVTN đánh giá việc làm hiện tại của họ là ít và không phù hợp chuyên môn thông qua ứng tuyển trực tiếp trong khi có tới 21,1% các SVTN tìm kiếm việc làm thông qua các quan hệ xã hội có sự đánh giá chuyên môn việc làm tương tự như vậy.

5. Kết luận

Trước hết, cần tiếp tục khẳng định rằng VXH của mỗi cá nhân, cụ thể là thông qua mạng lưới quan hệ xã hội có vai trò quan trọng trong quá trình tìm kiếm việc làm. Mạng lưới các mối quan hệ xã hội trước tiên có vai trò lan truyền các nguồn thông tin về việc làm. Một tỷ lệ lớn các SVTN tiếp cận thông tin về việc làm từ các mối quan hệ xã hội (73,4%) và thông qua các mối quan hệ xã hội để xin được việc làm (39,7%). Nghiên cứu cũng cho thấy việc tăng cường tạo lập, duy trì, gắn kết và thường xuyên chia sẻ với mọi người trong các mối quan hệ

gia đình, họ hàng, bạn bè, thầy cô sẽ giúp SVTN tăng khả năng tìm được việc làm thông qua các mối quan hệ xã hội. So sánh với các phương pháp tìm kiếm việc làm khác, tìm việc làm nhờ vào các mối quan hệ xã hội hướng SVTN đến các công việc thuộc khu vực nhà nước cao hơn nhưng lại có mức thu nhập thấp hơn và ít phù hợp chuyên môn hơn, đặc biệt là tìm việc thông qua gia đình, người thân.

Tìm được việc làm sau khi ra trường là điều mà nhiều SVTN mong muốn, đặc biệt là tìm cho bản thân một công việc phù hợp chuyên môn đào tạo và có thu nhập cao. Nhưng không phải SV nào ra trường cũng nhanh chóng có được việc làm, hàng năm các trường đại học, cao đẳng trong cả nước lại cung cấp hàng trăm ngàn “sản phẩm đào tạo” vào thị trường lao động nên thị trường này ngày càng cạnh tranh gay gắt. Ngoài việc nắm vững kiến thức chuyên môn, rèn luyện các kỹ năng cần thiết thì nguồn lực VXH, cụ thể là các quan hệ xã hội cũng là một nhân tố có ảnh hưởng quan trọng đến quá trình tìm việc làm của mỗi cá nhân nói chung và SVTN nói riêng. Tuy nhiên, nghiên cứu về VXH trong thị trường lao động, cần có những xem xét cụ thể đặc điểm của các mối quan hệ xã hội cũng như quy mô các nguồn lực mà mạng lưới quan hệ xã hội tạo cơ hội cho mỗi cá nhân có thể huy động để đạt được mục đích cá nhân của mình. Chỉ có như vậy các phân tích kết quả nghiên cứu mới nhận thức được đầy đủ mối liên hệ giữa mạng lưới quan hệ xã hội với quá trình tìm kiếm và các kết quả tìm kiếm việc làm./.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Bourdieu, P. (1986), “The Forms of Capital”, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, Westport, 241-258.
- [2]. Brook, K. (2005), “Labour market participation: the influence of social capital”, *Labour Market Trends*, (3), 113-23.
- [3]. Coleman, J. S. (1988), “Social Capital and the Creation of Human Capital”, *The American Journal of Sociology*, (94), S95-S120.
- [4]. Phạm Huy Cường (2014), “Mạng lưới quan hệ xã hội với việc làm của SVTN”, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Khoa học Xã hội và Nhân văn*, (số 30(4)), tr. 44-53.
- [5]. Franzen, A., and Hangartner, D. (2006), “Social Networks and Labour Market Outcomes: The Non-Monetary Benefits of Social Capital”, *European Sociological Review*, 22(4), 355-368.
- [6]. Granovetter, M. (1995), *Getting a job: A Study of Contacts and Careers*, University of Chicago Press, Chicago.
- [7]. Hanifan (1916), “The rural school community center”, *The Annals of the American Acadamey of Political and Social Science*, 67, 130-138.

[8]. Lin, N. (1999), “Social Networks and Status Attainment”, *Annual Review of Sociology*, 25, 467-87.

[9]. Ngọc Mai (2017), Quý 2/2017: *Hơn 183.000 cử nhân đại học thất nghiệp*, <https://baomoi.com/quy-2-2017-hon-183-000-cu-nhan-dai-hoc-that-nghiep/c/23440183.epi>.

[10]. Putnam, R. D. (1993), *The Prosperous Community*, “Social Capital and Public Life”, *The American Prospect*, 4(13), 27-40.

[11]. Nguyễn Lê Hoàng Thụy Tô Quyên (2015), “Chỉ số đo lường vốn xã hội của lao động di cư đến thành phố Hồ Chí Minh”, Hội thảo Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

[12]. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.

THE SOCIAL CAPITAL IMPACT ON STUDENT’S ABILITY TO FIND EMPLOYMENT AFTER GRADUATION

Summary

There is more and more scientific evidence showing that social capital plays an important role in the interrelationship between supply and demand in the labor market. Beside the official employment-seeking methods (via advertising channels, service agencies, direct applicants), through social capital, employees effectively use social relationships (relatives, friends) as an unofficial one. On surveying 304 economic graduates from An Giang University, the research results show that social capital affects graduates’ employment-seeking ability. In addition, this study describes the link between social relationship network and characteristics of employment found.

Keywords: Social capital, social relationships network, employment, graduates.

Ngày nhận bài: 15/01/2018; Ngày nhận lại: 12/4/2018; Ngày duyệt đăng: 21/8/2018.