Kim Rando

TƯƠNG LAI NGHỀ NGHIỆP CỦA TÔI

Làm thế nào để tìm được một công việc hoàn toàn phù hợp với bản thân

alphabooks
knowledge is power

NHÀ XUẤT BẢN
LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG – XÃ HỘI
Ngõ Hoà Bình 4, Minh Khai, Hai Bà Trưng, Hà Nội
ĐT: 04.3246920
Fax: 04.36246915

TƯƠNG LAI NGHỀ NGHIỆP CỦA TÔI

Chịu trách nhiệm xuất bản:
Giám đốc
NGUYỄN HOÀNG CẦM

Chịu trách nhiệm nội dung:
Tổng biên tập
VŨ ANH TUẤN

Biên tập: Đinh Thanh hòa
Sửa bản in: Phí Mai
Bìa: Thiên Thanh
Trình bày: Diệu linh

ISBN: 978-604-65-1803-7
In 3.000 cuốn, khổ 13 x 20.5 cm tại Công ty Cổ phần in & Thương mại PRIMA. Giấy chấp nhận đăng kí kế hoạch xuất bản số: 1810-2014/CxB/04-192/LĐXH, cấp ngày 18/09/2014
Quyết định xuất bản số: 795/Qđ-NXBLĐXH, cấp ngày 18/09/2014.
In xong và nộp lưu chiểu quý IV-2014.

Hãy vững tin để tìm kiếm công việc trong mơ của bản thân

Trong xã hội phát triển ngày nay, rất nhiều vấn đề được đặt ra cho các nhà hoạch định chính sách xã hội trong đó việc làm luôn là bài toán nan giải và biến đổi không ngừng. Đối với những thanh niên sắp rời khỏi ghế nhà trường, áp lực kiếm được một công việc ổn định mà mình yêu thích cũng như ổn định rất nặng nề. Họ luôn có những câu hỏi thường trực như *Làm cách nào để tìm được việc làm? Làm cách nào để gây dựng nên sự nghiệp mà mình mơ ước?,* v.v...

Nhiều bạn trẻ lựa chọn định hướng nghề nghiệp theo những lối mòn tư duy, định kiến sẵn có của xã hội và cuốn vào vòng xoáy mưu sinh mà bản thân không mấy hài lòng. Nhưng một số khác đang dũng cảm tiên phong mở ra những con đường nghề nghiệp mới, hoặc gây dựng và phát triển những ngành nghề đang lụi tàn và đi vào quên lãng, đồng thời dồn sức trẻ vào những ước mơ của mình.

Cuốn sách *Tương lai nghề nghiệp của tôi* mang đến cái nhìn toàn cảnh về những trải nghiệm của các bạn trẻ trên thế giới, những mô hình việc làm hoặc mới mẻ, hoặc tái tạo những ngành nghề cũ nhằm đúc kết ra hai từ khóa:

- "FUTURE" – xu hướng việc làm toàn cầu trong tương lai.
- "MY JOB" – chiến lược tìm kiếm việc làm phù hợp với bản thân.

Mỗi từ khóa đều được minh họa và phân tích tường tận, mang đến một cái nhìn mới mẻ trong vấn đề giải quyết việc làm cũng

như gạt bỏ những định kiến cố hữu của xã hội.

Chúng tôi tin sau khi đọc xong cuốn sách này, các bạn sẽ có được một niềm tin vững vàng hơn trên con đường định hướng và gây dựng nên sự nghiệp cho riêng mình.

Trân trọng giới thiệu tới quý độc giả!

Tháng 10 năm 2014

Công ty cổ phần Sách Alpha

Những biến đổi to lớn của thị trường việc làm đang được tạo ra bởi những người hùng trẻ tuổi

Việc rất nhiều bạn trẻ đang thoái chí vì không thể tìm được việc làm đã đặt ra cho toàn xã hội một bài toán khó. Hiện nay, Hàn Quốc đang phải đối mặt với nhiều vấn đề nan giải như phúc lợi xã hội, giáo dục, kinh tế, vấn đề thanh thiếu niên, mà điều cốt lõi để giải quyết mọi vấn đề này đều có thể được gói gọn trong câu hỏi "Làm thế nào để tạo ra được nhiều việc làm tốt?"

Sau khi cho ra mắt tác phẩm đầu tay *Tuổi trẻ - Khát vọng và Nỗi đau*, tôi càng cảm nhận được gánh nặng to lớn mà vấn đề nhức nhối này mang lại. Trong cuốn sách đó, tôi đã viết:

"Nếu tự tách vỏ để chui ra ngoài, bạn đã tự tạo cho mình cơ hội sinh tồn, nhưng nếu đợi ai đó đập vỡ vỏ cho mình, bạn sẽ trở thành món ăn trên bàn ăn của người khác. Bởi vậy, hãy đi theo tiếng gọi của 'ngày mai' để tạo dựng 'sự nghiệp của bản thân'."

Sau đó, có rất nhiều bạn trẻ hỏi tôi cách để tìm được việc làm và gây dựng sự nghiệp của bản thân. Đây cũng chính là câu hỏi xuất hiện thường xuyên nhất trong những bức thư mà độc giả gửi về cho tôi, đồng thời cũng là câu hỏi mà các bạn học sinh, sinh viên khao khát nhận được lời giải đáp nhất khi tìm đến các trung tâm tư vấn, định hướng việc làm.

"Em thậm chí còn không biết mình muốn làm gì và nên làm gì nữa..."

Cảm nhận được một phần trách nhiệm của bản thân trước bài toán nan giải mang tên "tương lai và sự nghiệp" đang đặt ra cho thế hệ trẻ, đồng thời, với tư cách là một người thầy, một chuyên gia nghiên cứu về những điều còn ẩn giấu trong xu thế tiêu dùng, trong cuốn sách này, tôi đã thử dấn thân, đào sâu nghiên cứu về vấn đề việc làm. Và như vậy, trong khoảng thời gian một năm liên tục cân nhắc, tìm hiểu vấn đề này, vào một ngày đầu xuân năm 2012, tôi đã gặp đạo diễn Lee Jae Hyuk của nhóm sản xuất chương trình KBS Panorama.

Sau khi đưa vấn đề này ra thảo luận cụ thể, chúng tôi nhất trí đi tới quyết định bắt tay vào thực hiện bộ phim tài liệu đề cập tới một trong những vấn đề nóng hổi nhất hiện nay của toàn xã hội – vấn đề việc làm. Nếu như trước đây, vấn đề việc làm vẫn được nhìn nhận theo một mô hình cũ kỹ mang nặng màu sắc chính trị và thiên về lý thuyết, thì những kết luận của nhóm nghiên cứu chúng tôi đứng trên lập trường "sự nghiệp tương lai" hy vọng sẽ mang đến cái nhìn toàn cảnh về một mô hình việc làm mới đang được gây dựng trên nền tảng là xu hướng tương lai của thế giới. Sau cuộc gặp gỡ với đạo diễn Lee Jae Hyuk, tôi bắt tay vào tiến hành song song việc viết cuốn sách này và tham gia vào quá trình sản xuất bộ phim tài liệu *Sự nghiệp tương lai*.

Với tư cách một nhà nghiên cứu về tiêu dùng luôn cập nhật xu thế trong nhiều năm trở lại đây, tôi cùng đạo diễn Lee Jae Hyuk, người chuyên thực hiện các bộ phim tài liệu phản ánh và đào sâu các vấn đề tồn tại trong xã hội, đã bỏ qua cách nhìn cảm tính và những quan điểm cá nhân để nhìn nhận vấn đề này dưới lăng kính phân tích mang tên "triển vọng tương lai" nhằm điều tra một cách triệt để thị trường việc làm hiện nay, đồng thời mang lại cho các bạn trẻ đang đứng trước ngưỡng cửa sự nghiệp thêm một nguồn giải đáp và giải pháp tham khảo đáng tin cậy. Nói cách khác, với tầm nhìn định hướng tương lai trên quy mô hội nhập toàn cầu, cuốn sách này cùng dự án phim tài liệu của chúng tôi được triển khai với mong muốn đi sâu tìm hiểu hai vấn đề chính: Xu hướng việc làm toàn cầu trong tương lai sẽ

biến đổi ra sao; và đâu là chiến lược cần thiết để tìm được công việc phù hợp, tạo dựng sự nghiệp của bản thân?

Để tìm được lời giải đáp thỏa đáng nhất cho hai vấn đề lớn trên, tôi đã cất công dành toàn bộ thời gian một năm nghiên cứu của mình để đến nhiều quốc gia, với hy vọng có thể phản ánh trung thực nhất về tất cả thời gian và công sức của những người trẻ tuổi trên con đường nỗ lực gây dựng "sự nghiệp của bản thân" trong "thời đại bất ổn" như hiện nay. Trong dự án này, tôi có cơ hội được gặp rất nhiều bạn trẻ và các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực đến từ 10 quốc gia trên thế giới từ châu Á cho tới châu Âu. Với cuốn sách này, tôi mong muốn có thể tái hiện một cách chân thực và sống động nhất tiếng nói, nỗi niềm cùng những hình ảnh thực tế thường ngày diễn ra trong cuộc đấu tranh giành thế thượng phong giữa những lợi ích nhỏ bé và thất bại to lớn của các bạn trẻ đang cống hiến hết mình cho sự nghiệp. Bên cạnh đó, không thể không đề cập đến những biến đổi chóng mặt của thị trường việc làm và sự xuất hiện đáng mong đợi của những ngôi trường dạy nghề. Sau khi kết thúc hành trình thám hiểm dài ngày này, tôi tin rằng chúng ta có thể cập bến một vùng đất mới mẻ và màu mỡ, mở rộng lãnh thổ cho thị trường việc làm thế giới đang dần bị dịch chuyển bởi sức mạnh của những người hùng trẻ tuổi không ngừng nỗ lực tìm lối đi cho riêng mình.

Ngày nay, một "công việc tốt" không nhất thiết phải nằm trong một nhóm nghề cụ thể nữa. Vấn đề đặt ra là phải *làm thế nào* để khám phá ra những giá trị còn tiềm ẩn trong bất cứ công việc gì, từ đó bắt tay vào làm và hiện thực hóa bản ngã thông qua công việc ấy. Trong quá trình này, chúng ta tuyệt đối không thể tiết kiệm công sức, và quan trọng là phải chứng tỏ được những nỗ lực cụ thể *như thế nào.* Nếu trong cuốn *Tuổi trẻ – Khát vọng và Nỗi đau,* tôi muốn củng cố thêm động lực và giúp cho các bạn trẻ thấu hiểu *tại sao* phải thực sự biến sự nghiệp trở thành đầu tàu dẫn lối cho cuộc đời mình, thì cuốn sách này lại gửi gắm câu

trả lời cụ thể cho câu hỏi cần phải *làm thế nào* để tìm được một công việc hoàn toàn phù hợp với bản thân.

* * *

Đã đến lúc chúng ta phải chấm dứt các cuộc đối đầu vô nghĩa và thay đổi hoàn toàn khuôn mẫu cứng nhắc do trường tư tưởng thủ cựu lạc hậu để lại. Bởi trong cuộc chạy đua với thời gian, toàn thể bộ máy xã hội đang cho thấy những biến đổi vô cùng mạnh mẽ. Đã từng có thời kỳ khi mà mức độ hấp dẫn của nghề đọc lời dẫn tại rạp chiếu phim lên tới đỉnh điểm, cũng có một thời mọi thanh niên đều nuôi mộng trở thành nhân viên ngân hàng hay giáo viên. Nghề luật sư vốn được coi là biểu tượng vững chãi nhất cho công việc tốt và ổn định trong suốt một thời gian dài, song gần đây, không ít luật sư đang phải đối mặt với tình trạng thất nghiệp kéo dài. Những người làm việc trong lĩnh vực tín dụng-ngân hàng cũng gặp phải hoàn cảnh tương tự, khi mà các phương tiện thông tin đại chúng liên tục đưa tin về những vụ lừa đảo tín dụng mới xảy ra gần đây. Qua đây, có thể thấy được rằng "công việc tốt" là một khái niệm biến đổi theo dòng chảy thời đại. Như vậy, việc làm hay nghề nghiệp cũng mang tính "xu thế".

Trong dòng chảy không ngừng của các xu thế xã hội, yêu cầu đặt ra trước tiên chính là phải định hình được hình thức biến đổi của thị trường việc làm thế giới đang khiến hoạt động "việc tìm người, người tìm việc" xáo trộn mạnh mẽ bằng 6 xu hướng nghề nghiệp (job trend) được gọi là 'FUTURE' (Tương lai). Tiếp đó, nhiệm vụ thứ hai sẽ được hoàn thiện với từ khóa 'MY JOB' (Nghề nghiệp của tôi) bao gồm 5 đề án và phương án giải quyết vấn đề tìm kiếm một công việc phù hợp với bản thân trong dòng chảy của xu hướng việc làm trên toàn thế giới. Tôi hy vọng những từ khóa này có thể nâng tầm triển vọng cho thị trường việc làm trong tương lai và trở thành công cụ đắc lực cho các bạn trẻ, không những giúp mở rộng tầm mắt mà còn hướng các

bạn đến với những cơ hội, lĩnh vực rộng lớn hơn để các bạn hoàn toàn có thể thử sức và làm nên sự nghiệp.

11 từ khóa được đề cập trong cuốn sách này không phải là những kết luận võ đoán được rút ra từ việc tập hợp tài liệu của cuộc điều tra trước đây, từ trực quan hay từ những tài liệu tham khảo nào khác. Đây là kết quả phân tích mang tính khoa học, tổng hợp toàn bộ hệ thống dữ liệu và các học thuyết, phương pháp nghiên cứu tích lũy trong suốt thời gian qua của đội ngũ các nhà nghiên cứu tại Trung tâm phân tích xu hướng tiêu dùng thuộc Viện Nghiên cứu Khoa học Đời sống Đại học Quốc gia Seoul, được biết tới là trung tâm nghiên cứu xu hướng xã hội hàng đầu tại Hàn Quốc, nơi xuất bản thường niên tuyển tập *Xu hướng Hàn Quốc* được đông đảo độc giả đón nhận.

Cuốn sách mà các bạn đang cầm trên tay là tài liệu phân tích, điều tra dựa trên cuộc sống hiện tại cũng như triển vọng tương lai của những bạn trẻ hài lòng với cuộc sống và tự tin với công việc của mình. Mặt khác, cuốn sách này cũng có thể được coi như một sách lược dành cho tất cả những ai mong muốn có một *sự nghiệp* thực sự chứ không chỉ là một chỗ làm đơn thuần. Đồng thời, thông qua cuốn sách này, tôi hy vọng có thể giúp độc giả tìm ra con đường cho riêng mình và khám phá ra những ý nghĩa, giá trị của các chính sách xã hội. Nói cách khác, với cuốn sách này, hy vọng những nỗ lực của chúng tôi không chỉ mở ra một hướng đi mới cho các bạn trẻ trên bước đường hoạch định tương lai, hay cho những ai có ý định bắt đầu một cuộc sống mới, mà còn có thể trở thành cơ sở lý luận tiến bộ đề cao tính thực tiễn cho các nhà chính sách, doanh nhân, nhà giáo dục trong công cuộc xây dựng chiến lược phát triển thị trường việc làm.

Một cuộc cách mạng quy mô lớn đã trỗi dậy.

Các bạn trẻ, đã đến lúc phải tìm kiếm cho mình một công việc phù hợp thực sự, vì chính tương lai của các bạn!

Tháng 6 năm 2013

Kim Rando và Lee Jae Hy

Lời nói đầu
Tại sao chúng ta cần phải làm việc?

"Có tới hàng triệu con thiên nga đang lãng phí cả cuộc đời bằng việc tự coi mình là vịt con xấu xí."

— NARENDRA JADHAV —

Trích *Untouchables: My Family's Triumphant Journey Out ofthe Caste System in Modern India* (tạm dịch: Tiện dân: Hành trình vẻ vang của gia đình tôi trong cuộc chiến thoát khỏi chế độ đẳng cấp trong xã hội Ấn Độ hiện đại)

Không có được thì khổ sở, có được rồi thì lại mệt mỏi

Chỉ tính riêng trong năm 2012, các cơ sở giáo dục tại Hàn Quốc đã đẩy 560.000 cử nhân đại học và 630.000 học sinh tốt nghiệp cấp ba ra xã hội. Trong đó, có 290.000 cử nhân đại học nhanh chóng tìm được việc làm ngay sau khi tốt nghiệp. Đối với những học sinh tốt nghiệp phổ thông trung học, có khoảng 450.000 người tiếp tục theo học đại học và 50.000 người quyết định tìm việc ngay. Thực tế cho thấy rằng, trong số những người lao động tìm việc làm, chỉ tồn tại một con số rất nhỏ những người may mắn giành được một công việc ổn định với mức lương hấp dẫn ở các doanh nghiệp tư nhân lớn hay tại các cơ quan nhà nước. Thế hệ trẻ Hàn Quốc đang vật vã, quằn quại do nạn thất nghiệp gây ra.

Nhưng trong đại nạn này, nạn nhân không chỉ có những người trẻ tuổi. Trong xã hội hiện đại ngày nay, ngay cả việc thế hệ

trung và cao niên đã về hưu cũng coi cuộc sống sau công sở là một cơ hội để tự do "thiết kế" phần đời tiếp theo và nuôi hy vọng gieo cấy mùa vụ thứ hai trên cùng một mảnh đất cuộc đời đã không còn là điều xa lạ. Tuy nhiên, vấn đề làm sao để tìm được một công việc phù hợp cho đối tượng lao động này lại tiếp tục đặt ra một bài toán khó cho xã hội.

Việc làm không chỉ đơn giản là vấn đề tiền bạc và kế mưu sinh. Chúng ta cần phải nhận thức được đây là vấn đề thuộc về phạm trù giá trị xã hội và đạo đức của con người. Bởi vậy mới dẫn đến hậu quả những người thất nghiệp dài hạn khó tránh khỏi các căn bệnh nguy hại về mặt tư tưởng. Tôi từng được nghe một lời thổ lộ thẳng thắn đến mức bất thường của một người đứng xếp hàng trong một hàng dài bất tận tại một hội chợ việc làm.

"Nếu có được một nghề nghiệp tốt, dám chừng tôi có thể đánh đổi bằng cả linh hồn."

Đánh đổi tất cả để có được công việc ưng ý mà bạn đã ao ước bấy lâu nay liệu có thể giải quyết được vấn đề của bản thân?

Tìm được việc làm rất khó khăn, nhưng đạt được điều mình mong muốn không có nghĩa là mọi khó khăn chấm dứt, bạn vẫn tiếp tục phải đối mặt với những vấn đề nhức nhối mà công việc đó mang lại. Từ chuyện nhỏ nhất là mỗi sáng bạn phải chiến đấu với cơn buồn ngủ để đến công sở, để rồi ngay sau đó, bạn lại rơi vào dòng người chật vật ngược xuôi để đến chỗ làm đúng giờ. Nếu chốn công sở là chiến trường muôn vàn hiểm nguy thì những người làm việc tại đó ắt phải trở thành những chiến binh để có thể tồn tại. Họ tất bật, hối hả, dùng giấy bút làm vũ khí thay cho cung tên và luôn phải nắm vững những kế hoạch tác chiến chắc thắng. Đây được coi là toàn bộ chiến lược sinh tồn của những "chiến binh công sở". Ngay cả vào những ngày may mắn hiếm hoi được tan sở đúng giờ thì cũng đừng vội quên tình trạng giao thông ngoài kia đang hỗn loạn khi thành phố bước vào giờ tan tầm. Nhưng vào những ngày làm tăng ca hay làm

đêm, chắc chắn cuộc chiến với sự mệt mỏi cả về thể chất lẫn tinh thần sẽ còn vắt kiệt sức lực của bạn hơn nữa. Cứ như vậy, mỗi tháng một lần những con số đầy hứng khởi sẽ lại được thêm vào và lấp đầy tài khoản ngân hàng của bạn, cùng với đó là những lợi ích có được từ công việc. Thế nhưng, ngay ngày hôm sau, các dịch vụ ủy thác thanh toán đã gần như thổi bay con số ấy và tài khoản của bạn lại trở về trạng thái gần như trống rỗng. Sổ lương – thành quả của lao động chẳng lẽ chỉ như bến đỗ tạm thời với những con số lưu lại chẳng bao lâu đã vội bỏ đi?

Nhiều người lao động tại Hàn Quốc không hy vọng công việc sẽ giúp họ hiện thực hóa bản ngã mà chỉ mong nó mang lại cảm giác yên ổn khi vượt qua một tháng làm việc mà không "hề hấn" gì. Thực tế, mỗi người đều dành thời gian cho công việc và công sở nhiều hơn cả thời gian sinh hoạt ở nhà, công việc đang chiếm phần lớn thời lượng của cuộc sống. Công việc và công sở chính là căn nguyên của nỗi bất an và liên quan trực tiếp đến những căng thẳng mà nhiều người đang phải gánh chịu.

Việc làm chính là thứ nếu không có được thì khổ sở mà có được rồi thì cũng vì nó mà hao tâm tổn sức. Rốt cuộc, đâu là lý do để con người lao động và làm việc? Chẳng lẽ đối với con người, công việc cũng không khác nào một sự trừng phạt, giống như tảng đá của Sisyphus[1]? Vậy, đâu là ý nghĩa thực sự của công việc đối với con người?

---

[1]. Trong thần thoại Hy Lạp, Sisyphus bị các vị thần trừng phạt bằng việc suốt đời phải đẩy một tảng đá lớn lên tới đỉnh núi rồi đứng nhìn tảng đá lăn xuống chân núi, sau đó lai phải trở xuống đẩy hòn đá lên đỉnh và tiếp tục lặp lại quá trình này. Lý do của hình phạt này là bởi các vị thần cho rằng không có hình phạt nào tàn khốc hơn sự lao động hoài công và vô vọng. (ND)

Nghề có phải là "nghiệp"?

Ấn Độ – quốc gia được mệnh danh là "đất nước của các vị thần" với trên 80% trong tổng số hơn 1 tỷ người theo đạo Hindu. Tại đây, người ta thờ rất nhiều vị thần, từ những vị thần có hình dáng giống con người, cho đến những vị thần mang lốt thú. Đây cũng là nơi tồn tại nhiều loại hình công việc đa dạng, y như sự phong phú trong dáng vẻ của các vị thần mà họ tôn thờ. Ở Ấn Độ có người làm nghề lấy ráy tai, giặt quần áo thuê, cho thuê điện thoại di động, phơi phân bò, kéo xe, v.v... và thậm chí ăn xin cũng được coi là một nghề. Theo một cuộc điều tra, có tới 50% người dân Ấn Độ cho biết hiện nay họ đang làm công việc mà họ ao ước khi còn nhỏ. Trong khi đó, con số đó tại các quốc gia phát triển thấp hơn rất nhiều như Mỹ (29%) và Anh (21%). Điều gì đã khiến người dân Ấn Độ hài lòng với nghề nghiệp của họ đến vậy?

Theo Hindu giáo, mục đích của công việc không phải là tiền bạc mà mang tính chất tôn giao. Và chính hành vi lao động cũng đã là một hoạt động tôn giáo. Đạo Hindu có từ *karma*, có nghĩa là *nghiệp*. Theo đạo Hindu, người ta tin rằng kiếp này là kết quả của kiếp trước và cũng là sự chuẩn bị cho kiếp sau, bao gồm cả thân phận lẫn nghề nghiệp và đây chính là hệ quả tất yếu của "nghiệp". Điều này có nghĩa là tại Ấn Độ, nghề nghiệp cũng giống như số mệnh và làm việc cũng là một hoạt động tôn giáo. Mặc cho những biến đổi của thời đại, nhiều người Ấn Độ vẫn giữ nguyên suy nghĩ nghề nghiệp đã được ấn định sẵn cho mỗi người từ khi họ được sinh ra. Và họ có một niềm tin mãnh liệt rằng nếu chăm chỉ tu hành với nghề nghiệp được định sẵn, kiếp sau họ sẽ được sinh ra với một cuộc sống tốt đẹp hơn. Như vậy đối với họ, nghề nghiệp là một thiên chức mà không một ai có thể đảm nhận thay họ được. Người Ấn Độ chấp nhận nghề của mình như một phần số mệnh và hoàn toàn không đặt nặng vấn đề phân biệt ngành nghề.

"Cân bằng giữa công việc và cuộc sống" đang trở thành mối quan tâm hàng đầu của xã hội phương Tây nhưng lại là điều hoàn toàn tự nhiên tại Ấn Độ. Ấn Độ chính là đất nước dù nghèo

khó cùng cực vẫn có hơn 60% dân số trả lời "Có" khi được hỏi "Bạn có hài lòng với cuộc sống hiện tại không?" Ngược lại, ở một quốc gia phát triển như Hàn Quốc, người ta vì công việc mà phá vỡ sự cân bằng của cuộc sống, quỹ thời gian sum vầy sung túc bên gia đình trở nên eo hẹp và chỉ có 19% dân số hài lòng với cuộc sống hiện tại. Theo kết quả của một cuộc điều tra do hãng thông tấn Reuters thực hiện năm 2012 tại 24 quốc gia trên thế giới, có tới 81% dân số không cảm thấy hài lòng với cuộc sống hiện tại của họ.

Chỉ số hạnh phúc và mức độ hài lòng với nghề nghiệp của người Ấn Độ đạt mức cao nhất trên thế giới. Nếu nhìn trên kết quả khảo sát thì Ấn Độ có vẻ là một đất nước yên bình, nhưng trên thực tế vấn đề phân biệt đẳng cấp tại đây đang ngày càng trở nên sâu sắc. Đặc biệt, tầng lớp hạ đẳng Dalit hay còn gọi là "tầng lớp tiện dân" có địa vị thấp nhất trong xã hội Ấn Độ vẫn phải chịu sự phân biệt đối xử gay gắt và trở thành nạn nhân của sự khinh miệt trong xã hội. Đúng như tên gọi *tầng lớp tiện dân*, chúng ta có thể tưởng tượng nhóm người Dalit phải chịu sự coi thường đến mức dường như họ không thể đi tiếp nếu chưa xóa sạch mọi dấu chân mình đã để lại. Năm 1950, chính phủ Ấn Độ ra pháp lệnh yêu cầu bãi bỏ hoàn toàn chế độ đẳng cấp. Tuy nhiên, bất chấp những cố gắng của chính phủ và luật pháp, chế độ đã tồn tại và chi phối cuộc sống của người dân Ấn Độ từ ngàn đời qua vẫn tiếp tục cho thấy những tác động sâu rộng của nó đến toàn bộ xã hội Ấn Độ. Những người thuộc tầng lớp Dalit không có khả năng tự bảo vệ sự tôn nghiêm tối thiểu của một con người chiếm khoảng 15% dân số Ấn Độ. Tức là có hơn 170 triệu người hiện đang phải sống cuộc đời "vịt con xấu xí" trong sự phân biệt đối xử gay gắt và không thể thoát khỏi sự kỳ thị cay độc của xã hội.

Tuy nhiên, trong số "vịt con xấu xí" ấy cũng đã xuất hiện những con người tự tin vào bản chất "thiên nga" của mình và dám vượt qua bức tường hiện thực để trở thành người hùng mới của Ấn Độ. Sinh ra với thân phận của một tiện dân hạ đẳng, từng giữ

chức Cố vấn Ngân hàng Trung ương Ấn Độ (RBI – tức Ngân hàng Dự trữ Ấn Độ) và có khả năng trở thành ứng viên tranh cử Tổng thống nhiệm kỳ tiếp theo của Ấn Độ – Narendra Jadhav được biết đến là nhà kinh tế học danh tiếng đầu tiên của Ấn Độ xuất thân từ tầng lớp Dalit và hiện đang nỗ lực triệt để trên mọi phương diện nhằm xóa bỏ hoàn toàn chế độ tại nước này. Narendra Jadhav – người được tôn vinh như "vị thánh sống" tại Ấn Độ – đã nói rằng "Không một ai kể từ khi sinh ra đã là 'vịt con xấu xí' trong cuốn sách Tiện dân: Hành trình vẻ vang của gia đình tôi trong cuộc chiến thoát khỏi chế độ đẳng cấp trong xã hội Ấn Độ hiện đại.

> *"Tôi cho rằng thành công là biến tiềm năng thành hiện thực. Trên thế gian này, không có người nào là vô dụng. Bất cứ ai cũng mang trong mình những sức mạnh tiềm tàng khổng lồ. Đó chính là thông điệp mà câu chuyện cổ tích 'Vịt con xấu xí' muốn truyền đạt. Tiếc thay, trong xã hội phân chia đẳng cấp tại Ấn Độ, có tới hàng triệu con thiên nga đang lãng phí cả cuộc đời bằng việc tự coi mình là vịt con xấu xí."*

Trên đời không có ai sinh ra đã là "vịt con xấu xí". Jadhav đã không chỉ vượt qua bức tường của thân phận và đẳng cấp mà hơn thế nữa, ông còn đạp đổ bức tường "không thể" hay "không có cách nào" vẫn án ngữ trong tư tưởng của vô số những con thiên nga trên toàn thế giới khiến chúng không thể sải cánh vươn cao.

Suy nghĩ về mục đích chân chính của công việc

Con người là một thực thể tồn tại có suy nghĩ. Nhà văn Pháp, Paul Bourget, từng nói: một người cần phải sống theo cách mà họ nghĩ, nếu không cuối cùng sẽ nghĩ theo cách mà họ đã sống. Chúng ta ngay từ thuở nhỏ đã được truyền tải vào đầu tư tưởng: nghề nghiệp là mục tiêu cuối cùng của cuộc đời. Khi người lớn

hỏi trẻ con, “Ước mơ của con là gì?” thì điều mà họ hy vọng không phải là một câu trả lời sẽ giúp họ nhận ra quan điểm hay cách nhìn nhận cuộc sống của đứa trẻ, mà là câu trả lời của đứa trẻ về một nghề nghiệp cụ thể nào đó. Mỗi đứa trẻ phải nghe câu hỏi này nhiều đến nỗi dần dần chính yếu tố “là gì” ấy bỗng nhiên lại trở thành mục tiêu của chúng khi trưởng thành.

Liệu có phải chúng ta đang chạy theo một mục tiêu vô nghĩa nên mới dẫn tới hàng loạt những cảm xúc bất mãn, bất an và mệt mỏi ngay cả khi đã có được một công việc, tức là đã đạt được mục tiêu của cuộc đời? Quá trình công nghiệp hóa được tiến hành gấp rút cùng với chủ nghĩa tư bản đã khiến con người quên đi mục đích chân chính của công việc. Tuy nhiên, khủng hoảng kinh tế cùng với nhiều hệ lụy đã dẫn tới sự sụp đổ của không ít tập đoàn lớn trên thế giới gần đây buộc chúng ta phải nhìn nhận lại một cách nghiêm túc về vấn đề nghề nghiệp. Trong bối cảnh mất ổn định của nền kinh tế hiện nay thì tiền bạc và địa vị không còn là mối quan tâm hàng đầu, con người chú trọng hơn tới việc theo đuổi ước mơ và tìm cho mình một hướng đi phù hợp.

Kết quả của một cuộc điều tra đã cho thấy “tiền” chỉ đứng ở vị trí thứ 4 trong những đáp án cho một câu hỏi được đặt ra với nhiều người: “Theo bạn đâu là mục đích của công việc?”. Câu trả lời phổ biến nhất cho “mục đích của công việc” được các đối tượng tham gia khảo sát lựa chọn là “để tìm kiếm niềm vui trong cuộc sống”. Nhưng nếu câu hỏi này được thay đổi đi một chút thành “Lý do bạn bước ra khỏi nhà và đi làm ngày hôm nay là gì?” thì chưa biết chừng lần này “tiền” lại thắng thế và vươn lên vị trí số một. Tuy nhiên, cho dù hiện thực mà chúng ta đang trải qua có ra sao, chúng ta đang làm công việc gì thì chắc chắn cuối cùng, sâu trong tâm khảm mỗi con người, ai cũng hy vọng có thể tìm thấy niềm vui trong công việc và thậm chí còn có thể biến công việc thành một thú vui. Mặc dù vậy, việc tìm kiếm niềm vui ở đâu và cách để thực hiện mục đích chân chính của công việc lại là câu hỏi khó tìm được lời giải đáp thích đáng.

Hơn ai hết và hơn bao giờ hết, ngay bây giờ, mỗi người cần nghiêm túc tự hỏi bản thân:

“Đâu là công việc có thể mang lại niềm vui cho bản thân mình?”

Đâu là lối thoát cho hiện thực tăm tối?

> *“‘Công sở’ không thể trở thành sự bảo đảm cho chúng ta nhưng ‘nghề nghiệp’ thì hoàn toàn có thể. Tôi có một lời nhắn gửi tới những ai chuẩn bị bước vào môi trường công sở, hãy tìm cho mình một nghề mà bạn có thể dành cả đời để gắn bó với nó, thay vì tìm một nơi làm việc mà bạn chỉ có thể trụ lại lâu nhất từ 20 đến 30 năm.”*
>
> - Kim Ho (Đại diện Công ty The LAB h)

Một thực trạng đáng lo ngại trong xã hội là vấn đề việc làm ngày càng lạc vào vòng luẩn quẩn. Nếu như vấn đề của Ấn Độ là do chế độ đẳng cấp biến con người trở thành những chú vịt con xấu xí, thì những chú vịt con xấu xí của chúng ta lại là sản phẩm sinh ra từ căn bệnh tự kỷ ám thị và “ánh mắt của người đời”. Như vậy, thiên nga chẳng qua chỉ là cách gọi khác của “kẻ thất nghiệp tay trắng” và là biểu tượng cho những triển vọng và cái đẹp một thời rồi cũng dần phai nhạt theo năm tháng.

Cái chết của người chào hàng nào đó

Dù đã hơn 60 tuổi nhưng Willy vẫn phải vật lộn với những chi phí bảo hiểm và khoản trả góp chồng chất. Ông đã sống cả đời bằng nghề nhân viên tiếp thị nhưng vẫn chưa thoát khỏi những nỗ lực luẩn quẩn nhằm tháo gỡ hoàn cảnh không lấy gì làm sung túc của mình. Tuy đã ngoài lục tuần, song cuộc sống còn nhiều bộn bề khiến Willy chưa thể nghỉ ngơi. Nhưng chẳng may, Willy bị công ty sa thải, toàn bộ niềm hy vọng cũng theo đó mà tan biến, đẩy ông vào chốn đường cùng. Cuối cùng, Willy

ngồi lên chiếc xe ô tô quen thuộc, nhấn ga hết cỡ và tự kết liễu đời mình với suy nghĩ ít ra khi chết đi ông còn có thể để lại cho gia đình một khoản tiền bảo hiểm.

Đây là một cảnh trong vở kịch *Cái chết của người chào hàng* (Death of a sales man) của nhà viết kịch nổi tiếng người Mỹ, Arthur Miller, được công diễn lần đầu tiên vào năm 1949. Yếu tố then chốt tạo nên bi kịch của nhân vật Willy Loman trong tác phẩm này, một con người bình thường từng ấp ủ nhiều mơ ước nhưng cuối cùng đã bị hủy hoại vì những sức ép của cuộc sống hiện đại, chính là "thất nghiệp". Trong cuộc sống hiện đại, mất việc cũng khủng khiếp như bị cướp đi ý chí tiếp tục sống của con người. Cái chết của Willy càng trở nên bi kịch và đau xót hơn bởi không ai biết đó là sự ra đi của một con người tên là "Willy" mà sau cùng sự việc này chỉ được nhắc tới như "cái chết của một người chào hàng vô danh nào đó". *Cái chết của người chào hàng* là tác phẩm được sáng tác vào thế kỷ XX nhưng nội dung mà nó truyền tải vẫn còn giữ nguyên giá trị hiện thực sinh động khi bước sang thế kỷ XXI. Nhân vật nhân viên bán hàng trong tác phẩm này là nạn nhân của một xã hội văn minh và cái chết của ông được coi là bi kịch điển hình cho mặt trái của chủ nghĩa tư bản.

Cái chết của người chào hàng không chỉ ứng với những nhân viên kinh doanh mà đã trở thành một cụm từ phổ biến trên toàn thế giới. Điều này cũng cho thấy tương lai của vô số nhân viên công sở đang bị uy hiếp mạnh mẽ. Đặc biệt, việc Nhật Bản đang dần xóa bỏ *chế độ làm việc trọn đời*, vốn được biết tới như là nét đặc thù của nền văn hóa công sở nước này, đang làm dấy lên mối lo ngại trong giới người làm công ăn lương. Gần đây, các doanh nghiệp Nhật Bản đang giảm thiểu số lượng lao động chính thức, thay vào đó, họ tuyển dụng nhân viên làm việc với các hợp đồng ngắn hạn hoặc không chính thức. Nếu như vào năm 1985 có tới 85% lao động được ký kết hợp đồng lao động chính thức thì đến năm 2007 con số này giảm xuống chỉ còn 64,8%. Mặt khác, cũng trong khoảng thời gian này, số lượng lao động không

chính thức tăng từ 15% lên 35,2%. Khi khủng hoảng kinh tế nổ ra, biện pháp đầu tiên được các doanh nghiệp áp dụng khi cần phải tiết giảm chi phí chính là cắt giảm nhân lực. Việc đầu tiên là hạn chế tuyển dụng nhân viên mới, đồng thời giảm bớt số lượng nhân viên chính thức và cũng là lực lượng lao động mà công ty cần phải đảm bảo các điều kiện lao động liên quan. Tình trạng này vẫn tiếp diễn khiến việc trở thành nhân viên chính thức và bước qua cổng chính dẫn vào các doanh nghiệp lớn ngày càng trở nên chật hẹp với giới trẻ Nhật Bản. Điều này dẫn tới hiện tượng xuất hiện nhiều lao động không chính thức bước vào công ty bằng cổng sau rồi cũng bước ra chính từ cánh cổng đó.

Sự thay đổi mô hình việc làm theo chiều hướng này đã thay đổi toàn bộ diện mạo xã hội Nhật Bản. Trong quá trình thay đổi này đã xuất hiện một hệ thống từ mới rất đa dạng như *Freeter* để chỉ những người không có công việc ổn định và coi những việc làm bán thời gian, nghề tự do là nghề kiếm sống; *Hikikomori* là từ để chỉ hiện tượng tự giam mình trong nhà và xa rời khỏi cuộc sống xã hội hay công việc; *NEET* ám chỉ một nhóm người "lông bông" không tìm được động lực làm việc, v.v... Tựu trung, hệ thống từ mới cùng với những hiện tượng xã hội ẩn sâu bên trong đó cho thấy thái độ lảng tránh cuộc sống của một bộ phận giới trẻ mang tâm lý bất an, mong manh trong xã hội hiện đại. Giờ đây, những người làm công ăn lương tại Nhật Bản đang phải đối mặt với một cái kết dành cho *chế độ làm việc trọn đời* bắt đầu được khởi xướng từ những năm 1990.

Tuy nhiên, cần phải thấy được rằng đây không phải là vấn đề của riêng Nhật Bản. Sau cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ IMF và khủng hoảng kinh tế thế giới trong những năm 2000, *cái chết của người chào hàng* đã nhanh chóng lây lan và trở thành một hiện tượng phổ biến toàn cầu. Điều đặc biệt nguy hiểm là những hệ lụy mà nó kéo theo đang nhằm thẳng vào thế hệ thanh niên chuẩn bị bước ra ngoài xã hội. Báo cáo mới đây của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) đặt ra cho xã hội một tương lai u ám khi đưa

ra con số 12,7% thanh niên trên toàn thế giới đang rơi vào tình trạng thất nghiệp và tình hình này còn tiếp tục xấu đi trong vòng 5 năm tới. Toàn thế giới đang oằn mình trong cơn bạo bệnh việc làm với những thanh niên thuộc *thế hệ mất mát*[1]. Chúng ta có thể tuyên bố rằng, giờ đây, giới trẻ toàn cầu đang đối mặt với một tương lai nghề nghiệp bấp bênh.

---

[1]. Thuật ngữ ám chỉ những thanh niên Nhật Bản lớn lên sau cuộc khủng hoảng kinh tế triền miên và phải chịu nhiều thiếu thốn trong công việc, tiền bạc, tình cảm, phải kiếm sống bằng những công việc không ổn định với mức lương bèo bọt. (ND)

Mặc dù luôn duy trì một tỷ lệ tăng trưởng cao, tình hình kinh tế khá ổn định, song nước láng giềng Trung Quốc cũng gặp phải những vấn đề đáng lo ngại. Thực tế hiện nay tại Trung Quốc, cứ 10 thanh niên thì lại có 1 người không thể tìm được việc làm và con số này đang tiếp tục gia tăng. Câu hỏi đặt ra là 30 năm sau khi thực hiện cải cách mở cửa với tốc độ tăng trưởng chóng mặt, tại sao thanh niên Trung Quốc vẫn không tìm được việc làm? Vấn đề nằm ở sự phân biệt trong việc làm và nghề nghiệp. Thứ mà họ thiếu là những vị trí làm việc tốt. Những công việc ổn định với mức lương cao rất hạn chế, trong khi đó số lượng lao động trẻ có trình độ cao lại không ngừng tăng lên. Những lao động trẻ đã chú trọng đầu tư cho sự nghiệp giáo dục của bản thân cho rằng những công việc với mức lương thấp không phù hợp với trình độ của họ và chấp nhận trì hoãn tìm kiếm việc làm. Vấn đề của thị trường việc làm Trung Quốc là mâu thuẫn giữa tiêu chuẩn của người tìm việc và yêu cầu của công việc đặt ra từ phía nhà tuyển dụng. Trong khi đó, tình trạng này cũng tăng thêm gánh nặng cho giới trẻ Trung Quốc khi mà họ vốn đã được coi là *thế hệ six pocket* (six pocket generation).

Hội chứng six pocket là thuật ngữ xuất phát từ chính sách một con của Trung Quốc, dẫn tới mô hình gia đình một con trở nên

phổ biến tại nước này. Như vậy 6 người lớn trong một gia đình bao gồm cha mẹ, ông bà nội, ông bà ngoại sẽ tập trung tiền của và sức lực để chăm sóc một đứa trẻ duy nhất. Mỗi đứa trẻ sẽ được chăm chút tỉ mỉ và một mình thừa hưởng tất cả sự chiều chuộng của cả gia đình như một "tiểu hoàng đế", song vấn đề sẽ nhanh chóng phát sinh khi đứa trẻ trưởng thành. Tình thế bị đảo ngược khi 6 người lớn trong gia đình ngày càng có tuổi, dẫn tới thực tế một người trẻ có trách nhiệm phụng dưỡng 6 người già. Điều này đặt lên vai thế hệ trẻ những áp lực vô cùng nặng nề. Gánh nặng gia đình khiến thế hệ trẻ đặt nhiều kỳ vọng vào một mức lương cao trong công việc. Tuy nhiên, kỳ vọng càng nhiều thì thất vọng càng lớn, và khi thực tế không như mong đợi thì họ dần mất đi niềm tin vào khả năng của bản thân. Sau khi chật vật để có được một công việc ưng ý, việc rơi vào môi trường cạnh tranh khốc liệt chốn công sở mà không có một chỗ dựa khiến họ không tránh khỏi cảm giác chán nản, muốn bỏ cuộc. Có thể thấy rằng *thế hệ six pocket* của Trung Quốc hiện đại có một cuộc sống không mấy hạnh phúc. Tỷ lệ sinh ngày càng giảm sút đã đẩy nhanh quá trình già hóa dân số, khiến gánh nặng xã hội tăng cao và dẫn tới căn bệnh trầm cảm nặng nề phổ biến trong giới trẻ hiện đại.

Cần có chiến lược để "tìm kiếm công việc phù hợp với bản thân"

Trong một cuộc phỏng vấn với tờ *Hankyoreh*, Kim Ho, đại diện công ty The LAB h, một chuyên gia về lĩnh vực tư vấn và quản lý rủi ro Hàn Quốc có đôi lời nhắn nhủ tới những người trẻ tuổi mới bước vào xã hội.

> *"'Công sở' không thể trở thành sự bảo đảm cho chúng ta nhưng 'nghề nghiệp' thì hoàn toàn có thể. Tôi có một lời nhắn gửi tới những ai chuẩn bị bước vào môi trường công sở, hãy tìm cho mình một nghề mà bạn có thể dành cả đời để gắn bó với nó,*

thay vì tìm một nơi làm việc mà bạn chỉ có thể trụ lại lâu nhất từ 20 đến 30 năm."

Chúng ta đang sống trong một thời đại bấp bênh và nhiều rủi ro. Giờ đây, nơi làm việc không còn là lá chắn bảo hộ an toàn nữa. Thứ duy nhất có thể bảo đảm cho chúng ta trong mọi hoàn cảnh chỉ có thể là nghề nghiệp, là sự nghiệp của chúng ta. Thuật ngữ *"cái chết của người chào hàng"* không có ý ám chỉ những công ty trả lương cho người lao động ngày càng ít đi, mà chính xác phải là giá trị tồn tại của những công ty như vậy không còn giữ thế thượng phong như trước kia. Bởi trong thời đại ngày nay, nghề nghiệp đã trở nên quan trọng hơn nơi làm việc. Nếu tin tưởng vào sự nghiệp của bản thân và xác định được một mục đích rõ ràng thì bạn hoàn toàn có thể biến rủi ro thành cơ hội.

Kazuo Inamori, nhà sáng lập Tập đoàn Kyocera – một trong những biểu tượng lớn của nền kinh tế Nhật Bản trong thế kỷ XX và lọt vào Top 100 doanh nghiệp lớn nhất trên thế giới, được mệnh danh là "bậc thầy kinh doanh". Trên con đường đưa một doanh nghiệp nhỏ trở thành tập đoàn tầm cỡ thế giới, Kazuo Inamori đã trải qua không ít thăng trầm. Hơn ai hết, ông thấu hiểu tình cảnh khốn đốn của một nhân viên không được trả lương đúng hạn và trạng thái tâm lý băn khoăn, trăn trở về quyết định thay đổi công việc bám riết lấy tâm trí những người làm công ăn lương, bởi ông cũng từng có thời kỳ như vậy. Thế nhưng, Kazuo Inamori chưa bao giờ mất đi niềm hy vọng hay có ý định từ bỏ. Trong những trăn trở sâu sắc về công việc, thứ chiếm phần lớn cuộc đời của chính mình, Kazuo Inamori tin rằng nếu chỉ một giây phút nào đó, ông chấp nhận thỏa hiệp với công việc thì cả đời ông sẽ bị nó khuất phục. Bởi vậy, Kazuo Inamori tự đặt ra cho bản thân một câu hỏi mang tính quyết định vô cùng quan trọng. Đó chính là câu hỏi để đi tìm ý nghĩa và giá trị đích thực của công việc: "Tại sao mình lại làm việc?"

Từ câu hỏi ấy, ông bắt tay vào công cuộc biến "việc của người khác" thành "sự nghiệp của bản thân". Đó cũng chính là quá

trình tận hưởng niềm vui trong công việc và gặt hái những thành công vượt bậc. Ông từng nói, để thấy được giá trị của cuộc sống, trước hết phải hiểu được công việc có ý nghĩa quan trọng như thế nào trong cuộc đời mỗi con người. Sức mạnh đã khiến một nhân viên công sở bình thường trở thành "doanh nhân hàng đầu Nhật Bản" hay "bậc thầy kinh doanh" thực ra lại bắt nguồn từ một suy nghĩ vô cùng giản dị "Hãy vui vẻ tận hưởng công việc mà bạn đang làm". Kazuo Inamori đã viết như thế này trong cuốn *Cách sống – từ bình thường trở nên phi thường,* một tác phẩm nổi tiếng chứa đựng quan điểm về nghề nghiệp và thế giới quan của ông.

> *"Nếu bạn thắc mắc 'rốt cuộc chúng ta làm việc vì cái gì?' thì mong bạn hãy nhớ kỹ lấy điều này. Việc mà bạn đang làm là hành vi quan trọng nhất nhằm tự rèn luyện bản thân, gọt giũa tâm hồn và tìm ra giá trị của cuộc sống."*

Việc tìm kiếm giá trị của công việc không yêu cầu những triết lý cao siêu hay kiến thức chuyên môn đặc biệt. Con đường đi tìm giá trị của việc làm chỉ cần bắt đầu từ việc tự đặt ra cho bản thân câu hỏi về động cơ làm việc và tìm cách đón nhận tương lai gần ngay trước mắt, đó chính là ngày mai theo cách mà ta có thể cảm thấy hạnh phúc, chứ không phải một tương lai xa xôi nào khác. Chúng ta đang sống trong một thời đại đầy biến cố với tương lai bất định, nhưng đối với ai đó, ngay cả những khổ đau của thời đại không phải là trở ngại, mà chính là cơ hội bất tận cho tương lai.

Tay golf chuyên nghiệp người Mỹ, Lee Trevino, từng nói:

> *"Ngủ yên là điều khó khăn nhất trên đời, bởi tôi luôn nóng lòng muốn thức dậy để bắt tay ngay vào những việc cần phải làm."*

Thế nhưng, trong thực tế, "thời gian làm việc" và "trách nhiệm công việc" luôn được đặt lên hàng đầu, còn "tìm kiếm niềm vui trong công việc" dường như là điều bất khả thi. Đối với các nhân

viên công sở, thời gian hạnh phúc nhất trong tuần vỏn vẹn chỉ có *thứ Bảy máu chảy về tim* và *thứ Sáu máu hơn thứ bảy*, rồi ngay vào đêm Chủ nhật *"hội chứng ngày đầu tuần"* nhanh chóng ập đến kéo bạn trở về với tâm trạng trầm uất, mệt mỏi thường ngày.

Liệu đến một lúc nào đó, "hạnh phúc trong công việc" sẽ xuất hiện khi có thêm nhiều người cảm thấy hứng khởi đi làm vào mỗi thứ Hai đầu tuần? Tôi tin rằng trong hiện thực lao động không lấy gì làm vẻ vang này, trong tương lai, con người có thể vì tình yêu với công việc mà trằn trọc, trăn trở chỉ có thể xảy đến khi chúng ta thực sự quyết tâm gây dựng nền tảng sự nghiệp của bản thân và thay đổi cấu trúc của nền kinh tế xã hội.

Hy vọng rằng câu chuyện mà tôi bắt đầu ngay sau đây có thể trở thành sợi dây liên hệ tuy mong manh nhưng có thể giúp các bạn tìm thấy những đầu mối đầu tiên để tháo gỡ những vướng mắc, bất cập còn tồn tại trong xã hội và trong chính bản thân các bạn.

PHẦN I
XU HƯỚNG VIỆC LÀM TRONG TƯƠNG LAI: ĐÓN ĐẦU XU HƯỚNG NGHỀ NGHIỆP ĐỂ NẮM BẮT SỰ NGHIỆP TƯƠNG LAI

: FUTURE (tương lai)

Thế nào là "một công việc tốt"? đã từng có thời, việc đầu quân vào một công ty lớn hay trở thành viên chức, hàng ngày mặc áo sơ mi trắng, đóng bộ âu phục, làm việc trong những tòa nhà cao tầng tại thành phố hay những "công việc bàn giấy" được coi là điển hình của những công việc tốt. Tuy nhiên, trong bối cảnh kinh tế hiện nay, khi mà các cơ hội tuyển dụng ngày càng trở nên hiếm hoi, cường độ công việc ngày càng lớn thì liệu cách nhìn nhận này có còn giữ nguyên giá trị? Trong xã hội hiện đại, vấn đề phân công lao động được thực hiện triệt để và kết quả của quá trình chuyên môn hóa tối đa này là sự ra đời của hơn 20.000 chủng loại nghề nghiệp mà chúng ta có thể thống kê được. Vấn đề đặt ra là trong xã hội đa nguyên hóa giá trị nghề nghiệp như ngày nay, quan niệm nghề nghiệp "sĩ, nông, công, thương" có nguồn gốc từ thời đại nông nghiệp lúa nước khó có thể tiếp tục được coi là chuẩn mực để đánh giá việc làm.

Trong xã hội hiện đại, con người liên tục cho ra đời hệ thống các từ khóa mới để biểu hiện cho các mô hình biến đổi của xã hội như: chuyên môn hóa, hệ thống hóa, đa nguyên hóa, khu vực hóa, cá tính hóa, phạm trù hóa, v.v... Như vậy, trong bối cảnh xã hội ngày nay, chúng ta có thể thống kê và đưa ra 6 xu hướng việc làm toàn cầu nổi bật nhất như sau: 1) Sự xuất hiện của *cổ*

cồn nâu (brown-collar); 2) Sự ra đời của *nhân công xê dịch* (nomad worker); 3) Xu hướng doanh nghiệp xã hội hướng thiện; 4) Biến sở thích thành nghề nghiệp và xu hướng nới lỏng quản trị; 5) Xu hướng trở về xây dựng quê hương; 6) Sự gia tăng của hình thức khởi nghiệp kinh doanh nhỏ và các doanh nghiệp quy mô nhỏ.

From “white - Collar” to “brown - Collar”
Từ “Cổ cồn trắng” đến “Cổ cồn nâu”

:

Sự bùng nổ của thế hệ trẻ cổ cồn nâu

:

Phép nhị phân giữa một bên là giới cổ cồn trắng (white-collar)[1] luôn trở thành tâm điểm của mọi sự ngưỡng mộ với bên còn lại là giới cổ cồn xanh (blue-collar)[2] từng bị đánh giá thấp đang dần biến mất.

Tại sao con người lại khao khát một công việc cổ cồn trắng đến vậy? Bởi cổ cồn trắng được coi là nghề nghiệp có tính chất ổn định, cường độ làm việc không quá căng thẳng, trong khi lương bổng lại cao. Nhưng những quan điểm đánh giá này về cổ cồn trắng không còn giữ nguyên giá trị cho đến ngày nay. Khủng hoảng kinh tế nổ ra, khối nhân lực lương cao và giới hành chính, văn phòng là những đối tượng đầu tiên rơi vào danh sách cắt giảm biên chế. điều này làm sụt giảm nghiêm trọng tính ổn định vốn có của giới nghề nghiệp này. Mặt khác, giới văn phòng ngày càng phải chịu nhiều áp lực công việc gây ra những ảnh hưởng nặng nề đến tâm lý và cảm xúc. Cùng với đó là tình trạng tăng ca không hưởng lương kéo dài và cường độ làm việc quá tải đang trên đà leo thang. Trong khi đó, gần đây, mức lương và

điều kiện làm việc của giới cổ cồn xanh dần được cải thiện đáng kể. Bất kể so sánh về mức độ ổn định nghề nghiệp, môi trường làm việc tiện nghi hay ưu đãi lương bổng, rõ ràng giới cổ cồn trắng đang dần mất đi ưu thế vốn có.

Trước những biến đổi của xã hội, thanh niên ngày nay cũng dần thay đổi quan điểm trong cách nhìn nhận đối với khối ngành kỹ thuật cổ cồn xanh với những yêu cầu nhất định về lao động thể chất. Thế hệ trẻ đang đi tiên phong trong cuộc cách mạng xóa bỏ sự phân biệt về màu áo trong ngành nghề. Bằng việc chuyên môn hóa và thêm "gia giảm" vào các giá trị gia tăng cho những công việc lao động thể chất từng bị xem nhẹ với tên gọi lao động cổ cồn xanh, giới trẻ ngày nay đang mở ra một thị trường rộng lớn mới mẻ cho giới cổ cồn xanh và đang có triển vọng "vượt mặt" cổ cồn trắng. Thực tế cho thấy ranh giới phân cách giữa cổ cồn trắng và cổ cồn xanh đang dần bị xóa mờ, tạo điều kiện thuận lợi cho một nhân tố mới - giới "cổ cồn nâu (brown-collar)" có cơ hội vươn lên.

Sau đây, các bạn sẽ được nghe câu chuyện về các tấm gương trẻ tuổi tài cao đã tự khoác lên mình những màu áo nghề nghiệp hoàn toàn khác biệt và góp phần nâng cao giá trị cho những công việc từng bị xã hội coi thường.

---

[1]. Từ để chỉ những người làm công tác chuyên môn, quản lý hoặc hành chính trong môi trường văn phòng, ngân hàng, v.v... Họ thường là bác sỹ, luật sư, nhà quản lý, v.v...(ND)

[2]. Từ để chỉ những người làm công việc lao động chân tay. Họ thường được biết tới như những công nhân mặc đồng phục xanh làm việc tại nhà máy, công trường, v.v...(ND)

Anh: Trường Đào tạo Quản gia

CHÙNG GỐI XUỐNG ĐÔI CHÚT, CẢ THẾ GIỚI TRONG TẦM TAY

"Trong một vài năm trở lại đây, số lượng các tỷ phú, triệu phú tăng nhanh đột biến. Những người như vậy chắc chắn sẽ không tự tay làm việc nhà, họ cần tìm những người có khả năng quản lý những việc to nhỏ, lớn bé trong gia đình thay mình. Điều họ muốn là một người có trình độ chuyên môn đã được đào tạo bài bản để đảm đương hầu hết những công việc gia đình, chỉ ngoại trừ một số ít những việc mà đích thân họ phải động tay vào."

— GARY WILLIAMS —

(Giám đốc Chương trình Đào tạo Quốc tế tại Học viện Quản gia Anh)

Gần đây, người Anh bắt đầu thay đổi suy nghĩ về vấn đề việc làm. Theo kết quả của cuộc điều tra về mức độ hài lòng trong công việc do City&Guilds, cơ quan đào tạo việc làm Anh quốc, thực hiện: y tá chuyên nghiệp là nghề có mức độ hài lòng cao nhất, tiếp theo đó là nhân viên chăm sóc sắc đẹp, chủ tiệm hoa và đầu bếp. Ngược lại, những người hoạt động trong giới hành chính văn phòng như lĩnh vực tín dụng ngân hàng hay công nghệ thông tin đứng cuối bảng với mức độ hài lòng trong công việc vô cùng thấp. Cuộc điều tra này cũng mang lại một kết quả ngoài dự đoán khi đưa ra kết luận: những người lao động chân tay có mức độ hài lòng trong công việc hơn rất nhiều so với những người thuộc giới cổ cồn trắng.

Trong bối cảnh này, tại nước Anh có một nhóm nghề đã vươn lên trở thành tâm điểm chú ý và giành được mối quan tâm đặc biệt chưa từng có. Đó chính là nghề quản gia. Chúng ta từng biết đến quản gia Alfried trong bộ phim *Batman* (Người dơi), một

nhân vật luôn ăn vận giản dị, gọn gàng và trong tư thế sẵn sàng giúp đỡ những công việc hàng ngày cho anh hùng Batman. Nghề nghiệp của Alfried chính là quản gia. Tuy nhiên, đây chỉ là cách gọi hoa mỹ, trên thực tế quản gia cũng chính là "người hầu", hay còn được gọi "người giúp việc".

Gần đây, để trở thành kiểu "người hầu" như thế, những người có trình độ học vấn cao tại Anh phải cất công tìm đến tận các ngôi trường cao đẳng dạy nghề để chuyên tâm tu nghiệp. Đây quả là một hiện tượng xã hội không dễ lý giải. Tuy nhiên, nếu bổ sung một thông tin rằng mức lương tối đa dành cho một "người hầu" như vậy có thể lên tới 240.000 đô-la mỗi năm thì chắc chắn câu chuyện sẽ rẽ sang một hướng khác. Chúng ta hãy cùng đi tìm hiểu căn nguyên dẫn tới hiện tượng xã hội lý thú này.

Trung tâm đào tạo những quản gia chuyên nghiệp nhận mức lương lên tới 240.000 đô-la/năm!

Học viện Quản gia Anh (British Butler Institute) là trường đào tạo quản gia danh tiếng trên toàn thế giới. Bề ngoài, đây chỉ là một tòa nhà được xây dựng theo lối kiến trúc hiện đại không có gì nổi bật. Tuy nhiên khi bước vào bên trong, chúng ta sẽ bắt gặp những khung cảnh hoàn toàn lạ lẫm và khác biệt so với những giảng đường thông thường. Trước mặt các học viên không phải là bàn học mà là bàn ăn, trên mặt bàn bày biện chai rượu, ly uống rượu và các dụng cụ ăn uống khác, hoàn toàn không có sách vở hay máy tính xách tay. Tại đây, người ta tiến hành các chương trình giảng dạy đa dạng liên quan đến đào tạo quản gia chuyên nghiệp. Sau đây là tiết học về cách bài trí một bàn rượu theo phong cách châu Âu tại ngôi trường này.

> *"Các bạn cắm dụng cụ mở nút vào chính giữa nút chai rồi từ từ xoay tròn. Khi kéo nút bấc lên cần phải cảm nhận được tình trạng của chiếc nút. Nếu là nút nhân tạo thì có thể dễ dàng*

nhấc lên một cách gọn ghẽ nhưng đối với nút bấc, chỉ cần một sai sót nhỏ thôi cũng đủ khiến nó bị vỡ."

Giảng viên đặt một chai rượu ngoại lên bàn rồi chậm rãi giải thích, đồng thời làm mẫu cách mở nút chai. Mọi công đoạn từ việc dùng dao để loại bỏ lớp giấy nhôm cho tới động tác nhấc nút bấc ra khỏi miệng chai bằng dụng cụ mở chuyên dụng đều được thực hiện một cách chuyên nghiệp. Điều này khiến chúng ta tưởng rằng đây là một kỹ thuật đơn giản, thế nhưng ngay sau khi giảng viên thực hiện xong công đoạn làm mẫu, các học viên trong lớp dồn dập đưa ra câu hỏi.

"Thưa thầy, theo cách truyền thống thì chỉ cần bỏ phần trên của nắp nhôm thôi đúng không ạ? Những theo em, nếu mở toàn bộ chiếc nắp nhôm ra thì có lẽ sẽ gọn gàng, sạch sẽ hơn."

"Thầy có thể làm lại bước cắm dụng cụ mở nút chai vào nút bấc được không ạ? Công đoạn này yêu cầu phải thao tác chính xác đặc biệt là góc độ nên em muốn quan sát thêm một lần nữa."

Sau khi nghe câu hỏi, vị giảng viên hóm hỉnh trả lời:

"Xin lỗi bạn nhưng không còn chai rượu nào để mở cả. Hay là tôi đóng nắp chai lại vào vị trí cũ rồi mở ra để bạn quan sát góc độ nhé."

Cả giảng đường ồ lên cười. Ngay sau đó là thời gian tự thực hành của các học viên.

"Đây là tư thế khi tiến đến gần bàn của khách để phục vụ. Đi thẳng về phía trước, chân phải bước lên trên, luôn giữ cho lưng thẳng và hướng về phía bàn của khách, đồng thời hơi cúi người xuống một chút."

"Như vậy thì chân phải phải khuỵu gối xuống đúng không ạ?"

"Để giữ đúng tư thế này thì cũng có thể nói là như vậy. Nào, bây giờ các bạn hãy thực hành tư thế này với câu hỏi 'Xin lỗi, ngài có muốn dùng một chút rượu vang đỏ không ạ?' nhé."

Theo sự hướng dẫn của giảng viên, các học viên trong lớp nghiêm túc luyện tập, lặp đi lặp lại các động tác, liên tục chỉnh sửa, thay đổi tư thế sao cho chuẩn nhất. Tôi tự hỏi, tại sao những học viên này lại tìm đến tận một ngôi trường đào tạo chuyên nghiệp để theo học một nghề không được đánh giá cao, làm công việc của những người phục tùng chủ nhân mà chúng ta thường thấy trên phim ảnh, nghề mà chúng ta vốn quen gọi là người giúp việc. Người đầu tiên tôi gặp và trò chuyện là một cô gái đến từ Hà Lan hiện đang theo học khóa quản gia tại đây.

"Văn hóa quản gia của nước Anh là một nét truyền thống rất đặc sắc. Tôi cho rằng trở thành một phần của truyền thống này cũng là một điều vô cùng tuyệt vời. Với công việc này, khi chăm sóc người khác, tôi có thể mang tới cho họ cảm giác ấm áp khó quên cùng những trải nghiệm đặc biệt và chỉ cần như vậy thôi tôi cũng cảm thấy mãn nguyện rồi. Ngắm nhìn vẻ mặt rạng rỡ, hạnh phúc của mọi người, tôi cảm nhận được rằng những việc mình làm là có ích, bởi tôi đã góp phần tạo nên bầu không khí dễ chịu và thoải mái này."

Trên thực tế, tại Anh, không chỉ có duy nhất một trường đạo tạo quản gia chuyên nghiệp mà ngày càng có đông đảo các bạn trẻ tìm tới các ngôi trường như vậy với mong muốn trở thành quản gia. Vào những năm 1980, số lượng quản gia tại Anh chưa vượt qua con số 100, vậy mà tới năm 2007, quy mô này đã tăng lên thành 5.000 người. Con số thống kê này chắc hẳn sẽ mang lại cho các bạn cảm nhận thực tế nhất về mức độ nổi tiếng của nghề quản gia tại Anh. Nó bất chấp bối cảnh khủng hoảng kinh tế hiện nay, điều khiến nhiều người làm nghề quản gia gặp khó khăn trong việc tìm kiếm việc làm tại Anh. Nhưng cùng sự phất lên của tầng lớp phong lưu mới nổi và ngành công nghiệp du lịch như dịch vụ khách sạn, tại nhiều nơi như Trung Quốc, mức

độ nổi tiếng của các quản gia Anh ngày càng được nâng cao. Mặc dù không có một mức lương chính xác và còn tồn tại mức chênh lệch rất lớn về điều kiện đãi ngộ ngay trong chính giới làm nghề quản gia nhưng một quản gia cũng có thể nhận được mức lương từ 20.000 đến 240.000 đô-la Mỹ/năm.

Trong vô số các trường đào tạo quản gia được mở ra tại Anh, lý do lớn nhất để Học viện Quản gia Anh vẫn giữ được vị thế độc tôn cho tới ngày nay chính là nhờ đội ngũ giảng viên tại đây là các chuyên gia kỳ cựu trong lĩnh vực quản gia. Trong số đó, phải kể đến Nick Bonell – người có kinh nghiệm trong lĩnh vực này từ năm lên 8 tuổi khi bắt đầu với vai trò quản gia phụ tá trong một dinh thự tư nhân đồ sộ. Sau đó, Nick còn đảm nhiệm vai trò quản gia riêng cho các nhân vật tên tuổi tại Anh như Thủ tướng Anh, các gia đình quý tộc và CEO của những doanh nghiệp lớn. Không những vậy, Nick còn giữ các vị trí quan trọng trong một số khách sạn và nhà hàng cao cấp tại Anh.

> *"Tôi đã làm quản gia riêng cho những nhân vật quan trọng từ khi còn rất nhỏ. Có thể nói từ các phép tắc trên bàn ăn cho tới việc bảo vệ đời sống cá nhân của gia chủ, tôi đều có kinh nghiệm. Ngay chính tại nước Anh cũng không có nhiều quản gia thực sự dạn dày kinh nghiệm. Đây chính là lý do giúp tôi có thể giữ vững cương vị của một giảng viên đào tạo quản gia chuyên nghiệp trong vòng 5 năm qua. Tôi nghĩ rằng thật hoài phí nếu chỉ giữ những kinh nghiệm này cho riêng mình và không còn gì đáng mừng hơn nếu tôi có thể truyền đạt lại tất cả những kinh nghiệm và kỹ thuật mà mình đã đúc rút được trong suốt nhiều năm làm việc cho các bạn học viên, nhằm góp phần đào tạo nên nhiều thế hệ quản gia tài giỏi hơn trong tương lai."*

Điều mà Nick mong mỏi đang dần trở thành hiện thực. Một con số không nhỏ những học viên tốt nghiệp từ ngôi trường này hiện đang có mặt và làm việc trong vai trò quản gia chuyên nghiệp tại khắp nơi trên thế giới. Các lĩnh vực mà họ tham gia cũng vô cùng đa dạng, từ quản gia tư trong các dinh thự cao cấp;

nhân viên phục vụ trên các chuyến tàu hỏa hay tàu biển hạng sang, trên các phi cơ riêng, các siêu du thuyền; hoặc quản gia trong tư gia của các đại sứ hay nhà ngoại giao; quản lý khách sạn - khu nghỉ dưỡng - nhà hàng cao cấp, v.v... Nhờ có những hoạt động sôi nổi trong nhiều lĩnh vực đa dạng trên toàn thế giới cùng với niềm kiêu hãnh và tự tôn nghề nghiệp của các quản gia, giờ đây nước Anh đang trở thành tâm điểm chú ý của toàn thế giới với tư cách "đất nước của các quản gia" thay vì được biết tới như đất nước của các quý ông trong quá khứ.

Những chuyên gia đang được tìm kiếm bởi các tỷ phú, triệu phú, những nhân vật ưu tú trên toàn thế giới

Trong số những học viên của Học viện Quản gia Anh, có rất nhiều người mơ ước trở thành nhân viên phục vụ trên du thuyền. Tại Anh, ngành công nghiệp du lịch bằng tàu biển đã phát triển từ lâu và nhân viên phục vụ trên du thuyền có nhiệm vụ cung cấp tới du khách các dịch vụ du lịch cần thiết như phục vụ đồ uống, bữa ăn, nơi ở, đồ nội thất, v.v... Họ là những nhân viên cung cấp dịch vụ trên biển. Thêm vào đó, họ thường được biết đến là những lao động có mức thu nhập tương đối cao. Chỉ riêng điều kiện làm việc trên một du thuyền xa hoa, lộng lẫy, giữa bốn bề biển xanh cũng đã đủ để người ta phải mơ ước.

Tuy nhiên, hiện thực công việc của họ khác xa với viễn cảnh đẹp đẽ mà chúng ta vẫn thấy trên những thước phim. Nhân viên phục vụ trên du thuyền phải thực hiện mọi yêu cầu của chủ lao động, cũng đồng nghĩa với việc luôn phải cúi đầu, giữ phép lịch sự đối với tất cả du khách và phải tự tay thực hiện những việc tưởng chừng tầm thường nhất như phục vụ bữa ăn hay dọn dẹp vệ sinh, v.v... Trên thực tế, ngoài việc giảng dạy những kỹ năng căn bản dành cho quản gia như dọn dẹp, nấu nướng, là quần áo thì những tiết học như hướng dẫn cách rót rượu vang hoặc sâm-panh, cách lau giày cưỡi ngựa, cách chăm sóc thú cưng, v.v...

cũng chiếm một thời lượng không nhỏ trong chương trình đào tạo của Học viện Quản gia Anh. Lý do của việc xây dựng và phân bổ môn học như vậy bởi như chúng ta đã biết, một trong những vai trò quan trọng nhất của quản gia là đảm đương các công việc trong sinh hoạt gia đình. Có lẽ do không phổ biến văn hóa thuê quản gia làm việc trong gia đình nên chúng ta còn cảm thấy lạ lẫm với những khóa học như thế này và càng khó tin hơn khi giới trẻ ngày nay có thể đảm đương được công việc như vậy. Nếu bạn còn nghi ngờ về nghề quản gia và các khóa học quản gia, thì tôi tin rằng các bạn sẽ còn bất ngờ hơn nữa về suy nghĩ đáng ngạc nhiên của Daniel Louise Loudon, một nhân viên phục vụ trên tàu du lịch hiện đang theo học tại trường đào tạo quản gia với mong muốn nâng cao kỹ năng và trình độ nghề nghiệp một cách chuyên nghiệp.

"Bề ngoài, phục vụ viên trên tàu du lịch có vẻ rất bóng bẩy. Với công việc này, hàng ngày bạn được tận hưởng những tiện nghi chẳng kém gì trong khách sạn sang trọng, được thưởng thức đồ ăn cao cấp, hơn nữa còn có cơ hội tham quan nhiều quốc gia trên thế giới. Nhưng nghiệp vụ thực tế của những phục vụ viên như chúng tôi là phục vụ đồ ăn cho du khách và dọn dẹp trên du thuyền. Phục vụ viên trên du thuyền chính xác chỉ là người làm những công việc giống như một quản gia, khác chăng chỉ là về địa điểm làm việc mà thôi. Bởi vậy, khó tránh khỏi những bỡ ngỡ ban đầu để có thể thích nghi được với môi trường làm việc đặc thù này. Ảo tưởng về viễn cảnh có thể tận hưởng cuộc sống xa hoa cùng những nhân vật trong giới thượng lưu sẽ hoàn toàn sụp đổ khi bạn thực sự bắt tay vào công việc. Mặc dù vậy, càng có kinh nghiệm trong nghề, tôi càng tự tin vào bản thân. Niềm kiêu hãnh nghề nghiệp càng dâng trào trong tôi khi ngắm nhìn một chiếc du thuyền sạch đẹp nhờ có những giọt mồ hôi lao động cần mẫn của mình. Công việc này giúp tôi cảm thấy mọi công sức mình bỏ ra đều có ích. Cho dù có mặt hành khách hay có ai quan sát hay không tôi vẫn tự giác làm tròn trách nhiệm quản lý và dọn dẹp sao cho du thuyền luôn sạch sẽ và gọn gàng. Chính tôi cũng phải bất ngờ về những thay đổi này

của bản thân. Không thể ngờ rằng công việc tưởng chừng như tầm thường nhất là dọn dẹp vệ sinh lại mang lại cho tôi niềm tự hào to lớn đến vậy."

Khủng hoảng kinh tế kéo dài khiến người tìm việc tại Anh một phen điêu đứng nay lại có thêm tia hy vọng nhờ sự trỗi dậy của nghề quản gia – một công việc hiện được coi là mảnh đất màu mỡ vẫn đang chờ người lao động khai phá. Với nghề này, bạn có thể làm việc bất chấp tuổi tác nếu có chuyên môn và vẫn còn khả năng lao động. Do đó, hiện nay quản gia là một nghề mặc dù còn khá mới mẻ, song đã không chỉ nhận được mối quan tâm đặc biệt của giới trẻ mà còn nổi tiếng trong giới chuyên môn và nhân viên công sở. Theo Gary Williams, Giám đốc Chương trình Đào tạo Quốc tế tại Học viện Quản gia Anh, quản gia là một nghề có triển vọng và có xu hướng phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

"Các bạn có thể thấy chỉ trong một vài năm trở lại đây, số lượng các tỷ phú, triệu phú tăng nhanh đột biến. Những người như vậy chắc chắn sẽ không tự tay làm việc nhà, họ cần tìm những người có khả năng quản lý những việc to nhỏ, lớn bé trong gia đình thay mình. Điều họ muốn là một người có trình độ chuyên môn đã được đào tạo bài bản để đảm đương hầu hết những công việc gia đình, chỉ ngoại trừ một số ít những việc mà đích thân họ phải động tay vào. Như vậy, trong xu thế chất lượng cuộc sống ngày càng được nâng cao, chắc chắn nhu cầu về quản gia trong gia đình sẽ được đẩy mạnh. Thực tế là chỉ riêng năm 2013, ngành công nghiệp quản gia của Anh đã ghi nhận mức tăng trưởng 200% so với năm 2012. Nghề quản gia hiện đang trở thành một xu hướng mới và chúng ta hoàn toàn có thể tin tưởng vào một tương lai phát triển rực rỡ của thị trường việc làm quản gia."

Hòa chung với bầu không khí này, xã hội cũng bắt đầu thay đổi quan điểm về nghề quản gia. Nếu như trước đây, quản gia chỉ được biết đến như "lớp người chuyên dọn dẹp và làm việc vặt"

thì nay người quản gia đã được gắn liền với hình ảnh "những chuyên gia chăm sóc thân cận nhất của những nhân vật xuất chúng có thế lực trên thế giới".

> *"Các học viên tìm đến với chúng tôi không chỉ có người Anh mà còn từ khắp nơi trên thế giới như Mỹ, Phần Lan, New Zealand, Trung Quốc, v.v... Những con người với quốc tịch và màu da khác nhau nhưng tất cả đều có chung một quyết tâm – trở thành quản gia chuyên nghiệp. Để trở thành quản gia, có rất nhiều người đã đăng ký trước và đang chờ để được nhận vào học. Song, có lẽ chúng tôi không thể đáp ứng hết nhu cầu học tập của họ. Một công việc không giới hạn tuổi tác như nghề quản gia thu hút được sự quan tâm của người đăng ký thuộc mọi lứa tuổi từ 16 cho tới 70. Kinh nghiệm cũng như nghề nghiệp trước đây của các học viên cũng "muôn hình, vạn trạng". Có người từng là luật sư, có người là bác sĩ nha khoa và không ngoại trừ cả những sinh viên mới tốt nghiệp đại học. Do đó, khó mà tìm được điểm chung nào khác giữa các học viên tại đây ngoài mơ ước trở thành quản gia. Nhưng có lẽ chỉ riêng điều này cũng đủ để nói lên tất cả. Chúng ta có thể thấy, ngay lúc này đây, tất cả những con người này đều đang quyết tâm trở thành quản gia với mong muốn thay đổi cuộc đời mình. Và tôi tin tưởng rằng lựa chọn của họ là một lựa chọn hoàn toàn đúng đắn, quyết định đi theo nghề quản gia đang giúp họ tiến gần hơn tới một đáp án chính xác."*

Những bạn trẻ đến từ "đất nước của những quý ông" đã tự khoác lên mình bộ đồng phục quản gia để bắt tay vào một công việc khác biệt, dành riêng cho họ. Lồng ngực rộn ràng nhịp đập thanh xuân, họ mang sức trẻ đi chăm sóc cho mọi người để tự tay vun đắp nên một ngày mai tươi sáng cho bản thân. Quyết định của họ không có gì khó hiểu và hành động của họ giúp ta nhận ra rằng, có khác chăng, thay vì nhận lợi ích từ sự chăm sóc của người khác, những con người này chăm sóc người khác để có được cảm nhận chân thực hơn về thứ được gọi là thành quả lao động. Những giọt mồ hôi chân chính vẫn âm thầm rơi

xuống của những con người như vậy có sức mạnh bền bỉ, dần nhuộm lên một sắc áo khác cho thế giới nghề nghiệp.

Hà Lan: Thợ đóng móng ngựa

VẺ ĐẸP TỪ VIỆC GÕ BÚA CỦA NGƯỜI THIẾU NỮ

"Tôi đã bắt đầu cưỡi ngựa từ khi lên 7 tuổi nên tôi rất yêu quý chúng. Tôi yêu lũ ngựa đến nỗi có thể cảm nhận được sự đau đớn của chúng nếu như chúng bị ốm...

Ngay từ khi có khái niệm về nghề nghiệp, công việc duy nhất mà tôi có thể nghĩ đến là đóng móng ngựa...

Mỗi khi bắt tay vào việc, tôi dồn toàn bộ sự tập trung vào các công đoạn chế tạo móng ngựa vì thế lần nào cũng vậy, phải đến khi hoàn thành xong hết mọi việc tôi mới chợt nhớ đến vấn đề tiền công."

— LOTTE —

(Thợ đóng móng ngựa)

Hà Lan nổi tiếng là quốc gia thành công trong việc phát triển các chương trình đào tạo nghề nghiệp vô cùng đa dạng, phong phú. Tại Hà Lan, chúng ta dễ dàng bắt gặp những thanh niên không tiếp tục tu nghiệp tại các trường đại học thông thường, thay vào đó, họ nuôi dưỡng mơ ước đẹp đẽ của bản thân tại những trường đào tạo nghề chuyên nghiệp. Mặc dù mới chỉ 16 tuổi, Lotte đã đứng vào hàng ngũ những bạn trẻ theo đuổi mơ ước của bản thân từ rất sớm. Khác với bạn bè cùng trang lứa, Lotte từ chối những nơi làm việc ổn định thường được các cô gái trẻ ưu tiên lựa chọn và tự mình bước trên con đường riêng. Lý

do của Lotte rất đơn giản và chỉ có một – đó là tình yêu đối với loài ngựa.

Tuổi thơ của Lotte gắn liền với lũ ngựa, có thể nói cô đã lớn lên cùng đàn ngựa và tiếp tục gắn bó với chúng vì nghề nghiệp hiện nay của cô là thợ đóng móng ngựa. Công việc của một thợ đóng móng ngựa là xác định giống, kiểm tra tình trạng sức khỏe của ngựa và chuẩn bị các dụng cụ cần thiết để đóng móng sắt cho chúng. Loài ngựa cần được đóng móng sắt để bảo vệ bộ móng guốc của chúng. Nhưng nếu việc đóng móng không được thực hiện đúng cách, đúng thời điểm thì không những bộ móng guốc ngựa không được bảo vệ mà còn khiến chân chúng bị thương và ảnh hưởng đến sự di chuyển. Đó chính là lý do loài ngựa cần tới những người thợ đóng móng lành nghề như Lotte.

Tuy nhiên, nghề đóng móng ngựa là một công việc yêu cầu khả năng lao động thể chất với cường độ cao, do đó thường được coi là công việc nặng nhọc ngay cả đối với nam giới. Hơn nữa, thợ đóng móng cần phải trực tiếp tận mắt kiểm tra tình trạng của ngựa và lấy số đo chính xác để chế tạo móng sắt riêng cho từng con nên công việc này yêu cầu phải thường xuyên di chuyển địa điểm làm việc. Như vậy, có thể nói, nghề đóng móng ngựa là một công việc hoàn toàn không phù hợp với một cô gái 16 tuổi như Lotte.

Tuy nhiên, bất chấp mọi khó khăn, hiện nay, Lotte vẫn đang kiên trì theo đuổi khóa học đào tạo thợ đóng móng ngựa chuyên nghiệp tại trường đào tạo nghề. Và thực tế đã cho thấy Lotte là một thợ đóng móng ngựa rất có năng lực, không những vậy, cô gái trẻ này hoàn toàn đủ khả năng để tự khởi nghiệp và điều hành một công ty riêng của mình. Mới đây, tại cuộc thi tay nghề quốc tế EuroSkill, Lotte đã giành vị trí quán quân và là một trong số ít những tay thợ trẻ được công nhận là thợ lành nghề dù tuổi đời còn rất trẻ. Lotte thổ lộ cô đã luôn ao ước được trở thành thợ đóng móng ngựa từ khi còn nhỏ.

"Tôi đã bắt đầu cưỡi ngựa từ khi lên 7 tuổi nên tôi rất yêu quý chúng. Tôi yêu lũ ngựa đến nỗi có thể cảm nhận được sự đau đớn của chúng nếu như chúng bị ốm. Đó chính là lý do để tôi trở thành thợ đóng móng ngựa như bây giờ. Móng sắt rất quan trọng đối với loài ngựa, nếu bộ móng của chúng không được chăm sóc cẩn thận và đúng cách thì chúng không thể đi lại bình thường được. Đối với loài ngựa, bộ móng guốc chính là thước đo thể hiện chính xác nhất tình trạng sức khỏe của chúng. Ngay từ khi còn bé, tôi đã tự hứa với bản thân nhất định khi lớn lên sẽ phải chăm sóc tốt cho loài ngựa. Cũng chính vì điều nay mà cho tới khi tôi học trung học, cha mẹ đã lo lắng rất nhiều về con đường sự nghiệp tương lai của tôi. Điều đó cũng dễ hiểu bởi không ai có thể phủ nhận sự thật rằng thợ đóng móng ngựa là một nghề khá vất vả đối với nữ giới. Vì thế, thay vì học nghề đóng móng ngựa ngay từ đầu, tôi đã từng thử sức với bộ môn cưỡi ngựa chuyên nghiệp trong một thời gian ngắn. Tuy nhiên trong thâm tâm, tôi chưa bao giờ ngừng suy nghĩ về việc trở thành một người thợ đóng móng ngựa. Cuối cùng, niềm đam mê mạnh mẽ đã thôi thúc tôi theo đuổi nghề nghiệp mình hằng ao ước và biến tôi trở thành một thợ đóng móng ngựa chuyên nghiệp như bây giờ."

Chế tạo và sửa chữa móng sắt cho ngựa thực chất là quá trình xử lý một khối sắt. Rèn một khối sắt to nặng rồi đặt vào lò nung, sau đó lấy miếng sắt ra khỏi lò và lặp lại những công đoạn trước đó. Để có thể cho ra lò một chiếc móng sắt tốt đòi hỏi phải trải qua nhiều công đoạn phức tạp và tốn nhiều công sức. Mặc dù vậy, khi chúng ta có niềm đam mê mãnh liệt và thực sự dành nhiệt huyết cho một việc nào đó thì mọi khó khăn, trở ngại đều trở nên vô nghĩa. Đó chính là chân lý đã được chứng minh bởi một nhân vật hoàn toàn có thực – cô gái trẻ mạnh mẽ mang tên Lotte.

"Đối với tôi, thách thức lớn nhất chính là làm sao để chăm sóc tốt cho lũ ngựa và giúp chúng có thể bước đi thoải mái, nhẹ nhàng trên chính bộ móng sắt do tôi làm ra. Điều này thôi thúc

trong tôi quyết tâm cần phải quan tâm chăm sóc cho các chú ngựa tận tình hơn nữa. Khi đóng móng và chăm sóc cho ngựa, tiền bạc tuyệt đối không phải là vấn đề mà tôi nghĩ đến. Dĩ nhiên, tiền cũng rất cần thiết nhưng đối với tôi, được sống và làm công việc mình yêu thích còn quan trọng hơn. Mỗi khi bắt tay vào công việc, tôi dồn toàn bộ sự tập trung vào các công đoạn chế tạo móng ngựa vì thế lần nào cũng vậy, phải đến khi hoàn thành xong hết mọi việc tôi mới chợt nhớ đến vấn đề tiền công."

Kết thúc cuộc nói chuyện với tôi, Lotte trở lại với chiếc xe cá mập của cô. Trên thân xe có đề một dòng chữ lớn "Cửa hiệu móng ngựa của Lotte", cũng là tên "doanh nghiệp" mà Lotte sở hữu. Lotte là một cô gái vô cùng đặc biệt, một thiếu nữ dành tình yêu lớn cho những cánh đồng rộn tiếng vó ngựa hơn là một văn phòng tiện nghi, sạch sẽ. Đã từng có thời điểm, mọi người cố can ngăn Lotte đi theo con đường riêng của mình bằng cách áp đặt cô gái khác biệt này vào những quan niệm cổ hủ, lạc hậu với câu nói cửa miệng *"Con gái thì phải..."*. Cũng có ai đó tỏ ra ái ngại cho viễn cảnh tương lai của cô bằng lời trách cứ *"Còn trẻ mà sao cứ phải..."*. Nhưng tất cả đã là quá khứ, giờ đây, khi nhìn vào Lotte, tất cả mọi người chỉ có thể dành cho cô những tràng vỗ tay tán thưởng. Lotte đứng bên biển hiệu công ty mang tên mình, tự tin cầm chắc cây búa, giáng từng nhát chính xác và mạnh mẽ. Dáng vẻ kiên cường ấy của một cô gái mới 16 tuổi chắc chắn sẽ khiến nhiều người trong chúng ta phải ngưỡng mộ. Bằng sức mạnh của một nghề nghiệp chân chính và lành mạnh, Lotte – một cô gái trẻ trung, trong sáng đến từ Hà Lan đang góp phần lan tỏa sức trẻ ra thế giới.

Hà Lan: Trường đào tạo thợ mộc

MƠ ƯỚC CỦA CÁC THỢ MỘC TẠI ĐÂY LÀ DIY[1]

[1]. Viết tắt của "Do-it-yourself ". Có nghĩa là tự mình làm mọi việc. Đây cũng chính là một kỹ năng sống nên có của những người hiện đại, năng động. Nó sẽ giúp bạn phát huy khả năng sáng tạo, thực hiện ý tưởng của mình phục vụ cho cuộc sống.

"Tôi không quan tâm mình có kiếm được nhiều tiền hay không, quan trọng là tôi có thể làm công việc mang tính sáng tạo mà khó ai làm được.

Mỗi khi chạm vào các thớ gỗ, tôi cảm nhận được một niềm hạnh phúc vô hạn và hầu như không còn ý thức về thời gian.

Đó chính là lý do tôi chọn cho mình con đường trở thành thợ mộc thay vì bác sĩ."

— JULIAN —

(Học viên trường đào tạo thợ mộc)

Hà Lan là một quốc gia có tới 40% diện tích lãnh thổ là những vùng đất được khai hoang bởi bàn tay con người. Bởi vậy, từ lâu người Hà Lan đã nổi tiếng với câu nói "Chúa đã tạo ra thế giới, nhưng chính người Hà Lan đã tạo ra đất nước Hà Lan". Liệu đây có phải là biểu hiện cho tinh thần quật cường của những người đi khai hoang lấp biển mở rộng bờ cõi? Ở Hà Lan, người ta có tâm lý dành sự ưu ái đặc biệt cho những người lao động chân tay hơn là giới cổ cồn trắng. Nhưng tâm lý này của người Hà Lan không chịu ảnh hưởng bởi xu hướng thay đổi nghề nghiệp đang diễn ra trên toàn thế giới. Nếu như ở nhiều nơi khác, con người buộc phải chuyển đổi nghề nghiệp do mới xuất hiện ý thức về rủi ro và nhận ra rằng "nếu có tay nghề thì ít nhất cũng không thể chết đói" kể từ sau khi khủng hoảng kinh tế nổ ra trên toàn cầu; thì tại Hà Lan, từ lâu người dân đã có truyền thống dành sự

tôn trọng và ưu đãi nhất định cho những người làm nghề kỹ thuật. Thời gian gần đây, ngày càng có nhiều bạn trẻ Hà Lan tìm đến các trường đào tạo nghề và đặc biệt, các khóa học nghề thợ mộc đang trở thành một trong những lựa chọn được ưu ái nhất. Như chúng ta đã biết, bây giờ là thời đại của công nghiệp tự động hóa, máy móc và robot đang dần thay thế bàn tay con người. Tuy nhiên, giới trẻ Hà Lan lại cho rằng chính nhờ quá trình tự động hóa đang được tiến hành triệt để này mà những sản phẩm được tạo ra bởi bàn tay khéo léo của con người mới càng phát huy giá trị.

Xuất thân và điều kiện của những học viên tìm đến các trường đào tạo nghề rất đa dạng, từ học sinh cấp Ba cho tới nhân viên công sở. Các học viên có thể tự do lựa chọn khóa học phù hợp với các điều kiện và hoàn cảnh của bản thân, do đó, ngay cả giới văn phòng cũng dễ dàng tham gia vào các khóa học như thế này. Họ vẫn đi tới công ty như mọi nhân viên văn phòng khác, nhưng khi tan sở, họ ngay lập tức khoác lên mình bộ đồ bảo hộ thay cho áo sơ-mi trắng, cầm trên tay dụng cụ lao động, nhanh nhẹn đứng vào bàn làm việc đầy mùn cưa. Không biết họ đang ấp ủ DIY điều gì?

Những thanh niên khắc cuộc đời mình lên gỗ

Hout-en Meubilerings College, “Trường Cao đẳng Gỗ và Nội thất” hay còn được gọi nôm na là “Trường Đào tạo Nghề mộc”. Được thành lập vào năm 1929 với chức năng là một trường Cao đẳng dạy nghề chuyên nghiệp, ngôi trường này đã và đang góp phần đào tạo ra nhiều nhà thiết kế đồ nội thất, thợ chế tạo thuyền gỗ, chuyên gia phục chế đồ cổ, kiến trúc sư trang trí nội thất, chuyên gia tư vấn nội thất, thợ chế tạo đàn piano, v.v... cho xã hội. Đặc biệt, đây là ngôi trường có bề dày truyền thống bậc nhất, được đánh giá cao trong lĩnh vực đào tạo các nhà thiết kế đồ nội thất.

Trong một vạt rừng gần đường quốc lộ dẫn đến trường dạy nghề mộc có vô vàn những cây xanh đang mỗi ngày đua nhau vươn cao. Có lẽ khi nhìn một cái cây như vậy, chúng ta đơn thuần chỉ thấy nó rất đẹp, nhưng đối với nhiều bạn trẻ, cây cối luôn khiến họ cảm thấy phải tôn kính bởi trên thực tế mỗi cái cây đều đại diện cho niềm hy vọng của họ. Bỗng nhiên, tôi lại cảm thấy thật đáng tiếc cho tình cảnh của những cây trồng hai bên đường, luôn bị bảo phủ bởi một lớp bụi dày, hàng ngày phải chịu đựng khói bụi của thành phố đông đúc, ngột ngạt thay vì được sống trong khu rừng rậm rạp. Hay đây là cảm xúc tiếc nuối khi nhận ra nét tương đồng giữa hàng cây hai bên đường với hình ảnh của một thế hệ trẻ mà đối với họ, cả thế giới chỉ gói gọn trong "doanh nghiệp lớn ở thành phố lớn"? Trên thực tế, rừng rậm vẫn luôn là môi trường sở hữu các điều kiện phát triển toàn diện nhất đối với cây xanh. Có lẽ các thợ mộc dự bị đang theo học tại trường đào tạo này cũng chính là những cái cây tìm đường trở về với rừng già vì không muốn trở thành đám cây trồng ven đường trong thành phố lớn.

Bước vào các lớp học ở trường đào tạo thợ mộc, bạn sẽ cảm nhận được mùi hương thoang thoảng, ngai ngái của gỗ lúc nào cũng phảng phất nơi đầu mũi. Toàn bộ không gian tràn ngập những âm thanh ngắn và chắc nịch được phát ra từ những dụng cụ thô ráp, như tiếng gõ búa, tiếng lưỡi cưa, v.v... Nhìn quanh một vòng lớp học, mọi học viên đều đang tất bật với công việc của mình bên bàn làm việc chuyên dụng: người tập trung xẻ gỗ, người tỉ mỉ trau chuốt các thớ gỗ bằng giấy nhám, có người lại đang cẩn thận đóng từng chiếc đinh vào một sản phẩm bắt đầu được định hình. Trong số đó, tôi để ý ngay tới một học viên sở hữu ngoại hình khá ấn tượng với bộ râu xồm xoàm và chiếc mũ đỏ nổi bật. Đó chính là Julian.

"À, tôi đang đục rãnh lên miếng gỗ này. Cần phải tạo ra rãnh hình răng cưa để khớp các mảnh gỗ lại với nhau. Tuần này tôi được học về phương pháp liên kết các mảnh gỗ bằng cách ứng dụng chức năng của nhiều loại dụng cụ. Phải bắt tay vào thực

hành mới thấy việc này khó hơn tôi tưởng rất nhiều. Tôi đã bắt đầu làm sản phẩm này từ hôm qua nhưng thấy không hài lòng lắm nên đang thử làm lại lần nữa. Sau lần thực hành trước, tôi đã rút ra được một số kinh nghiệm nên lần này, tôi tin mình sẽ làm tốt."

Tuy mới 25 tuổi nhưng Julian đã có những trải nghiệm sống vô cùng thú vị. Sau 3 năm làm sinh viên y khoa, Julian đã quyết định chuyển hướng và nhập học trường Cao đẳng nghề để chuyên tâm theo đuổi giấc mơ trở thành thợ mộc. Ở Hà Lan, mọi trường đại học đều là trường bán công, do đó, hầu như không tồn tại việc xếp thứ hạng dành cho các trường đại học, tuy nhiên Đại học Y vẫn luôn nổi danh bởi sự cạnh tranh khốc liệt mà các sinh viên cần phải vượt qua để có thể tu nghiệp thành công. Đặc biệt, Đại học Y trực thuộc Đại học Amsterdam, nơi Julian từng theo học, luôn tự hào sở hữu tỷ lệ chọi hàng đầu. Rõ ràng, đứng trên quan điểm nghề nghiệp ở bất cứ quốc gia nào, bác sĩ luôn là nghề được ưa chuộng và Hà Lan cũng không ngoại lệ. Như vậy, chỉ riêng thành công trong việc đứng vào hàng ngũ sinh viên y khoa và sẽ sớm trở thành một bác sĩ trong tương lai cũng đã đủ để đảm bảo cho Julian một địa vị xã hội đáng ngưỡng mộ. Vậy điều gì đã khiến anh từ bỏ một nghề nghiệp được đảm bảo chắc chắn như vậy để theo đuổi nghề mộc?

"Ban đầu tôi rất hứng thú theo học nghề y. Tôi đã từng yêu thích và hãnh diện khi theo đuổi nghiệp thầy thuốc bởi đó là công việc có thể cứu sống nhiều sinh mạng con người. Nhưng thời gian trôi qua, tôi dần nhận ra đây không phải là công việc mình thực sự đam mê. Khi học ngành y, cho dù có cố gắng và quyết tâm đến đâu, tôi cũng không thể có được cảm giác hài lòng. Bởi vậy, tôi cẩn trọng xem xét và nhận ra rằng ngay từ khi còn nhỏ, tôi đã yêu thích việc tự tay làm ra thứ gì đó. Với suy nghĩ này, tôi đã thử sức bằng việc tham gia vào khóa học chế tác đồ gia dụng và nhận thấy công việc này hoàn toàn phù hợp với mình. Mỗi khi chạm vào các thớ gỗ, tôi cảm nhận được

một niềm hạnh phúc vô hạn và hầu như không còn ý thức về thời gian. Điều này khiến tôi quyết tâm trở thành thợ mộc và cách tôi chọn để thực hiện mơ ước là học tập tại ngôi trường này."

Mơ ước của Julian là trở thành thợ đóng thuyền gỗ. Mặc dù hiện tại khả năng của Julian mới chỉ dừng lại ở các sản phẩm ván trượt bằng gỗ. Tuy nhiên, tôi tin rằng với quyết tâm và niềm đam mê với công việc, một vài năm tới sẽ là khoảng thời gian đủ để Julian rèn giũa tay nghề và không lâu nữa anh bạn này có thể tự tay đóng nên những con thuyền gỗ lớn. Julian chia sẻ, anh chưa bao giờ cảm thấy hối hận vì đã lựa chọn từ bỏ nghề y để theo đuổi nghề mộc.

"Dĩ nhiên, nếu trở thành một bác sĩ, bạn không những kiếm được nhiều tiền mà còn nhận được sự tôn trọng của xã hội, nhưng đó lại không phải cuộc sống mà tôi mong muốn. Tôi không quan tâm mình có kiếm được nhiều tiền hay không, quan trọng là tôi có thể làm công việc mang tính sáng tạo khó ai làm được. Việc nhận được sự tôn trọng của xã hội cũng rất quan trọng, nhưng đối với tôi, có thể sống và tự do tận hưởng những chuyến đi của riêng mình còn là điều đáng trân trọng hơn. Đó chính là lý do tôi chọn cho mình con đường trở thành thợ mộc thay vì bác sĩ."

Julian – chàng trai đã cởi bỏ chiếc áo blouse trắng để đến với những thân gỗ thô mộc đang chờ được tạo hình, đang bước những bước đầu tiên trên con đường nhuộm một màu sắc tươi mới cho tương lai của bản thân. Vừa kéo cưa, Julian vừa khẽ mỉm cười, nụ cười mãn nguyện ấy của anh mang lại cho tôi một cảm giác thanh khiết và nhẹ nhàng như tỏa ra từ một khu rừng xanh mướt.

Bước ra khỏi lớp học của Julian, tiếng máy móc đinh tai phát ra từ phòng học bên cạnh thu hút sự chú ý của tôi. Trong phòng, mọi học viên đều được trang bị một dụng cụ bịt tai chuyên dụng

và đang tiến hành xẻ gỗ bằng cưa điện. Khoảng cách hết sức mong manh giữa tay người thợ giữ lấy thanh gỗ và lưỡi cưa đang không ngừng phát ra thứ âm thanh đinh tai nhức óc khiến công việc này trở nên vô cùng nguy hiểm, một chút sai sót cũng có thể dẫn đến tai nạn nghiêm trọng nếu bất cẩn để lưỡi cưa cứa vào bàn tay. Một anh bạn trẻ vừa giơ ngón tay trỏ quấn chặt bông băng lên vừa nói với giọng khoái trá:

"Đây là vết thương do hôm qua trong lúc xẻ gỗ tôi đã bất cẩn để lưỡi cưa cứa nhẹ vào tay nhưng bây giờ thì ổn rồi. Bị thương khi đang làm việc cũng là chuyện thường gặp ở đây."

Thomas, một chàng trai 23 tuổi quyến rũ với mái tóc vàng lộ ra khỏi chiếc mũ len, cũng tới đây để tìm kiếm một cơ hội nghề nghiệp mới. Thomas từng gắn bó với nghề kỹ sư khoan vài năm, cho tới khi không còn cảm thấy hứng thú với công việc này nữa. Cuối cùng sau nhiều lần đắn đo, anh quyết định thử sức với nghề mộc và đang theo học tại trường đào tạo nghề mộc cho tới nay. Mặc dù mới bắt tay vào học nghề chưa lâu, song Thomas đã có thể tự tin rằng mình sẽ gắn bó lâu dài với công việc này như là nghề nghiệp thứ hai của bản thân.

"Thực ra quyết định đến với nghề mộc không hề dễ dàng đối với tôi. Việc từ bỏ những kỹ thuật mà bạn đã thành thục để học lại từ đầu những kỹ năng mới không đơn giản như bạn nghĩ. Số tiền mà tôi dành dụm được trước đây cũng không nhiều, nhưng tôi hài lòng với lựa chọn của mình bởi tôi đang được làm công việc mình yêu thích. Tạo ra một vật gì đó bằng gỗ, nhất là việc chế tạo thuyền gỗ thực sự là một điều đặc biệt. Nếu tự làm, bạn sẽ phải mất đến 2 năm mới đủ để hoàn thiện một chiếc thuyền gỗ. Nhưng đổi lại, cảm giác khi hoàn thành một sản phẩm như vậy thật tuyệt. Bởi vậy, tôi sẽ học hành thật nghiêm chỉnh. Cho đến khi có thể kiếm ra tiền bằng nghề mộc với chính năng lực của mình, tôi sẽ cố gắng sống tiết kiệm với số tiền dành dụm được trong suốt thời gian đi làm."

Thay đổi công việc không phải là điều đơn giản. Những kỹ thuật và kiến thức mà bạn đã tích lũy trong một thời gian dài hầu như không giúp ích gì nhiều khi bạn muốn chuyển sang một nghề mới. Điều này cũng đồng nghĩa với việc bạn phải quay trở lại vạch xuất phát. Hành động này của bạn nếu không vấp phải sự phản đối của cha mẹ thì cũng rất có khả năng chính bạn lại là người sẽ hối hận với quyết định của mình.

"Hoàn toàn không có gì khó khăn cả. Hiện nay, ở Hà Lan, việc thay đổi nghề nghiệp ngày càng trở nên dễ dàng hơn. Ngay cả bố tôi năm nay đã 54 tuổi, nhưng ông cũng đang đi học để thử thách bản thân với một công việc mới."

Một đất nước nơi mà mọi người không lấy gì làm lạ trước cảnh tượng hai cha con, với sự cách biệt khá xa về tuổi tác, cùng cắp sách tới trường. Tôi tự hỏi liệu có phải đây chính là nguồn lực phát triển của Hà Lan ngày nay?

Phòng học kế bên là nơi hướng dẫn chế tạo nhạc cụ. Từ những thanh gỗ bình thường, qua đôi bàn tay khéo léo của các học viên đều được đẽo gọt trở thành những cây đàn ghi-ta tinh xảo với đường cong hoàn hảo. Tôi có dịp gặp gỡ một học viên còn rất trẻ, cô gái này đã bắt đầu việc học tập tại trường dạy nghề mộc ngay sau khi tốt nghiệp cấp ba và năm nay mới bước sang tuổi 18.

"Thường ngày, tôi rất thích tự tay làm ra các vật dụng, mặc dù vậy, tôi mới chỉ coi đó là một sở thích cá nhân. Trước khi mẹ tôi đưa ra gợi ý về việc học tại đây thì tôi chưa bao giờ nghĩ đến việc biến sở thích thành nghề nghiệp chính thức. Bởi vậy, ban đầu, tôi không thực sự tin tưởng và cũng không đặt quá nhiều hy vọng vào con đường này. Nhưng chỉ khi thực sự học tập một cách nghiêm túc, tôi mới nhận ra đây là công việc hoàn toàn phù hợp với mình. Thực sự, tôi không mấy hứng thú với việc học hành, sách vở, nhưng chương trình học ở đây phần lớn được tiến hành theo phương pháp thực hành trực tiếp. Với

phương pháp học tập này, việc tiếp thu những kỹ thuật phức tạp và đa dạng trở nên vô cùng thú vị đối với tôi."

Chỉ cần từ 16 tuổi trở lên thì bất cứ ai cũng có thể đăng ký học tại trường Đào tạo nghề Hà Lan, bởi vậy, đây là nơi thu hút đông đảo thanh thiếu niên nằm trong độ tuổi từ 10 đến 19 tới để tìm hiểu về các ngành nghề trong xã hội. Các khóa học tại trường dạy nghề nhanh nhất là 6 tháng và lâu nhất có thể kéo dài tới 4 năm. Điều này cũng đồng nghĩa với việc nếu nhanh chóng hoàn thành khóa học thì chỉ đến khoảng năm 20 tuổi, các học viên đã có đầy đủ tư cách hành nghề. Nhưng liệu đây có phải là độ tuổi quá sớm để các bạn thanh thiếu niên có thể bước vào mặt trận nghề nghiệp?

"Một người có những đặc điểm nào để được coi là hoàn toàn phù hợp với một nghề nào đó? Dẫu sao thì người ta cũng phải trải qua cả một đời mới đi đến kết luận đâu là nghề nghiệp cuối cùng của họ. Trước hết, tôi muốn tìm được một công việc mà mình thực sự yêu thích và trực tiếp trải nghiệm nó. Sở thích của tôi là biểu diễn ghi-ta. Đôi khi, tôi cũng thường tự vẽ nên viễn cảnh một ngày nào đó mình sẽ đứng trên sân khấu và biểu diễn bằng cây đàn ghi-ta do chính tay mình tạo nên. Và chắc chắn, tôi sẽ vô cùng hạnh phúc nếu điều đó trở thành sự thực."

Trường dạy nghề tại Hà Lan có thể coi là ngôi trường đa sắc màu, trong số các học viên tại đây, có cả những bạn học sinh chỉ mới 16 tuổi đang chuẩn bị cho nghề nghiệp đầu tiên trong đời, cũng có những nhân viên công sở khoảng 20-30 tuổi ấp ủ hy vọng tìm kiếm một cơ hội nghề nghiệp mới, nhưng tất cả đều có chung một mục đích: tiếp thu kỹ thuật nghề nghiệp một cách nghiêm túc. Thực tế hiện nay, bất cứ khi nào các trường đào tạo nghề ở Hà Lan mở đợt tuyển sinh, số lượng người đăng ký học sẽ vượt qua chỉ tiêu tuyển sinh một cách nhanh chóng. Điều này đủ để thấy tại Hà Lan, nhu cầu học nghề của người dân rất lớn.

Aino, một giảng viên phụ trách giảng dạy kỹ thuật chế tạo đồ gia dụng, cho biết: ngày nay tại Hà Lan "tiêu chuẩn lựa chọn nghề nghiệp đã thay đổi từ *ánh mắt của người khác* sang *hạnh phúc của bản thân*".

> *"Ngay từ khi còn nhỏ, tôi đã dành một niềm say mê đặc biệt cho việc đục đẽo, hàn gắn các vật dụng. Bởi vậy mà lúc nào trong tay tôi cũng có nếu không phải là đinh, búa thì cũng là những lọ sơn. Suốt 24 năm qua, tôi không ngừng chế tạo ra các đồ vật và bây giờ cũng vậy. Cho dù ngày càng có nhiều loại máy móc tối tân, nhưng niềm đam mê tôi dành cho những công việc thủ công vẫn vẹn nguyên. Điều tôi không ngờ tới là ngay cả các em học sinh ngày nay cũng có những cảm nhận như vậy. Giống như tôi đã nói, chúng tôi không coi công việc làm mộc là công việc của thợ mộc đơn thuần. Đó là việc sáng tác của người nghệ sĩ khi cho ra đời các sản phẩm đồ gia dụng. Nếu không giữ tâm niệm như vậy, hay các em học sinh không coi công việc mà các em đang làm là quá trình "tự tay làm nên các tác phẩm" thì có lẽ các em khó lòng đi hết được chương trình đào tạo đầy khó khăn và thử thách tại đây. Tham gia vào các khóa học dạy nghề, học viên không những tiếp thu được các kỹ thuật mà còn dần hiểu được rằng làm việc không chỉ đơn thuần là để kiếm tiền và việc làm cũng không chỉ là một công cụ để kiếm tiền."*

Một khi bạn đã xác định được công việc mà mình thực sự yêu thích thì những định kiến của xã hội cũng không làm ảnh hưởng tới quyết định của bạn. Đối với những bạn trẻ yêu cây cối và ham thích công việc cần tới sự khéo léo của đôi bàn tay, cũng như với những người thầy đang dẫn dắt họ thì việc phân biệt cổ cồn trắng hay cổ cồn xanh sẽ không có giá trị. Tuy cầm trên tay những dụng cụ lao động thô ráp thay vì cây bút trơn tru, nhưng hơn ai hết, họ hiểu được giá trị của những giọt mồ hôi chứa đầy công sức của bản thân. Cùng với thời gian, có thể bàn tay họ sẽ có thêm nhiều chai sạn, nhưng đối với những con người trẻ tuổi này, chai sạn chỉ như những vòng năm trong thân cây. Đó là những vòng năm sẽ ngày càng tăng theo thời gian.

Hàn Quốc: Ride Artee

NGƯỜI PHU KÉO XE VƯỢT QUA DỐC KHỔ NẠN ĐỂ ĐẾN VỚI HẠNH PHÚC

"Quan niệm của xã hội ư? Điều quan trọng là chính bản thân mình. Tiếng gọi từ con tim sẽ dẫn dắt chúng ta đến nơi mà ta thực sự thuộc về. Nhưng trước khi tìm được nơi dành riêng cho mình, chúng ta cần phải có dũng khí để dấn bước đi theo tiếng gọi con tim và bỏ qua ánh mắt của người đời."

— LEE IN JAE —

(Giám đốc của Ride Artee)

Thế hệ cổ cồn trắng trẻ không những đã dám thử sức ở những lĩnh vực vốn chỉ dành cho giới cổ cồn xanh để tìm kiếm hạnh phúc và thành công, mà họ còn tạo nên một làn sóng mới mang tên cổ cồn nâu đã và đang lan tỏa mạnh mẽ tại châu Âu. Nhưng liệu xu thế này có còn giữ nguyên tầm ảnh hưởng khi áp dụng vào bối cảnh của Hàn Quốc hiện nay? Bởi cho đến nay, Hàn Quốc vẫn chưa thoát khỏi quan niệm phân chia tầng lớp theo thứ bậc "sĩ, nông, công, thương" có truyền thống lâu đời và coi hình ảnh nhân viên của công ty lớn, vận quần âu, áo vest, thắt cà vạt phẳng phiu là hình mẫu tượng trưng cho "sự thành đạt". Thế nhưng cũng tại Hàn Quốc, đã bắt đầu xuất hiện những gương mặt trẻ dám khoác lên mình cánh áo nâu với quyết tâm phá vỡ những định kiến và quan niệm xưa cũ này.

Tại đây, chúng ta đang đề cập đến tấm gương thành đạt của những thanh niên bất chấp nạn thất nghiệp nghiêm trọng chưa từng có đang hoành hành, đã dám mạo hiểm từ chối yêu cầu phải thích ứng với văn hóa tập thể gò bó hay phải lao động trí óc

trong không gian văn phòng bị hạn chế bởi những vách ngăn và vượt qua những lo ngại cũng như phản đối của mọi người xung quanh. Họ đường hoàng khoác lên mình tấm tạp dề hay bộ đồng phục lao động và khiến chúng ta phải kinh ngạc bởi những thành quả mà họ gặt hái được khi khởi nghiệp bằng những nghề bị đánh giá thấp, nhưng đó cũng chính là con đường rộng mở dẫn họ đến với một tương lai "thành công và hạnh phúc".

Chàng nhân viên trẻ nổi tiếng của Bukchon - nơi thời gian trôi về quá khứ

Khu vực kéo dài từ Quảng trường Gwanghwamun tới Jongno phần nào cho thấy nhịp sống hối hả và tấp nập tại trung tâm thành phố Seoul. Nơi đây khiến các dây thần kinh của con người luôn ở trong trạng thái căng như dây đàn bởi thứ tạp âm điển hình của một đô thị hiện đại – tiếng còi xe inh ỏi phát ra từ mọi phía, giữa dòng người tấp nập như nêm bao bọc bầu không khí. Nhưng từ Jongno ngược về hướng núi Bukak rồi rẽ vào một con dốc dẫn ta đến với những ngõ nhỏ của Bukchon cổ kính và trầm lắng như không tưởng. Nằm ngay giữa lòng thủ đô hiện đại và năng động, Bukchon là nơi quy tụ và còn lưu giữ được những ngôi nhà cổ được xây dựng theo phong cách kiến trúc truyền thống của Hàn Quốc. Cảm xúc đến từ khung cảnh cổ kính, mộc mạc nhưng trang nhã mà nơi đây mang lại thật khó kiếm tìm ở nơi nào khác giữa trung tâm đô thị. Nằm xen giữa hàng cây um tùm như đang ôm lấy những mái nhà cổ trong làng cổ Bukchon là các phòng triển lãm và những quầy hàng, cửa hiệu bán đồ lưu niệm san sát. Cảnh tượng yên bình với sự giao thoa, cộng hưởng hài hòa giữa quá khứ và hiện tại này dễ khiến lòng người thư thái, bước chân bất giác chậm lại.

Trong con ngõ nhỏ yên tĩnh ấy có một chàng trai trẻ đang mải miết chạy xe. Chiếc xe đạp kéo tưởng như đã biến mất từ rất lâu ở Hàn Quốc, nay chỉ còn thấy trên các con phố du lịch ở nước ngoài không ngờ lại xuất hiện trở lại trong một ngõ nhỏ Seoul.

Chàng trai đánh thức cả ngõ nhỏ tĩnh mịch bằng tiếng chào tràn đầy sức sống *"An nyeong ha se yo!" (Xin chào!)*. Nghe tiếng chào quen thuộc của cậu, một cụ già bước lên xe như một thói quen. Bấy giờ cậu thanh niên nọ mới đạp thật lực vào pê-đan để lên dốc. Tôi cứ mải nhìn theo chiếc xe đạp kéo đang lăn bánh, cảm tưởng như thời gian đang trôi ngược về quá khứ. Giữa thế kỷ XXI, ta lại bắt gặp cảnh tượng từ thế kỷ trước dội về. Liệu có phải chàng trai kia đã theo cỗ máy thời gian lạc về thời hiện đại? Tôi tự hỏi liệu còn câu chuyện nào đượm trong những giọt mồ hôi của chàng kéo xe trẻ tuổi này?

Hình ảnh chàng trai mẫu mực từ một nhân viên chứng khoán thành người kéo xe

Ride Artee là công ty xe đạp kéo duy nhất tại Hàn Quốc, hoạt động tại khu vực Bukchon, Seochon, Insa-dong và Gwanghwamun của Seoul. Người sáng lập và hiện cũng là một trong những nhân viên kéo xe của Ride Artee là anh Lee In Jae. Lee In Jae năm nay 29 tuổi, cũng như các nhân viên trong công ty của mình, mỗi ngày anh có hàng chục cuốc xe lên xuống các sườn dốc của Seoul. "Căn cứ tập trung phương tiện" của anh là một gara nhỏ nằm trên đường Jongno 4-ga. Khi tôi đến cũng là lúc Lee In Jae đang lúi húi chỉnh sửa chiếc xe đạp kéo. Thấy tôi bước vào, anh vội vàng cởi bỏ đôi găng tay dính đầy dầu mỡ, để lộ đôi bàn tay chai sạn, mu bàn tay và cánh tay đầy vết trầy xước. Có lẽ chàng thanh niên này đã sớm quen với công việc lao động chân tay? Trước khi tôi kịp đặt câu hỏi để tìm lời giải đáp cho thắc mắc của mình, Lee In Jae đã vui vẻ giới thiệu với tôi về hình thức kinh doanh đặc biệt của anh.

> *"Xe đạp kéo vốn là phương tiện di chuyển nhưng đồng thời cùng có thể trở thành một sản phẩm du lịch thú vị. Đặc biệt làng cổ Bukchon ở Seoul lại là địa điểm tham quan rất hấp dẫn. Không một phương tiện di chuyển nào phù hợp hơn xe đạp kéo trong việc mang lại cho du khách cảm giác hoàn toàn*

yên tâm và thư thái trong suốt hành trình khám phá một địa điểm tham quan như thế này. Đặc biệt, chúng tôi đã khai thác và phát triển các tour tham quan đa dạng bằng xe đạp kéo trong vòng 40 phút kèm theo dịch vụ hướng dẫn viên du lịch tại Bukchon và Seochon. Hiện nay, công ty chúng tôi đang cung cấp hai tour tham quan theo chủ đề, Tour Hành trình Lịch sử và Tour Cung đường Tình Yêu. Cùng được thực hiện bằng phương tiện di chuyển là chiếc xe đạp kéo, song, hai tour này lại mang tới cho du khách những cung bậc cảm xúc hoàn toàn khác nhau. Nếu như Tour Hành trình Lịch sử là cơ hội để du khách trải nghiệm không gian văn hóa, lịch sử truyền thống của thành phố Seoul, thì Tour Cung đường Tình Yêu lại như một cuộc hẹn hò lãng mạn dành cho các cặp đôi. Hiện nay, chúng tôi đang tiếp tục khảo sát và dự kiến mở thêm một tuyến tham quan nữa dọc cung đường Jeong-dong phía sau Deoksugung (Cung Deok-su)."

Tại Ấn Độ, nghề kéo xe như của In Jae là cần câu cơm trong cảnh khốn cùng chỉ được lựa chọn bởi những người nghèo khó thuộc tầng lớp thấp nhất hay còn gọi là tiện dân hạ đẳng trong xã hội. Chúng ta hẳn không còn xa lạ với cảnh tượng những phu kéo xe tập trung gần các địa điểm tham quan nổi tiếng tại các thành phố lớn ở Trung Quốc như Bắc Kinh. Những chiếc xe đạp kéo này giống với phương tiện trải nghiệm dành cho khách du lịch hơn là những phương tiện giao thông thực thụ. Thế nhưng đối với những người điều khiển xe đạp kéo, phương tiện này lại phản ánh gánh nặng lao động vất vả của họ. Những phu kéo xe mà chúng ta thấy thường có địa vị xã hội rất thấp trong khi thu nhập của họ cũng rất bèo bọt. Cho dù có yêu thích xe đạp kéo đến đâu và tâm niệm "lao động là vinh quang" thế nào thì cũng không mấy ai muốn gắn bó với nghề kéo xe cả đời. Không những vậy, Lee In Jae còn là một cử nhân tốt nghiệp Đại học Weslayan tại Mỹ và từng làm việc tại Công ty Chứng khoán Macquarie sau khi trở về nước. Không khó để nhận ra Lee In Jae hoàn toàn đáp ứng đủ tiêu chuẩn để trở thành hình mẫu lý tưởng cho một chàng trai trẻ sáng giá. Vậy lý do nào đã khiến cậu thanh niên

này từ bỏ một công việc lao động trí óc đáng mơ ước để bước chân vào giới "lao động chân tay" như hiện nay? Có lẽ đã quá quen với câu hỏi này, Lee In Jae khẽ mỉm cười rồi giãi bày một cách thoải mái như có sự chuẩn bị trước:

"Khi còn đi làm tại công ty, tôi có quá nhiều mối bận tâm. Tôi luôn cảm thấy không thoải mái khi lúc nào cũng phải gò mình trong những bộ comple, không những vậy có quá nhiều áp lực đến từ những việc nhỏ nhặt không đáng. Môi trường làm việc tại công ty rèn luyện cho con người tác phong chuyên nghiệp nhưng tôi lại có cảm giác tầm nhìn của mình ngày càng trở nên hạn hẹp. Trên tất cả, lý do lớn nhất là tôi không nhận thấy hiệu quả thực sự trong những việc mình làm. Chuỗi hành động lặp đi lặp lại từ nhà đến công ty rồi lại từ công ty trở về nhà mỗi ngày càng lúc càng vượt quá sức chịu đựng của tôi. Và rồi tôi nhận ra rằng con người chỉ sống có một lần, chi bằng hãy sống một cuộc đời mà mình vẫn hằng mơ ước. Nếu vậy, rõ ràng lựa chọn dành cho tôi không phải là bó mình giữa bốn bức tường văn phòng, chi bằng hãy bước ra ngoài, tự do tự tại và tạo dựng nên những mối nhân duyên trong đời. Và kỷ niệm về một thời sinh viên làm phu xe đạp kéo bán thời gian tại Boston chợt ùa về khi tôi đang băn khoăn, trăn trở tìm hướng đi cho tương lai. Khi đó, tôi thực sự rất yêu thích công việc ấy. May mắn là tại Hàn Quốc vẫn chưa có những người kéo xe chuyên nghiệp. Việc trở thành người khởi xướng cho thứ mà chưa ai từng làm sẽ mang nhiều ý nghĩa hơn. Nhận thấy đây là một cơ hội nên tôi không phải đắn đo nhiều để đưa ra quyết định thử sức với công việc này."

Đối với chàng thanh niên In Jae – người đã tìm ra giá trị trong những việc mà mọi người đều lẩn tránh, thì công việc không chỉ đơn thuần là công cụ để kiếm tiền. Nếu là công việc mà bản thân yêu thích, không những vậy còn có thể sẻ chia hạnh phúc ấy cho nhiều người thì ánh mắt của người đời hay những định kiến xã hội không còn là điều quan trọng nữa. Bởi In Jae hiểu được rằng bản thân công việc đã là "cuộc sống". Kết thúc công

đoạn chuẩn bị phương tiện và trước khi ngồi lên xe để bước vào cuộc hành trình, In Jae đặc biệt thêm vào câu chuyện của mình một điểm nhấn.

> *"Tôi nghĩ rằng việc đầu tiên là phải bỏ qua ánh mắt của người khác dành cho mình. Quan niệm của xã hội ư? Tiếng gọi từ con tim sẽ dẫn dắt chúng ta đến nơi mà ta thực sự thuộc về. Nhưng trước khi tìm được nơi dành riêng cho mình, chúng ta cần phải có dũng khí để dấn bước đi theo tiếng gọi con tim và bỏ qua ánh mắt của người đời. Tôi tin rằng nếu tiếp tục nỗ lực hết mình, không ngừng nghỉ để đi theo một con đường đã định thì tiền bạc sẽ tự động đổ vào túi của ta. Tôi biết con đường phía trước còn nhiều gian nan và một lúc nào đó tôi có thể sẽ gặp khó khăn về tài chính, nhưng dù sao đây vẫn là công việc mà tôi yêu thích và tôi sẽ kiên trì đến cùng với nó."*

Nhiệt huyết và tinh thần đó là động lực để In Jae vẫn có thể tươi cười rạng rỡ và guồng chân đạp xe dưới cái nắng gay gắt của ngày hè. Chàng thanh niên ấy đang mải miết đi theo tiếng gọi của con tim bất chấp đó không là con đường mà phần đông xã hội đang hướng tới. Liệu quyết tâm của chàng trai trẻ này có thể lay động được tâm hồn của những thanh niên thành thị khác. Chỉ trong vòng 1 năm sau khi khởi nghiệp, In Jae đã sở hữu 6 chiếc xe đạp kéo chuyên dụng và biến 16 thanh niên như anh trở thành những phu xe rong ruổi trên các triền dốc tại trung tâm thành phố Seoul. Mang theo khát khao xóa bỏ khuôn khổ cứng nhắc của định kiến xã hội nặng nề trên con đường chinh phục những đỉnh đồi đổ dốc, Ride Artee là doanh nghiệp trẻ duy nhất cung cấp dịch vụ xe đạp kéo du lịch tại Seoul.

Quý khách xin đừng áy náy. Bởi đối với chúng tôi, mỗi lần nhấn chân vào bàn đạp lại là một niềm vui mới

Đúng như lời In Jae nói, đối với những người chưa từng một lần đi xe đạp kéo thì khó mà giải thích hết được. Cảm giác khi ngang dọc khắp Seoul bằng xe đạp kéo quả thực vô cùng thú vị. Từ trên xe đạp kéo, phong cảnh trung tâm Seoul vội vã, hối hả như mở ra qua những thước phim quay chậm khiến lòng người bất giác trở nên thong dong, thư thái. Nếu còn điều gì khiến hành khách phải bận tâm thì có chăng chính là cảm giác vừa thương vừa áy náy trước dáng vẻ cần mẫn của người phu xe. Dường như đoán được suy nghĩ của tôi, In Jae đi chậm lại rồi mở lời trước.

> *"Chúng tôi luôn có một điều cần phải nhờ cậy hành khách. Hy vọng quý khách tuyệt đối đừng cảm thấy ái ngại cho người kéo xe bởi đây là công việc mà chúng tôi yêu thích. Đối với chúng tôi, kéo xe chẳng khác nào vừa tập thể dục lại vừa kiếm được tiền. Hơn nữa, cảm xúc mỗi lần chở khách đều không giống nhau, mỗi chuyến đi chúng tôi lại cảm nhận được niềm hạnh phúc mới mẻ. Chúng tôi hồ hởi, hào hứng với những mối nhân duyên giữa người với người được kết nối thêm mỗi ngày."*

Đối với những người lao động thực sự và có niềm kiêu hãnh nghề nghiệp, nếu chúng ta không khéo léo trong việc bày tỏ sự cảm thông thì rất dễ biến thành một sự xúc phạm nghề nghiệp. Chỉ tin vào những gì đang diễn ra trước mắt mình mà vội vàng võ đoán về hoàn cảnh của người khác, điều này cũng giống như định kiến về nghề nghiệp đã ăn sâu bén rễ trong tư tưởng của mỗi chúng ta. Ngược lại, việc dành những khát khao và ao ước mơ hồ về một nghề nghiệp nào đó chỉ bởi sự hào nhoáng, bóng bẩy mà nó mang lại khiến ta không thể thoát khỏi hệ tư tưởng cũ kỹ với những quan niệm nghề nghiệp sai lầm và lệch lạc. Gần đây, thanh thiếu niên đang chạy theo trào lưu trở thành nghệ sĩ, nhưng tất cả những gì chúng ta biết về lĩnh vực này chỉ dừng lại ở những gì đang diễn ra trên sân khấu. Con người thường đánh giá lẫn nhau qua vẻ bề ngoài và quả nhiên chúng ta cũng đang có xu hướng đánh giá về nghề nghiệp chỉ qua "bề nổi".

Nhờ có lời "nhờ cậy" của In Jae, tôi dần nhìn ra được những định kiến vốn không dễ thừa nhận. Trong công việc lao động chân tay đơn thuần và chân chính kia, chúng ta có thể nhận thấy những mầm mống đổi thay có tiềm năng biến đổi cả xã hội đang dần đâm chồi.

Chiếc xe đạp kéo đang chạy bon bon từ từ dừng lại. Có vẻ như In Jae còn điều gì muốn thổ lộ. Đảm nhiệm cả vai trò của một hướng dẫn viên du lịch, chàng thanh niên này đã quen với việc vừa đạp xe vừa nói chuyện với hành khách. In Jae chỉ hướng cho tôi nhìn về phía triền đồi trước mặt rồi nói:

"Con đường dốc này giống như đường đi làm của chúng tôi. Đây là ngọn đồi mà hàng ngày chúng tôi đều phải đi qua sau khi lấy xe đạp kéo ra từ bãi đỗ xe. Ban đầu, chúng tôi gọi đây là "đồi khổ nạn", bởi xe đạp kéo rất dễ phát sinh hỏng hóc mỗi lần leo lên con dốc đó. Hồi đó, chúng tôi mới chỉ có hai chiếc xe đạp kéo mà lượng khách thì ngày càng nhiều. Điều này khiến chúng tôi nảy sinh ý định gắn thêm động cơ để xe có thể chạy nhanh hơn và như vậy có thể đáp ứng được hết nhu cầu của khách hàng. Quả nhiên động cơ mới được gắn thêm vào giúp cho xe chạy nhanh hơn và cũng đỡ tốn sức hơn. Tuy nhiên, một vấn đề mới phát sinh lại khiến chúng tôi phải đắn đo là xe đạp kéo sau khi được trang bị thêm động cơ lại hay xảy ra hỏng hóc hơn. Vấn đề kỹ thuật của xe đạp kéo chỉ là một phần, việc gắn động cơ vào xe đạp kéo có lẽ đã đánh mất đi sức hấp dẫn hoàn toàn tự nhiên, vốn là sức cạnh tranh lớn nhất của Ride Artee. Kịp thời nhận ra điều này, chúng tôi đã khôi phục lại tâm niệm ban đầu khi mới bắt tay vào công việc. Như vậy, động cơ được tháo bỏ và những chiếc xe đạp kéo với bàn đạp nguyên thủy lại được hồi sinh. Mỗi khi nhìn thấy ngọn đồi kia tôi lại nhớ về thời đó."

Từ bỏ công việc công sở thuận lợi và ổn định, tự mình vượt qua hết ngọn đồi này tới ngọn đồi khác, đối với In Jae, chiếc xe đạp kéo không chỉ là món quà luôn mang lại niềm vui. Việc vượt

qua những ngọn đồi, những con đường mới lại tiếp tục mở ra trước mắt chàng thanh niên ấy như một sự hoán đổi của khó khăn và khổ nạn.

> *"Cũng có những ngày chúng tôi không có khách. Vào những ngày như thế, bắt gặp những người đang đi lên dốc, chúng tôi tự nghĩ đằng nào thì mình cũng cần phải đi xuống dốc nên chúng tôi hô lên "Chúng tôi chở khách miễn phí!". Có lẽ bởi vậy nên người lớn trong xóm rất yêu quý chúng tôi."*

Như vậy, những chàng trai của Ride Artee đã góp phần biến ngọn đồi "khổ nạn" trở thành đường về nhà hạnh phúc của rất nhiều người. *Artee* có nghĩa là người bạn thân hay người bạn lâu năm. Những chiếc xe đạp kéo của In Jae đang dần chiếm vị trí quan trọng như người bạn thân cùng đồng hành trên những nẻo đường thành phố. Cứ thế, những chiếc xe đạp kéo mang dáng dấp truyền thống thổi vào khung cảnh Seoul hiện đại hơi thở ấm áp và thân thiện, như những gì một người bạn thân thiết lâu năm có thể khiến ta phải đổi thay. Những chàng phu xe trẻ của Ride Artee không muốn bánh xe của họ chỉ dừng lại ở trung tâm thành phố Seoul, mơ ước của họ là vươn ra ngoài Seoul và đi tới mọi miền đất nước, cùng kết bạn bốn phương.

In Jae xứng đáng được coi là một thanh niên dũng cảm đã biến phu kéo xe – biểu tượng của sự lao động vất vả gắn với nhiều đau khổ trở thành một nghề đáng mơ ước. Suy nghĩ và hành động táo bạo của chàng trai trẻ ấy đã đưa hình ảnh của những phu kéo xe xuất hiện trong các thước phim đen trắng vào hiện thực cuộc sống để trở thành một điều gì đó thật gần gũi và thân thương, không những vậy hành động đó còn có thể thắp sáng cho tương lai của bản thân anh.

Kết thúc cuộc tìm hiểu thu thập thông tin, chúng tôi chào tạm biệt và bóng cậu thanh niên In Jae cứ xa dần. Trên lưng áo đồng phục của Ride Artee mà cậu khoác trên người nổi bật dòng chữ "YOLO". Đây chính là cách viết tắt cho khẩu hiệu "You Only Live

Once" (Bạn chỉ sống một lần) và cũng là phương châm sống của In Jae.

> *"Chúng ta chỉ sống một lần! Một cuộc đời để sống, một công việc mà mình mơ ước, làm những việc mà mình có thể, một sự nghiệp duy nhất của bản thân... Tôi sẽ sống thật hạnh phúc. Tôi sẽ ghi nhớ và trân trọng mọi mối nhân duyên trong cuộc đời chỉ xuất hiện một lần duy nhất của mình."*

Chia tay với tôi, In Jae đón một đôi bạn trẻ lên chuyến xe của mình. Bấy giờ, chiếc xe đạp kéo mới nhanh chóng tăng tốc như thể đã gặp được chủ nhân thực sự của nó. Cảnh tượng chẳng khác nào một bức họa phong cảnh ấy khiến tôi chợt nhớ đến câu thoại cuối cùng trong bộ phim tài liệu *Chiếc xe đạp kéo cũ* (My Barefoot Friend):

> *"Phu kéo xe mà không chở ai đó thì sẽ lạc lối. Đối với Shallim thì ai đó chính là gia đình."*

Chàng phu xe trẻ, In Jae, đến từ Ride Artee cũng giống như vậy. Cậu chở ai đó để không đánh mất tương lai và sự nghiệp của bản thân. Đối với cậu, ai đó chính là bạn bè.

Utopia for “nomad-worker”
Địa đàng trần gian dành cho “nhân công xê dịch”

:

Bạn có phải là Nomad-Worker?

:

Nomad working là thuật ngữ được tác giả người Nhật Sasaki Toshinao sử dụng lần đầu tiên vào năm 2009 và đã ngay lập tức gây được sự chú ý. Nomad với ý nghĩa ban đầu là “dân du mục” nhưng khi được ghép với Working sẽ được hiểu với nghĩa mở rộng là sử dụng các thiết bị di động để làm việc kết hợp với di chuyển mà không bị hạn chế về thời gian hay không gian. Sự phát triển rộng rãi của hiện tượng smart worker - những người có thể làm việc mọi lúc, mọi nơi - đã mang lại cơ hội đổi đời và trở thành những Nomad-Worker cho các nhân viên công sở làm công ăn lương bình thường. Khoa học kỹ thuật phát triển, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin được thiết lập rộng rãi giúp cho bất kỳ ai, tại bất cứ đâu cũng có thể truy cập internet và tìm kiếm những thông tin cần thiết. Trong thời đại “internet ở khắp mọi nơi” như ngày nay, có rất nhiều người theo đuổi những công việc chuyên môn không nhất thiết phải làm việc trong một văn phòng bí bách, họ có thể lang thang khắp thành phố, vừa tiêu tiền vừa kiếm tiền. Chỉ cách đây mấy năm, tại Nhật Bản, giới SoHo - bao gồm

những người mở ra một văn phòng làm việc nhỏ hoặc làm việc tại nhà còn nhận được sự chú ý, thì hiện nay, nhờ có mạng lưới wifi phủ sóng khắp mọi nơi, giới Nomad-Worker có thể làm việc tại bất kể thời gian và không gian nào, lại trở thành tâm điểm của sự quan tâm. đây là một phương thức làm việc mới xuất hiện trong bối cảnh ngày càng có nhiều người trẻ tuổi muốn được làm việc tự do trong không gian mà họ yêu thích.

Những người làm việc tự do thuộc nhóm *Nomad-Worker* không chỉ đơn thuần là "những lao động không chính thức". Họ giống như những cư dân tự do thế hệ mới có thể điều hoà giữa chất lượng cuộc sống và công việc nhờ những điều kiện lao động linh hoạt hơn. Họ là những người lao động chính thống và cũng là những người chiến thắng khi có thể tự tin lựa chọn cho mình một cuộc sống tự do chứ không phải là kẻ thất bại như nhiều người lầm tưởng áp đặt. điều quan trọng là khoảng cách giữa người lao động chính thức và lao động không chính thức đang được thu hẹp. "Cây cầu nối" giữa hai trường phái này đã được đặt ra để chúng ta có thể giao lưu và đưa ra lựa chọn phù hợp với mình. Thông qua một hệ thống những ví dụ và tiền lệ đa dạng dưới đây, tôi muốn tìm kiếm cơ hội giúp cho một thế hệ *Nomad-Worker* thành công có thể chứng tỏ được tài năng của mình.

Nhật Bản: không gian làm việc chung "The Terminal"

DÂN DU MỤC THỜI ĐẠI KỸ THUẬT SỐ ĐANG GÓP PHẦN THAY ĐỔI THỊ TRƯỜNG VIỆC LÀM

"Khi bạn làm việc tại một công ty, ngày nào bạn cũng phải lên đường tới văn phòng vào lúc 9 giờ sáng và tan sở lúc 6 giờ chiều.

Thế nhưng một sự thật trớ trêu là không phải ý tưởng lúc nào cũng nảy ra trong đầu bạn trong khoảng thời gian từ 9 giờ sáng đến 6 giờ chiều mỗi ngày. Sau khi trở thành một nhân công xê dịch, tôi mới nhận ra mình sống về đêm."

— YAMANO KOHEI —

(nhân công xê dịch)

Nằm ở trung tâm thành phố Tokyo, Shibuya được coi là khu vực dành cho giới trẻ. Shibuya về đêm rực rỡ ánh đèn neon hắt ra từ những tấm biển quảng cáo luôn "sáng như ban ngày". Nhưng khuất sau ánh đèn rực rỡ ấy là cả một thế hệ trẻ Nhật Bản đang ẩn mình trong bóng tối để cố quên đi nỗi bất an về tương lai. *Hikikomori* là thuật ngữ dùng để gọi tên một bộ phận thanh niên tự giam mình trong bốn bức tường và cắt đứt mọi mối liên hệ, từ chối tiếp xúc với xã hội. Kết quả thống kê cho biết hiện nay thành viên của cộng đồng Hikikomori tại Nhật Bản đã lên tới 700.000 người. Hơn một nửa trong số này không hề tự nguyện, mà vì một số lý do như không thể thích ứng với môi trường làm việc hoặc không thể tìm được việc làm, nên không còn cách nào khác, họ buộc phải làm quen với cuộc sống của những Hikikomori. Suy thoái kinh tế kéo dài kèm theo tình trạng thiếu việc làm đã cướp đi tương lai và cuộc sống của nhiều thanh niên Nhật Bản. Trong bối cảnh này, đâu là con đường hiện thực hoá ước mơ và khát vọng tuổi trẻ dành cho họ? Đáp án duy nhất chính là việc làm.

Đêm đã về khuya tại Shibuya, trong một cửa hàng bán đồ ăn nhanh luôn sáng đèn 24/24 giờ như thế này, tất cả những người có mặt tại đây đều thuộc một trong hai nhóm người: những người tiêu tiền và những người kiếm tiền. Thế nhưng hai nhóm người này lại mang dáng vẻ trái ngược đến lạ kỳ. Một bên là những thanh niên đến đây để lấp đầy cái dạ dày trống rỗng nhưng lại hiếm khi rời mắt khỏi màn hình máy tính dù đã là nửa đêm; một bên là những nhân viên trẻ làm việc tại quán ăn

này, tuy đã về khuya song họ vẫn bận rộn không ngơi tay. Trong cùng một không gian, tồn tại hai nhóm người đứng ở hai lập trường hoàn toàn khác nhau, một bên là những người ngồi lì hàng tiếng đồng hồ và một bên là những người đứng liên tục suốt ca làm việc. Tuy vậy, thực chất tất cả đều đang cùng thực hiện một hành động – "làm việc".

Cộng đồng Freeter sinh ra trong thời kỳ đóng băng của thị trường việc làm Nhật Bản

Khái niệm việc làm trọn đời đang nhanh chóng sụp đổ tại Nhật Bản. Lý do xuất phát từ tình trạng kinh tế khó khăn kéo dài khiến các chủ lao động Nhật Bản có xu hướng lựa chọn hình thức tuyển dụng nhân viên không chính thức thay vì chính thức như trước đây nhằm duy trì khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Chính sách hưởng lương và thăng tiến theo thâm niên làm việc hay chế độ làm việc trọn đời vốn là chính sách lao động đặc thù của Nhật Bản một thời đang dần biến mất. Vị trí trước đây vốn thuộc về các lao động chính thức thì nay đã được thay thế bởi những lao động không chính thức như nhân viên tạm thời hay nhân viên hợp đồng. Hiện tượng này đã rút số lượng lao động chính thức tại Nhật Bản từ 85% vào năm 1985 xuống còn 64,8% vào năm 2012; cũng trong thời kỳ này, số lượng lao động không chính thức đã tăng từ 15% lên 35,2%. Hệ quả khác là trong xã hội ngày càng có nhiều thanh niên bỗng chốc bị đẩy vào điểm mù của lao động.

Sống trong một hiện thực xã hội bất ổn và phải đối mặt với một tương lai bấp bênh, thế hệ trẻ buộc phải từ bỏ hy vọng tìm kiếm một công việc ổn định. Lựa chọn của họ là duy trì cuộc sống tự do của mình bằng nhiều công việc bán thời gian thay vì dừng lại ở một nghề nghiệp nhất định nào đó. Nhóm người này được gọi chung bằng cái tên *Freeter*, đây là một từ mới trong tiếng Nhật được ghép bởi từ "free" (tự do) với từ "arbeiter" (người lao động). *Freeter* là tên gọi khác của những người chuyên làm công việc

bán thời gian, chấp nhận làm những công việc đơn giản, không ổn định mà họ tìm được để trang trải cho cuộc sống sau khi đã từ bỏ việc tìm kiếm trong vô vọng một công việc ổn định, dù đã cố gắng hết sức song vẫn không thành công. *Freeter* cũng phản ánh một thực trạng rất đáng lo ngại đang diễn ra trong giới trẻ Nhật Bản. Theo Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi Nhật Bản, cộng đồng *Freeter* hiện đang chiếm 10% trong đội ngũ lao động trẻ dưới 34 tuổi, tương đương với 220.000 người dân nước này. Tuy nhiên, các chuyên gia dự đoán trong bối cảnh thị trường việc làm Nhật Bản đang có dấu hiệu đóng băng trở lại như hiện nay, thời gian tới sẽ ngày càng có nhiều người buộc phải gia nhập cộng đồng Freeter.

Mặc dù vậy, bên cạnh những thanh niên buộc phải gia nhập nhóm *Freeter* do hoàn cảnh xã hội xô đẩy, cũng có không ít bạn trẻ tự nguyện lựa chọn cuộc sống của các *Freeter* và con số này ngày càng tăng. Đối với những trường hợp này, họ không phải là những *Freeter* "ngắn hạn" tạm thời chấp nhận những công việc bán thời gian để trang trải cuộc sống cho đến khi tìm được một công việc ổn định. Có thể nói rằng, những thanh niên này sau khi quan sát và nhìn nhận cuộc đấu tranh đang diễn ra ngay trước mắt mình thì đã tự rút ra kết luận và tự động thoả hiệp với cuộc sống, mà theo đó, họ trở thành những *Freeter* như một lựa chọn phù hợp nhất vì cuộc sống của chính mình. Đi theo khuynh hướng chủ nghĩa cá nhân ở Nhật Bản, cùng với lối suy nghĩ tự do tự tại đặc thù "Hãy sống cho hiện tại ngay lúc này thay vì chạy theo một tương lai mơ hồ" và hoà mình vào hiện thực xã hội, những *Freeter* tự phát đang len lỏi và lấp đầy mọi ngõ ngách trong thành phố. Giờ đây tại Nhật Bản, *Freeter* đang nổi lên như một nhóm nghề mới, một lựa chọn cho những ai yêu thích cuộc sống năng động. Đi theo tiếng gọi của thế hệ trẻ, "Hãy sống tự do và đừng bó buộc bản thân trong một tổ chức nào đó", cơ cấu việc làm của Nhật Bản cũng đang trên đà biến đổi.

Sự tồn tại của các *Freeter* đã không còn xa lạ với xã hội Nhật Bản. Theo như câu nói "Nếu đã không thể thay đổi tình thế thì *Freeter* chi bằng hãy cứ mỉm cười với hiện tại", thì các *Freeter* tự phát chính là những người chấp nhận hiện thực bất ổn không thể tránh khỏi và tiếp nhận nó như một phần của cuộc sống. Và sự thật là trong sự bất ổn của cuộc sống đã xuất hiện không ít những *Freeter* tìm được bước chuyển mình đầy triển vọng trong dòng chảy nghề nghiệp. Giống với *Freeter* ở đặc điểm làm việc tự do không bị hạn chế tại một địa điểm cố định, song *Nomad-Worker* là dân du mục ngang dọc khắp thành phố, họ theo đuổi chủ nghĩa tự do phóng khoáng và đang làm rung chuyển mạnh mẽ một thị trường việc làm đình trệ tại Nhật Bản.

Nomad Working ("xê dịch trong công việc") - Một mô hình làm việc mới

Tokyo là nơi có thể tìm thấy nhiều *Nomad-Woker* (nhân công xê dịch) nhất. Bởi nơi đây có thể coi là môi trường làm việc lý tưởng nhất dành cho các *Nomad-Worker* với hệ thống các nhà hàng, quán cà phê, cửa hàng ăn nhanh, v.v... kinh doanh 24/24 giờ được tìm thấy dễ dàng tại khắp nơi trong thành phố. Ren là một trong những thanh niên *Nomad-Worker* tại Nhật Bản mà tôi có dịp gặp gỡ. Đối với Ren, các quán cà phê tại Shibuya vừa là không gian thư giãn, tận hưởng cảm giác thư thái giữa những bộn bề, tấp nập của cuộc sống đô thị, vừa là nơi tác nghiệp. Ren tỏ ra hài lòng với cuộc sống hiện tại khi anh có thể làm việc mọi lúc, mọi nơi với chiếc máy tính xách tay nối mạng hơn là đầu quân cho một doanh nghiệp nào đó. Tuy nhiên, tại sao nhân công xê dịch lại lựa chọn làm việc ở bên ngoài thay vì giam mình trong nhà như những Hikikomori? Tại sao họ lại tự đẩy mình vào những không gian công cộng lạ lẫm, đông đúc, có thể mang lại những ức chế tinh thần không nhỏ để làm việc?

> *"Công việc của tôi đòi hỏi phải luôn đưa ra được những ý tưởng sáng tạo. Mặc dù quán cà phê hay các địa điểm công cộng*

thường lộn xộn hơn những không gian đóng khác, nhưng khi làm việc trong những không gian mở như thế này, hiệu quả công việc của tôi tăng lên rất nhiều. Tôi không thích nán lại quá lâu ở một nơi nào đó, hơn nữa nhà cửa chật chội lại gây cảm giác bí bách. Những thanh niên tự lập tại Tokyo hầu hết đều sống trong những không gian rất chật hẹp. Nhà cửa chật chội không đáp ứng đủ không gian làm việc nên lựa chọn của chúng tôi là làm việc ở bên ngoài."

Khoa học kỹ thuật phát triển đã mang tới cho nhân loại cơ hội làm việc tại bất cứ đâu trên thế giới. Và số lượng nhân công xê dịch tăng lên mạnh mẽ đang là xu thế chung của toàn cầu. Tạp chí kinh tế Mỹ *Business 2.0* gọi đây là những *white-collar nomad (dân du mục cổ cồn trắng).* Tên gọi này không đơn thuần dùng để chỉ những người lang bạt nay đây mai đó mà còn mang ý nghĩa những lao động trí thức có trình độ chuyên môn sâu rộng và phong phú. Sự bùng nổ của xu thế làm việc "xê dịch" tại Nhật Bản đang dần lớn mạnh với nhân tố quyết định là những lao động trí thức trẻ trình độ cao.

Một ngày của những nhân công xê dịch như Ren có đôi chút khác biệt. Hàng ngày, Ren ra khỏi nhà từ sáng sớm, đến ngay cửa hàng phục vụ đồ ăn nhanh để giải quyết bữa sáng và bắt tay vào lịch trình dày đặc của mình. Việc đầu tiên là kiểm tra hòm thư điện tử, Ren nhận công việc qua e-mail và ngay lập tức tiến hành nhiệm vụ của buổi sáng. Đến trưa, khi cửa hàng đồ ăn nhanh trở nên đông đúc, Ren tìm đến những cửa hàng tiện lợi bớt ồn ào hơn. Ren thường ăn cơm hộp tại những cửa hàng tiện lợi như vậy sau đó đi dạo trên phố để đầu óc được thư giãn, nhưng cũng có lúc, Ren tiếp tục suy nghĩ về các ý tưởng công việc ngay trong những giờ nghỉ trưa như vậy. Đến chiều, Ren thường tìm cho mình một chỗ ngồi trong một quán cà phê nào đó để tiếp tục làm việc hoặc đọc sách.

Cũng có thể ngồi tại một quán cà phê suốt cả buổi chiều nhưng trung bình một ngày Ren thường ghé vào hai hoặc ba quán. Ren

trao đổi công việc hoàn toàn qua e-mail và thực hiện các cuộc hội ý hay thảo luận công việc qua điện thoại di động do đó hầu như không có lý do gì để gặp gỡ trực tiếp với người khác. Tuy nhiên, chàng thanh niên này không thấy cô đơn bởi anh cảm thấy hoàn toàn thoải mái và tự do với cuộc sống của mình. Đi tới chỗ này chỗ kia trên phố là cuộc sống thường ngày của Ren và cũng là cách sống mà anh lựa chọn. Ren cho rằng trong thời đại làm việc không biên giới như ngày nay, lựa chọn của anh là một trong những lựa chọn sáng suốt để vừa làm việc vừa tận hưởng cuộc sống.

Những nhân công xê dịch của thời đại công nghệ thông minh, những công dân trẻ được trang bị các sản phẩm kỹ thuật số tiên tiến hàng đầu, tất cả đều đang chuyển mình để tìm kiếm vị trí của bản thân trong một thị trường việc làm đầy biến động. Nhật Bản ngày nay cũng đang ủng hộ và tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của thế hệ nhân công xê dịch này, bởi họ nhận thấy được hiệu quả thực tế cũng như triển vọng lớn của sự dịch chuyển này. Thanh niên Nhật ngày nay không chấp nhận ngồi yên một chỗ và đứng ngoài quá trình đổi thay không ngừng của thị trường việc làm. Tại Nhật thậm chí còn xuất hiện một địa điểm gặp gỡ dành cho những người có chung quan điểm như vậy, nơi này có tên gọi *The Terminal* nằm tại Harajuku, Tokyo.

9 giờ sáng đến 6 giờ chiều? Với chúng tôi là 24 giờ TỰ DO!

The Terminal tại Harajuku, Tokyo là một nơi được trang bị máy tính và các trang thiết bị văn phòng khác đáp ứng đầy đủ tiện nghi của một không gian làm việc, dành cho tất cả những ai có nhu cầu tới đây làm việc và được coi là “không gian làm việc chung”. Nhìn qua thì nơi đây không khác gì so với cảnh tượng thường thấy ở bất kỳ một công ty nào, nhưng thực tế, những người đang làm việc tại đây đều là những nhân công xê dịch có thể thay đổi vị trí của mình bất cứ lúc nào.

Yamano Kohei, một nhà thiết kế đồ nội thất đã đều đặn tới đây hàng ngày thay vì đầu quân vào một công ty khác sau khi thôi việc tại công ty cũ cách đây hơn 3 năm. Giờ đây, Yamano Kohei không có ý định tiếp tục sống cuộc sống của một nhân viên công sở cho dù đó có là một công ty tầm cỡ. Đối với anh, việc ra đường và hòa mình vào dòng người tới công sở mỗi sáng không khác nào tham gia vào một cuộc chiến chỉ còn là quá khứ xa xôi. Giờ đây, mỗi sáng, Yamano Kohei có thể rời khỏi nhà muộn hơn một chút, đi đến *The Terminal* và chọn lấy một chỗ ngồi, thư thái thưởng thức một tách cà phê trong khi sử dụng máy tính được lắp đặt sẵn tại đây cho công việc bán thời gian của mình. Hình thức làm việc trực tuyến này giúp cho Yamono Kohei chủ động hơn trong công việc mà vẫn đảm bảo được thu nhập. Trong một ngày, anh có thể tham gia và xử lý công việc của ba, bốn công ty khác nhau và đương nhiên là thu nhập không hề kém gì so với việc đi làm cố định tại công ty. Hơn nữa, do không phải chịu nhiều ràng buộc về thời gian, cũng không phải để ý đến ánh mắt và thái độ của những người xung quanh nên công việc trở nên hết sức dễ chịu.

> *"Vào những ngày đẹp trời, tôi có thể ra ngay công viên gần nhà và làm việc trên chính các thiết bị di động một cách thoải mái. Tôi thực sự cảm thấy hạnh phúc vì có thể làm chủ thời gian và làm việc theo cách riêng của mình mỗi ngày. Tôi hoàn toàn có thể làm việc tại quán cà phê hay thư viện nhưng tôi thường lui tới The Terminal bởi tại đây tôi có cơ hội gặp gỡ, trao đổi thông tin và cùng làm việc với những người cùng ngành, điều đó khiến tôi không còn cảm giác lạc lõng. Những người tới đây không chỉ được sử dụng máy vi tính mà còn có thể sử dụng các thiết bị văn phòng khác như máy fax, máy photocopy. Do đó, chúng tôi có thể làm việc mà hoàn toàn không gặp phải bất cứ trở ngại nào."*

Theo Kohei, ưu điểm lớn nhất của hình thức xê dịch trong công việc (nomad-working) chính là quản lý thời gian một cách hợp lý. Hồi tưởng lại quãng thời gian luôn sống trong cảnh phải tuân

thủ theo đúng khung giờ đi làm và tan sở đã được định sẵn của một công ty, Kohei tin tưởng chắc chắn vào hiệu quả vượt trội trong công việc mà anh đạt được khi được tự quản lý quỹ thời gian và làm việc theo giờ giấc mình mong muốn.

> *"Khi làm việc tại một công ty, ngày nào bạn cũng phải tới sở vào 9 giờ sáng và tan sở lúc 6 giờ chiều. Thế nhưng một sự thật trớ trêu là không phải ý tưởng lúc nào cũng nảy ra trong đầu bạn trong khoảng thời gian từ 9 giờ sáng đến 6 giờ chiều mỗi ngày. Sau khi trở thành một nhân công xê dịch, tôi mới nhận ra rằng mình là người sống về đêm. Điều này có nghĩa là tôi hoàn toàn phù hợp với việc thức khuya dậy muộn, tôi thường thức cho tới bình minh của ngày hôm sau rồi mới đi ngủ và dậy muộn hơn một chút vào buổi sáng. Tôi tự tìm ra khung thời gian làm việc hiệu quả nhất của bản thân và quả nhiên là mức độ tập trung và hiệu suất công việc tăng lên một cách bất ngờ."*

Gần đây, vấn đề thu hút được sự quan tâm lớn nhất của sinh viên đại học và những người làm công sở chính là quản lý thời gian. Hiện nay, việc trong chiếc điện thoại thông minh của mỗi người đều có ít nhất một vài ứng dụng quản lý lịch trình đã không còn là điều xa lạ. Điều này phản ánh một hiện trạng xã hội mang tên "Thời gian là tiền bạc và là sức cạnh tranh". Tuy nhiên, tự tách mình ra khỏi khung giờ làm việc cố định "9 đến 6" để sử dụng thời gian của bản thân theo cách riêng và tạo ra hiệu quả lao động tối ưu là điều không hề dễ dàng. Đây cũng là lý do để yêu cầu thay đổi khung giờ làm việc "9 đến 6" được cố định trong một thời gian dài ở Nhật Bản càng trở nên mạnh mẽ hơn. Khai trừ chế độ phân bổ giờ giấc một cách cưỡng chế, thay vào đó là áp dụng hình thức làm việc đổi mới để tự bố trí thời gian làm việc phù hợp hơn chính là một dấu chấm phá rất khác biệt trong công việc. Với hành động phá vỡ khung giờ làm việc hành chính trước đây và lựa chọn làm việc một cách tự do, thoải mái suốt 24 giờ/ ngày, giới trẻ Nhật Bản đang làm việc sao cho phù hợp với bản thân thay vì uốn nắn, gò ép để bản thân phù

hợp với công việc. Nhân tố chính trong quá trình biến đổi này chính là hình thức xê dịch trong công việc.

Đối với những người bị buộc phải thôi việc do tình hình kinh tế khó khăn và cắt giảm biên chế đồng nghĩa với sự lên ngôi của hình thức lao động không chính thức thì việc có thể phải trở thành nhân công xê dịch cũng đồng nghĩa với một cuộc sống cô độc và buồn tẻ. Tuy nhiên, trên thực tế, những nhân công xê dịch như vậy có khả năng tự thiết kế thời gian ngày một hài hòa giữa công việc với cuộc sống cá nhân, sống và làm việc tích cực để chuẩn bị cho một ngày mai tươi sáng hơn, đồng thời không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn của bản thân. Họ là những người không chấp nhận chạy theo công việc mà nhanh nhạy nắm bắt và nắm chắc công việc trong lòng bàn tay. Hiện nay, hình thức xê dịch trong công việc đang trở thành phương án thực tế nhất có thể giải quyết được vấn đề thiếu việc làm tại Nhật Bản và cũng là cơ hội để những bạn trẻ đang ẩn mình được thỏa sức thể hiện tài năng ra bên ngoài.

Sức mạnh tiềm ẩn của thế hệ xê dịch mới được khai sinh cùng với xu hướng việc làm ẩn chứa bên trong đó đang dần vượt ra khỏi biên giới Nhật Bản để tung cánh hướng ra toàn thế giới.

Anh quốc: Trung tâm văn phòng chung - Central Working

SỰ RA ĐỜI CỦA E-LANCER

“Mỗi khi đến Mỹ, phòng chờ ở sân bay JFK New York lại trở thành phòng làm việc của tôi. Tôi có mặt tại phòng chờ này hàng tháng và thường lưu lại New York trong vài ngày. Tuy nhiên, nếu xem xét lại thì sẽ thấy vấn đề nảy sinh và đây là vấn đề mà hầu hết mọi người đều gặp phải. Nếu làm việc trong quán cà phê thì phòng vệ sinh

không thoải mái là một vấn đề, cũng không thể ở mãi trong khách sạn vì bạn sẽ nhanh chóng cảm thấy cô đơn. Điều này đã khiến tôi nảy ra ý tưởng 'Nếu mang một phòng chờ sân bay vào giữa trung tâm thành phố thì sao nhỉ?'"

— JAMES —

(CEO của Central Working)

Tại một thành phố với hơn 300 ngày mưa trong năm như London, hiếm khi gặp được một ngày trời quang mây tạnh, thời tiết ấm áp. Nhất là khi đứng tại ga tàu điện ngầm hay ga tàu hỏa ở London vào những ngày thời tiết âm u mây mù, con người ta rất dễ rơi vào cảm giác buồn chán bởi bầu không khí nặng nề cùng với ánh đèn leo lét, lạnh lẽo.

Dù cho những nhân công xê dịch có coi trọng sự tự do và quen với việc hoạt động độc lập đi chăng nữa thì có lẽ đôi khi họ cũng cần một nơi để lui tới. Đặc biệt là khi chỉ có một mình trong một thành phố rộng lớn và bầu trời lúc nào cũng âm u như London, thay vì cảm thấy tự do, con người dễ bị một thứ cảm giác gần giống với tâm trạng cô đơn lấn lướt và chi phối.

Sân ga Kings Cross được coi là trạm trung chuyển giao thông chính nối liền toàn bộ Anh quốc. Tại đây, những hành khách lên tàu thường sử dụng máy tính xách tay trên suốt chuyến đi như một thói quen. Điều tôi quan tâm không phải là nơi chuyến tàu hỏa sẽ đưa họ tới, mà là đích đến của thế giới ảo diễn ra bên trong những chiếc máy tính đang thu hút toàn bộ sự tập trung của họ, liệu đâu là nơi họ hướng về?

Anh quốc không chỉ có trạm trung chuyển giao thông Kings Cross, mà còn có một trạm trung chuyển khác, một nơi dành riêng cho những nhân công xê dịch tách mình khỏi đám đông, bước lên một chuyến tàu và khi bước xuống, họ tụ họp lại với nhau tại đây. Nơi đây được biết tới là địa điểm tập trung của

những nhân công xê dịch, một căn cứ bí mật nối liền thế giới ảo với thế giới thực.

Central Working - Trạm trung chuyển ngoại tuyến dành cho các nhân công xê dịch

Một mạng lưới kinh doanh đề cao tính sáng tạo ra đời đã mang lại không gian làm việc chung cho giới nhân công xê dịch Anh quốc vốn được biết đến với những hoạt động riêng lẻ và nhanh chóng trở thành đầu mối liên kết các nhân tố này lại với nhau. Hình thức hoạt động độc lập khiến các lao động tự do trước đây thường được liên tưởng đến những hòn đảo biệt lập với thế giới bên ngoài. Nhưng một không gian ngoại tuyến mới ra đời có vai trò như một trạm trung chuyển đã kết nối những hòn đảo biệt lập này thành một đại lục rộng lớn. Tại một nút giao thông quan trọng và nổi tiếng như Kings Cross, sự xuất hiện của các trung tâm văn phòng chung (co-working) như lời chào đón đối với các nhân công xê dịch đến từ mọi vùng miền nước Anh. Trong số những trung tâm dạng này tại King Cross, The Hub là cái tên tiêu biểu nhất. Trong khi The Terminal của Nhật Bản chỉ có dịch vụ cho thuê không gian làm việc đơn thuần thì các trung tâm co-working tại Anh hơi khác một chút. Tại Anh, các nhân công xê dịch không chỉ sử dụng chung một không gian làm việc mà còn được cung cấp kèm theo cả phần cứng lẫn phần mềm để trao đổi thông tin và hợp tác trong công việc, do đó, họ không làm việc riêng lẻ mà cùng cộng tác với các nhân công xê dịch khác.

Đối với những người ở xa The Hub, họ thường tìm đến Central Working, nơi đang dần trở thành một trạm trung chuyển khác trong khu vực. Đi vào bên trong Central Working, ta sẽ có cảm giác như lạc vào một thế giới khác biệt. Tòa nhà này quy mô hơn nhiều so với trụ sở của các tập đoàn lớn, bao gồm những văn phòng làm việc được bài trí với nhiều phong cách khác nhau. Tại đây có quán cà phê, phòng chờ khởi hành ở sân bay, nhà

hàng, nhưng cũng có cả những không gian khác mang lại cảm giác ấm cúng và thân thuộc như phòng khách gia đình. Đặc biệt, đập vào mắt tôi là những dãy bàn dài phục vụ nhu cầu sử dụng chung trong một không gian hoàn toàn mở không bị ngăn cách bởi những bức tường. Dãy bàn này là nơi gặp gỡ trao đổi thông tin của những lao động làm việc tự do, đây cũng là nơi cho ra đời ý tưởng dành cho các dự án hợp tác mới. Ngoài ra, để hỗ trợ tối đa cho giới lao động tự do, Central Working còn giữ chức năng vận hành các chương trình hỗ trợ đa dạng như: tổ chức các buổi hội thảo và tư vấn chuyên môn, sắp xếp các buổi gặp gỡ với các chuyên gia tên tuổi trong nhiều lĩnh vực.

James Layfield, CEO của Central Working, giải thích, không gian mới mẻ này là nơi hiện thực hóa "những gì mà các văn phòng làm việc trước đây không đáp ứng được".

> *"Mỗi khi đến Mỹ, phòng chờ ở sân bay JFK New York trở thành phòng làm việc của tôi. Tôi có mặt tại phòng chờ này hàng tháng và thường lưu lại New York trong vài ngày. Tôi nghĩ rằng làm việc ở phòng chờ đó thật thoải mái và dễ chịu. Tuy nhiên, nếu xem xét lại thì sẽ thấy nảy sinh vấn đề và đây là vấn đề mà hầu hết mọi người đều gặp phải. Nếu làm việc trong quán cà phê thì phòng vệ sinh không thoải mái là một vấn đề, cũng không thể ở mãi trong khách sạn vì bạn sẽ nhanh chóng cảm thấy cô đơn. Điều này đã khiến tôi nảy ra ý tưởng 'Nếu mang một phòng chờ sân bay vào giữa trung tâm thành phố thì sao nhỉ?'"*

James Layfield tin rằng, nếu kéo mọi người ra khỏi văn phòng với những góc làm việc được phân cách bởi tấm vách ngăn, hay ra khỏi những ngôi nhà chỉ có một mình thì họ sẽ phát huy được những khả năng bất ngờ. Giờ đây, lực lượng đông đảo các nhân công xê dịch sẽ không còn phải lang thang tại các phòng chờ sân bay hay quán cà phê nữa, thay vào đó, họ tham gia và giao lưu tại những diễn đàn ở các trung tâm co-working, điều

này sẽ giúp họ thúc đẩy tính sáng tạo và nâng cao hiệu quả làm việc.

> *"Về cơ bản, con người luôn yêu thích việc được ở cùng người khác, muốn có ai đó bên cạnh và thích tạo nên các cộng đồng. Khoa học kỹ thuật mang lại sự tự do cho con người nhưng khoa học càng phát triển con người càng có xu hướng tách mình ra khỏi cộng đồng. Tính cộng đồng chính là một trong những thứ mà con người hiện đại đang dần đánh mất và hiện tượng này trở thành một vấn đề xã hội. Nếu liên tục làm việc độc lập trong một không gian biệt lập như nhà riêng, những người làm việc tự do sẽ tự nhận thấy sự hạn chế và muốn quay trở lại hòa nhập với xã hội. Nhưng đối với những người lao động đã tự do trong thời gian dài, sẽ không dễ dàng khi quay trở lại làm việc trong một công ty bởi họ sẽ phải từ bỏ rất nhiều thứ. Đây là lý do mà họ cần tới những không gian làm việc chung, cần trao đổi và giúp đỡ lẫn nhau, đồng thời hình thành nên những cộng đồng cùng chung chí hướng. Những trung tâm co-working ra đời là nơi để mọi người có thể tìm thấy sự giúp đỡ khi họ cảm thấy đơn độc."*

Ngay cả dân du mục trên thảo nguyên đôi khi cũng mong muốn được dừng chân và mong muốn này hoàn toàn có thể bắt gặp ở những nhân công xê dịch. Đằng sau dáng vẻ mạnh mẽ không biết mệt mỏi của những lao động tự do luôn chỉ đơn độc vượt qua mọi chuyện liệu có phải là những cá nhân cô đơn hy vọng tìm được người bạn đồng hành? Những trung tâm co- working tại Anh vẫn đảm bảo tự do cá nhân cần thiết, trong khi đảm nhiệm thêm chức năng "sạc pin" truyền năng lượng tập thể tới những cá nhân hoạt động độc lập. Bởi vậy, có thể nói nhiệm vụ hàng đầu của trung tâm co-working mà James đang điều hành chính là kéo con người xích lại gần nhau hơn.

> *"Trước hết, phải kiến tạo được một môi trường mà các cá nhân hoàn toàn khác biệt có thể tìm thấy điểm chung và bắt tay với nhau trong công việc. Điều này có nghĩa là phải tạo nên những*

thời điểm có thể tập hợp được nhiều người. Giúp cho các cá nhân có điều kiện gặp gỡ và trò chuyện chia sẻ với nhau là điều vô cùng quan trọng. Tôi và các nhân viên của mình luôn cố gắng để có thể hòa hợp với tất cả những người đến đây bởi chúng tôi cần phải nhạy bén nhận ra những nhu cầu của họ để kịp thời đưa ra sự giúp đỡ và hỗ trợ tối đa. Do đó, công việc chủ yếu của tôi hiện nay là trò chuyện cùng những người đến với Central Working."

Trên thực tế, thời đại chuyển đổi của giới lao động tự do đang mở ra tại Anh khiến con số những người gia nhập cộng đồng này tăng đột biến. Chỉ riêng Central Working đã có tới 3 chi nhánh đang hoạt động hết công suất và sắp tới, trong năm nay, 5 chi nhánh mới sẽ được mở ra tại nhiều nơi trên toàn nước Anh. Những trung tâm như thế này được mở ra hy vọng có thể trở thành những căn cứ ngoại tuyến không chỉ cung cấp thêm điểm dừng chân cho giới lao động tự do mà còn là nơi thúc đẩy những ý tưởng mới phát triển và không gian chia sẻ việc làm. Giờ đây, dân du mục Anh không còn đơn độc nữa. Trước mắt họ là cánh cửa hiện thực dẫn vào thế giới thực thay vì những ô cửa sổ ảo như trước kia. Tại đây không tồn tại sự cạnh tranh hay khái niệm nhiệm vụ áp đặt bắt buộc. Thay vào đó là những con người với tinh thần tự do chia sẻ với nhau câu chuyện về sự nghiệp tương lai.

E-lancer - Freelancer (lao động tự do) thế kỷ XXI

Điều quan trọng nhất đối với một nhân công xê dịch không gì khác ngoài việc làm. Khi không có việc làm, họ không còn là nhân công xê dịch nữa mà ngay lập tức biến thành người thất nghiệp. Đặc biệt là trong tình trạng thiếu việc làm trầm trọng như tại Anh, nếu không phải là thành viên của một đoàn thể nào đó hay không có những mối quan hệ thì các lao động tự do khó mà tìm được việc. Cho dù trình độ chuyên môn của bản

thân có uyên thâm đến đâu, nếu không có một vũ đài để phô bày tài năng thì đối với ai đó, lao động tự do rất có khả năng sẽ trở thành một sự mỉa mai khi bạn chỉ có thể tận hưởng sự tự do mà không nắm bắt được bất kỳ cơ hội nào để thể hiện năng lực.

Do đó, trong dòng chảy của thời đại kỹ thuật số hiện nay đã xuất hiện những người chuyên săn lùng những vũ đài cơ hội như vậy. Chỉ với chiếc máy tính nối mạng, những freelancer thế kỷ XXI mang tên E-lancer đã có thể làm nên sự nghiệp. Đối với những E-lancer trẻ, phạm vi hoạt động của họ không chỉ dừng lại ở thế giới thực mà còn mở rộng ra cả trong những không gian ảo. Bên cạnh đó, địa điểm làm việc của họ không phải là quán cà phê hay trung tâm co-working mà ngay tại tư gia.

Jason là một nhiếp ảnh gia tự do, với công việc này anh đi tới khắp nơi trên thế giới để quay phim và chụp ảnh. Bên cạnh đó, Jason còn là một nhà sản xuất phim hoạt hình máy tính làm việc theo hình thức E-lancer. Hiện nay, anh điều hành một công ty sản xuất phim và thực hiện các dự án điện ảnh. Jason đã từng có kinh nghiệm làm việc tại nhiều công ty với vô số những công việc khác nhau trong suốt 15 năm qua. Trong số những công ty Jason từng làm việc, cũng có không ít công ty nước ngoài. Thế nhưng, Jason chưa bao giờ chính thức đi làm tại bất kỳ công ty nào trong số đó. Bởi tất cả những trao đổi công việc đều có thể thực hiện qua các cuộc gọi video hay e-mail.

> *"Sau khi trở thành một E-lancer, tôi bắt đầu với những dự án bình thường và thực hiện các cuộc họp với những người có liên quan khoảng hai, ba lần một tuần thông qua các cuộc gọi video. Cũng có khi các cuộc thảo luận như vậy diễn ra giữa nhiều người. Thông thường, khoảng hai, ba người sẽ cùng chia sẻ công việc tại một thư mục chung thông qua các dịch vụ lưu trữ trực tuyến và tôi đều đặn đăng tải các sản phẩm công việc của mình lên đó. Sau khi đã xem xét, kiểm định kỹ lưỡng sản phẩm lao động của tôi, họ sẽ đưa ra các ý kiến phản hồi thông qua các cuộc gọi video."*

Những E-lancer như Jason đang xuất hiện ngày càng nhiều. Họ thực chất là những lao động tự do (freelancer) thực hiện các dự án công việc nằm trong lĩnh vực chuyên môn của bản thân thông qua sự hỗ trợ của các sản phẩm công nghệ như máy tính và Internet. Thế hệ freelancer trước đây thường tìm kiếm công việc thông qua các mối quan hệ xã hội. Trong khi đó, các E-lancer ngày nay giải quyết những vấn đề công việc hoàn toàn qua Internet. Toàn bộ quá trình làm việc bắt đầu từ bước đầu tiên là tìm kiếm công việc cho tới hoàn thiện công việc, đương nhiên là cả việc "nộp sản phẩm" và cuối cùng là thanh toán thù lao, tất cả đều được thực hiện qua mạng. Trên thực tế, sự xuất hiện của các trang web như Elancer.com đã hỗ trợ đắc lực cho việc kết nối doanh nghiệp với các E-lancer và số người có nhu cầu sử dụng dịch vụ này ngày càng gia tăng với tốc độ chóng mặt. Jason cho rằng khi hoạt động với tư cách là một E-lancer, anh có thể làm việc với hiệu suất cao hơn nhiều so với bất kỳ công việc nào khác. Do không bị hạn chế trong một văn phòng hay địa điểm làm việc nhất định, bạn có thể sử dụng máy tính và các mạng lưới liên kết để xử lý nhiều công việc cùng một lúc.

"Có thể kiếm tiền bằng nhiều cách khác nhau là một điều rất thú vị. Ngay lúc này, tôi đang thực hiện một dự án phim hoạt hình mới với tư cách là một nghệ sĩ hiệu ứng đồ họa máy tính và dự án này đã bắt đầu từ 5 - 6 tháng trước. Dự án đang dần đi vào hoàn thiện nên gần đây, mỗi khi có thời gian rảnh tôi lại truy cập vào trang web elancer.com để tìm kiếm công việc tiếp theo. Lần này, tôi chủ ý tìm kiếm những công việc liên quan đến nhiếp ảnh và quay phim. Nếu là 6,7 năm trước thì có lẽ cuộc sống này sẽ bất khả thi bởi nếu muốn có việc làm, bạn phải trực tiếp đi chào bán các sản phẩm của mình. Thu nhập từ lĩnh vực nhiếp ảnh có thể thấp hơn so với thu nhập từ việc sản xuất phim hoạt hình, nhưng tôi không muốn vì tiền mà phải làm mãi một việc. Ngay sau khi dự án này kết thúc, tôi sẽ tạm thời rời xa chiếc máy tính, hy vọng công việc mới sẽ giúp tôi phát triển tính sáng tạo của mình."

Do tiến hành công việc mà không cần đến các cuộc gặp mặt trực tiếp nên các E-lancer phải chấp nhận việc có thể phải đối mặt với những rủi ro không lường trước được.

> *"Lựa chọn trở thành một E-lancer đồng nghĩa với việc bạn phải chuẩn bị tinh thần để đón nhận vô số những lời từ chối và thậm chí bị từ chối vào những giây phút cuối cùng. Trong thế giới trực tuyến, cho dù bạn có thể hiện tốt đến mức nào cũng rất có khả năng công việc đó chẳng đi đến đâu. Cũng có trường hợp người được chọn không phải là bạn hoặc các bên liên quan không thống nhất được lịch trình, kế hoạch với nhau và bạn buộc phải từ bỏ dự án. Điều này không có gì khó hiểu, vì trong môi trường làm việc không có nhiều ràng buộc như vậy, những thỏa thuận dễ đạt được thì cũng dễ dàng chấm dứt."*

Tuy nhiên, khi đã xác định tinh thần sẵn sàng chấp nhận rủi ro thì điều mà các E-lancer như Jason nhận được là một cuộc sống như ý với những trải nghiệm phong phú và môi trường tốt nhất để rèn luyện, tích lũy kinh nghiệm chuyên môn. Đối với anh, thế giới trực tuyến là cánh cửa gần nhất và hiệu quả nhất để giao lưu với xã hội. Chỉ cần cánh cửa ấy còn mở thì khả năng thâm nhập và phát triển của Jason là vô hạn.

Bắt tay vào một sự nghiệp chưa từng có

E-lancer chính là một dạng biến thể khác của nhân công xê dịch được sinh ra trong quá trình phát triển của công nghệ thông tin. Giờ đây, con người không cần phải trực tiếp tập hợp lại để cùng làm việc, mà chỉ bằng việc kết nối, chúng ta cũng có thể đạt được hiệu quả công việc như mong muốn. Các E-lancer đã biến điều này thành hiện thực bằng cách hợp tác, tập trung kiến thức chuyên môn và khả năng sáng tạo để tạo ra các giá trị kinh tế to lớn.

Nghệ sĩ ghi-ta trẻ Rex Pearson cũng là một E-lancer thể hiện tài năng của bản thân thông qua thế giới trực tuyến và góp phần

sáng tạo nên những giá trị mới mẻ trong cuộc sống. Một nghệ sĩ ghi-ta tưởng chừng như không có liên quan tới lĩnh vực công nghệ thông tin đã trở thành một E-lancer như thế nào? Trước hết, hãy tới thăm ngôi nhà có đôi chút đặc biệt của Rex. Như thể có một studio quay phim chụp ảnh đã được chuyển tới đây: máy quay, đèn chiếu và các thiết bị âm thanh lỉnh kỉnh chiếm trọn một góc phòng. Chỉ cần nhìn qua cũng có thể nhận ra căn phòng này không chỉ là không gian dành cho việc chơi ghi-ta. Sự có mặt của những thiết bị này giúp Rex có thể vận hành một kênh hướng dẫn chơi ghi-ta trên Youtube. Rex tự quay video và biên tập chúng thành bài giảng hướng dẫn học chơi ghi-ta rồi chia sẻ lên Youtube và hưởng lợi nhuận từ phía các nhà quảng cáo tùy theo số lượt xem video clip của anh. Nếu video clip đạt được số lượt theo dõi cao thì lợi nhuận nhận được cũng theo đó tăng lên. Với những video clip thu hút đông đảo người xem, thu nhập của Rex đã tăng lên đáng kể. Cùng với mức độ nổi tiếng của các video clip đăng tải trên Youtube, ngày càng có nhiều người tìm đến Rex Pearson để học chơi ghi-ta. Hiện nay, bên cạnh việc vận hành kênh hướng dẫn chơi đàn trên Youtube, Rex còn trực tiếp tổ chức một lớp hướng dẫn chơi ghi-ta hai, ba buổi mỗi tuần. Với nền tảng gây dựng được trong thời gian qua, gần đây Rex bắt đầu bắt tay vào sản xuất âm nhạc. Sân khấu để Rex thể hiện khả năng âm nhạc của mình chính là iTunes. Qua iTunes, Rex thu về lợi nhuận mỗi khi có người mua các sản phẩm âm nhạc của anh. Điều khiến Rex tự hào nhất là anh có thể kiếm tiền bằng chính sở thích âm nhạc của bản thân.

"Một trong những điểm thú vị của công việc này là tôi có thể làm việc một mình. Bởi đây là cách để tôi có thể dành toàn tâm toàn ý cho việc chơi ghi-ta. Từ lâu tôi đã luôn muốn được thử sức với công việc này nhưng vẫn còn lo lắng về khả năng thành công. Nhưng giờ thì đây là công việc toàn thời gian của tôi và tôi làm nó mỗi ngày. Tôi thậm chí còn có thể kiếm tiền từ sở thích cá nhân này."

Rex tự hào đã tự mình tạo ra một nghề nghiệp mới mà anh gọi là "giáo viên âm nhạc đa-di-năng". Rex tin rằng anh có thể tìm được một nghề, một hướng đi mới cho bản thân là nhờ có công nghệ kỹ thuật số và ý tưởng.

> *"Tôi tới London nhưng không thể tìm được việc làm trong một năm ròng. Trong thời gian chờ đợi và tìm kiếm công việc, tôi quyết định sẽ đầu tư thêm thời gian và công sức cho lĩnh vực mà tôi tin mình có khả năng, và như vậy, tôi đã bắt đầu với các bài hướng dẫn chơi ghi-ta của mình. Mặc dù đó không phải là một công việc trong giờ hành chính, nhưng rõ ràng cũng thuộc một lĩnh vực chuyên môn và công việc này giúp tôi có thể kiếm tiền qua Internet. Trước đây, việc này là điều không thể, nhưng ngày nay, chúng ta hoàn toàn có cơ hội để hiện thực hóa phương thức làm việc này. Chỉ cần có ý tưởng và kỹ thuật thì Youtube sẽ trở thành nguồn khai thác lợi ích bất tận cho bất kỳ ai."*

Rex đứng ra phía trước máy quay, chỉnh kích thước màn hình rồi bấm nút *play* và như vậy anh đã có thể nhanh chóng bước vào studio nhỏ của riêng mình để biểu diễn ghi-ta.

> *"Tôi nghĩ rằng nhiệm vụ của mình là phải hướng dẫn mọi người trên toàn thế giới chơi ghi-ta. Nhưng trên tất cả, tôi hy vọng mình có thể truyền cảm hứng tới tất cả mọi người, để chúng ta có một cái nhìn mới hơn về âm nhạc. Hy vọng tôi có thể chứng minh cho xã hội thấy rằng âm nhạc cũng có thể trở thành việc làm, đồng thời ngày càng có nhiều nghề nghiệp thuộc lĩnh vực âm nhạc được sinh ra và được xã hội đón nhận."*

Bản thân Rex chính là minh chứng xác thực và rõ ràng nhất cho nghi vấn tại sao E-lancer hội tụ đầy đủ các yếu tố thu hút được sự quan tâm như một hình thức nghề nghiệp đầy triển vọng trong tương lai. E-lancer không chỉ là những người lấp chỗ một vị trí làm việc còn bỏ ngỏ nào đó bằng kỹ thuật chuyên môn, mà còn là những người khai phá ra những vùng đất mới, tiên phong

dấn thân vào những xã hội không tưởng (utopia) và mang về chiến lợi phẩm là những nghề nghiệp hoàn toàn mới cho xã hội.

Rời khỏi nhà Rex, tôi quay trở lại sân ga Kings Cross và bắt gặp một ga tàu lạ lùng chưa từng thấy. Không ngờ trước một bức tường gạch xây kín mít người ta còn đặt một chiếc xe đẩy hành lý cùng một lồng chim và trưng lên một tấm biển đề tên Ga 9¾ – tên một sân ga xuất hiện trong loạt truyện ăn khách *Harry Potter* của nhà văn J. K. Rowling. Quả là một phát kiến sáng tạo đậm chất quê hương của Harry Potter. Trong bộ phim, cậu bé phù thủy đã đi qua sân ga này để từ thế giới hiện tại đến với thế giới phù thủy. Những nhân công xê dịch đang rời bỏ thực tại tìm đến với thế giới tưởng tượng hẳn cũng phải bước qua một cánh cửa vô hình như sân ga 9¾ ấy để bước vào những giấc mơ mà chỉ có mình họ ấp ủ. Để tiến gần đến một *địa đàng trần gian* mà mình mơ ước và khát khao tột độ, những nhân công xê dịch nước Anh đã và đang tạo nên một sân ga 9¾ cho chính mình.

Hà Lan: Chủ tịch Liên đoàn Lao động Hà Lan Eelco Tasma và Cựu Thủ tướng Wim Kok

HÀ LAN - ĐỊA ĐÀNG TRẦN GIAN DÀNH CHO NHỮNG LAO ĐỘNG TỰ DO

"Chúng ta không thể phủ nhận tầm quan trọng của công việc và tiền bạc đối với cuộc sống của mỗi con người. Tuy nhiên, con người làm việc để sống chứ không phải sống để làm việc. Điều quan trọng hàng đầu vẫn là chất lượng cuộc sống. Nếu như người lao động tự nguyện làm việc trong một thời gian ngắn mà điều này lại giúp tăng cường chất lượng lao động cho doanh nghiệp thì rõ ràng là cả hai phía đều đạt được mục đích của mình."

— WIM KOK —

(Cựu Thủ tướng Hà Lan)

Đối với các nhân công xê dịch đang cố thoát ra khỏi những khuôn mẫu đã quá chật chội và muốn tự tạo ra một sân chơi cho bản thân thì sự tự do mà họ đánh đổi được không phải là món quà "từ trên trời rơi xuống". Phần lớn các nhân công xê dịch đều có một cuộc sống tự do và thành công, tuy nhiên, do không thuộc vào một tổ chức nào nên họ không nhận được sự đảm bảo về mặt phúc lợi xã hội. Hôm nay, họ có thể hài lòng với cuộc sống và vui vẻ với công việc hiện tại, nhưng khi là một lao động tự do, họ phải xác định tinh thần để đối mặt với những rủi ro khó lường trước trong tương lai. Lẽ nào sự nghiệp và sự ổn định là hai đường thẳng song song, mãi mãi không bao giờ gặp được nhau trong cuộc sống của một con người toàn tâm toàn ý đi theo con đường dành cho nhân công xê dịch?

Chúng ta có thể tìm thấy lời giải đáp cho bài toán này trong chính sách lao động được coi là tiến bộ và hoàn thiện bậc nhất của Hà Lan. Hà Lan còn được biết đến như một "quốc gia gương mẫu của châu Âu" với mô hình tuyển dụng thành công nhất thế giới. Chính vì lý do này, Hà Lan đang trở thành thiên đường cho những lao động hợp đồng với một thị trường việc làm linh hoạt nhưng ổn định và ngày càng được hoàn thiện.

Tuy nhiên, trước khi tìm hiểu về chính sách lao động của Hà Lan, chúng ta nên dành thời gian để quan sát một cách tỉ mỉ thực tế cuộc sống của các lao động tự do trẻ tại quốc gia này. Có phải cuộc sống của họ không hề tồn tại những lo lắng về việc làm như chúng ta được biết, liệu họ có bị đẩy vào điểm mù của các nhà tuyển dụng như một nửa giới *Freeter* tại Nhật Bản. Trước khi tìm hiểu các văn bản chính sách, chúng ta hãy thử nghe câu chuyện của các bạn trẻ Hà Lan để thấy họ đang bám vào hiện thực và sống ra sao.

Công việc là tạm thời, mơ ước là trọn đời còn cuộc sống là tự do

"Hóa ra người hưởng lương 30.000 đô-la/năm như cậu lại làm bạn với người hưởng lương 12.000 đô-la/năm. Tôi thực sự không biết đấy. Không thể ngờ người ký hợp đồng 30 năm lại làm bạn với người ký hợp đồng 3tháng." (Trích phim truyền hình "Nữ hoàng công sở" của đài KBS)

Đây là một phân cảnh trong bộ phim truyền hình *Nữ hoàng công sở* tập trung khai thác hiện thực tuyển dụng nhân viên chính thức và tạm thời tại Hàn Quốc. Cảnh phim cùng lời thoại ám chỉ hiện thực sâu cay trên đây hẳn đã khiến không ít nhân viên công sở phải cười ra nước mắt. Sau cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ IMF, khái niệm việc làm trọn đời dần biến mất tại Hàn Quốc, thay vào đó là sự gia tăng nhanh chóng của hình thức nhân viên hợp đồng. Nếu có sự khác biệt giữa nhân viên chính thức và nhân viên hợp đồng thì đó chính là các điều kiện lao động lạnh lùng thể hiện rõ sự phân biệt đối xử giữa hai hình thức lao động này. Hiện thực này khiến nhiều bạn trẻ không tránh khỏi bị tổn thương.

Người Hà Lan sẽ có phản ứng như thế nào khi được chứng kiến cảnh tượng trên? Như chúng ta đã biết, phần lớn người Hà Lan là lao động tạm thời và được trả lương theo giờ. Tuy nhiên, do chính sách lao động của Hà Lan không phân biệt nhân viên chính thức hay nhân viên hợp đồng, vì vậy không làm nảy sinh các vấn đề với hình thức lao động tạm thời như: những khác biệt về điều kiện lao động và chế độ lương thưởng, v.v... Điều này hoàn toàn khác với hiện thực nhức nhối đang diễn ra tại những quốc gia gặp các vấn đề với hình thức lao động tạm thời. Tijs Roozen, một lao động tự do 30 tuổi đã nói về một hiện thực hoàn toàn "khác".

Tijs Roozen hiện đang làm công việc phát triển dự án gây quỹ quyên góp tại Hiệp hội Phòng chống Ung thư Hà Lan có trụ sở đặt tại thành phố Amsterdam. Năm 2011, sau khi nghỉ việc tại một công ty mà anh đã gắn bó trong suốt 8 năm, Tijs quyết định trở thành lao động tự do và làm việc như một nhân công xê dịch tại một số công ty với những bản hợp đồng ngắn hạn. Hiện nay, Tijs đang làm việc tại Hiệp hội Phòng chống Ung thư Hà Lan như một nhân viên tạm thời với thời hạn hợp đồng kéo dài 6 tháng. Cùng với những đánh giá tích cực trong công việc, Tijs nhận được lời đề nghị gia hạn hợp đồng lao động từ phía cơ quan chủ quản hiện tại và đây đã là lần thứ hai thời hạn hợp đồng lao động của anh được gia hạn. Tôi đã đến tận Hà Lan và tìm gặp Tijs để được nghe câu chuyện về lao động tự do và quá trình gây dựng sự nghiệp của họ, bởi vậy, tôi có vô số câu hỏi nóng lòng muốn đặt ra với anh.

"Lý do gì đã khiến những lao động tự do trở nên đặc biệt đến vậy?"

"Người lao động có bị phân biệt đối xử khi là một lao động tự do không?"

"Và tại sao lại có những phân biệt đối xử này?"

"..."

Đối với những lao động tự do tại Hà Lan, thực tế là họ không có lý do để nhất định phải phân biệt rõ ràng hai khái niệm nhân viên chính thức và nhân viên hợp đồng. Hà Lan có vô số những thanh niên là nhân viên hợp đồng như Tijs và họ thậm chí không thể hiểu được tại sao mình lại được giới thiệu như những gương mặt đặc biệt tại các quốc gia khác. Giả sử nếu như không được gia hạn hợp đồng, liệu Tijs còn có thể tươi cười trò chuyện với tôi như lúc này? Có thực sự không tồn tại bất cứ một sự phân biệt đối xử nào trong lao động không?

“Tất nhiên là công bằng rồi. Tuy nhiên, thực tế thì không hoàn toàn như vậy. Lý do tôi có thể tiếp tục làm việc tại đây là bởi tôi đã có những thể hiện xuất sắc vượt bậc trong việc vận động gây quỹ quyên góp cho hiệp hội. Cũng chính vì những thành tích công việc này mà tôi nhận được sự kỳ vọng đặc biệt từ phía nhà tuyển dụng. Nhưng điều này cũng đặt lên vai tôi những trách nhiệm vô cùng lớn lao và gánh nặng công việc của tôi trở nên nặng nề hơn rất nhiều so với những nhân viên khác. Bởi vậy, mặc dù không thể khẳng định mọi sự đối đãi đều là công bằng song tôi không hề cảm thấy khó chịu. Được giao những nhiệm vụ khó khăn cũng đồng nghĩa với việc nhà tuyển dụng thực sự công nhận năng lực của tôi. Hơn nữa, chỉ cần hoàn thành nhiệm vụ được giao thì tôi có thể tự do tùy ý sử dụng thời gian của mình.”

Sự phân biệt đối xử mà Tijs nhắc tới không liên quan tới điều kiện lao động hay chế độ lương bổng mà là sự kỳ vọng đặc biệt trong công việc mà nhà tuyển dụng dành cho anh! Qua đây, chắc hẳn các bạn cũng phần nào đoán biết được vị thế của những nhân viên hợp đồng đang làm việc tại đây.

Tijs sống trong một căn hộ chung cư nằm ở ngoại ô thành phố Amsterdam. Theo như tôi được biết, Tijs đã sống tự lập tại căn hộ cho thuê nhỏ bé này từ khá sớm. Hàng tháng, Tijs phải trả 1.000 euro tiền thuê nhà. Thêm vào đó, khoản chi phí ăn uống tiêu tốn của anh trung bình 500 euro mỗi tháng. Như vậy, để có thể trang trải cho cuộc sống tự lập, mỗi tháng Tijs phải kiếm được ít nhất là 2.000 euro.

“Mặc dù công việc của tôi chỉ là tạm thời và căn nhà này cũng là đi thuê, nhưng tôi không cần phải lo lắng về tương lai, bởi tôi luôn có thể tìm được một công việc mới cho dù có bất cứ chuyện gì xảy ra. Nhà cửa cũng không thành vấn đề vì khi hết hạn hợp đồng, tôi chỉ cần tìm thuê một căn hộ mới là được.”

Tijs còn kể cho tôi nghe về người vợ sắp cưới của anh và kế hoạch tổ chức đám cưới của hai người. Một công việc tạm thời và căn hộ đi thuê không hề cản trở ý định xây dựng gia đình của họ. Ester – vợ sắp cưới của Tijs – là một nhân viên chính thức nhưng không ít lần cô tỏ ra ghen tị với công việc tạm thời của Tijs.

"Tại Hà Lan, lao động chính thức hay lao động hợp đồng cũng đều được hưởng những điều kiện làm việc như nhau và hầu như không có sự khác biệt. Nhiều người mong muốn có được một công việc tạm thời với thời gian làm việc thoải mái hơn so với nhân viên chính thức. Bởi nếu so sánh về thời gian làm việc thì có thể nói nhân viên hợp đồng được hưởng mức lương cao hơn so với nhân viên chính thức. Dĩ nhiên là mức độ rủi ro đối với nhân viên hợp đồng bao giờ cũng lớn hơn, song không cần phải quá lo lắng về điều này bởi Hà Lan luôn có những ưu đãi thỏa đáng dành cho cả những lao động ngắn hạn. Tôi nghĩ rằng điều quan trọng là lựa chọn còn tùy thuộc vào mục đích theo đuổi của riêng mỗi người."

Thế hệ trẻ Hà Lan cho thấy họ đã thành công trong việc tạo lập được sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân. Khác với thực tế tuyển dụng còn mang nặng tâm lý phân biệt và cạnh tranh giữa lao động chính thức và lao động hợp đồng tại nhiều quốc gia trên thế giới, tại Hà Lan, tâm lý chia sẻ việc làm đã trở thành một nét văn hóa đẹp của đất nước này. Sau khi kết thúc hợp đồng lao động với Hiệp hội Phòng chống Ung thư, rất có thể Tijs lại trở về trạng thái thất nghiệp. Tuy nhiên, thay vì lo lắng, tôi thấy Tijs tỏ ra vô cùng hồ hởi và đầy hy vọng khi nghĩ về công việc tiếp theo của mình.

"Cách thức làm việc này hoàn toàn phù hợp với tôi vì nó mang lại cho tôi cơ hội thường xuyên được tiếp xúc và thử sức ở nhiều lĩnh vực mới mẻ. Mặc dù chưa chắc chắn về công việc tiếp theo của mình nhưng tôi vẫn đang chăm chỉ tìm kiếm. Tuy nhiên, xét theo tình hình hiện tại thì rất có thể tạm thời tôi sẽ không

có việc làm trong một thời gian. Nhưng điều này không khiến tôi lo lắng. Hãy cứ coi như đây là một kỳ nghỉ mà tôi xứng đáng được nhận và vui vẻ tận hưởng nó. Tôi đã làm việc chăm chỉ trong suốt một năm qua và đang có dự định thực hiện một chuyến du lịch dài ngày vào tháng 1 năm nay. Ở quốc gia nào cũng vậy, nếu là một nhân viên chính thức, bạn khó lòng có được kỳ nghỉ kéo dài một tháng, tuy nhiên đó lại là điều mà tôi hoàn toàn có được. Nếu đến tháng 1 mà vẫn chưa tìm được một công việc phù hợp thì tôi sẽ tận dụng thời gian để đi du lịch Brazil."

Ngừng lại một chút rồi như để khẳng định lại một lần nữa chí hướng của bản thân, Tijs nói thêm:

"Tôi không muốn và sẽ không dành cả đời ở một nơi làm việc nhất định."

Dựa vào đâu mà Tijs có thể chắc chắn đến vậy về tương lai của mình? Trong niềm tin chắc chắn của Tijs có chứa đựng nhiệt huyết của tuổi trẻ về ước vọng tự gây dựng nên sự nghiệp của bản thân, nhưng quan trọng không kém là có sự đảm bảo của chính phủ và xã hội khi cam kết sẽ ủng hộ, tạo điều kiện tốt nhất cho sự phát triển của mỗi cá nhân. Trước khi lên tiếng kêu gọi và khơi gợi lòng nhiệt huyết cũng như sự dũng cảm ở các cá nhân như Tijs, thiết nghĩ chúng ta nên tìm hiểu căn cứ cho những niềm tin, nhiệt huyết của anh. Phương hướng và lời giải đáp cho những nghi vấn này có thể được tìm thấy trong chính sách tuyển dụng được cho là đã phá bỏ bức tường ngăn cách giữa hình thức lao động chính thức và lao động hợp đồng của chính phủ Hà Lan.

Mô hình đất lấn biển - chiếc phao cứu sinh của những vấn đề liên quan đến việc làm

Hiện nay, tại Hà Lan, tỷ lệ thanh niên dưới 25 tuổi làm việc với hình thức bán thời gian là 71,9%. Theo số liệu được ghi nhận vào năm 2011, số lao động bán thời gian chiếm tỷ lệ 37,2% trong tổng số người lao động Hà Lan. Tỷ lệ này cao gấp 2,8 lần so với Hàn Quốc nhưng Hà Lan không hề gặp phải các vấn đề liên quan tới chế độ lao động dành cho lao động hợp đồng. Điều này có được là nhờ Luật chống phân biệt đối xử lao động hay còn được biết đến với chủ trương "Đồng nhất lao động – Đồng nhất lương bổng" đã trở thành trụ đỡ chính xuyên suốt các chính sách lao động của Hà Lan. Bằng những chính sách lao động linh hoạt, Hà Lan đã xóa bỏ triệt để sự phân biệt đối xử lao động và nâng cao tỷ lệ lao động hợp đồng trong thị trường lao động, qua đó giảm thiểu tỷ lệ thất nghiệp, đồng thời thực hiện nhiệm vụ duy trì mức độ tăng trưởng ổn định tốt hơn so với nhiều quốc gia châu Âu khác. Rốt cuộc Hà Lan đã đạt được sự thỏa hiệp xã hội này như thế nào? Đó chính là nhờ thái độ nhượng bộ lẫn nhau được hình thành trên nền tảng hợp tác cùng phát triển thay cho đối lập và cạnh tranh của chính phủ, doanh nghiệp và người lao động Hà Lan. Điều này bắt nguồn từ bối cảnh lịch sử nổi bật với tinh thần mưu cầu hòa bình và hợp tác tiêu biểu cho chính sách trung lập được duy trì tại Hà Lan suốt một thời gian dài.

Với 27% diện tích lãnh thổ nằm thấp hơn so với mực nước biển, trong quá khứ, Hà Lan từng phải đối mặt với nhiều thiên tai. Sau nhiều thế kỷ kiên cường giành đất lấn biển với thiên nhiên, người Hà Lan đã biết sử dụng cối xay gió để bồi đắp và cải tạo đất đai. Những vùng đất thấp trũng được hình thành do sự bồi đắp của biển kết hợp với sự bảo vệ của hệ thống đê bao ngăn ngừa ngập lụt như vậy được gọi là *vùng đất lấn biển*. Trong lịch sử, Hà Lan đã phải đối phó và từng trở thành nạn nhân của nhiều thảm họa bão lụt khủng khiếp. Do đó, người Hà Lan sớm nhận thức được rằng, trước những vấn đề mang tính cộng đồng như vậy, chỉ có sức mạnh của cá nhân thôi là không đủ, họ cần phải có ý chí hiệp đồng và sức mạnh của cả tập thể để đẩy lùi mọi khó khăn. Đây chính là nguyên lý cơ bản trong *mô hình đất*

lấn biển của Hà Lan. Trong thời hiện đại, chính nhận thức cần phải giải quyết mọi vấn đề bằng sức mạnh tập thể thay vì chia rẽ và đối lập để tạo ra con đường sinh tồn cho tất cả mọi người đã trở thành sức mạnh giúp Hà Lan gìn giữ và phát huy được văn hóa tuyển dụng văn minh, đồng thời biến quốc gia này trở thành thiên đường dành cho lao động tự do.

Eelco Tasma, Chủ tịch Tổng Liên đoàn Lao động Hà Lan (FNV) – tổ chức lao động lớn nhất tại quốc gia này, đã có những giải thích về *mô hình đất lấn biển* như sau.

> *"Có rất nhiều ví dụ để nói về mô hình đất lấn biển. Thỏa thuận Wassenaar hiện đang được áp dụng tại Hà Lan được biết tới là một ví dụ điển hình cho mô hình này. "Thỏa thuận Wassenaar" là biện pháp được chính phủ Hà Lan đệ trình vào năm 1982 nhằm đạt được thỏa thuận giữa Tổng Liên đoàn Lao động Hà Lan và người lao động về vấn đề giải quyết tình trạng thất nghiệp, yêu cầu doanh nghiệp công bằng trong chính sách tiền lương, cam kết giảm giờ làm từ 40 giờ/tuần xuống còn 38 giờ/ tuần. Cùng với đó là tạo ra nhiều cơ hội việc làm hơn cho người lao động. Thỏa thuận này đã trở thành tiền đề xán lạn cho các đối sách giải quyết vấn đề thất nghiệp tiếp theo của chính phủ. Từ sau động thái này, mối quan hệ giữa chủ lao động và người lao động Hà Lan được cải thiện đáng kể, hai phía đều vứt bỏ những yêu cầu thái quá dành cho đối phương và đề cao cũng như duy trì chặt chẽ mối quan hệ hợp tác cùng phát triển. Với những hiệu quả rõ ràng cho thấy tác động mạnh mẽ, sâu rộng đến toàn bộ xã hội Hà Lan, "Thỏa thuận Wassenaar" xứng đáng được coi là ví dụ tiêu biểu nhất cho thấy giá trị của mô hình đất lấn biển."*

Vào những năm 1980, tình trạng đối đầu căng thẳng giữa chính phủ và người lao động không ngừng leo thang tại Hà Lan. Tuy nhiên, chính trong cơn khủng hoảng này, người Hà Lan đã phát huy được tinh thần đoàn kết toàn xã hội, tránh được những đối đầu không cần thiết. Kết quả là chính phủ và người lao động đã

đạt được thỏa thuận cuối cùng và "chính sách chia sẻ cơ hội việc làm" được ra đời tại Hà Lan. Chính sách này được coi là chiến lược tối đa hóa cơ hội tuyển dụng của chính phủ Hà Lan. Theo đó, thông qua giảm giờ làm, những công việc trước đây vốn dành cho hai người thì nay sẽ do từ ba đến bốn người đảm nhiệm, đồng thời mở ra nhiều cơ hội để những lao động bán thời gian có thể phát huy năng lực và mang về lợi ích cho bản thân cũng như cho cộng đồng. Nhờ áp dụng *mô hình đất lấn biển* "Hợp tác và cùng phát triển" như chiếc phao cứu hộ để vượt qua cơn đại hồng thủy mang tên nạn thất nghiệp, cuối cùng Hà Lan đã gặt hái được vô số thành quả từ việc tạo ra nhiều công ăn việc khiến người lao động. Theo Eelco Tasma, giờ đây Tổng Liên đoàn Lao động Hà Lan không còn quá đề cao biện pháp đình công hay dùng bạo lực để giải quyết vấn đề mỗi khi xảy ra mâu thuẫn nữa, bởi họ đã từng có kinh nghiệm vượt qua những sóng gió còn lớn hơn thế nhiều với sức mạnh của *mô hình đất lấn biển*.

> *"Chúng tôi đều hiểu rõ đối thoại trong hòa bình và tôn trọng lẫn nhau sẽ mang lại kết quả tốt đẹp hơn là thái độ gây hấn. Chúng tôi cũng đang được chứng kiến những mâu thuẫn sâu sắc diễn ra giữa chủ lao động và người lao động tại nước láng giềng Đức khi họ lại đường ai nấy đi sau khi rời khỏi bàn đàm phán. Nhưng người Hà Lan chúng tôi không như vậy, người sử dụng lao động và thành viên công đoàn đại diện cho người lao động thường rủ nhau đi uống bia sau khi kết thúc những buổi đàm phán kéo dài nhiều giờ và điều này đã trở thành một phần trong văn hóa Hà Lan."*

Văn hóa tương sinh đang trở thành rường cột chống đỡ cho toàn bộ thể chế xã hội Hà Lan. Một lao động tự do như Tijs Roozen có thể ung dung, bình thản ngay cả khi không có một công việc ổn định và thậm chí còn lạc quan, vui vẻ khi hướng về tương lai như chúng ta đã thấy là nhờ có sự tồn tại của mạng lưới an toàn này. Chủ tịch Liên đoàn Lao động Hà Lan, Eelco Tasma, cũng bày tỏ thái độ lạc quan khi đề cập đến tương lai của thị trường

lao động. Ông tin tưởng chắc chắn rằng làm việc tự do sẽ sớm trở thành hình thức lao động được giới trẻ Hà Lan lựa chọn nhiều nhất.

> *"Trong thời gian tới, thị trường lao động sẽ đón nhận sự sụt giảm lớn về số lượng các lao động trẻ và các lao động trong những lĩnh vực đặc thù. Điều này càng củng cố hơn nữa vị thế của người lao động và hoàn cảnh này lại dẫn tới hai trường hợp sau đây. Trước hết, các chủ lao động sẽ có những nỗ lực cụ thể như đưa ra gợi ý về những bản hợp đồng lao động dài hạn với những điều kiện ổn định để giữ chân những nhân viên có năng lực nhằm đảm bảo lợi ích cho doanh nghiệp thay vì thuê lao động với hình thức hợp đồng ngắn hạn. Mặt khác, hoàn toàn có thể xảy ra khả năng giới trẻ sẽ tự lựa chọn hình thức làm việc tạm thời để tích lũy kinh nghiệm và có cơ hội trải nghiệm nhiều việc làm khác nhau. Có thể thấy rằng, lao động tự do đang dần chuyển sang phương thức làm việc của những nhân viên hợp đồng ngắn hạn để có được điều kiện thu nhập tốt hơn. Tôi cho rằng trong tương lai, chúng ta sẽ có cơ hội được chứng kiến đồng thời cả hai mô hình lao động này."*

Điều này có thể xảy ra hay không? Sự mở rộng của cơ hội việc làm ổn định và sự nở rộ của các lao động tự do, hai trường phái này vốn vẫn được đặt ở hai chiến tuyến hoàn toàn đối lập khi mà một bên dâng cao thì bên kia buộc phải hạ thấp giống như khi chơi trò bập bênh. Liệu chúng ta có thể chờ đón hai hiện tượng này xảy ra cùng một lúc hay không? Nhưng Eelco Tasma lại đưa ra nhận định chắc chắn rằng tương lai đó sẽ đến nhanh hơn chúng ta tưởng.

> *"Ngày nay, chỉ cần truy cập Internet, con người có thể làm việc tại bất cứ đâu, từ nhà riêng, trên tàu hỏa, tại sân ga cho tới quán cà phê. Nhờ ứng dụng công nghệ hiện đại mà con người chúng ta có thể đạt được sự cân bằng giữa công việc với cuộc sống cá nhân. Cùng với đó, so với hiện tại, trong tương lai các cá nhân sẽ ngày càng chủ động hơn nữa trong quyền tự do tự quyết đối với các*

vấn đề của bản thân. Như vậy, con người không cần phải dựa dẫm vào nhau hay can thiệp vào các vấn đề của người khác để tìm kiếm cảm giác mãn nguyện nữa, bởi chúng ta hoàn toàn có thể đạt được điều đó nhờ vào một cuộc sống tự lập."

Ngày nay, người lao động Hà Lan chỉ cần dành một quỹ một thời gian tối thiểu cho công việc nhưng bù lại, năng suất lao động của họ lại rất cao, bên cạnh đó, họ không phải chịu bất kỳ sự phân biệt đối xử nào giữa nhân viên chính thức và nhân viên hợp đồng, không những vậy, thời gian làm việc lại vô cùng thoải mái và linh hoạt. Nhờ có những chính sách thỏa đáng như vậy, giới nhân công xê dịch tại Hà Lan không cần phải lang thang quán xá mà vẫn có thể đảm bảo được tự do cá nhân ngay tại nơi làm việc. Thế hệ trẻ Hà Lan có được những trải nghiệm thực tế phong phú để nuôi dưỡng giấc mơ của bản thân, họ là những nhân công xê dịch kết hợp nhân viên không chính thức đến từ Hà Lan – đất nước của tự do.

Cân bằng giữa công việc và cuộc sống

Nhân vật từng đóng vai trò chủ chốt trong quá trình xúc tiến thành công "Thỏa thuận Wassenaar" được biết đến như cuốn cẩm nang cho các hiệp ước lao động ngày nay chính là Wim Kok, Cựu Thủ tướng Hà Lan. Ông là lão tướng gạo cội đã làm sống dậy *mô hình đất lấn biển* tượng trưng cho truyền thống đoàn kết của Hà Lan, nhằm hóa giải những vấn đề của xã hội hiện đại. *Mô hình đất lấn biển* với chủ trương xóa bỏ thù địch và mâu thuẫn để phát triển vượt bậc bằng sức mạnh vô song của tinh thần đoàn kết và hòa hợp đã chứng tỏ sự thành công khi áp dụng tại Hà Lan. Nhưng liệu mô hình này có thuộc sở hữu độc quyền của người Hà Lan? Nó có còn giữ nguyên giá trị khi áp dụng vào thực tế của các quốc gia khác? Sau đây là câu trả lời của ông Wim Kok.

"Mô hình đất lấn biển rõ ràng đã trở thành một phần của lịch sử Hà Lan. Mô hình này vẫn có thể phát huy giá trị đối với

những quốc gia dành sự quan tâm và có những nghiên cứu thực tiễn cũng như thay đổi cần thiết trong quá trình áp dụng vào thực tế mỗi nước. Tôi biết rằng có những quốc gia rất muốn biết làm thế nào để có thể áp dụng "Thỏa thuận Wassenaar" ở nước mình và dành nhiều sự quan tâm tới quá trình tiến tới thỏa thuận thành công tại Hà Lan cách đây 30 năm. Tuy nhiên, sách lược này không phải là một mặt hàng xuất khẩu. Nếu một dân tộc không có truyền thống đoàn kết, tức là không coi trọng ý kiến của đối phương, không chịu nhượng bộ lẫn nhau và không thực sự có ý định hợp tác để tiến tới một hướng đi chung, thì cho dù có đặt mô hình đất lấn biển lên bàn đàm phán bao nhiêu lần cũng không thể đạt được thỏa thuận cuối cùng. Mặt khác, chắc chắn cũng có những quốc gia thành công với mô hình này nhờ nắm bắt được nguồn cảm hứng từ nguyên mẫu của Hà Lan và có những thay đổi phù hợp khi áp dụng vào thực tế nước mình. Tuy nhiên, không thể hy vọng thành công sẽ xảy ra khi bê nguyên hình mẫu của Hà Lan để áp đặt vào một quốc gia khác, một xã hội khác với những khoảng cách và khác biệt nhất định."

Như vậy, dễ dàng nhận thấy lý do để *mô hình đất lấn biển* có thể lay chuyển được người Hà Lan là bởi họ đã có lịch sử hàng thế kỷ cùng nhau quay cối xay gió, cùng bồi đắp và khai hoang đất đai. Ông cho rằng, điểm đáng chú ý nhất của chính sách việc làm tại Hà Lan chính là "đồng nhất lao động – đồng nhất lương bổng".

"Người lao động chính thức hay tạm thời đều được hưởng những điều kiện làm việc, trợ cấp thất nghiệp và phần thưởng như nhau. Nếu không xét tới sự khác biệt trong lương bổng do điều này còn tùy thuộc vào thời gian làm việc của mỗi người, thì về mọi mặt, người lao động Hà Lan không phải chịu bất cứ sự phân biệt đối xử nào. Chúng tôi hầu như không có vấn đề gì đặc biệt để bàn bạc về điểm này. Bởi tại đây, người Hà Lan chúng tôi sẽ coi đó là hiện tượng vô cùng bất thường nếu các bạn làm cùng một công việc nhưng lại bị phân biệt đối xử chỉ vì khác nhau trong hình thức tuyển dụng."

Gần đây tại Hà Lan, trong các hình thức lao động hợp đồng thì làm việc bán thời gian đang trở thành một xu hướng và hiện tượng này xuất phát từ một lý do vô cùng dễ hiểu. Đó là vì sự đảm bảo về mặt pháp luật cùng các chế độ phúc lợi khiến người lao động cảm nhận được sự quan tâm của xã hội và là điều thôi thúc họ muốn dành nhiều sự quan tâm hơn cho việc giữ cân bằng giữa công việc và cuộc sống. Quan trọng là những công việc bán thời gian có thể giúp hiện thực hóa mong muốn của họ.

"Hiện nay hình thức làm việc bán thời gian không chỉ nhận được sự ưa chuộng từ các bà mẹ có con nhỏ mà còn trở thành lựa chọn nghề nghiệp của nhiều nam giới, bởi họ muốn dành thời gian để tận hưởng cuộc sống hơn là kiếm được nhiều tiền. Việc dành thời gian để chăm sóc con cái được người Hà Lan coi trọng hơn là chôn chân ở công ty. Vấn đề liên quan đến sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân là một trong những chủ đề được đưa ra thảo luận nhiều nhất trong xã hội hiện đại. Chúng ta không thể phủ nhận tầm quan trọng của công việc và tiền bạc đối với cuộc sống của mỗi con người. Tuy nhiên, con người làm việc để sống thay vì sống để làm việc. Điều quan trọng hàng đầu vẫn là chất lượng cuộc sống. Nếu như người lao động tự nguyện làm việc trong một thời gian ngắn mà điều này lại giúp tăng cường chất lượng lao động cho doanh nghiệp thì rõ ràng là cả hai phía đều đạt được mục đích của mình."

Thay vì khiến giới trẻ bị ám ảnh về một công việc ổn định, ông Wim Kok chú trọng nhấn mạnh vào tầm quan trọng của việc tự tạo ra cơ hội và tự tạo dựng nên sự nghiệp đối với thế hệ trẻ. Ông không cho rằng việc Hà Lan đang được gọi là thánh địa của nhân công xê dịch là điều đáng lo ngại.

"Tôi nghĩ rằng các bạn trẻ nên tích lũy cho mình nhiều kinh nghiệm xin việc thay vì chỉ chờ đợi duy nhất một công việc mà bạn yêu thích. Công việc mơ ước rất có thể sẽ chỉ chủ động tìm đến với bạn sau nhiều năm làm việc và cũng là lúc bạn đã tích lũy đầy đủ các yếu tố cần thiết để có thể bình ổn bước vào thị

trường việc làm. Điều này cũng có nghĩa là duy trì tình trạng thất nghiệp kéo dài chỉ càng đẩy công việc mơ ước ra xa tầm với của bạn. Tình trạng này tiếp diễn dẫn tới tình huống trớ trêu khi công việc mơ ước và việc làm hoán đổi vị trí cho nhau, khi điều này xảy ra có nghĩa là bạn đã tự đẩy mình vào tình thế buộc phải ưu tiên tìm việc làm hơn là tìm kiếm công việc mơ ước. Chúng ta cần phải nhận thức được rằng tạo ra cơ hội làm việc cho thế hệ trẻ là nghĩa vụ của tất cả mọi người và là nhiệm vụ của toàn xã hội. Thế hệ những người lãnh đạo xã hội như chúng ta cần phải nỗ lực chăm chỉ hơn nữa để phổ biến nhận thức này tới toàn xã hội."

Ngày nay, chúng ta có thể bắt gặp những thanh niên trở thành nạn nhân của nạn thất nghiệp đang hoành hành ở khắp mọi nơi trên thế giới và Hà Lan cũng không ngoại lệ. Mặc dù luôn duy trì được tỷ lệ lao động có việc làm cao và tỷ lệ thất nghiệp thấp hơn rất nhiều so với các quốc gia châu Âu khác, song ở Hà Lan vẫn có những bạn trẻ không thể tìm được lối đi đúng đắn cho bản thân.

Có thể chúng ta đang phải đối mặt với những hiện thực còn khó khăn hơn nhiều so với những vấn đề xã hội của người Hà Lan. Tuy nhiên, không phải là hoàn toàn không khả thi khi đề cập đến một thỏa hiệp mang tính xã hội, bởi chúng ta cũng cần có con đường để hướng tới một tương lai tốt đẹp hơn. Cho dù con đường dành cho chúng ta có chông gai hơn so với con đường bằng phẳng của người Hà Lan thì chúng ta cũng phải tự tạo nên con đường của riêng mình. Bởi chắc chắn ở đâu đó đang tồn tại một con đường tương sinh dẫn chúng ta đến với một công việc giúp ta sống tốt hơn thay vì một cuộc sống phải làm việc để sinh tồn.

Ý: Giáo sư Tito Boeri

CẦU NỐI GIỮA CHÍNH THỨC VÀ KHÔNG CHÍNH THỨC

"Các nghiên cứu khoa học đã khẳng định những trải nghiệm về việc bị thất nghiệp hay mất việc trong giai đoạn đầu của sự nghiệp sẽ gây ra những tác động mang tính lâu dài tới hành động của con người trong suốt cuộc đời họ. Người ta gọi đó là 'hiệu ứng gây sẹo'."

— TITO BOERI —

Trong thời kỳ suy thoái kinh tế, thanh niên có xu hướng dễ dàng trở thành nạn nhân của nạn thất nghiệp hơn so với lao động ở các độ tuổi khác. Bởi khi tình hình trở nên khó khăn, giải pháp đầu tiên được các chủ doanh nghiệp áp dụng là tạm ngừng tuyển dụng thêm nhân viên mới. Đứng ở lập trường của chủ doanh nghiệp, giảm thiểu chi phí nhân công chắc chắn là giải pháp hàng đầu để tiết kiệm chi phí sản xuất. Không những vậy, thay vì sa thải những người đã có kinh nghiệm, việc hạn chế tuyển dụng nhân viên mới, đặc biệt là những lao động trẻ vừa rời ghế nhà trường để tham gia vào thị trường lao động được coi là một tác động an toàn đối với xã hội. Đây là những lý do lý giải vì sao khi suy thoái kinh tế diễn ra, tình trạng thất nghiệp thường tập trung chủ yếu vào giới trẻ.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện nay, chính sách lao động của Hà Lan với tác động của một mũi tên trúng hai đích, giúp linh hoạt hóa thị trường lao động và tăng cường tính ổn định trong tuyển dụng lao động, đã giảm tỷ lệ thất nghiệp của nước này tới mức khả quan hơn rất nhiều so với các quốc gia khác. Tuy nhiên, đó là Hà Lan với những tác động của hệ thống *mô hình đất lấn biển* đặc thù. Trong khi đó, nạn thất nghiệp đã không xảy ra với những diễn biến tương tự tại các nước láng giềng của quốc gia này. Tỷ lệ thanh niên thất nghiệp của Ý đã vượt quá con số 35% và của Tây Ban Nha, Ai Cập là hơn 55%. Ở khắp châu Âu, giới trẻ đang lên tiếng vì họ không thể tìm được việc khiến dù khao

khát được làm việc. Nếu không thể áp dụng chính sách tuyển dụng đặc thù của Hà Lan, thì đâu là giải pháp để giải quyết vấn đề việc làm của các quốc gia khác?

Để tìm kiếm giải pháp mới cho vấn đề thanh niên thất nghiệp, tôi đã tìm gặp Tiến sĩ Tito Boeri – một chuyên gia nghiên cứu về vấn đề thất nghiệp ở Ý. Giải thích lý do tại sao tình trạng suy thoái kinh tế hiện nay đang tiếp diễn với những diễn biến đặc biệt nguy hiểm đối với tầng lớp thanh niên, ông đã đưa ra những nhận định như sau.

> *"Tôi đang tiến hành một cuộc nghiên cứu mà phần lớn dựa trên hệ thống dữ liệu theo dõi cuộc đời của mỗi con người trong vòng 10 năm,15 năm, 20 năm và còn lâu hơn nữa. Các nghiên cứu khoa học đã khẳng định những trải nghiệm về việc bị thất nghiệp hay mất việc trong giai đoạn đầu của sự nghiệp sẽ gây ra những tác động mang tính lâu dài tới hành động của con người trong suốt cuộc đời họ. Người ta gọi đó là 'hiệu ứng gây sẹo'. Ảnh hưởng của việc thất nghiệp thời kỳ đầu sẽ tiếp tục gây ra những ảnh hưởng to lớn và mang tính di truyền. Theo đó, thất nghiệp thời kỳ đầu sẽ có khả năng để lại một chuỗi những hệ quả cao như một mức lương thấp, bị mất việc, bị sa thải và tái thất nghiệp. Cũng có kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng những người đã từng có kinh nghiệm bị thất nghiệp trong giai đoạn đầu đời dễ gặp phải một số vấn đề về sức khỏe trong những giai đoạn tiếp theo của cuộc đời. Vấn đề thanh niên thất nghiệp có thể ảnh hưởng đến toàn bộ cuộc đời của một con người và thậm chí còn nghiêm trọng hơn nhiều so với những gì chúng ta có thể tưởng tượng."*

Tiến sĩ Boeri khẳng định việc để giới trẻ phải trải qua những giai đoạn khó khăn như thế này sẽ hạn chế khả năng phát triển của một quốc gia trong tương lai. Rốt cuộc, vấn đề thanh niên thất nghiệp đã vượt qua giới hạn cá nhân của mỗi bạn trẻ để trở thành một vấn đề có liên quan đến toàn xã hội và là một bài toán khó, nhưng nhất định phải tìm ra lời giải đáp bằng bất cứ

giá nào. Tuy nhiên, bằng cách nào chúng ta có thể hóa giải vấn đề thanh niên thất nghiệp – bài toán khó mà con người vẫn đang loay hoay đi tìm lời giải trong suốt thời gian qua? Tiến sĩ Boeri bày tỏ quan điểm, hơn tất cả, chúng ta cần phải thay đổi cơ cấu tuyển dụng lao động. Hiện nay, phần lớn các doanh nghiệp đều đang áp dụng đồng thời cả hai hình thức: tuyển dụng nhân viên chính thức và không chính thức. Song, một khoảng cách rất lớn giữa hai hình thức lao động vẫn đang tồn tại. Chính tính ổn định của công việc là nguyên nhân gây ra khoảng cách rõ rệt này, mà theo tiến sĩ Boeri, đây là khoảng cách mà chúng ta cần phải rút ngắn. Khi khoảng cách này ngày càng được nới rộng thì nó chỉ góp phần gia tăng lực lượng cho đội ngũ những lao động tạm thời.

"Đây chính là thời điểm chúng ta cần phải bắc một cây cầu nối liền giữa hai thái cực lao động chính thức và không chính thức. Điều này đồng nghĩa với việc các hợp đồng lao động chính thức có hiệu lực bắt đầu từ ngày tuyển dụng cần phải được nhanh chóng chấm dứt. Hiện nay ở rất nhiều quốc gia, hầu hết người lao động được hưởng đầy đủ các chế độ bảo hiểm theo các điều khoản quy định trong bản hợp đồng chính thức ngay sau khi được tuyển dụng một ngày. Và thực tế là việc này đang tạo ra những khoản chi phí khổng lồ. Tôi đưa ra một ví dụ sau đây: Hãy thử đặt mình vào vị trí của một chủ lao động đã tuyển dụng nhân viên không phù hợp với một vị trí làm việc nào đó do chỉ chọn người qua hồ sơ xin việc và ngoại hình của họ. Trong tình huống này, chủ lao động đó sẽ gây tổn hại không nhỏ cho công ty nếu muốn sa thải nhân viên nọ và phải gánh chịu một khoản chi phí đáng kể từ sai lầm này. Nhận thấy được rủi ro này, trong những năm gần đây, các nhà tuyển dụng đã hạn chế tuyển dụng nhân viên chính thức và có xu hướng "chuộng" hình thức tuyển dụng lao động tạm thời hơn. Trước tiên, cần phải xác định chắc chắn liệu đây có phải là người thích hợp cho một vị trí công việc nào đó hay không rồi mới tiến hành ký kết hợp đồng lao động chính thức. Chúng ta có thể coi đây như là khoảng thời gian cần thiết để người lao động

vượt qua được cầu nối giữa hai giai đoạn. Đối với chúng ta, điều cần thiết là phải từng bước một mở rộng mạng lưới bảo hộ dành cho những bản hợp đồng lao động chính thức. Người lao động cần phải chấp nhận bắt đầu với những điều kiện bảo hiểm nhỏ trong thời gian đầu làm quen với công việc, mỗi tuần qua đi, kinh nghiệm dần tích lũy được sẽ từng bước hoàn thiện các điều kiện bảo hiểm cho họ. Tôi nghĩ rằng việc chúng ta tạo ra được tính liên tục như vậy sẽ là một giải pháp dẫn dắt thanh niên ngày nay tiến vào thị trường lao động bằng cổng chính thay vì phải đi qua cửa sau với nhiều thiệt thòi."

Giải pháp mà Tiến sĩ Boeri đưa ra chính là việc tạo ra một cầu nối giữa hai hình thức tuyển dụng chính thức và không chính thức thay vì bắt đầu bằng hành động vạch ra một ranh giới rõ ràng giữa hai hình thức này ngay từ ban đầu. Vẫn chưa muộn để phân tách nhân viên chính thức và nhân viên không chính thức sau khi đã hoàn toàn chắc chắn về năng lực làm việc thực tế của các lao động trẻ thông qua việc quan sát quá trình chinh phục cây cầu mà nhà tuyển dụng đã đặt ra. Nếu hệ thống này tìm được chỗ đứng trong chính sách tuyển dụng của các chủ doanh nghiệp thì nó sẽ tạo điều kiện giúp các bạn trẻ trở nên năng động hơn và dễ dàng tìm được một công việc phù hợp với bản thân.

Có thể nói, không tồn tại một đáp án chính xác duy nhất để hóa giải tận gốc mọi vấn đề của thị trường việc làm hiện nay. Bởi thực tế là mỗi quốc gia, mỗi khu vực lại có một định hướng riêng về tương lai và mỗi cá nhân lại theo đuổi một lý tưởng "sự nghiệp tương lai" khác nhau. Chúng ta đã được biết đến những thanh niên Nhật Bản mang theo máy tính xách tay mỗi lần đi tới quán cà phê hay cửa hàng phục vụ đồ ăn nhanh. Trong khi đó, cũng có những thanh niên Hà Lan ký một hợp đồng lao động mới, với các công ty khác nhau sau một khoảng thời gian từ 3 đến 6 tháng. Lý do bởi cuốn sách mà các bạn đang cầm trên tay là kết quả của công cuộc thu thập vô số những ví dụ thực tế tại nhiều quốc gia để tiến hành so sánh, kiểm định các giải pháp

khác nhau đã sinh ra những hiện tượng này. Liệu sau khi vượt qua hết những quyền lợi hiện hành và những định kiến, chúng ta có thể tìm thấy con đường dẫn tới giải pháp hữu hiệu nhất cho riêng mình?

Towards social good
Hướng tới một xã hội tốt đẹp

:

Thời kỳ đỉnh cao của việc làm hướng thiện
Hãy quan tâm tới các dự án xã hội

:

Ai nói rằng xã hội đang được tạo dựng bởi toàn là những con người kinh tế (Homo economicus) ích kỷ? Thực tế là ngày càng có nhiều dự án từ thiện đang được khởi động với mục đích giúp đỡ cộng đồng. Những "việc thiện" như vậy được thực hiện với mục đích lớn nhất là khiến xã hội trở nên tươi đẹp hơn, song cũng mang lại cơ hội làm giàu cho người sáng lập nên những dự án. Mỗi một việc tốt không chỉ đơn thuần là một dự án, đó còn là một hạt giống thay đổi con người. Và quan trọng nhất, đây là hạt giống mà ai cũng có thể ươm trồng và đợi đến ngày đơm hoa kết trái. Một việc tốt mà chúng ta ươm mầm có thể trở thành niềm an ủi cho cuộc đời của một ai đó, hơn nữa còn có thể chữa lành căn bệnh của nền kinh tế thế giới. Chúng ta đang được chứng kiến quá trình nở rộ một thời đại cực thịnh của những hành động tốt đẹp, nhẹ nhàng mà mạnh mẽ. Bằng sức mạnh hàn gắn thế giới, những hành động này đang dần khẳng định được vị trí

trong dòng chảy xu hướng toàn cầu. Xu hướng này như một làn gió mới nâng bước con người đến với một tương lai tốt đẹp hơn cho toàn nhân loại.

Bangladesh: Grameen Bank, Grameenphone

IMPOSSIBLE? I'M POSSIBLE! ĐỒNG HÀNH CÙNG NGƯỜI NGHÈO!

"Không có ai là người bình thường.

Chỉ có xã hội hạ tất cả chúng ta xuống thành người thường.

Chỉ cần xã hội tạo nên môi trường công nhận tiềm năng của mỗi cá nhân thì bất cứ ai cũng có thể trở thành một sự tồn tại phi thường.

Tất cả chúng ta đều sở hữu sức mạnh thay đổi thế giới."

— MUHAMMAD YUNUS —

(Nhà sáng lập Grameen Bank)

Tháng 4 năm 2013, tại Bangladesh đã xảy ra vụ sập tòa nhà thương mại có các xí nghiệp may đang hoạt động bên trong, khiến 1.100 người thiệt mạng cùng nhiều người khác bị thương. Sau thảm họa kinh hoàng do chính con người gây nên này, người ta mới nhận ra một thực trạng đáng báo động về tình trạng lao động trong ngành may mặc của Bangladesh. Tại đây, người lao động phải làm việc trong một môi trường lao động thiếu thốn, khắc nghiệt, với mức lương rẻ mạt vào hạng thấp nhất trên thế giới. Bangladesh là nước xuất khẩu các sản phẩm may mặc lớn thứ ba trên thế giới và nắm giữ một thị trường rộng lớn, chỉ đứng sau Trung Quốc và Ý. Ngành may mặc phát

triển mạnh mẽ với hơn 5.000 xưởng may đang hoạt động mang về cho nướcnày một nguồn thu trị giá 20 tỷ đô-la mỗi năm. Ngày nay, Bangladesh đã trở thành một căn cứ điểm của ngành công nghiệp may mặc thế giới với 3,6 triệu lao động trong các công đoạn sản xuất của ngành này. Công nhân ngành may mặc tại Bangladesh phải lao động cật lực trong môi trường làm việc tồi tàn, bị vùi lấp giữa những kiện vải để đổi lấy không quá 40 đô-la mỗi tháng. Chi phí nhân công rẻ cũng chính là lý do để nhiều thương hiệu thời trang trên thế giới chọn các xí nghiệp may tại Bangladesh làm nơi gia công các sản phẩm may mặc của họ. Môi trường lao động tồi tàn có khả năng cao gây nguy hiểm đến tính mạng con người như vậy, lại có thể trở thành điều kiện hoạt động lý tưởng cho bất cứ doanh nghiệp nào tại đây. Điều này hoàn toàn có thật và còn là một sự thật đáng buồn của xã hội.

Trên thế giới vẫn tồn tại vô số những sự thật đáng buồn như vậy. Bắt đầu từ phong trào "Chiếm Phố Wall" được khởi động tại Mỹ vào năm 2009 cho thấy nhiều lỗ hổng của chủ nghĩa tư bản chỉ tập trung theo đuổi lợi nhuận, rất nhiều cá nhân trên toàn thế giới đang chung sức tìm ra phương hướng khôi phục một nền kinh tế thế giới đã chịu nhiều tổn thương. Khủng hoảng thực chất là hồi chuông cảnh tỉnh về sự tồn tại của những vấn đề bất cập chưa được đưa ra ánh sáng. Chính từ những khủng hoảng như vậy, nhiều người bắt đầu nhận thức được rằng thế giới đang cần tới một biện pháp hữu hiệu có thể giải quyết triệt để hàng loạt các vấn đề còn tồn đọng thay vì những phương án tạm thời chỉ mang tính chất xoa dịu vẫn được áp dụng trước đó. Bắt đầu từ những trăn trở "liệu công việc của mình có được đảm bảo bởi sự hi sinh của một ai đó?", ngày nay có nhiều bạn trẻ đang tìm kiếm những công việc hướng thiện nhằm góp phần tạo nên một thế giới tốt đẹp hơn cho không chỉ riêng cá nhân mình mà còn cho tất cả mọi người và đặt đó làm mục tiêu mới cho cuộc đời. Giờ đây, những việc làm hướng thiện không chỉ dừng lại ở việc hành thiện của mỗi cá nhân mà còn nổi lên như

một lĩnh vực mới góp phần cứu sống nền kinh tế, đồng thời nhanh chóng trở thành xu hướng của thời đại.

Cho vay một khoản tiền nhỏ, cho vay cơ hội và thu về lãi suất là sự đổi đời

Ngày càng có nhiều người tham gia vào những công việc hành thiện để hướng tới giải quyết nạn thất nghiệp và vấn đề phân cực hóa sâu sắc đang diễn ra theo chiều hướng xấu trên toàn thế giới. Việc làm của họ là thành lập các công ty hành thiện hay còn được gọi là doanh nghiệp xã hội (social enterprise). Nhiệm vụ của các doanh nghiệp này là cung cấp các dịch vụ xã hội hay tạo công ăn việc làm nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống cho những người có hoàn cảnh khó khăn, đồng thời tiến hành các hoạt động kinh doanh thu lợi nhuận và tạo ra các lợi ích hướng thiện. Người đi tiên phong trong việc mở rộng hình thức doanh nghiệp xã hội với những dự án hướng thiện như vậy tới nhiều quốc gia trên toàn thế giới chính là Muhammad Yunus – người sáng lập nên Grameen Bank.

Với việc phát triển dự án người nghèo thành một dự án kinh doanh thu lợi nhuận chưa từng thấy, Grameen Bank được coi là một doanh nghiệp xã hội đã phá vỡ tư duy kinhdoanh dựa trên đối tượng là những người nghèo thì chỉ khiến doanh nghiệp trở nên nghèo đi theo họ. Ý tưởng về Grameen Bank nảy ra khi giáo sư Muhammad Yunus còn đang giảng dạy tại trường đại học Chittagong, Bangladesh và cho người nghèo vay tiền của chính mình vì cảm thương trước những áp bức và chèn ép vô lý đeo bám họ chỉ vì khoản tiền nhỏ 20 đô-la từ những chủ cho vay nặng lãi.

> *“Những kẻ cho vay nặng lãi từng mặc sức hoành hành, chi phối cả một khu vực bằng việc cho người nghèo vay tiền với những điều kiện lãi suất cao cắt cổ. Mong muốn của tôi là có thể xóa bỏ thông lệ này và giúp người nghèo thoát khỏi cuộc sống khó*

khăn, bần hàn đã đeo bám họ suốt nhiều thế hệ. Suy nghĩ và việc làm của tôi từng vấp phải sự phản đối gay gắt của nhiều tầng lớp trong xã hội. Trong đó, những phản ứng tiêu cực nhất đã xuất phát từ giới tôn giáo nhằm phản đối gay gắt việc cho phụ nữ vay vốn từ chương trình do tôi phát động."

Bằng hành động phớt lờ dư luận và định kiến để gây dựng thành công Grameen Bank, giáo sư Muhammad Yunus đã nêu cao khẩu hiệu "Không có gì là không thể (There is nothing called impossible)". Trước Grameen Bank, việc cho người nghèo vay tiền gần như là một điều phi lý đối với các ngân hàng Ấn Độ. Lý do là bởi mức lãi suất tín dụng thấp khi cho người nghèo vay tiền. Tuy nhiên, điều được phần đông xã hội coi là bất khả thi này đã được hiện thực hóa bởi một giảng viên đại học rất đỗi bình thường.

"Ban đầu, tôi hỗ trợ cho phụ nữ vay những khoản tiền nhỏ từ 30 đến 35 đô-la. Tuy số tiền không lớn nhưng đối với những người phụ nữ Ấn Độ nghèo khó thì việc được vay một khoản vốn như vậy có giá trị vô cùng lớn và đầy ý nghĩa. Mặc dù vậy, ngay cả người được vay tiền cũng không dám chắc rằng khoản tiền này liệu có thể giúp họ thoát nghèo, đổi đời, hay chỉ đơn giản là liệu họ có thể tiếp tục kiếm ra tiền từ số vốn ban đầu này hay không? Cuối cùng, thực tế trả lời rằng: bằng cách sử dụng một khoản tiền nhỏ một cách linh hoạt và thông minh, phụ nữ hoàn toàn có thể kiếm tiền từ chính đôi bàn tay của mình và bắt đầu tự thay đổi cuộc đời của chính họ. Mỗi ngày, mỗi tuần, mỗi tháng trôi qua, họ chăm chỉ kiếm tiền và có thể trả lãi ngân hàng. Điều này khiến phụ nữ có thêm niềm tin vào bản thân. Một năm sau khi vay vốn ngân hàng và trả hết khoản tiền đã vay lần thứ nhất, những người phụ nữ đã vay tiền ngân hàng trở thành con người hoàn toàn khác. Đây là sự biến đổi vô cùng lớn lao được tạo nên từ một cơ hội nhỏ bé."

Yunus tin rằng điều mà người nghèo cần không phải là những việc làm từ thiện mà là những cơ hội giúp họ có thể sống tự lập.

Bởi những hành động từ thiện có tính nhất thời chỉ khiến người nghèo trở nên phụ thuộc, dựa dẫm vào sự giúp đỡ của người khác chứ không thể giúp họ phát huy được sức mạnh còn tiềm ẩn bên trong chính bản thân họ.

> *"Khi người ta được cho biết rằng họ cũng có thể làm được thì tinh thần tự lập trong mỗi người được tiếp thêm sức mạnh, khiến họ dám mơ ước tới những điều lớn lao hơn. Nếu phát hiện ra năng lực chưa từng được biết đến của bản thân thì người ta sẽ khao khát được chứng tỏ bản thân nhiều hơn nữa. Bởi vậy, mỗi lần thử thách bản thân với việc vay tiền để làm vốn và có thể trả được hết nợ, con người lại nhận ra thêm những khả năng của bản thân mà trước đó họ không hề biết mình có được. Từ đó, bằng cách dần phát huy tối đa khả năng tiềm ẩn của bản thân và từng bước thoát khỏi nghèo đói, họ nhận ra rằng nghèo khó không phải là số phận gắn lấy họ cả đời và sự quyết tâm phải thoát khỏi cảnh đói nghèo ngày càng được củng cố. Đây là điều mà những việc làm từ thiện không thể tạo ra được. Bởi khi nhận sự từ thiện, người ta không cần phải cam kết trả bất kỳ một khoản lãi nào cả."*

Bằng việc cho những người nghèo chỉ chờ đợi sự giúp đỡ của người khác mà không làm gì để tự giúp lấy bản thân vay những cơ hội và thu về lợi nhuận là chính những thay đổi của họ, chỉ trong vòng 3 năm qua, Grameen Bank đã giúp hơn 500 hộ nghèo của Bangladesh thoát nghèo thành công. Sau đó, cuộc vận động cho vay những khoản tiền nhỏ được lan tỏa tới nhiều quốc gia và hiện nay đang mang tới cơ hội vay vốn cho 92 triệu người tại 37 quốc gia trên toàn thế giới. Bên cạnh đó, giáo sư Yunus đã trở thành người đồng nhận giải Nobel Hòa bình năm 2006 và được công nhận là người có công trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội cho người nghèo. Nhưng có thể nói, điều quan trọng nhất là ông đã chứng minh được rằng không có gì là không thể đối với những việc làm hướng tới cái thiện. Yunus cho biết, động lực để phát triển những dự án hướng thiện như vậy hoàn toàn không có mối liên hệ nào với những kinh

nghiệm kinh doanh. Yunus tin tưởng rằng giới trẻ ngày nay còn có thể mở ra những việc làm hướng thiện thậm chí còn hiệu quả hơn nữa.

> *"Giới trẻ ngày nay nắm bắt rất rõ dòng chảy biến đổi của thời đại. Khác với quá khứ, trong thời đại đầy biến động như ngày nay, mặc dù tuổi đời chưa nhiều, song giới trẻ có cơ hội được chứng kiến và trải nghiệm với không ít những biến cố đổi thay từ không thể trở thành có thể. 10 năm nữa toàn nhân loại sẽ bước sang một thời đại mới, khi mà những việc hiện nay chúng ta vẫn coi là bất khả thi sẽ trở thành những điều vô cùng bình thường trong cuộc sống thường nhật. Chính bởi vậy, hoàn toàn có thể khẳng định rằng ngày nay không có việc gì là không thể. Đây là một sân khấu đầy hứa hẹn để giới trẻ thỏa sức khám phá và phát huy với những hành động hướng thiện."*

Trong mỗi chúng ta đều tồn tại những năng lực tiềm ẩn. Tuy nhiên, chúng ta thường tự chôn vùi sự nghiệp của bản thân bằng những công việc đã có sẵn trong cuộc sống trước cả khi chúng ta kịp nhận ra sự thật này. Nếu giáo sư Yunus chỉ sống trong thế giới riêng của mình và dừng lại ở việc dạy dỗ học sinh thì có lẽ ông đã không thể nhận thấy được nỗi thống khổ của những phụ nữ từng chịu sự đeo bám, dày vò của những kẻ cho vay nặng lãi. Như ông từng khẳng định: không có gì là không thể. Cũng giống như việc thêm một dấu nháy vào từ "Impossible" (bất khả thi) để tạo thành cụm "I'm possible" (Tôi có thể), những thay đổi trong cuộc sống thường chỉ bắt đầu từ những điều vô cùng bé nhỏ. Ít ai biết rằng, một Grameen Bank lớn mạnh ngày nay với tên tuổi không chỉ dừng lại ở giới tín dụng ngân hàng mà còn gặt hái được nhiều thành tựu với vai trò người đi tiên phong trong nhiều lĩnh vực đa dạng và đang tiếp tục mở ra những dự án hướng thiện chưa từng có trên thế giới, lại có xuất phát điểm vô cùng khiêm nhường từ một ngân hàng nhỏ ở địa phương. Một việc làm hướng thiện là công việc chứa đựng những khả năng vô hạn nhưng lại xuất phát từ những quan tâm và thay đổi nhỏ bé như thế.

Càng nghèo càng phải làm công nghệ

Internet là cửa sổ nhìn ra thế giới, trong khi đó, điện thoại di động là mắt xích có thể kết nối con người ở bất cứ nơi đâu trên thế giới lại với nhau. Mặc dù Internet và điện thoại di động đã trở thành một phần cuộc sống của chúng ta, nhưng tại Bangladesh, chúng là lại biểu tượng rõ nét nhất cho sự phân biệt giàu nghèo, bởi Internet và điện thoại di động là thứ mà không ai dám mơ tới. Trên thực tế, tại đây, nếu như chỉ có 15% dân số được xem các chương trình truyền hình vệ tinh và truyền hình cáp thì có tới 60% dân số thậm chí còn không có đủ điện để dùng. Đối với những nước nghèo như Bangladesh, khi mà ngay cả nhu cầu mua bán, tiêu dùng còn bị hạn chế thì lĩnh vực công nghệ thông tin hầu như không có cơ hội được đầu tư và phát triển. Tuy nhiên, ngay trong bối cảnh xã hội như vậy, cũng giống như quá trình phá vỡ định kiến coi việc cho người nghèo vay tiền là bất khả thi và phát triển Grameen Bank, tại Bangladesh đã xuất hiện những khu vực phát triển lĩnh vực công nghệ thông tin. Ở đây, chúng ta đang nhắc tới Grameenphone – một doanh nghiệp theo đuổi lợi nhuận với phương thức đầu tư hướng thiện và kinh doanh lương thiện.

Grameenphone là doanh nghiệp cung cấp các phương tiện công nghệ thông tin tới những người dân tại vùng nông thôn thuộc Đông Bắc Bangladesh – một trong những nơi gần như không nhận được bất kỳ sự hỗ trợ nào về công nghệ thông tin trước đó. Tại đây, Grameenphone đã phổ biến rộng rãi chương trình "Information Boat" tới người dân, những người thậm chí còn chưa từng được nhìn thấy các loại máy móc công nghệ chứ chưa nói tới việc hòa mình vào đại dương thông tin của toàn thế giới. Chương trình này được vận hành với mong muốn cung cấp các dịch vụ viễn thông giá rẻ tới các khu vực nông thôn lạc hậu tại Bangladesh. Các chương trình hoạt động của Grameenphone không chỉ dừng lại tại đây. Một trong những dự án được biết tới của Grameenphone là dự án "Điện thoại làng". Theo đó,

Grameenphone tiến hành cho phụ nữ nghèo ở những làng, xóm chưa có điện thoại thuê điện thoại, những phụ nữ này sẽ biến chiếc điện thoại đó thành điện thoại công cộng bằng việc cho những người khác trong làng sử dụng điện thoại có thu phí. Với hình thức kinh doanh này, Grameenphone vừa thu được lợi nhuận từ việc cho thuê điện thoại, vừa tạo ra công ăn việc khiến chính khách hàng của họ là những phụ nữ nông thôn nghèo. Ý tưởng khởi xướng dự án này là của giáo sư Iqbal Quadir làm việc tại Legatum Center thuộc Học viện Công nghệ Melbourne (MIT). Iqbal Quadir cho biết, Grameenphone có thể ra đời là nhờ có dự án cho vay khoản tiền nhỏ của Grameen Bank.

> *"Trong thời gian làm việc tại New York, tôi nhận thấy các thiết bị điện thoại sẽ nhanh chóng rớt giá. Điều này khiến tôi tin tưởng rằng đây là cơ hội cung cấp các dịch vụ viễn thông tới người dân ở các quốc gia nghèo. Mặc dù vậy, thực tế là ngay lúc đó, tôi vẫn chưa biết làm thế nào để giới thiệu những dịch vụ như vậy tới khách hàng… Và khi đó, kinh tế trở thành vấn đề nan giải nhất. Thật may, đúng lúc này, Grameen Bank Bank xuất hiện. Chỉ cần có nơi nào đó dễ dàng cho vay những khoản tiền nhỏ mà không yêu cầu vật thế chấp thì nhất định sẽ có người sử dụng số vốn này để phát triển dịch vụ sử dụng điện thoại có thu phí. Ngay khi nảy ra ý định này, tôi đã tới gặp giáo sư Yunus để tìm kiếm sự hợp tác. Grameen Bank nhận được sự tín nhiệm rất lớn của người dân Bangladesh, vì vậy nhờ có sự ủng hộ của Grameen Bank mà dự án Grameenphone mới có thể được phổ biến rộng rãi tại Bangladesh."*

Doanh nghiệp xã hội này lại tiếp tục sinh ra doanh nghiệp xã hội khác, đồng thời khoản vốn cho vay ban đầu tuy không lớn nhưng đã tạo ra công ăn việc khiến người nghèo. Chúng ta có thể nhìn nhận hiện tượng này như một con thuyền đơn độc lênh đênh giữa đại dương thông tin mênh mông, chở theo một bộ phận những người dân nghèo khó đến nỗi dường như bị tách ra khỏi xã hội và bắt đầu nhổ neo hướng ra khơi. Có thể nói, con thuyền đơn độc này đã mở ra một tuyến đường mới mà qua đó

không chỉ tạo ra nhiều công ăn việc làm mà còn góp phần thu hẹp khoảng cách về trình độ phát triển giữa các khu vực trên thế giới. Nếu năm 2002 có khoảng 1 triệu người sử dụng dịch vụ của Grameenphone thì vào năm 2010, con số này đã vượt mức 28 triệu người và Grameenphone chính thức chiếm lĩnh 44% thị trường viễn thông. Giáo sư Iqbal Quadir nhấn mạnh, nếu muốn thành công với các dự án xã hội thì trước hết phải biết làm "cách mạng".

> *"Trước khi biết vay vốn và phát triển kinh doanh thì những người dân nghèo ở nông thôn chủ yếu chỉ sống nhờ các hoạt động nông nghiệp như trồng rau và chăn nuôi gia súc, gia cầm. Và rồi các thiết bị công nghệ hiện đại bỗng nhiên xuất hiện tại các khu vực lạc hậu này. Đặc biệt hơn là các dự án viễn thông lại được phát triển bởi chính những người đi vay vốn nghèo khó và lạc hậu. Đây chính là một cuộc cách mạng."*

Đa số mọi người không nhìn nhận các nước nghèo như những thị trường hứa hẹn. Nhưng giáo sư Iqbal Quadir là người đã nắm bắt được dòng chảy biến đổi của công nghệ kỹ thuật số và xúc tiến dự án này với giá thành rẻ nhất nhằm giúp tất cả mọi người đều có cơ hội được tiếp cận với những tiến bộ khoa học kỹ thuật của nhận loại. Theo ông, công việc là yếu tố quyết định, có liên quan trực tiếp tới hạnh phúc của mỗi người. Người nghèo tại Bangladesh chưa từng biết tới những "công việc" như vậy và đó chính là lý do khiến cuộc đời họ rơi vào vòng luẩn quẩn của chuỗi những nỗi bất hạnh và nghèo đói. Grameenphone đã tạo ra được công ăn việc làm và một cuộc sống ổn định hơn cho nhiều người. Đây chính là lý do khiến Grameenphone được mệnh danh là "Công ty viễn thông hạnh phúc". Khi xã hội đặt ra câu hỏi tại sao ông lại mang điện thoại tới những làng quê nghèo khó của Bangladesh thay vì những nhu yếu phẩm sinh hoạt cần thiết hay tiền ủng hộ, giáo sư Iqbal Quadir đã trả lời.

"Ngay cả khi tôi đang nói chuyện với anh, tôi vẫn gọi điện thoại cho vợ tôi để có thể chắc chắn rằng các con tôi đã đi học đúng giờ chẳng

hạn, và điều đó khiến tâm trạng của tôi tốt hơn rất nhiều. Khi tâm trạng vui vẻ, chúng ta có thể tập trung hơn cho công việc. Trên thực tế, việc được trở thành thành viên của một tập thể nào đó để quan tâm và được quan tâm cũng chiếm một phần rất quan trọng trong việc quyết định hạnh phúc của một con người. Cũng chính vì điều này mà thông tin càng trở nên có ý nghĩa đối với những người bị tách ra khỏi đám đông."

Trong thành ngữ Bangladesh có câu "Người có thể khiến bạn mình cười sẽ được lên thiên đường". Chúng ta không biết được liệu rằng dự án viễn thông của Grameenphone có thực sự mang lại nụ cười cho bạn của họ hay không nhưng có thể chắc chắn rằng họ đã mang tới một cơ hội tưởng chừng như rất bình thường đối với chúng ta nhưng lại không hề dễ dàng đối với những người bạn thậm chí còn chưa từng được chạm tới hạnh phúc, đó chính là cơ hội được bước lên con thuyền thông tin và tham gia vào dự án điện thoại làng. Là một doanh nghiệp đã mở ra con đường đến với ấm no, hạnh phúc, cho đến nay Grameenphone vẫn tiếp tục nổi danh như con thuyền cứu hộ mang tên viễn thông tại Bangladesh và con thuyền ấy vẫn không ngừng căng buồm hướng ra biển để đến với những con người bị đẩy ra ngoài vùng phủ sóng của thông tin xã hội.

Ngay cả người bình thường cũng có thể làm nên kỳ tích

Với thành công của dự án cho vay vốn nhỏ, Grameen Bank tiếp tục mở ra các dự án tham gia vào nhiều lĩnh vực khác tại Bangladesh. Với tôn chỉ mang lại sự công bằng và hòa bình cho xã hội, đồng hành cùng với những đánh giá cao của xã hội trong bất cứ lĩnh vực nào, phạm vi hoạt động của Grameen Bank cũng vô cùng rộng lớn và đa dạng. Công ty Grameen Energy được thành lập nhằm cung cấp năng lượng tái sinh tới các làng quê Bangladesh đã gặt hái được nhiều thành công vang dội với dự án đưa hệ thống nhà sử dụng năng lượng mặt trời vào cuộc

sống. Nhờ có những nỗ lực xúc tiến tích cực của Grameen Energy mà cho đến nay, đã có tới gần 1 triệu ngôi nhà năng lượng mặt trời như vậy được đưa vào sử dụng tại Bangladesh. Còn Grameen Danone là công ty thực phẩm ra đời từ hoạt động hợp tác đầu tư giữa Grameen Bank với Danone – doanh nghiệp Pháp nổi tiếng với sản phẩm nước khoáng Evian. Grameen Danone chuyên sản xuất sữa chua – một loại thực phẩm giá rẻ giàu chất dinh dưỡng nhằm cứu trợ cho những trẻ em Bangladesh nghèo thường xuyên phải chịu đói do thiếu thực phẩm. Thành công của dự án này là không những nhanh chóng cải thiện tình trạng dinh dưỡng và sức khỏe cho trẻ em nghèo mà còn tạo ra hàng nghìn công ăn việc khiến người lao động. Hơn nữa, việc các doanh nghiệp xã hội bắt tay với các doanh nghiệp lớn đã sản sinh ra một mô hình hợp tác mới, đồng thời ngày càng có nhiều doanh nghiệp lớn tham gia vào và làm tăng thêm tính hiệu quả của các dự án xã hội.

Các hãng sản xuất trang phục thể thao như Adidas hay Reebok cũng nằm trong số đó. Thông qua dự án hợp tác với Grameen Bank, các thương hiệu nổi tiếng thế giới này hiện đang sản xuất ra những đôi giầy dành cho trẻ em Bangladesh vốn chỉ quen đi chân đất. Hãng thời trang Uniqlo của Nhật Bản cũng sản xuất và phân phối các sản phẩm vệ sinh phụ nữ tại đây. Dự án này được khơi nguồn từ thực trạng phụ nữ nông thôn Bangladesh thường bị mắc phải nhiều căn bệnh nguy hiểm do thiếu thốn các sản phẩm vệ sinh chuyên dùng cho phụ nữ. Nhờ có sự đầu tư của các doanh nghiệp lớn như vậy mà các sản phẩm vệ sinh với chất lượng đảm bảo và giá thành rẻ đã được chuyển tới tay những phụ nữ Bangladesh, giúp họ phòng tránh được nhiều căn bệnh nguy hiểm.

Một trong những điều đặc biệt khác là hiện nay tại Bangladesh, hai hãng thời trang Uniqlo và Reebok đang chung tay thực hiện dây chuyền sản xuất. Các sản phẩm này không chỉ được bán ở Bangladesh mà còn có mặt tại khắp nơi trên thế giới. Hơn nữa, toàn bộ lợi nhuận sinh ra từ việc bán những sản phẩm này được

trao lại cho các doanh nghiệp xã hội tại Bangladeh để tiếp tục mở rộng các dự án phát triển khác. Chỉ có như vậy, dự án này mới phát huy tối đa hiệu quả trong việc giải quyết triệt để các vấn đề xã hội và cứu sống nền kinh tế địa phương. Bằng phương pháp này, Grameen Bank đã thành lập hơn 50 doanh nghiệp như vậy tại Bangladesh. Bắt đầu từ nghĩa cử đẹp của một giảng viên đại học khi cho những phụ nữ nghèo vay 20 đô-la, cứu rỗi số phận của rất nhiều người và làm thay đổi cách nghĩ của cả thế giới, cho tới nay, dự án này đã phát triển thành một tập đoàn xã hội lớn với hơn 50 công ty con. Điều này khiến chúng ta phải tin rằng, cha đẻ của ngành quản trị hiện đại, Peter Drucker, đã không sai khi khẳng định *"Ngay cả người bình thường cũng có thể làm nên kỳ tích."* Yunus cho rằng điều thực sự đã làm nên kỳ tích đó, hơn tất cả, chính là phản ứng của xã hội.

"Những đứa trẻ đường phố cũng sở hữu khả năng không kém gì so với những đứa trẻ trong cung điện hoàng gia. Không tồn tại bất kỳ điểm khác biệt nào khi đề cập tới tiềm năng của những đứa trẻ có xuất thân khác nhau. Thế nhưng, sự thật là phần lớn những đứa trẻ đường phố sẽ trở thành tội phạm khi chúng lớn lên. Kết cục này xuất phát từ sự nhìn nhận sai lệch của xã hội đối với hoàn cảnh của chúng. Trong khi đó, những đứa trẻ lớn lên trong cung cấm nghiễm nhiên sẽ trở thành hoàng tử, công chúa. Và điều này cũng là do sự thừa nhận vô điều kiện của xã hội. Giả sử có ai đó ngấm ngầm hoán đổi vị trí của hai đứa trẻ này từ khi chúng mới ra đời thì có lẽ đứa trẻ đường phố kia đã lớn lên như một hoàng tử mà không ai hay biết rằng có một sự thật đã bị che giấu. Điều này đồng nghĩa với việc đứa trẻ sinh ra từ hoàng tộc cũng hoàn toàn có thể bị biến thành tội phạm. Như vậy, kết quả cuối cùng ra sao hoàn toàn phụ thuộc vào hoàn cảnh mà chúng ta tạo ra. Vì vậy, không có ai là người bình thường, chỉ có xã hội đã đẩy chúng ta xuống làm người thường mà thôi. Nếu xã hội cho mỗi cá nhân môi trường và cơ hội để được công nhận tiềm năng thì bất cứ ai cũng có thể trở thành người phi thường. Tất cả chúng ta đều được ban cho sức

mạnh để thay đổi thế giới. Chỉ có điều là chúng đang không nhận được cơ hội để phát huy những khả năng vốn có mà thôi."

Cơ hội để thay đổi thế giới, có lẽ điều này cần phải bắt đầu từ việc tháo bỏ lớp kính mờ đang bao phủ lên khái niệm "việc thiện". Nếu trước khi so đo tính toán thiệt hơn, chúng ta cân nhắc đến việc làm sao để tốt cho tất cả mọi người thì thành công và khởi sắc sẽ tự động tìm đến với mỗi người. Trong lòng xã hội vẫn luôn tồn tại những làn sóng đổi thay tuy thâm trầm nhưng vẫn đang dần từng bước khẳng định những tác động của mình.

Hàn Quốc: Trường Đào tạo các Chuyên gia Gây quỹ

HUY ĐỘNG LÒNG NGƯỜI THAY VÌ TIỀN CỦA

"Tôi đã hiểu được rằng việc quyên góp không chỉ dừng lại ở việc huy động tiền bạc mà còn là huy động sự ủng hộ của cộng đồng. Còn điều gì quan trọng hơn việc nhận được sự ủng hộ của xã hội chứ?"

— JANG WOO SEOK —

(Học viên tại Trường Đào tạo các Chuyên gia Gây quỹ)

Tại đây, chúng ta đang nói đến những chuyên gia với chuyên môn đặc biệt có thể khiến kẻ keo kiệt như ông già Scrooge[1] cũng phải quyên góp. Họ chính là những người gây quỹ (fund raiser) – một nghề đã phổ biến ở Mỹ và châu Âu từ khá lâu nhưng vẫn còn rất mới mẻ ở nhiều quốc gia. Công việc của những người gây quỹ hoàn toàn đúng với tên gọi của nghề này, đó là kêu gọi, huy động quyên góp cho các quỹ công ích. Một cách tổng quát, hoạt động của những người gây quỹ có thể chia thành hai hướng như

sau: Thứ nhất, xây dựng tầm nhìn của tổ chức và lập kế hoạch hoạt động một cách có chiến lược để vận hành hoạt động của một quỹ công ích nào đó; thứ hai là hỗ trợ tiến hành các hoạt động gây quỹ từ bên ngoài như kế hoạch đã đề ra theo định hướng tầm nhìn và nhiệm vụ của tổ chức. Nói theo cách khác, họ là những chuyên gia hỗ trợ trên mọi phương diện, giúp các tổ chức phi lợi nhuận được vận hành trôi chảy mà không chịu bất cứ sức ép về kinh tế nào.

---

[1]. Nhân vật chính trong cuốn truyện nổi tiếng *A Chrismas Carol* của nhà văn Charles Dickens. Trong truyện, Scrooge là một kẻ kẹt xỉ, không bao giờ biết đến việc quyên góp từ thiện cũng như giúp đỡ những người nghèo. Nhưng nhờ một giấc mơ kỳ lạ, trong đó, ông được nhìn thấy tương lai bi thảm, cô quạnh của mình. Sau giấc mộng đó, ông đã tỉnh ngộ và trở thành một người tốt, biết chia sẻ và giúp đỡ những người có hoàn cảnh khó khăn.

Kết quả của một cuộc điều tra của Cục Thống kê Hàn Quốc cho biết, chỉ có 36% dân số Hàn Quốc từng tham gia quyên góp từ thiện. Nếu so sánh điều này với văn hóa quyên góp đã trở nên phổ biến của nước Mỹ thì rõ ràng văn hóa quyên góp của Hàn Quốc mới chỉ đang chập chững bước những bước đầu tiên. Nguyên nhân sâu xa của hiện tượng này là do người dân chưa được trang bị đầy đủ kiến thức về hoạt động quyên góp và thiếu niềm tin vào các đại diện của những quỹ từ thiện. Bên cạnh đó, có thể thấy tất cả các tổ chức từ thiện và các hoạt động quyên góp hiện nay cũng rơi vào tình trạng thiếu những nhân lực có trình độ chuyên môn. Trong khi đó, tại Mỹ mỗi địa phương đều đang vận hành một quỹ quyên góp của riêng mình và khóa học về huy động quỹ được giảng dạy tại hầu hết các trường đào tạo quản trị kinh doanh. Ngày nay, tại Hàn Quốc, mô hình kinh doanh chân chính hướng tới sự phát triển chung của toàn xã hội đang thu hút được nhiều mối quan tâm. Và một trong những dấu hiệu dễ nhận thấy của hiện tượng xã hội này chính là các hoạt động tích cực và ngày càng có hiệu quả của các quỹ

hỗ trợ ủng hộ việc vận hành các tổ chức phi lợi nhuận. Thêm vào đó là những thay đổi đáng ghi nhận của người dân về vấn đề quyên góp cùng với sự ra đời của các chương trình giáo dục mang tính xây dựng cao với mục đích đào tạo ra những chuyên gia trong lĩnh vực vận động quyên góp.

Trường đào tạo các chuyên gia vận động quyên góp của Viện Hy vọng Hàn Quốc được thành lập năm 2009. Tôi tới đây thu thập tư liệu đúng vào thời điểm trường đang tổ chức lễ tổng kết dành cho các học viên khóa 8. Bằng việc mang lại cơ hội học tập và trải nghiệm về hoạt động gây quỹ cho tất cả những ai quan tâm tới văn hóa quyên góp, khóa học kéo dài 11 tuần này được coi như một bước đệm quan trọng dành cho những ai muốn hiện thực hóa ước mơ trở thành chuyên gia vận động quyên góp. Giám đốc Lee Sun Hee – người đã đứng ra thành lập Humantree, công ty vận động quyên góp, sau khi tốt nghiệp trường đào tạo các chuyên gia vận động quyên góp cho rằng, chuyên gia trong lĩnh vực này là những người có thể tạo nên những thay đổi cho xã hội.

> *"Tôi nghĩ rằng chuyên gia vận động quyên góp là những người đóng vai trò kết nối xã hội. Trong xã hội của chúng ta có rất nhiều người muốn sử dụng tiền của mình vào những việc xứng đáng và có ý nghĩa. Bên cạnh đó, chúng ta lại biết tới các tổ chức từ thiện được lập ra để giúp đỡ những người có hoàn cảnh khó khăn nhưng đáng tiếc lại không đủ khả năng tài chính để triển khai các hoạt động có ý nghĩa này. Trong bối cảnh này, chính các chuyên gia vận động gây quỹ là người kết nối những nhà quyên góp và các tổ chức từ thiện lại với nhau."*

Chuyên gia vận động quyên góp không đơn thuần là người đi kêu gọi mọi người đóng góp tiền của. Họ còn là những nhà hoạch định có nhiệm vụ xây dựng kế hoạch mở rộng quy mô của các quỹ từ thiện thông qua việc phát triển nhân lực và phổ biến các giá trị của việc hành thiện tới toàn xã hội. Trên thực tế, tại Mỹ, các chuyên gia vận động quyên góp được công nhận như

những nhà chuyên môn có thu nhập cao và có chỗ đứng nhất định trong xã hội. Đề cập tới vấn đề này, giám đốc Lee Sun Hee tin tưởng chắc chắn rằng trong tương lai, vận động quyên góp nhất định sẽ trở thành một lĩnh vực chuyên môn mang lại thu nhập cao tại Hàn Quốc.

"Trên thực tế, khi điều hành công ty vận động quyên góp này, tôi nhận được rất nhiều liên lạc đến từ nhiều nơi nhờ tôi giới thiệu người. Không chỉ các trường đại học, bệnh viện, các đoàn thể tôn giáo, mà ngay cả các công ty kinh doanh có lợi nhuận cũng yêu cầu chúng tôi tiến cử cho họ những chuyên gia vận động quyên góp để đảm nhiệm những vị trí công việc có liên quan tới vấn đề tài chính của tổ chức. Tôi cho rằng với triển vọng như vậy thì chỉ trong một thời gian ngắn nữa, các chuyên gia vận động quyên góp sẽ giành được chỗ đứng vững chắc tại Hàn Quốc."

Các chuyên gia vận động quyên góp không những hỗ trợ đắc lực cho các tổ chức phi lợi nhuận gặp khó khăn về tài chính mà còn đưa văn hóa quyên góp của Hàn Quốc lên một tầm cao mới. Chàng sinh viên Jang Woo Seok vừa mới hoàn thành khóa học kéo dài 11 tuần tại trường đào tạo các chuyên gia vận động quyên góp. Jang Woo Seok hoàn toàn bị thuyết phục bởi triết lý nghề nghiệp tiến bộ và mới mẻ của nghề vận động quyên góp và đang trang bị hành trang cho bản thân để chuẩn bị cho công việc mà cậu cho là phù hợp nhất với mình. Điều gì đã khiến chàng thanh niên năm cuối vốn đã bù đầu với các kế hoạch chuẩn bị tốt nghiệp này có thể vừa hoàn thành việc học tập tại trường đại học ở Daejeon, vừa đều đặn hàng tuần có mặt tại Seoul để tham gia vào khóa học vận động quyên góp?

"Đúng là việc đi lại giữa Daejeon và Seoul hàng tuần là điều không hề đơn giản. Nhưng tôi biết có những người còn phải đi xa hơn tôi để có được cơ hội học tập tại đây. Điều quan trọng là chúng tôi cảm thấy hạnh phúc với suy nghĩ rằng mình đang học tập để có thể giúp ích cho xã hội. Chỉ khi đến với ngôi

trường này và thực tập vận động gây quỹ, tôi mới thấu hiểu sâu sắc vai trò vô cùng quan trọng của các chuyên gia vận động quyên góp đối với xã hội. Tôi đã hiểu được rằng việc quyên góp không chỉ dừng lại ở việc huy động tiền bạc mà còn là huy động sự ủng hộ của cộng đồng. Còn điều gì quan trọng hơn việc nhận được sự ủng hộ của xã hội chứ?"

Chàng sinh viên năm cuối đại học Woo Seok đang bước vào giai đoạn nước rút để hoàn thành việc thu thập điểm cộng chuẩn bị cho cuộc chiến xin việc vô cùng cam go. Nhưng thay vì để bản thân bị cuốn theo đồng tiền, chàng thanh niên này mơ ước có thể trở thành một nhà lãnh đạo nhân hậu có khả năng nắm bắt và thu phục được lòng người.

"Dường như phần lớn bạn bè xung quanh tôi đều có xu hướng đi theo tiếng gọi của đồng tiền. Có lẽ để nhanh chóng có được địa vị trong xã hội, họ dễ dàng để mình bị mê hoặc bởi danh vọng mang tên "tập đoàn lớn" mà bỏ qua việc nhìn nhận lại bản thân. Riêng tôi, tôi không muốn chạy theo những công việc chỉ để thỏa mãn nhu cầu tiền bạc, vật chất và danh vọng như vậy. Chí ít thì tôi cũng muốn được tự làm chủ cuộc sống của chính mình. Dĩ nhiên việc đầu quân cho các doanh nghiệp lớn không có gì xấu. Bởi rõ ràng các doanh nghiệp cũng là thành viên của xã hội, họ hiểu và biết cách trân trọng những nhân lực cần thiết cho công ty. Tuy nhiên, tôi sẽ không thể dành ưu tiên cho những việc mà tôi muốn thực hiện khi đứng trong những tổ chức như vậy. Đối với tôi, vận động quyên góp là con đường tương lai mà tôi chưa từng bước trên đó, nên tôi chưa thể chắc chắn về những điều sẽ xảy ra hay tôi sẽ sống ra sao khi theo đuổi con đường này. Mặc dù vậy, đây vẫn là con đường mà tôi đã chọn và nếu công việc này có thể khiến xã hội trở nên tốt đẹp hơn thì tôi tin rằng nó cũng có thể mang lại hạnh phúc cho bản thân tôi."

Theo cách nào đó, cũng có thể nói chuyên gia vận động gây quỹ là tên gọi khác của những nhà ngoại giao. Công việc của họ là

gợi mở và kết nối con người bằng giá trị của sự sẻ chia thay vì các giá trị vật chất như tiền bạc. Và số tiền họ huy động được không phải là chiến lợi phẩm giành giật được từ những cuộc cạnh tranh sát phạt, mà là những đồng tiền đẹp đẽ chứa đựng tấm chân tình của những con người mơ ước tạo nên một thế giới tốt đẹp hơn. Nỗ lực của các chuyên gia vận động quyên góp trong quá trình mở rộng quy mô của các quỹ từ thiện hiện đang góp phần mở ra con đường phát triển đầy triển vọng cho một thời đại kinh doanh chân chính vì một cuộc sống tốt đẹp hơn cho toàn xã hội.

Hàn Quốc: The Open Closet

CHÚNG TÔI CHO NHỮNG NGƯỜI TÌM VIỆC KHÔNG DƯ DẢ VỀ TÀI CHÍNH MƯỢN TRANG PHỤC PHỎNG VẤN

"Càng cố gắng, nỗ lực bao nhiêu, bạn càng hạnh phúc bấy nhiêu. Nhưng giờ đây, tôi không chỉ có được hạnh phúc của riêng mình mà còn có thể cùng mọi người sẻ chia hạnh phúc. Bởi vậy, có thể nói rằng nhờ có dự án kinh doanh này mà niềm hạnh phúc của tôi đã được nhân lên gấp bội. Chẳng phải đây chính là sức mạnh đích thực của các dự án hướng thiện hay sao?"

— HAN MAN IL —

(Đại diện của The Open Closet)

357.000 won (tương đương với 357 đô-la Mỹ) là chi phí trung bình mà mỗi người tìm việc tại Hàn Quốc phải bỏ ra để mua các trang phục dành cho buổi phỏng vấn xin việc (Tài liệu điều tra, khảo sát của Tập đoàn Incruit). Đây là một khoản chi phí không hề nhỏ được người Hàn Quốc sử dụng vào việc mua

sắm các trang phục gần như chỉ được dùng trong các buổi phỏng vấn, và thường ngày họ không hay mặc tới chúng. Hơn nữa, chi phí dùng để mua một bộ comple như vậy quả là một gánh nặng đối với những người tìm việc có hoàn cảnh khó khăn. Tuy nhiên, giờ đây vấn đề nan giải này đã được giải quyết nhờ có sự xuất hiện của một công ty cho thuê các bộ trang phục công sở với giá rẻ. Đó chính doanh nghiệp xã hội The Open Closet, một công ty chuyên thu nhận các bộ comple bị bỏ quên trong tủ quần áo được quyên góp và cho những người có nhu cầu thuê lại.

Hoạt động tích cực với vai trò là người tư vấn thời trang phỏng vấn cho người tìm việc

Bên trong cơ sở của The Open Closet được đặt tại Hwayang-dong, Gwangjin-gu, Seoul, có tới hàng trăm bộ comple đang chờ chủ nhân mới của chúng. Khi đến đây, tôi bắt gặp một người đàn ông đang đo các số đo cơ thể và đưa ra lời khuyên về phong cách ăn mặc như cách chọn giầy da cho tới màu sắc của cà vạt cho một thanh niên tìm việc đang chuẩn bị cho buổi phỏng vấn xin việc sắp tới. Người đàn ông này là giám đốc Han Man Il, người đã thành lập nên The Open Closet.

"Tôi mở ra The Open Closet với ý tưởng ban đầu là tạo nên một tủ quần áo nơi tất cả mọi người có thể chia sẻ các bộ quần áo cho nhau. Tôi nhận thấy một thực tế rất phổ biến xảy ra xung quanh mình là mọi người sau khi tìm được việc thường mua thêm rất nhiều trang phục công sở và cuối cùng có rất nhiều bộ quần áo không mặc tới chất đầy trong tủ quần áo của họ. Tôi tin chắc rằng những bộ quần áo được lôi ra từ trong những "tủ quần áo bị lãng quên" như vậy có thể giúp ích rất nhiều cho các bạn trẻ tìm việc, giúp cho những ai không có tiền mua các bộ quần áo đắt tiền vẫn có được các bộ trang phục có thể tạo ra ấn tượng tốt trong các buổi phỏng vấn xin việc."

Hãy chia sẻ và đừng chỉ giữ cho riêng mình! Trong thời gian gần đây, từ khóa "chia sẻ (sharing)" đang nổi lên như một giải pháp kinh tế, có tác dụng chữa trị cho những tác dụng phụ nảy sinh trong xã hội tiêu dùng hiện nay. Kinh tế sẻ chia đã xuất hiện như một xu hướng toàn cầu được tạp chí *Time* bình chọn là một trong "*10 ý tưởng giúp thay đổi thế giới*" vào năm 2011 và cũng từng được giới thiệu trong cuốn *Xu hướng Hàn Quốc* 2013 của tác giả Kim Rando. Đây là một biện pháp nhằm sử dụng một cách có ý nghĩa và hiệu quả các nguồn tài nguyên nhàn rỗi đang bị bỏ rơi hay bị lãng quên sau khi sử dụng, đồng thời chia sẻ các vật dụng cũng như tri thức của bản thân cho những ai cần tới chúng.

Với suy nghĩ ban đầu cho rằng, biết đâu sự dư thừa của mình lại có thể trở thành điều cần thiết đối với một ai đó, ý tưởng này đã được tiếp nối và trở thành một giá trị quý báu mang tên "sẻ chia". The Open Closet đã rũ sạch bụi bám trên vô số các bộ quần áo bị bỏ quên trong tủ đồ và tìm lại cho giá trị đích thực cho chúng bằng cách đưa các bộ quần áo này đến với những người đang cần tới chúng. Cũng giống như sự đa dạng của các bộ quần áo tại đây, The Open Closet cũng là nơi chứa đựng vô vàn câu chuyện của rất nhiều người.

> *"Khi tiếp nhận quyên góp, chúng tôi không chỉ nhận quyên góp quần áo mà còn nhận cả những lời nhắn của người quyên góp. Chúng tôi để vào mỗi chiếc áo những lời nhắn ấm áp về câu chuyện riêng của mỗi bộ quần áo và những lời mà người trao tặng quần áo muốn nhắn gửi tới những bạn trẻ đang tìm việc sẽ mượn lại bộ trang phục ấy. Chúng tôi cho vào túi áo những lời động viên, cổ vũ được truyền tải qua những lời nhắn với nội dung tương tự như 'Đây là bộ trang phục mà tôi đã mặc lần đầu tiên đi làm. Hy vọng có thể mang lại tâm trạng vui vẻ, thoải mái cho bạn khi bước vào buổi phỏng vấn sắp tới'. Việc làm này bắt đầu từ suy nghĩ mong muốn những chiếc áo có thể trở thành vật trung gian để hình thành nên những mới quan hệ tốt đẹp trong cuộc sống."*

Thông qua một bộ quần áo, người quyên góp là những người đã có một vị trí nhất định trong xã hội và người mượn đồ là người đang chuẩn bị đi xin việc, được kết nối với nhau vô cùng tự nhiên và giữa họ hình thành nên những mối nhân duyên tốt đẹp trong cuộc sống. The Open Closet đã tạo nên một loại hình dịch vụ mới, không chỉ chia sẻ các bộ quần áo mà còn chia sẻ những câu chuyện và kết nối con người với nhau. Ý tưởng này đã cho ra đời một hình thức kinh doanh rất có ý nghĩa, giúp mọi người không chỉ có thể sẻ chia về vật chất mà còn cả về tinh thần với người khác. Chỉ trong vòng một năm sau khi đi vào hoạt động, đã có 400 người sử dụng dịch vụ của The Open Closet và dự án này không chỉ nhận được sự ủng hộ của các cá nhân mà còn đang nhận được sự hỗ trợ tích cực từ phía các doanh nghiệp. The Open Closet đã xóa tan mối e ngại của nhiều người khi tìm tới đây để mượn lại các trang phục của người khác khi tham gia vào một sự kiện quan trọng như phỏng vấn xin việc và đang hoạt động tích cực trong vai trò trợ giúp về thời trang phỏng vấn đối với những người tìm việc.

Giám đốc Han cho biết bản thân anh cũng từng là người đi tìm việc nên phần nào anh có thể dễ dàng đoán biết được tâm tư của các bạn trẻ tìm việc đến với nơi này. Cũng chính vì sự thấu hiểu, cảm thông này mà anh luôn vỗ nhẹ vào vai các bạn trẻ khi họ đứng trước gương với một bộ trang phục phù hợp rồi nói rằng "Chắc chắn bạn sẽ thi đỗ" như một cách truyền sức mạnh và tạo ra tâm lý vui vẻ cho họ. Tại đây, một bộ comple có giá 20.000 won, áo sơ mi, cà vạt và áo sơ mi nữ đồng giá 5.000 won, giầy da 3.000 won. Mặc dù số tiền thu được từ hình thức kinh doanh này không cao nhưng giá trị chứa đựng trong những bộ trang phục được lấp đầy trong tủ quần áo này thì vô cùng lớn lao và không thể quy đổi thành tiền. Han Man Il tin rằng những giá trị không thể nhìn thấy bằng mắt thường ấy chính là nguồn sức mạnh đẹp đẽ để tạo nên một xã hội hạnh phúc.

"Tôi cảm thấy công việc kinh doanh này rất thú vị. Bởi đây là một dự án kinh doanh tạo nên những giá trị xã hội mới mẻ

thông qua hành động chia sẻ quần áo và các câu chuyện chứa đựng trong đó. Khi được làm những công việc có tính sáng tạo cao thì niềm vui sẽ rất lớn. Và tôi cũng chỉ là một người bình thường mà thôi, nên không thể tự coi mình là một người tốt đặc biệt hay một người có thể cảm nhận được hạnh phúc thông qua sự sẻ chia. Thế nhưng gần đây, mỗi khi nhận được tin nhắn thông báo trúng tuyển của các bạn trẻ đã từng đến mượn quần áo, tôi lại cảm thấy được rằng việc làm của mình có ý nghĩa và đối với tôi, đó quả là một nguồn động viên vô cùng to lớn. Nếu vẫn tiếp tục làm việc ở công ty như trước đây, có lẽ tôi sẽ không bao giờ biết được rằng mình lại có thể trở thành người có ích đến vậy. Càng cố gắng, nỗ lực bao nhiêu, bạn càng hạnh phúc bấy nhiêu. Nhưng giờ đây, tôi không chỉ có được hạnh phúc của riêng mình mà còn có thể cùng mọi người sẻ chia hạnh phúc. Bởi vậy, có thể nói nhờ có dự án kinh doanh này mà niềm hạnh phúc của tôi đã được nhân lên gấp bội. Chẳng phải đây chính là sức mạnh đích thực của các dự án hướng thiện hay sao?"

Kinh doanh hướng thiện không chỉ giúp bản thân mỗi người gặt hái được thành công trong nghề nghiệp mà còn có thể mang lại hạnh phúc cho cuộc sống của người khác. Trong đó, The Open Closet là một doanh nghiệp được tạo nên bởi sự ủng hộ và quyên góp của rất nhiều người. Đây là một dự án dành cho cả cộng đồng với ý nghĩa nhân rộng nguồn năng lượng vô hạn mang tên sẻ chia tới người trao tặng, người được nhận sự giúp đỡ và rộng hơn là tới toàn xã hội. Ý tưởng sáng suốt của một cá nhân đã mở ra cánh tủ vốn luôn đóng kín của một ai đó và tạo thành "tủ quần áo mở" dành cho tất cả mọi người. Chỉ một bộ quần áo cũng có thể mang lại niềm vui cho tất cả mọi người, thế nhưng xã hội của chúng ta vẫn còn thiếu rất nhiều những sự đổi thay ấm áp như vậy. Và giờ đây, xã hội vẫn không ngừng chờ đợi những sự bứt phá tương tự của những người tạo nên sự đổi thay để ngày càng có thêm nhiều thay đổi được tạo ra trong cuộc sống của chúng ta.

Unbelievable power of fun
Sức mạnh khó tin của niềm vui

:

Sức mạnh của xu hướng nới lỏng quản trị, làm ít và kiếm nhiều

:

Theo như kết quả không mấy khả quan của một cuộc điều tra mới đây thì tại Hàn Quốc, trong số 10 nhân viên công sở thì có 7 người không nghĩ rằng họ đang làm việc cho một công ty tốt. Trong một cuộc khảo sát thực hiện tại một trang web việc làm của Hàn Quốc với đối tượng tham gia là 1.161 nhân viên công sở thì có tới 849 người (73,1%) trả lời rằng họ không hài lòng với công việc tại công ty hiện nay. Theo tài liệu điều tra năm 2013 của Tập đoàn incruit Hàn Quốc, những lý do được các nhân viên công sở đưa ra để lý giải vì sao họ không hài lòng với công ty hiện tại nhưng vẫn chấp nhận làm việc tại đó gồm: *"Không thể được nhận vào làm việc tại một công ty nào khác"* - đây là lý do thường gặp nhất, chiếm 35,9% trong số các đối tượng tham gia khảo sát đưa ra. Các lý do khác còn có *"Nhận thấy công ty này là nơi thích hợp để tích lũy kinh nghiệm nên sẽ tạm thời vào làm việc rồi chuyển công ty sau"* (28,6%), *'Vì nơi này gần ở nhà'* (15,1%). Hiện trạng này cho thấy hiện nay có rất nhiều nhân viên công sở đang làm việc một cách gượng ép

trong các công ty mà họ không thực sự hài lòng nhưng vẫn chấp nhận vì không còn sự lựa chọn nào khác.

Ngay cả các đối tượng của cuộc khảo sát nói trên cũng có mong muốn được làm việc tại một công ty tốt. Trên thực tế, trong số 1.564 nhân viên công sở và những người đang tìm việc thì có tới 704 người, tức gần một nửa số người được hỏi, đã đưa ra tiêu chuẩn về một công ty tốt như sau: 'một công ty có văn hóa doanh nghiệp thú vị và chế độ lao động tốt'. Một điều bất ngờ là trong cuộc khảo sát này, chỉ chưa đầy 13% số người tham gia đưa ra câu trả lời là 'công ty tốt là một công ty trả lương cao' (theo tài liệu điều tra năm 2013 của Tập đoàn incruit). điều này cho thấy ngày càng có nhiều bạn trẻ mong muốn tạo nên sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống khi làm việc tại một công ty mà họ yêu thích hơn là một công ty trả cho họ nhiều tiền. Tuy nhiên, thực tế là tại Hàn Quốc hiện nay, giới trẻ khó có thể tìm được công việc mà họ yêu thích. Bởi tại các công ty Hàn Quốc ngày nay, thay vì chăm lo tới đời sống, hạnh phúc của nhân viên thì phần lớn các chủ doanh nghiệp có xu hướng lãnh đạo với thái độ kiểm soát và giám sát nghiêm ngặt, gây ra áp lực tinh thần nặng nề xung quanh vấn đề cạnh tranh và thành tích trong công việc.

Tuy nhiên, bài học rút ra từ Nghịch lý của người Pháp (French Paradox) hay Thung lũng Silicon tại Mỹ (Silicon Valley) cho thấy môi trường làm việc thoải mái và vui vẻ lại là nền tảng để tạo nên hiệu suất cao trong công việc. Nghỉ ngơi nhiều hơn, thư giãn nhiều hơn để làm việc năng suất hơn, liệu "vòng tuần hoàn trong mơ" này có thể trở thành hiện thực?

Pháp: L'Oréal & Second House (Ngôi nhà thứ hai)

THÀNH CÔNG TỪ NGHỊCH LÝ CỦA ĐẤT NƯỚC LÀM VIỆC ÍT NHẤT TRÊN THẾ GIỚI

"Nếu làm việc chỉ vì công việc thì cuộc sống thật vô nghĩa. Khi con người làm việc nhiều đến nỗi không còn thời gian thư giãn, vui vẻ bên gia đình, tập thể thao hay đi dạo thì liệu công việc còn có ý nghĩa gì nữa?"

— VINCENT —

(Chủ sở hữu một Second House)

Bàn ăn của người Pháp hẳn sẽ khiến chúng ta phải ứa nước miếng khi nhìn vào. Nào là sô-cô-la ngọt ngào, bánh mỳ phết đầy bơ và kem béo ngậy, gà rán vàng ruộm, những miếng bít tết để nguyên dải mỡ bò. Một bàn tiệc với những món ăn ngọt ngào và béo ngậy như vậy hẳn sẽ khiến người thưởng thức cảm thấy vô cùng thỏa thuê. Mặc dù ăn nhiều thực phẩm giàu chất béo như vậy nhưng người Pháp không những không gặp phải những vấn đề về béo phì mà còn có thể tự hào với thân hình thon thả và ưa chuộng phong cách thời trang tinh tế. Thêm vào đó, một kết quả nghiên cứu khoa học cũng cho thấy, người Mỹ có tỷ lệ tử vong vì các chứng bệnh tim mạch thấp bất chấp thói quen ăn uống nhiều mỡ động vật và các loại thực phẩm có hàm lượng béo cao. Vẫn giữ được vóc dáng hoàn hảo và cơ thể khỏe mạnh dù hấp thu hàm lượng chất béo cao, đây chính là French Paradox – Nghịch lý của người Pháp.

Không cần phải lục tung các tài liệu có liên quan, chỉ cần dạo một vòng quanh các nhà hàng tại Paris vào giờ ăn trưa, chúng ta cũng có thể dễ dàng mục sở thị bí quyết ăn uống khỏe mạnh của người Pháp. Nghịch lý này bắt nguồn từ thú vui thưởng thức rượu vang trong khi thong thả dùng bữa của họ. Người Pháp thường không vội vàng trong ăn uống. Bữa ăn còn được họ coi là khoảng thời gian để giải tỏa căng thẳng khi cùng gia đình hay

bạn bè thư thả dùng bữa và thưởng thức rượu vang. Vì vậy không có gì lạ khi người Pháp thường dùng bữa khá lâu và bữa ăn của họ có khi kéo dài đến hơn hai tiếng. Người Pháp duy trì lối sống chậm rãi, không vội vàng, như một cách để đảm bảo sức khỏe và thưởng thức những điều vô cùng bình dị trong cuộc sống thường ngày.

Tuy nhiên, Nghịch lý người Pháp không chỉ được quan tâm như một chế độ ăn uống khoa học, mà gần đây, sức hấp dẫn của nó còn đến từ một khía cạnh khác. Đó là bằng cách nào những tác động của nghịch lý này đã giúp nước Pháp – một quốc gia với cường độ làm việc có thể coi là thấp nhất thế giới – vẫn duy trì được năng lực cạnh tranh và thu nhập ở mức cao? Đây là điều vô cùng khó hiểu, đặc biệt đối với người Hàn Quốc – những con người có số giờ làm việc cao nhất trên thế giới. Những ai từng du lịch đến Paris hẳn đã được trải nghiệm cảm giác thất vọng khi không thể tìm được một quán ăn còn mở cửa để lấp đầy cái bụng rỗng bằng một bữa trưa muộn vào khoảng 3 giờ chiều. Điều này hoàn toàn có thể xảy ra bởi phần lớn các nhà hàng ở Paris thường đóng cửa từ khoảng 2 rưỡi chiều và chỉ mở cửa phục vụ lại vào 6 rưỡi tối. Lý do là các đầu bếp và nhân viên phục vụ cần phải được nghỉ ngơi trong khoảng thời gian này. Điều này quả là đối lập với những nhà hàng chấp nhận mở cửa kinh doanh 24/24 giờ để tối đa hóa lợi nhuận tại Hàn Quốc.

Nghỉ ngơi - Sức mạnh của người Pháp

Vào Ngày Quốc tế Lao động hàng năm, khu vực trung tâm thành phố Paris náo nhiệt hơn hẳn ngày thường. Đoàn diễu hành của những người lao động bắt đầu tỏa đi khắp các con phố và tổ chức nhiều hoạt động đa dạng. Đây là một sự kiện khá đặc biệt khi mà các cuộc tuần hành biểu dương lực lượng của người lao động và các hoạt động lễ hội mừng ngày Quốc tế Lao động diễn ra cùng một lúc. Ý nghĩa của ngày này có thể được tìm thấy trong một loài hoa nhỏ bé. Hàng năm cứ vào dịp này, hoa lan

chuông lại nở rộ ở khắp nơi trên nước Pháp. Được coi là loài hoa tượng trưng cho sự may mắn, hoa lan chuông thường được mọi người dành tặng bạn bè, người thân với ý nghĩa cầu mong mùa xuân và những điều may mắn sẽ đến với họ. Ngày Quốc tế Lao động ở Pháp là sự hòa quyện giữa hương thơm lan chuông thoang thoảng và các cuộc diễu hành biểu dương tinh thần lao động. Vào ngày này, đường phố Paris tràn ngập những băng-rôn, khẩu hiệu yêu cầu cải thiện điều kiện lao động của dòng người biểu tình đang bừng bừng khí thế giữa cái nắng tháng 5 và những đóa hoa lan chuông trắng ngần.

Cách đây vài năm, một tờ nhật báo của Pháp từng đăng tải bức tranh biếm họa về cuộc đối thoại giữa Thủ tướng Pháp với Giám đốc hãng xe Toyota. Trong bức biếm họa này, Thủ tướng Pháp đang tự hào thông báo với Giám đốc hãng xe Toyota rằng Pháp đã áp dụng chế độ làm việc 35 giờ/tuần. Tuy nhiên, đáp lại niềm tự hào của Thủ tướng Pháp là câu hỏi bày tỏ thái độ nghi ngại của Giám đốc Toyota "Một ngày có 24 giờ, vậy chúng tôi làm thế nào sẽ làm việc được 35 tiếng?". Bức biếm họa này đã châm biếm những khác biệt trong quan điểm của người Pháp và người Nhật về thời gian làm việc. Tuy nhiên, khi nhìn vào đó, khán giả khó có thể cười trước hiện thực mà nó phản ánh: thực trạng lao động tại châu Á đang bộc lộ những cách biệt quá rõ rệt so với châu Âu.

Pháp nổi tiếng là quốc gia vô cùng quyết đoán trong việc lắng nghe các yêu cầu và quán triệt mạnh mẽ ý kiến của người lao động. Đặc biệt là đặc quyền không nhượng bộ về vấn đề thời gian làm việc của người lao động. Điều này được thể hiện qua thực tế rằng lao động Pháp có số thời gian làm việc trung bình thấp nhất trong các quốc gia châu Âu. Theo kết quả ghi nhận vào năm 2010, tổng thời gian làm việc mỗi năm của người Pháp là 1.679 giờ, ít hơn 224 tiếng so với nhân công ở nước láng giếng Đức.

Người Hàn Quốc thường hay buột miệng nói "Giá như bây giờ được nghỉ mấy ngày thì tốt biết mấy". Người ta thậm chí còn mắc phải "căn bệnh thứ hai" vô phương cứu chữa mỗi khi phải quay trở lại công việc vào thứ hai hàng tuần. Đó là dáng vẻ thường thấy của người lao động Hàn Quốc và cũng là bức tranh tự họa đáng buồn do phải làm việc 2.116 giờ mỗi năm tạo nên. Nếu nhìn vào thời gian làm việc chưa tới 1.700 giờ mỗi năm của người Pháp thì người lao động Hàn Quốc chẳng khác nào "cỗ máy làm việc". Luật lao động hiện hành của Pháp quy định thời gian làm việc bình quân của người lao động là 35 giờ/tuần. Tuy nhiên, có thể nhận thấy ngày càng có nhiều doanh nghiệp Pháp vẫn tiếp tục đưa ra yêu cầu giảm giờ làm và tăng ngày nghỉ.

Jean-jacques là một kỹ sư máy làm việc theo hình thức nhân viên hợp đồng tại hãng xe ô tô PSA Peugeot Citroen nổi tiếng của Pháp. Hình thức tuyển dụng này mới xuất hiện tại Pháp và còn được biết đến với tên gọi khác là "hình thức làm việc theo ngày". Với "hình thức làm việc theo ngày", người lao động được quyền tự do lựa chọn ngày làm việc và điều duy nhất họ cần tuân thủ là đáp ứng đủ số ngày công nhất định.

> *"Mỗi ngày tôi chỉ cần làm việc từ 10 giờ sáng đến 12 giờ trưa và tiếp tục từ 2 đến 4 giờ chiều là đã có thể kết thúc một ngày làm việc. Điều thực sự quan trọng không phải thời gian làm việc mà là tôi có thể đạt được mục tiêu được giao hay không. Điều này rất hệ trọng bởi công việc của tôi sẽ được đánh giá vào dịp cuối năm. Và người ta sẽ đánh giá dựa trên các tiêu chí như khả năng hợp tác với đồng nghiệp hay những tiến bộ về trình độ kỹ thuật, v.v… Tôi rất yêu thích công việc mang tính chất linh hoạt như thế này, bởi nó khiến bản thân mỗi người phải có trách nhiệm để tự quản lý giờ giấc của bản thân."*

Ngay cả với một chế độ làm việc không có áp lực về thời gian như vậy, Jean-jacques vẫn được hưởng chế độ nghỉ 5 tuần giữ nguyên lương như những nhân viên bình thường khác. Với chế độ này, người lao động có nhiều thời gian rảnh rỗi hơn cả vào

giữa tuần và họ coi đây là điều vô cùng hiển nhiên. Song, với những người hiếm khi có cơ hội được nghỉ liền 5 ngày như chúng ta thì một kỳ nghỉ dài 5 ngày có lẽ là một phần thưởng quá lớn. Trên thực tế, Pháp cũng là nước có quỹ ngày nghỉ nhiều nhất trên thế giới, trung bình mỗi năm người Pháp dành ra 38 ngày để tận hưởng các kỳ nghỉ. Vị trí thứ hai thuộc về người Ý với 31 ngày nghỉ và người Tây Ban Nha đứng vị trí thứ ba với 30 ngày mỗi năm. Trong khi đó, trung bình mỗi năm, người Mỹ chỉ có 13 ngày nghỉ.

Đối với Maxence, hiện đang là người thiết kế và lập kế hoạch tại một công ty xây dựng, nghỉ ngơi không chỉ đơn thuần là tạm thời ngừng làm việc mà còn là một phần tất yếu để cân bằng cuộc sống, giúp con người làm việc tốt hơn khi quay trở lại với công việc.

> *"Tại công ty tôi làm việc, một năm có 25 ngày nghỉ hưởng lương và nếu cộng thêm với kỳ nghỉ hàng tháng thì trung bình mỗi năm có tổng cộng 37 ngày nghỉ. Đặc biệt, năm ngoái tôi có thêm 10 ngày nghỉ nữa vì vợ sinh em bé. Thông thường nếu muốn nghỉ khoảng 1-2 tuần, bạn cần phải báo với cấp trên từ trước đó một tháng. Khi công ty có quá nhiều việc thì đề nghị của bạn cũng có thể bị từ chối, song điều này rất ít khi xảy ra. Bởi vậy, cho đến bây giờ, tôi chưa từng gặp phải vấn đề hay áp lực gì với các kỳ nghỉ. Tôi nghĩ rằng điều quan trọng nhất là sự cân bằng giữa cuộc sống gia đình và công việc. Phải có được sự cân bằng này thì tất cả mọi việc mới diễn ra trôi chảy. Như vậy, các kỳ nghỉ đóng vai trò như trục quay chính trong việc giữ và tạo nên khối cân bằng ấy."*

Hoàn toàn có thể lý giải vì sao người Pháp vẫn duy trì được nền kinh tế của họ dù cho thời gian họ dành cho công việc không nhiều và mỗi năm người ta đi nghỉ trong suốt hơn một tháng. Bởi người Pháp còn được biết đến như những lao động năng suất nhất trên thế giới. Một cuộc điều tra gần đây đã cho thấy mặc dù người Pháp không dành nhiều thời gian cho công việc,

sự thật là năng suất lao động của họ ở mức cao nhất thế giới. Bên cạnh đó, người Pháp cũng kiếm được nhiều tiền nhất với 25,1 đô-la cho mỗi giờ lao động. Như vậy, khó có thể khẳng định được là do việc với năng suất cao nên họ cần tới nhiều thời gian nghỉ ngơi, hay vì có nhiều thời gian nghỉ ngơi mà người ta có thể làm việc hiệu quả hơn. Nhưng rõ ràng, thực tế này đã cho thấy thêm một nghịch lý nữa của người Pháp. Đó là họ đã làm ít hơn nhưng lại kiếm được nhiều tiền hơn. Có thể thấy rằng điểm tương đồng giữa những người Pháp biết cách nghỉ ngơi một cách thông thái và làm việc với niềm yêu thích chính là việc được nghỉ ngơi đầy đủ đã mang lại cho họ niềm hứng khởi và nhiệt tình khi bắt tay vào những công việc mới. Sự thật là nhờ có điều này mà nước Pháp ngày càng tạo ra được nhiều việc khiến người lao động.

L'Oréal – Thiên đường dành cho những bà mẹ đi làm

Người ta đã phát hiện ra thêm những lợi ích khác từ việc giảm giờ làm tại Pháp. Khác với vấn đề giảm tỷ lệ sinh mà nhiều nước đang gặp phải, tỷ lệ sinh của Pháp đang tăng lên mỗi năm. Đây là lợi ích có được từ việc giảm gánh nặng chăm sóc con cái nhờ chính sách kéo dài các kỳ nghỉ cho người lao động. Đối với một bà mẹ trẻ đang nuôi ba con nhỏ như Leslie Azria, vừa chăm sóc con cái vừa phải xây dựng sự nghiệp là điều không hề dễ dàng, nhưng ít nhất cô có thể khẳng định rằng về phía công ty, cô không có gì phải lo lắng. Leslie Azria không phải đắn đo khi lựa chọn giữa công việc và nuôi dạy con cái, bởi trong suốt quá trình sinh con và nuôi con, cô luôn nhận được sự giúp đỡ và đảm bảo vững chắc từ phía công ty của mình – công ty L'Oréal.

> *"Tại L'Oréal, bạn có thể chỉ cần làm việc 4 ngày mỗi tuần. Đây là một sự hỗ trợ rất có ý nghĩa đối với những bà mẹ có con nhỏ, giúp họ có thêm nhiều thời gian để chăm sóc con cái. Ưu điểm lớn nhất khi làm việc tại đây là thời gian làm việc rất linh*

động. Công ty sẵn sàng tạo điều kiện giúp đỡ những khi bạn cần phải về sớm hơn một chút để chăm sóc con cái. Thậm chí nếu cần, bạn cũng có thể làm việc ngay tại nhà mà không phải đến công ty. Giống như tôi, nếu muốn, tôi hoàn toàn có thể làm việc của công ty bằng máy vi tính tại nhà."

L'Oréal không chỉ là thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng của Pháp mà đặc biệt còn là một nơi làm việc lý tưởng đối với phụ nữ. Công ty này có bề dày lịch sử hơn 100 năm phát triển với hơn 70.000 nhân viên trên toàn thế giới, được bình chọn là "công ty tốt nhất dành cho phụ nữ" ngay tại chính nước Pháp, quê hương của mình. Tại L'Oréal người ta duy trì chế độ làm việc 35 giờ/ tuần, nghỉ sinh và nuôi con nhỏ hưởng nguyên lương và cho phép nhân viên nghỉ thêm một ngày thứ tư mỗi tháng để đi chơi cùng gia đình. Nếu tính cả nghỉ hè, nghỉ Lễ phục sinh và kỳ nghỉ Giáng sinh thì mỗi năm người lao động có tới 38 ngày để nghỉ ngơi và thư giãn. Với chế độ làm việc như vậy, L'Oréal là "công ty trong mơ" đối với những phụ nữ có gia đình muốn vừa đi làm vừa có thể chăm sóc con cái. Frédéric – người phụ trách đào tạo nhân viên tại L'Oréal đang được tận hưởng trọn vẹn tất cả những quyền lợi đáng mơ ước này.

"Tôi đã nghỉ sinh trong 6 tháng, tức là nhiều hơn 4 tuần so với quy định của luật lao động. Trong thời gian tôi nghỉ sinh, công ty đã bố trí người làm thay công việc của tôi. Kỳ nghỉ sinh dài từ lâu đã là một truyền thống của L'Oréal. Công ty luôn hỗ trợ một cách toàn diện để tất cả các bậc phụ huynh bất kể là nhân viên nam hay nữ đều có thể duy trì được sự cân bằng giữa công việc và gia đình. Không những vậy, tôi còn được thăng chức ngay sau khi kết thúc kỳ nghỉ sinh và quay trở lại làm việc. Tôi đã nhận được rất nhiều lời chúc từ các đồng nghiệp của mình. Ngoài ra, nhân viên còn được hưởng nguyên lương trong thời gian nghỉ sinh. Mặc dù công ty chỉ trả 40% lương nhưng 60% còn lại được chính phủ bảo trợ bởi vậy trên thực tế người lao động vẫn được đảm bảo nhận đầy đủ số tiền lương như bình

thường. Với chính sách này, mọi vấn đề đều có thể được giải quyết."

Tuy nhiên, vẫn còn một lý do nữa để L'Oréal được mệnh danh là thiên đường dành cho những bà mẹ đi làm. Bởi giờ đây, L'Oréal còn đầu tư để thành lập và điều hành một vườn trẻ được gọi là "crèche" dành riêng cho con cái của các cán bộ công nhân viên trong công ty. Ngoài đội ngũ 14 giáo viên hiện đang làm việc, trung tâm chăm sóc trẻ của L'Oréal còn có sự tham gia của các y tá và chuyên gia tâm lý học. Bên cạnh đó, công ty này còn hỗ trợ cho những nhân viên gửi con tại vườn trẻ của công ty một khoản chi phí lên tới 5.000-6.000 euro một người mỗi năm. Một điều bất ngờ hơn nữa là những hành động thể hiện sự quan tâm nhằm hình thành sự bình đẳng giới tính tại L'Oréal có được là nhờ những quyết định của chính ban lãnh đạo công ty chứ không phải từ áp lực đấu tranh của công đoàn lao động hay các nhân viên. Jean Claude Le Grand, nhân sự cấp cao hiện đang đảm nhận trọng trách cải thiện các vấn đề bất bình đẳng tại L'Oréal, chỉ nhún vai bình thản khi đề cập tới vấn đề này.

"Các doanh nghiệp chắc chắn cũng sẽ chịu thiệt hại không nhỏnếu tỷ lệ sinh ở phụ nữ giảm dẫn tới sụt giảm lực lượng lao động trong tương lai. Nếu nhận thấy được rằng một ngày nào đó, dân số thế giới sẽ bị sụt giảm nghiêm trọng thì ngay từ bây giờ, chúng ta cần phải tiến hành những dự án phúc lợi dành cho các nhân viên nữ như một cách để đầu tư cho tương lai."

Tại L'Oréal, mức độ hạnh phúc của nhân viên tỷ lệ thuận với khả năng phát triển của doanh nghiệp. Liệu đây có phải là bí quyết giúp L'Oréal có thể giữ chân người lao động để họ gắn bó trung thành với công ty trong khoảng thời gian trung bình là 20 năm? Một nhân viên mới vừa kết thúc thời gian thử việc tại đây cho rằng, được hưởng những chế độ phúc lợi của công ty là quyền lợi đương nhiên thuộc về người lao động.

“Là một công ty mỹ phẩm hướng tới đối tượng khách hàng chủ yếu là phụ nữ, L’Oréal tuyển dụng rất nhiều nhân viên nữ. Bởi vậy, việc công ty nên tạo ra một môi trường làm việc lý tưởng cho các nhân viên nữ chẳng phải là hoàn toàn tự nhiên hay sao? Điều này có vẻ như không có gì quá đặc biệt?”

Một công ty thăng chức và cho phép nhân viên nữ thay đổi bộ phận làm việc ngay khi họ vừa quay trở lại làm việc sau kỳ nghỉ sinh, một công ty thành lập riêng một trung tâm chăm sóc trẻ tối tân dành con cái của cho những nhân viên nghỉ chăm sóc con nhỏ trong 3 tháng, một công ty cho nhân viên quyền tự do chọn lựa nghỉ vào một ngày thứ tư bất kỳ trong tháng khi các trường học cũng được nghỉ để đi chơi cùng gia đình, một công ty thậm chí còn hỗ trợ nhân viên trong việc mua sắm cho gia đình, v.v… Vậy mà người Pháp lại cho rằng chế độ của công ty này không quá đặc biệt. Có lẽ suy nghĩ này của họ mới cho chúng ta thấy thế nào là “Nghịch lý người Pháp” thực thụ.

Những kỳ nghỉ đã đi vào đời sống sinh hoạt, một nền kinh tế địa phương đang hồi sinh

Tháng 5 tại Pháp đẹp vô cùng. Mặc cho trung tâm thủ đô Paris luôn ở trong tình trạng đông đúc, chỉ mất khoảng một giờ đồng hồ để ra tới ngoại ô thành phố, chúng ta sẽ được đắm mình trong khung cảnh thiên nhiên nước Pháp đẹp như tranh. Ở đó, không chỉ có những mái nhà nông thôn, mà còn dễ dàng bắt gặp một hình thái nhà ở khác. Đó chính là ngôi nhà thứ hai (second house) của những người dân thành thị. Jeremy, gần 30 tuổi, nhân viên của một công ty bình thường, đang chuẩn bị cho kỳ nghỉ Quốc tế Lao động. Được biết vào mỗi kỳ nghỉ, Jeremy đều trở về căn nhà thứ hai của anh ở vùng ngoại ô để tận hưởng những giây phút thư thái.

“Hiện nay, tôi đang sống trong một căn hộ nhỏ cho thuê ở Paris. Ngoài ra, tôi đã sắm một căn nhà thứ hai ở ngoại ô

thành phố. Nghỉ ngơi ở nhà cũng không có vấn đề gì nhưng đôi khi chỉ riêng việc thay đổi không khí một chút thôi cũng giúp chúng ta có thêm năng lượng. Vùng ngoại ô rất yên tĩnh, giá cả phải chăng hơn rất nhiều so với ở thành phố và trên hết vẫn là phong cảnh đồng quê xinh đẹp. Trong một năm, tôi sống ở ngoại ô khoảng hơn một tháng và nơi đó thực sự là ngôi nhà thứ hai của tôi."

Đúng như lời Jeremy, Normandy là nơi hoàn hảo để tận hưởng trọn vẹn cuộc sống đồng quê. Không có sự bủa vây của những tòa nhà chọc trời, những ngôi làng ở Normandy tràn đầy sức sống tự nhiên. Các hoạt động kỷ niệm ngày Quốc tế Lao động ở Normandy được tổ chức với một sắc màu riêng, theo một cách diễm lệ như chính vẻ đẹp nơi đây. Vẻ đẹp của những nẻo đường quê nhỏ ngập tràn hoa lan chuông bất giác khiến người ta phải ngẩn ngơ cất lời cảm thán. Đoàn diễu hành của làng với những đầu máy kéo chở đầy hoa lăn bánh trong tiếng hò reo của người dân hoàn toàn khác với những cuộc tuần hành ở thủ đô Paris. Nếu tại các thành phố lớn, ngày Quốc tế Lao động luôn kèm theo các cuộc tuần hành thị uy thì tại những làng quê, ngày này không phải là biểu tượng của tinh thần đấu tranh giành quyền lợi, mà chỉ đơn thuần là một lễ hội đầy niềm vui quy tụ sự tham gia của tất cả mọi người. Cha của Jeremy, ông Vincent cũng quyết định dừng chân tại Normandy. Vincent hiện đang điều hành một công ty địa phương chuyên xuất bản những cuốn sách du lịch nhỏ và đang nỗ lực thúc đẩy truyền bá thông tin du lịch địa phương. Ông còn dành một phần ngôi nhà của mình để làm nhà nghỉ tiện nghi dành cho khách du lịch nhằm quảng bá hình ảnh lãng mạn của những nhà nghỉ ngoại ô tới người dân thành thị. Ngôi nhà thứ hai ở ngoại ô từng chỉ là một phần của các kỳ nghỉ nay đã trở thành tâm điểm trong cuộc sống hàng ngày của Vincent. Đối với ông, ngôi nhà đó là chất xúc tác quan trọng để tạo nên sự cân bằng trong cuộc sống.

"Chỉ mới trong thế kỷ XIX đây thôi, con người đã sống mà không hề biết tới ngày nghỉ và ngay cả trẻ em cũng phải lao

động cật lực để tồn tại. Tuy nhiên, thời thế đã đổi thay và con người đã dần biết cách dành thời gian cho các hoạt động tự do cá nhân. Nếu làm việc chỉ vì công việc thì cuộc sống thật vô nghĩa. Khi con người làm việc nhiều đến nỗi không còn thời gian thư giãn, vui vẻ bên gia đình, tập thể thao hay đi dạo thì rốt cuộc công việc còn có ý nghĩa gì nữa? Nếu sở hữu một căn nhà ở nông thôn thì bạn có thể cùng gia đình, bạn bè thắt chặt thêm tình thân và tận hưởng những giây phút yên bình tại đây. Trong một ngôi nhà ở nông thôn, có rất nhiều điều bạn có thể làm cùng những người thân yêu, những điều không thể có được ở các căn hộ thành phố."

Hiện nay, ở Pháp có khoảng 30.000 căn nhà thứ hai như thế ở nông thôn thuộc quyền sở hữu của những người dân thành thị. Thanh niên Pháp đang có xu hướng tránh xa những đô thị đắt đỏ và tìm về các địa phương nơi vật giá hợp lý hơn để sở hữu một căn nhà mà họ xem như ngôi nhà thứ hai của mình. Người Pháp ngày nay yêu thích việc tận hưởng các kỳ nghỉ trong bầu không khí yên bình, thư giãn ở ngay chính những vùng ngoại ô hơn là dành cả kỳ nghỉ dài ở một đất nước xa lạ.

Điều đặc biệt là gần đây, người Pháp đang dành mối quan tâm đặc biệt tới một hình thức nhà nghỉ cuối tuần có tên gọi "Gite". Gite vốn là những ngôi nhà ở nông thôn được sửa sang lại và sử dụng như những nhà nghỉ dành cho khách du lịch. Trong vòng 10 năm trở lại đây, phong trào cải tạo nhà thành nhà nghỉ như vậy phát triển mạnh mẽ và hiện nay trên toàn nước Pháp có tới hơn 50.000 ngôi nhà Gite. Hình thức kinh doanh nhà nghỉ Gite không chỉ hoạt động tốt vào mùa du lịch mà thậm chí danh sách khách đặt thuê trước còn kín lịch trong suốt một năm.

Ngôi nhà thứ hai và nhà nghỉ Gite không chỉ làm thay đổi văn hóa nghỉ ngơi của người dân thành thị mà còn trở thành động lực phát triển nền kinh tế địa phương. Cùng với làn sóng trở về nông thôn để nghỉ dưỡng, nhiều công ăn việc làm mới đã được tạo ra tại địa phương. Làn sóng này đã kéo theo trước hết là các

nhà thiết kế cảnh quan tham gia vào công tác cải tạo và thiết kế lại các mái nhà nông thôn, tiếp đó là sự xuất hiện của các cửa hàng địa phương, nhà hàng, văn phòng bất động sản, hướng dẫn viên du lịch, v.v... góp phần hồi sinh các hoạt động thương mại cơ bản của địa phương và đặc biệt là thu hút rất nhiều bạn trẻ trở về xây dựng quê hương. Các kỳ nghỉ dài giờ đây đã trở thành một phần tất yếu trong cuộc sống của người Pháp và đang tạo ra những xu hướng mới. Một trong những thay đổi trông thấy là cuộc sống sung túc, đủ đầy của người dân địa phương sau khi nền kinh tế nơi đây được thúc đẩy dưới tác động của mô hình ngôi nhà thứ hai. Đây cũng là sự thay đổi được tạo ra từ chính những người như Jeremy khi anh sử dụng các nhà hàng hay cửa hiệu tại địa phương trong thời gian nghỉ ngơi tại ngôi nhà thứ hai của mình ở vùng ngoại ô.

Trong suốt kỳ nghỉ, Jeremy thường xuyên lui tới một tiệm bánh mỳ quen đã có lịch sử hơn 20 năm. Người chủ với mái tóc điểm bạc cho biết, cuộc sống của ông đã dư dả hơn nhiều khi những ngôi nhà thứ hai xuất hiện tại đây.

> *"Hiện tượng giới trẻ ngày nay dành nhiều thời gian hơn ở vùng nông thôn đã mang lại nhiều lợi ích cho kinh tế địa phương. Các bạn trẻ càng nghỉ ngơi và vui chơi ở đây lâu thì nền kinh tế địa phương càng phát triển. Nhờ có mô hình ngôi nhà thứ hai, không chỉ các cửa hiệu nhỏ mà còn nhiều lĩnh vực tưởng chừng như đang dần biến mất ở địa phương như thị trường bất động sản, các sản phẩm du lịch đã được cứu sống."*

Sự bùng nổ của mô hình ngôi nhà thứ hai cho thấy đây là một minh chứng khác về sự thành công của "Nghịch lý người Pháp" khi tạo ra nhiều việc làm hơn bằng cách làm việc ít hơn. Câu nói "Hàn Quốc là nấm mồ của người lao động" phản ánh hiện thực bức bối của lao động tại Hàn Quốc – quốc gia có thời gian làm việc nhiều nhất và số ngày nghỉ ít nhất trong số các quốc gia thuộc tổ chức Hợp tác và Phát triển (OECD). Trên thực tế, Hàn Quốc cũng là nước có tỷ lệ tử vong ở nam giới trong độ tuổi 40

lớn nhất trên thế giới (theo *Vấn đề nhân quyền và cuộc sống của lao động nam giới trong độ tuổi 40 ở Hàn Quốc*, của giáo sư Jeong Yu Seon trường Đại học Sogang). Hơn tất cả, hiện thực rõ rệt nhất cho thấy tình trạng bức bối của người lao động tại Hàn Quốc chính là tần suất sử dụng ngày nghỉ của họ. Theo kết quả điều tra của Viện nghiên cứu Văn hóa và Du lịch Hàn Quốc, tỷ lệ sử dụng số ngày nghỉ phép thường niên của người lao động tại Hàn Quốc là 46,4%. Điều này tương ứng với việc bình quân người lao động Hàn Quốc nghỉ 7,1 ngày trong tổng số 15,3 ngày nghỉ phép trung bình thường niên. Nguyên nhân đầu tiên dẫn tới tỷ lệ sử dụng ngày nghỉ phép thấp như vậy là do không khí cứng nhắc nơi công sở. Một phần do áp lực và cường độ công việc không cho phép, một phần vì còn phải để ý tới thái độ của cấp trên, bởi vậy, người lao động thường chia nhỏ quỹ ngày nghỉ để sử dụng hoặc nhiều trường hợp họ không thể dùng tới số ngày nghỉ phép mà đáng ra họ được hưởng. Điều này có thể cho thấy mặc dù đã được coi là một nước phát triển song Hàn Quốc vẫn chưa hoàn toàn thoát khỏi hình thức làm việc lương thấp – thời gian làm việc nhiều điển hình của một nước đang phát triển.

Hoa kỳ: Google

GOOGLE CAMPUS - MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC VUI VẺ

“You can be serious without a suit!”

(Bạn không cần tới một bộ vest để tỏ ra nghiêm túc!)

— KHẨU HIỆU TẠI GOOGLE —

Môi trường làm việc cứng nhắc khiến con người trở nên thiếu cá tính chính là một trong những nguyên nhân tác động xấu tới kết quả công việc. Lý do là bởi thế hệ trẻ ngày nay gần gũi với sự tự do hơn là sự quản lý và tính tự do lại tỏ ra hiệu quả hơn trong những công việc yêu cầu sự sáng tạo. Nhận thấy điều này, các doanh nghiệp đang không ngừng nỗ lực để tạo nên một môi trường làm việc tự do, xóa bỏ hoàn toàn phương thức làm việc truyền thống để bắt kịp với xu hướng thay đổi của thời đại. Cùng với đó là sự hình thành của sợi dây đồng cảm đặt chất lượng công việc lên trên số lượng giữa doanh nghiệp và người lao động. Công sở là nơi để trải nghiệm văn hóa công sở vui vẻ, nơi người lao động có thể được thư giãn một cách thông minh và hứng thú với công việc thay vì là nơi khiến con người bị công việc bủa vây; công sở cũng là nơi biến cuộc sống của con người trở thành mối giao hòa giữa công việc và nghỉ ngơi chứ không phải nơi biến chúng thành hai đường thẳng song song trong cuộc đời họ – chúng ta phải tìm ở đâu một môi trường làm việc lý tưởng như vậy? Tại Mỹ có một công ty 4 năm liền được bình chọn là nơi làm việc lý tưởng nhất. Liệu con người có thực sự trở nên hạnh phúc khi làm việc tại đây? Nơi các cuộc cải cách nhằm biến môi trường làm việc trở thành sân chơi của người lao động đang không ngừng diễn ra, nơi được coi là trung tâm của thế giới Internet – Google hiện đang được vận hành theo phương thức nào?

20% nhiệm vụ mỗi ngày là hãy chơi một cách trí tuệ

Các Googler (nhân viên làm việc tại Google) không gọi Trụ sở chính của Google đặt tại Moutain View, California, Hoa Kỳ là nơi làm việc mà gọi là khuôn viên trường học (campus). Tại đây, sự tự do được coi trọng hơn kỷ luật và những việc muốn làm thì luôn nhiều hơn việc phải làm. Khó có thể phân biệt được đây là một công ty hay một công viên khi bước vào bên trong

“campus”. Bước vào trụ sở Google, ngay lập tức, ta bị thu hút bởi những người đang nhâm nhi tách cà phê trong những quán cà phê ngoài trời, những người đang tận hưởng ánh nắng mặt trời trên những chiếc xe đạp sặc sỡ đủ màu sắc, thậm chí có cả những người đang dắt chó đi dạo, những người thư thái đọc sách, nghe nhạc hay chơi game ngay vào lúc cao điểm bận rộn của khung giờ làm việc trong ngày. Trong một sân vận động rải cát nằm ngay tại khuôn viên trụ sở đang diễn ra một trận thi đấu bóng chuyền vô cùng gay cấn. Tôi tự hỏi rốt cuộc những Googler đang làm việc lúc này trốn vào góc nào? Dưới đây là lời diễn giải về môi trường làm việc đặc biệt chỉ có tại Google của Iveta Brigis, hiện đanglà Quản lý Dự án, thuộc phòng Đào tạo của Google (Program Manager, Google Education Team).

> *“Tại Google không tồn tại những không gian làm việc truyền thống. Chúng tôi vẫn làm việc ngay cả khi đang dùng máy tính trên ghế sofa hay ngồi đọc sách trên bãi cỏ. Có rất nhiều điều thú vị khi bạn làm việc tại Google. Bắt đầu từ những không gian chung với các phương tiện giải trí như bàn bóng bàn, bàn chơi bi-da, sân chơi bowling cho tới việc các nhân viên có thể mang thú cưng tới nơi làm việc. Điều quan trọng là phải giúp cho tất cả mọi người có được khoảng thời gian thoải mái khi đến công ty. Niềm vui được coi là giá trị cốt yếu trong văn hóa Google. Điều này nhằm kích thích tối đa khả năng phát huy tính sáng tạo ở nhân viên. Chúng tôi tin rằng niềm vui sẽ giúp nhân viên gắn bó hơn với công ty và giúp họ giải tỏa căng thẳng khi làm việc trong các văn phòng. Bởi những ý tưởng sáng tạo chỉ có thể nảy sinh khi đầu óc không bị căng thẳng.”*

Google tin rằng sự tự do, thoải mái sẽ nâng cao hiệu quả làm việc của các nhân viên, hơn là việc gò bó họ trong những không gian làm việc cứng nhắc. Giống như ý nghĩa gửi gắm trong câu khẩu hiệu lưu hành nội bộ tại Google, “You can be serious without a suit! (Bạn không cần tới một bộ vest để tỏ ra nghiêm túc!)”, con người vẫn có thể phát huy tối đa tính sáng tạo và hiệu suất công việc mà không cần tới bất cứ một hình thức cầu kỳ

nào. Chính sách khuyến khích nhân viên đầu tư 20% thời gian làm việc cho những ý tưởng của riêng mình hiện được áp dụng tại Google chính là bước khởi động cho quá trình lột xác thoát khỏi những hình thức đó. Iveta đã đề cập tới chính sách 20% thời gian này như một niềm tự hào của Google.

> *"Theo chính sách này, với sự chấp thuận của cấp trên, mọi nhân viên có thể sử dụng 20% thời gian làm việc của bản thân cho những dự án không nhất thiết phải có liên quan trực tiếp tới công việc hiện tại của họ, miễn là việc đó nằm trong phạm vi hoạt động của Google. Điều này không có nghĩa là một nhân viên sẽ làm những việc khác nhau mỗi ngày trong tuần. Google chỉ tạo điều kiện để các nhân viên có thể tham gia vào những công việc khác ngoài nhiệm vụ chính của họ. Đó cũng được coi là thời gian để các nhân viên có thể đi tìm câu trả lời cho câu hỏi làm sao để Google có thể chăm sóc khách hàng tốt hơn, hướng tới tầm nhìn xa hơn – viễn cảnh tương lai to lớn của Google chứ không chỉ dừng lại ở công việc nhất định nào đó mỗi ngày. Việc trao quyền tự do cho nhân viên như vậy là một ý tưởng xuất sắc của họ. Và Gmail chính là một trong những ý tưởng tiêu biểu ra đời trong 20% thời gian làm việc ấy."*

Google cũng đang nỗ lực trong việc phổ biến triết lý kinh doanh "Đừng trở nên xấu xa" (Don't be evil) vào môi trường làm việc của nhân viên. Chính nhờ điều này mà Google trở thành công ty có tỷ lệ thôi việc thấp nhất và liên tục giữ vững danh hiệu "công ty có môi trường làm việc lý tưởng nhất" tại Mỹ. Trước khi kiến tạo nên một thế giới tốt đẹp hơn bằng những công nghệ hiện đại, cần phải tạo nên một môi trường làm việc vui vẻ và thoải mái cho người lao động, bắt đầu từ việc quan tâm tới những nhu cầu nhỏ bé nhất của mỗi người. Không cần phải làm những việc xấu xa để kiếm ra tiền, không cần phải khổ sở vì công việc mà vẫn tạo nên thành quả, đó là những điều mà ai cũng mong muốn song không phải ai cũng làm được. Nhưng những lớp giá trị mới được phát hiện về ý nghĩa thực sự của lao động đang

nâng cấp toàn bộ văn hóa công sở nước Mỹ, cũng như biến những mơ ước của con người trở thành hiện thực.

Hình ảnh những nhân viên Google tận hưởng cảm giác thích thú và thảnh thơi khi làm việc trong một khoảng sân rộng, giống với khuôn viên một trường đại học hơn là những văn phòng khép kín hẳn sẽ khiến chúng ta liên tưởng tới những tân sinh viên trẻ trung và đầy sức sống. Tôi chợt thấy tò mò về ý tưởng cho việc tạo ra bầu không khí thảnh thơi này. Chưa biết chừng trong tương lai không xa, những ý tưởng vĩ đại có thể thay đổi toàn bộ thị trường Internet thế giới sẽ được sinh ra từ chính những cái đầu biết nghỉ ngơi và chơi hết mình này. Hãy ghi nhớ rằng, "Bạn không cần tới một bộ vest để tỏ ra nghiêm túc."

Chi phí cho những bữa ăn nhẹ của nhân viên là 70 triệu đô-la/năm

Nếu đã cảm thấy bất ngờ trước khung cảnh diễn ra tại khuôn viên của Google thì chắc chắn bạn sẽ còn bị choáng ngợp hơn bởi hệ thống cơ sở vật chất được bố trí bên trong tòa nhà trụ sở. Như đã được giới thiệu từ trước, tại đây không thiếu các thiết bị phục vụ nhu cầu giải trí như sân chơi bowling hay bàn đánh bóng bàn mà còn trang bị từ trung tâm chăm sóc trẻ em, phòng giặt cho tới trung tâm thú cảnh. Với hệ thống cơ sở vật chất được trang bị ở cấp độ này, Google giống với một thành phố hơn là một campus. Một trong những điều đáng ghen tị nhất của Google có thể kể đến là quầy phục vụ đồ ăn nhanh và quán cà phê hoàn toàn miễn phí tại đây. Trên thực tế, mỗi năm Google chi tới 70 triệu đô-la chi phí phục vụ các bữa ăn nhẹ cho toàn bộ nhân viên công ty. Quán ăn của công ty chỉ sử dụng nguyên liệu là các loại thực phẩm hữu cơ thân thiện với môi trường và phục vụ hoàn toàn miễn phí cho tất cả nhân viên. Dường như Google đang phụng sự nhân viên chứ không phải là tuyển dụng họ. Iveta đã giới thiệu về quán cà phê của Google như sau:

"Nếu đi loanh quanh trong trụ sở Google, chúng ta có thể khám phá ra những yếu tố tạo cảm hứng ở khắp mọi nơi. Và tất cả những điều này đều ẩn chứa lý do riêng của nó. Có thể nhận ra rằng quán cà phê này có nhiều loại bàn ghế khác nhau, nhưng không hề có loại bàn một người để ai đó ăn uống hay đọc sách một mình. Đó là bởi các nhân viên cần phải gặp gỡ và giao lưu, trao đổi với nhau thật tự nhiên mới có thể biến những ý tưởng dù là nhỏ nhất thành những cuộc cách mạng. Khi nhiều người sở hữu những khả năng khác nhau gặp gỡ và tụ họp lại, họ sẽ giúp nhau tìm ra cách giải quyết mới cho vấn đề nào đó. Quán cà phê tại Google được thiết kế riêng để tạo nên những mối hợp tác như vậy. Tại đây, chúng tôi cũng có những căn bếp nhỏ. Tưởng chừng như căn bếp nhỏ này giống một không gian chỉ phục vụ cho nhu cầu cá nhân, song, trên thực tế, đây lại là một không gian làm việc nơi các nhân viên có thể hợp tác với nhau và tiến hành công việc theo những phương thức sáng tạo nhất."

Tại Google, chúng ta sẽ không hề thấy bóng dáng của các vách ngăn, thay vào đó là những chiếc bàn lớn dành cho cuộc họp nhóm hay những chiếc ghế sofa với gối tựa. Thông qua những không gian như vậy, các cộng đồng mới liên tục được hình thành bên trong nội bộ Google. Iveta cho rằng sức cạnh tranh của doanh nghiệp đến từ việc nuôi dưỡng những giá trị vô hình như vậy chứ không phải từ những cơ sở vật chất có thể nhìn thấy được.

"Chính những giá trị vô hình đã biến Google trở thành một môi trường làm việc thực sự lý tưởng như hiện nay. Đó chính là nhận thức về sứ mệnh, tính minh bạch và các đề xuất. Trên thực tế, lý do lớn nhất để các nhân viên muốn làm việc tại Google là bởi họ tin rằng với những công việc tại đây, họ có thể góp phần tạo nên một thế giới tốt đẹp hơn. Các nhân viên Google cảm nhận được rằng họ mang trong mình sứ mệnh phải tạo ra những công nghệ có thể cải thiện cuộc sống của con người. Trong khi đó, giữa tính minh bạch và các đề xuất lại tồn tại mối quan hệ mật thiết. Google luôn cung cấp đầy đủ thông

tin tới toàn thể nhân viên về các quyết định và đường hướng của công ty, đồng thời tích cực tiếp thu các ý kiến phản hồi của họ."

Đúng như lời giải thích của Iveta, trên thực tế, các lãnh đạo công ty thậm chí còn chuẩn bị và dành ra một khoảng thời gian nhất định để thông báo những thông tin cơ mật có liên quan tới hoạt động của công ty cho các nhân viên. Google đã nuôi dưỡng và khắc sâu tinh thần tập thể trong mỗi nhân viên thông qua việc đều đặn thông báo tới họ về các quyết định và cách thức tiến hành công việc của công ty. Trong quá trình này, tất cả các nhân viên đều có thể nói lên suy nghĩ của bản thân và công ty sẽ tiếp nhận những ý kiến đó. Ngoài ra, Iveta cho biết, hàng năm, một cuộc điều tra khảo sát có tên gọi là Googlegeist được Google thực hiện với đối tượng tham gia là toàn thể nhân viên với mục đích sửa chữa và hoàn thiện phương châm kinh doanh của công ty.

Danh hiệu "Công ty có môi trường làm việc tốt nhất trên thế giới" sẽ không thể có được nếu Google chỉ tập trung tấn công vào số lượng. Google tin rằng nhân tài là tài sản lớn nhất của doanh nghiệp. Ngay cả bây giờ, gã khổng lồ này vẫn không ngừng tìm kiếm các biện pháp dù là nhỏ nhất để tăng thêm niềm vui và sự thoải mái cho các nhân viên, nhằm hướng tới mục đích cuối cùng là thực hiện cuộc cách tân hoàn toàn mới. Mà theo cách này, các Googler có thể giải trí nhiều hơn và nhìn nhận thế giới qua một lăng kính sáng tạo hơn nữa.

Hàng năm, có tới 2 triệu lá đơn xin việc từ khắp nơi trên thế giới bay về Google. Iveta cho rằng không phải bất cứ ai cũng cần làm việc giống như một Googler, tuy nhiên, để có thể trở thành một Googler, điều quan trọng nhất là cần phải có tinh thần tự chủ.

"Google luôn cần tới những nhân viên có thể tự tạo ra động lực cho bản thân trong một môi trường làm việc tự do như thế này. Đó chắc chắn phải là một người năng động và có tinh thần trách nhiệm cao, không cần phải chờ đợi mệnh lệnh cho từng

việc. Trên thực tế, chính bản thân các nhân viên cũng không muốn bị yêu cầu làm việc này việc kia, mà họ luôn mong muốn được giữ tư thế chủ động trong công việc. Nếu muốn thành công thì nhất định bạn sẽ cần tới những tố chất như vậy. Ngoài ra, tôi cho rằng khả năng lãnh đạo cũng là một trong những yếu tố vô cùng quan trọng quyết định tới thành công của mỗi con người. Để có thể thành công, chúng ta cần phải làm việc với tất cả tinh thần trách nhiệm và nỗ lực không ngừng để góp phần tạo nên một thế giới tốt đẹp hơn trên mỗi bước đường ta đi. Chúng tôi không tìm kiếm những con người mong muốn trở thành một CEO. Chúng tôi cần tới những người có tinh thần tự chủ cao độ và luôn cố gắng hết mình, luôn ấp ủ những mơ ước lớn lao ngay trong những việc bình thường nhất."

Google chính là đại diện tiêu biểu cho những tổ chức áp dụng triệt để triết lý kinh doanh điển hình của các công ty Mỹ: thoải mái trong quá trình làm việc nhưng nghiêm túc, khắt khe trong đánh giá kết quả công việc. Và có thể thấy rằng, các nhân viên Google đang đền đáp những đãi ngộ đặc biệt về điều kiện làm việc của công ty bằng hành động cụ thể. Họ đang làm việc với lòng nhiệt tình và niềm đam mê xuất phát từ tinh thần tự chủ cao độ. Với một niềm tin mạnh mẽ rằng giá trị của công ty chỉ được nâng cao khi giá trị của từng nhân viên được trân trọng một cách xứng đáng, tại Google, có những con người đang vui hết mình thay vì làm việc một cách đối phó.

Hoa kỳ: Công ty Smule

LÀM VIỆC 4 NGÀY MỘT TUẦN ĐÃ QUÁ MỆT MỎI RỒI, HÃY THÊM NHỮNG NÉT CHẤM PHÁ VÀO CÔNG VIỆC!

“Đối với tôi, 4 ngày là quá nhiều cho một tuần đi làm. Việc phải đến văn phòng hàng ngày tự nó đã biến bản thân công việc thành một chuỗi những hành động máy móc. Bạn sẽ không thể làm việc sáng tạo với những yêu cầu mang tính cưỡng chế. Bởi vậy, tôi cho rằng tính linh hoạt và sáng tạo là những giá trị luôn song hành cùng nhau.”

— PRERNA GUPTA —

(Giám đốc Nhân sự của Smule)

Chắc hẳn những ai đã đi làm cũng từng rơi vào tình huống phải tạm gác việc nhà để tới công sở nhưng lại không thể yên tâm tập trung cho công việc. Khi ấy, chúng ta thường nghĩ giá có thể nhanh chóng giải quyết gọn ghẽ việc nhà rồi quay trở lại và tập trung toàn bộ tâm trí cho công việc thì có lẽ sẽ làm việc hiệu quả hơn… Như vậy, công ty cũng được lợi… Hơn nữa, tùy theo tính chất công việc và đồng hồ sinh học của mỗi cá nhân, trong nhiều trường hợp, con người sẽ đạt được thành tích tốt hơn nếu được làm việc vào thời điểm phong độ và năng suất nhất. Chính vì lý do này mà hiện nay tại Hàn Quốc có không ít các doanh nghiệp đã bắt đầu áp dụng chế độ làm việc linh hoạt và được đón nhận tích cực. Và trên thế giới, có một nơi mà các doanh nghiệp sẵn sàng thử nghiệm bất cứ phương pháp nào, nếu điều đó có thể nâng cao khả năng sáng tạo và năng suất làm việc cho nhân viên của họ. Đó chính là Thung lũng Sillicon, Hoa Kỳ. Sau đây, chúng ta hãy cùng tìm hiểu về cách mà người ta đang điều hòa năng suất, công việc và cuộc sống bằng cách thêm vào những nét chấm phá trong công việc thay vì việc chấm công nhàm chán tại một công ty nằm ở Thung lũng Sillicon.

Quãng nghỉ mà họ lựa chọn, chế độ làm việc linh hoạt

Giữa một buổi sáng ngày thường, thay vì bận bịu chuẩn bị đi làm thì tại nhà riêng của Prerna Gupta, bầu không khí lại vô cùng điềm nhiên và thư thái. Sau khi thức dậy khá muộn, Gupta còn tập một bài yoga rồi mới bắt đầu chuẩn bị bữa sáng. Chồng cô cũng không có vẻ gì vội vã. Tại sao cặp đôi công sở này lại có thể bắt đầu ngày mới một cách bình thản đến vậy cho dù họ không phải là những người làm nghề tự do? Câu trả lời nằm ở chế độ làm việc linh hoạt. Hai vợ chồng Gupta cùng làm việc tại Smule – một công ty phát triển phần mềm ứng dụng trên các thiết bị di động. Smule hiện đang hoạt động với khoảng 70 nhân viên và là niềm mơ ước đối với nhiều nhân viên công sở bởi đây là nơi khuyến khích áp dụng chế độ làm việc linh hoạt phù hợp với hoàn cảnh của mỗi nhân viên. Prerna Gupta, người hiện đang giữ vị trí Giám đốc Sản xuất tại Smule cho biết cô chỉ tới công ty ba lần một tuần, thời gian còn lại cô thường xử lý công việc tại nhà. Quãng đường từ nhà tới công ty thường mất một tiếng đồng hồ và đối với cô việc lặp đi lặp lại hành động này hàng ngày là một sự lãng phí thời gian không cần thiết.

> *"Smule quy định các nhân viên một tuần tới công ty làm 4 ngày và làm việc tại nhà một ngày còn lại. Nhưng đối với tôi, một tuần đến công ty 4 ngày là quá nhiều. Tôi nghĩ rằng trong cuộc sống, điều quan trọng nhất là giữ được mối đồng điệu giữa công việc và cuộc sống cá nhân. Việc phải đến văn phòng hàng ngày tự nó đã biến bản thân công việc thành một chuỗi những hành động máy móc. Nó cản trở những việc mà chúng ta chỉ có thể tập trung tốt nhất khi được ở một mình. Điều này cũng góp phần hạn chế cơ hội để sáng tạo. Bởi vậy, tôi cho rằng tính linh hoạt và tính sáng tạo luôn là những giá trị song hành."*

Giờ giấc làm việc linh hoạt và không kéo dài là điều kiện lao động hoàn hảo đối với những người vừa đi làm vừa chăm sóc con cái như Gupta. Cô tin rằng thời gian làm việc ngắn cùng với nhiều thời gian rảnh rỗi đã mang lại sức cạnh tranh cho Smule trước các đối thủ trên thị trường. Bởi chính sách làm việc này rõ

ràng đã tối đa hóa năng suất làm việc và phát huy thực sự năng lực của các cá nhân.

> *"Chắc chắn bạn không thể làm công việc sáng tạo với những yêu cầu mang tính chất cưỡng chế được. Bởi ai cũng có một thời điểm làm việc hiệu quả nhất trong ngày. Tuy nhiên, thời điểm này ở mỗi người lại không giống nhau. Chính vì điều này, nếu công ty cho phép các nhân viên được làm việc với một lịch trình linh động tùy theo đồng hồ sinh học của mỗi người thì họ có thể làm việc vào thời điểm mà họ tự cảm thấy hiệu quả nhất. Theo đó, người lao động sẽ làm việc tốt hơn và giải quyết công việc một cách nhanh chóng. Tôi tin rằng trong một môi trường làm việc như vậy, khả năng cạnh tranh của nhân viên và công ty đều được nâng cao."*

Ngoài việc tham gia vào các cuộc họp và các buổi thảo luận nhóm cần thiết, các nhân viên của Smule chỉ cần sắp xếp lịch trình của bản thân và làm việc cùng nhau tối thiểu 15 tiếng mỗi tuần. Đây quả là một niềm mơ ước đối với những người thậm chí luôn phải làm việc 15 tiếng mỗi ngày.

Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại nhiều ý kiến trái chiều trong cách nhìn nhận về chế độ làm việc linh hoạt. Cũng có những ý kiến lo ngại cho rằng sự tự do, thoải mái của mỗi cá nhân rất có thể sẽ gây cản trở cho sự phát triển chung của doanh nghiệp. Một trong những ví dụ là trường hợp của công ty Yahoo!. Công ty này đã đưa ra quyết định tuyệt đối nghiêm cấm làm việc tại nhà – điều từng được coi là một thông lệ cố định trong đội ngũ nhân viên công ty. Lý do là bởi đột nhiên trong công ty xuất hiện một luồng ý kiến chỉ trích rằng việc áp dụng chế độ làm việc linh hoạt thậm chí còn gây ra những cản trở và sự đình trệ trong công việc. Trên thực tế, vào thời gian buổi chiều tại Yahoo!, các nhân viên thường lấy lý do làm việc tại nhà hay làm việc ở ngoài để ung dung trốn ra bãi đỗ xe. Người Mỹ gọi vụ việc này là "căn bệnh Yahoo!" và coi đó như một ví dụ thực tế tiêu biểu nhất cho thấy mặt trái của chế độ làm việc linh hoạt. Cuối cùng, Yahoo!

đã phải đưa ra biện pháp nhằm ngăn chặn và chấm dứt việc nhân viên lợi dụng chính sách của công ty một cách vô tội vạ, đồng thời quyết tâm xây dựng lại nền tảng kỷ luật doanh nghiệp vốn đã bị phá vỡ. Và biện pháp của Yahoo! khi đó là chuyển hướng chú trọng vào hiệu suất công việc hơn là tôn trọng tính sáng tạo và tự do đặc thù của lĩnh vực kỹ thuật số. Nói theo cách khác, đây chính là biện pháp tăng cường giám sát kỷ luật nhằm nâng cao tính chuyên cần của nhân viên. Mặc dù cũng có những người ủng hộ quyết định này, cho rằng ban lãnh đạo đã có những chuyển đổi sáng suốt và kịp thời. Song, trong bối cảnh chế độ làm việc linh hoạt đang nổi lên như một xu hướng mới và ngày càng tạo được chỗ đứng vững chắc tại thung lũng Silicon thì quyết định thắt chặt kỷ luật của Yahoo! đã vấp phải nhiều chỉ trích nặng nề. Về vấn đề này, Gupta cũng là một trong số những người cho rằng Yahoo! hiện đang đi ngược lại xu hướng của thời đại, đồng thời làm rõ lập trường quan điểm của bản thân như sau:

"Tôi cho rằng tính chuyên cần phản ánh hai lớp giá trị. Một là phẩm hạnh và tư chất của cá nhân các nhân viên. Hai là nó cho thấy liệu con người có niềm tin vào việc mà mình đang làm đến đâu. Nếu như các nhân viên thực sự yêu thích công việc của họ và có niềm tin vào sản phẩm mà họ đang tạo ra thì chắc chắn không nhất thiết phải sử dụng đến các biện pháp cưỡng chế để yêu cầu họ tới văn phòng và hoàn thành công việc của mình. Họ sẽ làm việc mà không cần tới bất cứ một điều kiện nào như vậy. Dù ở bất kỳ đâu, vào bất kỳ lúc nào, bạn cũng có thể bắt gặp họ đang làm việc và thậm chí là tự cảm thấy hứng thú với công việc đó. Những con người có niềm đam mê và trách nhiệm với công việc thì không cần bắt buộc họ phải làm việc ở một nơi nào đó. Nếu Yahoo! cho rằng các nhân viên của họ có vấn đề với tính chuyên cần thì tôi cho rằng trước hết họ nên tập trung hơn vào việc thiết lập một quy trình làm việc để tạo ra những sản phẩm thú vị, thực sự thu hút được mối quan tâm của nhân viên công ty."

Mỗi khi phát sinh vấn đề, con người thường có xu hướng tìm tới giải pháp đơn giản nhất là khôi phục lại những gì từng có trước đó. Tuy nhiên, đi theo lối mòn đã được vạch sẵn thay vì đặt cược vào một hướng đi mới là điều mà ai cũng có thể làm được. Trong thời đại ngày nay, thế giới đã được chứng kiến sự bùng nổ của phương thức làm việc thông minh (smart work) và tác động làm thay đổi toàn bộ các mô hình môi trường làm việc từng được biết đến trước đó của nó. Do đó, việc quay trở lại với phương thức làm việc truyền thống rất có thể sẽ kéo lùi sự phát triển của doanh nghiệp. Đúng như lời Gupta nói, con người sẽ không bao giờ tìm cách lẩn tránh công việc mà họ yêu thích. Tuy nhiên, chúng ta khó có thể yêu cầu ai đó phải đơn phương cố gắng yêu thích một công việc nào. Trong khi đó, với môi trường phát triển lí tưởng cộng thêm những sự trợ giúp tối đa thì một ý tưởng thú vị hoàn toàn có thể trở thành một công việc đầy tiềm năng. Gupta đã cùng các đồng sự của cô tại Smule tiếp sức cho nhau để tạo nên một công việc như vậy. Đối với họ, chế độ làm việc linh hoạt không phải cách để che giấu sự lười biếng mà là quãng nghỉ cần thiết trước khi thực hiện một cú nhảy xa.

> *"Chúng tôi đã được trải nghiệm một thực tế rõ ràng rằng các nhân viên có năng lực sẽ làm việc hiệu quả nhất vào khoảng thời gian và tại địa điểm mà họ cảm thấy thoải mái."*

Gupta không giấu được sự hãnh diện khi cho biết tất cả những nhân viên của Smule đều có thể làm việc với niềm đam mê và giải trí theo cách đầy trí tuệ. Và cô muốn cho thấy công việc và giải trí tưởng chừng như hai đường thẳng song song bất tận lại có thể giao thoa ngay tại chính nơi làm việc. Smule là một doanh nghiệp nổi tiếng "biết cách chơi" tại Thung lũng Silicon.

Hàng ngày chúng tôi tổ chức hòa nhạc ở công ty

Văn phòng làm việc của Smule hoàn toàn không giống với những công ty bình thường khác. Nếu gọi Google là campus dành cho những người đã đi làm thì có thể gọi Smule là sân khấu biểu diễn hòa nhạc của dân công sở. Đúng với tính chất chuyên môn của một công ty chuyên phát triển phần mềm ứng dụng hỗ trợ hoạt động chơi nhạc hay sáng tác âm nhạc trên điện thoại thông minh, văn phòng của Smule được thiết kế như một sân khấu biểu diễn thực thụ với đủ các loại nhạc cụ. Một vài nhân viên tự tin vào tài năng âm nhạc không thua kém các ban nhạc chuyên nghiệp chào đón khách bằng một màn biểu diễn đặc sắc. Tại Smule có cả những thiết bị cách âm dành cho các phòng hòa nhạc để tạo nên những không gian âm nhạc tuyệt đối, nơi mà nhân viên làm việc tại đây có thể được đắm mình vào thế giới âm nhạc. Trong một môi trường làm mà chơi, chơi mà làm như vậy, các nhân viên trẻ tuổi của Smule dường như không lúc nào đánh mất sức sống mạnh mẽ căng tràn của tuổi thanh xuân. Giám đốc marketing của Smule tỏ ra vô cùng hài lòng vì được làm việc trong một môi trường âm nhạc như vậy, khi mà cô có thể được thưởng thức những giai điệu yêu thích ngay tại nơi làm việc.

> *"Tôi rất yêu Smule. Hơn nữa, tôi vô cùng tự hào vì công ty chúng tôi đặc biệt khuyến khích phong cách làm việc linh hoạt, nhờ vậy mà các nhân viên có thể tìm thấy sự cân bằng trong công việc và cuộc sống. Tại đây, tôi được làm những công việc mà tôi vẫn luôn yêu thích và có thể tiếp tục dành tình yêu cho công việc này. Tôi nghĩ rằng tính sáng tạo là điều không thể gượng ép. Chỉ khi hoàn toàn thả lỏng trong một môi trường tự nhiên như thế này, con người mới phát huy được hết khả năng sáng tạo.Tôi thực lòng yêu thích việc tới công ty để làm việc. Bởi tại đó luôn có những công việc mới mẻ và thú vị đang chờ đợi tôi."*

Jessie, một kỹ sư phần mềm cho biết, nhờ có môi trường làm việc tự do và sáng tạo tại Smule, cô đã tìm thấy niềm vui trong công việc. Đây cũng chính là lý do mà Jessie vui vẻ lựa chọn việc

đến công ty ngay cả vào thứ năm – ngày mà Smule cho phép nhân viên được làm việc tại nhà.

> *"Tạo ra những trò chơi liên quan tới âm nhạc trên các thiết bị di động là điều rất thú vị. Tuy nhiên, có một điều còn thú vị hơn thế. Đó là tất cả mọi người tại đây đều thực sự yêu thích công việc của mình. Tôi nhận được nguồn động viên và niềm vui rất lớn khi làm việc cùng những con người như vậy. Tôi cảm nhận được rất rõ niềm vui thích của họ đối với công việc và điều này kích thích tôi đưa ra các ý tưởng mới. Bởi vậy chúng tôi rất vui khi được làm việc và thư giãn cùng nhau tại công ty. Bạn thấy đấy, chúng tôi lúc nào cũng đùa giỡn với nhau như thế này."*

Nhân viên của Smule phần lớn là các bạn trẻ ở độ tuổi trên dưới 30. Với một đội ngũ nhân viên trẻ như vậy, Smule thậm chí còn tự tạo ra một sân chơi để thỏa sức thể hiện bản thân. Và những ý tưởng nảy sinh từ sân khấu này đã giúp họ vươn lên trở thành doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất tại Mỹ vào năm 2011. Các thành viên của Smule đã tìm thấy nguồn cảm hứng dồi dào từ chính nơi làm việc của họ chứ không phải từ một tụ điểm giải trí hay địa điểm nghỉ dưỡng nào khác. Thêm nữa, rõ ràng việc đặt ra những phá cách trong công việc và cuộc sống như vậy đã giúp họ được nạp đầy năng lượng mỗi ngày bằng những niềm vui. Tưởng chừng như đã gây dựng được một môi trường làm việc không thể tốt hơn, song Smule vẫn đang không ngừng tự đặt ra thử thách mang tên "đổi mới phương thức làm việc" để đạt tới giai điệu hài hòa của tính sáng tạo và hiệu suất. Làm sao để tạo nên một môi trường làm việc vui vẻ hơn nữa, hiệu quả hơn nữa cho tất cả mọi người dường như là một câu hỏi luôn dấy lên nỗi nhức nhối ở đây. Thích thú dõi theo một đồng nghiệp cũng đang thả hồn vào với ca khúc của mình, Gupta bỗng chuyển giọng cương quyết.

> *"Hiện nay đa số mọi người đều không yêu thích công việc của bản thân. Nhiều người coi công việc như một gánh nặng và*

luôn bị căng thẳng, mệt mỏi. Nếu ra ngoài và hỏi những người bạn gặp trên đường, chắc chắn phần lớn mọi người sẽ nói với bạn rằng họ không muốn phải làm việc nhiều như bây giờ. Trong thời đại phát triển ngày nay, thật đáng xấu hổ khi ý nghĩa của công việc đối với cuộc sống hiện đại của con người lại bị hạ thấp đến vậy. Trong một xã hội tiến bộ đến vậy mà con người vẫn cảm thấy mình bất hạnh khi phải oằn mình làm việc suốt 8 tiếng mỗi ngày thì rõ ràng đây là thất bại của chúng ta. Đúng hơn là thất bại của thế giới mà chúng ta đang sống. Tuy nhiên, các kỹ thuật tiên tiến đang ngày càng tạo ra nhiều cơ hội giúp chúng ta làm việc thoải mái hơn, tăng thêm mức độ hài lòng của con người với công việc. Các cơ hội này không chỉ được ứng dụng để phục vụ cho cuộc sống tiện ích của con người mà còn có thể được áp dụng để giúp con người cảm thấy hạnh phúc hơn với công việc của mình. Nhiệm vụ mới của chúng tôi là trong tương lai phải kiến tạo nên môi trường làm việc từ xa để phù hợp với sự phát triển của phương thức làm việc thông minh. Chúng tôi nhất định sẽ nỗ lực hết mình để bắt kịp với giá trị đích thực của công việc."

Điều mà xã hội cần tới ngày nay là sự phát triển của các doanh nghiệp cùng với quá trình trưởng thành của những con người yêu lao động chứ không phải là cùng những cỗ máy chỉ biết làm việc. Liệu trong tương lai, song hành với môi trường làm việc duy trì được sự cân bằng thay vì cản trở sự hòa hợp giữa công việc và cuộc sống, chúng ta có thể được nghe thấy nhiều hơn những câu như, "Tôi yêu công việc của mình" hơn là "Tôi ghét phải đi làm" hay không?

Đã đến lúc, niềm tin từ phía doanh nghiệp cần phải trở thành nguồn cổ vũ tinh thần và nhiệt huyết đối với nhân viên.

Return to local places
Quay trở về địa phương

:

Thời đại của các Country boy

:

"Locavore" là một trong những từ từng được lọt vào danh sách từ vựng của năm do Oxford Dictionaries bình chọn (Oxford Dictionaries Word of the Year). "Loca" là từ xuất phát từ local food (đặc sản địa phương), trong khi đó "vore" trong tiếng la tinh có nghĩa là "ăn". Tóm lại, locavore chính là khái niệm để chỉ phong trào khuyến khích sử dụng các sản vật được nuôi trồng tại địa phương. Ưu điểm của Locavore là có thể rút ngắn quãng đường vận chuyển, từ đó hạ giá thành và giúp cho thực phẩm giữ được độ tươi ngon, đồng thời giảm thiểu lượng cacbon phát thải ra môi trường. Hơn hết, cuộc vận động này nhận được sự ủng hộ mạnh mẽ trên toàn thế giới bởi nó đang trở thành nguồn động lực giúp phát triển kinh tế địa phương.

Cùng với tiến trình của cuộc vận động Locavore, gần đây, con người đang dành nhiều mối quan tâm hơn tới địa phương mình. đi ngược lại xu hướng toàn cầu hóa đang được đẩy đi xa hơn giới hạn cần thiết, ngọn cờ "càng địa phương hóa tức là càng toàn cầu hóa" vẫn được giương cao. Tư tưởng hướng về địa phương này cũng đang được áp

dụng đối với vấn đề việc làm. Hiện nay đã có những người rời bỏ chốn đô thị phồn hoa để trở về quê hương hoặc tìm tới những địa phương có điều kiện sống tốt hơn và tự tạo dựng sự nghiệp tại đây, chúng ta có thể gọi họ là những "country boy". Xét về khía cạnh phát triển việc làm và phát triển cân bằng nền kinh tế địa phương thì họ đang tạo nên một xu hướng mới. Tuy nhiên, nếu nhìn nhận xu hướng này như một phương án hữu hiệu giải quyết vấn đề làm thế nào để tạo nên sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống của mỗi con người, thì thực tế, những việc mà các bạn trẻ này đang làm hiện thu hút được đông đảo sự quan tâm của toàn xã hội.

Ý: Hai thanh niên tốt nghiệp Đại học Công nghệ Milano

THẾ HỆ 1.000 EURO CỦA Ý

"Đây là vấn đề mà chúng tôi không thể tự giải quyết được nếu không có các biện pháp từ chính phủ. Hãy chờ đợi xem đất nước này sẽ cho chúng tôi – những người phải chật vật mới có thể tốt nghiệp đại học – điều gì. Tôi cho rằng việc cần làm là phải thay đổi toàn bộ, từ chính phủ cho tới văn hóa và các chính sách."

— STEFANO —

(Sinh viên Đại học Công nghệ Milano)

Nước Ý là cái nôi của nền văn minh La Mã và phong trào văn hóa Phục Hưng – hai thời kỳ văn hóa phát triển rực rỡ nhất trong lịch sử văn minh nhân loại. Đặc biệt, Milano, thành phố thuộc miền bắc nước Ý vẫn đang níu chân du khách tới đây với vai trò là một trung tâm của mọi xu hướng thời trang trên thế

giới. Rảo bước trên con phố Monte Napoleone và ngắm nhìn những cửa tiệm thời trang sang trọng của các thương hiệu nổi tiếng cùng những tòa nhà được xây theo phong cách kiến trúc Gothic, chính tôi cũng không để ý rằng mình đang tự chỉnh trang lại trang phục khi liếc nhìn vào hình ảnh phản chiếu của mình trên tấm kính của một cửa tiệm. Milano vốn được yêu mến như một thành phố năng động và tinh tế bậc nhất tại Ý. Dưới con mắt của người nước ngoài, thành phố này không hề bị bao phủ bởi bóng đen u ám của cuộc khủng hoảng đang diễn ra trên toàn bộ khu vực Eurozone hay những dấu viết còn sót lại của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu.

Tuy nhiên, những ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế đang diễn ra tại châu Âu chắc chắn không có lý do gì để bỏ qua cho Milano hoa lệ. Phải chăng Ý lại là một trường hợp ngoại lệ của "Nỗi đau tuổi trẻ"? Cuốn sách *Tuổi trẻ - Khát vọng và nỗi đau* được xuất bản bằng tiếng Ý với cái tên *Dipende Da Te* (tạm dịch: Phụ thuộc vào bạn) từng được bày kín các giá sách của hiệu sách trường Đại học Milano. Nếu cuộc sống cũng không dễ dàng ngay cả với những sinh viên ưu tú của trường Đại học Công nghiệp Milano, một trong những trường đại học danh giá của Ý, thì phần nào có thể đoán được rằng hiện thực sẽ còn khó khăn hơn rất nhiều đối với các bạn trẻ khác.

La Dolce Vita bị đánh mất

Trong vòng 8 năm trở lại đây, tỷ lệ sinh viên nhập học vào các trường đại học của Ý giảm mạnh và chỉ dừng lại ở mức 68% so với các năm trước. Bên cạnh đó, kết quả điều tra cũng cho thấy, tỷ lệ số người từng tốt nghiệp đại học chỉ chiếm không quá 20% số người Ý trong độ tuổi từ 30 đến 34. Đó là một tỷ lệ rất thấp nếu so với mức trung bình số người tốt nghiệp đại học là 37%[1] ở các quốc gia thuộc OEDC. Thực tế là hiện nay tại Ý, sở hữu một tấm bằng đại học cũng không giúp cho công cuộc tìm kiếm việc làm trở nên dễ dàng hơn, trong khi đó, các trường đại học quốc

gia có xu hướng ngày càng tăng mức học phí. Điều này khiến giới trẻ Ý đánh giá cao việc tăng cường khả năng cạnh tranh cho bản thân bằng cách tích lũy tay nghề kỹ thuật hơn là thu thập kiến thức học thuật, và họ dần từ bỏ con đường bước chân vào giảng đường đại học. Thực tế này khiến ngay cả các sinh viên cũng phải đầu tư nhiều thời gian hơn cho các hoạt động tích lũy những kinh nghiệm, kỹ năng cần thiết khi đi xin việc hơn là tập trung học tập, nghiên cứu chuyên ngành. Hiện trạng này không chỉ xảy ra tại Ý mà còn rất phổ biến ở các trường đại học danh tiếng hàng đầu châu Âu.

---

[1]. Số liệu do Đại sứ quán Hàn Quốc tại Ý cung cấp.

Ngày nay, trung tâm giới thiệu việc làm của các trường đại học là nơi được đông đảo sinh viên lui tới. Không chỉ những sinh viên năm cuối đang trong thời gian gấp rút chuẩn bị tìm việc mà ngay cả những sinh viên đã tốt nghiệp nhưng chưa tìm được việc làm cũng tới đây để tìm kiếm những cơ hội hiếm hoi cho một tương lai khó nắm bắt. Stefano và Giacomo là hai sinh viên mới tốt nghiệp chuyên ngành thiết kế công nghiệp cách đây không lâu nhưng vẫn phải thường xuyên lui tới trung tâm giới thiệu việc làm của trường vì chưa thể tìm được một công việc. Stefano, anh bạn say mê thiết kế mũ bảo hiểm đến nỗi khó có thể rời mắt khỏi màn hình máy tính tự giới thiệu qua về bản thân mình.

> *"Tôi tên là Stefano Rossi. Tôi tốt nghiệp chuyên ngành thiết kế công nghiệp cách đây một tháng. Hiện nay, tôi đã kết thúc việc học tập, và là tham gia vào một số dự án nhỏ. Chuyên môn chính của tôi là thiết kế mũ bảo hiểm. Trong tương lai, tôi dự định sẽ tìm kiếm một vị trí nào đó tại một công ty lớn."*

Stefano khẽ mỉm cười khi chỉ vào chiếc mũ bảo hiểm do anh thiết kế. Nhưng rồi nụ cười ấy lại tan biến ngay sau khi cuộc nói chuyện của chúng tôi chuyển sang đề tài tìm việc.

"Trong khi tìm việc, tôi đã nhận ra rằng bản thân chuyện tìm việc thật là kỳ lạ. Trước hết, nếu đã tốt nghiệp đại học thì tôi cần phải chuẩn bị một bộ hồ sơ cho thấy năng lực của bản thân. Tất nhiên, công việc sẽ không bao giờ tự động tìm đến. Và tôi phải tự tìm ra công ty mà tôi sẽ nộp hồ sơ vào đó. Tôi hoàn toàn đơn thương độc mã trong cuộc chiến để giành lấy một vị trí làm việc. Tôi phải tự mình tìm kiếm tối đa các cơ hội cho bản thân. Tôi phải gửi CV tới mọi nơi có thể. Hơn nữa, gần đây các doanh nghiệp luôn yêu cầu ứng viên phải có kinh nghiệm phong phú chứ không phải chỉ dừng lại ở một tấm bằng đại học. Để đáp ứng được điều này, chúng tôi không còn cách nào khác là phải tham gia vào các kỳ thực tập. Trong thời gian thực tập, tiền lương mà chúng tôi nhận được không đáng là bao. Nhưng nhất định phải trải qua quá trình này mới có cơ hội tìm được việc làm. Tất nhiên giai đoạn này không hề dễ chịu chút nào."

Stefano và anh bạn Giacomo tự giới thiệu bản thân là những "người thất nghiệp trẻ". Cách gọi mỉa mai này cho chúng ta thấy nạn thất nghiệp ngày nay đáng sợ đến mức nào, khi nó đang có xu hướng ngày càng lan rộng, không chỉ dừng lại ở tầng lớp trung niên mà còn đe dọa cả giới trẻ vừa mới chập chững bước vào thị trường việc làm. Nếu tình trạng này vẫn tiếp diễn thì rất có thể đến một ngày nào đó, Giacomo sẽ phải giới thiệu mình là "kẻ thất nghiệp già cỗi."

"Tôi chưa từng nghĩ rằng mình có thể tìm được việc nhờ vào bằng cấp. Tôi học đại học chỉ vì cho rằng nó có thể sẽ cần thiết khi xin việc. Trong bộ hồ sơ xin việc đề cập rất nhiều đến các kỹ năng và kinh nghiệm. Hiện nay, việc làm là một vấn nạn được đa số người Ý công nhận. Chúng tôi không có việc làm. Tình

hình có vẻ sáng sủa hơn một chút tại Milano, nhưng ở các địa phương khác thì thực sự rất thiếu việc làm."

Mơ ước của Giacomo là trở thành một nghệ sĩ, song giờ đây, chàng trai này lại thổ lộ rằng cậu có thể làm bất kỳ việc gì miễn là có thể nuôi sống bản thân qua ngày và đảm bảo tự do cá nhân. Tâm sự của Giacomo dường như đã khiến Stefano bộc phát lớn tiếng thể hiện thái độ bất bình.

"Hiện nay, đối với giới trẻ Ý và đặc biệt là những sinh viên mới tốt nghiệp, để tìm được một công việc ở trong nước thậm chí còn khó hơn là tìm ở nước ngoài. Chính vì vậy mới xảy ra hiện tượng "chảy máu chất xám". Bây giờ, những người có năng lực đều ra nước ngoài tìm việc. Nếu xuất ngoại, tiềm năng của những người trẻ chúng tôi sẽ được công nhận và có nhiều cơ hội để thể hiện năng lực, nó cũng là cách để nâng cao điều kiện xin việc của bản thân. Đây là vấn đề mà chúng tôi không thể tự giải quyết được nếu không có các biện pháp từ chính phủ. Hãy chờ đợi xem đất nước này sẽ cho chúng tôi, những người phải khó khăn lắm mới có thể tốt nghiệp đại học điều gì. Tôi cho rằng việc cần làm là phải thay đổi toàn bộ, từ chính phủ cho tới văn hóa và các chính sách."

Giacomo gật đầu đồng tình trước những suy nghĩ của Stefano, thỉnh thoảng lại tham gia đóng góp ý kiến.

"Tôi thực sự ghét việc phải ngồi lì trước màn hình máy tính cả ngày và hoàn toàn xa rời với thế giới thực tại."

Chập tối, Stefano và Giacomo lại tất bật với công việc "làm thêm" phát tờ rơi trên đường phố. Mặc dù thù lao họ nhận được nếu phát hết 10.000 trang tờ rơi chỉ là 50 euro nhưng họ không có nhiều sự lựa chọn nếu muốn kiếm tiền trang trải học phí và sinh hoạt phí. Stefano phát tờ rơi cho những người qua lại trên phố, trong khi Giacomo thường tới các khu chung cư và khu dân cư để nhét tờ rơi vào hòm thư của các gia đình. Chứng kiến cảnh

tượng hai bạn trẻ tốt nghiệp từ một trường đại học danh tiếng tất bật với chồng tờ rơi quảng cáo cho một nhà hàng trên tay, tôi cảm thấy đáng tiếc hơn là hài lòng.

Ở Ý, người ta gọi những bạn trẻ với một tương lai không mấy sáng sủa do trước mắt chịu ảnh hưởng sâu sắc từ nạn thất nghiệp diễn ra trong thời kỳ khủng hoảng kéo dài như Stefano hay Giacomo là "thế hệ 1.000 euro". Cách gọi này phản ánh hiện thực đang diễn ra với giới trẻ Ý khi mà trong hoàn cảnh không thể tìm được một công việc ổn định, chính thức như hiện nay, họ đành phải chấp nhận kiếm sống bằng các công việc bán thời gian tạm thời với mức thu nhập eo hẹp 1.000 euro mỗi tháng.

Trong tiếng Ý có câu "La Dolce Vita" có nghĩa là "cuộc sống ngọt ngào". Đây là một câu nói đẹp đẽ chứa đựng triết lý sống sâu sắc và một nét lãng mạn rất Ý. Nhưng đứng trước hiện thực ảm đạm với tỷ lệ thanh niên thất nghiệp lên tới 40,5% cùng một nửa số người lao động hiện đang làm những công việc không chính thức, nước Ý đã cho thấy một cuộc sống không lấy gì làm ngọt ngào. Lẽ nào giờ đây, cuộc sống ngọt ngào đối với giới trẻ Ý chỉ còn là giấc mơ hư ảo? Trong hiện thực u ám này, lá cờ thách đấu của các bạn trẻ Ý trên con đường đi tìm một cuộc sống hạnh phúc có lẽ sẽ phải thấm đẫm nước mắt.

Ý: Các cơ sở sản xuất rượu vang & nhà hàng hoạt động theo hình thức kinh doanh gia đình

CHUYẾN TRỞ VỀ VỚI GIA ĐÌNH ĐẦY Ý NGHĨA CỦA GIỚI TRẺ Ý

"Ban đầu tôi chỉ bắt tay vào công việc này với ý định giúp đỡ cha mẹ, nhưng giờ đây, tôi đang làm việc với quyết tâm hoàn thành tâm huyết của bản thân và gia đình. Tôi tin rằng cuộc đời tôi sẽ

được hoàn thiện cùng với nỗ lực khiến hương vị rượu vang truyền thống của gia đình trở nên đẹp đẽ hơn, cao quý hơn và đạt đến độ cân bằng hoàn hảo.”

— GIOVANNI —

(Người kinh doanh rượu vang)

Trong thời gian gần đây, tại Ý, bước chân của các nhân tài đang nối tiếp hướng về quê hương với ước vọng vực dậy nền kinh tế địa phương bằng việc gây dựng lại gia nghiệp. Cũng hoàn toàn có thể bởi hy vọng tìm được việc làm ở các thành phố lớn không như ý muốn, nhưng cũng không thể phủ nhận rằng ngày càng nhiều bạn trẻ tự giác mong muốn trở về xây dựng kinh tế quê hương từ cơ nghiệp mà cha mẹ truyền lại sau thời gian tạm xa quê hương vì sự nghiệp học tập, thu nạp kiến thức ở địa phương khác hay ở nước khác.

Chàng trai vườn nho và niềm hy vọng được ấp ủ

Nằm ở phía tây nam thành phố Milano, Reore là vùng đất nổi tiếng với loại rượu vang Ý làm say đắm lòng người bởi hương trái nho ngọt ngào. Điều tôi không ngờ tới là chủ nhân của ngôi biệt thự với lối kiến trúc Gothic thường gặp ở nhiều nước châu Âu mà tôi ghé thăm tại đây lại là một chàng trai còn rất trẻ. Đó chính là Giovanni, một thanh niên người Ý từng có thời gian dài học tập ở nước ngoài và đã từ bỏ ý định tìm việc tại đó để quay trở về gánh vác việc kinh doanh đang có nguy cơ bị lung lay của gia đình. Giovanni giải thích ngắn gọn lý do cậu quyết định trở về quê hương khi hai chúng tôi đang trò chuyện trong khoang chở đồ của một chiếc xe Jeep cũ kỹ đưa chúng tôi ra vườn nho của gia đình anh.

"Mong muốn của tôi ngay sau khi tốt nghiệp đại học là được làm việc cho một công ty lớn, nhưng không dễ để tìm được một công việc như ý. Ban đầu tôi chỉ bắt tay vào công việc này với ý định giúp đỡ cha mẹ, nhưng giờ đây, tôi đang làm việc với quyết tâm hoàn thành tâm huyết của bản thân và gia đình. Tôi tin rằng cuộc đời mình sẽ được hoàn thiện cùng với nỗ lực khiến hương vị rượu vang truyền thống của gia đình trở nên đẹp đẽ hơn, cao quý hơn và đạt đến độ cân bằng hoàn hảo."

Từ một thư sinh mảnh khảnh, Giovanni nay đã trở thành một thanh niên có làn da rám nắng, khỏe khoắn, rắn rỏi do được rèn luyện qua lao động. Ngay cả lời nói của chàng trai này giờ đây cũng tràn đầy tự tin và tự hào.

"Mặc dù nắng nóng sẽ kéo dài trong suốt mùa hè, nhưng cơn mưa đầu mùa cách đây 20 ngày đã khiến mọi thứ trở nên hoàn hảo. Cây nho được cung cấp đủ nước sẽ giúp cho quá trình kết trái được thuận lợi. Khoảng thứ Tư hoặc thứ Năm tuần sau, chúng tôi sẽ tiến hành thu hoạch."

Gương mặt Giovanni trở nên bừng sáng khi anh giới thiệu về vườn nho như một người cha tự hào nói về đứa con quý hơn vàng hơn bạc của mình. Nói chuyện với Giovanni, tôi cảm nhận được tinh thần hứng khởi và tự tin rất đặc thù của những người tin tưởng vào tương lai của bản thân. Mặc dù hiện nay, Giovanni vẫn còn thiếu kinh nghiệm và cần phải học hỏi rất nhiều từ mẹ của mình nhưng thứ mà anh không hề thiếu thốn chính là niềm đam mê và lòng nhiệt tình dành cho công việc này. Chừng ấy đam mê đã đủ để Giovanni ấp ủ và lên kế hoạch gây dựng sự nghiệp riêng của bản thân bắt đầu từ nền móng cơ nghiệp gia đình ngay từ bây giờ.

"Tôi sẽ gìn giữ bí quyết sản xuất rượu vang truyền thống đồng thời kết hợp với các phương pháp marketing hiện đại. Hiện nay, tôi đang xây dựng mạng lưới bán hàng trực tuyến để quảng bá cho thương hiệu của gia đình."

Trong thời gian gần đây, tại Ý, số các doanh nghiệp sản xuất rượu vang trẻ như Giovanni đang tăng lên nhanh chóng. Thậm chí còn có kết quả phân tích cho thấy những ý tưởng và phương thức marketing táo bạo của các doanh nhân trẻ này đã giúp Ý vượt qua Pháp về sản lượng rượu vang bán ra.

Giovanni bước lững thững trên lối đi giữa hàng trăm thùng rượu vang và nói về tương lai của bản thân.

> *"Tôi muốn biến vùng đất của chúng tôi trở thành vùng sản xuất rượu vang nổi tiếng nhất. Tôi sẽ gìn giữ truyền thống của gia đình và tìm ra những cách làm mới để trở thành một nghệ nhân làm rượu vang. Hàng ngày theo dõi quá trình lên men của rượu vang, tôi cảm nhận được rất rõ sự thay đổi trong chính bản thân mình. Gần đây, tôi đang tiến hành rất nhiều thử nghiệm thú vị. Một trong số đó là loại rượu Sparkling Chardonnay mới với hương vị nhẹ nhàng nổi bật, bổ sung nhiều mùi vị trái cây."*

Mơ ước của Giovanni là có thể ghi dấu ấn mạnh mẽ về hương vị rượu vang của vùng Roero trong lòng nhiều người thưởng thức rượu vang, để bất cứ lúc nào họ cũng có thể phân biệt rõ ràng đâu là rượu vang vùng Roero. Đó cũng là giấc mơ của cha Giovanni khi ông vun trồng nên vườn nho này. Rượu vang càng ủ lâu hương vị càng đậm đà, sâu lắng. Giovanni cũng vậy, chàng trai này đang dần biến ước mơ của mình thành hiện thực một cách trưởng thành và rắn rỏi trên mảnh đất mà cha mẹ anh đã dày công vun xới suốt cả cuộc đời.

Tuổi trẻ không nhất thiết phải bước lên sân khấu mà người ta đã dựng sẵn mới có thể tỏa sáng. Khi bạn có đủ dũng khí để bước lên sân khấu do chính mình tạo nên thì cho dù ở bất cứ nơi đâu, bạn cũng có thể nhận ra rằng hóa ra sự nghiệp tương lai không xa xôi như bạn tưởng. Hãy nuôi dưỡng và vun xới cho niềm tin của bạn, giống như chàng trai vườn nho, Giovanni.

Gia đình - Một vũ đài lập nghiệp mới

Bà Osnella, mẹ của Giovanni hiện đang cảm thấy vô cùng hạnh phúc và mãn nguyện.

> *"Tôi rất vui khi nghe con trai nói sẽ tiếp quản hầm rượu của gia đình. Ngạc nhiên hơn nữa là nó đã tự đưa ra quyết định này. Tôi đã cố gắng hết sức để không tạo ra bất kỳ một áp lực hay gây ảnh hưởng gì tới quyết định của Giovanni. Tôi nghĩ rằng điều quan trọng nhất là con trai được tự do, thoải mái lựa chọn việc mà nó muốn làm. Hầm rượu này đã được duy trì từ thế hệ này qua thế hệ khác và nhiều lần thay đổi. Trước đây, rượu vang được làm ra bằng các phương pháp rất khác so với bây giờ. Thời đại đổi thay khiến mọi thứ đều phải biến đổi theo. Matteo, cha của Giovanni đã mất, nhưng trước đây, ông cũng đã tiếp quản hầm rượu theo một hướng đi mới. Và giờ đây tới lượt Giovanni lựa chọn một con đường mới cho cơ nghiệp của gia đình."*

Osnella tin rằng giới trẻ Ý hiện nay đã đưa ra lựa chọn rất sáng suốt khi quyết định trụ lại quê hương để tìm kiếm cơ hội thay vì xuất ngoại hay đổ xô tới các thành phố lớn.

> *"Thời đại đã thay đổi. Giờ đây, điều kiện làm việc ở các nông trường đã được cải thiện hơn trước rất nhiều. Có rất nhiều thứ đã thay đổi kể từ khi chồng tôi, Matteo, lần đầu tiên bắt tay vào công việc này cách đây 20 năm. Hiện nay, chúng tôi đang tiến hành kinh doanh theo phương thức mới. Cho dù là trước đây hay bây giờ, chúng tôi vẫn luôn phải làm việc rất cực nhọc khi ở trong hầm rượu hay ở vườn nho. Chỉ khác là, giờ đây, mỗi khi kết thúc công việc, chúng tôi có thể đàng hoàng dùng bữa thịnh soạn và thưởng thức rượu vang của chính mình tại các nhà hàng sang trọng. Chúng tôi cũng có thể đi du lịch tới các quốc gia nằm ở phía bên kia bán cầu bằng máy bay. Việc đi và trải nghiệm các nền văn hóa khác nhau cũng giúp chúng tôi học hỏi được nhiều điều và có thể truyền cảm hứng này vào*

trong hương vị rượu vang của mình. Thế giới đã được mở rộng một cách toàn diện hơn nhiều so với trước đây, do đó chúng ta hoàn toàn có thể vui vẻ làm những công việc thường ngày ở nơi mà mình cảm thấy thoải mái nhất, với những người mà mình tin tưởng nhất và lên kế hoạch để lan tỏa mơ ước của bản thân ra thế giới rộng lớn."

Giovanni tâm sự rằng, thông qua công việc kinh doanh của gia đình, tình cảm anh dành cho quê hương cũng như quan niệm của bản thân về việc làm đã thay đổi rất nhiều. Từ khi quay trở về bên gia đình, đứng lên, bước từng bước vững chắc trên chính mảnh đất mình từng sinh ra và lớn lên, giấc mơ mà anh chưa từng thấy đang dần sáng tỏ, hơn hẳn quãng thời gian mù quáng, hụt hơi theo đuổi một điều gì đó quá xa tầm với như trước kia. Cũng có thể ai đó sẽ cho rằng làm việc trong sự bao bọc của gia đình thì gọi gì là lao động, là mơ ước. Song, những thanh niên như Giovanni đang là minh chứng sống động cho thấy việc tiếp quản và phát triển cơ nghiệp của gia đình, đồng thời góp phần làm sống lại nền kinh tế địa phương đang trở thành một hướng đi rõ ràng để tạo ra nhiều việc làm mới. Điều này hoàn toàn không cần tới sự hi sinh của bất kỳ ai hay đặt ra cho xã hội bất kỳ một khoản chi phí khổng lồ nào.

Giữa dáng vẻ yêu đời cùng nụ cười luôn nở trên môi của Giovanni trên vườn nho xanh tươi ngập tràn ánh nắng mặt trời với dáng vẻ vội vã của Stefano và Giacomo, hai sinh viên trường Đại học Công nghiệp Milano trên đường đi rải tờ rơi trong bóng đêm thành phố dường như có chút gì đó tương phản một cách kỳ lạ.

Hàn Quốc gọi những người trưởng thành nhưng không có khả năng tự lập và phải sống dựa vào cha mẹ là *nhóm Kangaroo*. Đây là một từ mới xuất hiện tại Hàn Quốc từ sau năm 2000, phản ánh tình trạng thất nghiệp của giới trẻ như một hiện tượng xã hội đáng buồn. Chỉ trong vòng 10 năm trở lại đây, bắt đầu từ 820.000 người vào năm 2000, cư dân của nhóm Kangaroo tại

Hàn Quốc đã tăng lên 1,4 lần và vượt qua con số 1 triệu người. (Theo số liệu do Viện Thông tin Việc làm Hàn Quốc ghi nhận vào năm 2013, tại Hàn Quốc có 1.160.000 người nằm trong độ tuổi từ 25 đến 44 được xét vào diện nhóm Kangaroo). Nhóm Kangaroo bao gồm những thanh niên kém may mắn bị gán mác kẻ tụt hậu trong xã hội bởi tình cảnh không mấy sáng sủa và phải sống ăn bám vào cha mẹ. Tuy nhiên, ngay cả trong nhóm Kangaroo này cũng tồn tại "đẳng cấp". "Đẳng cấp" này được quyết định bởi thước đo mức độ khả thi của "sự nghiệp". Chẳng hạn, có thể thấy rằng mặc dù đứng trong hàng rào bao bọc của cha mẹ nhưng những thành tựu mà Giovanni đạt được trong lĩnh vực của bản thân đã nâng anh lên một đẳng cấp hoàn toàn khác. Hay chúng ta nên gọi những thanh niên như Giovanni là nhóm Kangaroo muốn được tận hưởng cuộc sống bình yên bên gia đình.

Những ý tưởng trẻ hóa bí kíp gia truyền

Không phải chỉ về nông thôn chúng ta mới gặp được những bạn trẻ đang nỗ lực làm mới lại công việc kinh doanh đang dần suy yếu của gia đình bằng những ý tưởng trẻ trung và sáng tạo. Anh bạn Federico hiện cũng đang làm việc tại nhà hàng của cha mình. Tuy không thể so sánh với những công ty lớn tại trung tâm thành phố Milano, nhưng nơi đây lại mang đến cho Federico cơ hội được tỏa sáng trên sân khấu của riêng mình.

> *"Hiện nay, tôi và cha đang cùng điều hành nhà hàng này. Tôi là thế hệ thứ ba tiếp quản công việc kinh doanh của gia đình do ông nội sáng lập vào năm 1957. Tôi rất hài lòng với công việc hiện tại và ngày càng yêu thích công việc này hơn. Tôi rất tự hào vì mình sẽ là người kế nghiệp gia đình. Sau này, tôi cũng muốn tạo cơ hội để con trai mình tiếp nối truyền thống gia đình, giống như cha tôi đã cho phép tôi được tiếp quản gia nghiệp."*

Sau một thời gian đi phỏng vấn xin việc tại các doanh nghiệp lớn, giờ đây Federico thổ lộ rằng anh hạnh phúc với công việc hiện tại hơn làm việc ở bất cứ một công ty lớn nào.

"Tôi cảm thấy vui vẻ nhất khi được phục vụ khách hàng. Khi làm công việc của mình, tôi có cơ hội được trò chuyện và trở nên thân thiết với những vị khách làm những công việc khác nhau, đến từ những nơi khác nhau và quan điểm sống cũng khác nhau. Chúng tôi sẽ nói chuyện về ẩm thực, tôi có thể giới thiệu với khách hàng về các món ăn hay đưa ra lời khuyên về việc nên kết hợp loại rượu vang nào với từng món ăn khác nhau,v.v... Khách hàng cũng không đối xử với tôi đơn thuần như với một nhân viên phục vụ, mà họ coi tôi như một người bạn để chuyện trò và giãi bày mỗi khi cảm thấy trống trải. Thật tốt khi được gặp gỡ khách hàng như vậy. Thực ra, công việc chính của tôi không phải là quản lý nhà hàng mà là trò chuyện và tạo ra không khí vui vẻ cho các thực khách tới đây."

Federico đã đưa ra một cách nhìn nhận khá mới mẻ. Trước hết, anh có một quan điểm rất cụ thể, rõ ràng về công việc của bản thân, anh cho rằng mình không phải là "người phục vụ" hay "nhân viên nhà hàng" mà là "người trò chuyện với khách hàng". Tiếp đó, bản chất của việc kinh doanh nhà hàng không nằm ở các món ăn mà ở những phương thức giao tiếp. Điểm chung lớn nhất ở những người có khả năng làm chủ tương lai của bản thân là họ đã vượt qua giới hạn mà đám đông áp đặt cho một công việc nào đó và tìm thấy niềm vui trong mỗi việc mình làm.

Federico vừa thắp một cây nến trên một bàn ăn đã được dọn dẹp sạch sẽ vừa nói.

"Tôi luôn kết thúc bằng việc thắp lên một ngọn nến. Điều này là để mang lại không khí bình yên cho khách hàng mỗi khi họ dùng bữa trong nhà hàng của tôi."

Khi Federico thắp cây nến màu vàng, một câu nói tưởng chừng đã biến mất, bỗng lại được thốt ra từ miệng của những vị khách đang thoải mái đàm đạo trong lúc chờ món ăn được đưa lên: “La Dolce Vita!”

Ý: Trường Chế tác da Ý

TỎA SÁNG CÙNG THẾ HỆ TRẺ TRONG CÔNG CUỘC “PHỤC HƯNG” NỀN KINH TẾ ĐỊA PHƯƠNG

“Thay vì sử dụng máy móc, chúng tôi sử dụng ba thứ: cái đầu, tâm hồn và đôi tay để tạo ra các sản phẩm. Mỗi ngày chúng tôi đều tạo ra các sản phẩm khác nhau. Từng ngày, từng giờ, mọi thứ đều mới mẻ và khác biệt, đó mới chính là sức hấp dẫn của trường chế tác.”

— FRANCESCO —

(Học viên trường Chế tác da Ý)

“Nền kinh tế toàn cầu đã cướp đi việc làm của con người.” Đây là cách diễn giải của nhà kinh tế học người Mỹ Enrico Moretti về “Nghịch lý kinh tế toàn cầu”, mà trong đó, tâm điểm nằm ở quá trình tự động hóa và toàn cầu hóa của hiện tượng chuyển hóa nguồn nhân lực. Lý luận này đã chỉ ra rằng thị trường ngày càng được mở rộng đã đẩy nhanh quá trình phân hóa mạnh mẽ của nền công nghiệp để tiến tới nấc thang tự động hóa. Đồng thời, khi nhân lực từ khắp mọi nơi được tập hợp, xóa nhòa đi mọi ranh giới địa lý sẽ dẫn tới hậu quả thiếu việc làm trong một khu vực nhất định. Nếu giả thiết này là đúng, liệu chúng ta có nên mở ra một hướng đi khác? Nói cách khác, nếu toàn cầu hóa kinh tế là nguyên nhân thực sự gây ra tình trạng thiếu việc làm thì ngược lại, liệu nền kinh tế khu vực có thể tạo ra được việc làm? Điều này còn được đề cập tới với tên gọi “Học thuyết kinh tế khu

vực tạo việc làm". Và Ý được coi là mô hình tham khảo chuẩn mực nhất để quan sát và tìm hiểu các biện pháp thúc đẩy hoạt động kinh tế địa phương. Mặc dù chịu thiệt hại lớn trong cuộc khủng hoảng kinh tế nhưng nền kinh tế địa phương vẫn giữ cho nước Ý đứng vững, và cả nền kinh tế Ý không bị chao đảo trong cơn biến động.

Trường Chế tác da Ý - Nơi từng đường kim mũi chỉ kết nối hơi thở của người nghệ sĩ

Florence (Firenze) vừa có nghĩa là "hoa", vừa là tên thủ phủ của vùng Tuscany (Toscana), Ý. Sẽ là không nói ngoa khi gọi Florence bằng biệt danh "thủ đô nghệ thuật" bởi vẻ đẹp mê hồn của mảnh đất này. Nét quyến rũ ẩn chứa trong truyền thống lịch sử lâu đời của Florence như cái bóng theo gót chân du khách đi tới mọi ngõ ngách trong thành phố. Giả sử không nhìn thấy những chiếc xe ô tô đi qua đi lại trên phố, người ta sẽ có cảm giác như đang quay ngược thời gian trở về mấy trăm năm trước để đến với một thành phố châu Âu thời Trung cổ. Đi dạo trên đường phố Florence, những khung cảnh lãng mạn dường như đã bị lãng quên chợt ùa về như những tia nắng đổ xuống mặt đất và đưa tâm hồn du khách trở về với thời Phục hưng hưng thịnh thuở nào.

Chỉ cần liệt kê ra một vài cái tên như Dante, Leonardo da Vinci, Michelangelo, Galilei, Botticelli, v.v… cũng đủ để biết rằng Florence là nơi đã sinh ra nhiều tên tuổi vĩ đại của thế giới, cùng với đó là vô số những dấu vết lịch sử còn được lưu giữ đã mang lại cho Florence xinh đẹp nét lãng mạn, cổ kính vẹn nguyên theo thời gian. Với những điều kiện này, không khó để Florence lọt vào danh sách những di sản thế giới được UNESCO công nhận, nhưng lại vô tình cản trở thành phố này phát triển thành một đô thị lớn và thu hút đầu tư phát triển sản xuất. Đây cũng là lý do khiến du lịch và dịch vụ là những ngành tạo công ăn việc làm chủ yếu ở Florence. Tuy nhiên, trong một vài năm trở

lại đây, do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, lượng du khách tới Florence sụt giảm rõ rệt đã gây ra những ảnh hưởng trực tiếp đến đời sống của các cư dân thành phố. Mặc dù vậy, bất chấp bối cảnh khó khăn hiện nay, tại Florence vẫn có cở sở kinh doanh duy trì được tốc độ phát triển đáng kinh ngạc với các hoạt động thương mại đang diễn ra mạnh mẽ và vẫn tiếp tục tạo ra nhiều việc làm. Trong số đó có trường chế tác da thủ công với bề dày lịch sử hơn 500 năm mang tên Scuola del Cuoio. Ngôi trường này đào tạo kỹ thuật chế tạo đồ da chuyên nghiệp đồng thời thực hiện chức năng kinh doanh, chế tạo và buôn bán các chế phẩm làm từ da thuộc như túi xách, phụ kiện trang sức, quần áo, đồ dùng sinh hoạt, v.v...

Trường chế tác đồ da có lịch sử hơn 500 năm này nằm bên trong nhà thờ Santa Croce – nơi được biết đến như là thánh địa của Florence. Tuy không nguy nga và tráng lệ như nhà thờ Doumo, nhưng nhà thờ Santa Croce lại mang đến một cảm giác nhẹ nhàng, tinh tế. Mọi hoạt động của trường chế tác đồ da đều diễn ra bên trong nhà thờ này, và nếu bước vào bên trong, chúng ta sẽ bắt gặp các bạn trẻ đang cặm cụi cắt các tấm da thuộc bên một dãy bàn làm việc đã cũ sờn trải dài theo một dãy hành lang. Tại đây, các sản phẩm đồ da vẫn được các nghệ nhân chế tác theo các phương thức thủ công truyền thống đã được lưu giữ nguyên vẹn trong suốt 300 năm qua. Các kỹ thuật chế tác điêu luyện này buộc người thợ phải "tầm sư học đạo" nhiều năm trời mới có thể thành nghề. Để trở thành một nghệ nhân trong nghề cách đây không lâu, một thợ lành nghề 28 tuổi như Francesco đã học nghề và làm việc tại ngôi trường này tính tới nay là năm thứ mười, cũng từng phải trải qua quãng thời gian dài học việc như vậy.

> *"Tôi là dân bản địa ở Florence. Sinh ra và lớn lên ở thành phố nghệ thuật này, việc đi theo lĩnh vực này cũng đến với tôi rất tự nhiên. Hiện nay, tôi là nghệ nhân trẻ tuổi nhất trong số những người thầy dạy nghề chế tác đồ da tại nơi này."*

Francesco rất tự hào với nghề nghiệp của bản thân. Với tay nghề của mình, những người thợ ở đây hoàn toàn có thể lựa chọn một công ty tên tuổi chuyên sản xuất ra những chiếc túi da hàng hiệu, nhưng tại sao họ lại tập hợp tại đây để tạo nên một trường chế tác trong một thánh đường nhỏ hẹp như vậy. Câu trả lời của Francesco rất rõ ràng.

> *"Một công ty lớn thì rốt cuộc cũng chỉ là một doanh nghiệp. Khu vực hoạt động của các nghệ nhân cũng chỉ là nhà máy sản xuất chứ không phải là ngôi trường như ở chỗ chúng tôi. Các doanh nghiệp sản xuất hàng loạt với số lượng lớn vì vậy phần lớn các công đoạn sản xuất được thực hiện bởi máy móc. Mỗi ngày, họ có thể làm ra tới hơn 100 chiếc túi giống hệt nhau. Tuy nhiên, tại trường chế tác, chúng tôi chỉ có thể làm ra tối đa từ hai đến ba chiếc túi mỗi ngày. Tất cả các công đoạn đều được làm bằng tay, vì thế không có chiếc túi nào là hoàn toàn giống nhau. Thay vì sử dụng máy móc, chúng tôi sử dụng ba thứ: cái đầu, tâm hồn và đôi tay để tạo ra các sản phẩm. Mỗi ngày, chúng tôi đều tạo ra các sản phẩm khác nhau. Từng ngày, từng giờ, mọi thứ đều mới mẻ và khác biệt, đó mới chính là sức hấp dẫn của trường chế tác."*

Những chiếc túi được tạo ra bởi trí óc, tấm lòng và đôi bàn tay. Liệu có phải vì vậy mà chúng vẫn không ngừng được bán ra bất chấp tình hình khó khăn của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới. Cho dù giá tiền của mỗi chiếc túi đó không hề nhỏ, song vì tính chất độc nhất vô nhị, không thể tìm mua được tại bất kỳ nơi nào khác trên thế giới ngoại trừ Florence nên các sản phẩm này rất có tiếng. Thương hiệu nổi tiếng này đã tạo cơ hội làm khởi sắc cho nền kinh tế địa phương. Từ thế hệ các tổ tiên đã dày công mài giũa nên những kỹ thuật công phu và truyền lại tiếng tăm cho thế hệ sau, cho tới các thế hệ con cháu biết quý trọng và tiếp nối các giá trị lâu đời, nền văn hóa mà họ đã và đang lưu giữ là nền văn hóa của nhiều thế hệ con người biết tôn trọng lịch sử và đề cao giá trị của người nghệ sĩ, nó chứa đựng xiết bao tôn kính và tự hào.

"Tôi rất yêu nơi này. Tôi cảm thấy vô cùng mãn nguyện và hãnh diện khi thấy có rất nhiều bạn trẻ từ khắp nơi trên thế giới tìm tới đây để theo học nghề truyền thống của chúng tôi. Đặc biệt có rất nhiều bạn trẻ đến từ châu Á cũng mong muốn được học nghề này. Trường chế tác da của chúng tôi luôn mở cửa chào đón bất cứ ai thực sự muốn học và có nhiều tâm huyết với nghề. Vì tương lai của thế hệ trẻ trên toàn thế giới, chúng tôi luôn sẵn lòng truyền đạt tất cả những gì chúng tôi biết để giúp các bạn trẻ có thể sống tốt với nghề nghiệp của bản thân trong tương lai."

Quả đúng như lời Francesco, không khó để có thể tìm thấy bóng dáng của các học viên đến từ châu Á tại trường chế tác da. Trong số đó có một học viên người Hàn Quốc đang cẩn trọng với từng đường kim mũi chỉ trên một tấm vải da. Bạn trẻ này đang bước trên con đường mà các bậc tiền bối trong nghề đã đi qua, với mơ ước trở thành một nghệ nhân chế tác đồ da trong tương lai.

"Một trong những chiều hướng tích cực nhất trong thời gian gần đây là các bạn trẻ châu Á ngày càng dành nhiều quan tâm tới lĩnh vực này. Đến với nơi này, họ sẽ được học về phương pháp mạ vàng và cách làm ra các tác phẩm nghệ thuật từ da thuộc cũng như cách tự làm ra các đồ vật mà mình yêu thích. Không những vậy, với những kỹ thuật học được tại đây, trong tương lai họ hoàn toàn có thể tự gây dựng nên sự nghiệp riêng của bản thân. Chúng tôi luôn sẵn sàng để đón nhận những bạn trẻ có chí hướng như vậy. Bất cứ khi nào các bạn tìm đến, chúng tôi luôn đón chào."

Nơi đây không có chỗ dành cho thái độ bảo thủ, tự mãn tưởng chừng như đặc điểm cố hữu của những bậc tiền bối, chúng ta chỉ có thể thấy những tấm lòng rộng mở, hiếu khách đối với những người bạn phương xa. Nơi đây có những con người đứng trên mảnh đất quê hương nhưng con mắt vẫn hướng ra thế giới.

Kéo cả thế giới đến với mình thay vì đến với thế giới!

Lịch sử của trường chế tác da Scuola del Cuoio gắn liền với trang sử hoang tàn, đổ nát một thời của Florence. Sau khi Thế chiến II kết thúc, các tu sĩ dòng Francesco đã biến thánh đường gần như bị bỏ hoang từ giữa thập niên 1800, tức là trong gần một thế kỷ, thành một trường dạy nghề thu nhận trẻ em mồ côi trong chiến tranh, để chúng có thể tự lập trong tương lai. Vào thời điểm đó, Florence đã rất nổi tiếng với kỹ thuật chế tác da và các vị tu sĩ thời ấy tin rằng kỹ thuật chế tác da thủ công này có thể tạo ra việc làm cho trẻ em mồ côi. Kể từ đó đã có rất nhiều nghệ nhân chế tác da được sinh ra từ ngôi trường này và truyền thống ấy vẫn được tiếp nối cho tới ngày nay. Đối với người đại diện của ngôi trường này, bà Laura Gori, Scuola del Cuoio và các học trò là niềm hãnh diện vô cùng lớn lao.

> *"Chiếc túi này là báu vật vô giá của tôi. Đây là tác phẩm cho chính tay tôi thiết kế vào năm 1982. Dù đã 30 năm trôi qua, chiếc túi tuy có hơi cũ nhưng vẫn rất đẹp phải không? Tại đây, nơi được xem như cái nôi của lịch sử Florence, chúng tôi không chỉ làm và bán ra các sản phẩm từ da mà còn truyền dạy các kỹ thuật chế tác để đào tạo nên một thế hệ những thợ chế tác da thủ công trẻ tiếp tục lưu giữ những truyền thống tốt đẹp của mảnh đất này."*

Điều đặc biệt nhất ở ngôi trường này là việc tuyển chọn thợ học việc và hỗ trợ tích cực trong việc định hướng nghề nghiệp cho các học viên được nhận vào trường thông qua hình thức đào tạo thầy-trò. Vì lý do gì mà những người thầy tại ngôi trường này lại kiên trì, bền bỉ đào tạo một học trò thành nghề trong thời gian dài đến vậy cho dù việc này tốn không ít công sức và chi phí?

> *"Tôi cũng chỉ là một người sống trong thời đại này. Nhưng tôi tin rằng văn hóa cổ truyền của bất kỳ một vùng miền nào cũng*

cần phải được gìn giữ. Đối với nước Ý, văn hóa chế tác da thủ công là điều vô cùng quan trọng và cách duy nhất để có thể bảo tồn nét văn hóa này là truyền lại các kỹ thuật cho thế hệ trẻ. Cần phải truyền lại cho họ con mắt nhìn nhận và đánh giá về da. Khi mua một chiếc túi hàng hiệu đắt tiền, điều chúng ta cần phải nhận thức được không chỉ là thương hiệu của nó. Nếu có thể nuôi dưỡng trong mỗi bạn trẻ một con mắt nhìn nhận thấu suốt về chất lượng và đôi tay tài hoa của người đã làm nên đồ vật đó thì cho dù đi tới bất cứ đâu, họ cũng có thể gìn giữ được truyền thống và thành công trong sự nghiệp của bản thân."

Nếu vậy thì liệu ngôi trường này đã có ảnh hưởng lớn đến mức nào tới nền kinh tế địa phương? Laura chỉ vào bức ảnh đen trắng cũ treo trên tường phòng trưng bày rồi điềm đạm tiếp tục câu chuyện của mình.

"Người trong bức ảnh này là cha tôi. Tôi chợt nhớ cách đây rất lâu rồi, tôi và cha từng chia sẻ về điều này. Cha tôi kể rằng khi ông cùng với các tu sĩ bắt tay vào việc dạy nghề chế tác da, nơi đây chỉ là một vùng hoang tàn, đổ nát, thậm chí không có cách nào để tìm ra nguồn da nguyên liệu. Thế nhưng khi trường chế tác da được mở, vùng đất này đã hoàn toàn thay đổi diện mạo để trở thành địa chỉ mua sắm các sản phẩm làm từ da dành cho khách du lịch. Thời đó, khách du lịch gọi nơi đây là nhà máy da. Đó là cách gọi hoàn toàn vô căn cứ, chẳng khác nào một sự sỉ nhục đối với người Ý. Tôi đã không ngừng kêu ca rằng không thể hiểu vì sao họ lại gọi như vậy. Nhưng cha tôi lại nói rằng đáng lẽ ra chúng tôi nên tự cảm thấy hãnh diện vì điều đó. Ông nói rằng họ gọi như vậy là bởi họ cho rằng chúng tôi đã làm giàu cho cả thành phố này. Khi họ gọi trường chế tác da của chúng tôi là nhà máy thì điều đó có nghĩa chúng tôi đang được ngợi khen như là nơi chịu trách nhiệm tạo việc làm cho cư dân địa phương."

Phải tốn nhiều công sức và thời gian đến vậy để đào tạo một học viên trẻ thành một thợ chế tác da lành nghề, nhưng nếu họ lại bỏ đến một nơi khác sau khi đã học thành nghề thì không phải sẽ là tổn thất cho nền kinh tế địa phương hay sao? Đề cập đến vấn đề này, bà Laura Gori đã đưa ra một câu trả lời cương quyết và rành mạch.

> *"Hoàn toàn không phải như vậy. Các học viên đang góp một phần rất lớn vào việc quảng bá tên tuổi của chúng tôi với toàn thế giới. Như vậy không phải là quá đủ rồi sao?"*

Không nhất thiết phải ra ngoài thế giới mà vẫn có thể thu hút cả thế giới đến với mình. Có lẽ đây mới là sức mạnh chân chính của khu vực hóa và toàn cầu hóa.

Ý: Chương trình Giovani Si của Tuscany, Ý

CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG SẼ ĐẢM BẢO CHO TIỀM NĂNG CỦA BẠN

"Chúng tôi đứng ra đảm bảo để các bạn trẻ chưa đủ khả năng thực hiện các giao dịch ngân hàng có thể được vay vốn lập nghiệp. Giả sử trong trường hợp họ đã được bảo lãnh vay vốn nhưng không thể trả được khoản vay thì chính quyền Tuscany sẽ chịu trách nhiệm hoàn trả lại cho ngân hàng. Đây là cách làm vô cùng táo bạo."

— CARLO ANDORLINI —

(Người chịu trách nhiệm về chương trình Giovani Si)

Chính quyền vùng Tuscany (Toscana) nơi có trường chế tác da Florence, đã chuẩn bị những chính sách mang tính tích cực nhằm kêu gọi và thu hút thế hệ trẻ quay trở về xây dựng quê

hương. Một trong số những chính sách được đặc biệt quan tâm là chương trình hỗ trợ thanh niên "Giovani Si" được thực hiện dưới sự cam kết của xã hội, nhằm mang lại cơ hội tự lập và tạo nền tảng phát triển cho thanh niên địa phương. Với mục tiêu tạo ra nhiều việc làm cho thanh niên, thúc đẩy tiêu dùng và phát triển kinh tế địa phương, trong suốt 2 năm qua, chương trình "Giovani" được xem là dự án trọng điểm của vùng Tuscany.

Người chịu trách nhiệm chính và cũng là người đã truyền cảm hứng để chính quyền vùng Tuscany khởi động chương trình Giovani Si, ông Carlo Andorlini nhấn mạnh, đây là chương trình nhằm kêu gọi, vận động thanh niên.

> *"Giovani Si là dự án trọng điểm được chính quyền vùng Tuscany xúc tiến mạnh mẽ. Sức mạnh của chương trình này nằm ở tính bao quát tổng thể trên mọi phương diện như giáo dục, hướng nghiệp và các dịch vụ dân sinh. Tại Tuscany, các dịch vụ dân sinh được đặc biệt chú trọng và đã hỗ trợ đắc lực cho giới trẻ trong việc thích ứng với môi trường, văn hóa công sở thông qua quá trình thực tập. Để đạt được điều này, chính quyền địa phương đã tiến hành các chương trình giáo dục và mang lại cho các bạn trẻ cơ hội thử sức ở nhiều lĩnh vực mới mẻ. Chúng tôi cung cấp cho thanh niên một loạt những chương trình nhằm giúp họ có được một khởi đầu vững chắc khi tham gia sinh hoạt xã hội. Và Giovani Si hội tụ đầy đủ các tiêu chuẩn phù hợp với mọi quá trình này."*

Sau khi chương trình Giovani Si ra đời và kết hợp tất cả các hình thức hỗ trợ rải rác trước đây thành một phương án tổng thể thì ý nghĩa trợ giúp của nó đối với thanh niên càng được nhân rộng hơn nữa. Đó là bởi chính sách này đã giúp chính quyền địa phương tìm được tiếng nói chung với thế hệ trẻ.

> *"Cách đây 2 năm, trong suốt quá trình chuẩn bị cho chương trình Giovani Si, có một điều tâm niệm mà chúng tôi vẫn luôn*

trân trọng cho tới tận bây giờ. Dự án này được tiến hành với đối tượng hướng đến là thanh niên và chúng tôi cần phải truyền tải được một thông điệp có sức lay chuyển tâm hồn họ. Do vậy, trước hết, chúng tôi cần phải đối thoại và tìm được tiếng nói chung với họ để đi đến một sự biến đổi. Chúng ta đang sống trong một thời đại đầy biến động. Trong quá trình lập kế hoạch khởi động dự án, ngay cả các cơ quan chính phủ cũng không thể khẳng định được chắc chắn liệu chính sách này có thể phát huy hiệu quả trong tương lai xa hơn hay không. Vì lý do này, nhằm nâng cao tính hiệu quả cho dự án, đặc biệt là khi tình trạng thất nghiệp ở thanh niên đang diễn ra trầm trọng như hiện nay, chúng tôi nhận thấy rằng chính quyền cần phải lắng nghe ý kiến của đông đảo thanh niên và có những thay đổi cũng như sửa chữa kịp thời để có thể tạo ra nhiều cơ hội cùng sự trợ giúp đắc lực nhất đối với thế hệ trẻ. Một trong những điều vô cùng quan trọng và nổi bật của dự án Giovani Si là các chính sách trong khuôn khổ dự án có thể được thay đổi liên tục. Ngay lúc này, các bạn trẻ vùng Tuscany cũng liên tục đưa ra những đề xuất tới chúng tôi. Chúng tôi nhận ra là tiếng nói của thế hệ trẻ thực sự có thể làm thay đổi rất nhiều điều. Chìa khóa thành công của dự án Giovani Si chính là ở việc thay đổi và đối thoại."

Các bạn trẻ là những người hiểu rõ nhất vấn đề việc làm của thanh niên. Mặc dù sự xét đoán tình hình và xây dựng chính sách cần thiết của các chuyên gia, cán bộ nhà nước, các thế hệ đi trước cũng rất quan trọng, nhưng trong khi những cái đầu này đang tụ họp lại để xây dựng kế hoạch thì ngoài kia các bạn trẻ đang phải đương đầu với vô số vấn đề rối ren. Trên thực tế, theo quy trình quản lý cơ bản, trước tiên phải hỏi chuyện các đương sự trực tiếp có liên quan đến vấn đề xảy ra và để họ tự nói ra tất cả. Thành công của dự án Giovani Si là đã tuân thủ nghiêm ngặt quy trình quản lý cơ bản này và tạo được không gian đối thoại gần gũi đối với thanh niên.

Hiện nay, dự án Giovani Si vẫn đang tiến hành với các chương trình đa dạng và cụ thể nhằm tạo ra thêm nhiều việc làm hơn nữa.

> *"Chúng tôi giúp các bạn trẻ tích lũy kinh nghiệm thông qua quá trình thực tập. Để thực hiện được chương trình này, chúng tôi cần phải cung cấp các gói hỗ trợ về mặt tài chính dành cho các công ty tuyển dụng họ. Hiện nay, chúng tôi đang tập trung đầu tư các chương trình hỗ trợ, thời gian và sức lực vào lĩnh vực tuyển dụng, việc làm. Ngoài ra, chính quyền còn đặc biệt quan tâm và tạo điều kiện giúp đỡ những bạn trẻ có ý định khởi nghiệp bằng việc ban hành chính sách Luật địa phương đặc biệt. Hơn nữa, chúng tôi còn đứng ra đảm bảo để các bạn trẻ chưa đủ khả năng thực hiện các giao dịch ngân hàng có thể được vay vốn lập nghiệp. Giả sử trong trường hợp các bạn trẻ đã được bảo lãnh vay vốn nhưng không thể trả được khoản vay thì chính quyền Tuscany sẽ chịu trách nhiệm hoàn trả lại cho ngân hàng. Đây là cách làm vô cùng táo bạo."*

Những nỗ lực của chính quyền Tuscany đều hướng tới mục đích củng cố tinh thần tự lập cho thanh niên ngay tại chính địa phương để hạn chế việc họ rời bỏ quê hương. Mặc dù cách làm của chính quyền Tuscany hiện nay vẫn chưa phải là một giải pháp triệt để, song những cố gắng của họ hoàn toàn không vô nghĩa. Nỗ lực của chính quyền địa phương đã thành công trong việc phá bỏ bức tường ngăn cách giữa các cơ quan nhà nước với giới trẻ bấy lâu nay, đồng thời tìm ra hướng đi cho những cuộc đối thoại về vấn đề "bám trụ quê hương". Chính quyền Tuscany đã cho thấy những nỗ lực toàn diện khi quan tâm xây dựng các chính sách củng cố sức cạnh tranh cho khu vực ngay cả khi tình hình kinh tế của vùng Tuscany, mà đặc biệt là của Florence, được đánh giá khả quan hơn so với mức trung bình của toàn nước Ý và triển vọng trong tương lai là ngày càng có nhiều việc làm được tạo ra.

Quốc gia tái sinh từ nền móng địa phương!

Câu hỏi đặt ra hiện nay là sức cạnh tranh khu vực của Tuscany hiện đang nắm giữ 7% GDP của Ý và đang từng bước tiến tới tạo bàn đạp để vực dậy nền kinh tế quốc gia sau khủng hoảng đến từ đâu? Các phân tích mới nhất đã chỉ ra rằng chính nhờ có nền tảng kinh tế địa phương vững chắc này mà Ý có thể chống chọi được trước cuộc khủng hoảng kinh tế đã càn quét khắp châu Âu vừa qua. Giáo sư Renato Panizza là một nhà kinh tế học hiện đang nghiên cứu về kinh tế học vi mô và mô hình kinh tế tại trường Đại học Florence đã phân tích khả năng cạnh tranh của vùng Tuscany như sau.

> *"Điểm mạnh của nền kinh tế Tuscany nằm ở nền tảng phát triển được phân bố đều trong các cơ sở kinh doanh quy mô nhỏ trong khu vực. Tuy nhiên, giữa các cơ sở kinh doanh quy mô nhỏ này lại tồn tại một mạng lưới liên kết vô cùng chặt chẽ. Các doanh nghiệp nhỏ này liên kết có tính đàn hồi với nhau và hiện đang nắm giữ vai trò cốt lõi trong quá trình phát triển kinh tế của Ý. Một điều đáng ngạc nhiên hơn nữa là các cơ sở kinh doanh nhỏ của Ý không chỉ nắm giữ thị trường nội địa mà còn có khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài với các sản phẩm xuất khẩu của mình."*

Đây quả là kỳ tích được tạo nên bởi đôi bàn tay của các nghệ nhân và thợ chế tác đến từ những ngôi làng nhỏ bé. Vậy đâu là bí quyết thắng lợi của Tuscany khi tái dựng cuộc chiến lịch sử giữa David và Goliath với chiến thắng thần kỳ trong cuộc đối đầu với các doanh nghiệp đa quốc gia khổng lồ?

> *"Tuscany đang sở hữu một mô hình kinh tế khó lòng sao chép được. Khu vực này đã đạt đến một trình độ xuất sắc vượt bậc khi tiến hành công nghiệp hóa thành công những giá trị kết tinh của tài năng nghệ thuật bậc thầy và hội tụ tinh hoa truyền thống văn hóa lâu đời của địa phương. Tinh thần doanh nghiệp đậm chất văn hóa và kỹ thuật sản xuất độc đáo của Tuscany hoàn toàn không có nguồn gốc du nhập ngoại lai,*

mà là kết quả sinh ra từ quá trình tu dưỡng, kết tinh của các giá trị nội tại sâu sắc."

Hiện tượng các công xưởng quy mô nhỏ như trường chế tác da Florence đang trở thành sức mạnh chủ lực của nền kinh tế địa phương rõ ràng là một tin đáng mừng trước tình trạng gia tăng khoảng cách giàu nghèo, trình độ phát triển giữa các khu vực đang diễn ra tại nhiều quốc gia. Tuy nhiên, mô hình kinh tế địa phương còn phụ thuộc vào tác động của nhiều yếu tố văn hóa, xã hội chứ không hoàn toàn là khái niệm có thể giải thích thông qua các lý luận kinh tế học, do đó hạn chế của nó là không thể tùy tiện áp dụng với các địa phương khác được. Mặc dù vậy, vẫn cần phải khẳng định rằng các mô hình kinh tế địa phương được xây dựng tốt chắc chắn sẽ trở thành trụ cột vững chắc cho nền kinh tế quốc gia. Giáo sư Renato cho rằng bí quyết mang tính quyết định tới động lực tăng trưởng không ngừng của nền kinh tế Tuscany hiện nay chính là "xuất khẩu".

"Con đường duy nhất của tăng trưởng kinh tế là xuất khẩu. Bởi nếu chỉ dựa vào thị trường trong nước sẽ không thể đạt được bước đột phá trong tăng trưởng. Và đó chính xác là điều mà Tuscany đã làm. Nền tảng của nền kinh tế Tuscany nằm ở hoạt động xuất khẩu, nhờ vậy mà khu vực này không chịu tác động lớn của tình hình kinh tế trong nước mà vẫn có thể giữ vững và mở rộng thị trường. Nhưng có thể thấy rõ rằng đứng từ vị trí của địa phương thì hoạt động mở rộng thị trường xuất khẩu còn gặp rất nhiều khó khăn. Hiện nay, tình hình cạnh tranh trên toàn thế giới đang diễn ra vô cùng gay gắt, do đó, so với việc tập trung và tìm đủ mọi cách để duy trì thị trường trong nước thì khả năng bị đào thải và thất bại của hoạt động xuất khẩu còn cao hơn nhiều. Tuy nhiên, nếu tiến hành sản xuất các sản phẩm chất lượng cao theo quy trình kỹ thuật tinh xảo như Tuscany và cộng thêm với điều kiện năng suất sản xuất không ngừng được nâng cao thì con đường tăng trưởng vượt bậc chắc chắn sẽ mở ra với Tuscany."

Lấy trọng tâm là hoạt động cung cấp tại địa phương nhưng vẫn theo dõi sát sao tình hình nhu cầu của thị trường thế giới được coi là sức mạnh cốt lõi quyết định sức cạnh tranh của vùng. Có thể kiểm chứng điều này bằng một địa phương cụ thể như Florence. Vùng đất này tưởng chừng như một nơi vô cùng khép kín nhưng thực chất lại rất thông thoáng và đặc tính này chính là cơ sở giúp Florence trở thành đầu mối xuất khẩu năng động như hiện nay.

Tỷ lệ thất nghiệp của Tuscany thấp hơn rất nhiều so với mức trung bình của nước Ý. Điều này khiến giáo sư Renato phải đặc biệt dành sự quan tâm nghiên cứu về các điều kiện tuyển dụng của địa phương này.

Lý do khiến Tuscany vẫn có thể chống chọi khá vững vàng ngay cả trong cơn khủng hoảng kinh tế toàn cầu nằm ở đặc điểm xã hội của khu vực này. Trên thực tế, tôi cho rằng chính các hình thức tuyển dụng mới đang được phổ biến rộng rãi tại Tuscany là yếu tố giúp địa phương này có thể hạn chế tỷ lệ thất nghiệp xuống mức tối thiểu so với mặt bằng chung của nước Ý. Đó là hình thức làm việc theo giờ, làm việc hạn chế thời gian, hay các hình thức tuyển dụng lao động ngắn hạn linh hoạt khác. Tóm lại, các hình thức tuyển dụng này đều có một điểm chung là tuyển dụng hai lao động làm việc theo giờ để hoàn thành lượng công việc tương đương với một lao động chính thức nhằm tạo cơ hội làm việc cho hai người. Theo đó, cách thức này đang giúp cho nhiều người có việc làm hơn với cùng một nhu cầu tuyển dụng.

> *“Tại Tuscany có rất nhiều người làm việc trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật và các thợ thủ công truyền thống. Điều mà họ cần không phải một tổ chức khuôn mẫu với một mức lương cố định và khung giờ hành chính, mà là cần có ‘thời gian dành riêng cho bản thân’”.*

Điều này hoàn toàn khả thi và không có gì khó hiểu đối với một ngôi làng nổi tiếng với truyền thống được tạo nên bởi các nghệ sĩ và nghệ nhân tự do. Tuy nhiên, ngay tại Tuscany cũng có những con người bình thường muốn có một công việc ổn định và có quy tắc. Thực trạng lao động phổ biến tại Tuscany liệu có thể làm hài lòng những người như vậy? Giáo sư Renato bày tỏ thái độ đồng tình trước sự lo ngại của tôi về vấn đề này, đồng thời cũng chỉ ra những mặt trái cần phải vượt qua.

> *"Không thể phủ nhận rằng việc tuân theo những điều khoản cam kết của một bản hợp đồng hay thỏa mãn các điều kiện của cá nhân đều tồn tại cả mặt tích cực lẫn tiêu cực. Tuy nhiên, nếu đặt trong khuôn khổ nhiệm vụ đảm trách nhất định của một công việc chính thức thì hoạt động đổi mới hay đào tạo có khả năng cao sẽ trở thành chủ thể gây ra sự gián đoạn trong sản xuất. Trong khi đó, hình thức hợp đồng lao động theo giờ của Ý lại hàm chứa ý nghĩa mở đường cho hoạt động 'đào tạo kỹ năng nghề nghiệp'. Đối với trường hợp của các bạn trẻ, khi có ý định tìm cho mình một việc làm theo giờ hay công việc giới hạn thời gian, các bạn có thể thêm vào các điều kiện đặc biệt như yêu cầu được 'đào tạo kỹ năng nghề nghiệp'. Các nhân viên hợp đồng trẻ không chỉ thực hiện những công việc lao động đơn thuần như một điều kiện thứ yếu của nghề nghiệp mà còn có cơ hội nâng cao năng lực làm việc của bản thân thông qua việc học hỏi các kỹ năng nghề nghiệp. Mặc dù mặt trái của hình thức làm việc theo giờ là nhiều người chỉ lợi dụng nó như phương tiện để thuê lao động với giá rẻ, nhưng tôi nghĩ rằng cũng rất đáng để suy nghĩ nếu xét đến khía cạnh cơ hội tích lũy kinh nghiệm và nâng cao hiệu quả làm việc của bản thân mà những công việc như vậy mang lại."*

Trong quá trình tìm hiểu về hình thức kinh tế địa phương, quả nhiên truyền thống kinh doanh gia đình tại Ý đã chứng tỏ được vai trò tích cực của nó đối với nền kinh tế này.

"Trong khu vực công nghiệp tại Ý, có vô số những doanh nghiệp gia đình ngày càng trở nên vững vàng hơn thông qua mối liên kết gia đình chặt chẽ. Gia đình là một đơn vị tổ chức sản xuất có tính đàn hồi cao. Trong hình thức kinh doanh gia đình, mọi vấn đề đều được đối phó linh hoạt từ mọi phương diện và con người có thể làm việc vui vẻ mà không phải chịu quá nhiều áp lực. Thời gian làm việc của các cơ sở sản xuất gia đình rất linh hoạt do đó nếu muốn người ta hoàn toàn có thể kiếm thêm thu nhập đệm (buffer income). Hơn nữa, với hình thức kinh doanh này, con người có thể trải nghiệm những thú vui giản dị như tự cung cấp lương thực cho gia đình bằng cách đơn giản như tận dụng mảnh sân sau nhà để tự trồng cà chua chẳng hạn. Văn hóa kinh doanh gia đình là một truyền thống của Tuscany và cũng là đặc tính chủ yếu của khu vực công nghiệp truyền thống tại Ý."

Đến Florence hay bất cứ thành phố nào của Ý bạn cũng có thể dễ dàng bắt gặp những đoàn biểu tình tay cầm biểu ngữ, miệng hô khẩu hiệu đi trên đường phố.

"Đả đảo chế độ phát-xít! Nếu không thay đổi thì chúng tôi sẵn sàng chiến đấu!"

Nước Ý không phải không có những vấn đề của riêng họ. Sự phẫn nộ trước hiện thực tăm tối và khát vọng đổi thay của thanh niên đã lên tới đỉnh điểm. Chúng ta học được điều gì, cần phải tiếp thu có chọn lọc những gì từ hiện thực của nước Ý? Trong thời đại kinh tế toàn cầu đang đứng trước nhiều thách thức như hiện nay, viễn cảnh mà vùng Tuscany nhỏ bé đang mở ra liệu có ẩn chứa điều gì thuộc về trí tuệ nhân loại? Câu hỏi này vẫn còn đang bỏ ngỏ chờ chúng ta đi tìm lời giải đáp.

Hoa kỳ: Liên hiệp Cà phê rang xay Portland & Farmers Market

SỨC MẠNH "SINH RA TỪ LÀNG" HẠ GỤC "GÃ KHỔNG LỒ" STARBUCKS

"Cà phê không phải là một chiếc xe ô tô lắp ráp. Tôi cho rằng một tách cà phê ngon là kết quả sinh ra từ một quy trình đồng nhất liên tục, bắt đầu từ khâu lựa chọn từng hạt cà phê cho tới công đoạn rang xay và cuối cùng là chắt lọc từng giọt cà phê để chuyển tới khách hàng. Đó mới là hương vị cà phê chứa đựng cả tấm chân tình của người tạo ra nó."

— ADAM MCGOVERN —

(Chủ tịch Liên hiệp Cà phê rang xay)

Nước Mỹ là nơi tập trung trụ sở của các tập đoàn đa quốc gia có "máu mặt" trên toàn thế giới và cũng là "cái rốn của vũ trụ", nơi quá trình toàn cầu hóa càn quét mạnh mẽ nhất trên trái đất. Có thể nói chính vì lý do đó mà cuộc cạnh tranh của giới trẻ Mỹ để có thể thâm nhập vào dòng chảy này cũng khốc liệt và cấp bách hơn ở bất cứ đâu trên thế giới. Tuy vậy, ngay chính tại chiến trường ác liệt, nơi diễn ra các cuộc đối đầu của những tập đoàn lớn này lại tồn tại một nơi được coi như thánh địa của các "country boy" làm chủ nền kinh tế địa phương. Nơi chúng ta đang nhắc tới là Portland – thành phố xanh tiêu biểu của nước Mỹ.

Portland là nơi từng ghi nhận tình trạng thất nghiệp tồi tệ nhất kể từ sau khi bong bóng dot-com vỡ nổ tại Mỹ vào những năm 2000. Người ta từng được chứng kiến một Portland lụi tàn với nền sản xuất trì trệ và mức lương thảm hại khiến không một người lao động nào muốn tiếp tục làm việc tại đây. Thế nhưng, không thể ngờ được rằng một thành phố đã từng một thời bị chính những cư dân của nó quay lưng, hắt hủi, giờ đây lại nổi lên như một nơi được khao khát nhất trên toàn nước Mỹ. Rốt

cuộc, sức mạnh nào đã thổi bùng cuộc biến hóa thần kỳ của Portland?

Làn sóng lớn được tạo ra bởi những chiếc máy rang xay cà phê nhỏ

Portland đang trên đà hồi phục với tốc độ tăng trưởng chóng mặt. Từ nơi được coi là "thành phố dành cho sự sống", Portland đang dần trở thành một "thành phố đáng khao khát" nhờ có sự phối hợp hài hòa của các dự án thân thiện với môi trường cùng mô hình kinh tế của thành phố. Tuy nhiên, đây vẫn chưa phải là lý do chính dẫn tới hiện tượng này. Lý do lớn nhất nằm ở các doanh nghiệp quy mô nhỏ và cuộc bùng nổ của các hình thức kinh doanh cá nhân. Đây đang được xem như nhân tố chủ chốt trong việc thúc đẩy nền kinh tế của thành phố cả về chất lẫn lượng. Hiện tại, các doanh nghiệp địa phương quy mô nhỏ đang chiếm 95% tỷ trọng kinh tế Portland và góp phần tạo ra công ăn việc làm cho 254.000 người. Tại một nơi được coi là thánh địa của các tập đoàn lớn như nước Mỹ thì việc các cửa tiệm nhỏ vẫn tồn tại và hơn nữa còn có thể vực dậy nền kinh tế địa phương quả là một hiện tượng khó lý giải.

Chắc chắn trên các đường phố trung tâm Portland không thể vắng bóng các cửa hàng thuộc chuỗi cà phê Starbucks nổi tiếng. Nhưng điều đáng nói ở đây là, nằm đối diện với cửa hàng Starbucks là một quán cà phê nhỏ nhắn, giản dị hơn nhiều mang tên Coffeehouse Northwest. Adam McGovern, chủ của quán này, đang thư thái rang mẻ cà phê mới với tâm trạng vui vẻ. Adam cũng được biết đến với tư cách người đã sáng lập ra Liên hiệp Cà phê rang xay (Coffee Roasters United – CRU) tại Portland. Anh đẩy tách cà phê cappuccino về phía tôi rồi nói với giọng tự hào.

> *"Có lẽ đây sẽ là tách cappuccino ngon nhất mà anh từng được thưởng thức."*

Adam hoàn toàn có lý do để tự tin như vậy.

> *"Bởi đây là loại cà phê được rang xay trực tiếp và chỉ được sản xuất với số lượng ít thông qua một quy trình quản lý vô cùng nghiêm ngặt, nó còn được gọi là micro-lot coffee. Nếu trực tiếp rang xay hạt cà phê tươi, chúng tôi có thể quản lý toàn bộ công đoạn chế biến và trên hết có thể giảm giá thành cà phê. Đối với các cửa hàng nhỏ như thế này ở Portland vấn đề giá thành rất quan trọng, giá cả rẻ hay đắt sẽ quyết định thành bại trong kinh doanh. Mọi việc sẽ đơn giản hơn nhiều nếu nhập cà phê rang sẵn từ các cơ sở bán buôn, tuy nhiên tự rang xay cà phê là yếu tố tạo nên nét khác biệt giữa các quán cà phê nhỏ so với các chuỗi cửa hàng cà phê nhượng quyền thương hiệu."*

Adam cho biết kỹ thuật rang sẽ quyết định hương vị của hạt cà phê. Vì vậy, để tạo ra hương vị cà phê độc đáo mang đậm dấu ấn cá nhân, Adam phải chắc chắn rằng mình có thể đảm nhiệm tốt vai trò của một nhân viên pha chế (barista) kiêm người rang xay cà phê.

> *"Cà phê không phải là một chiếc xe ô tô lắp ráp. Tôi cho rằng một tách cà phê ngon là kết quả sinh ra từ một quy trình đồng nhất liên tục, bắt đầu từ khâu lựa chọn từng hạt cà phê cho tới công đoạn rang xay và cuối cùng là chắt lọc từng giọt cà phê để chuyển tới khách hàng. Đó mới là hương vị cà phê chứa đựng cả tấm chân tình của người tạo ra nó."*

Mặc dù vậy, đối với các quán cà phê nhỏ như Coffeehouse Northwest, để có thể duy trì việc tự rang xay cà phê là điều không hề dễ dàng. Vấn đề chủ yếu là do không thể mua nguyên liệu cà phê với số lượng lớn nên rất khó để đảm bảo chất lượng. Đây chính là lý do Liên hiệp Cà phê rang xay được thành lập.

> *"Liên hiệp Cà phê rang xay là biện pháp tối ưu đối với chủ các quán cà phê nhỏ. Bởi một trong những vấn đề mà các quán cà phê tự rang xay phải đối mặt là làm sao để có thể nhập cà phê*

nguyên liệu chất lượng cao với giá thành hợp lý. Sau khi chủ các quán cà phê trong thành phố liên kết lại và thành lập Liên hiệp Cà phê rang xay, chúng tôi đã có thể độc quyền thu mua cà phê nguyên liệu chất lượng cao. Không chỉ đảm bảo được nguồn nguyên liệu ổn định, chúng tôi còn tìm được thêm nhiều 'đồng minh' cùng chung chí hướng. Mặc dù hiện nay mới chỉ có các quán cà phê trong khu vực tham gia vào Liên hiệp Cà phê rang xay, nhưng tôi tin chắc rằng sẽ ngày càng có nhiều hội viên mới gia nhập tổ chức của chúng tôi."

Chức năng chính của Liên hiệp Cà phê rang xay là cung cấp cà phê nguyên liệu tốt nhất với giá thành hợp lý và hỗ trợ tối đa để thành viên của tổ chức là các quán cà phê nhỏ không phải hi sinh lợi nhuận mà vẫn có thể mang những tách cà phê ngon đến với người thưởng thức. Hệ thống này một mặt vẫn đảm bảo tính độc lập của các quán cà phê nhỏ, nhưng khi cần thiết vẫn có thể tập hợp sức mạnh để cùng nhau hướng tới những mục tiêu lớn hơn.

"Portland là một khu vực nhỏ, do đó, việc các quán cà phê địa phương đang kinh doanh tốt có thể duy trì được mối quan hệ khăng khít là điều rất quan trọng. Bởi giữa chúng tôi có nhiều điểm tương đồng hơn là khác biệt. Mặc dù nhiệm vụ chính của CRU là cung cấp cà phê nguyên liệu tốt và đại diện cho ngành nghề của chúng tôi, nhưng việc CRU luôn mở cửa để chào đón mọi người và biến họ thành một phần của cộng đồng này còn quan trọng hơn nhiều."

Thay vì tạo ra sự khác biệt để cạnh tranh giữa các cửa hàng, các thành viên của liên hiệp tiến tới tìm ra tiếng nói chung nhằm cùng nhau phát triển, đó chính là mối quan hệ "hàng xóm láng giềng" giữa những người cùng sống trong một khu vực khi đứng trước đối thủ chung. Đối với Adam, quán cà phê mang ý nghĩa như một nơi để gặp gỡ và kéo con người xích lại gần nhau hơn, để tiếp thêm sức sống cho địa phương, chứ không chỉ đơn thuần là kế sinh nhai.

Christine, một trong những thành viên của Liên hiệp Cà phê rang xay do Adam thành lập, đồng thời là chủ quán cà phê Case Study Coffee tâm sự về hành trình khởi nghiệp xuất phát từ một ý tưởng vô cùng nhỏ bé của bản thân.

"Tôi nhận thấy rằng trong khu vực Rose City Park này chưa hề có một quán cà phê nào mang tính chất độc lập. Do đó, nếu đây là điều mà khu vực này đang thiếu thì chắc chắn sẽ có những người yêu thích không gian tại quán cà phê của chúng tôi. Dĩ nhiên, tôi cũng muốn quán ngày càng thu hút được nhiều khách hàng hơn, nhưng rõ ràng là mỗi người một gu. Tôi chỉ có thể chắc chắn một điều rằng quán cà phê của chúng tôi có thể đáp ứng nhu cầu của những ai mong muốn được tận hưởng một chút gì đó riêng tư và các nhân viên của chúng tôi hiểu rất rõ điều này. Khi đến với quán của chúng tôi, tất cả đều được đón tiếp như bạn bè, hàng xóm, được tận hưởng không gian riêng tư mà bạn không thể có được ở các chuỗi cửa hàng mang thương hiệu lớn, và hơn tất cả là tại đây, chúng tôi chỉ chia sẻ với nhau thứ 'cà phê hảo hạng'".

Christine trực tiếp chỉ cho tôi xem công đoạn rang cà phê và tán dương công đoạn này như "nghệ thuật đến từ những điều nhỏ bé".

"Chúng tôi rang cà phê hàng ngày nên mỗi ngày sẽ cho ra một vị cà phê khác nhau. Bởi vậy, chúng tôi thường chuyển tới khách hàng những hạt cà phê mới được rang trong ngày và đưa ra lời mời chẳng hạn như 'Bạn muốn thử cà phê của ngày hôm nay chứ? Hôm nay chúng tôi có loại cà phê hoàn hảo cho việc thưởng thức một tách cappuccino ngon tuyệt.'"

Christen ấp ủ một mơ ước rất đỗi giản dị.

"Tôi muốn được sống một cuộc sống thanh bình tại Portland này thật lâu. Tôi cũng muốn giúp các bạn nhân viên có được một cuộc sống tốt. Đó là mục tiêu duy nhất của tôi. Tôi không

có tham vọng gì lớn lao như kiểu muốn thâm nhập thị trường thế giới. Tôi luôn cảm thấy có điều gì đó bất ổn khi nhìn thấy những người luôn phải căng thẳng vì làm việc quá sức. Tôi không muốn một cuộc sống như vậy."

Đến lúc này, Adam mới lên tiếng sau khi đã im lặng lắng nghe từ đầu đến cuối câu chuyện của Christen. Quả nhiên, khác với Christen, Adam có nhiều tham vọng hơn.

"Nhưng thực tế là Portland cần phải được đầu tư nhiều tiền của hơn nữa. Thu nhập của người dân hiện nay chủ yếu chỉ quay vòng trong phạm vi nền kinh tế địa phương. Chúng tôi cần phải phát triển thị trường để từ những người buôn bán ven đường cho tới những chủ lao động, người làm thuê đều có khả năng tự chủ. Tôi cho rằng tất cả nguồn sức mạnh chỉ tiềm ẩn đâu đó ở vùng đất này. Liệu đây có phải là nghịch lý hay không? Tuy vậy, tôi tin rằng chúng tôi sẽ ngày càng chứng tỏ được vị trí của mình trên thế giới nếu chú trọng hơn nữa vào vấn đề trọng tâm ngay tại chính địa phương mình. Đó cũng chính là mục tiêu tối cao mà tôi đề ra khi thành lập Liên hiệp Cà phê rang xay."

Mục tiêu của Adam đang dần trở thành hiện thực. Portland đã sớm nổi lên trong thị trường cà phê nước Mỹ như là thủ đô của các quán cà phê hoạt động độc lập và đang dần trở thành đối thủ cạnh tranh của Seattle – thủ đô của những quán cà phê hoạt động theo hình thức doanh nghiệp. Thực tế đã cho thấy vị thế của toàn bộ khu vực đang dần được nâng cao nhờ vào việc kinh doanh ngày càng phát đạt của những quán cà phê nhỏ như vậy.

Những quán cà phê nhỏ tự rang xay tại một thành phố nằm cách xa các trung tâm phát triển của nước Mỹ đang tạo nên một làn sóng mạnh mẽ trong lĩnh vực kinh doanh cà phê nhờ vào việc thu mua cà phê nguyên liệu chất lượng cao và trực tiếp chế biến thông qua hình thức hợp tác kinh doanh. Sức mạnh giúp các quán cà phê nhỏ của Portland có thể cạnh tranh với

Starbucks đến từ chính tình yêu quê hương của những *country boy* – những nhân tố chính trong làn sóng khai phá nét độc đáo của những quán cà phê nhỏ này. Khi hướng về cộng đồng bằng niềm tin và khi tình cảm sâu sắc dành cho quê hương có cơ hội được nảy nở thì chắc chắn đất sẽ không phụ lòng người, những nỗ lực của con người sẽ thu về thành quả xứng đáng là sự phát triển lớn mạnh của địa phương.

Không quảng bá đặc biệt, cũng không có biển hiệu bắt mắt, những quán cà phê nhỏ của Portland chỉ là một không gian chân chất với những tách cà phê chứa đựng tấm chân tình. Đây hẳn là lý do để mỗi lần ghé qua thành phố này, người ta thường chọn cho mình một tách cà phê trong không gian gần gũi ở một quán cà phê địa phương nhỏ bé thay vì một thương hiệu lớn như Starbucks. Như vậy, rõ ràng chúng ta không thể phủ nhận rằng sức mạnh đến từ những con phố nhỏ hoàn toàn có đủ khả năng để trở thành sức cạnh tranh cho toàn khu vực như hiện thực đang diễn ra tại Portland.

“Chợ làng” Farmers Market “bán” niềm tin

Trung tâm thành phố Portland được liên kết bởi một mạng lưới MAX (Metropolitan Area Express). MAX bao gồm một hệ thống đường ray tàu điện chạy nổi trên mặt đất và là một trong những phương tiện giao thông chủ yếu của Portland. Mặc dù tốc độ của MAX chậm hơn so với tàu điện ngầm nhưng vẫn là phương tiện di chuyển được khách du lịch yêu thích nhất vì có thể ngắm nhìn phong cảnh thành phố. Đoạn tàu điện chạy trong trung tâm thành phố Portland là khu vực sử dụng tàu điện ngầm miễn phí (Free Rail Zone) bởi có rất nhiều người dân thành phố sử dụng tàu điện khi tham gia giao thông tại khu vực này. Sự tồn tại của Free Rail Zone thể hiện cho triết lý giao thông của Portland “Nếu muốn khuyến khích người dân sử dụng các phương tiện giao thông công cộng thì trước hết cần phải tạo ra

môi trường tiện lợi cho họ khi tham gia giao thông bằng các phương tiện đó."

Ngay chính giữa trung tâm thành phố Portland, nơi có chuyến tàu điện MAX chạy qua, vào mỗi dịp cuối tuần, nông dân từ các vùng lân cận lại mở một phiên chợ đặc biệt mang tên Famers Market để bày bán những nông sản do họ tự tay nuôi trồng. Famers Market là phiên chợ yêu thích của nhiều người dân Portland, bởi tại đây họ có thể trực tiếp chọn mua nông sản chất lượng tốt với giá rẻ từ chính tay người nông dân mà không phải thông qua bất kỳ một khâu trung gian nào cả. Farmers Market không chỉ thu hút người mua bởi các loại rau xanh và hoa quả tươi ngon mà còn bởi các loại thực phẩm đa dạng được chế biến từ chính những nguyên liệu tươi ngon này như mứt quả và bánh mỳ. Bất cứ loại thực phẩm nào có nguồn gốc từ các loại nông sản được chính tay người nông dân trồng đều có thể được bày bán tại đây. Mặc dù là chợ nông sản, nhưng bạn vẫn có thể tìm thấy sô-cô-la, mứt và bánh mỳ tại Farmers Market, bởi đây đều là các loại thực phẩm do những người nông dân tự tay chế biến.

> *"Tất cả mọi người tại khu chợ này đều bán những sản phẩm từ chính nông trại của họ. Chúng tôi cũng bán một vài loại thực phẩm chế biến được làm từ quả sơ-ri. Tất cả số thạch, mứt và sô-cô-la ở đây đều được làm từ sơ-ri ở nông trại của chúng tôi. Các quầy hàng khác cũng bán những thực phẩm được chế biến tương tự chẳng hạn như bánh mỳ tự làm. Người bán hàng ở phía đối diện thậm chí đã tự tay thu hoạch tất cả số rau xanh và quả hồ đào ở nông trại của họ."*

Phần lớn những nông dân đến với Farmers Market đều có các kênh phân phối khác cho nông sản của họ như thông qua các công ty phân phối hay các cửa hàng ở địa phương, nhưng có thể thấy, họ vẫn tập trung tại con đường ở trung tâm thành phố vào thứ Bảy hàng tuần.

"Chúng tôi có cả cửa hàng chuyên bán đồ nông sản và cả kênh bán hàng trực tuyến, nhưng chúng tôi cũng rất quan tâm tới việc thúc đẩy thị trường hàng hóa địa phương. Khu chợ này là nơi rất tuyệt vời. Vốn dĩ chúng tôi chủ yếu tổ chức phiên chợ ở những khu chợ lớn nhưng sau khi nhận được sự hưởng ứng của đông đảo khách hàng thì những phiên chợ như thế này đã được mở rộng tới khắp các khu phố. Tại đây, các khu chợ ngoài trời được tổ chức rất tốt. Hầu như tất cả người dân Portland đều ủng hộ cho các dự án của thành phố."

Có thể nhận thấy tình cảm và niềm tự hào của người dân Portland đối với thành phố này ngay chính tại những khu chợ đường phố được tổ chức tại đây. Một thành phố nhỏ bé gần như đã bị sụp đổ cùng với sự tan vỡ của bong bóng dot-com kéo theo tỷ lệ thất nghiệp tồi tệ nhất trong lịch sử đã được vực dậy một cách thần kỳ từ sự quan tâm và cố gắng của những người dân địa phương, với những gian hàng nhỏ mà không cần tới sự can thiệp của bất cứ một doanh nghiệp lớn hay nhà chuyên môn nào. Niềm tin sâu sắc vào tiềm năng của địa phương mà chúng ta có thể cảm nhận ngay từ những con phố chợ, niềm tin hướng tới "thành phố của chúng ta" chính là bí quyết đã giúp những country boy của Portland khắc phục được khó khăn của địa phương và họ đã thành công.

Ở Farmers Market, người ta sử dụng một đơn vị tiền tệ riêng cho các hoạt động trao đổi. Khi khách hàng thanh toán một khoản tiền bằng thẻ tín dụng, khoản tiền đó sẽ được quy đổi ra một số lượng xu tương đương. Đây là loại tiền xu chuyên dụng chỉ có thể sử dụng tại Farmers Market. Khách hàng trả loại xu này cho người bán hàng khi họ mua một sản phẩm nào đó, sau đó người bán hàng sẽ đổi những đồng xu này sang tiền mặt. Họ có thể sử dụng số tiền này để đầu tư cho các hoạt động nông nghiệp, cũng có thể ghé qua quán thưởng thức một tách cà phê trước khi trở về nhà. Ý nghĩa quan trọng của hoạt động này là nó giúp cho tiền có thể quay vòng trong phạm vi địa phương. Nền kinh tế địa phương đang từng bước phát triển trong vòng tuần hoàn

này. Khi những người kinh doanh tự do ở chợ, các chủ lao động và người lao động cùng nuôi dưỡng niềm tin về vòng tuần hoàn này thì nền kinh tế địa phương chắc chắn sẽ khởi sắc cả về chất và lượng. Giá trị đích thực của những sản phẩm "Sinh ra từ làng" chính là minh chứng rõ ràng nhất cho những tình cảm sâu đậm của người dân Portland đối với quê hương.

Hàn Quốc: "dal Jip" - Nhà khách đảo Jeju & Hãng truyền thông daum

NẾU MUỐN BIẾN NƠI LÀM VIỆC THÀNH NƠI ĐỂ SỐNG CHỨ KHÔNG PHẢI NƠI ĐỂ CHẾT

"Ban đầu tôi đến Jeju bởi tôi hoàn toàn say đắm cảnh sắc thiên nhiên nơi đây. Giây phút toàn cảnh Jeju chuyển từ đêm tối sang sớm tinh mơ, rồi lại từ buổi sớm tinh mơ chuyển sang một ngày mới rực rỡ là một khung cảnh vô cùng kỳ vĩ của tự nhiên. Cảnh tượng ấy đã khiến tôi xúc động mạnh mẽ và giúp tôi hạ quyết tâm để sống và làm việc ở nơi mà mình yêu mến. Cùng với thay đổi này, cuộc đời tôi hoàn toàn bước sang một trang mới và công việc cũng tự nhiên ngày một khởi sắc."

— LEE JAE IN —

(Thợ mộc làng ở đảo Jeju)

Trong thời gian gần đây, giới trẻ Hàn Quốc bắt đầu có xu hướng rời bỏ cuộc sống ngột ngạt chốn đô thị, thoát ra khỏi nỗi lo cơm áo gạo tiền và tâm điểm của nạn thất nghiệp để tìm về với cuộc sống bình dị ở các địa phương. Đối với những bạn trẻ này, mục tiêu lớn nhất của họ không phải là kiếm được thật nhiều tiền, mà là tìm kiếm một cuộc sống giản đơn, được làm những việc mình muốn mà không phải chịu bất kỳ áp lực nào. Và đảo Jeju

chính là vùng đất được những bạn trẻ này lựa chọn nhiều nhất, dù cho nơi này không hề đưa ra nhiều lời mời chào ồn ã. Trên thực tế, lượng dân nhập cư vào đảo Jeju nhanh chóng tăng lên gấp hơn 10 lần, từ 437 người vào năm 2010 lên tới 4.873 người trong năm 2012. Ngay lúc này đây, tại Hàn Quốc đang diễn ra cuộc lội ngược dòng của những tỉnh lẻ trước các thành phố lớn.

Giới trẻ Portland và Jeju giống nhau ở điểm họ đều chọn cho mình một môi trường lành mạnh để lặng thầm kiến tạo nên tương lai. Nhưng khác với Portland, Jeju ngày nay đang được truyền cảm hứng bởi dân nhập cư đến từ các thành phố lớn hơn cả từ thế hệ trẻ đã sinh ra và lớn lên trên chính mảnh đất này. Không rõ các bạn trẻ đã dũng cảm thực hiện một thay đổi trong cuộc đời, những cư dân trẻ xuất hiện cùng với sức mạnh có thể lay chuyển nền kinh tế địa phương, muốn kể cho chúng ta nghe câu chuyện gì từ những trải nghiệm của họ?

Những chủ nhà ở ngôi làng hẻo lánh về nhà để rồi lại tiếp tục ra đi

Con đường Olle ở đảo Jeju, Hàn Quốc nổi tiếng với những tấm biển chỉ dẫn dành cho khách du lịch hình chú ngựa con. Tên của chú ngựa con này là “Kan Se”, cái tên xuất phát từ cách gọi những người chậm chạp, lề mề trong tiếng địa phương Jeju là “Kan-se-da-ri”. Tấm biển chỉ dẫn Kan Se đặt ở mỗi ngã rẽ thoạt nhìn ngộ nghĩnh, đáng yêu chẳng khác nào đồ chơi nhưng lại chứa đựng những thông tin vô cùng cần thiết đối với khách du lịch. Đầu của Kan Se quay về hướng đi tiếp theo, còn trên thân đề thông tin về hành trình, số thứ tự của vị trí hiện tại và cả thông tin về đoạn đường còn lại dẫn tới đích. Trên con đường tỏa đi bốn hướng này, du khách hoàn toàn có thể đưa chân đi theo tấm biển chỉ đường Kan Se mà không cần phải vướng bận suy nghĩ về đoạn đường phía trước. Cuộc sống dường như chảy theo một nhịp điệu riêng, và thời gian cũng không có vẻ gì là hối hả trên con đường Olle này. Bầu không khí êm đềm ấy liệu có

thể xóa tan đi nỗi lo bị tụt lại phía sau của con người, để ngay cả những kẻ lười biếng nhất cũng cần mẫn đi hết con đường của mình?

Jong Dal Ri là một ngôi làng nhỏ bé, xinh đẹp nằm gần núi Seongsan, đảo Jeju, nơi những mái nhà quê nhấp nhô được xây theo kiểu truyền thống của đảo Jeju với những bức tường được dựng từ nhiều phiến đá xếp chồng lên nhau. Đến với Jong Dal Ri, người ta sẽ bắt gặp nhiều người già hơn là người trẻ, bởi cũng giống như bao làng quê khác ở Hàn Quốc ngày nay, phần lớn thanh niên Jong Dal Ri đã rời bỏ quê hương để tìm kiếm cơ hội tại các thành phố lớn. Đi sâu vào bên trong ngôi làng, giữa ban ngày mà tôi vẫn có thể nhìn thấy ánh trăng vàng trên một mái nhà nọ. Vầng trăng ấy nằm trên mái nhà "Dal Jip[1]", một nhà nghỉ dành cho khách du lịch được sửa sang, cải tạo lại từ một ngôi nhà quê xây từ cách đây khá lâu. Tấm biển hình vầng trăng vàng nổi bật trên mái nhà mang lại cho du khách rảo bộ trên con đường Olle cảm giác thân thiện và ấm áp như ánh đèn của ngọn hải đăng giữa biển khơi. Chủ nhân của nhà nghỉ Dal Jip không phải là một phụ nữ thôn quê Jong Dal Ri chất phác, hiền hậu như chúng ta thường thấy ở những nhà nghỉ nông thôn, mà là An Na – một phụ nữ thành thị thanh lịch mới khoảng 30 tuổi.

---

[1]. Nhà Trăng.

Nhà nghỉ Dal Jip khá bình dị và khiêm tốn với những căn phòng nhỏ, trần thấp, có sức chứa tối đa là 15 người. Nhưng khi ở trong căn phòng nhỏ bé, trần nhà hơi thấp này, ngồi tựa lưng vào tường, ta lại có cảm giác thoải mái và thân thuộc như đang ở trong căn phòng ở nhà. Không gian nhà nghỉ Dal Jip hết sức giản dị với những vật dụng sinh hoạt tối thiểu và phong cách trang trí bình dị mà vẫn toát lên vẻ đáng yêu. Tuy đơn sơ là vậy, nhưng chỉ khi ở trong không gian này và tận hưởng cảm giác

mọi nỗi căng thẳng vu vơ mà đa số du khách phải trải qua khi sinh hoạt trong một không gian hoàn toàn lạ lẫm trong mỗi chuyến du lịch đều được hóa giải, tôi mới hiểu triết lý kinh doanh nhà nghỉ độc đáo của cô chủ An Na khi điều hành Dal Jip. An Na chỉ mới mua lại nơi này và bắt tay vào kinh doanh 5 tháng trước khi tôi thực hiện chuyến tham quan tới đây.

"Nhà trọ này vốn dĩ do vợ chồng một người em mà tôi quen điều hành. Nhà nghỉ Dal Jip khá giản dị nên tôi từng nghĩ việc vận hành nó sẽ không quá phức tạp, nhưng sự thực là tôi đã gặp phải không ít khó khăn khi mới bắt tay vào công việc này. Tôi luôn bận rộn từ lúc sáng sớm. Buổi sáng, tôi cùng khách lên núi rồi chuẩn bị bữa ăn, nếu có khách trả phòng thì phải giặt chăn màn, rửa bát đĩa, dọn dẹp,… cứ như vậy luôn tay luôn chân cho đến hai, ba giờ mới tạm xong việc. Thực ra, ban đầu tôi chuyển tới sống tại đảo Jeju với ý định dành nhiều thời gian hơn để nghỉ ngơi, nhưng cuối cùng thì bây giờ tôi lại bận rộn như thế này."

Trước khi chuyển tới sống tại đảo Jeju, An Na làm việc trong lĩnh vực thiết kế tại Seoul. Cô tới đảo Jeju lần đầu tiên cách đây ba năm và nhận thấy mình không thể nào quên được mảnh đất này. Sau đó, cô tiếp tục quay trở lại đảo Jeju nhiều lần và tần suất đi lại giữa Jeju và Seoul cứ tăng dần lên cho tới khi thành thông lệ mỗi tháng một lần. Cuối cùng, một năm trước, An Na đã quyết tâm chuyển tới định cư tại đảo Jeju.

"Lý do mang tính quyết định khiến tôi quyết tâm chuyển tới sinh sống tại Jeju là bởi tôi muốn được sống chậm lại một chút. Tôi muốn có một văn phòng làm việc riêng, nơi tôi có thể chia sẻ công việc với bạn bè của mình. Như vậy thì trước hết cần phải tìm một nơi vừa để ở vừa để làm văn phòng và thậm chí còn là nơi để kinh doanh kiếm sống nữa, chính vì vậy tôi đã ký kết hợp đồng với người chủ trước của nhà nghỉ này. Thời gian đầu, việc đón tiếp khách trọ chiếm quá nhiều thời gian, hơn nữa tôi còn chưa quen với công việc mới. Khi quen việc hơn một

chút, tôi bắt đầu dành thời gian để biến một phần nhà nghỉ thành phòng làm việc. Cho đến bây giờ khi thành thục việc vận hành nhà nghỉ, tôi đã có thời gian để dần từng bước biến mơ ước của mình trở thành hiện thực."

Trước đây, An Na rời bỏ chốn đô thị không phải để tìm kiếm một việc làm mà chỉ đơn giản là tìm một khoảng không gian riêng cho bản thân. Tuy nhiên, trong quá trình nỗ lực, cố gắng để có thể định cư lâu dài tại mảnh đất này, An Na đã "tìm được" công việc mà cô thực sự yêu thích một cách hoàn toàn tự nhiên. Ban đầu, cô chỉ coi công việc này như một phương tiện để kiếm sống, thế nhưng cuộc sống đầy hương vị và sự thanh thản trong tâm hồn mà Jeju mang lại cho An Na đã giúp cô tìm thấy những giá trị mới của công việc.

"Một điều khiến tôi cảm thấy vô cùng mãn nguyện khi sống tại đây. Đó là bất cứ lúc nào tôi cũng có thể trèo lên đỉnh núi Jimi kia. Mỗi khi cảm thấy mệt mỏi, tôi lại tạm gác công việc sang một bên và ra ngoài để thay đổi không khí. Khi còn sống ở Seoul, tôi luôn cảm thấy bế tắc vì không biết làm thế nào để giải tỏa căng thẳng. Cuộc sống quá gấp gáp, con người luôn phải giẫm đạp lên nhau để vươn lên và tôi không có cách nào để làm vơi đi những nỗi bất an chồng chất trong lòng. Một món quà khác mà tôi nhận được khi mở nhà nghỉ chính là các khách trọ tới đây. Nhiều khi họ mới là những người giúp tôi giải tỏa tâm sự trong lòng thông qua các cuộc trò chuyện, chia sẻ hay chỉ đơn giản là sống gần gũi bên nhau. Ngôi nhà này thực sự rất nhỏ thôi, nhưng tôi lại có thể tìm thấy niềm vui ở trong đó."

An Na tâm sự rằng trước khi đến đảo Jeju, cô đã từng đi du lịch tới rất nhiều nơi trên thế giới và cũng từng sống khá lâu ở một số quốc gia. Quá trình sinh sống ở nước ngoài đã giúp An Na hiểu ra rằng "nơi ta sống" còn quan trọng hơn "nơi ta làm việc".

Thế hệ của những con người cả đời không bước ra khỏi nơi mình sống hay những người chỉ dịch chuyển vì công việc đang

dần lui vào quá khứ. Trong khi đó, thế hệ trẻ ngày nay đang không ngừng xê dịch, họ liên tục thực hiện những bước nhảy để vượt ra khỏi chốn ao tù nước đọng, không chịu cảnh làm "ếch ngồi đáy giếng". Cú nhảy của những bạn trẻ mong muốn hiện thực hóa mơ ước về một cuộc sống nhân sinh đúng nghĩa có thể giúp họ thể hiện bản thân sôi sục như dung nham đang tuôn trào ở khắp nơi trên đảo Jeju.

Công việc sẽ xuất hiện khi bạn tạo dựng được nền tảng của cuộc sống

Khi tôi tới đây, An Na đã chuyển tới Jong Dal Ri được 5 tháng. Thời gian tuy không dài nhưng không biết từ bao giờ, An Na đã cảm thấy gắn bó sâu sắc với làng quê này. Cô có thể trò chuyện gần gũi, chan hòa với các cụ già trong làng không một chút gượng gạo và tham gia vào tất cả các việc lớn, nhỏ trong làng. Ngày hôm nay An Na cũng có việc cần làm, cô sẽ đóng ba chiếc ghế ngồi ở đầu ngõ cho ba cụ già là bạn thân với nhau ở trong làng. An Na định bụng sẽ làm ba chiếc ghế rồi ghép chúng lại với nhau thật chắc chắn để ba cụ bạn thân lúc nào cũng có thể ngồi trò chuyện với nhau ở đầu ngõ.

Trong vạt nắng chiều Jeju nhẹ bẫng, không vương chút phiền muộn, Jae In bước vào khoảnh sân nhà trọ Dal Jip. Bây giờ, Jae In đã trở thành hàng xóm cạnh nhà An Na, nhưng mới chỉ cách đây không lâu, anh còn là khách trọ dừng chân tại nhà nghỉ Dal Jip. Trước đó, vì yêu mến đảo Jeju nên Jae In đã nhiều lần du lịch tới hòn đảo này và từng trọ lại nhà nghỉ của An Na. Khi còn là khách trọ tại đây, Jae In bắt đầu làm quen với việc làm đồ gỗ với ý muốn giúp đỡ một chút gì đó cho nhà nghỉ mà anh đang nghỉ chân. Thế rồi cơ hội ấy đã giúp Jae In bén duyên với nghề mộc và quyết tâm trở thành thợ mộc kể từ đó. Đó là câu chuyện về cơ duyên đến với nghề trong một chuyến du lịch của một chàng trai 30 tuổi, từng theo học chuyên ngành khảo cổ học.

Chàng trai này đã cất công tìm kiếm một công việc thực sự phù hợp với bản thân biết bao lâu nay, nhưng cuối cùng thì nghề lại tìm đến với anh vô cùng tự nhiên, vào lúc mà anh không thể ngờ tới – tại một nhà trọ nhỏ mà anh có dịp ghé qua trong chuyến đi tới đảo Jeju. Jae In gạt đi những giọt mồ hôi đang lăn dài rồi kể cho tôi nghe câu chuyện của anh.

"Tôi rất thích những công việc mà mình có thể tự tay làm ra thứ gì đó. Việc xoay xở với khúc gỗ hoàn toàn không giống với điều khiển máy móc hay xử lý sắt thép. Ban đầu tôi đến Jeju bởi tôi hoàn toàn say đắm cảnh sắc thiên nhiên nơi đây. Giây phút toàn cảnh Jeju chuyển từ đêm tối sang sớm tinh mơ, rồi lại từ buổi sớm tinh mơ chuyển sang một ngày mới rực rỡ là một khung cảnh vô cùng kỳ vĩ của tự nhiên. Cảnh tượng ấy đã khiến tôi xúc động mạnh mẽ và giúp tôi hạ quyết tâm để có thể sống và làm việc ở nơi mà mình yêu mến. Cùng với thay đổi này, cuộc đời tôi hoàn toàn bước sang một trang mới và công việc cũng tự nhiên ngày một khởi sắc."

Jae In cho rằng, ngày nay, càng ở các vùng nông thôn thì người ta càng cần tới tay nghề của những bạn trẻ có chuyên môn kỹ thuật. Đây cũng là lý do để Jae In lựa chọn vùng ngoại ô như Jong Dal Ri làm điểm dừng chân và thường xuyên lui tới nhà nghỉ Dal Jip thay vì một nơi nào đó ở trung tâm thành phố Jeju.

"Gần đây có rất nhiều bạn trẻ rời đất liền ra đảo,do đó công việc ngày một nhiều lên. Để sinh sống và làm việc tại đây, họ cần phải xây nhà, mở quán cà phê và những thứ mới khác nên có rất nhiều người cần tới tôi. Ngược lại thì tôi cũng tới quán của họ để uống một tách cà phê hay ghé vào làm một chén Makgeolli Jeju, v.v… Đây cũng có thể coi là một dạng thức trao đổi đúng không nhỉ? Đó là cách mà chúng tôi đã chia sẻ cuộc sống với nhau. Giờ đây, mong muốn lớn nhất của tôi là có thể trở thành một thợ mộc lành nghề mà những người trong xóm đều cần tới tay nghề của tôi."

Jae In cũng chính là người đã giúp An Na treo tấm biển hiệu nhà nghỉ Dal Jip. Sau khi lặng yên lắng nghe câu chuyện của Jae In một hồi, An Na chợt ngước mắt ngắm nhìn tấm biển hiệu màu vàng rồi nối tiếp câu chuyện.

> *"Jeju sở hữu một hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch vô cùng thân thiện, do đó du khách hoàn toàn không phải lo lắng bất cứ điều gì khi đi du lịch một mình tới đây. Nhà nghỉ của chúng tôi cũng đã được đón tiếp rất nhiều khách trọ đi du lịch một mình. Đa phần những vị khách này thường dành thời gian để đến Jeju vào các dịp nghỉ, rồi nảy ra ý định chuyển tới sinh sống tại Jeju khi gặp những người đã làm vậy trước đó như tôi và Jae In. Trên thực tế, có không ít người đã thực sự thu xếp cuộc sống hiện tại của họ và chuyển đến sống hẳn ở Jeju. Điều này có lẽ cũng tương tự như cách đã đưa tôi đến với nơi này. Tôi cho rằng thời đại càng biến đổi nhanh chóng thì càng có nhiều người muốn tìm về với lối sống tương tác tự nhiên, giản đơn mà chân thực trong quá khứ. Cũng giống như việc tìm lại những nét chữ viết tay hay những chiếc đĩa than cổ, tôi nghĩ rằng sẽ ngày càng có nhiều người muốn được tự tay xây nhà, cày ruộng và cần mẫn đục đẽo để làm ra các vật dụng cần thiết giống như thợ mộc ở chỗ chúng tôi."*

Cùng với cô chủ An Na luôn chú tâm tuyệt đối vào cuộc trò chuyện với những vị khách mới và anh thợ mộc vui vẻ Jae In thỉnh thoảng lại khuấy động bầu không khí bằng những từ cảm thán mà anh bất giác thêm vào mạch chuyện, chúng tôi ngồi tựa lưng vào tường phòng khách khá nhỏ và thấp của nhà nghỉ Dal Jip, cùng nhau dùng bữa tối ấm cúng trong khi tiếp tục câu chuyện về ý nghĩa của công việc và sự thành công vẫn còn dang dở.

Ổn định hạnh phúc cuộc sống qua những thử nghiệm thú vị

Chuyển tới sống tại một địa phương có môi trường sống tốt hơn có thể coi là đặc quyền của cá nhân, dành riêng cho những người có cuộc sống tự do và là mơ ước không thể thực hiện đối với đa số những người làm công việc văn phòng trong một công ty hay tổ chức nào đó. Tuy nhiên, tại Hàn Quốc có một công ty đã thực hiện được điều này với tư cách là một tổ chức chứ không chỉ là quyết định của một vài cá nhân nhỏ lẻ, họ là hãng truyền thông Daum. Dự án di chuyển trụ sở công ty từ Seoul tới Jeju được Daum xúc tiến từ năm 2004 và cuối cùng vào năm 2013, họ đã thực sự hoàn thành hành trình từ Seoul đến với Jeju.

Liệu có phải nhờ khoảng thời gian ấp ủ 10 năm mà tòa nhà trụ sở Daum nổi lên giữa thảm cỏ xanh ngút ngàn lại hòa hợp với khung cảnh Jeju đến vậy? Cách bài trí bên trong trụ sở công ty với ý tưởng mô phỏng lại cảnh núi non và hang động dung nham vốn được coi là biểu tượng của Jeju dường như đã nói lên mục đích của Daum khi chuyển trụ sở tới đây. Dự án hòa hợp với Jeju của Daum thực sự hướng tới mục tiêu gắn liền sự thịnh vượng của công ty với quá trình phát triển của vùng đất này.

Giám đốc Bộ phận Kinh doanh của hãng truyền thông Daum, ông Park Dae Young đã bày tỏ sự tin tưởng chắc chắn, không chút do dự vào thành công của cuộc thử nghiệm này.

“Hiện tại có khoảng 350 nhân viên đang làm việc ở ‘Daum Space.1’ được đặt tại Jeju. Kết quả từ cuộc điều tra khảo sát nhân viên của chúng tôi cho thấy trong số này có hơn 90,3% nhân viên đã bày tỏ sự hài lòng với dự án di chuyển trụ sở công ty tới Jeju. Môi trường làm việc tại đây có tác động tăng cường sức sáng tạo và khả năng tập trung của con người. Thực tế là trong số những nhân viên mới gia nhập Daum thời gian gần đây, có không ít người muốn vào Daum vì họ được làm việc tại Jeju. Tôi cho rằng hiện tượng này không xuất phát từ làn sóng quay trở về nông thôn đang dấy lên trong giới trẻ, mà hơn hết, điều này phản ánh xu hướng tất yếu luôn mong muốn một môi

trường sống và làm việc tốt hơn của con người đang ngày càng tăng lên."

Khi Daum bắt đầu khởi động dự án di chuyển trụ sở, có quá nhiều người tình nguyện chuyển tới trụ sở ở Jeju nên cuối cùng Daum đã phải lựa chọn những người được đến Jeju. Trong khi hầu hết các doanh nghiệp Hàn Quốc đều phàn nàn về những khó khăn khi không thể thu hút được nhiều nhân tài nếu không được đặt trụ sở tại Seoul, thì cách làm của Daum là hỗ trợ những nhân viên tới từ Seoul trong việc ổn định cuộc sống tại Jeju và tích cực tuyển dụng các bạn trẻ sống tại đây. Trên thực tế, xét tới trường hợp của Daum Service – một trong những công ty con của Daum được thành lập tại Jeju thì hiện nay 95% nhân viên là người Jeju. Go Woo Kyung là một trong số này, cô sinh ra, lớn lên, thừa hưởng môi trường giáo dục tại Jeju và hiện đang làm việc tại Daum Service.

"Một công ty lớn mà theo lẽ thường phải được đặt tại Seoul như Daum, nay lại có mặt ngay tại Jeju. Điều này giúp tôi có cơ hội phát huy năng lực ngay trên chính quê hương mà không phải đến tận Seoul. Hơn nữa, có vô số những cơ hội đang chờ đợi tôi tại một doanh nghiệp trẻ như Daum."

Woo Kyung sắp kết hôn và cô đã gặp chồng sắp cưới của mình ngay tại công ty nơi hai người cùng làm việc. Họ đều là những người sinh ra tại Jeju và cảm thấy vô cùng biết ơn công ty vì đã mang lại cho họ một tương lai đầy hứa hẹn ngay tại chính quê hương mình. Liệu những nhân viên tới từ Seoul có được niềm hạnh phúc giống những người dân bản địa như Woo Kyung không? Bởi con người chắc hẳn ai cũng từng một lần mơ ước được thuộc về một thành phố lớn nào đó, thế nhưng việc chuyển về địa phương có thể khiến giấc mơ đó bị đứt quãng. Một khi đã quá quen thuộc với cuộc sống tiện lợi và đủ đầy cùng với những dịch vụ phong phú mà các đô thị lớn mang lại thì việc thay đổi toàn bộ môi trường sống là điều không hề dễ dàng.

Kim Young Kuk, một kỹ sư phần mềm đã sống tại Jeju được 7 năm cho biết, ban đầu anh cũng rất lo lắng không biết được rằng mình có thể thích ứng tốt với cuộc sống tại đây hay không. Mặc dù vậy, xuyên suốt con đường Young Kuk đã đi qua, có một điều anh luôn chắc chắn. Đó là nỗi bất hạnh mà anh từng phải đối mặt mỗi ngày thậm chí còn lớn hơn nhiều so với cảm giác hoang mang về một tương lai chưa thể đoán định khi anh đưa ra lựa chọn tới làm việc tại Jeju.

"Khi còn sống tại Seoul, chỉ riêng việc bước chân ra khỏi nhà để đi làm đã đủ để vắt kiệt sức lực của tôi vào mỗi sáng. Cảm giác mệt mỏi này khiến việc bắt tay vào công việc trở nên vô cùng khó khăn. Cũng bởi làm việc không hiệu quả vào buổi sáng mà thời gian làm việc thường bị kéo dài hơn vào buổi chiều. Cứ như vậy cuối ngày tôi lại tan sở muộn và càng trở nên mệt mỏi hơn… Vòng luẩn quẩn này cứ lặp đi lặp lại tưởng chừng như không có lối thoát. Từ khi chuyển đến Jeju, việc di chuyển tới nơi làm việc bằng xe buýt công ty trở nên vô cùng tiện lợi và tôi có thể bắt tay ngay vào công việc khi vừa đặt chân tới văn phòng. Như vậy, mặc dù thời gian làm việc không bị kéo dài nhưng do tập trung hơn vào công việc nên tôi có thể tận dụng tối đa thời gian hành chính để công việc đạt hiệu quả cao nhất. Cũng nhờ có điều này mà chất lượng cuộc sống của tôi đã được cải thiện đáng kể."

Young Kuk cũng cho rằng môi trường tự nhiên tại đảo Jeju cùng các chế độ phúc lợi của công ty đã giúp anh có được một công việc tốt và một môi trường sống lý tưởng. Điều này càng khiến anh tin tưởng rằng quyết định đến với Jeju xứng đáng được coi là một mũi tên trúng hai đích. Đối với Young Kuk, giờ đây công việc đã hòa vào làm một với đời sống cá nhân và gia đình, đồng thời trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của anh.

Trong quá khứ, chính sách tạo việc làm của các địa phương chỉ dừng lại ở việc hình thành nên các khu công nghiệp quy mô lớn

tại địa phương. Trên thực tế, không ít địa phương trọng điểm của Hàn Quốc đã phát triển dựa trên nền tảng hoạt động của các khu công nghiệp. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, người ta đã được chứng kiến khả năng thành công vô cùng hạn chế của các kế hoạch phát triển tập trung vào "phần cứng" như vậy. Giới trẻ ngày nay đang tỏ ra không mấy ưa chuộng những công việc và nơi làm việc đã được tiêu chuẩn hóa, cứng nhắc tại địa phương nhưng lại không đáp ứng được những tiêu chuẩn nhất định về chất lượng cuộc sống. Mặt khác, khi không thể có được điều kiện sống sung túc và cảm giác hài lòng trong cuộc sống tại các thành phố lớn, giới trẻ lại tự nguyện quay trở về địa phương làm việc với một thái độ vui vẻ và tích cực. Trong bối cảnh này, Jeju và hãng truyền thông Daum đã kịp thời đón nhận sự thay đổi đó để hoàn thiện và cho ra đời một mô hình tương sinh hoàn toàn mới. Như vậy, một cuộc sống định cư hạnh phúc đã được tạo nên từ những thử nghiệm thú vị. Đó chẳng phải là món quà bày tỏ tấm lòng giá trị nhất mà doanh nghiệp dành cho nhân viên, và cũng là của địa phương dành cho những cư dân mới của mình hay sao?

Đến lúc này, Olle của Jeju không còn là con đường dẫn từ cửa nhà ra làng xã nữa, mà là con đường mới hướng ra biển xanh bao la, dẫn dắt người dân bản địa và các bạn trẻ kiếm tìm sự nghiệp và gặp gỡ một thế giới rộng lớn hơn. Chúng ta hãy cùng hy vọng vào sức mạnh vượt ngàn trùng biển khơi nối liền lục địa rộng lớn của một thế hệ trẻ địa phương đầy màu sắc, giàu cá tính và cũng là những chủ nhân đầy tiềm năng của một tương lai xán lạn hơn cho thế giới.

Đức: Tiến sĩ Hermann Simon

BÀI HỌC TỪ NHỮNG NHÀ VÔ ĐỊCH ẨN DANH

“Tôi không trả lương cao vì tôi có nhiều tiền; tôi có rất nhiều tiền bởi tôi trả lương cao.”

— ROBERT BOSCH —

(Nhà sáng lập Tập đoàn Bosch)

Trong thời gian gần đây, “Hidden Champion” trở thành từ khóa được quan tâm nhất khi nhắc tới chính sách hàng đầu của Hàn Quốc có liên quan đến việc đầu tư vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Hidden Champion hay nhà vô địch ẩn danh, là cách gọi những doanh nghiệp nhỏ ẩn chứa nhiều tiềm năng phát triển mạnh mẽ nhưng còn ít được biết đến. Họ rất mạnh mẽ, và mặc dù quy mô nhỏ khiến doanh nghiệp ít được để mắt tới, nhưng không thể phủ nhận rằng họ vẫn là những chiến binh nòng cốt đang rắn rỏi len lỏi vào những nơi thị trường còn bỏ ngỏ để từng bước leo lên vị trí dẫn đầu. “Nhà vô địch ẩn danh” là khái niệm do tiến sĩ Hermann Simon khởi xướng lần đầu tiên cách đây hơn 25 năm nhưng vẫn được sử dụng rộng rãi cho tới ngày nay và được xem như là chiến lược thành công của các doanh nghiệp. Trọng tâm của chính sách này đề cập tới các biện pháp tạo việc làm như hỗ trợ thanh niên lập nghiệp, thúc đẩy kinh tế địa phương và nuôi dưỡng các doanh nghiệp vừa và nhỏ… Điều quan trọng là quá trình này sẽ giúp sản sinh ra nhiều “nhà vô địch ẩn danh”, đây mới là những kho báu chưa được khai quật.

Giữa bối cảnh khủng hoảng kinh tế đang diễn ra ở châu Âu, chỉ có duy nhất một quốc gia không hề bị dao động. Đất nước đang nắm giữ hiệu lệnh của toàn bộ nền kinh tế châu Âu này chính là Đức. Sức mạnh của nền kinh tế Đức xuất phát từ đâu khi mà cơ cấu vững chãi này không hề sở hữu những tập đoàn kinh tế đa quốc gia khổng lồ? Câu trả lời nằm ở những nhà vô địch ẩn danh đang ẩn mình trên khắp quốc gia này. Vậy đâu là bí quyết của nước Đức để có thể tạo ra nhiều nhà vô địch ẩn danh đến vậy?

Từ thanh niên nông thôn tới nhà vô địch ẩn danh

Nền kinh tế thế giới không chỉ có những nhà lãnh đạo khổng lồ. Trên thực tế, vẫn có những doanh nghiệp tuy nhỏ nhưng mạnh mẽ dẫn dắt thị trường thế giới. Thế giới gọi họ là những nhà vô địch ẩn danh. Trước hết, họ không phải là các doanh nghiệp vừa và nhỏ luôn bở hơi tai chạy theo sau "hít khói" các "ông lớn". Họ là những doanh nghiệp mạnh, họ có tiếng nói riêng của mình và con đường mà họ đang theo đuổi hoàn toàn đối ngược với chí hướng của các tập đoàn lớn. Tiến sĩ Hermann Simon đã nghiên cứu khái niệm nhà vô địch ẩn danh trong suốt 25 năm qua. Các công ty Đức được thế giới biết đến với cái tên "nhà vô địch ẩn danh" mà Hermann Simon đặt cho, giờ ra sao? Những nhà vô địch được ông khai quật giờ đây có còn giữ nguyên khí thế thắng trận của 25 năm trước? Liệu họ có thể vượt qua giới hạn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ để tiếp tục tỏa sáng hay là đã sớm nở chóng tàn? Câu trả lời của tiến sĩ Hermann Simon sẽ làm chúng ta bất ngờ.

> *"Có thể nói rằng con đường của các doanh nghiệp vô địch ẩn danh mà tôi tìm thấy vào 25 năm trước đã rất thành công. Trong vòng 10 năm qua, 1300 nhà vô địch ẩn danh của nước Đức đã tạo ra 1 triệu việc làm mới. Với tốc độ tăng trưởng 10% mỗi năm, cho tới nay quy mô của các doanh nghiệp này đã tăng lên 5 lần so với thời điểm năm 1995. Không những vậy, họ đang có xu thế bành trướng trên vũ đài quốc tế với tỷ lệ chiếm lĩnh thị trường thế giới ngày một tăng lên. Ngay lúc này đây, chúng tôi vẫn đang được chứng kiến cuộc cách mạng vĩ đại mà họ là những nhân tố lãnh đạo. Dựa vào những yếu tố này, tôi tin tưởng rằng các nhà vô địch ẩn danh của Đức hoàn toàn đáp ứng đầy đủ mọi tiêu chuẩn để có thể tiếp tục gặt hái thêm nhiều thành công hơn nữa."*

Tiến sĩ Simon cho rằng "vùng đệm" được xây dựng bởi các nhà vô địch ẩn danh đã giúp nước Đức vững vàng hơn so với các quốc gia khác trong sóng gió, bão bùng của cơn khủng hoảng đang mặc sức càn quét trên toàn thế giới. Và vùng đệm này được các nhà vô địch ẩn danh Đức tạo dựng thông qua con đường "xuất khẩu". Tồn tại một quan niệm cho rằng quy mô xuất khẩu của một quốc gia thường được quyết định bởi một số ít các doanh nghiệp lớn. Tuy nhiên, nền kinh tế Đức đã chứng minh một sự thật hoàn toàn trái ngược: Cần phải có nhiều doanh nghiệp quy mô vừa nhưng sở hữu khả năng giao thương quốc tế nổi trội, hay nói cách khác là cần phải có nhiều nhà vô địch ẩn danh để gia tăng xuất khẩu.

Vũ khí bí mật được các nhà vô địch ẩn danh sử dụng để thâm nhập vào thị trường quốc tế là sự tỉ mỉ và chặt chẽ. Trên thực tế, tại Đức, năng lực sản xuất của các nhà vô địch ẩn danh còn vượt qua cả các tập đoàn lớn. Hiện tượng này có thể được giải thích như sau. Sự thực là tại các doanh nghiệp lớn nơi có tới hàng nghìn, hàng chục nghìn người cùng làm việc thì giữa các nhân viên không có sự hiểu biết lẫn nhau và họ không thể thoát khỏi cấu trúc theo chiều dọc, tức là luôn ưu tiên việc thi hành chỉ thị của cấp trên. Trong khi đó, ở các công ty nhỏ hơn, các nhân viên dễ dàng trở nên quen thuộc và thân thiết với nhau hơn, đồng thời, dường như tồn tại một sợi dây kết nối vô hình kéo họ lại gần với tập thể. Điều này tạo nên những tác động tốt tới động cơ làm việc của con người và nhân viên có thể làm việc linh động hơn khi không bị phân chia thành các đơn vị nhỏ để làm việc giống như trường hợp của các công ty lớn. Nếu mỗi cá nhân đều nắm được toàn bộ quá trình sản xuất thì hiệu suất được nâng lên và điều này trở thành sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Các nhà vô địch ẩn danh đã tập trung tham gia vào quá trình nghiên cứu phát triển các thành viên của một tập thể thiểu số tinh nhuệ. Chiến lược của các nhà vô địch ẩn danh thực tế hơn nhiều so với các doanh nghiệp lớn và họ thường nhanh chóng tấn công thị trường thế giới bằng những nước cờ mang tính quyết

định. Đây cũng chính là chiến lược đã giúp các quán cà phê địa phương nhỏ của Portland sánh ngang hàng với Starbucks.

Sức mạnh của những nhà vô địch ẩn danh dẫn dắt địa phương bằng ý thức cộng đồng

Giữa một nhà vô địch ẩn danh với vùng đất của họ tồn tại một mối quan hệ gắn bó vô cùng mật thiết và họ cũng được coi như đứa con cưng của nền kinh tế địa phương. Xét về phương diện này, có thể nói rằng trở thành một nhà vô địch ẩn danh là tương lai lý tưởng cho các bạn trẻ nông thôn. Có lẽ, nếu các bạn trẻ nông thôn có thể bám trụ quê hương trên bước đường trưởng thành thì đến một ngày nào đó, họ sẽ trở thành những nhà vô địch ẩn danh mang tầm quốc tế. Tiến sĩ Simon bổ sung vào lập luận của ông.

> *"Đúng vậy. Họ là sức mạnh của địa phương. Các nhà vô địch ẩn danh chủ yếu có mặt ở địa phương thay vì ở thành phố lớn. Trong các doanh nghiệp mang đậm dấu ấn địa phương như vậy, giữa chủ doanh nghiệp và các nhân viên trong công ty tồn tại một mối quan hệ tương trợ lẫn nhau. Đối với các nhân viên, công ty họ đang làm việc có thể là cơ hội việc làm duy nhất mà họ có được ở địa phương. Trong khi đó, đứng ở lập trường của nhà tuyển dụng, họ buộc phải giữ chân người lao động bởi không dễ để tìm được nhân sự thay thế khi nhân viên được tuyển vào công ty phần lớn là người dân địa phương. Hoàn cảnh này không chỉ tạo nên mối quan hệ tương trợ lẫn nhau giữa nhà tuyển dụng và người lao động mà còn khiến họ trở nên chân thành, trung thực với nhau hơn. Thêm vào đó, hơn 69% các nhà vô địch ẩn danh là các công ty gia đình. Trong thời gian gần đây công việc kinh doanh của các công ty gia đình phần lớn đã được chuyển sang cho các nhà quản lý chuyên nghiệp thay vì do các thành viên trong gia đình điều hành như trước đây. Tuy nhiên, đối với trường hợp của những doanh nghiệp khởi sự dựa trên nền móng của địa phương và đã*

có nhiều năm gắn bó với địa phương thì thay đổi này không hề làm vơi đi tình cảm của nhân viên bản địa dành cho công ty. Trên thực tế, tỷ lệ thôi việc của người lao động tại các doanh nghiệp như vậy không vượt quá 2,7% mỗi năm. Trong khi đó, tỷ lệ thôi việc bình quân hàng năm của người lao động tại Đức là 7,3%. Các nhà vô địch ẩn danh tạo dựng và duy trì một nét văn hóa doanh nghiệp đặc thù trong công ty của họ. Các nhân viên làm việc tại đây thường bắt đầu từ vị trí tập sự khi còn rất trẻ, rồi thời gian khiến họ hòa mình vào với công ty và trở nên gắn bó sâu sắc với văn hóa công ty mà họ đã làm việc trong suốt nhiều năm. Các công ty như vậy không dễ dàng đưa ra các quyết định như sa thải nhân viên hay cắt giảm nguồn nhân lực ngay cả trong thời điểm đen tối nhất của cuộc khủng hoảng kinh tế. Điều này quả nhiên cũng xuất phát từ đặc tính địa phương sâu sắc của họ."

Công ty phụ tùng ô tô nổi tiếng Bosch với lịch sử lâu đời của mình là một trong những dẫn chứng thực tế tiêu biểu nhất để củng cố thêm cho những lập luận của tiến sĩ Simon. Được thành lập vào năm 1886, Bosch là công ty đi đầu trong việc thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Công ty này không chỉ xây nhà cho các nhân viên của họ mà còn cho cả người dân bản địa và hỗ trợ điều trị miễn phí cho người cao tuổi tại địa phương. Robert Bosch, người sáng lập nên tập đoàn Bosch, thường nhắc tới điều này trong những câu nói thường ngày của ông.

"Tôi không trả lương cao vì tôi có nhiều tiền; tôi có rất nhiều tiền bởi tôi trả lương cao."

Có thể nói xuất phát điểm cho chuỗi những thành công không có điểm dừng của các nhà vô địch ẩn danh bắt đầu từ thành công trong việc tạo dựng hình ảnh công ty gắn liền với những công việc ổn định, năng suất cao và là tập thể tiêu biểu đại diện cho địa phương. Hệ thống niềm tin này đóng vai trò như một vòng tuần hoàn khép kín hoàn hảo làm nên sức sống mãnh liệt của một nhà vô địch ẩn danh. Bosch đã chỉ ra rằng việc sẻ chia

thành công với địa phương có thể biến doanh nghiệp trở thành người hùng như thế nào. Trong quá trình nghiên cứu của mình, tiến sĩ Simon đã phát hiện ra điểm mấu chốt trong chính sách tạo việc làm của các nhà vô địch ẩn danh là hành động xuất phát từ ý thức cộng đồng mạnh mẽ của những nhà quản lý. Có thể thấy rằng không hề dễ dàng để tạo ra và duy trì một nền văn hóa doanh nghiệp khắt khe như vậy, nhất là khi nhìn vào thực tế đang diễn ra tại các tập đoàn lớn. Hàng năm, các doanh nghiệp lớn tuyển dụng thêm hàng trăm nhân viên mới nhưng đồng thời cũng mất đi ngần ấy lao động. Đề cập tới vấn đề này, tiến sĩ Simon nói thêm.

"Ngay cả trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế, các nhà vô địch ẩn danh cũng không coi việc sa thải nhân viên là hướng giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp. Biện pháp được họ đưa ra là lên kế hoạch kỹ lưỡng để thu về hiệu quả tối đa bằng việc thi hành các chế độ làm việc linh hoạt như giảm giờ làm hay áp dụng các kỳ nghỉ đặc biệt cho nhân viên. Đa số CEO của các công ty này đều cho rằng, nếu sa thải những nhân viên đã từng gắn bó với công ty thì chẳng khác nào đánh mất đi những kiến thức quý báu."

Văn hóa doanh nghiệp của Bosch không phải là ngoại lệ chỉ có thể thấy được tại những cơ sở kinh doanh đặc thù nào đó, mà là triết lý kinh doanh được phần lớn các nhà vô địch ẩn danh của Đức áp dụng. Trong những lập luận của mình, tiến sĩ Simon cũng bày tỏ nhiều hy vọng vào tương lai của những nhà vô địch ẩn danh.

"Các doanh nghiệp thực sự làm nên cuộc cách mạng được sinh ra trong suốt một thế kỷ qua mới chỉ dừng lại ở Google hay Microsoft. Điều này cho thấy còn rất nhiều vũ đài mà các nhà vô địch ẩn danh cần phải chinh phục. Đối với những nhà vô địch ẩn danh, làm cách mạng không phải là thực hiện cú nhảy trong chớp mắt mà là công cuộc cải cách trường kỳ và liên tục. Trong một cuộc cách mạng như vậy, đổi thay vẫn diễn ra từng ngày một cách từ tốn và chắc chắn. Nếu các nhà vô địch ẩn

danh tiếp tục kiên trì cố gắng hết mình thì chắc chắn họ sẽ còn phát triển hơn nữa trong tương lai, giống như những gì họ đã làm được trong suốt 25 năm qua."

Thanh niên nông thôn có một tương lai tươi đẹp bởi họ đang bước trên con đường do chính họ lựa chọn. Họ đã dẹp bỏ gánh nặng xin việc, rời xa mọi áp lực thi cử và không tước đoạt đi quyền được lựa chọn của bản thân khi tự gò mình vào một công việc bất kỳ. Bởi đây là thời điểm để họ tìm kiếm một công việc thực sự có thể vun đắp cho sự nghiệp tương lai. Đồng thời cũng là cơ hội để tự thay đổi cách nhìn nhận và mở rộng tầm mắt cho bản thân. Năng lực cạnh trAnh quốc tế của những nhà vô địch ẩn danh đã lớn lên từ những nỗ lực bền bỉ từng ngày, từng giờ như vậy. Các bạn trẻ, chẳng phải đã tới lúc các bạn cần bắt đầu một cuộc thử thách mới để trở thành nhà vô địch ẩn danh rồi hay sao? Đừng tự trói mình vào cuộc tìm kiếm một công việc ổn định, hãy tìm tới một doanh nghiệp nhỏ nhưng đầy tiềm năng và biến nó thành một nhà vô địch ẩn danh. Bởi thời đại mới cần ở bạn dũng khí và niềm tin để vun đắp sự nghiệp của chính mình thành sự nghiệp của một nhà vô địch ẩn danh. Quan trọng là thời đại ấy đang đến rất gần.

Entrepreneurship for micro-startups
Khởi nghiệp kinh doanh nhỏ

:

Sự xuất hiện của xu hướng khởi nghiệp kinh doanh nhỏ

:

Cách chắc chắn nhất để tìm được công việc dành cho bản thân là tự mình tạo ra nó. Mọi người thường ưa chuộng những công việc ổn định mà họ có thể nhận lương đều đặn hàng tháng cho tới tận lúc nghỉ hưu. Tuy nhiên, trong tình hình xã hội đầy bất ổn như ngày nay, còn điều gì ẩn chứa nhiều nguy cơ hơn nếu phải dựa vào người khác để kiếm kế sinh nhai?

Để đáp ứng yêu cầu đổi thay của thời đại, các hình thức khởi nghiệp kinh doanh nhỏ (micro-startup) xuất phát từ những ý tưởng và lòng nhiệt tình của một số cá nhân mong muốn tạo dựng sự nghiệp đang thu hút được nhiều sự chú ý.

Trong quá khứ, huyền thoại Steve Jobs, người đã cho ra mắt chiếc máy tính cá nhân Apple đầu tiên trên thế giới, từng khởi nghiệp với văn phòng làm việc trong một gara ô tô. Và ngay cả bây giờ, trong các gara ô tô xung quanh khu vực Stanford vẫn có rất nhiều bạn trẻ cũng đang ấp ủ giấc mơ giống như của Steve Jobs ngày nào. Tuy nhiên, nhuệ khí tỏa ra từ làn sóng khởi nghiệp bùng nổ trong thời gian gần đây

hoàn toàn khác với những gì diễn ra trong thập niên 1990, hay còn được gọi là thời kỳ "bong bóng dot-com". Nếu "bong bóng dot-com lần thứ nhất" càn quét trên thế giới vào thời điểm đó xuất phát từ làn sóng bùng nổ hàng loạt các công ty công nghệ thông tin với định hướng thu hút nguồn vốn đến từ "các nhà đầu tư thiên thần"; thì có thể coi cơn bùng nổ khởi nghiệp kinh doanh nhỏ đang dần được hình thành trong thời gian gần đây là "bong bóng khởi nghiệp lần thứ hai", được định hướng bởi những ý tưởng nhỏ sinh ra từ khả năng sáng tạo nổi trội của các cá nhân trẻ.

Điểm khác biệt này được tạo ra từ những thay đổi của xã hội và công nghệ. Ngày nay, các ý tưởng hoàn toàn có thể được hiện thực hóa thông qua việc vận dụng các hệ thống hạ tầng cơ sở chi phí thấp như công nghệ điện toán đám mây... Ngoài ra, các vấn đề nan giải thuộc về hoạt động marketing cũng được giải quyết nhờ vào sự hỗ trợ của các dịch vụ mạng xã hội. Cùng với những thay đổi tích cực của môi trường khởi nghiệp, chúng ta dễ dàng tìm thấy những công ty một thành viên và cả những công ty đầu tư mạo hiểm quy mô nhỏ được dẫn dắt bởi một nhóm khoảng năm, sáu người bạn cùng chung chí hướng tại thung lũng Silicon.

Có thể nhận thấy rằng, một trong những đặc điểm nổi bật nhất của cơn bùng nổ khởi nghiệp kinh doanh nhỏ là người ta có thể khởi nghiệp mà không nhất thiết phải cần tới sự trợ giúp của các kỹ thuật tiên tiến. Không phân biệt là bạn kinh doanh đồ đan len, mở cửa hàng bán khoai tây chiên hay là cung cấp dịch vụ tư vấn chế độ dinh dưỡng, ngay cả đối với những hạng mục kinh doanh quy mô nhỏ bình thường nhất, bạn cũng có thể thêm vào đó một vài ý tưởng cải tiến nhỏ để biến nó thành một ý tưởng khởi nghiệp thành công ngoài sức tưởng tượng. Quan trọng là cần phải nhận ra được điểm khác biệt đó, điều sẽ khiến việc làm của bạn không hoàn toàn giống với những gì người khác đã từng thực hiện. Qua đó, bạn sẽ tìm thấy giá trị khác biệt của

bản thân. Cách làm này đang tạo ra xu hướng hoàn toàn mới, chưa từng xuất hiện trên thị trường doanh nghiệp khởi nghiệp thế giới trước đây.

Hoa kỳ: Tác giả Chris Guillebeau

KHỞI NGHIỆP VỚI 100 ĐÔ-LA

"Phải xóa bỏ suy nghĩ cho rằng chúng ta cần tới rất nhiều tiền để khởi nghiệp. Chính việc đắn đo làm thế nào để thuyết phục ngân hàng, làm thế nào để thuyết phục cha mẹ, làm thế nào để dùng thẻ tín dụng trước cả khi đi tìm giá trị thực sự của công việc sẽ khiến dự án kinh doanh của bạn gặp thất bại. Bạn có thể dùng đến tiền khi đã kinh doanh thành công. Tuy nhiên, thông thường bạn không cần tới quá nhiều tiền để biết được rằng đề án kinh doanh đó có thành công hay không."

— CHRIS GUILLEBEAU —

Ở một đất nước được biết tới với danh hiệu thiên đường của các tập đoàn lớn như Hoa Kỳ, vẫn có một thành phố mà 95% các cơ sở kinh doanh là những doanh nghiệp tư nhân quy mô nhỏ. Đó chính là Portland, nơi hàng nghìn cửa hàng nhỏ trở thành sức cạnh tranh của cả địa phương, cũng là nơi được coi như hình mẫu tiêu biểu cho nền kinh tế địa phương. Những nhà khởi nghiệp trẻ của Portland đã chứng minh cho tiềm năng vô hạn của các hình thức khởi nghiệp kinh doanh nhỏ. Họ là những người muốn sống cuộc đời làm chủ chứ không muốn bị coi là sản phẩm của một ai khác. Họ muốn được trở nên khác biệt chứ không phải trở thành đối tượng để so sánh. Con đường họ bước đi tuy không bằng phẳng nhất nhưng là duy nhất.

Nguồn vốn sẽ không trở thành trở ngại đối với tương lai, hoài bão của các chủ doanh nghiệp trẻ có niềm đam mê và hăng say lao động. Bởi tiền có thể quyết định quy mô của doanh nghiệp nhưng không thể quyết định tới sự thành bại của việc kinh doanh. Thành công hay thất bại của các dự án khởi nghiệp kinh doanh nhỏ hoàn toàn phụ thuộc vào chủ nhân của ý tưởng đó. Bằng chứng là vô số những tấm gương khởi nghiệp thành công trên khắp thế giới đã bắt đầu sự nghiệp chỉ với 100 đô-la ít ỏi. Chris Guillebeau là một nhà văn, đồng thời cũng là một người rất thích đi du lịch. Anh đã trở thành một tác giả nổi tiếng trên khắp thế giới sau khi thực hiện chuyến đi tới nhiều quốc gia, gặp gỡ nhiều tấm gương thành công và kể lại câu chuyện của họ trong tác phẩm của mình.

Chris Guillebeau năm nay 34 tuổi, anh đã thực hiện nhiều chuyến đi tới 192 quốc gia trên thế giới trong vòng 10 năm để gặp gỡ và ghi chép lại câu chuyện của những con người tự thân lập nghiệp. Đa số họ đều là những người từng khởi nghiệp với một số tiền ít ỏi nhưng lại có thể tạo dựng nên một sự nghiệp to lớn. Chris gọi những việc mà họ đã làm là Cuộc cách mạng kinh doanh vi mô (micro- business revolution) có sức mạnh thay đổi thế giới. Trong cuốn sách *Khởi nghiệp từ 100 đô-la* của mình, Chris Guillebeau đã giới thiệu tới độc giả câu chuyện thành công vô cùng thú vị của các nhân vật chính – những người có cách khởi nghiệp đầy khác lạ và biến kinh doanh kiểu vi mô trở thành tâm điểm chú ý trên toàn thế giới.

Chúng ta sẽ khởi nghiệp như thế nào chỉ với 100 đô-la? Và đây là câu trả lời của Chris.

> *"Khi đi du lịch trên khắp thế giới, tôi đã gặp rất nhiều kiểu người, họ thử làm đủ mọi việc với một số vốn nhỏ. Phần lớn họ là những người chưa hề có kinh nghiệm kinh doanh và cũng chưa từng lập ra một kế hoạch kinh doanh dài hơi, thêm vào đó, thậm chí họ cũng chẳng nghĩ tới việc đứng xếp hàng tại bàn cho vay ở ngân hàng để có nhiều tiền hơn. Họ kiên trì biến*

những ý tưởng phù hợp với bản thân thành hiện thực bằng một số vốn ít ỏi. Và để tiếp tục làm những việc mình muốn, họ đã tự thành lập ra một công ty có thể mang đến cho họ sự tự do."

Khi bắt đầu kinh doanh bằng một số tiền rất nhỏ thì gánh nặng thất bại cũng không quá lớn. Cho dù bạn đã cố gắng hết sức, tập trung tối đa mọi nguồn lực của bản thân mà vẫn không được như mong muốn, thì mọi việc cũng chưa đến mức không thể cứu vãn nổi. Đối với họ, thất bại không có nghĩa là từ bỏ. Thất bại chỉ mở ra con đường để tìm kiếm một cơ hội khác. Chris cho rằng đây chính là ưu điểm lớn nhất và cũng chính là nguồn sức mạnh vô hạn của hình thức khởi nghiệp kinh doanh nhỏ.

"Bằng việc đi du lịch khắp nơi trên toàn thế giới, tôi đã được nghe rất nhiều người nói rằng có lẽ họ sẽ phải dành cả cuộc đời cho các cuộc họp nếu cứ làm việc ở các tập đoàn lớn. Họ muốn làm nhiều việc hơn cho bản thân. Chính vì vậy họ đã tìm kiếm một công việc khác, một công việc giúp họ có được sự tự do và trở thành chủ nhân của chính mình. Điểm chung thứ nhất giữa những con người này là họ rất hiếu kỳ. Họ luôn tìm đủ mọi cách để có thể khởi nghiệp dựa trên niềm đam mê của bản thân ngay tại chính những nơi gần gũi với họ chứ không cần phải tới một nơi xa xôi nào khác. Thứ hai, họ đều là những người ưa thích hành động nhanh gọn. Họ muốn nhanh chóng bắt tay vào thực hiện điều gì đó thay vì dành quá nhiều thời gian để suy tính. Thông thường, họ chỉ dành ra từ một tháng cho tới tối đa là hai tháng để khởi động dự án của mình. Sau đó, họ tiếp tục theo dõi tình hình để thích ứng và tùy cơ ứng biến. Thay vì lãng phí quá nhiều thì giờ vào việc chờ đợi, họ dành nhiều thời gian hơn để thực hiện điều gì đó."

Những nhà khởi nghiệp mà Chris đã gặp quan tâm tới loại hình giá trị nào khi chuẩn bị cho kế hoạch khởi nghiệp của họ? Liệu có phải thực sự cứ là việc mà bản thân yêu thích thì bất kỳ điều gì cũng có ý nghĩa? Trong hành trình dài của mình, Chris đã

đưa ra được định nghĩa như thế này về giá trị của "sự nghiệp thật sự".

> *"Nói một cách đơn giản thì một công việc có ý nghĩa là việc có thể giúp được mọi người; việc cho phép chúng ta làm điều gì đó để thế giới trở nên tốt đẹp hơn đối với những người thuộc về một tập thể nhất định; việc có thể khiến cuộc sống của ai đó thuận lợi và tốt đẹp hơn, và là việc mang lại niềm vui, hạnh phúc đến với cuộc sống của họ."*

Đối với ai đó, trong giây phút họ phát hiện và sáng tạo ra những giá trị mới ngay từ những việc như bán đồ đan len hay tư vấn chế độ dinh dưỡng cho mọi người, thì thành công có thể đến rất đỗi tự nhiên. Đối với Chris, sự nghiệp là quá trình mà ở đó chúng ta tìm kiếm những điểm giao thoa giữa những mong muốn của bản thân và của mọi người. Anh phê bình sự nhầm lẫn của rất nhiều nhà khởi nghiệp về vấn đề vốn.

> *"Phải xóa bỏ suy nghĩ cho rằng chúng ta cần tới rất nhiều tiền để khởi nghiệp. Chính việc đắn đo thuyết phục ngân hàng, làm thế nào để thuyết phục cha mẹ, làm thế nào để dùng thẻ tín dụng trước cả khi đi tìm giá trị thực sự của công việc sẽ khiến dự án kinh doanh của bạn gặp thất bại. Bạn có thể dùng đến tiền khi đã kinh doanh thành công. Tuy nhiên, thông thường, bạn không cần tới quá nhiều tiền để biết được rằng đề án kinh doanh đó có thành công hay không."*

Trong suốt một thời gian dài, chúng ta đã tin rằng làm việc trong một tổ chức lớn sẽ là lựa chọn đúng đắn. Sự thực là ở đâu đó trong xã hội của chúng ta, vẫn tồn tại những con người coi khởi nghiệp như là phương tiện kiếm sống cuối cùng mà người ta đành phải chấp nhận khi không còn sự lựa chọn nào khác. Chúng ta hoàn toàn có thể cảm nhận được điều này từ một câu nói thường trực trong suy nghĩ của rất nhiều người: "Không làm được thì đi buôn." Tuy nhiên, giống như Chris, nếu như chúng ta tìm ra giá trị của công việc và mở rộng tập hợp giao thoa với

thế giới thì việc tự mình sáng tạo ra công việc cho bản thân thậm chí có thể coi là lựa chọn an toàn nhất trong thời đại này. Đối với Chris Guillebeau, thất bại lớn nhất là không làm gì cả.

Dẫu sao thì trên thế giới này, chưa biết chừng, không hề tồn tại cái gọi là nghề nghiệp mơ ước hay một công ty trong mơ mà chúng ta đang loay hoay tìm kiếm. Nhưng nếu chúng đã không hề tồn tại thì tại sao chúng ta không thử tự mình tạo ra điều đó? Nếu thất bại trong lần thử đầu tiên, tại sao chúng ta không tiếp tục thử lần thứ hai? Cũng giống như trong hành trình dài mang tên cuộc sống, khi mỗi ngày đều là một ngày mới, thì sự nghiệp tương lai cũng có thể tìm đến với chúng ta mỗi ngày, với vô số những hình hài khác nhau.

Hoa kỳ: Cửa hàng bán đồ đan len "Happy knits"

KHỞI NGHIỆP VÀ VÚT BAY

"Chia sẻ suy nghĩ về mối quan tâm chung của nhiều người về công việc đan len đã giúp cho các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên được bán ra nhiều hơn."

— SARAH YOUNG —

(Chủ cửa hàng Happy Knits)

Trong thời gian gần đây, tại Hàn Quốc, tính ổn định đã trở thành tiêu chí hàng đầu khi lựa chọn nghề nghiệp, tới mức mà công nhân viên chức cũng có thể trở thành mơ ước tương lai số 1 đối với các em học sinh tiểu học. Tuy nhiên, chúng ta không thể tùy tiện phê phán hiện tượng này. Do tính biến động của xã hội Hàn Quốc quá lớn nên môi trường kinh doanh cũng thiếu tính xác thực. Trong hoàn cảnh này, khởi nghiệp là một lựa

chọn vô cùng mạo hiểm. Theo kết quả của một cuộc điều tra, tại Hàn Quốc, có tới 63,3% sinh viên đại học có ý định khởi nghiệp, nhưng trên thực tế, chưa tới 4,9% dám đi theo con đường này. Bên cạnh đó, các bạn sinh viên đại học không hề có ý định khởi nghiệp cho rằng khởi nghiệp tiềm ẩn nhiều nguy cơ thất bại (19,7%) và khó khăn trong việc tìm kiếm nguồn vốn (16,4%) là những lý do lớn nhất khiến họ chọn đi làm thuê để đảm bảo một tương lai ổn định, thay vì khởi nghiệp (Theo *Tài liệu điều tra xu hướng khởi nghiệp của 1000 sinh viên đại học Hàn Quốc* do Viện Thông tin Việc làm Hàn Quốc thực hiện năm 2012).

Vậy, khởi nghiệp có thực sự là thách thức mạo hiểm ẩn chứa nhiều nguy cơ đến vậy hay không? Có rất nhiều bạn trẻ đã chấp nhận làm thuê trong các công ty do người khác thành lập và coi việc làm theo mệnh lệnh là số mệnh của mình bởi "biết làm sao được khi mà cuộc sống quá bất an như thế này". Nhưng còn gì đáng lo hơn khi phải trao số phận của mình vào tay người khác? Chẳng lẽ ngoài làm thuê ra thì không còn con đường nào khác cho những bạn trẻ mới đang ở thời kỳ mơ ước về một sự nghiệp tương lai như thế này sao? Không hẳn là như vậy, bởi lẽ vẫn có những người đang đi tìm kiếm chìa khóa để mở ra cánh cửa "sự nghiệp tương lai" cho dù họ không hề sở hữu những công nghệ lớn lao hay là nguồn vốn dồi dào. Cũng giống như khi thực hiện kỹ thuật nhảy cao, bạn phải thu mình lại tối đa rồi bật nhảy hết sức, việc khởi nghiệp cũng tương tự như vậy. Chẳng phải bạn cần thu mình lại hết sức rồi nhón chân từ xuất phát điểm thấp nhất "vút bay" tới nơi cao nhất hay sao?

Cửa hàng đồ đan len và những câu chuyện giãi bày tâm sự

Như đã nói ở trên, Portland là ngôi làng của những chủ cửa hàng nhỏ, dám theo đuổi đam mê của bản thân. Họ không coi kinh doanh chỉ đơn thuần là phương tiện kiếm tiền. Mỗi cửa hàng nhỏ của Portland chứa đựng vô số những mẩu chuyện,

nhiều như những sản phẩm được bày trên kệ. Hàng nghìn cửa hàng cũng là từng ấy câu chuyện với từng ấy sắc màu khác nhau. Cửa tiệm đồ đan len "Happy Knits", nơi thứ ánh sáng vàng ấm áp đã làm sáng bừng cả một góc phố Hawthorne tại trung tâm thành phố Portland là một trong số hàng nghìn cửa hàng như vậy tại đây.

Happy Knits là một cửa hàng bán đồ đan len nhỏ với châm ngôn "đan len vui vẻ" đúng như cái tên của cửa hàng. Cũng giống như các cửa hàng khác, Happy Knits trưng bày rất nhiều sản phẩm được làm từ len. Khi bước vào bên trong cửa hàng, khách hàng sẽ thấy ngay vô số những cuộn len đan đầy màu sắc sặc sỡ được bài trí rất nghệ thuật. Một bạn trẻ cao ráo mặc trên người một chiếc tạp dề len rất đáng yêu tự xưng là nhân viên của cửa hàng và bắt đầu tự hào giới thiệu về Happy Knits như thể mình là chủ của cửa hàng vậy.

> *"Tất cả len trong cửa hàng chúng tôi đều được trưng bày theo kiểu bảy sắc cầu vồng. Bắt đầu từ nhóm màu đỏ cho tới các màu sắc khác, tất cả đều được phân loại và sắp xếp theo từng nhóm màu. Những cuộn len cùng màu sắc nhưng khác nhau về độ dày cũng được phân biệt và sắp xếp hợp lý để khách hàng có thể dễ dàng chọn lựa được sản phẩm như ý. Tất nhiên, mỗi cửa hàng đều có ưu điểm và nét cuốn hút riêng, nhưng chắc chắn không có nơi nào sắp xếp len có hệ thống, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận được với sản phẩm như ở cửa hàng của chúng tôi. Đồ đạc trong cửa hàng chúng tôi không bị giấu dưới ghế sofa hay là chất đầy trên các kệ, giá. Chúng tôi luôn biết chính xác những cuộn len đã được bán đi và bổ sung hàng thiếu ngay lập tức."*

Phòng nghỉ của cửa hàng được bài trí như một quán cà phê, mang lại cho khách hàng một cảm giác rất thoải mái ngay khi vừa bước vào. Trong phòng có một cô gái trẻ có rất nhiều hình xăm trên hai cánh tay, đang chăm chú học cách đan len từ cô chủ Sarah Young của Happy Knits.

“Đâm lên trên nửa mũi theo chiều ngang để làm gót chân. Bây giờ cô muốn tiếp tục dùng màu be hay là đổi sang màu khác?"

“Tôi thích dùng màu be.”

“Vậy thì tiếp tục đan thêm 34 mũi nữa theo chiều ngang.”

“Vâng.”

Họ cùng đan tất và trò chuyện.

“Bố cô thích chiếc mũ lần trước cô đan cho ông chứ?”

“Tất nhiên rồi. Có điều bố tôi cứ không tin là tôi tự làm. Ngày mai tôi muốn vào viện và đan cho ông xem.”

“Nghe hay đấy. Cô thấy thế nào nếu chỉ cả cách đan len cho ông nữa?

“Tôi cũng không biết nữa… Ông vốn là người khá bảo thủ.”

Cô gái trẻ nói rằng muốn hoàn thành đôi tất bên cạnh người cha mới nhập viện rồi mang theo cuộn len màu be rời khỏi cửa hàng. Sarah đưa cho tôi một tách trà nóng còn đang bốc hơi nghi ngút và kể cho tôi nghe về sự tình đằng sau câu chuyện vừa rồi.

“Rất nhiều khách hàng tìm đến cửa hàng chúng tôi có người thân trong gia đình bị mắc bệnh ung thư. Phần lớn những người biết đan len đều muốn tự tay làm ra thứ gì đó để tặng cho người mà họ yêu thương hay người thân quen. Đặc biệt là các bệnh nhân ung thư bị rụng tóc do ảnh hưởng của quá trình xạ trị lại càng cần tới những chiếc mũ len. Chính vì vậy mà các khách hàng của tôi tới đây để học đan len và tự tay đan mũ tặng cho người thân. Nơi này được mở ra để chia sẻ cách đan len cho tất cả mọi người nên không lúc nào vắng khách. Tôi hoàn toàn không có ý định lôi kéo bất cứ ai đến đây hay là làm

chủ cảm xúc của họ. Chúng tôi chỉ đơn giản là gặp gỡ nhau, cùng đan len và trò chuyện, tâm tình để làm vợi đi nỗi đau trong lòng mỗi người."

Người dân Portland hoàn toàn có lý do khi dành nhiều tình cảm cho cửa hàng đồ đan len nhỏ bé này. Bởi những vị khách tìm đến với Happy Knits không những cùng nhau tháo gỡ nút thắt chỉ mà còn cùng nhau gỡ bỏ nỗi vướng bận trong lòng. Đối với ai đó, đan len chỉ đơn thuần là một sở thích bình thường. Nhưng với nhiều người, việc đan len chứa đựng hy vọng đem lại niềm vui cho những người thân yêu. Có thể nói Happy Knits là một cửa hàng kinh doanh đồ đan len chứa đựng nhiều tâm sự, nơi mà rất nhiều người với những hoàn cảnh và câu chuyện khác nhau có thể tìm thấy chốn giãi bày. Mặc dù mới đi vào hoạt động được ba năm, nhưng Happy Knits đã trở thành cửa hàng đan len kinh doanh phát đạt nhất trong số mười tám cửa hàng cùng kinh doanh mặt hàng này tại Portland. Bí quyết để đạt được thành công này cũng nằm trong những cuộc trò chuyện mà chúng ta từng nói tới. Theo Sarah Young,

"Loại len được bày bán tại cửa hàng của chúng tôi không khác gì với len của các cửa hàng khác, giá cả cũng tương đương nhau. Điểm khác biệt duy nhất là chúng tôi đã tạo ra một không gian đặc biệt mà các cửa hàng khác không có được. Đó là không gian để mọi người có thể đến và tự do đan len. Tại đây, những người mới lần đầu tiên làm quen với việc đan móc có thể học cách đan len, trong khi đó thì những người khác có thể đến đây đan len rồi rời đi bất cứ khi nào họ muốn. Cũng không có vấn đề gì nếu bạn mang len được mua ở một cửa hàng khác đến đây bởi chúng tôi luôn hoan nghênh tất cả những ai yêu thích việc đan len."

Trước khi mở cửa hàng Happy Knits, Sarah Young chỉ là một người phụ nữ nội trợ bình thường. Mua sắm đồ đan len từng là thú vui của cô mỗi khi cảm thấy mệt mỏi với công việc nội trợ và chăm sóc con cái. Thế nhưng, Sarah cho biết cô dần cảm thấy

không hài lòng với những cửa hàng đồ đan len cô thường hay lui tới.

"Các cửa hàng bình thường vốn rất thân thiện với khách hàng. Thế nhưng, những cửa hàng bán len mà tôi thường tới mua sắm lại rất lạnh lùng và thiếu nhiệt tình. Có lẽ thái độ này của người bán hàng xuất phát từ lý do chỉ có một số người nhất định tới mua len nên doanh thu hàng tháng của họ gần như là không thay đổi. Cũng vì thế mà ngay cả một người rất yêu thích việc đan len như tôi cũng bắt đầu cảm thấy chán ghét việc đi tới cửa hàng bán len. Từ đó, tôi bắt đầu nảy ra ý tưởng về việc mở một cửa hàng bán đồ đan len của riêng mình. Tôi nghĩ rằng những người khác chắc hẳn cũng muốn có khoảng thời gian tự do, thoải mái dành riêng cho việc đan len trong một cửa hàng len giống như mình."

Sarah đã cho thấy dự đoán của cô là hoàn toàn chính xác. Với ý tưởng về việc tạo nên một "cộng đồng của những người yêu thích đan len" thay vì đơn thuần là một cửa hàng bán đồ đan len, cửa hàng của Sarah bắt đầu thu hút được sự quan tâm của nhiều người. Giờ đây, những người dân trong thị trấn coi Happy Knits như là một điểm đến yêu thích, nơi mà họ có thể nán lại thật lâu mỗi lần ghé qua.

"Điều khiến tôi lo lắng nhất khi bắt đầu kinh doanh là con gái. Bởi khi mở cửa hàng, tôi sẽ không có nhiều thời gian để ở bên con mỗi khi cháu đi học về như trước nữa. Tuy nhiên, nhờ có không gian đan lát này mà mọi lo lắng của tôi bỗng chốc đều tan biến. Tại đây, công việc đan len giúp cho những người hoàn toàn xa lạ cũng có thể nhanh chóng trở thành bạn bè. Vì vậy, trong khi các bà mẹ ngồi đan len thì những đứa trẻ có thể kết bạn và chơi đùa với nhau. Điều này khiến nơi này bỗng chốc kiêm nhiệm luôn cả chức năng của một khu vui chơi. Con gái tôi cũng đã có thêm nhiều người bạn mới từ đây."

Sở thích chung đã trở thành từ khóa kinh doanh thức thời nhất trong một "thời đại kết nối" như ngày nay. Nếu thêm vào mối quan tâm chung này sự hỗ trợ của những yếu tố đóng vai trò nền tảng kinh doanh như Internet và các thiết bị di động, giúp cho con người có thể kết nối ở bất kỳ nơi nào trên thế giới thì uy lực của tính đồng nhất sẽ còn được nâng lên hơn nữa. Trên thực tế, mặc dù chỉ vừa mới đi vào hoạt đông cách đây không lâu, song cửa hàng trực tuyến của Happy Knits đã thu về lợi nhuận vượt trội so với cửa hàng chính. Sarah tóm gọn thành công của Happy Knits chỉ trong một câu.

> *"Chia sẻ suy nghĩ về mối quan tâm chung của nhiều người với công việc đan len đã giúp chúng tôi tăng doanh thu."*

Sarah Young nói rằng từ trước tới nay, lựa chọn đáng tự hào nhất mà cô đã đưa ra là quyết định biến sở thích cá nhân trở thành một công việc kinh doanh thực sự. Cô chia sẻ thêm:

> *"Việc khởi nghiệp của tôi đã diễn ra khá thuận lợi. Tôi không hề mất xu nào cho ý tưởng về công việc mà tôi muốn làm và cũng hoàn toàn không tốn thêm xu nào cho kế hoạch kinh doanh. Toàn bộ kế hoạch đã ra đời chỉ sau một đêm suy nghĩ."*

Những cuộn len của Happy Knits không phải là hạng mục kinh doanh cao siêu nào đó có thể làm đảo lộn thế giới. Dĩ nhiên, cũng chẳng có ai tìm kiếm những điều lớn lao trong một cuộn len bình thường. Nhưng khi gửi gắm vào cuộn len đó một tấm chân tình, thì vào giây phút mà câu chuyện được truyền tải và cảm nhận, những giá trị mới sẽ được tạo ra. Liệu chúng ta có thể gọi giá trị ấy là sức mạnh đến từ những điều nhỏ bé? Happy Knits một lần nữa đã giúp chúng ta thức tỉnh, với một sự thật vô cùng giản đơn mà đôi khi bị rơi vào quên lãng. Đó là còn rất nhiều những cơ hội nhỏ bé chưa được khai phá, nhiều hơn cả những điều to lớn, vĩ đại trong cuộc sống cửa chúng ta. Thay vì đánh cược toàn bộ số phận vào một hạng mục khổng lồ nào đó, nếu chúng ta tìm lại được giá trị của những điều nhỏ bé và kiên

trì đầu tư thêm vào đó ngày mỗi ngày, thì cho dù công việc khởi nghiệp có nhỏ bé tới đâu cũng đủ để chúng ta đặt hy vọng về một tương lai tươi sáng hơn.

Hoa kỳ: Chuyên gia tư vấn chế độ dinh dưỡng “Sprout”

CHUYÊN GIA TƯ VẤN CHẾ ĐỘ DINH DƯỠNG CỦA PORTLAND

“Tôi sẽ là người giúp họ tìm lại niềm vui lành mạnh cùng với chế độ dinh dưỡng phù hợp nhất. Cũng bởi vậy nên công việc này không thể nào nhàm chán được. Càng làm, tôi càng cảm thấy thêm yêu và có thêm nhiệt huyết với công việc.”

— SKYLOR —

(Đại diện của Sprout)

Nền kinh tế hàng hóa Portland với nhiều thành phần kinh doanh tự do quy mô nhỏ đang phát triển nhanh chóng. Mỗi người đều sở hữu một loại hình dịch vụ riêng mà họ có thể làm tốt hơn để cung cấp cho nhau. Chủ quán cà phê có thể tìm đến cửa hàng đồ đan len địa phương để được nhận sự giúp đỡ khi muốn đan len. Trong khi đó, chủ cửa hàng đồ đan len chắc chắn cũng sẽ ghé qua quán cà phê nhỏ mỗi khi nhớ hương vị đậm đà của một tách cà phê thơm ngon. Đó là cách người ta trao đổi dịch vụ cho nhau trong một địa phương. Nền kinh tế hàng hóa mạnh được hình thành bởi các hoạt động trao đổi dịch vụ và giúp đỡ lẫn nhau khi cần thiết đang biến Portland trở thành thiên đường của mô hình khởi nghiệp kinh doanh nhỏ.

Ở Portland, mỗi khi ai đó bắt tay vào khởi nghiệp, chắc chắn họ sẽ nhận được những lời khuyến khích, ủng hộ như *"Quả là một ý tưởng thú vị. Bạn nhất định phải thực hiện nó đấy nhé. Có thể tôi cũng sẽ giúp được việc gì đó".* Điều này có lẽ sẽ khiến chủ nhân của các ý tưởng hào hứng, hồi hộp muốn được nhanh chóng bắt tay vào thực hiện ý tưởng hơn là lo lắng về vấn đề thành bại. Họ tin rằng nếu đã là công việc được bắt đầu bằng niềm đam mê thực sự thì cho dù có thất bại, họ vẫn có thể tìm thấy những cách khởi đầu mới ngay từ chính những thất bại đó. Phần lớn những hoạt động khởi nghiệp này đều có quy mô nhỏ nên không quá mạo hiểm và cũng không cần nhiều vốn.

Ăn uống lành mạnh và vui vẻ

Một trong những nhà khởi nghiệp trẻ của Portland, cô gái 25 tuổi, Skylor Powell, cũng đã bắt tay vào kinh doanh vì muốn được làm việc mình thích. Skylor và Peter, khách hàng của cô, đang cùng nhau mua sắm và trò chuyện trong một siêu thị nằm ở trung tâm thành phố Portland. Đây chính là công việc của Skylor.

"Peter, khi đi siêu thị anh phải đi ở vòng bao quanh bên ngoài. Bởi ở chính giữa siêu thị chủ yếu là các thực phẩm chế biến. Thực phẩm chế biến không hề tốt cho sức khỏe. Anh biết là chanh có tính kiềm cao khi ăn chứ? Dừa cũng rất tốt. Sau này anh hãy cho thêm vào một vài miếng dừa hay chanh mỗi khi uống nước. Tôi nghĩ là anh nên mua thêm vài quả chanh."

"Dạo này tôi hay bị đau dạ dày. Tôi đã thử đến bệnh viện để kiểm tra nhưng họ cũng không tìm ra nguyên nhân thực sự. Vì thế nên tôi đã nghĩ tới việc nhờ tới sự giúp đỡ của cô."

"Peter này, theo anh sức khỏe tốt có ý nghĩa như thế nào?"

"Tôi cho rằng đó là kết quả có được từ việc kết hợp giữa thói quen ăn uống và vận động đúng cách. Ngoài ra, cũng cần phải

hạn chế căng thẳng và ngủ đủ giấc nữa."

"Đúng vậy. Sau này việc chúng ta cần phải tập trung vào phương pháp ăn uống đúng cách. Thực ra không ai lại không muốn ăn uống lành mạnh cả, chỉ có điều là họ không biết phải làm thế nào thôi. Thực phẩm lành mạnh không hoàn toàn giống nhau với tất cả mọi người. Trên thực tế, thế nào là thói quen ăn uống lành mạnh là một khái niệm vô cùng đa dạng. Sau này chúng ta sẽ cùng nhau tìm hiểu xem các loại thực phẩm có tác động như thế nào đối với anh, từ những món ăn yêu thích cho tới cả những món mà anh chưa từng thử trong thời gian qua. Việc này sẽ giúp chúng ta tìm ra thực phẩm nào là nguyên nhân gây ra chứng đau dạ dày của anh."

Cùng khách hàng đi chợ và lập chế độ dinh dưỡng, một công việc khá mới lạ nhưng đó rõ ràng là nghề nghiệp của Skylor, chuyên gia về chế độ dinh dưỡng. Cô làm việc tại văn phòng tư vấn điều chỉnh chế độ dinh dưỡng và chuyên gia huấn luyện sức khỏe "Sprout". Chúng ta hãy cùng lắng nghe câu chuyện đã dẫn dắt Skylor đến với công việc này.

"Sau khi tốt nghiệp đại học, tôi dạy yoga tại trung tâm. Tôi có cả giấy chứng nhận hành nghề giảng dạy yoga và chứng nhận huấn luyện rèn luyện sức khỏe nên nhờ kết hợp giữa yoga với tập thể thao mà lớp học của tôi từng khá có tiếng tăm. Nhưng tôi đã phải đóng cửa lớp học của mình cách đây một năm bởi xung quanh khu vực này các trung tâm yoga tương tự bắt đầu mọc lên như nấm nên sự cạnh tranh rất gay gắt. Khi ấy, tôi đã nhận ra rằng mình cần phải tạo ra điều đặc biệt chỉ riêng mình mới có. Vì thế, tôi đã nghĩ tới chế độ dinh dưỡng lành mạnh. Thường ngày, tôi rất thích việc ăn uống và đặc biệt quan tâm tới thói quen ăn uống lành mạnh. Tôi vẫn thường đưa ra lời khuyên về chế độ dinh dưỡng tới các khách hàng khi còn điều hành trung tâm yoga. Vậy nên tôi nghĩ rằng đây sẽ là mô hình kinh doanh dành riêng cho tôi."

Từng gặp thất bại đau đớn với trung tâm yoga nhưng ngay khi vừa nảy ra ý tưởng mới, Skylor đã lập tức chuyển hướng hành động. Cô bắt đầu vận dụng toàn bộ kiến thức của bản thân vào việc xây dựng các chương trình dinh dưỡng lành mạnh và nhờ tới sự giúp đỡ của bạn bè, người thân để quảng cáo về dịch vụ của mình với cộng động mạng.

> *"Hiện nay có rất nhiều nơi quảng cáo về chế độ ăn kiêng. Họ nói về một thói quen ăn uống mà họ cho là phương pháp đúng đắn. Nhưng tôi thì không nghĩ như vậy. Loại thực phẩm dù tốt đến đâu cũng có thể là liều thuốc bổ đối với người này nhưng lại là thuốc độc đối với người khác. Tôi dựa trên điểm khác biệt này để lập ra chế độ dinh dưỡng duy nhất và hoàn toàn phù hợp với từng người nhất định. Trước hết, tôi tìm hiểu xem cơ thể của khách hàng phản ứng như thế nào sau khi ăn một loại thức ăn nào đó. Sau đó, tôi sẽ xây dựng một chế độ dinh dưỡng phù hợp nhất với họ. Công việc của tôi là dành nhiều thời gian để tiếp xúc và quan sát khách hàng. Nhờ phương thức làm việc độc đáo này mà tôi mới có được một Sprout như bây giờ."*

Một cô gái trẻ 25 tuổi xây dựng chế độ dinh dưỡng phù hợp cho người hàng xóm 45 tuổi. Rất nhiều mô hình dịch vụ đơn giản nhưng tiện lợi đã ra đời từ môi trường văn hóa trao đổi như vậy. Họ tôn trọng lẫn nhau và không có định kiến về công việc chuyên môn của người khác. Skylor nói rằng, càng hài lòng với công việc của mình thì cô càng cảm thấy mình cần phải làm việc có trách nhiệm hơn nữa.

> *"Tôi làm việc để có thể được gặp gỡ, giao lưu với mọi người. Tôi cảm thấy thật may mắn vì việc làm của tôi tuy nhỏ nhưng vẫn giúp ích được cho người khác. Hiểu rõ các loại thực phẩm ảnh hưởng ra sao đến cuộc sống của chúng ta là điều rất quan trọng, bởi ai cũng cần phải ăn để sống. Tôi luôn cố gắng để mọi người biết rằng hành vi ăn uống là hoạt động chứa đựng nhiều niềm vui, đầy bất ngờ và có thể cung cấp cho chúng ta nhiều năng lượng. Tuy nhiên, đáng tiếc là nhiều người vẫn có những*

cảm nhận hoàn toàn ngược lại về điều này. Họ ăn uống với cảm giác tội lỗi và xấu hổ. Tôi sẽ là người giúp họ tìm lại niềm vui lành mạnh cùng với chế độ dinh dưỡng phù hợp nhất. Cũng bởi vậy nên công việc này không thể nào nhàm chán được. Càng làm, tôi càng cảm thấy thêm yêu và có thêm nhiệt huyết với công việc."

Khi tích cực xúc tiến công việc mà bạn thực sự có khả năng, bạn sẽ tìm thấy con đường sự nghiệp chân chính của bản thân. Skylor đã khởi nghiệp từ mối quan tâm đặc biệt với thực phẩm và những người xung quanh tại một văn phòng nhỏ. Hiện nay, cô đang hoạt động tích cực với vai trò là một chuyên gia tư vấn chế độ dinh dưỡng tại Portland. Trở lại với công việc, Skylor vội vàng chạy ra cửa hàng và nói với lại câu cuối cùng thay cho lời chào tạm biệt tôi.

"Tất cả mọi người ở đây đều khích lệ tôi bằng câu nói 'Bạn đang làm một công việc rất tuyệt vời!'"

Có lẽ điều mà giới trẻ ngày nay cần tới không phải là một khoản vốn khổng lồ mà là một lời khích lệ, động viên nhỏ bé nhưng vô cùng ấm áp như vậy.

Hoa kỳ: Câu lạc bộ khởi nghiệp Bases của Đại học Stanford

BÍ MẬT LÀM RUNG CHUYỂN CẢ THUNG LŨNG SILICON CỦA MỘT CÂU LẠC BỘ SINH VIÊN KHỞI NGHIỆP

"Hàng năm chúng tôi thường không gặp chút khó khăn nào khi đề nghị các doanh nghiệp tại thung lũng Silicon tài trợ các hoạt động

của mình. Các công ty đều coi việc ủng hộ cho BASES là một khoản đầu tư cho nhân lực trong tương lai."

— RUBY LEE —

(Đồng Chủ tịch Hiệp hội BASES)

"Bạn có thể khởi nghiệp chỉ với một chiếc máy tính xách tay và một tách cà phê latté."

Đó là câu nói mà mọi người vẫn truyền tai nhau ở thung lũng Silicon trong thời gian gần đây. Cơn sốt khởi nghiệp kinh doanh nhỏ một lần nữa lại nổ ra ngay tại thung lũng Silicon – đại bản doanh của các ông lớn trong ngành công nghệ thông tin như Apple, Google, Facebook, v.v… Số lượng các nhà khởi nghiệp trẻ tại thung lũng Silicon đang tăng lên nhanh chóng. Điều này khiến người ta liên tưởng đến một "bong bóng Dot-com lần thứ hai". Các nhà khởi nghiệp trẻ coi ý tưởng là vũ khí, quyết tâm cưỡi lên dòng chảy ào ạt của cuộc cách mạng công nghệ thông minh để lấp đầy thế giới bằng các ý tưởng của họ trong khi không thiếu những bạn trẻ lấp đầy bản CV xin việc bằng những chứng chỉ, điều kiện vô nghĩa.

Ngày nay, chỉ cần bỏ ra khoảng vài trăm nghìn mỗi tháng, chúng ta đã có thể thoải mái sử dụng Internet. Với Internet, bạn có thể vận dụng dịch vụ điện toán đám mây và khởi nghiệp với chi phí thấp hơn trước đây rất nhiều. Giờ đây, thật khó để chấp nhận nếu bạn lấy lý do không đủ vốn để biện minh cho việc bạn không thể khởi nghiệp. Tất cả những gì bạn cần là một ý tưởng nhỏ và dũng khí để thực hiện. Vốn đầu tư không lớn nên bạn không cần phải quá lo lắng hay đặt nặng vấn đề tổn thất. Đây chính là lý do ngày càng có nhiều bạn trẻ thử sức khởi nghiệp từ những ý tưởng nhỏ bé, giản đơn.

Ngày nay, giới trẻ ở thung lũng Silicon đang cho cả thế giới biết đến họ theo cách khiêm tốn hơn, nhanh hơn và bằng những

thông tin không hề được nhắc tới trong một bản giới thiệu bản thân nào cả. Và những thách thức họ đặt ra đang thổi bùng lên một làn sóng đổi thay hoàn toàn mới trong môi trường khởi nghiệp tại Hoa Kỳ khiến bong bóng dot-com phát nổ trong quá khứ; các mô hình khởi nghiệp quy mô nhỏ được bảo đảm bởi cơ hội và những cải tiến nhỏ đang khơi mào nên một xu hướng mới. Thung lũng Silicon một lần nữa đang bước vào một cuộc tiến hóa mới cùng với những nhà khởi nghiệp trẻ mang trong mình tinh thần của doanh nhân.

Những thanh niên hướng tới thế giới bằng sự vi mô và tốc độ

Thung lũng Silicon là biểu tượng cho công nghệ tiên tiến của Mỹ. Ở nơi được coi là thánh địa của ngành công nghiệp máy tính và chip bán dẫn này liên tục diễn ra những cuộc đối đầu với thách thức của những nhà khởi nghiệp trẻ. Là nơi tập trung nhiều trường đại học hội tụ những nhân tài ưu tú, thung lũng Silicon cũng trở thành tâm điểm trong cơn bùng nổ của làn sóng khởi nghiệp với xuất phát điểm là những ý tưởng mới mẻ được tạo ra bởi các bạn sinh viên đại học tuổi đời mới ngoài hai mươi. Ở thời điểm mà đáng lẽ cần phải khẩn trương hoàn thiện các kỹ năng để điền vào bộ hồ sơ xin việc thì những sinh viên này lại tạm gác tấm bằng tốt nghiệp sang một bên để lao vào cuộc chiến khác. Rốt cuộc điều gì đã khiến giấc mơ của họ vượt ra ngoài lá đơn xin việc? Tôi quyết định đi tìm lời giải đáp ở khu vực lân cận trường đại học Stanford danh tiếng nằm ở phía Tây nước Mỹ, được biết tới như nơi đã sản sinh ra rất nhiều những nhà sáng lập của các hãng công nghệ thông tin đang chi phối cả thung lũng Silicon hiện nay.

Toàn cảnh khuôn viên Đại học Stanford mang lại cảm giác như nơi này được bê nguyên ra từ một thành phố châu Âu nhỏ thời trung cổ. Không biết có phải xuất phát từ vị trí địa lý nằm ở bờ Tây California hay không mà nơi đây từng tập trung rất nhiều

những nhà tiên phong trong lịch sử của nhân loại. Có lẽ hào khí lịch sử ấy vẫn đang không ngừng được tiếp nối. Bởi lẽ đi tới bất cứ đâu trong ngôi trường này, chúng ta cũng có thể cảm nhận được bầu nhiệt huyết và tố chất lãnh đạo ẩn chứa trong những sinh viên nhiều ý tưởng đang khao khát khám phá thế giới. Đại diện nổi bật nhất trong bầu không khí này là Hiệp hội Kinh doanh của sinh viên khởi nghiệp tại Đại học Stanford, BASES (Business Association of Stanford Entrepreneurial Students), một câu lạc bộ được điều hành bởi chính các bạn sinh viên. BASES hiện đang tiến hành những chương trình hỗ trợ khởi nghiệp với quy mô rộng lớn vượt ra khỏi những hoạt động nằm trong khuôn khổ của một câu lạc bộ sinh viên để ngang tầm với một cơ quan hỗ trợ khởi nghiệp của Stanford. Xét về quy mô và tính chất chuyên nghiệp của BASES thì khó có thể tin được đây lại là một tổ chức được điều hành bởi một nhóm các bạn sinh viên.

Lúc này, các thành viên của BASES đang ngồi thành vòng tròn trên bãi cỏ trong khuôn viên trường. Họ trẻ nhưng lại có khả năng làm "chao đảo" thung lũng Silicon vốn được mệnh danh là chiếc nôi khởi nghiệp của Hoa Kỳ. Steve Jobs, Bill Gates hay Mark Zuckerberg cũng từng là những người rất đỗi bình thường như thế. Giả sử những doanh nhân ngành công nghệ thông tin tầm cỡ thế giới này không tự mình khởi nghiệp mà quyết định làm công ăn lương trong một công ty nào đó thì có lẽ thế giới đã khác đi rất nhiều. Bởi vậy, chưa biết chừng, đến một lúc nào đó, những sinh viên đang tụ tập tại đây sẽ là người phất lá cờ tiên phong của một cuộc cách mạng trên vũ đài thế giới.

Ruby Lee, đồng Chủ tịch Hiệp hội BASES, hiện đang theo học thạc sĩ ngành Khoa học Máy tính tại Đại học Stanford. Ruby nói về động lực giúp cô trở thành một thành viên của BASES như sau.

> *"4 năm trước, tôi chỉ là một sinh viên mới khi gia nhập BASES. Thực ra ngay từ lúc đó, tôi đã rất mong muốn được trở thành*

một doanh nhân trong tương lai, nhưng vẫn chưa biết nhiều về khởi nghiệp và thung lũng Silicon. Qua bạn bè, tôi biết về một câu lạc bộ đang có những hoạt động rất sôi nổi liên quan đến vấn đề khởi nghiệp và thế là tôi tham gia cùng họ. Không ngờ quyết định này đã có ảnh hưởng rất lớn đến cuộc đời tôi. Tôi đã có quãng thời gian vô cùng tuyệt vời tại đây."

Dù chỉ là một câu lạc bộ sinh viên, nhưng BASES đang nhận được sự giúp đỡ tích cực từ phía các công ty liên doanh, các quỹ đầu tư mạo hiểm và các hãng luật địa phương. Sự giúp đỡ này không chỉ dừng lại ở những hỗ trợ về khía cạnh tinh thần mà còn bao gồm cả sự hỗ trợ về mặt tài chính.

"Hàng năm chúng tôi thường không gặp chút khó khăn nào khi đề nghị các doanh nghiệp tại thung lũng Silicon tài trợ cho các hoạt động của mình. Các công ty đều coi việc ủng hộ cho BASES là một khoản đầu tư cho nhân lực trong tương lai."

Thực tế là trong số những sinh viên đã tốt nghiệp từng được đào tạo bởi BASES, có rất nhiều người đã khởi nghiệp thành công. Ruby đã giới thiệu những câu chuyện khởi nghiệp ấn tượng nhất mà cô từng trực tiếp chứng kiến khi còn là sinh viên.

"Social E-Challenge là một trong những cuộc thi do chúng tôi tổ chức, tập trung vào các doanh nghiệp xã hội trong suốt một năm. Đây là một cuộc thi có mục đích và ý nghĩa xã hội rõ ràng. Cách đây vài năm, KIVA là doanh nghiệp đã từng giành được chiến thắng trong cuộc thi này. Sau khi giành chiến thắng tại Social E-Challenge, KIVA đã tiếp tục gặt hái nhiều thành quả vang dội. KIVA là một công ty cho vay vốn khởi nghiệp hướng tới các nhà khởi nghiệp ở nhiều quốc gia. Ví dụ, họ đã từng cho một công ty chăn nuôi gia súc vay một khoản vốn nhỏ để mua thêm bò và gia tăng sản lượng sữa. Sau đó, KIVA sẽ nhận lại được khoản vốn đã cho vay. Nói tóm lại, hình thức này cũng giống như việc tôi vay của KIVA 20 đô-la và sẽ trả lại họ số tiền này sau một năm. Với số tiền cho vay đã được hoàn

lại, họ có thể tiếp tục cho những người khác vay vốn. Ngày càng có nhiều dự án khởi nghiệp kinh doanh nhỏ được xúc tiến tại thung lũng Silicon và điều này có được là nhờ sự tồn tại của những công ty như KIVA. Dĩ nhiên, nhờ có BASES mà KIVA mới có thể ra đời."

Cùng với sự giúp đỡ của các trường đại học và của địa phương, hàng tháng, BASES mời các nhà khởi nghiệp thành công đến và thực hiện các buổi diễn thuyết. Một hội trường lớn với sức chứa 500 người được sử dụng cho các buổi diễn thuyết như vậy luôn chật cứng bởi sự tham gia của các bạn sinh viên nuôi mộng khởi nghiệp. Ngoài ra, Hội thảo Tư duy kinh doanh dành cho nhà lãnh đạo cũng đang được tổ chức vào thứ Tư hàng tuần với sự quan tâm đặc biệt của các bạn sinh viên. Tại các buổi tọa đàm như vậy, các bạn sinh viên được tiếp xúc trực tiếp và học hỏi từ các doanh nhân của thung lũng Silicon về những kinh nghiệm thực tế liên quan đến vấn đề khởi nghiệp mà họ không được học trên lớp. Đồng thời, đây cũng là những sân khấu được tạo ra với mục đích mang lại cho các bạn sinh viên cơ hội được gặp gỡ nhau để cùng nghiên cứu và thảo luận xung quanh chủ đề khởi nghiệp.

Ruby cho biết nhờ có BASES mà cô đã hiểu thêm rất nhiều về vai trò xã hội của doanh nghiệp. Cô mỉm cười ngượng ngùng khi bày tỏ về mơ ước thành lập một công ty xứng đáng được coi là "Google trong lĩnh vực chăm sóc và bảo vệ sức khỏe trong tương lai". Matt, một đồng chủ tịch khác của BASES, một thanh niên 23 tuổi, hiện đang học ngành kỹ thuật cơ khí.

"Mục tiêu của tôi là sẽ thành lập một công ty có thể mang lại cuộc cách mạng cho ngành năng lượng trong tương lai. Tôi sẽ phát triển những công nghệ mới có thể tạo nên những thay đổi lớn cho ngành công nghiệp năng lượng tương lai."

Tại sao Stanford lại không thể thiếu BASES? Hay nói cách khác, ở các trường đại học luôn có sự hỗ trợ tích cực đối với sinh viên

khởi nghiệp như Stanford thì việc sinh viên tự lập ra các hệ thống hỗ trợ đặc biệt như thế này có ý nghĩa như thế nào?

"Chúng tôi đang hợp tác rất chặt chẽ với các giáo viên và cán bộ nhà trường. Tuy nhiên, họ chỉ là những người hỗ trợ các sinh viên chuẩn bị khởi nghiệp chứ không phải là người chuẩn bị khởi nghiệp thực sự. Trong khi đó, chúng tôi là một tổ chức hoàn toàn đứng từ lập trường của sinh viên và được lập ra nhằm mang những trợ giúp thiết thực nhất tới các sinh viên khởi nghiệp."

Tinh thần và sự quyết tâm của các sinh viên năng động đang đi từ ý tưởng đến khởi nghiệp thực sự đã tạo ra những hiệu quả kinh tế khổng lồ. Theo kết quả điều tra của giáo sư Chuck Essley Khoa Quản lý Khoa học và Kỹ thuật trường Đại học Stanford, từ những năm 1930 cho đến năm 2011 đã có hơn 39.000 công ty được thành lập bởi các thành viên của BASES. Đồng thời, họ đã tạo ra 54 triệu việc làm và thu về 3.000 tỷ đô-la mỗi năm. Theo đó, nếu coi cộng đồng kinh tế của các sinh viên tốt nghiệp từ Đại học Stanford là một quốc gia thì đây sẽ là một trong những cường quốc kinh tế với GDP đứng thứ 11 trên thế giới.

Rõ ràng không phải tất cả các sinh viên Đại học Stanford đều có mơ ước khởi nghiệp. Nguyện vọng của phần lớn các sinh viên tại đây là được làm việc cho các doanh nghiệp lớn. Suril, một sinh viên đến từ Ấn Độ cũng tham gia vào các hoạt động của BASES với tư cách là thành viên thuộc ban quản lý cùng với Ruby và Matt. Sắp tới, Suril sẽ trở thành một nhân viên của Google, nhưng chàng trai này khẳng định rằng Google vẫn chưa phải là "mơ ước" lớn nhất của anh.

"Tôi muốn giúp trẻ em nghèo tại các nước đang phát triển có thể học hành và được hưởng những điều kiện giáo dục tốt hơn. Ngoài ra, tôi còn có mơ ước được làm trong lĩnh vực du hành vũ trụ. Tôi lựa chọn Google vì tôi biết mình còn trẻ và cần tích tũy

thêm rất nhiều kinh nghiệm. Đây cũng có thể coi là một trong những nấc thang đầu tiên trên con đường tương lai của tôi."

Ruby, Matt và Suril đều đang tìm kiếm những điều kiện cần thiết để hoàn thiện cuộc sống của bản thân, thay vì tìm kiếm những điều kiện để làm hài lòng người khác. Đại học Stanford hay thung lũng Silicon rốt cuộc cũng chỉ là một trong số những điều kiện lựa chọn ấy. Điều quan trọng là bạn nhanh nhạy đến đâu trước các lựa chọn và làm thế nào để thực thi chúng một cách hiệu quả nhất. Và mô hình khởi nghiệp kinh doanh nhỏ ra đời để dành cho những sinh viên giống như họ. Đây chính là lý do tại sao những bạn trẻ mong muốn chinh phục thế giới bằng tốc độ và sự nhỏ bé, khiêm nhường đều tập trung tại thung lũng Silicon.

Khởi nghiệp là lời phản hồi của thất bại

Năm 2012, lần đầu tiên quỹ quyên góp của Đại học Stanford nhận được hơn 1 tỷ đô-la từ các nhà tài trợ chỉ trong vòng 1 năm, gấp đôi con số mà Đại học Harvard và Đại học Yale nhận được. Bên cạnh đó, Stanford cũng liên tục đứng đầu danh sách các trường đại học tại Hoa Kỳ nhận được tài trợ lớn nhất trong vòng 8 năm qua. Được biết, Stanford đã nhận được những đóng góp khổng lồ này từ mạng lưới các cựu sinh viên đang hoạt động tích cực tại thung lũng Silicon. Họ là những doanh nhân bước ra từ chiếc nôi của Đại học Stanford và đang không ngừng đầu tư tài sản kiếm được của bản thân vào mục đích giúp đỡ các thế hệ sau. Hình thức phản hồi của mô hình hợp tác giữa trường học và doanh nghiệp đảm bảo cho sinh viên có cơ hội để thực hiện mơ ước khởi nghiệp. Giáo sư Chuck Eesley đã phân tích hiệu quả mối liên hệ giữa Đại học Stanford và thung lũng Silicon qua luận văn "Hiệu quả kinh tế từ cuộc cách mạng của các doanh nhân tốt nghiệp đại học Stanford và tinh thần doanh nhân". Chuck Eesley không chỉ thực hiện các nghiên cứu tại Đại học Stanford mà còn là một giáo sư đi tiên phong trong giáo dục

khởi nghiệp đối với sinh viên. Giáo sư Eeslay cho biết, các dự án khởi nghiệp của các cựu sinh viên Đại học Stanford đang tạo ra doanh thu 3.000 tỷ đô-la Mỹ mỗi năm.

> *"Chính xác là 2.700 tỷ đô-la Mỹ. Đây là con số chỉ tính trên các doanh nghiệp hoạt động. Thung lũng Silicon nằm ngay trong khu vực lân cận với Đại học Stanford và đây là yếu tố môi trường đóng vai trò rất quan trọng trong những thành công của Stanford. Vòng tròn khép kín giữa trường học và doanh nghiệp đang tạo ra những ảnh hưởng tích cực đến sinh viên. Bởi trong môi trường này, sinh viên có cơ hội trực tiếp chứng kiến những kiến thức và năng lực xử lý công việc mà họ được tiếp thu trên ghế nhà trường, sẽ được vận dụng trong thực tế như thế nào để giải quyết những vấn đề mang tính toàn cầu và gia tăng lợi nhuận kinh doanh."*

Giáo sư Eesley quan tâm nhiều tới cách những doanh nhân xuất thân từ Đại học Stanford đã khởi nghiệp thành công hơn là những thành quả mà họ đã đạt được. Eesley cho rằng tính độc lập và cảm giác đạt được thành quả chính là hai từ khóa trong câu hỏi "như thế nào" mà chúng ta đang đặt ra.

> *"Rõ ràng, đối với các nhà khởi nghiệp trẻ của thung lũng Silicon, kiếm tiền không phải là mục tiêu hàng đầu. Đa số các doanh nhân đều làm việc với tính độc lập cao và có xu hướng tự ra quyết định. Đây quả nhiên là kiến thức cơ bản không hề liên quan tới cảm giác chiến thắng. Đối với các doanh nhân, chỉ với thành quả được thể hiện ra bên ngoài của công ty thôi là chưa đủ, họ còn luôn khao khát có được cảm giác chiến thắng mang tính cá nhân. Và rõ ràng cảm giác chiến thắng này chỉ có thể cảm nhận được khi tồn tại một động cơ lớn hơn tiền bạc. Công việc kinh doanh của một công ty luôn chứa đựng nhiều thăng trầm hơn chúng ta tưởng tượng. Do đó, nếu không có động cơ rõ ràng, một doanh nhân sẽ khó lòng vượt qua được những cửa ải khó khăn như thất bại trong việc ký kết hợp đồng với khách hàng hay khi nhân viên xin nghỉ việc, v.v… Nếu chỉ*

làm việc với mục đích duy nhất là tiền bạc thì họ không dễ gì đứng dậy sau thất bại. Tuy nhiên, nếu có quyết tâm thay đổi thế giới và thực sự có năng lực giải quyết vấn đề thì việc chinh phục những thử thách này sẽ trở nên dễ dàng hơn rất nhiều. Nếu có một động cơ rõ ràng, vượt qua ham muốn tiền bạc đơn thuần, và được dẫn dắt bởi tính độc lập và khát khao chiến thắng thì chắc chắn bạn đã nắm chắc trong tay chìa khóa của thành công."

Một động cơ cá nhân rõ ràng sẽ là chìa khóa để mở ra cánh cửa "sự nghiệp tương lai". Hãy làm việc gì đó nếu nó là lý do để bạn tận hưởng cuộc sống, bởi đó là cách duy nhất để bạn cảm thấy yêu công việc mà mình đang làm. Một khi đã tìm thấy chìa khóa để mở cánh cửa sự nghiệp tương lai thì tính độc lập hay cảm giác chiến thắng không còn là thứ mà bạn phải cố gắng níu giữ. Bởi đó là sứ mệnh mà những người đã tìm thấy con đường của bản thân luôn có bên mình như một hành trang thiết yếu.

Giáo sư Eesley nhấn mạnh, một trong những tố chất quan trọng nhất mà một nhà khởi nghiệp trẻ cần phải có là "tư thế đối mặt với thất bại".

"Một trong những ưu điểm của Đại học Stanford là tại đây, sinh viên có thể được gặp gỡ trực tiếp các cựu sinh viên hay các nhà đầu tư mạo hiểm của thung lũng Silicon ngay tại giảng đường. Những nhân vật này sẽ trực tiếp kể cho các bạn sinh viên câu chuyện của họ với một diện mạo chân thực hơn rất nhiều về khởi nghiệp so với hình ảnh xuất hiện trên các phương tiện thông tin đại chúng. Mặc dù ai cũng từng gặp thất bại, nhưng thực tế là chúng ta hoàn toàn có thể đứng dậy làm lại và chiến thắng thử thách để thành công với những bài học ta nhận được sau khi vấp ngã. Câu chuyện về thất bại và thành công của họ sẽ khắc sâu trong tâm trí của các bạn sinh viên. Chúng tôi muốn các sinh viên ghi nhớ một thực tế rằng đa số các công ty thành công đều không xuất phát với một chiến lược hoàn hảo ngay từ đầu. Phần lớn là chiến lược của các công ty

liên tục được sửa chữa và thay đổi trong quá trình kinh doanh. Và việc gặp gỡ với các doanh nhân cũng giống như các bạn sinh viên đang được tận mắt nhìn thấy chứng cứ chứng minh rằng cho dù có thất bại trong lần thử đầu tiên thì bạn vẫn có thể thành công với cùng một kỹ thuật và ý tưởng như ban đầu, nếu có sự nghiên cứu kỹ lưỡng về chiến thuật."

Trên bước đường khởi nghiệp, thất bại chỉ cho thấy cần phải thay đổi chiến thuật chứ không có nghĩa sẽ chấm dứt cuộc chơi. Thậm chí, thất bại còn là cơ hội để tìm ra chiến lược tấn công mới. Đặc biệt, với những bạn trẻ chưa có nhiều kinh nghiệm thì thất bại không phải là lợi bất cập hại mà ngược lại còn là liều thuốc giúp họ mạnh mẽ, vững vàng hơn. Thế giới mà chúng ta đang sống được tạo nên bởi vô số những lời phản hồi. Thất bại chỉ là một trong số những phản hồi như vậy. Giờ đây, có lẽ chúng ta cần phải hình thành nên văn hóa khích lệ, động viên giới trẻ biết chấp nhận thất bại và tiếp tục đứng lên sau vấp ngã, hơn là nổ pháo ăn mừng trước những thành công vang dội.

Sau khi bong bóng Dot-com phát nổ, mọi hoạt động tại thung lũng Silicon rơi vào trạng thái đình trệ trong một thời gian dài. Nhưng ngày nay, nơi đây một lần nữa lại trở thành chốn tụ hội của các doanh nhân trẻ giàu đam mê. Bởi sau tất cả những đam mê, nhiệt huyết và vấp ngã trên bước đường khởi nghiệp của các sinh viên Stanford, họ hiểu rằng thất bại không phải là điểm kết thúc mà là một khởi đầu mới. Một thời đại mới đang đến và nó mở ra những đổi thay của một xu hướng mang tính cách mạng. Đó là thời đại thông minh khi mà các dự án có thể được xúc tiến chỉ với một ý tưởng và một chiếc máy tính xách tay. Là thời đại kinh doanh đa ngành khi mà con người có thể dễ dàng tìm kiếm bất cứ thông tin nào và di chuyển qua nhiều lĩnh vực chuyên môn trong khi thưởng thức một tách latté. Giờ đây, hòa vào dòng chảy thời đại của "làn sóng thứ tư", mô hình khởi nghiệp kinh doanh nhỏ đang chắp thêm đôi cánh cho thế hệ trẻ nước Mỹ bay tới tương lai.

Hàn Quốc: Nhóm Nhà buôn trẻ

CỬA HÀNG CỦA NHỮNG BẠN TRẺ BÁN LÒNG NHIỆT TÌNH VÀ THÊM VÀO GIA VỊ CẢM XÚC

"Nếu xuất phát ngay bây giờ thì bạn sẽ hoặc 'được ăn cả' hoặc 'ngã về không'. Dù thế nào đi chăng nữa, chắc chắn bạn cũng sẽ tích lũy được thêm rất nhiều kinh nghiệm. Vậy thì, Hãy tiến lên! Cho dù là được hay mất! Đó chính là suy nghĩ của tôi khi kinh doanh."

— KIM YUN KYU —

(Nhóm Nhà buôn trẻ)

Dù nằm ngay tại Jongno-gu, trung tâm thủ đô Seoul, nhưng Geumcheon-gyo không được nhiều người biết tới. Gần đây, ở khu chợ nhỏ bé này nếu hỏi rằng nơi nào huyên náo, ồn ào nhất thì chắc chắn bạn sẽ được chỉ đến quán khoai tây chiên "Yeol-jeong gam-ja". Đi sâu vào bên trong, bạn sẽ bắt gặp một vài thanh niên đầu buộc khăn kiểu hip hop đang mời chào khách hàng bằng giọng nói sang sảng. Đập vào mắt tôi ngay khi bước vào bên trong quán ăn nhỏ này là dòng chữ lớn treo trên tường: "Gặp Yeol-jeong tuôn trào nhiệt huyết!". Lặng nhìn dòng chữ này cùng với những giọt mồ hôi đang lăn dài trên những vầng trán trẻ kia, bất giác tôi nắm chặt hai bàn tay. Đến lúc này, nhìn kỹ lại tôi mới nhận ra ngay cả đồng phục của các chàng trai này cũng rất đặc biệt. Trên chiếc áo phông màu xanh thiên thanh, mỗi người đều chọn cho mình một khẩu hiệu hay một cái tên thể hiện cá tính của bản thân. Chàng trai mặc áo có dòng chữ "Có tài thì làm gì cũng thành tài" có lẽ là cửa hàng trưởng, đang luôn tay luôn chân vừa dọn bàn vừa đón tiếp khách hàng. Trong khi đó thì "Mr. Bean", "Mrs.Potato", người đảm nhận nhiệm vụ cắt và chiên khoai tây cũng không lúc nào ngơi tay. Anh chàng

“Mua khoai tây hay là sống với anh” đang rót bia cho khách ngay cạnh đó quả nhiên cũng bận tối mắt tối mũi. Dù bận rộn và mệt mỏi, nhưng nụ cười lúc nào cũng thường trực trên môi những chàng trai này. Họ bán khoai tây chiên thơm bùi và thêm vào đó thứ gia vị hạnh phúc đã mang sức sống mới đến với con phố chợ đang dần vắng đi tiếng bước chân.

Tiến lên! Dù được hay mất!

Ngay từ sáng sớm, trong một căn hộ tồi tàn, cũ kĩ ở Itaewon, một vài thanh niên cao ráo, khỏe mạnh đang bận bịu đóng gói đồ đạc để chuẩn bị chuyển nhà. Căn hộ nhỏ bé vỏn vẹn chỉ có một phòng lớn và một phòng nhỏ này đã từng là không gian sinh hoạt chung của tám anh bạn trẻ. Và hôm nay, cuối cùng thì ngày chuyển đến ngôi nhà chung, nơi sẽ vừa là mái ấm, vừa là “căn cứ hoạt động” của các nhà buôn trẻ này. Đó là một căn hộ lớn hơn với ba phòng ngủ, một phòng khách với hệ thống công trình phụ được trang bị đầy đủ. Chắc hẳn cuộc sống của họ sẽ thoải mái hơn nhiều khi sống tại đây. Có lẽ vì thế mà hôm nay ai nấy đều hết sức vui vẻ trong lúc đóng gói đồ đạc. Họ đã đoàn kết lại, cùng sống dưới một mái nhà để phấn đấu vì niềm đam mê. Họ chính là những thành viên của nhóm “Nhà buôn trẻ”, một tập thể được biết tới với những hoạt động tích cực, đang góp phần thổi một luồng gió mới vào văn hóa khởi nghiệp của thanh niên Hàn Quốc. Nhà buôn trẻ là một tổ chức được thành lập với mục tiêu chính là hỗ trợ thanh niên lập nghiệp thông qua đào tạo lập nghiệp và tiến hành các hoạt động kinh doanh; tiếp đó là kết nối giữa văn hóa kinh doanh và khả năng thúc đẩy hoạt động kinh tế của địa phương.

Dự án khởi nghiệp đầu tiên của họ là quán Cafe BUD tại Itaewon, Seoul. Vì muốn hiện thực hóa mơ ước kinh doanh, Kim Yun Kyu, một thanh niên 27 tuổi, đã giấu cha mẹ, lặng lẽ dùng toàn bộ số tiền đặt cọc thuê nhà để cùng một người bạn chung chí hướng góp vốn mở ra cửa hàng đầu tiên của mình, và quán

Cafe BUD đã ra đời. Sau thành công của Cafe BUD, họ tiếp tục mở một cửa hàng bán khoai tây chiên tại chợ Geumcheon-gyo vào tháng 10/2012 và Yeol-jeong ggo- ji một quán ăn chuyên đồ xiên que vào tháng 2/2013 ở trên cùng một con phố. Phải chăng mơ ước của anh là trở thành ông hoàng kinh doanh? Lý do nào đã khiến anh không ngừng thử sức và khởi nghiệp ở nhiều lĩnh vực như vậy? Và tại sao một kỹ sư ngành điện – điện tử như Yun Kyu giờ đây lại đi theo con đường kinh doanh? Kim Yun Kyu, đại diện của nhóm Nhà buôn trẻ tạm nghỉ tay đóng gói đồ đạc và bắt đầu câu chuyện.

> *"Trước tiên, tôi muốn nói về cơ duyên đã dẫn tôi đến với nghiệp kinh doanh. Lý do rất đơn giản, ban đầu tôi chỉ muốn cùng bạn bè thử sức với một công việc nào đó mà chúng tôi có thể cùng nhau làm tốt và sống tốt. Nhưng rồi tôi nhận ra mỗi khi mở được thêm một cửa hàng mới, tôi lại càng phấn chấn. Cuối cùng, tôi đã đi đến một quyết tâm. Tôi cùng bạn bè đã có thể sống tốt nhờ công việc hiện tại và chúng tôi không muốn giữ riêng bí quyết thành công cho bản thân. Chúng tôi muốn chia sẻ cuộc sống này với nhiều bạn trẻ khác nữa. Vì thế, chúng tôi đã tập hợp thêm bạn bè và cùng đưa ra hướng đi rõ ràng cho tương lai của nhóm Nhà buôn trẻ."*

Trong kinh doanh, mục tiêu hàng đầu của họ không phải là lợi nhuận, mà là mong muốn tạo ra một thế giới nơi mà tất cả mọi người đều có cuộc sống sung túc, hạnh phúc. Tuy nhiên, thành công không đến một cách dễ dàng. Thời gian đầu, vì thiếu vốn mở cửa hàng nên họ phải tiết kiệm từng đồng. Thậm chí, họ còn tự tay làm tất cả mọi việc, từ thiết kế nội thất đến thi công lắp đặt cửa hàng. Vào thời điểm đó, cuộc sống của họ khá vất vả, họ thường phải làm việc đến 15 tiếng mỗi ngày và sống chung trong một căn phòng nhỏ. Nhưng cũng chính lúc này, họ nhận ra rằng công việc kinh doanh và đời người hóa ra cũng không khác nhau là bao. Đối với họ, kinh doanh cũng giống như một cuộc đời thu nhỏ với đủ những cung bậc cảm xúc hỉ, nộ, ái, ố.

Nhưng dù có vất vả đến đâu, con người cũng không thể từ bỏ cuộc sống hay tuyệt đối không thể bỏ cuộc trong kinh doanh.

"Ngay cả bây giờ, khi sắp mở thêm cửa hàng tiếp theo, không ngày nào tôi ngừng lo lắng về thất bại. Tuy nhiên, bất chấp điều đó, tôi vẫn có lý do để tiếp tục đương đầu với thử thách. Đó là bởi tôi đã bắt đầu kinh doanh từ hai bàn tay trắng. Bây giờ, nhìn bên ngoài, mọi người chỉ thấy tôi có nhiều cửa hàng và công việc kinh doanh cũng khá thuận lợi. Nhưng thực ra tất cả đã từng xuất phát từ các khoản vay mượn. Tôi không sở hữu thứ gì thì cũng không có gì để mất cả. Nếu xuất phát ngay bây giờ thì bạn sẽ hoặc 'được ăn cả' hoặc 'ngã về không'. Dù thế nào đi chăng nữa, chắc chắn bạn cũng sẽ tích lũy được thêm rất nhiều kinh nghiệm. Vậy thì, Hãy tiến lên! Cho dù là được hay mất! Đó chính là suy nghĩ của tôi khi kinh doanh."

Yun Kyu toát lên sự chín chắn hiếm có ở một người mới ngoài 20 tuổi. Chắc chắn sự trưởng thành này không phải tự nhiên mà có. Đây là những gì Yun Kyu có được sau nhiều trải nghiệm quý báu. Khi các bạn cùng trang lứa với anh miệt mài với việc học hành để trang bị cho mình khối kiến thức lý thuyết thì Yun Kyu đang cần mẫn đặt xếp những viên gạch đầu tiên trên con đường đến với nghiệp kinh doanh. Anh từng bán chăn đắp chân ở sân vận động, từng đến cửa hàng rau xanh để học hỏi kinh nghiệm buôn bán. Dù cuộc sống có vất vả nhưng Yun Kyu vẫn quyết tâm phải tạo dựng được tên tuổi trong lĩnh vực kinh doanh. Đối với Yun Kyu, kinh doanh không phải là "của trời cho", mà là "thứ vốn quý" có được thông qua việc học tập, rút kinh nghiệm sau rất nhiều lần thử và sai.

"Ban đầu tôi không lựa chọn con đường lập nghiệp mà chỉ xác định là sẽ không đi xin việc. Tôi tốt nghiệp từ một trường đại học khá danh tiếng, theo học một chuyên ngành có tương lai, thành tích học tập cũng không tồi, hơn nữa còn tích cực tham gia vào các hoạt động ngoại khóa. Mặc dù những điều kiện này có thể mang lại cho tôi một vị trí làm việc lương cao ở một công

ty nào đó, nhưng tôi không nghĩ rằng mình muốn sống một cuộc sống khuôn khổ cứng nhắc như vậy. Thế nên, tôi đã thử sức với rất nhiều công việc chỉ để tìm kiếm cơ hội được trải nghiệm xem đâu là việc mà tôi có thể làm tốt nhất trong rất nhiều con đường như nhân viên tiếp thị, kinh doanh, lập nghiệp, v.v… Cuối cùng, tôi thấy rằng buôn bán là công việc phù hợp nhất với mình."

Tinh thần sẵn sàng đối đầu với thách thức của Kim Yun Kyu và những thành viên của Nhà buôn trẻ đã củng cố thêm niềm tin vào giấc mơ khởi nghiệp của thế hệ trẻ Hàn Quốc. Nhóm Nhà buôn trẻ không chỉ giúp các bạn trẻ tìm kiếm ý tưởng và mở cửa hàng kinh doanh; mà còn bồi dưỡng tinh thần trách nhiệm đối với cộng đồng và nâng cao tầm quan trọng của tinh thần làm việc theo nhóm thông qua công tác đào tạo, định hướng dành cho thanh niên. Mặc dù tự gọi mình là "nhà buôn", song buôn bán không phải là tất cả mơ ước tương lai của những bạn trẻ này. Họ hy vọng rằng trong khí thế tấn công mạnh mẽ của các doanh nghiệp nhượng quyền thương mại như hiện nay, thì sức mạnh của thương hiệu Nhà buôn trẻ được tạo ra bởi những cố gắng, nỗ lực của họ có thể mang lại niềm tin cho tất cả mọi người.

"Trong con mắt của những người lớn tuổi, chúng tôi chỉ là những "đứa trẻ", nhưng chúng tôi muốn cho họ thấy rằng chúng tôi thực sự có thể cùng nhau mang lại cuộc sống tốt đẹp hơn cho tất cả mọi người. Vì vậy, chỉ dừng lại ở thành công với một cửa hàng thôi chưa đủ. Chúng tôi còn muốn chứng minh rằng, nỗ lực của mình có thể tạo ra những ảnh hưởng tích cực tới mọi người xung quanh, từ bác hàng xóm, đến cô chủ quán há cảo bên cạnh, cho tới anh chủ quán các hiên nhà bên. Trong tương lai, cho dù là cửa hàng quần áo hay quán ăn, một khi đã được đóng dấu "Nhà buôn trẻ" thì với bất kỳ loại hình kinh doanh nào, chúng tôi cũng sẽ cố gắng hết mình. Và bằng cách này, tôi muốn khách hàng tin rằng bất cứ khi đến với chúng

tôi, các bạn cũng sẽ nhận được thái độ phục vụ tận tình, cùng những sản phẩm có chất lượng tốt với giá cả phải chăng.”

Một chiếc xe tải cũ kĩ và một chiếc xe khách nhỏ chất đầy mơ ước, hoài bão và nhiệt huyết tuổi trẻ đang hướng về một mái ấm mới. Tuổi đời non trẻ và một cơ nghiệp kinh doanh nhỏ bé không thể cản bước thanh xuân với những khát vọng lớn lao về một tương lai xán lạn không thua kém kế hoạch phát triển của bất kỳ một tập đoàn đa quốc gia nào. Cú huých quyết đoán hướng tới toàn thế giới sẽ thay đổi cuộc sống của những nhà buôn trẻ như thế nào? Chúng ta hãy cùng đặt niềm tin và chờ đón những thay đổi sẽ diễn ra trong tương lai.

Vươn cao như mơ ước và thu về thành quả lớn như lòng nhiệt tình

Quán Cafe BUD nằm trong một ngõ nhỏ ở Itaewon là cửa hàng đầu tiên và cũng là nền móng kinh doanh của Nhà buôn trẻ. Thay vì hình ảnh lao động hăng say ướt đẫm mồ hôi của các bạn trẻ tại Yeol-jeong gam-ja hay Yeol-jeong ggo-ji, đến với Cafe BUD, bạn sẽ thấy đây là nơi ngập tràn những ý tưởng và cho thấy tình cảm quan tâm sâu sắc của các bạn trẻ này đối với địa phương. Đây là một quán cà phê nhỏ với chỉ một chiếc bàn lớn và vài chiếc ghế chiếm phần lớn không gian quán. Khung cảnh bên trong Cafe BUD giống với một phòng họp hơn là quán cà phê nên tôi đã cho rằng có lẽ nơi được sử dụng như địa điểm tập trung của các nhà buôn trẻ. Thế nhưng, nằm ngoài suy đoán của tôi, trên thực tế hơn 70% doanh thu hàng tháng của Cafe BUD đến từ khách hàng trong khu vực. Điều này đủ để chứng minh Cafe BUD không chỉ là một quán cà phê kinh doanh đích thực mà còn tạo dựng được một vị trí vững chắc trong lòng người dân Itaewon. Kim Yeon Seok, người phụ trách việc lên kế hoạch hoạt động của nhóm Nhà buôn trẻ giới thiệu về Cafe BUD như sau:

"Quán chúng tôi chỉ có duy nhất một chiếc bàn lớn này. Nếu xét về khía cạnh kinh doanh thì những chiếc bàn nhỏ sẽ giúp tiếp đón được nhiều khách hàng hơn. Mặc dù vậy, chúng tôi vẫn giữ nguyên ý tưởng đặt một chiếc bàn lớn có phần hơi bất tiện như thế này trong quán, bởi chúng tôi muốn tạo nên môi trường giao tiếp giữa mọi người với nhau. Khi tới đây, những người hoàn toàn không quen biết có thể vô tình ngồi đối diện với nhau và tình huống này khiến họ muốn chia sẻ câu chuyện nào đó với người ngồi cùng bàn. Đó là ý tưởng của chúng tôi khi tạo nên nơi này. Chúng tôi muốn biến không gian của Cafe BUD trở thành môi trường với chất xúc tác tự nhiên tạo nên những tình huống như vậy trong cuộc sống."

Tình cảm chân thành được các bạn trẻ truyền đi và lan tỏa, len lỏi vào từng ngõ ngách trong khu dân cư này. Sự thay đổi đầu tiên là các nghệ sĩ trong khu vực bắt đầu tập hợp lại để cùng với các nhà buôn trẻ bắt tay vào thực hiện chiến dịch văn hóa khu dân cư. Một trong những thành công của hoạt động này là sự kiện ra mắt tờ báo địa phương *Nguyệt san Woosadan* và sự ra đời của khu vực buôn bán trong khu dân cư. Nhờ được đặt tại Itaewon với đặc điểm thu hút nhiều khách du lịch nước ngoài, nên khu vực lân cận Cafe BUD có thể hình thành một mạng lưới kinh doanh vượt ra khỏi giới hạn của khu dân cư này. Yeon Seok tin rằng với tư cách là một người buôn bán nhỏ, anh có trách nhiệm phải tạo ra nguồn sinh khí mới để vực dậy nền kinh tế địa phương.

"Tôi nghĩ rằng, người buôn bán là những người thường xuyên gặp gỡ mọi người nhất. Do đó, ngoài việc buôn bán, chúng tôi còn có trách nhiệm xây dựng và củng cố văn hóa trong khu dân cư. Văn hóa không chỉ là nghệ thuật cao siêu, mà còn là một dòng chảy lớn, một bầu không khí lớn. Trong khi đó, những người buôn bán như chúng tôi đang xuôi theo các nhánh nhỏ của một dòng chảy văn hóa chủ đạo như vậy."

Cũng giống những vướng mắc được gỡ rối cùng với những cuộn len đầy màu sắc tại Happy Knits của Portland, những câu chuyện về cuộc sống con người cũng có thể được giãi bày trong một quán cà phê ngào ngạt hương. Có lẽ, sức cạnh tranh của một cửa hàng nhỏ sẽ trở thành sức gắn kết mạnh mẽ khi biết nhìn ra xung quanh để tìm kiếm những giá trị mới mẻ nhưng cũng rất thân thuộc mà bình thường chúng ta không nhận ra. Một quán cà phê kinh doanh văn hóa được mở ra trong một con ngõ nhỏ có phần lạc lõng, tách biệt khỏi những con phố Itaewon sầm uất. Trong khi đó, tại một khu chợ đang dần mất đi sinh khí lại xuất hiện những cửa hàng bán khoai tây chiên và đồ xiên que nướng tuy giản dị nhưng chan chứa nhiệt thành. Ngày nay, giới trẻ một lần nữa mang lại sức sống cho những con phố Seoul từng bị lu mờ bởi làn sóng cạnh tranh mạnh mẽ. Nguồn năng lượng xanh của sức trẻ đã mở ra một tia hy vọng, tuy nhỏ bé nhưng không thể phủ nhận khả năng cũng như tác động tích cực của nó tới những mảng tối của cuộc sống đô thị. Yeon Seok đã gia nhập vào nhóm Nhà buôn trẻ với một niềm tin mãnh liệt vào sức mạnh của tuổi trẻ như vậy.

> *"Lý do khiến tôi quyết tâm phải tự lập nghiệp thực ra rất đơn giản. Tôi nhận ra rằng cho đến giờ vẫn chưa hề có một công ty nào làm được điều này. Rõ ràng, chúng ta vẫn còn thiếu một sân chơi tích cực, nơi mà kinh doanh và văn hóa, con người và không gian được hài hòa với nhau để có thể tạo nên một sức mạnh tổng hợp. Nếu như có một công ty như vậy tồn tại thì rất có thể tôi đã nộp đơn xin việc và có lẽ giờ này vẫn đang làm việc ở đó. Tuy nhiên, bởi không có một nơi nào như vậy và tôi vẫn chưa thấy một ai làm được điều này, nên không phải đây là việc mà tôi nên làm hay sao? Chính vì thế mà một quán cà phê như vậy mới được ra đời tại Itaewon."*

Không ai có thể tùy tiện hạ thấp giá trị cuộc sống của những người làm công ăn lương vẫn đang hàng ngày tới công sở. Khi không thể tìm thấy một công việc thực sự yêu thích, phần lớn mọi người đều tự tạo ra một điểm thỏa hiệp giữa công việc và

cuộc sống để dấn thân vào một lĩnh vực nào đó. Đó là cách mà không ít người đang áp dụng để tồn tại. Bởi sự thỏa thuận ngầm ấy đang mang lại sự cân bằng cho cuộc sống của chúng ta. Tuy nhiên, mặt khác, sẽ không có một lĩnh vực mới nào được tạo ra nếu ai đó không chịu vượt ra khỏi giới hạn của bản thân. Mặc dù sự lựa chọn của các nhà buôn trẻ, cũng như cách họ đã cho chúng ta thấy thế nào là bản chất của khởi nghiệp kinh doanh nhỏ, có thể không phải cách giải quyết dành cho toàn bộ thế hệ trẻ. Tuy nhiên, có một điều chắc chắn rằng, tinh thần sẵn sàng đối đầu với thử thách của họ đang mang lại nhiều lựa chọn hơn cho giới trẻ. Nhà buôn trẻ cùng với các cửa hàng nhỏ của họ đã chứng minh được rằng khởi nghiệp không thuộc quyền sở hữu của riêng thế hệ nào. Đó chính là một sân chơi nơi bất cứ ai cũng có thể vươn cao như những mơ ước và nhận được những gì xứng tầm với bầu nhiệt huyết của mình. Yun Kyu tiếp tục bày tỏ suy nghĩ của bản thân về công việc trong khi thư thái thưởng thức một tách cà phê.

"Đối với tôi, công việc là cảm xúc. Khi kinh doanh, chúng tôi mang lại cảm xúc cho mọi người và công việc cũng mang lại rất nhiều cảm xúc cho chúng tôi. Đó là cảm xúc khi có thể mua đồ ăn ngon cho gia đình hay đưa người yêu đi du lịch bằng những đồng tiền mồ hôi nước mắt của chính mình. Đó là cảm xúc khi có thể cùng bạn bè, đồng nghiệp đi liên hoan. Đó cũng là cảm xúc khi biết được rằng công việc kinh doanh của chúng tôi đang tạo ra những tác động tích cực đến tình hình kinh tế khu vực xung quanh. Nếu những nỗ lực của tôi có thể góp phần ảnh hưởng có ý nghĩa tới thanh niên ngày nay thì có nghĩa là tôi đã truyền được cảm xúc tới xã hội. Chính vì thế, điều quan trọng nhất là phải cân nhắc làm sao để có thể truyền cảm xúc tới mọi người xung quanh từ những việc tưởng chừng như nhỏ bé, giản đơn nhất. Trong số những công việc đó, tôi chọn kinh doanh, buôn bán. Và đã là việc của bản thân làm sao có thể lười biếng được."

Một khi đã vướng vào vòng xoáy bươn chải của cuộc sống xã hội thì không dễ gì tìm được cảm xúc trong công việc. Điều này không chỉ là do bạn đã quá mệt mỏi với công việc mà còn có thể vì bạn đang theo đuổi một thứ cảm xúc quá to lớn, xa vời. Những bạn trẻ của nhóm Nhà buôn trẻ không quá kỳ vọng vào những điều to tát như danh vọng hay phú quý cao sang. Thay vào đó, điều duy nhất mà họ quan tâm là có thể chia sẻ những cảm xúc tuy nhỏ bé nhưng ấm áp tới mọi người, từ đó mang lại những cảm xúc lạc quan, tích cực cho cuộc sống của họ. Họ là những nhà buôn trẻ luôn tự hỏi: "Hôm nay liệu mình đã làm việc chăm chỉ chưa nhỉ?" vào cuối mỗi ngày. Trong tương lai, liệu họ sẽ còn gửi gắm những gì vào cảm xúc nhiệt thành đang được lan tỏa qua công việc kinh doanh của họ? Thế giới của những bạn trẻ mà công việc đối với họ là một khái niệm đầy cảm xúc, chỉ cần tưởng tượng thôi đã thấy đó là một thế giới ngập tràn niềm vui.

PHẦN II
CHIẾN LƯỢC TÌM KIẾM CÔNG VIỆC PHÙ HỢP VỚI BẢN THÂN

: MY JOB (Nghề nghiệp của tôi)

Làm thế nào để tìm ra hướng đi của riêng mình trong dòng chảy biến động mạnh mẽ của xu hướng việc làm toàn cầu? Nói một cách cụ thể hơn là cần phải chuẩn bị những gì và làm thế nào để thay đổi những định kiến trong xã hội? Trong thời điểm này, hơn bất cứ lúc nào, điều chúng ta cần nhất là một phương thức tư duy chiến lược để định hướng công việc và sự nghiệp tương lai của bản thân. Có thể tóm tắt những chiến lược tìm kiếm công việc phù hợp với bản thân thành 5 điều sau đây: 1, Xử lý thông tin một cách sáng tạo để hạn chế việc tìm người, người tìm việc không phù hợp (Mismatch, goodbye); 2, Tự tạo nên năng lực nghiệp vụ đặc biệt của bản thân và làm nên thương hiệu cá nhân của riêng bạn (Your Brand is your power); 3, Không ngừng học tập, tích lũy kiến thức và kinh nghiệm làm việc để có thể nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc thay đổi và thành thạo với các năng lực mới (Joy of learning); 4, Hướng tới thị trường thế giới đang dần được hình thành để nhắm vào thị trường việc làm toàn cầu (over the global Border); 5, luôn hướng tới mục tiêu cuối cùng là niềm vui trong lao động ngay cả khi theo đuổi sự sáng tạo độc đáo và bền vững trong sự nghiệp (Business for Happiness). ghép chữ cái đầu của các từ khóa tiếng anh lại, chúng ta có MY JoB, “Nghề của tôi”.

Mismatch,
good-bye!

:

Tạm biệt nhé, Lệch pha!
Thay đổi mô hình việc tìm người, người tìm việc

:

Hàng năm cứ đến mùa xin việc, các buổi triển lãm việc làm lớn nhỏ sẽ được tổ chức ở khắp các trường đại học và các trung tâm triển lãm. Có vô số các nhà tuyển dụng muốn tìm được nhân tài, trong khi đó cũng có vô số những người tìm việc khao khát được lấp đầy vị trí đó. Tuy nhiên, rất khó để tìm thấy một sự kết hợp hoàn hảo giữa nhà tuyển dụng và người lao động. Xét về khía cạnh này thì hoạt động việc tìm người - người tìm việc gần giống với một cuộc hôn phối. Dù có không biết bao nhiêu nam thanh, nữ tú trên đời nhưng mỗi người vẫn không dễ gì tìm được người bạn đời phù hợp cho mình. điều này cũng xảy ra với các doanh nghiệp khi mà họ luôn tỏ ra bất mãn vì gặp khó khăn trong quá trình tìm kiếm nhân tài. Trong khi đó thì những người tìm việc than thở rằng không có một doanh nghiệp nào cần tới họ. Cả người tìm việc và doanh nghiệp đều loay hoay tìm kiếm đối tượng, đó chính là hiện tượng “lệch pha” của thị trường việc làm.

Theo thống kê, hiện nay, có tới 80% các công ty của Nhật Bản và hơn 50% các công ty của Mỹ đang lâm vào tình trạng không thể chọn được những nhân tài cần thiết cho tổ chức do hiện tượng "lệch pha". Trong xu thế chung này, các doanh nghiệp Hàn Quốc cũng không phải là ngoại lệ. đối với một quốc gia rơi vào tình trạng lạm phát học vị nghiêm trọng với hơn 70% học sinh tiếp tục vào đại học như Hàn Quốc thì sự khác biệt trong các tiêu chí được đặt ra giữa nhà tuyển dụng và người tìm việc là rất lớn. Nguyên nhân của hiện tượng này không gì khác ngoài tần suất và mức độ ảnh hưởng ngày càng lớn của hiện tượng lệch pha. Thêm vào đó, người lao động trẻ có xu hướng ưa chuộng công việc tại các tập đoàn lớn có điều kiện lao động tốt như mức lương cao, điều kiện phúc lợi tốt và các công ty có trụ sở đặt tại thành phố lớn, nơi có điều kiện sinh hoạt thuận lợi. Trái lại, thực tế là các công ty vừa và nhỏ đang chiếm tỷ trọng lớn trong thị trường việc làm lại nằm rải rác ở các địa phương hoặc đưa ra những điều kiện lao động không mấy hấp dẫn. Thực tế này đang khiến hiện tượng lệch pha trong thị trường việc làm ngày càng trở nên nghiêm trọng. Cũng có thống kê cho biết, lệch pha trong thị trường việc làm đang khiến 400.000 người lao động Hàn Quốc rơi vào tình trạng thất nghiệp, chiếm một nửa trong tổng số lao động thất nghiệp của nước này (Theo tài liệu nghiên cứu của Viện nghiên cứu phát triển Gyeonggi, Hàn Quốc, năm 2012).

Lệch pha là một trong số những từ khóa trọng tâm của vấn nạn việc làm ngày nay. điều này đặt ra cho xã hội một nhiệm vụ cấp thiết, đó là phải nhanh chóng tìm ra giải pháp mới - chìa khóa giải quyết vấn đề lệch pha trong thị trường lao động.

Hoa kỳ: Giáo sư Alvin Roth

HÓA GIẢI CUỘC GẶP GỠ SAI LẦM CỦA DOANH NGHIỆP VÀ NGƯỜI TÌM VIỆC BẰNG PHÉP ‘TƯƠNG HỢP’ TRONG THỊ TRƯỜNG VIỆC LÀM

“Gần đây Hiệp hội Kinh tế Mỹ đã phải đưa vào áp dụng một cơ chế tín hiệu mới.

Chữ ký này cũng giống như con dấu chứng nhận của Hiệp hội Kinh tế Mỹ và mỗi ứng cử viên chỉ được phép sử dụng hai lần dù có thể gửi đi hàng trăm đơn xin việc.”

- ALVIN ROTH -

(Được trao giải Nobel Kinh tế vào năm 2012)

Theo một cuộc điều tra, phần lớn người lao động cho rằng nghiệp vụ và kiến thức của họ vượt xa hoặc không liên quan tới công việc hiện tại. Và cuối cùng, rất nhiều người lao động đã quyết định tìm kiếm một nơi làm việc mới. Hiện tượng lệch pha không chỉ tác động lên thị trường việc làm của những sinh viên mới ra trường mà còn ảnh hưởng tới cả những người đã đi làm. Lệch pha cũng là tai họa đối với các doanh nghiệp bởi tỷ lệ thôi việc cao tiêu tốn khá nhiều chi phí dành cho tuyển dụng của doanh nghiệp. Giáo sư Alvin Roth của Đại học Stanford, Mỹ từng được trao giải Nobel Kinh tế vào năm 2012 vì những nghiên cứu có liên quan đến hiện tượng lệch pha. Alvin Roth đã giải thích rõ lý do khiến rất nhiều nhân tài không thể vào được các trường đại học danh tiếng hay lý do các bác sĩ có năng lực đều chấp nhận chờ đợi để được chọn vào một số bệnh viện lớn của Mỹ, thông qua mô hình toán học của mình và đề xuất tới giới học giả của kinh tế thế giới một lộ trình hoàn toàn mới.

“Đội ngũ nghiên cứu của chúng tôi đã lao tâm khổ tứ rất nhiều về vấn đề tương hợp của thị trường. Trong thị trường tương hợp (matching market), giá cả không phải là nhân tố quyết định,

có khả năng chi phối thị trường. Do đó, thị trường tương hợp là một khái niệm hoàn toàn khác với thị trường thông thường (commodity market). Trong thị trường thương mại, chúng ta có thể cân đối tình hình kinh tế cá nhân để có được thứ mình muốn. Tuy nhiên, trong thị trường tương hợp, không phải lúc nào chúng ta cũng có thể đưa ra lựa chọn như ý muốn hay có thể trở thành đối tượng được lựa chọn. Ví dụ, kỳ thi đầu vào đại học có thể được coi là một thị trường tương hợp. Có thể thấy rằng không phải cứ muốn là bất cứ ai cũng vào được Đại học Harvard. Điều này cũng xảy ra với thị trường lao động. Rõ ràng không phải ai cũng được làm việc tại Google. Ở đâu cũng vậy, dù có muốn thì trước tiên bạn cần phải được người sử dụng lao động tuyển dụng. Tóm lại, đối với thị trường tương hợp, lựa chọn theo ý muốn là điều bất khả thi."

Bản chất của thị trường việc làm là thị trường tương hợp. Nó khác với thị trường thông thường, nơi mà bất cứ lúc nào bạn cũng có thể mua được sản phẩm chỉ với sự chấp thuận về giá cả và chất lượng. Bởi trong thị trường việc làm, doanh nghiệp không bao giờ tỏ ra thiếu cân nhắc trong quá trình tuyển dụng nhân viên và dĩ nhiên, người tìm việc cũng được tuyển vào một phần vì họ đã lựa chọn công ty này. Đây là sự tương tác hai chiều. Khi đó, để giảm thiểu tình trạng lệch pha trong quá trình lựa chọn của hai phía, cần phải hiểu được cơ chế hoạt động của thị trường tương ứng và vận hành thông suốt hệ thống tín hiệu tương tác và truyền đạt thông tin giữa hai bên. Trên thực tế, Hiệp hội Kinh tế Mỹ đã nhận thấy dấu hiệu giảm nhiệt đáng kể của các mâu thuẫn trong thị trường tương hợp kể từ sau khi đưa vào áp dụng một hệ thống tín hiệu mới.

"Đầu tháng Một hàng năm, Hiệp hội Kinh tế Mỹ lại tổ chức cuộc triển lãm tuyển dụng quy mô lớn với sự tham gia của các thành viên mới. Trong khuôn khổ của cuộc triển lãm quy mô lớn này, họ tiến hành phỏng vấn trực tiếp ứng viên ngay tại các khoa của các trường đại học. Sau đó, các ứng cử viên cuối cùng sẽ tiếp tục tham gia vào buổi phỏng vấn chính thức được tổ

chức tại các trường đại học. Tuy nhiên, ngay cả những sự kiện tuyển dụng như vậy cũng chỉ chọn ra được khoảng 20 ứng viên vào đến vòng phỏng vấn cuối cùng. Mặc dù vậy, bất chấp kết quả không mấy khả quan, những hoạt động như vậy vẫn được đầu tư rất nhiều thời gian và công sức của ban tổ chức."

Tại thị trường xin việc và kỳ thi đầu vào đại học của Hàn Quốc, trung bình mỗi ứng viên có thể "tham khảo" đến hàng trăm công ty trước khi chọn cho mình một công việc thích hợp, nhưng trên thực tế, các doanh nghiệp hay các trường đại học vẫn không tuyển được nhân tài thực sự muốn đến với họ. Trong tình thế bức thiết cần tới một cơ chế tín hiệu mới như vậy, cam kết về một "tín hiệu đặc biệt" có tác dụng hạn chế đã được đưa ra.

"Khi một người đưa ra yêu cầu phỏng vấn đến với trường đại học mà họ mong muốn thì họ có thể gửi kèm theo email một chữ ký đặc biệt. Chữ ký này cũng giống như con dấu chứng nhận của Hiệp hội Kinh tế Mỹ và mỗi người chỉ được phép sử dụng hai lần. Mặc dù mỗi ứng cử viên có thể gửi đi tới hàng trăm lá đơn xin việc thì họ cũng chỉ được sử dụng tín hiệu này tối đa là hai lần. Với cách làm này, trong hàng trăm lá đơn đăng ký gửi về các trường đại học, nếu như ứng cử viên có gửi kèm theo một trong hai tín hiệu mà họ được phép sử dụng thì ban giám khảo có thể dễ dàng xác định mức độ quan tâm thực sự và thành ý của ứng viên để cân nhắc về việc phỏng vấn."

Trên thực tế, cơ chế tín hiệu này đã phủ sóng rộng rãi và đang được sử dụng tại rất nhiều cơ quan hành chính và các doanh nghiệp môi giới hôn nhân của Mỹ. Điều này đang bắt đầu tạo nên những thay đổi để có thể phân loại đối tác trong rất nhiều lĩnh vực thuộc thị trường tương hợp chứ không chỉ đơn thuần là thị trường thông thường như thị trường việc làm, thị trường hôn nhân và thị trường giáo dục. Thực tế là mỗi khi thông báo tuyển dụng, Google có thể nhận được tới 75.000 hồ sơ ứng viên. Và để hạn chế tối đa hiện tượng lệch pha, Google cũng đang áp

dụng một chiến lược tuyển dụng mới. Google tự phát triển và sử dụng chương trình theo dõi ứng viên (Candidate tracking program) để phân loại một cách có hệ thống cơ sở dữ liệu khổng lồ về thông tin của các ứng viên. Theo đó, chương trình này sẽ chỉ chọn ra những ứng viên phù hợp với yêu cầu của Google. Dựa trên cơ sở dữ liệu này, 600 chuyên gia tuyển dụng sẽ có cơ hội được tiếp xúc với các nhân tài thực sự cần cho công ty và hạn chế được tối đa những tổn thất do hiện tượng lệch pha gây ra. Dù vẫn chưa phải là giải pháp tối ưu nhất, tuy nhiên cách làm này đã giúp chúng ta hiểu được rằng "cuộc gặp gỡ sai lầm" không phải vấn đề của mỗi cá nhân mà là vấn đề của cơ chế vận hành thị trường việc làm hiện nay. Chí ít, điều này cũng giúp chúng ta có được gợi ý trong việc tìm kiếm hướng đi mới nhằm giải quyết vấn đề việc làm của xã hội.

Trong thời gian gần đây, bước phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin di động và xử lý thông tin đang hỗ trợ tích cực cho con người trong việc nghiên cứu, tìm ra các hệ thống mới nhằm hướng tới việc giải quyết vấn đề lệch pha của thị trường việc làm.

Anh: Trung tâm giới thiệu việc làm bán thời gian Slivers Of Time (Những mảnh ghép thời gian)

CHÚNG TÔI SẼ BIẾN "NHỮNG MẢNH GHÉP THỜI GIAN" CỦA BẠN THÀNH TIỀN BẠC

"Điều tôi mong muốn là chủ nghĩa tư bản vẫn đang tồn tại từ trước tới nay có thể chuyển đổi sang một mô hình chủ nghĩa tư bản sinh động và được phân chia mạnh mẽ hơn nữa. Tôi cho rằng sẽ thật tốt nếu những người làm ăn nhỏ cũng có thể cạnh tranh với những người làm ăn lớn."

- WINGHAM -

(Người sáng lập Slivers Of Time)

Nằm ở phía Tây London, công ty thông tin việc làm đang vận hành hệ thống việc làm tương hợp theo một phương thức mới, Silvers Of Time nhận được sự quan tâm của rất nhiều người trên nước Anh. Đó là một doanh nghiệp xã hội không hoạt động vì lợi ích kinh doanh mà đặt mục tiêu nâng cao chất lượng cuộc sống của toàn xã hội.

Đúng với ý nghĩa của tên gọi là những mảnh ghép thời gian, Slivers Of Time là một trung tâm giới thiệu việc làm bán thời gian dành cho những người không thể làm việc cả ngày. Điểm thú vị của Slivers Of Time nằm ở quy trình giới thiệu vô cùng đặc biệt. Cũng giữ vai trò trung gian môi giới việc làm theo ngày như các trung tâm giới thiệu việc làm khác, nhưng điểm khác biệt là tất cả các công đoạn đều được tiến hành qua mạng trực tuyến. Người sử dụng lao động và người lao động có thể được kết nối với nhau thông qua trang web của Slivers Of Time để trực tiếp đưa ra các điều kiện thỏa thuận và nhanh chóng tiến hành tuyển dụng lao động. Để có thể áp dụng phương thức làm việc này, trước hết, những thành viên đăng ký tài khoản với trang web sẽ đăng tải lịch trình hàng ngày thông qua các thiết bị di động và chia sẻ thời gian thực của bản thân với Slivers of Time. Bên cạnh đó, bản thân người tìm việc cũng công khai các thông tin về năng lực làm việc của bản thân như thế mạnh hay điểm yếu trên trang web. Nhờ vậy người sử dụng lao động có thể dựa vào hệ thống dữ liệu này để nhanh chóng, dễ dàng tìm được người phù hợp với công việc. Đây là một mô hình dịch vụ giới thiệu việc làm nhanh nhạy và thông minh. Bởi dịch vụ này đã giảm được gánh nặng tìm việc và hạn chế việc mất thời gian trong quá trình tuyển dụng đối với những người phải chia nhỏ thời gian ra để làm việc. Wingham, người chịu trách nhiệm tại đây cho biết trang web của Slivers Of Time được mở ra nhằm

mang tới sự hỗ trợ ổn định hơn về việc làm đối với những người nằm ngoài phạm vi của thị trường lao động chính thức.

> *"Nếu một sáng nào đó, bạn thức dậy và bỗng nhiên cần có tiền hoặc một công việc để kiếm ra số tiền đó, chúng tôi sẽ cung cấp thông tin về công việc mà bạn có thể làm trong thời gian thích hợp. Ở London có rất nhiều người muốn tìm kiếm những công việc mà họ có thể chia nhỏ thời gian trong ngày ra để thực hiện. Tuy nhiên, nếu không có sự hỗ trợ của các trung tâm giới thiệu việc làm thì những người như vậy chắc chắn sẽ bị loại ra khỏi thị trường lao động."*

Như vậy, tại sao những thành viên của Slivers of Time nhất định phải chọn các công việc bán thời gian thay vì ổn định với một công việc toàn thời gian?

Đối với những người vì hoàn cảnh không cho phép làm việc trong một khoảng thời gian cố định mỗi ngày thì những công việc có tính linh động cao là kế sinh nhai vô cùng quan trọng. Hơn nữa, trong số này có rất nhiều người không đủ thời gian để đi tìm việc, do đó việc tìm được công việc phù hợp với bản thân lại càng trở nên khó khăn hơn. Slivers Of Time đã giải quyết vấn đề đau đầu của những người chuyên làm việc bán thời gian như vậy bằng cách dữ liệu hóa toàn bộ thông tin về thời gian làm việc của những người tìm việc và cung cấp cho người sử dụng lao động.

Những người sử dụng lao động tin tưởng vào dịch vụ do Slivers Of Time cung cấp vì tính hiệu quả cao trong quá trình tuyển dụng lao động và hơn nữa họ có thể trực tiếp tìm kiếm những nhân lực phù hợp thông qua trang web do công ty này điều hành. Khi cần, người sử dụng lao động tìm kiếm nhân lực có thể làm việc vào thời gian mà họ yêu cầu thông qua danh sách do Slivers Of Time cung cấp. Không những vậy, thông qua hệ thống dữ liệu của Slivers of Time, người sử dụng lao động còn có thể biết được kinh nghiệm làm việc của người lao động và xác định

được thù lao mà họ cần phải trả. Chỉ cần một cú nhấp chuột vào người mà họ cảm thấy phù hợp, ngay lập tức hệ thống sẽ tự động gửi tin nhắn đến người đó. Sau khi nhận được tin nhắn, người tìm việc chỉ cần trả lời lại bằng tin nhắn Có hoặc Không. Có thể nhận thấy rằng, bằng cách ứng dụng linh hoạt chức năng của các thiết bị di động và Internet để nâng cấp hệ thống, đồng thời nâng cao tính thực tiễn của môi trường trực tuyến, tình trạng lệch pha giữa người lao động và người sử dụng lao động đang được cải thiện rõ rệt.

> *"Điều tôi mong muốn là chủ nghĩa tư bản vẫn đang tồn tại từ trước tới nay có thể chuyển đổi sang một mô hình chủ nghĩa tư bản sinh động và được phân chia mạnh mẽ hơn nữa. Tôi cho rằng sẽ thật tốt nếu những người làm ăn nhỏ cũng có thể cạnh tranh với những người làm ăn lớn."*

Hiện nay, trung bình mỗi ngày có tới 6.500 lượt khách truy cập vào trang web này. Slivers Of Time hiện đang hoạt động tích cực với vai trò là một trung tâm giới thiệu việc làm đáng tin cậy đối với những lao động bán thời gian tại London. Những vấn đề liên quan đến lĩnh vực tìm kiếm việc làm mà bình thường các cá nhân không thể tự mình giải quyết đang được đưa ra để cùng nhau tháo gỡ. Giống như cách diễn đạt của Wingham, thế giới của những người làm ăn nhỏ đang hướng tới thế giới của những người làm ăn lớn và cho thấy tính khả thi của một hệ thống việc làm mới có khả năng giải quyết được tình trạng lệch pha trong thị trường việc làm hiện nay.

Cho tới nay, lao động bán thời gian vẫn bị gắn mác là đối tượng tiêu biểu cho những công việc thiếu tính ổn định. Tuy nhiên, bằng việc ứng dụng các kỹ thuật công nghệ thông tin để chia sẻ lịch trình cá nhân, hệ thống người tìm việc – việc tìm người "một cửa" đang lập nên một thế cân bằng mới cho thị trường việc làm. Hệ thống dữ liệu của Slivers Of Timeđang hoạt động với cơ chế như sau: trước tiên, hệ thống sẽ tự động lọc ra những người đáp ứng được thời gian làm việc thực tế theo yêu cầu của

người sử dụng lao động; sau đó, người sử dụng lao động sẽ tiếp tục chọn ra trong danh sách này những người có năng lực làm việc phù hợp; cuối cùng người lao động và người sử dụng lao động sẽ được kết nối trực tiếp với nhau để trao đổi cụ thể về công việc. Như vậy, ngày nay, bằng cách giảm thiểu hiện tượng lệch pha trong công việc, những công việc vốn bị coi là thiếu tính ổn định đã trở thành những công việc không những ổn định mà còn đầy tiềm năng.

Joshua Waldman, một chuyên gia về mạng xã hội dành cho người tìm việc & mạng xã hội LinkedIN

NẾU BẠN THỰC SỰ QUAN TÂM, HÃY TÌM VIỆC QUA MẠNG XÃ HỘI

"Tôi nghĩ rằng tất cả những người tìm việc đều cần phải trả lời ba câu hỏi.

Thứ nhất, bạn có thể làm được công việc này không?

Thứ hai, bạn là ai?

Thứ ba, động cơ làm việc của bạn là gì?

Bạn thấy đấy, vấn đề bằng cấp chỉ là một phần của câu trả lời cho câu hỏi số một.

Điều quan trọng nhất là động cơ làm việc.

Và vũ khí bí mật có thể giúp bạn thể hiện một cách rõ ràng nhất, liên tục nhất động cơ của mình đó chính là mạng xã hội."

— JOSHUA WALDMAN —

Tính đến năm 2009, có một công ty liên tục giữ vị trí cao nhất trong bảng xếp hạng giá trị thương hiệu toàn cầu. Chúng ta đang nói tới Coca-Cola, công ty nước giải khát nắm giữ được khẩu vị của cả thế giới. Năm 2008, chỉ trong vòng một năm, Coca-Cola đã chi tới 15 triệu đô-la để tuyển dụng nhân tài cho công ty. Điều này cho thấy tất cả các công ty khao khát nhân tài sẵn sàng đầu tư những khoản chi phí khổng lồ để chọn được những nhân sự tốt. Bởi nếu mắc sai lầm trong tuyển dụng, doanh nghiệp sẽ phải hứng chịu những tổn thất phát sinh nặng nề chỉ để sửa chữa sai lầm. Điều này cũng đồng nghĩa với việc nếu tạm thời bỏ qua những tổn thất to lớn về chi phí đã phải chi trả trong quá trình tuyển dụng, thì công ty cũng hoàn toàn không nhận được gì sau khi đã đầu tư thời gian và công sức để đào tạo nhân viên. Theo kết quả của một cuộc điều tra, nếu một nhân viên mới thôi việc sau 3 tháng làm việc thì công ty sẽ phải hứng chịu tổn thất tương đương với hơn một năm rưỡi tiền lương của nhân viên đó.

Tuy nhiên, gần đây, Coca-Cola đang thực hiện những thay đổi đáng kinh ngạc. Họ đã mạnh tay cắt giảm chi phí tuyển dụng xuống còn 7 triệu đô-la, tức là chỉ còn chưa tới một nửa so với chi phí dành cho hoạt động này vào năm 2008. Thêm vào đó là mức độ hài lòng của các nhân viên mới đang dần tăng lên, cùng với tỷ lệ thôi việc giảm xuống rõ rệt. Rốt cuộc, chuyện gì đã xảy ra với Coca-Cola?

Câu trả lời nằm ở dịch vụ mạng xã hội (SNS). Coca-Cola đã bắt đầu đưa SNS vào áp dụng trong quy trình tuyển dụng. Giờ đây, tầm ảnh hưởng của SNS đang dần được mở rộng, từ lĩnh vực cá nhân cho tới lĩnh vực việc làm. Khi mới xuất hiện, mạng xã hội thường được sử dụng để tạo các mối quan hệ mới, hay củng cố các mối quan hệ vốn có. Đặc tính ban đầu này được kết hợp cùng với các lĩnh vực chuyên môn như nghề nghiệp, tuyển dụng, kinh doanh và biến mạng xã hội thành một mạng lưới người tìm việc – việc tìm người hoàn toàn mới. Điều này cũng

giống như một hội chợ việc làm trực tuyến với quy mô toàn cầu đang được mở ra để giúp doanh nghiệp và người tìm việc có thể "bắt sóng" với nhau một cách dễ dàng hơn. Chúng ta không cần tới túi xách hành lí hay hộ chiếu để vào được thế giới mới này. Bạn chỉ cần một cú nhấp chuột và đăng nhập để vào cửa trong nháy mắt.

Một mạng xã hội được chăm sóc cẩn thận cũng không thua kém gì 10 tờ chứng chỉ

Đứng ở lập trường của doanh nghiệp, các phương tiện truyền thông xã hội là một kho tàng quý báu – nơi họ có thể nhận được những thông tin quý giá về nguồn nhân lực bất cứ lúc nào. Thêm vào đó, không thể không kể đến hệ thống phản hồi nhanh nhạy mà họ có được với sự hỗ trợ đắc lực của các mạng xã hội. Người phụ trách nhân sự không nhất thiết phải tiến hành phỏng vấn, khi cần đặt câu hỏi với ứng viên, họ chỉ cần tìm đến trang Facebook hay Twitter của ứng viên và để lại câu hỏi của mình. Không những vậy, mạng xã hội còn chứa đựng rất nhiều nội dung phong phú và chính xác mà chúng ta không thể thấy được ở những bản sơ yếu lý lịch hay giới thiệu bản thân của ứng viên. Các ứng viên cũng biết được điều này và họ chủ động đăng tải những thông tin về bản thân mà họ muốn cho mọi người biết lên mạng xã hội. Những đặc tính trên đây của mạng xã hội đã giúp các tình huống lệch pha không cần thiết từng phát sinh trong phương thức tuyển dụng ngoại tuyến trước đây giảm xuống rõ rệt. Bởi người phụ trách nhân sự của doanh nghiệp có thể xác định một cách cụ thể trình độ chuyên môn, nhận xét của cộng đồng, kinh nghiệm tích lũy, v.v… và dễ dàng nhận biết các đặc điểm và tính cách thực sự của ứng viên thông qua các thông tin được chia sẻ qua mạng xã hội. Nhờ vậy, các chuyên gia về nhân lực sẽ có thêm các dữ liệu để đánh giá về ứng viên hơn là phương pháp đánh giá qua sơ yếu lý lịch và phỏng vấn thông thường.

Trong thời gian gần đây, ở Hàn Quốc, một quốc gia có thế mạnh về các thiết bị di động, hình thức tuyển dụng có sự hỗ trợ của mạng xã hội đang ngày càng được nhân rộng. Theo kết quả điều tra của một cổng thông tin trực tuyến đối với 397 người phụ trách nhân sự của các doanh nghiệp, thì có tới 52% số người trả lời rằng họ đưa ra đánh giá dựa trên "hoạt động trên mạng xã hội của ứng viên" (Theo Tài liệu điều tra của Cổng thông tin trực tuyến http://www.saramin.co.kr). Điều này cho thấy, ngày nay, mạng xã hội đang nắm giữ vị thế chắc chắn trong xu hướng mới của thị trường tuyển dụng.

Vậy hiện nay, trên thực tế, mạng xã hội và các phương tiện truyền thông xã hội đang được áp dụng trong quy trình tuyển dụng như thế nào? Joshua Waldman là một điển hình đang hoạt động tích cực trong vai trò một chuyên gia tư vấn về vấn đề việc làm ở một thị trấn yên tĩnh tại Portland, Mỹ. Anh được biết tới là người có khả năng khắc phục hoàn cảnh khó khăn do thất nghiệp triền miên thông qua mạng xã hội. Sau đó, Joshua nổi tiếng khắp thế giới nhờ việc chia sẻ chiến lược tận dụng các tiện ích của mạng xã hội với những người tìm việc dựa trên kinh nghiệm của bản thân bằng việc cho ra đời cuốn sách *Job Searching with Social Media For Dummies*[1]. Chỉ mới cách đây vài năm, Joshua còn là một người thất nghiệp sống trong chuỗi ngày u ám khi bị sa thải đến hai lần chỉ trong một năm. Liên tiếp bị sa thải là một cú sốc rất lớn đối Joshua Waldman, nhưng hành trình tìm việc trở lại còn mang đến cho anh những cú sốc lớn hơn. Bởi quá trình này đã giúp Joshua Waldman nhận ra một thực tế rằng có một khoảng cách quá lớn giữa những công ty mà anh muốn và những công ty chấp nhận anh.

---

[1]. Tạm dịch: Chiến lược săn việc với các phương tiện truyền thông xã hội dành cho những gã khờ. (ND)

Joshua Waldman đã tham gia vào rất nhiều cuộc phỏng vấn với các chuyên gia phụ trách nhân sự nhưng tất cả đều không đưa anh đến với bất kỳ một bản hợp đồng lao động nào. Sau mỗi lần thất bại như vậy, Joshua Waldman lại viết về những trải nghiệm của mình rồi đăng tải lên trang web cá nhân. Ban đầu, Joshua Waldman chỉ sử dụng mạng xã hội như một phương tiện để chia sẻ ý kiến với nhiều người hơn nữa. Rồi một ngày, những điều bất ngờ bất đầu xảy ra với Joshua. Các công ty bắt đầu đưa ra những đề nghị phỏng vấn việc làm ngay cả trước khi Joshua nộp CV cho họ. Joshua Waldman đã nói về bí quyết tận dụng mạng xã hội như là con đường tắt để tìm kiếm việc làm của mình như sau.

> *"Tất nhiên sẽ chẳng có điều kỳ diệu nào xảy ra nếu bạn chỉ đơn thuần tạo ra một tài khoản. Thứ tự cơ bản là trước hết, bạn cần phải tạo cho mình một tài khoản. Sau đó giới thiệu các thông tin về bản thân như bạn từng làm việc gì, bạn muốn một công việc như thế nào và đã có kinh nghiệm gì khi làm ở một vị trí tương đương. Trên thực tế, có rất nhiều người đang làm những điều này như một cách để chạy theo số đông chỉ vì sự thịnhhành của mạng xã hội. Họ đăng tải lên đó tất cả những gì họ muốn nói. Tuy nhiên, vấn đề nằm ở chỗ mạng xã hội cũng chính là một phương tiện truyền thông – xuất bản. Rất nhiều người quên mất điều này và có khuynh hướng coi Facebook chỉ như một thú tiêu khiển. Tuy nhiên, đã là phương tiện truyền thông – xuất bản thì cần phải có tính nhất quán. Điều này có nghĩa là nếu trong những bài đăng của bạn, có một thông tin khiến nhà tuyển dụng hài lòng thì không thể nào tất cả chín điều còn lại đều là những câu nói đùa vô căn cứ được. Bởi tất cả những bài đăng trên mạng xã hội của bạn sẽ cho người khác thấy bạn là ai và đâu là giá trị mà bạn theo đuổi."*

Nếu muốn sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội để tìm kiếm cơ hội việc làm thì trước hết bạn phải hiểu rõ và nắm chắc các đặc tính cốt lõi của phương tiện truyền thông. Để quản lý tốt kênh mạng xã hội cá nhân, bạn phải nhận thức được các

phương tiện truyền thông là một hệ thống tương thích (matching system) thay vì tùy tiện. Điều quan trọng là bạn có thể chứng tỏ tính nhất quán và định hướng của bản thân hay không. Bởi việc bạn kết nối đến đâu, hay đăng tải điều gì trong thế giới trực tuyến cũng giống như quả pháo sáng cho mọi người thấy bạn đang ở đâu trong biển người ẩn danh. Mặc dù cũng có những ý kiến trái chiều cho rằng, có nhất thiết phải làm như vậy trong một lĩnh vực vốn thuộc về đời sống riêng tư mang đậm dấu ấn cá nhân như vậy không. Tuy nhiên, khi đang mất phương hướng giữa đại dương bao la, không phải điều bạn cần làm là phóng lên một quả pháo sáng để tàu thuyền đi qua có thể phát hiện ra bạn hay sao? Mạng xã hội có thể hạn chế tình trạng lệch pha trong một thị trường việc làm rộng lớn như đại dương bao la này. Nó vừa đóng vai trò là pháo sáng mang tính chất cộng đồng, vừa mang đậm dấu ấn cá nhân có thể làm nổi bật cá tính của bản thân.

Có thể thấy, đối với trường hợp của Joshua, học vị thạc sĩ từ một trường đại học nổi tiếng của Mỹ cũng không giúp anh tránh khỏi thất nghiệp. Anh đã từng "ghi bàn" thành công khi xin được việc nhưng rồi lại liên tục bị hất ra ngoài vạch gôn. Trong trường hợp này, Joshua cũng giống như cầu thủ chơi bóng trên một mặt sân không phù hợp và anh liên tục đá chệch khung thành. Và mạng xã hội đã giúp anh sửa chữa những lựa chọn sai lầm ấy. Nhà tuyển dụng của các doanh nghiệp biết đến Joshua qua mạng xã hội chính là những người đã cho anh lời giải đáp của câu hỏi "anh có thể làm tốt việc gì?". Điều này cũng giống như mạng xã hội vốn chứa đựng mối quan tâm thực sự và tính hiếu kỳ của Joshua đã đưa anh từ bên lề xã hội trở về với tâm điểm.

"Dẫu sao tôi cũng không đồng tính với ý nghĩ cho rằng phải thu thập thật nhiều bằng cấp, chứng chỉ mới là cách tốt nhất để có được công việc phù hợp. Tôi nghĩ rằng tất cả những người tìm việc đều cần phải trả lời ba câu hỏi. Thứ nhất, bạn có thể làm được công việc này không? Thứ hai, bạn là ai? Thứ ba, động cơ

làm việc của bạn là gì? Bạn thấy đấy, vấn đề bằng cấp chỉ là một phần của câu trả lời cho câu hỏi số một. Điều quan trọng nhất là động cơ làm việc. Nếu ai đó chứng tỏ cho người khác thấy động cơ khiến họ khao khát nhất định phải có được công việc này, người đó sẽ trở thành nhân viên mới của công ty. Theo đó, nếu bạn chứng tỏ được tiềm năng, tầm nhìn có thể giúp bạn bứt phá ra khỏi giới hạn duy trì hiện trạng trong tương lai, bạn có đủ tư cách để đáp ứng được các yêu cầu công việc của công ty. Và vũ khí bí mật có thể giúp bạn thể hiện một cách rõ ràng nhất, liên tục nhất động cơ của mình đó chính là mạng xã hội."

Mạng xã hội vừa là một không gian đậm chất cá nhân, lại hoàn toàn mở trên thế giới trực tuyến. Ở đó, bạn có thể tự do, thể hiện bản thân hay bày tỏ cảm xúc cá nhân, nhưng đồng thời phải chịu trách nhiệm về hành vi của mình. Kênh thông tin mới này có thể giúp bạn vượt qua và đánh bại những tấm bằng cấp nay chứng chỉ đủ loại. Thêm vào đó, vũ đài này cho phép bạn chứng tỏ rằng sức mạnh đặc biệt của mình đang dần được khai phá và mở rộng. Bởi khác với những phương tiện truyền thông cá nhân hướng tới đám đông bất định như Facebook hay Twitter, mô hình mạng xã hội dành cho những người chuyên nghiệp đã xuất hiện. Giờ đây, chúng ta đang được chứng kiến một cuộc cách mạng trong lĩnh vực mạng lưới người tìm việc – việc tìm người đến từ "dịch vụ mạng xã hội định hướng kinh doanh."

LinkedIN - Mật khẩu để đăng nhập vào tài khoản công việc của tôi

LinkedIN là mạng xã hội định hướng kinh doanh được biết đến nhiều nhất trên toàn thế giới. Sau hơn 10 năm thành lập, tính đến nay đã có hơn 225 triệu người sử dụng dịch vụ mạng xã hội do LinkedIN cung cấp. Mặc dù chưa được chú ý nhiều tại thị trường Hàn Quốc, nhưng LinkedIN đã bắt tay vào phát triển

dịch vụ sử dụng ngôn ngữ tiếng Hàn. Điều này hứa hẹn một tương lai đầy triển vọng cho LinkedIN tại thị trường Hàn Quốc.

Khác với các trang web việc làm đăng tải thông tin người tìm việc – việc tìm người và đóng vai trò trung gian trong tuyển dụng nhân sự, LinkedIN đi thẳng vào trọng tâm của vấn đề việc làm. Mục tiêu của LinkedIN là tạo ra môi trường để người dùng có thể tạo ra các mối quan hệ cần thiết dựa trên nền tảng nghề nghiệp của bản thân, và thông qua sự giao lưu mang tính chất chọn lọc này, họ có thể tích lũy kinh nghiệm chuyên môn cho mình. Nếu như Facebook và Twitter lần lượt là hai mạng xã hội được xây dựng dựa trên các mối quan hệ cơ bản và thời điểm thực tế, thì có thể gọi LinkedIN là mạng xã hội với phương châm hình thành nên các mối quan hệ giữa những người chuyên nghiệp. Với định hướng kinh doanh rõ ràng, tại LinkedIN, thông tin về người dùng được thể hiện với hình thức giống như một bản CV. Vì vậy, những thông tin về kinh nghiệm hay trình độ học vấn sẽ được coi trọng hơn sở thích hay các mối quan tâm nhỏ nhặt khác. LinkedIN cho phép người dùng kết nối với mọi người để trao đổi về kiến thức chuyên môn và hình thành nên mạng lưới quan hệ của bản thân trên thế giới trực tuyến. Và trong trường hợp này, những người mà bạn kết nối thường có liên quan đến lĩnh vực chuyên môn của bạn hoặc những người thuộc công ty mà bạn quan tâm, hay những người bạn có thể trao đổi, học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm. Với mô hình này, sự xuất hiện của LinkedIN được coi là sự ra đời của một mạng lưới nhân lực mới được kết nối hoàn toàn bởi tính chuyên môn thay vì các mối quan hệ thông thường. Ngoài ra, LinkedIN không chỉ giới hạn ở mức độ cá nhân mà còn được sử dụng đối với các doanh nghiệp. Các công ty có thể đăng tải những thông tin như địa chỉ, thông tin liên lạc, số nhân viên, năm thành lập, loại hình doanh nghiệp và chỉ dẫn người tìm việc đến với đường link này. Nhờ đó, người tìm việc có thể đối chiếu với các thông tin cho sẵn và hạn chế được hiện tượng lệch pha trong quá trình tuyển dụng.

Joshua cho biết, anh không chỉ tìm việc thành công qua LinkedIN, mà hiện nay, anh còn đứng ở lập trường của người sử dụng lao động để tìm kiếm nhân tài cho công ty của mình với sự hỗ trợ đắc lực từ các tiện ích mà LinkedIN mang lại.

> *"Cuối năm trước, tôi cần phải bổ sung hai nhân sự cho công ty. Tôi đã đăng tin tuyển dụng và tận dụng các mối quan hệ của bản thân để truyền bá rộng rãi thông tin này nhưng không mấy hiệu quả. Vì vậy, tôi đã nhập từ khóa mà tôi đang tìm kiếm vào Portland Metro. Có tới 180 hồ sơ thông tin xuất hiện. Tôi đã xem xét kỹ lưỡng và chọn ra được hồ sơ của ba, bốn người. Sau đó, tôi gửi email cho họ và hai người trong số đó đã đáp lại email của tôi. Với cách này, chỉ trong vòng hai ngày, tôi đã tuyển được hai người mà tôi rất hài lòng. Hai nhân viên này đều là những nhân tài."*

Tại LinkedIN, người tìm việc có thể tìm thấy thông tin về các công ty đáp ứng được những điều kiện rất cụ thể mà họ đã đưa ra. Và nếu tích cực tìm kiếm hơn nữa, họ thậm chí còn có cơ hội tiếp xúc với những người cùng ngành. Người tìm việc có thể tìm hiểu hồ sơ thông tin của những người chuyên trách tại chính bộ phận của công ty mà họ muốn vào làm việc trước khi doanh nghiệp biết tới họ với tư cách là ứng viên xin việc. Toàn bộ quá trình này mang lại những thông tin thực tế hơn nhiều so với những gì mà người tìm việc nhận được ở các buổi hội thảo tuyển dụng phiền phức khác. Và cuối cùng, các thông tin tuyển dụng này có thể giúp người tìm việc biết được rằng liệu đây có phải là vị trí phù hợp với các điều kiện mà mình đang tìm kiếm hay không, mình có phải người thực sự phù hợp với vị trí này hay không trước khi làm bất cứ điều gì. Nhờ vậy, người tìm việc có thể loại bỏ những công ty không phù hợp với điều kiện của họ. Joshua tin tưởng chắc chắn rằng những mạng xã hội định hướng kinh doanh như LinkedIN là một kênh thông tin vô cùng mạnh mẽ và hoàn toàn có thể thay thế cho phương thức người tìm việc – việc tìm người truyền thống trước đây.

Mỹ: MindSumo

SÂN THI ĐẤU TÌM KIẾM VIỆC LÀM TRỰC TUYẾN NƠI CHIẾN THẮNG ĐƯỢC PHÂN ĐỊNH BỞI Ý TƯỞNG THAY VÌ BẰNG CẤP

"Rất nhiều nhân tài có năng lực thực sự nhưng không được tạo cơ hội để làm việc. Chúng tôi gọi họ là những viên đá quý tiềm ẩn."

— TRENT HAZY —

(Người sáng lập MindSumo)

Đây là thời điểm mà khi đi đến bất cứ trường đại học nào, chúng ta cũng bắt gặp các buổi hội thảo việc làm. Thậm chí, việc tổ chức ra các buổi hội thảo việc làm như vậy còn "nóng" hơn nữa khi thị trường việc làm đang rơi vào tình trạng đóng băng. Ở Mỹ, hàng năm, các công ty lớn như Facebook thường chỉ tổ chức hội thảo việc làm ở khoảng 20 trường đại học. Điều này cũng đồng nghĩa với việc ngoại trừ một số trường đại học tiêu biểu, còn lại, sinh viên của hàng nghìn trường đại học khác trên toàn lãnh thổ nước Mỹ đã bị tước đi cơ hội được trực tiếp nói chuyện và bày tỏ mong muốn ứng tuyển với người phụ trách nhân sự của Facebook. Trên thực tế, còn rất nhiều trường hợp mà phần lớn người tìm việc thậm chí không có cả cơ hội để được chứng tỏ năng lực bản thân với nhà tuyển dụng.

Đây cũng là vấn đề nan giải đối với các doanh nghiệp bởi họ nhận thức được rằng bằng cấp tốt cũng không thể đảm bảo cho khả năng làm việc của các ứng viên. Bên cạnh đó, họ cũng biết rằng kết quả TOEIC cũng không thể được coi là căn cứ để đánh giá năng lực tiếng anh thương mại của nhân viên. Tuy nhiên, đứng ở lập trường của doanh nghiệp, bởi không thể tạo điều

kiện cho tất cả các ứng viên đều có cơ hội thử việc hoặc phỏng vấn nên họ đành phải chọn ứng viên dựa trên các tiêu chuẩn gián tiếp như bằng cấp hoặc chứng chỉ.

Theo kết quả một cuộc điều tra dựa trên đối tượng là các sinh viên đại học, có tới 37,8% số sinh viên được hỏi trả lời rằng họ từng nghỉ học hoặc hoãn tốt nghiệp để "thu thập" chứng chỉ. Và có tới 69,2% số sinh viên chọn các kỳ thi năng lực tiếng Anh, ví dụ như kỳ thi TOEIC để thi lấy chứng chỉ (Tài liệu điều tra của Hiệp hội Công nghiệp Hàn Quốc năm 2013). Chỉ vì mục đích qua được cửa ải thứ nhất của vòng tuyển chọn hồ sơ bắt buộc mà năng lực thực chất của sinh viên đại học bị khóa chặt trong một bản sơ yếu lý lịch. Rõ ràng vấn đề nằm ở cửa ải thứ nhất này. Do vậy, các sinh viên cần tới một cán cân công lý có thể mang lại cho họ cơ hội được phân định năng lực bằng ý tưởng thay vì bằng cấp.

Đứng trước vấn đề này, người Mỹ đang xây dựng và đưa vào thử nghiệm cách tuyển dụng mới. Họ đã quyết định thay thế hồ sơ bằng cấp bằng các ý tưởng mới và năng lực làm việc thực tế trong cuộc gặp gỡ đầu tiên của ứng viên với doanh nghiệp. Đó chính là MindSumo, một diễn đàn thách đấu dành cho sinh viên đại học được tạo ra bởi các bạn trẻ chỉ vừa mới tốt nghiệp đại học ở thung lũng Silicon, Mỹ.

Hỡi các bạn sinh viên, hãy giao tiếp bằng ý tưởng để được lựa chọn bởi năng lực thay vì bằng cấp!

Trent Hazy, CEO của MindSumo, giải thích về mô hình kinh doanh của công ty, xuất phát từ suy nghĩ làm thế nào để sinh viên tìm việc có thể kết nối được với các doanh nghiệp muốn tìm kiếm nhân tài có khả năng làm việc thực sự.

"MindSumo là một trang web đề xuất giải pháp xuất phát từ ý tưởng của các sinh viên trước những nhiệm vụ thử thách do các doanh nghiệp đặt ra. Nói một cách đơn giản hơn thì MindSumo là một nền tảng công nghệ mang lại cho các sinh viên cơ hội công khai đề đạt ý tưởng của bản thân khi các công ty đưa ra thông báo tuyển dụng. Với mô hình làm việc này, MindSumo không chỉ giúp doanh nghiệp tuyển chọn được nhân tài xứng đáng và nhận được những ý tưởng hay thông qua việc đưa ra các nhiệm vụ thử thách đối với các ứng viên; mà còn giúp các bạn sinh viên được doanh nghiệp công nhận đúng năng lực, đồng thời giúp họ có cơ hội được nhận vào làm việc tại công ty mà họ mong muốn."

MindSumo hoàn toàn không giống với những trang web môi giới việc làm mà chúng ta thường hay bắt gặp trên Internet. Tại đây, việc xác định xem một người có khả năng làm việc thực sự hay không còn quan trọng hơn những tấm bằng nhét trong một tập hồ sơ. Trong quá trình kiểm chứng này, trước hết, doanh nghiệp và ứng viên sẽ hợp tác với nhau qua mạng trực tuyến theo phương thức như sau: đầu tiên, doanh nghiệp đưa ra vấn đề cần tìm giải pháp; sau đó, sinh viên sẽ đề xuất kế sách giải quyết vấn đề đó.

MindSumo tự gọi họ là nền tảng công nghệ thử thách. Tại đây, thử thách chính là những vấn đề do doanh nghiệp trực tiếp đưa ra. Hình thức thử thách này cũng tương tự như cuộc thi tuyển dụng của các công ty Hàn Quốc. Thông qua những thử thách này, các bạn sinh viên sẽ được doanh nghiệp tuyển chọn dựa trên năng lực của mỗi cá nhân thay vì dựa trên các loại bằng cấp, chứng chỉ không liên quan đến nghiệp vụ thực tế của họ. Những cuộc thử thách như vậy được tiến hành hoàn toàn qua mạng, mọi sinh viên đều có thể ghi danh tham dự.

Hàn Quốc cũng có vô số các cuộc so tài với đối tượng tham gia là sinh viên. Tuy nhiên, với quá nhiều cuộc thi như vậy thì chỉ riêng việc thu thập thông tin về thời gian, địa điểm tổ chức,

hình thức thi tuyển đã tiêu tốn không ít năng lượng của các thí sinh. Việc giành được giải trong các cuộc thi này cũng được coi như một yếu tố ưu tiên quan trọng khi xin việc, do đó chúng luôn thu hút được đông đảo sinh viên tham gia. Tuy nhiên, vấn đề nan giải là các cuộc so tài này rất dễ bị biến tướng thành trò chơi "cướp ý tưởng" của thí sinh. Vì vậy, trong phần lớn các trường hợp, phần thưởng cho người thắng giải trong các cuộc thi này chỉ dừng lại ở điểm thưởng khi xét duyệt hồ sơ, rất ít người có cơ hội được các công ty tuyển thẳng vào làm việc. Thêm vào đó, quá trình đánh giá cũng không được thực hiện công khai, do đó thí sinh rất khó có thể biết được ý tưởng của mình còn thiếu sót điều gì. Như vậy, các cuộc thi như thế chẳng khác nào những đấu trường cạnh tranh sát phạt, nơi mà sau khi phân định thắng bại thì cả người thắng lẫn kẻ thua, chẳng ai học hỏi được điều gì.

Trong bối cảnh này, MindSumo là một trang web giải quyết được vấn đề của những cuộc so tài truyền thống và tích cực xúc tiến, tạo ra các cuộc gặp gỡ giữa sinh viên và doanh nghiệp. Trên võ đài thi đấu của MindSumo, chỉ cần có ý tưởng, các thí sinh đã có thể "bắt sóng" được với doanh nghiệp. Người sáng lập của MindSumo, Trent Hazy cho biết, xã hội đang cần tới những võ đài mới, nơi các doanh nghiệp có thể tìm thấy và chọn ra những nhân tài thực thụ một cách công bằng nhất mà không cần tới những quy trình tuyển dụng thiếu hiệu quả trước đây. Đây cũng chính là lý do MindSumo được thành lập.

"Tôi cho rằng mọi vấn đề đều nảy sinh từ việc thiếu thông tin. Có thể thấy, tìm kiếm là giá trị cốt lõi trong dịch vụ của cả Google và LinkedIN. Mặc dù điều này cũng có thể trở thành một xuất phát điểm tốt, song nó vẫn thể hiện những mặt hạn chế trong việc đánh giá năng lực giải quyết vấn đề của sinh viên đối với những tình huống cụ thể. Bởi cho dù tính sáng tạo và khả năng giải quyết vấn đề có được liệt kê trong CV đi chăng nữa thì cũng không có cách nào chứng minh được tính xác thực của những điều này. Ngay cả những văn bản như sơ yếu lý lịch

hay đường dẫn hồ sơ cá nhân trên mạng thực chất cũng chỉ là những tài liệu mang tính thụ động khi đánh giá về một con người. Vì vậy, chúng hoàn toàn vô tác dụng khi đánh giá khả năng làm việc thực tế của ứng viên."

Theo Trent Hazy, MindSumo chính là một phương pháp tiến bộ vượt bậc so với việc ứng dụng dịch vụ mạng xã hội trong tuyển dụng nhân sự. Một khi doanh nghiệp công bố vấn đề cần giải quyết và treo giải trên trang web của MindSumo, các bạn sinh viên sẽ đứng ra đề đạt phương hướng giải quyết theo rất nhiều cách khác nhau. Các doanh nghiệp thường đưa ra các vấn đề thực tế mà họ gặp phải trong quá trình điều hành kinh doanh, hoặc những đề tài có thể kiểm chứng được năng lực cần thiết của ứng viên trong việc đảm đương một nhiệm vụ nhất định nào đó. Và phải nhấn mạnh rằng, chỉ cần có ý tưởng thì bất cứ ai cũng có thể tham gia thử thách. Điểm cần lưu ý ở đây là, một khi doanh nghiệp đã bày tỏ sự quan tâm về một ý tưởng nào đó thì tự nhiên điều này cũng khơi gợi được nguồn cảm hứng của các bạn sinh viên về doanh nghiệp đó. Việc làm này đánh dấu mốc khởi đầu quan trọng trong quá trình hình thành nên mối quan hệ giữa doanh nghiệp và sinh viên. Thông qua quá trình chinh phục thử thách, một mặt, doanh nghiệp tiếp nhận được thông tin về nhân vật chính của ý tưởng là các bạn sinh viên; mặt khác, các bạn sinh viên cũng có cơ hội để đánh giá xem công việc thực tế tại công ty đó có phù hợp với bản thân mình hay không.

"Nếu ví tuyển dụng với công đoạn 'tiếp nhận' nhân tài – khâu quan trọng nhất trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp, thì chắc chắn cần phải tuân thủ nguyên tắc dùng "thử trước khi mua"[1]. Điều này có nghĩa là doanh nghiệp cần phải thử thách năng lực của sinh viên trước khi ký kết hợp đồng tuyển dụng và trả lương cho họ. Việc này cũng mang đến cho sinh viên ba lợi ích vô cùng rõ rệt. Thứ nhất, đây là cơ hội để sinh viên thăm dò khả năng được tuyển vào công ty. Thứ hai, nếu giành chiến thắng trong cuộc thi, sinh viên sẽ nhận được tiền thưởng. Thứ ba, võ đài thử thách này cũng chính là

nơi để năng lực của sinh viên được công nhận. Thực tế là quá trình xin việc khó khăn thường mang lại cho các bạn sinh viên trải nghiệm về cảm giác thất vọng và nản chí vì không có cơ hội để được công nhận năng lực. Bởi trong quá trình này, họ phải cạnh tranh với hàng nghìn người xin việc giống như mình. Do đó, nếu các bạn thực sự khao khát được làm việc tại một công ty nào đó, hãy nắm bắt lấy cơ hội chứng tỏ năng lực thông qua những cuộc thử thách như thế này."

---

[1]. Try before you buy.

Trent Hazy nói rằng anh muốn trực tiếp chỉ cho tôi thấy dịch vụ của MindSumo. Thông tin về một cuộc thi đang được tiến hành hiện ngay lên giao diện của MindSumo khi chúng tôi vừa kết nối với trang web này. Trent Hazy cho biết với tần suất thông tin về hai cuộc so tài được đăng tải mỗi tuần, MindSumo đang nhận được sự quan tâm rất lớn từ phía các doanh nghiệp.

> *"Đây chính là trang thông tin về cuộc thi, các thông tin khái quát về cuộc thi để các bạn sinh viên có thể gửi đơn đăng ký tham dự. Trước khi muốn đăng ký trở thành thành viên của MindSumo, tất cả mọi người đều phải điền các thông tin về trường học nơi họ đang theo học để có thể chứng minh được rằng hiện họ đang là sinh viên. Khi đăng nhập vào trang web, có thể thấy được thông tin liên quan đến các thành viên được lưu giữ đầy đủ như thông tin về những thử thách mà họ đã chinh phục hay số tiền thưởng mà họ đã nhận được."*

Đối với sinh viên, quá trình hoạt động tại MindSumo cũng giống như một danh mục thành tích. Trong hồ sơ thông tin của một sinh viên tên là John có ghi chép nội dung gần đây John nhận được 50 đô-la tiền thưởng. Khi thử nhấp chuột vào hồ sơ đầy đủ về sinh viên này, có thể thấy rằng trong thời gian qua,

John đã hoàn thành được 5 nhiệm vụ. Bên cạnh những vấn đề mà John đã giải quyết được còn có hình huy hiệu chiến thắng sáng lấp lánh.

Như vậy, doanh nghiệp có thể xem xét những nội dung thử thách mà sinh viên đã tham gia và những ý tưởng của họ để tuyển chọn được những nhân tài thích hợp. Nhờ vậy, quá trình đối thoại và thấu hiểu lẫn nhau giữa doanh nghiệp và sinh viên sẽ mang tính trực tiếp hơn. Trên thực tế, người phụ trách nhân sự của các doanh nghiệp cũng có thể gửi tin nhắn cho những sinh viên mà họ cảm thấy hài lòng. Ví dụ, "John thân mến! Chúng tôi rất có hứng thú với ý tưởng của bạn và hy vọng chúng ta có thể thảo luận thêm về việc mời bạn tham gia vào quá trình tập sự tại công ty chúng tôi." Thông thường, các doanh nghiệp thường tạo ra cảm nhận về khoảng cách rất xa vời đối với các bạn sinh viên. Tuy nhiên, sự xuất hiện của MindSumo giống như một sân chơi chung, tạo ra môi trường đối thoại và hiểu biết lẫn nhau giữa doanh nghiệp và sinh viên, giúp rút ngắn khoảng cách và hạn chế hiện tượng lệch pha giữa hai phía.

Mở cửa vũ môn cho những tài năng tiềm ẩn

Đứng ở lập trường của sinh viên, quá trình này cũng giống như hành trình tìm kiếm công ty phù hợp với bản thân. Điều này hoàn toàn khác với việc chỉ tìm kiếm thông tin việc làm đơn thuần. Ngoài ra, nhờ duy trì được hệ thống phản hồi tích cực với doanh nghiệp, nên ngày càng có thêm nhiều sinh viên có cơ hội để phát huy được năng lực và "lọt vào mắt xanh" của nhiều doanh nghiệp hơn nữa. Ngay cả ở Mỹ, các doanh nghiệp cũng có thông lệ đánh giá sinh viên thông qua việc chọn lọc bằng cấp ở vòng loại thứ nhất. Tuy nhiên, với sự xuất hiện của những hệ thống như MindSumo, các bạn sinh viên với năng lực làm việc thực sự sẽ có thêm niềm tin và cơ hội để tiến đến thành công ngay cả khi họ không xuất thân từ các trường đại học danh giá. CEO của MindSumo cho hay:

“Rất nhiều nhân tài có năng lực thực sự nhưng thậm chí không được tạo cơ hội làm việc. Chúng tôi gọi họ là những viên đá quý tiềm ẩn. Chúng tôi biết rất nhiều bạn sinh viên dù chỉ tốt nghiệp từ các trường đại học ở những vùng xa xôi, hẻo lánh như Alaska, nhưng lại sở hữu tài năng vô cùng xuất sắc trong những lĩnh vực nhất định. Đáng tiếc, những tài năng như vậy lại không được các doanh nghiệp phát hiện ra. Vì vậy, chúng tôi rất muốn giúp các doanh nghiệp tìm thấy những nhân tài giống như những viên đá quý tiềm ẩn đó.”

Trong thời gian gần đây, các tập đoàn lớn của Hàn Quốc cũng đang nghiên cứu để đưa ra hình thức gặp gỡ mới, thay vì phỏng vấn truyền thống, để có thể phát hiện được những nhân tài còn tiềm ẩn. Tuy nhiên, những cố gắng này liên tục vấp phải sự hoài nghi của dư luận về tính công bằng, chính xác và thích hợp của việc đổi mới cách thức tuyển dụng. Đã đến lúc, xã hội cần tới một tiếng nói đồng lòng về quan điểm muốn tìm kiếm nhân tài “thích hợp” phải căn cứ vào “cơ hội công bằng, chính xác”.

MindSumo có thể được coi là một điển hình tốt trong việc nhân rộng cơ hội tới nhiều sinh viên. Thông qua khâu xử lý bằng hệ thống, MindSumo đã biến cơ hội phỏng vấn 1:1 với doanh nghiệp trở thành hình thức kiểm tra với đối tượng là hàng nghìn sinh viên. Thêm vào đó, trong quá trình thử thách với nhiệm vụ này, sinh viên có thể tự mình kiểm chứng nhiệt huyết của bản thân, đồng thời có cơ hội khám phá ra những tài năng tiềm ẩn của chính mình. Đa số các tình huống nghiệp vụ thực tế đều yêu cầu sinh viên phải có khả năng giải quyết vấn đề thay vì những bằng cấp, chứng chỉ mang tính chất trưng diện. Sau khi giải quyết những bài toán mà doanh nghiệp đưa ra, sinh viên có thể nhận ra rằng một công ty công nghệ thông tin không chỉ cần đến các kỹ sư và nhà lập trình. Thành công của MindSumo nằm ở chỗ họ đã chứng minh được rằng hoàn toàn có thể nâng cao hiệu quả tuyển dụng song song với việc bồi dưỡng năng lực của người tìm việc.

Hiện nay, cuộc so tài gay cấn nhất đang được tiến hành tại MindSumo chính là nhiệm vụ do Facebook khởi xướng. Là một công ty được nhiều người khao khát, quả nhiên sức nóng của cuộc thi mà Facebook chủ trì đã thu hút được đông đảo sinh viên tham gia. Lần này, thử thách mà Facebook đặt ra là "Hãy đưa ra ý tưởng để tạo doanh thu hiệu quả từ việc quảng cáo trên các thiết bị di động như điện thoại thông minh hay máy tính bảng". Facebook vẫn đang trong quá trình kiểm định ý tưởng của các thí sinh, do đó ý tưởng nào sẽ được chọn vẫn là một ẩn số. Nhưng chưa biết chừng, trong số đó sẽ xuất hiện ý tưởng của một bạn sinh viên có thể mang lại bước đột phá trong phương thức kinh doanh của Facebook. Nếu vậy, thì ngay cả khi không tốt nghiệp từ một trường đại học danh tiếng, không có thành tích học tập xuất sắc, cũng không có bất kỳ một mối quan hệ ưu tiên nào thì bạn sinh viên đó vẫn có thể đường hoàng gia nhập Facebook – một công ty mà tất cả đều khao khát.

Chúng ta hãy cùng hy vọng vào một tương lai không xa, khi không chỉ các sinh viên Mỹ mà tất cả các bạn sinh viên đại học đều thành công trên con đường sự nghiệp. Để đạt được điều này, việc tạo dựng thành công một vũ đài mới, nơi mà ý tưởng sáng tạo bùng nổ của các bạn sinh viên có thể đường đường chính chính đến với doanh nghiệp mà không bị bóp nghẹt bởi cái bóng của bằng cấp chính là nhiệm vụ của tất cả chúng ta.

Your brand is your power
Thương hiệu của bạn - sức mạnh của bạn

:

Thương hiệu của bạn là gì?

:

Ở Hàn Quốc có bao nhiêu nghề nghiệp? Đây là câu hỏi trong cuộc điều tra đơn giản mà tôi tiến hành với đối tượng là các sinh viên đại học cách đây không lâu. Mục đích của cuộc điều tra này là tìm hiểu xem liệu có bao nhiêu công việc được giới trẻ coi là nghề nghiệp thực sự. Tôi yêu cầu các sinh viên của mình viết ra giấy tất cả những nghề nghiệp mà họ biết trong một khoảng thời gian. Vì thế hệ của họ đã được tiếp xúc với mạng internet và các phương tiện truyền thông đại chúng từ thuở ấu thơ, nên tôi dự đoán các nguồn thông tin của họ chắc chắn phải rất đầy đủ. Ấy vậy mà sau khi thu lại phiếu điều tra và kiểm tra kết quả, hoàn toàn ngoài dự đoán, câu trả lời mà tôi nhận được lại giúp tôi hiểu ra tại sao mơ ước của sinh viên Hàn Quốc vẫn chưa thể thoát khỏi phạm vi công chức nhà nước. Phần lớn các bạn sinh viên chỉ biết đến hơn 100 nghề nghiệp. Còn lại hầu như không có ai liệt kê ra được hơn 200 nghề. Trên thực tế, hiện nay tại Hàn Quốc ghi

nhận được hơn 20.000 nghề nghiệp khác nhau. Theo đó thì thanh niên Hàn Quốc không nhận thức được đến 1% số nghề nghiệp thực sự tồn tại. điều này cho thấy thế hệ thanh niên hiện nay đang bị thiếu hụt nghiêm trọng thông tin về nghề nghiệp. Hay định kiến về nghề nghiệp của thế hệ đi trước đã khiến sinh viên ngày nay không thể nhận ra sự tồn tại của 99% những nghề nghiệp còn lại?

Bởi tất cả mọi người đều biết và ưa chuộng nên lựa chọn của toàn xã hội cũng bị giới hạn trong 1% nghề nghiệp này. điều này cũng giống như việc vì không muốn bị tụt hậu, không muốn bị tách ra khỏi tập thể mà tất cả mọi người đều chọn cùng một chiếc áo với cùng một thương hiệu giống y hệt nhau. Thay vì chọn chiếc áo mà mình thích, người ta chọn cho mình chiếc áo có thương hiệu thu hút được ánh mắt của người khác. Khoác chiếc áo đó lên mình, đối với các bạn sinh viên, thương hiệu chỉ là đối tượng để khoa trương chứ không phải sản phẩm của sức sáng tạo. Người dẫn đầu xu thế thời trang là người tạo ra xu thế chứ không phải là người chạy theo xu thế. điều này cũng tương tự đối với vấn đề nghề nghiệp. giá trị đặc biệt của riêng bạn chỉ xuất hiện khi bạn theo đuổi "sự khác biệt" thay vì "sự tương đồng". Thương hiệu có một không hai trên đời không nằm trên giá trưng bày mà nằm ở chính bạn. Chính vì thế câu chuyện của những người tự mình làm nên thương hiệu có một không hai mới được xã hội trân trọng như vậy.

Việt Nam: Tiệm bánh Sandwich kiểu Việt Nam "Bánh mì 11"

THƯƠNG HIỆU CÓ MỘT KHÔNG HAI MANG TÊN "TÔI"

“Trước hết, cứ làm đi đã. Bởi quan trọng hơn tất cả, đây là việc mà tôi yêu thích. Và… nếu không phải là tôi thì ai sẽ làm việc này?”

— VÂN —

(Chủ cửa hàng Bánh mì 11)

Mỗi thứ Bảy hàng tuần, cả con phố Broadway ở London đều rất đông vui và nhộn nhịp nhờ khu chợ Broadway. Ở đây không chỉ bày bán các loại thực phẩm như hoa quả, rau củ mới thu hoạch, bạn còn có thể tìm thấy rất nhiều đồ dùng sinh hoạt như quần áo cũ, vật dụng nhỏ, xe đạp, v.v… Điểm thú vị nhất của khu chợ này là các loại đồ ăn vô cùng phong phú. Chợ Broadway cũng là nơi mà chúng ta có thể nếm thử một loại bánh sandwich “cực hot” đã chinh phục được khẩu vị của người dân London trong thời gian gần đây.

Nằm trên con phố Broadway có một nhà hàng tên là ‘Bánh mì 11”. “Bánh mì” hay còn được gọi là bánh sandwich Việt Nam là thực đơn nổi tiếng nhất của nhà hàng này. Diện tích của quán ăn không lớn lắm nên phần lớn khách hàng đều đến mua đồ mang đi. Ngay từ sáng sớm, cửa hàng đã rất đông khách, khiến bốn nhân viên phục vụ của quán bận rộn. Trong rất nhiều quán ăn rộng rãi và yên tĩnh nằm ở khu Broadway, điều gì đã khiến người dân London “ghiền” món bánh mì Việt Nam của nhà hàng nhỏ bé này đến vậy? Vân, cô chủ kiêm đầu bếp chính của “Bánh mì 11” là một cô gái người Việt Nam 28 tuổi, đã tốt nghiệp khoa Kinh tế học, Đại học Oxford và từng làm việc hai năm trong lĩnh vực tín dụng. Vân từng bước trên một con đường bằng phẳng, rộng mở và là mơ ước của bất cứ ai trước khi cô quyết định rẽ sang một lối đi gồ ghề, sỏi đá hơn rất nhiều như hiện nay. Tôi đã có cơ hội được nghe Vân chia sẻ về cơ duyên đưa cô đến với quyết định quan trọng này.

“Tôi bước chân vào nghề ngay trước khi cuộc khủng hoảng kinh tế nổ ra. Có lẽ vì tốt nghiệp Đại học Oxford nên tôi nhận được

rất nhiều lời đề nghị làm việc của các công ty hàng đầu cho những vị trí lương cao có cơ hội thăng tiến. Tuy nhiên, lúc đó, tôi muốn tìm kiếm một công việc mà mình thực sự yêu thích, thay vì chỉ chọn những công việc có điều kiện hấp dẫn. Và vào làm việc cho một công ty nào đó có lẽ là một con đường quá bằng phẳng."

Sau khi nhận ra rằng cuộc đời không phải là con đường thẳng tắp, Vân bắt đầu suy nghĩ về mong muốn của bản thân. Sinh ra và lớn lên tại Việt Nam nên Vân luôn cảm thấy không hợp khẩu vị với các món ăn phương Tây. Vì vậy, Vân thường xuyên tự nấu ăn, và một cách tự nhiên, nấu ăn dần trở thành sở thích của cô. Tuy nhiên, không chỉ dừng lại ở việc tự nấu ăn cho bản thân, cô gái này bắt đầu cảm thấy mình cần phải giới thiệu những món ăn lành mạnh này đến với nhiều người hơn nữa. Bởi Vân tin rằng nguồn gốc mọi bệnh tật của con người đều đến từ những thói quen ăn uống không lành mạnh.

"Khi đi siêu thị ở London, chúng ta sẽ nhận thấy hầu như tất cả mọi thứ đều là thực phẩm đông lạnh. Tất nhiên phải tính cả các loại nước sốt nữa. Điều này khiến việc nấu ăn dường như chỉ dừng lại ở việc nướng thực phẩm đông lạnh trong lò, hâm nóng, đổ nước sốt vào và tất cả chỉ có thế. Có rất ít người tự tay cắt gọt nguyên liệu và chế biến các món ăn. Vì vậy tôi muốn cho mọi người biết đến các món ăn tự làm. Và đó phải là món ăn mà tôi làm tốt nhất và cũng hiểu rõ nhất. Đây chính là lý do để bánh mì Việt Nam trở thành thực đơn đầu tiên của nhà hàng chúng tôi. Mặc dù vậy, chúng tôi không sử dụng các nguyên liệu của Việt Nam. Hiện nay nhà hàng đang đặt tại London, vì thế chúng tôi không dùng nguyên liệu nhập khẩu mà chỉ sử dụng các loại nguyên liệu tươi ngon được trồng ngay tại đây."

Dự đoán của Vân hoàn toàn chính xác. Trong cuộc tấn công mạnh mẽ của bánh sandwich làm sẵn và bánh hambuger theo kiểu đồ ăn nhanh, Vân đã chinh phục được khẩu vị của người

London bằng bánh mì, một loại sandwich "nhà làm" với hình ảnh lành mạnh và tốt cho sức khỏe. Giờ đây, cô gái này đã trở thành người đầu tiên giới thiệu và đưa "bánh mì" – sandwich kiểu Việt Nam đến với nước Anh.

> *"Cách đây 4 năm, khi lần đầu tiên tôi bán bánh mì ở London thì vẫn chưa có ai bán loại sandwich giống như vậy. Khi đó, thậm chí còn chưa ai từng được nghe đến món ăn mang tên 'bánh mì'. Thế nhưng đến bây giờ thì ngay cả trong siêu thị cũng có bán bánh mì. Trước đây, khách hàng thường nói là 'Bán cho tôi sandwich Việt Nam', còn bây giờ, họ sẽ nói là 'bánh mì' mỗi khi gọi món. Tôi không hề tạo ra một món ăn hoàn toàn mới. Bánh mì là một món ăn đã xuất hiện ở Việt Nam từ cách đây rất lâu và tôi chỉ là người giới thiệu nó đến mọi người. Tôi nghĩ rằng không nhất thiết phải tạo ra thứ gì đó hoàn toàn mới thì mới có thể thành công."*

Bánh mì là một món ăn bình dân, giá rẻ và có thể mua được ở bất cứ đâu trên các đường phố Việt Nam. Thế nhưng đó cũng là món ăn mang hương vị của thời thơ ấu mà một cô gái từng làm công việc công sở ở nước ngoài không mấy khi được thưởng thức lại. Đó là món ăn tâm hồn mà Vân thường tự làm rồi thưởng thức một mình vào mỗi dịp cuối tuần. Đối với Vân, bánh mì không chỉ là một món ăn truyền thống của Việt Nam mà còn là "thương hiệu của riêng mình" đã cùng Vân trưởng thành và chứa đựng câu chuyện của riêng cô. Cô gái ấy đã mang giá trị của một món ăn dân dã như vậy đến với một thành phố lớn như London và biến nó thành một thương hiệu mới của chính nơi đây. Vân muốn tiếp tục mang thêm nhiều món ăn "chân thật" không chứa chất bảo quản đến với những thực khách đã quá chán ngán các loại thực phẩm chế biến sẵn. Cô gái ấy luôn mơ ước có thể chia sẻ sự "chân thành" của mình tới mọi người qua những món ăn "chân thật" và sống một cuộc đời "chân chính".

> *"Có lẽ đôi khi những điều thuần khiết, đơn giản lại trở nên có ích. Bởi không ai biết mình sẽ phải làm việc chăm chỉ đến đâu*

cho đến khi thực sự bắt tay vào việc. Tôi không muốn nói rằng việc tôi đang làm tốt hơn những công việc khác. Tôi đã trải nghiệm cuộc sống ở nhiều vùng đất khác nhau. Có lẽ vì thế nên tôi không quá lo lắng, sợ hãi khi bắt tay vào một công việc mới. Thực ra thì tôi không dám chắc trong tương lai mọi người có tiếp tục yêu thích món bánh mì của tôi hay không, khẩu vị của khách hàng sẽ thay đổi như thế nào và mọi chuyện sẽ kết thúc ra sao. Thế nên, trước hết, cứ làm đi đã. Bởi quan trọng hơn tất cả, đây là công việc mà tôi yêu thích. Và… nếu không phải là tôi thì ai sẽ làm việc này?"

Bánh mì Việt Nam là món ăn mà ai cũng có thể làm được. Nhưng món bánh mì mang hương vị ký ức của một cô gái Việt Nam từng có rất nhiều cơ hội với tấm bằng danh giá của Đại học Oxford và một công việc đáng mơ ước ở một công ty tín dụng hàng đầu thì chỉ có một. Đó là những chiếc bánh mì chứa đựng cả quá khứ đã qua và hy vọng về tương lai đang tới của cô gái ấy. Đó cũng là những chiếc bánh mì mang đến bữa ăn tươi ngon và lành mạnh cho người dân London. Và từ những chiếc bánh mì như vậy, một cô gái trẻ như Vân đã có thể tự nâng cao giá trị của bản thân.

Khi tôi gặp Vân ở London cũng là lúc cô sắp khai trương cửa hàng "Bánh mì 11" tiếp theo của mình. Cô gái trẻ ấy quả thực khiến tôi rất muốn biết liệu đưa thương hiệu mang tên "Vân" ấy sẽ còn vượt ra khỏi phạm vi London để tiếp tục bay xa đến đâu.

Anh: Nhà thiết kế ô tô của trường Cao đẳng Nghệ thuật Hoàng gia Anh (RCA) & Peter Schreyer

KHÔNG PHẢI CHIẾC XE ĐẮT TIỀN, CON NGƯỜI MỚI LÀ THƯƠNG HIỆU!

“Nuôi dưỡng khả năng lãnh đạo là điều rất quan trọng. Bởi các sinh viên của chúng tôi muốn trở thành người đi tiên phong trong lĩnh vực thiết kế chứ không chỉ là người làm việc trong lĩnh vực thiết kế.”

— GIÁO SƯ DALE HARROW —

(Trưởng khoa Thiết kế Trường Cao đẳng Nghệ thuật Hoàng gia Anh)

Trong thời đại mà ý tưởng có thể thay đổi cả thế giới như ngày nay thì giá trị của tính sáng tạo ngày càng được xã hội coi trọng. Mà tính sáng tạo lại xuất phát từ con người. Do đó, để có thể làm chủ được thời đại mà con người vừa là thương hiệu vừa là tài sản này, mỗi quốc gia trên thế giới đều đang đầu tư mạnh tay cho công cuộc nuôi dưỡng nhân lực trình độ cao. Trong số các quốc gia trên thế giới, nước Anh có phần đặc biệt hơn bởi hiện nay, nước này hầu như không còn trực tiếp sản xuất và xuất khẩu ô tô nữa. Rất nhiều công ty sản xuất ô tô của Anh trước đây đều đã được bán cho các công ty Ấn Độ và Trung Quốc. Tuy nhiên, còn một thứ vẫn nằm trong danh mục xuất khẩu của Anh, đó chính là thiết kế. Trên thực tế, hiện nay, phần lớn các siêu xe trên toàn thế giới đều do người Anh thiết kế. Điều này khiến mỗi nhà thiết kế của Anh giống như một thương hiệu. Và ở Anh, có một nơi mà các thương hiệu chuẩn bị ra mắt trong tương lai đang tiếp tục nuôi dưỡng sức cạnh tranh của riêng mình, đó là trường Cao đẳng Nghệ thuật Hoàng gia Anh (The Royal College of Art, RCA.)

Trường Cao đẳng Nghệ thuật Hoàng gia Anh là ngôi trường nổi tiếng nhất thế giới trong lĩnh vực thiết kế xe ô tô. Ian Callum – nhà thiết kế thuộc thế hệ thứ ba của những chiếc ô tô Jaguar, Ford,… hay Mark Sanders – nhà thiết kế của các mẫu thiết kế xe đạp điện đột phá mang thương hiệu Mando Footloose đều xuất thân từ ngôi trường này. Trường hiện có 920 sinh viên đến từ 55 quốc gia trên thế giới, tập trung tại đây để chờ đến một ngày có thể lan tỏa thương hiệu của riêng mình ra toàn thế giới. Vậy

họ đang học tập những gì để nuôi dưỡng giấc mơ trở thành những nhà thiết kế có thể thay đổi cả thế giới? Giáo sư Dale Harrow, Trưởng khoa Thiết kế trường Cao đẳng Nghệ thuật Hoàng gia Anh cho biết, RCA là ngôi trường thích hợp nhất để mỗi cá nhân tạo nên thương hiệu riêng của mình.

"Tất nhiên chúng tôi có đào tạo về kỹ thuật thiết kế xe ô tô. Nhưng, điều mà chúng tôi chú trọng nhất trong quá trình giảng dạy là nuôi dưỡng khả năng đoán biết tương lai của sinh viên. Điều này cũng đồng nghĩa với việc phải giúp cho sinh viên có khả năng dự đoán được xu thế của 20–30 năm sau khi họ tốt nghiệp. Còn một điều nữa cũng không kém phần quan trọng, đó là bồi dưỡng khả năng lãnh đạo cho họ. Bởi các sinh viên của chúng tôi muốn trở thành người đi tiên phong trong lĩnh vực thiết kế chứ không chỉ là người làm việc trong lĩnh vực thiết kế."

Giáo sư Dale Harrow tin rằng các nhà thiết kế mới là người có khả năng tạo ra sự khác biệt căn bản nhất trong kinh doanh. Bởi công việc của một nhà thiết kế mang tính sáng tạo rất cao mà không ai có thể thay thế được. Chúng ta có thể kiểm chứng niềm tin mãnh liệt, sắt đá về công việc thiết kế ngay ở những sinh viên của ngôi trường này. Belta, một sinh viên đến từ Bỉ, tuy đang điều hành một văn phòng thiết kế nhưng vẫn đến RCA để bồi dưỡng năng lực cạnh tranh. Chỉ khi đến đây, Belta mới hiểu hết tầm quan trọng của việc thể hiện cá tính bản thân. Sau khi trở thành một nhà thiết kế, Belta từng nghĩ rằng công việc này chỉ đơn thuần mang lại cho anh cơ hội được làm điều mình muốn. Tuy nhiên, từ khi học tập tại RCA, Belta đã khám phá được rất nhiều giá trị mới mẻ của công việc thiết kế.

"Đối với tôi, thiết kế là ngôn ngữ thứ hai giúp tôi giao tiếp và biểu đạt thông qua hình khối và màu sắc. Thiết kế có thể làm được rất nhiều điều như trở thành phương tiện để thể hiện bản thân, hay có thể tạo ra những ảnh hưởng sâu sắc đến phong cách sống của một ai đó. Khi nhận biết được các giá trị của việc

thiết kế, tôi cũng có những cảm nhận rất khác về giá trị của bản thân so với trước đây."

Jiyoung, một cô gái tốt nghiệp đại học ở Hàn Quốc, cũng đến với RCA để nâng cao sức cạnh tranh của bản thân với tư cách nhà thiết kế.

"Nếu chỉ để trở thành một nhà thiết kế ô tô thì tôi hoàn toàn có thể thực hiện được điều này ở Hàn Quốc. Nhưng tôi đến đây với một mong muốn lớn hơn, đó là học tập về lý luận thiết kế và nâng cao khả năng lãnh đạo. Phần lớn các nhà thiết kế đẳng cấp được công nhận bởi toàn bộ ngành công nghiệp sản xuất ô tô đều tốt nghiệp từ ngôi trường này. Họ đã được đào tạo như thế nào để có thể trở thành những người tiên phong trong lĩnh vực thiết kế cũng là điều mà tôi rất muốn tìm hiểu. Nhà thiết kế không chỉ tạo ra phong cách bên ngoài mà còn sáng tạo ra những thương hiệu mới và tạo ra những thay đổi sâu sắc về văn hóa, đồng thời cũng là người dẫn đầu xu thế. Gần đây, tôi đang suy nghĩ rất nhiều về việc liệu mình có thể tạo ra những thay đổi như thế nào để trở thành một nhà thiết kế có phong cách độc đáo, khác biệt trong tương lai."

Sức mạnh của trường Cao đẳng Nghệ thuật Hoàng gia Anh là kết quả được tạo nên bởi tinh thần đối đầu với thử thách của từng học viên tràn trề nhiệt huyết tại đây. Họ không chạy theo những thương hiệu đã được đảm bảo mà tự thiết kế nên tương lai để sáng tạo ra thương hiệu riêng. Và điển hình là Peter Schreyer, từ một cậu học trò học thiết kế vô cùng bình thường, từng thiết kế cả lọ đựng gia vị cho đến khi trở thành một tên tuổi lớn trong ngành công nghiệp thiết kế ô tô trên toàn thế giới. Dù đang tiến rất nhanh trên con đường sự nghiệp tại hãng Audi, Peter Schreyer vẫn đến với RCA để bắt đầu lại sự nghiệp học hành. Sau khi quay trở lại công ty, Peter Schreyer ngay lập tức được đảm nhiệm vị trí Giám đốc thiết kế của Audi và bắt đầu chính thức phát huy phong cách riêng của mình. Tên tuổi của Peter Schreyer gắn liền với thiết kế tiêu biểu nhất của ông là

“Audi TT Coupe” – mẫu xe hiện vẫn được coi là hình ảnh đại diện cho hãng. Thế nhưng, những nỗ lực của Peter Schreyer không dừng lại ở đây. Năm 2006, ông lựa chọn hãng ô tô Hyundai Kia của Hàn Quốc – một quốc gia châu Á nhỏ bé mới chỉ bắt đầu được biết đến trong lĩnh vực thiết kế ô tô, làm điểm dừng tiếp theo của mình. Peter Schreyer giữ chức Giám đốc Thiết kế của Hyundai Kia. Sau 7 năm phấn đấu không ngừng nghỉ, Peter Schreyer đã thổi bùng lên làn sóng thay đổi mạnh mẽ trong ngành công nghiệp thiết kế ô tô Hàn Quốc, để trở thành người nước ngoài đầu tiên nắm giữ vị trí Tổng giám đốc của Tập đoàn ô tô Hyundai.

Thường ngày, Peter Schreyer vẫn được biết đến là người ưa chuộng các trang phục màu đen. Ngay trong chính sở thích tưởng chừng như nhỏ nhặt này cũng hàm chứa triết lý của riêng Peter Schreyer.

> *“Rất nhiều người làm việc trong lĩnh vực nghệ thuật hay kiến trúc ưa thích màu đen, bởi họ không muốn trở nên nổi bật hơn so với tác phẩm của mình. Những người như chúng tôi chỉ muốn được làm nền, vì chính tác phẩm do chúng tôi tạo nên đã là thương hiệu đại diện cho chúng tôi rồi.”*

Những mẫu thiết kế mà Peter Schreyer cho ra mắt tại Hàn Quốc đã tuân thủ triết lý và tính sáng tạo mang tên “tính đơn giản của đường thẳng” và được ca ngợi là đã nâng trình độ thiết kế ô tô của Hàn Quốc lên một tầm cao mới.

> *“Vậy mà đã thấm thoát 7 năm trôi qua. Lý do tôi đến với Kia là vì vào thời điểm đó, nó vẫn còn là một công ty chưa được biết đến rộng rãi. Còn tôi thì muốn tạo dựng một công ty không tên tuổi thành một thương hiệu nổi tiếng. Ngay từ khi còn đang làm việc ở Đức, tôi đã nhận thấy Hàn Quốc sẽ sớm trở thành tâm điểm của ngành công nghiệp ô tô thế giới. Và tôi đã tìm thấy một thế giới mới ở nơi này. Đó vừa là thách thức cũng vừa là cơ hội. Việc gia nhập một công ty Hàn Quốc là một quyết*

định mạo hiểm nhưng đầy hứng khởi đối với tôi cho đến tận bây giờ."

Đối với Peter Schreyer, thiết kế là một quá trình không ngừng tìm ra cái mới. Nó cũng giống như một hành trình thử thách không có điểm dừng.

"Tôi cho rằng việc thể hiện được màu sắc riêng của doanh nghiệp trong các mẫu thiết kế là điều tối quan trọng. Lần đầu tiên nghe tên công ty Kia, tôi đã cảm thấy cái tên này chứa đựng điều gì đó thật tươi sáng. Tôi muốn thể hiện được cảm nhận này trong các mẫu thiết kế ô tô của hãng. Đó là cảm nhận về sự tinh khiết của nước, hay về các tinh thể tuyết. Đây là những cảm nhận có quy tắc nhất quán và mang tính logic chặt chẽ. Trong khi đó, Hyundai mang lại cảm giác năng động hơn. Tôi đã luôn nỗ lực để tạo ra các mẫu thiết kế sắc sảo và tinh khiết dựa trên những triết lý thiết kế như vậy và vẫn đang duy trì chúng trong các thiết kế của mình."

Sau khi Peter Schreyer gia nhập Kia Motors vào tháng 9 năm 2008, thị phần nội địa của Hàn Quốc do Kia nắm giữ lần đầu tiên vượt qua con số 30% trong lịch sử hãng này. Đồng thời, hiện nay, dòng xe K Series do chính Peter Schreyer thiết kế đã trở thành thương hiệu đại diện cho Kia Motors. Phải chăng triết lý của Peter Schreyer đã mang lại thành công này? Giờ đây, với cương vị Tổng giám đốc của Hyundai-Kia Motors, Peter Schreyer vẫn đang nỗ lực củng cố sức mạnh để cùng tập đoàn vươn xa chiếm lĩnh thị trường thế giới. Ông nói rằng, mọi quá trình đều giống như một hành trình mạo hiểm và công việc cũng là một sự mạo hiểm. Thông qua những lời nói này, chúng ta biết rằng đây là một con người có cái nhìn vô cùng lạc quan và tích cực vào cuộc sống. Đây cũng chính là sức mạnh của Peter Schreyer, là động lực giúp ông làm việc và hạnh phúc với công việc của mình.

"Đôi khi cũng cần tới sự may mắn, nhưng vận may chỉ đến với những ai đang hành động cho mơ ước của mình. Vì vậy, chúng ta luôn phải vận động. Tôi luôn tạo cho mình một thế chủ động và sẵn sàng ứng phó. Tôi không nhớ đã có lúc nào mình cảm thấy hài lòng. Các bạn cũng đừng quan tâm tới việc mình kiếm được bao nhiêu tiền. Chỉ cần hạnh phúc và hoàn toàn tâm huyết với công việc đang làm, các bạn đã là những người thành công. Còn nếu chỉ vì mục đích tiền bạc mà bạn đang làm công việc không như mong muốn hay chỉ làm việc theo yêu cầu của người khác thì mãi mãi bạn sẽ phải sống một cuộc đời đầy bất mãn. Kiếm được nhiều tiền cũng không thể khiến bạn cảm thấy hạnh phúc và ngược lại."

Tương lai của thị trường việc làm đang có nhiều đổi thay. Khả năng của con người là vô hạn, vì thế các bạn không nên bỏ qua những khả năng vô hạn còn chưa được khám phá của bản thân. Nếu các bạn tự tin vào khả năng của mình và không ngừng cố gắng tìm kiếm những giá trị tiềm ẩn của bản thân, thì dẫu bạn không thể thay đổi được thế giới ngay hôm nay, tương lai vẫn sẽ đến và giúp bạn thay đổi. Trong thế giới được vun đắp bởi những khả năng vô hạn này, bạn chính là thương hiệu độc nhất.

Pháp: Tiến sĩ Stéphane Rapelli

I-PROS - NHÂN VẬT CHÍNH TRONG THỜI ĐẠI CỰC THỊNH CỦA HÌNH THỨC LAO ĐỘNG TỰ DO KIỂU MỚI

"Là những lao động tự do, I-Pros không chỉ đơn thuần là lực lượng lao động thay thế được sử dụng với thù lao thấp. I-pros là khái niệm chủ yếu được áp dụng với những người hoạt động trong các lĩnh vực liên quan đến tri thức. Tiêu biểu trong số này là các chuyên gia tư vấn và cố vấn."

— STÉPHANE RAPELLI —

Báo cáo của Liên Hiệp Quốc đã đưa ra dự đoán xu hướng nghề nghiệp toàn cầu trong tương lai sẽ là lao động tự do. Trên thực tế, những người có trình độ chuyên môn thường có thu nhập cao hơn và có xu hướng tìm đến một cuộc sống tự do cũng như có nhiều cơ hội việc làm hơn. Trong xu thế gia tăng của hình thức lao động tự do, Hàn Quốc cũng không phải là ngoại lệ. Sự thay đổi này còn tạo ra những ảnh hưởng rất rõ rệt ngay trong các doanh nghiệp. Điều khiến các nhà quản lý nhân sự đau đầu nhất trong thời gian gần đây chính là vấn đề các nhân tài thường không muốn gắn bó lâu dài với doanh nghiệp. Họ tốn không ít công sức để tìm kiếm và tuyển chọn nhân tài về cho công ty, nhưng những nhân viên này thường nhanh chóng bỏ việc. Ngay cả ở các tập đoàn lớn, phần lớn nhân viên cũng không gắn bó với doanh nghiệp được 10 năm. Cuối cùng, để khắc phục tình trạng này, nhiều doanh nghiệp đang triển khai việc ký kết hợp đồng với những lao động tự do có năng lực nghiệp vụ vững vàng để giải quyết các công việc chuyên môn trong một khoảng thời gian nhất định. Lợi ích của việc sử dụng lao động tự do là doanh nghiệp có thể huy động được nhân tài ở nhiều lĩnh vực đa dạng tùy theo nhu cầu công việc mà không phải trả lương cố định.

Ngoài ra, sự phát triển của mạng không dây và các thiết bị thông minh đã có những tác động khiến môi trường làm việc thay đổi theo hướng mở hơn, đồng thời giúp đẩy nhanh tiến trình của thời đại lao động tự do. Những lao động tự do của thế kỷ XXI đã biết tận dụng trình độ kỹ thuật và sự thay đổi của xu hướng để tạo nên cơ hội nghề nghiệp cho bản thân. Không những vậy, trong một xã hội tri thức như hiện nay, từ vị thế bất ổn và bị động, lao động tự do – phía nắm giữ kiến thức chuyên môn, đã thay đổi cục diện và trở thành lực lượng nắm giữ thế chủ động trong thị trường việc làm. Phía chi trả thù lao không còn nghiễm nhiên nắm thế chủ động như trước. Giờ đây, xã hội

không thể tiếp tục gọi chung những người có trình độ chuyên môn đáng kinh ngạc và khả năng tạo ra lợi ích to lớn là lao động tự do như trước. Thay vào đó, chúng ta được biết đến I-Pros, danh hiệu mới biểu trưng cho khả năng vô hạn của thị trường lao động tự do, nghề nghiệp của thế giới mới.

Ý tưởng (idea) + chuyên nghiệp (professional) = Sự ra đời của "I-Pros"

Phần lớn các lao động tự do đều không có tổ chức và cũng không nhận được sự bảo đảm của xã hội. Tuy nhiên, giờ đây, những lao động tự do của thế hệ mới đã bắt đầu nhận được sự chú ý của xã hội với kỳ vọng họ sẽ trở thành lực lượng nòng cốt của thị trường việc làm trong tương lai. Hiện nay, châu Âu có thể được coi là địa bàn chính của lực lượng này với những hoạt động sôi nổi trong nhiều lĩnh vực. Trong vòng 10 năm qua, cùng với dấu hiệu đình trệ của các hoạt động tuyển dụng là sự gia tăng quân số lên tới 8 triệu người của lực lượng lao động tự do tại châu Âu. Tuy nhiên, trong số này không chỉ có nhóm lao động tự do chủ động mà còn bao hàm cả nhóm lao động tự do bắt buộc do hoàn cảnh. Vì vậy, chúng ta không thể chỉ dựa vào con số thống kê này để đưa ra nhận định lạc quan về tương lai của lực lượng lao động tự do. Tuy nhiên, dự đoán về sự xuất hiện của một thời đại lao động tự do vẫn tỏ ra đáng tin cậy. Tiến sĩ Stéphane Rapelli, một chuyên gia tư vấn kinh tế làm việc tự do tại Pháp hiện đang tiến hành nhiều nghiên cứu, đã gọi tên nhóm lao động tự do mới xuất hiện trong thời gian gần đây là "I-Pros" và phân biệt với nhóm lao động tự do kiểu cũ trong các nghiên cứu của mình.

> *"Là những lao động tự do, I-Pros không chỉ đơn thuần là lực lượng lao động thay thế được sử dụng với mức thù lao thấp. I-Pros là từ để chỉ những lao động tự do làm việc độc lập trong những lĩnh vực đặc thù và không thể áp dụng đối với lực lượng lao động chính thức truyền thống. Do đó, khái niệm này không bao hàm thợ thủ công, người buôn bán và nông dân. I-pros là*

khái niệm chủ yếu được áp dụng với những người hoạt động trong các lĩnh vực liên quan đến tri thức. Tiêu biểu trong số này là các chuyên gia tư vấn và cố vấn. Tất nhiên trong nhóm I-Pros cũng có những người cần phải trình báo và được cấp phép để hành nghề như luật sư và những người làm việc trong lĩnh vực y tế, sức khỏe…"

Tóm lại, I-Pros là từ để gọi riêng những người có trình độ chuyên môn sâu rộng ở các lĩnh vực tri thức nền tảng và thuộc vào nhóm có thu nhập cao trong số các lao động tự do. Như vậy, E-lancer – những lao động tự do trình độ cao trong lĩnh vực công nghệ thông tin mũi nhọn mà chúng ta từng đề cập tới cũng thuộc nhóm I-Pros. Trong thời gian gần đây, cùng với việc đa dạng hóa các lĩnh vực hoạt động, vai trò của lực lượng lao động tự do ngày càng được củng cố thì xã hội cũng bắt đầu tiến hành việc phân loại lực lượng lao động hùng hậu này. Động thái này cũng cho thấy sự quan tâm, ủng hộ của xã hội đối với lao động tự do.

Vị thế ngày càng cao của lao động tự do cũng làm dấy lên những thay đổi trong hình thức tuyển dụng. Cùng với sự phát triển của Internet và các phương tiện truyền thông xã hội, sự xuất hiện của các trang web giới thiệu việc làm dành cho lao động tự do như elancer.com của Anh đang góp phần rút ngắn khoảng cách giữa doanh nghiệp và lực lượng lao động tự do. Đặc biệt, đứng ở lập trường của doanh nghiệp, trong thời đại cạnh tranh ý tưởng mạnh mẽ như ngày nay, I-Pros đang trở thành hạt nhân triển vọng quan trọng để khai thác và thực hiện các dự án kinh doanh một cách sáng tạo, đầy màu sắc. Chính vì vậy, trong thời gian gần đây ngày càng có nhiều doanh nghiệp coi I-Pros là đối tượng để đầu tư thay vì chỉ là lực lượng lao động đơn thuần như trước. Bằng ý tưởng sáng tạo và phong cách chuyên nghiệp, I-Pros đang tạo nên những giá trị thương hiệu không hề thua kém các doanh nghiệp và trở thành giải pháp mới đối với lực lượng lao động tự do ngày nay.

Thương hiệu mới thúc đẩy xã hội tri thức

Sự gia tăng của lao động tự do là hiện tượng tất yếu trong xã hội tri thức thế kỷ XXI. Một hình thái mới của công việc được gọi là "làm việc thông minh" đang tạo ra những biến đổi trong phương thức tuyển dụng.

> *"Đứng ở lập trường của doanh nghiệp, việc trực tiếp liên hệ và sử dụng lực lượng lao động bên ngoài khi nhân sự công ty không đáp ứng được trình độ chuyên môn cần thiết sẽ giúp tiết kiệm được những khoản chi phí đáng kể. Việc doanh nghiệp thuê luật sư và cố vấn bên ngoài là những trường hợp như vậy. Khi vấp phải những vấn đề về cải tiến kỹ thuật hay khi cần tới những lao động có trình độ chuyên sâu cũng như những câu trả lời mang tính chuyên môn thì doanh nghiệp có thể nhờ tới sự giúp sức của lực lượng lao động I-Pros. Với đội ngũ lao động này, mọi việc đều có thể được hoàn tất yêu cầu chỉ trong thời gian ngắn. Trong khi đó, rất khó để yêu cầu nhân viên trong công ty làm vậy một cách vô điều kiện. Bởi bên cạnh những hạn chế về trình độ chuyên môn còn là hạn chế về thời gian làm việc."*

Tiến sĩ Rapelli tin chắc rằng số lượng các lao động I-Pros sẽ còn tăng lên trong thời gian tới. Bởi ngày nay, giá trị của tính độc lập và sự tự do cá nhân đã vượt qua tính cộng đồng và nghĩa vụ để trở thành tiêu chuẩn đánh giá điều kiện nghề nghiệp.

Đặc tính chuyên môn của các I-Pros xuất phát từ nền tảng tri thức và các ý tưởng. Điều này hoàn toàn khác với tay nghề kỹ thuật được tích lũy bởi kinh nghiệm lâu năm của các thợ thủ công truyền thống. Cũng chính vì lý do này, sử dụng các I-Pros đồng nghĩa với việc doanh nghiệp phải xác định tư tưởng để đối mặt với những rủi ro có thể xảy ra. Bởi việc lựa chọn nhân tài không thuộc nhóm nhân lực có tiêu chuẩn đánh giá rõ ràng cũng kèm theo những mạo hiểm nhất định. Trước thực tế này,

tiến sĩ Rapelli đưa ra chủ trương cần phải có một hệ thống đánh giá tiêu chuẩn để kiểm chứng năng lực của các I-Pros.

> *"Trên thực tế, để giảm bớt những rào cản cho I-Pros, cũng có những ý kiến cho rằng nên loại bỏ hoàn toàn hình thức kiểm duyệt tư cách hoạt động nghề nghiệp khắt khe hiện hành. Tuy nhiên, tôi cho rằng chủ trương này là vô cùng mạo hiểm. Sau cách mạng, Pháp từng ban bố chính sách tự do đối với mọi ngành nghề. Theo đó, chủ trương tự do hóa nghề nghiệp không đưa ra các quy định về tư cách hành nghề đối những người hoạt động trong lĩnh vực y tế. Đây chính là sơ hở dẫn tới hàng loạt ca tử vong vô lý do những tay lang băm gây ra. Vì vậy, để có thể tiếp tục phát triển mô hình I-Pros, tôi nhận thấy rằng cần phải xây dựng được một hệ thống quy tắc nghiêm ngặt quy định tư cách hoạt động nghề nghiệp và một quy trình kiểm định chất lượng. Ví dụ, chuyên gia tư vấn hôn nhân-gia đình không phải là nghề cần tới một loại giấy chứng nhận tư cách hành nghề đặc biệt. Bởi vậy, rất nguy hiểm nếu ngay cả những người không có trình độ chuyên môn cũng có thể trở thành chuyên gia tư vấn. Khi ai đó tìm đến một người không hề có kiến thức chuyên môn để được tư vấn về vấn đề quản lý tài chính cá nhân thì có thể tự chuốc lấy những tổn thất khôn lường. Bởi nếu sai lầm, hành động này có thể khiến toàn bộ tài sản của họ tan thành mây khói."*

Để những I-Pros có tài năng thực sự nhận được sự tin tưởng của xã hội và có môi trường để phát triển cần phải có những quy định tối thiểu về tư cách nghề nghiệp. Khi hệ thống quy tắc này được hình thành, vị thế nghề nghiệp của I-Pros trong các lĩnh vực chắc chắn sẽ được củng cố hơn nữa. Hiện nay, các nước châu Âu đang trong quá trình thảo luận cụ thể về vấn đề này. Điều này cũng cho thấy I-Pros đang trên đà trở thành một lực lượng nòng cốt của thị trường việc làm.

Thời đại ngày nay khó đảm bảo được cho người lao động một nơi làm việc mà họ có thể gắn bó cả đời. Tuy nhiên, bù lại, bất cứ

ai cũng có được cơ hội để gắn bó trọn đời với một nghề nghiệp. Trong giới lao động tự do, có những I-Pros mà chính bản thân họ đã là một thương hiệu đắt giá. Các thương hiệu này không đến từ những tấm bằng danh giá hay mối quan hệ thâm sâu, bền chặt. Bí quyết rất đơn giản, họ không bao giờ ngừng đầu tư, ngừng chăm sóc cho thương hiệu của mình. Và có thể thấy rằng những đầu tư giá trị này đang trở thành nguồn sống của thị trường lao động tự do và dẫn dắt xã hội tri thức ngày nay.

Joy of learning
Niềm vui đến từ học tập

:

Đừng bao giờ ngừng học hỏi!

:

"*Nghề nghiệp là tài sản lớn nhất của con người. Thay vì mua nhà, hãy đầu tư cho đào tạo nghề nghiệp.*"

Gần đây, tạp chí *Time* đã thực hiện một cuộc điều tra thú vị liên quan đến vấn đề đào tạo nghề nghiệp. Với kết quả điều tra về cách người Mỹ đầu tư và thu lời sau khủng hoảng kinh tế năm 2007, đào tạo nghề nghiệp tỏ ra là lĩnh vực đầu tư hiệu quả hơn so với bất động sản hay chứng khoán. Bên cạnh đó, trong bản thông điệp liên bang đầu năm sau khi nhậm chức nhiệm kỳ thứ hai được thực hiện trước toàn thể quốc hội Mỹ, Tổng thống Barack obama đã nhấn mạnh về tầm quan trọng của việc đào tạo nghề nghiệp. điều này cho thấy chính quyền Tổng thống obama bắt đầu hình thành được mối đồng cảm với người dân trong những nỗ lực nhằm rút ngắn khoảng cách giữa học tập và nghề nghiệp, hướng tới giải quyết vấn đề việc làm tại một đất nước có tỷ lệ thất nghiệp ở thanh niên lên tới 17% như Mỹ. đặc biệt, các trường đại học của Mỹ có thể được coi là cái nôi của những ý tưởng độc đáo và nghiên cứu sáng tạo. Trên thực tế, Facebook đã được tạo ra ở ký túc xá của đại học Harvard, trong khi đó ký túc xá của đại học Stanford là nơi khởi

nguồn cho những ý tưởng hình thành nên google. điều này chắc hẳn có liên hệ tới việc trụ sở của google được gọi là "campus" với những phòng ốc được thiết kế theo phong cách "giống như ký túc xá đại học".

So sánh với hiện thực giáo dục bậc đại học của Hàn Quốc. Xét trên mặt bằng chung, sinh viên Hàn Quốc thường được đánh giá tốt về thành tích học tập ngày càng tiến bộ, nhưng lại gây thất vọng vì rất thiếu kỹ năng làm việc thực tế cần thiết. Mặc dù các trường đại học Hàn Quốc đều đang áp dụng các chương trình liên kết với doanh nghiệp nhưng có rất ít trường hợp sinh viên được doanh nghiệp ký kết hợp đồng tuyển dụng thực sự sau khi kết thúc các chương trình liên kết như vậy. Theo điều tra của Bộ Y tế và Phúc lợi Hàn Quốc, chi phí được sử dụng cho mỗi người dân Hàn Quốc kể từ khi sinh ra cho tới khi tốt nghiệp đại học lên tới 308,96 triệu won. Tuy nhiên, thực tế là sau khi tốt nghiệp đại học, rất nhiều người dân Hàn Quốc đã rơi vào cảnh nợ nần và thậm chí không thể thu hồi lại được chi phí đầu tư ban đầu này. Tự hào là hệ thống giáo dục tốt nhất trên thế giới, song hiệu quả của nền giáo dục Hàn Quốc lại tỏ ra chưa tương xứng với danh hiệu này. Vấn đề nằm ở đâu? Câu trả lời có thể tìm thấy trong phương pháp đào tạo nghề nghiệp hiện hành của quốc gia này.

Hoa kỳ: Trung tâm phát triển nghề nghiệp Đại học Stanford & Triển lãm Nghề nghiệp các doanh nghiệp khởi nghiệp Startup 101

ĐÀO TẠO TÌM VIỆC NGAY TỪ TRÊN GHẾ NHÀ TRƯỜNG

“Nơi này đã giúp tôi mở rộng tầm nhìn của mình. Điều mà Đại học Stanford làm được là giúp tôi kết nối việc học tập với nghề nghiệp và mục tiêu của bản thân. Tôi thực sự cảm nhận được mối liên kết của mình với xã hội.”

— KIM YUN HO —

(Du học sinh tại trường Đại học Stanford)

Ngày nay, các cựu sinh viên tốt nghiệp từ Đại học Stanford đang tỏa sáng ở khắp nơi trên thế giới và tạo ra 3.000 tỷ đô-la mỗi năm. Đây là điều chúng ta đã từng biết đến khi đề cập tới Đại học Stanford ở khía cạnh quy mô việc làm và lợi ích kinh tế khổng lồ ngang tầm một quốc gia phát triển tầm cỡ sinh ra từ các dự án khởi nghiệp của cựu sinh viên. Mặc dù tinh thần tự thân lập nghiệp của các sinh viên Stanford vô cùng sôi nổi, song phần đông trong số họ vẫn lựa chọn tìm kiếm việc làm như một xuất phát điểm khi gia nhập vào xã hội. Quả nhiên, ngay cả sinh viên của các trường đại học nổi tiếng thế giới cũng có những cảm nhận chung về áp lực cần phải tìm được một công việc tốt không khác gì so với sinh viên Hàn Quốc. Đặc biệt, trong thời gian gần đây tại Mỹ, cùng với sự phổ biến của khẩu hiệu *“Pushing for the Best” (tạm dịch: Nỗ lực cho điều tốt nhất)*, áp lực cần phải đầu tư cho nghề nghiệp có giá trị gia tăng cao để xứng đáng với chi phí đã đầu tư cho giáo dục đại học đối với phụ huynh học sinh và sinh viên ngày càng lớn. Trong thời đại ngày nay, nỗi lo mang tên “sự nghiệp tương lai” đã vượt ra khỏi biên giới các quốc gia để trở thành bài toán lớn nhất đối với thanh niên trên toàn thế giới. Vậy, để những sinh viên đang ngồi trên ghế nhà trường không phải đơn độc đối đầu với bài toán khó này, một trường đại học nổi tiếng thế giới như Stanford đang có những trợ giúp như thế nào đối với họ? Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp (Career Development Center, CDC) là nơi chịu trách nhiệm phát triển kỹ năng và hỗ trợ tìm việc dành cho các sinh viên Stanford.

Tại Đại học Stanford, tòa nhà ba tầng của Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp luôn là nơi tập trung rất nhiều sinh viên. Người phụ trách tại đây giới thiệu về trung tâm như sau.

> *"Tại trung tâm của chúng tôi, các chuyên gia tư vấn nghề nghiệp luôn sẵn sàng thảo luận với sinh viên về rất nhiều vấn đề mà họ gặp phải, đồng thời giúp đỡ họ trong các quyết định liên quan đến nghề nghiệp. Bên cạnh việc cung cấp thông tin việc làm và hỗ trợ tìm kiếm cơ hội thực tập, tổ chức các hội chợ việc làm, xây dựng mối quan hệ đối tác với doanh nghiệp để thực hiện chương trình phỏng vấn tuyển dụng sinh viên ngay tại trường, chúng tôi còn xây dựng một riêng tập hợp các tài liệu có liên quan và tập trung tiến hành những chương trình giáo dục nhằm củng cố kỹ năng tìm kiếm việc làm cũng như tổ chức các buổi hội thảo cho sinh viên với sự tham gia của mạng lưới cựu sinh viên."*

Với sự hỗ trợ của một đội ngũ chuyên gia tư vấn nghề nghiệp luôn túc trực và sự trang bị của một thư viện nghề nghiệp đi kèm, hiện nay Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp Đại học Stanford đang đón tiếp trung bình 100 lượt sinh viên mỗi ngày. Với tiêu chí coi hành trình tìm kiếm việc làm của sinh viên như một phần của quá trình học tập và nghiên cứu, CDC đang nỗ lực nhằm mang đến cho sinh viên những trợ giúp hữu ích nhất.

> *"Đối với những sinh viên sắp tốt nghiệp việc tìm kiếm một công ty phù hợp với bản thân là vấn đề quan trọng nhất. Tuy nhiên, nằm ngoài dự đoán ban đầu của chúng tôi, có rất nhiều sinh viên không dám đặt niềm tin vào công việc mà họ yêu thích. Chính vì vậy mà quá trình củng cố năng lực hoàn toàn có thể coi là một quá trình tìm kiếm và khám phá đối với sinh viên. Thông qua các chương trình như thực tập tại doanh nghiệp, sinh viên có thể hiểu rõ hơn về những việc họ muốn hoặc không muốn làm. Theo đó, mặc dù không thể chỉ đích danh nghề nghiệp nào là phù hợp với sinh viên nào, nhưng chúng tôi sẽ cho sinh viên thấy họ có rất nhiều cơ hội để lựa chọn nghề*

nghiệp và hỗ trợ một cách tối đa để họ có thể tìm được công việc phù hợp với mối quan tâm của bản thân."

Hiện nay, một trong những chương trình nổi bật nhất của Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp là "Chương trình tuyển dụng Cardinal". Đây là một hệ thống hỗ trợ mang tới cơ hội tìm được việc làm ngay tại trường cho sinh viên. Trong khuôn khổ của chương trình này, quản lý nhân sự của các doanh nghiệp sẽ trực tiếp đến trường và tiến hành phỏng vấn tuyển dụng sinh viên. Đây là kết quả từ những nỗ lực của trường trong việc kêu gọi doanh nghiệp tiến hành các buổi gặp gỡ với sinh viên trước khi họ tốt nghiệp và tự tìm tới doanh nghiệp.

"Tất nhiên có rất nhiều doanh nghiệp đang tìm kiếm nhân lực thông qua các hội chợ việc làm thay vì sử dụng phương pháp của chúng tôi. Thậm chí cũng có những doanh nghiệp từ chối việc áp dụng phương thức tuyển dụng tại trường vì họ cho rằng việc này chỉ gây lãng phí thời gian. Tuy nhiên, vẫn có không ít các doanh nghiệp tin tưởng vào lực lượng lao động phong phú của Đại học Stanford và đã trực tiếp đến đây để phỏng vấn tuyển dụng sinh viên. Thông thường, thông qua vòng đánh giá, thẩm định hồ sơ, doanh nghiệp sẽ chọn ra các đối tượng sẽ tham gia phỏng vấn tại Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp dưới hình thức trò chuyện, trao đổi trong khoảng một tiếng đồng hồ. Đã có những doanh nghiệp tuyển được rất nhiều sinh viên vào làm việc chỉ sau một đợt tuyển dụng như vậy. Hiện nay cũng có các doanh nghiệp đang tiếp tục tiến hành vòng phỏng vấn thứ hai tại Đại học Stanford."

Trên thực tế, Stanford được biết đến là một trường đại học danh tiếng đẳng cấp quốc tế. Chỉ riêng việc có được tấm bằng tốt nghiệp của Đại học Stanford cũng đủ để sinh viên kiếm được việc làm sau khi tốt nghiệp. Vậy ban lãnh đạo trường có nhất thiết phải trực tiếp đứng ra giúp đỡ sinh viên tìm việc như vậy không? Người phụ trách Trung tâm Phát triển Việc làm Đại học Stanford cho hay.

"Các doanh nghiệp tốt không bao giờ tuyển người chỉ qua tấm bằng tốt nghiệp. Vì vậy, để được chấp nhận, sinh viên có thể cố gắng rèn luyện khả năng của bản thân. Sinh viên cần phải cho nhà tuyển dụng thấy được lý do họ lại quan tâm đến công việc này và thuyết phục được rằng họ là người phù hợp nhất. Bởi vậy, tấm bằng từ trường đại học nào không quan trọng bằng cách thức họ được đào tạo khi học đại học. Đó chính là sự đào tạo có thể kết nối học tập với nghề nghiệp. Và trách nhiệm của chúng tôi là giúp cho sinh viên ứng dụng được nội dung học tập ở trường vào quá trình tìm kiếm việc làm của bản thân."

Điều này là vô cùng ấn tượng khi một trường đại học đảm bảo cho sinh viên tấm bằng giá trị nhất thế giới như Stanford cũng chính là nơi tiên phong trong việc đưa đào tạo hướng nghiệp vào chương trình giảng dạy để dẫn dắt sinh viên đến với thị trường việc làm. Với định hướng này, Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp Đại học Stanford vẫn đang tiếp tục xúc tiến các chương trình đa dạng nhằm khơi dậy sự quan tâm của các nhà tuyển dụng đối với sinh viên thông qua những kiến thức học thuật và các hoạt động ngoại khóa của sinh viên. Trên thực tế, khi đứng trước ngưỡng cửa nghề nghiệp thì trong rất nhiều trường hợp, tấm bằng tốt nghiệp đại học chỉ là một tờ giấy không hơn không kém. Tuy nhiên, nếu chúng ta có suy nghĩ biến đào tạo tìm việc trở thành một phần của chương trình đào tạo chính quy thì liệu khoảng cách giữa sự nghiệp học hành và nghề nghiệp có được rút ngắn lại hay không?

Học sâu, nghĩ rộng, tương lai rộng mở!

Tầng ba của Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp Đại học Stanford có tới 40 phòng để phục vụ cho hoạt động phỏng vấn tuyển dụng một thí sinh-một giám khảo giữa quản lý nhân sự của doanh nghiệp và sinh viên. Lịch trình phỏng vấn trong ngày đề kín bảng thông báo. Trong phòng chờ, giữa rất nhiều sinh viên đa quốc tịch đang ngồi đợi tới lượt phỏng vấn của mình có cả

những sinh viên Hàn Quốc. Tại Đại học Stanford, số lượng du học sinh Hàn Quốc nhiều thứ ba trong số các du học sinh nước ngoài và chỉ đứng sau Ấn Độ và Trung Quốc. Trong số đó có Kim Yun Ho một sinh viên đã tốt nghiệp chuyên ngành Quản trị kinh doanh tại Hàn Quốc và đang học tiếp tục chương trình cao học ngành Chính sách năng lượng tại Đại học Stanford cách đây hai năm. Kim Yun Ho đang kiểm tra lại hồ sơ trong phòng chờ của Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp.

"Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp cũng giúp đỡ rất nhiều đối với sinh viên Hàn Quốc. Đặc biệt hiện nay khi mỗi công ty đều có những yêu cầu rất khác nhau về cách thức ứng tuyển thì trung tâm này đã chỉ ra cụ thể từng điểm cần chú ý và hướng dẫn sinh viên trong quá trình hoàn thiện hồ sơ xin việc. Không những vậy, trung tâm còn đóng vai trò cầu nối đắc lực trong việc kết nối sinh viên Stanford thuộc nhiều thế hệ thành một cộng đồng tương trợ lẫn nhau. Và trên hết, chúng tôi đánh giá cao việc nhà trường có thể thu hút các doanh nghiệp đến thăm trường và trực tiếp tuyển dụng sinh viên. Những nỗ lực này giúp các cuộc phỏng vấn vẫn được tiếp tục diễn ra tại đây."

Chỉ khi đến với Đại học Stanford, Yun Ho mới một lần nữa nhận ra thế nào là một ngôi trường thực sự. Bởi thông qua chương trình đào tạo hướng nghiệp, ngôi trường này mang lại cho sinh viên cơ hội hiểu rõ hơn về những gì họ cần phải tiếp thu khi còn ngồi trên ghế nhà trường và những gì họ có thể làm được khi bước ra ngoài xã hội.

"Nơi này đã giúp tôi mở rộng tầm nhìn của mình. Điều mà Đại học Stanford làm được là giúp tôi kết nối việc học tập với nghề nghiệp và mục tiêu của bản thân. Tôi thực sự cảm nhận được mối liên kết của mình với xã hội. Trong khi ở Hàn Quốc, các bài giảng ở trường đối với tôi chỉ mang tính lý thuyết. Dường như rất khó để hướng việc nghiên cứu, tìm tòi tới mục tiêu học thành nghề để từ đó có thể tìm kiếm cơ hội việc làm."

Tôi đã gặp bảy người trong số những sinh viên Hàn Quốc hiện đang học tập tại Stanford. Trong các cuộc gặp gỡ này, tôi đã tìm hiểu những suy nghĩ của họ về vấn đề đại học, tìm việc và cả về sự nghiệp của bản thân trong tương lai.

"Trong khi tất cả người Hàn Quốc đang ra sức để khoác lên mình một màu sắc tương tự nhau thì tại đây, con người được nuôi dưỡng để trở thành những màu sắc khác, để làm được những điều mà người khác không thể. Trên thực tế, không có quá nhiều cơ hội khởi nghiệp cho sinh viên ngành khoa học xã hội nhưng tôi vẫn có thể tìm được thế mạnh của bản thân."

"Thực tế là không phải sinh viên Mỹ giỏi hơn chúng ta. Việc học tập tại Stanford tập trung vào tính định hướng hơn là số lượng. Nhờ đó, sinh viên có thể nhanh chóng quyết định được lĩnh vực dành cho mình và tập trung tất cả cho mục tiêu này."

"Trong số các sinh viên Hàn Quốc cũng có những người đã nhận được tấm bằng thạc sĩ của Stanford nhưng vẫn chưa có ai xây dựng được những dự án khởi nghiệp triển vọng."

Những trải nghiệm của các bạn sinh viên này khiến tôi phải suy nghĩ lại về vai trò của trường đại học. Trường học không chỉ là nơi mang đến cho sinh viên tấm bằng tốt nghiệp. Trường học phải là môi trường mang lại cho sinh viên cơ hội để khám phá và tìm ra niềm đam mê của bản thân. Đào tạo nên những con người có cách nhìn nhận đa chiều về nghề nghiệp, đó mới là nhiệm vụ của các trường đại học.

"Ở Hàn Quốc, các công ty vừa và nhỏ thường ít được chú ý. Tuy nhiên, tại Mỹ, sinh viên tìm kiếm việc làm dựa trên tiêu chí phù hợp với năng lực, tính cách và định hướng cá nhân hơn là thương hiệu hay quy mô của doanh nghiệp. Chính vì lý do này mà có rất nhiều sinh viên đã tìm đến cơ hội nghề nghiệp ở các công ty khởi nghiệp bởi những nơi đó đáp ứng được tiêu chí mà họ đặt ra."

"Tại Hàn Quốc, có rất nhiều trường hợp, kinh nghiệm của người lao động khi làm việc ở các công ty vừa và nhỏ không được công nhận một cách xứng đáng. Trong khi đó, ở Mỹ, đặc biệt ở thung lũng Silicon, người ta chỉ chú trọng đến bản thân công việc và thành quả lao động, do đó thậm chí kinh nghiệm làm việc ở các công ty khởi nghiệp còn được đánh giá cao hơn so với kinh nghiệm làm việc ở các tập đoàn lớn. Người lao động luôn được nhìn nhận một cách xứng đáng cho dù họ làm việc ở các công ty nhỏ. Điều này giúp giảm bớt những lo lắng của sinh viên khi lựa chọn nơi làm việc."

Đào tạo nghề nghiệp ở bậc đại học là "cho sinh viên biết rằng cuộc sống có rất nhiều nghề nghiệp tốt", thay vì "đưa sinh viên đến những nơi làm việc tốt". Điều đó cũng đồng nghĩa với việc cho sinh viên biết rằng họ có thể thay đổi công việc nhiều lần trong suốt cuộc đời mình và giải thoát họ khỏi suy nghĩ ám ảnh rằng chỉ một công việc phù hợp ngay sau khi tốt nghiệp đại học mới có thể đảm bảo cho họ một tương lai ổn định. Triết lý giáo dục định hướng nghề nghiệp của Đại học Stanford là giúp sinh viên có được một thế giới quan nghề nghiệp rộng mở.

"Tôi nghĩ rằng mình đã thay đổi đáng kể trong suốt 6 năm học tại Stanford. Nếu như khi còn ở Hàn Quốc, tiêu chuẩn lựa chọn nghề nghiệp của tôi là tiền bạc, địa vị, danh tiếng thì giờ đây tôi dành nhiều ưu tiên hơn cho niềm vui, đam mê và hạnh phúc. Không cần quan tâm tới ánh nhìn của người khác và một công việc không chính thức cũng không sao cả nếu như đó thực là 'sự nghiệp tương lai' của tôi."

Hiện nay, chỉ có khoảng 30% sinh viên Hàn Quốc tốt nghiệp đại học sau 4 năm. Lý do sinh viên chưa muốn tốt nghiệp ngay bởi họ cần thêm thời guan để chuẩn bị tìm việc. Tuy nhiên, có tới 75,4% số người tốt nghiệp đại học thôi việc chỉ sau 2 năm đi làm[1]. Nguyên nhân thôi việc lớn nhất chiếm 43,1%[2] là do "Không thích ứng được với môi trường làm việc và công việc". Dấu hiệu dự báo của các con số thống kê trớ trêu này hết sức rõ

ràng. Giáo dục đại học cần phải được bắt đầu bằng việc định hướng nghề nghiệp cho sinh viên thay vì chạy theo thành tích. Sinh viên của Đại học Stanford tỏa sáng không nhờ tấm bằng tốt nghiệp nổi bật mà bằng dũng khí theo đuổi nghề nghiệp của họ. Đây chính là thứ dũng khí chúng ta cần phải học tập. Học sâu, nghĩ rộng, tương lai rộng mở! Và cuối cùng, hãy dũng cảm đối đầu với thử thách!

---

[1]. Tài liệu điều tra của Viện Thông tin Việc làm Hàn Quốc năm 2010.

[2]. Tài liệu *Điều tra tình hình thực tế tuyển dụng nhân lực mới và nhân lực có kinh nghiệm năm 2012* của Hiệp hội Sử dụng Lao động Hàn Quốc.

Có công mài sắt có ngày nên kim!

Các hội chợ việc làm lớn nhỏ liên tục được tổ chức tại đại học Stanford. Trong số đó, Triển lãm Nghề nghiệp các Doanh nghiệp Khởi nghiệp Startup 101 (Startup 101 Entrepreneur Career Expo) là một hội chợ việc làm nơi các công ty khởi nghiệp ở thung lũng Silicon có thể giới thiệu về hình thức kinh doanh của mình và tìm kiếm nhân tài cho công ty. Đây là hội chợ việc làm do Trung tâm Phát triển Nghề nghiệp Stanford chủ trì và tổ chức 15 lần mỗi năm, nhưng kỳ hội chợ nào cũng chứng kiến sự cạnh tranh quyết liệt giữa các doanh nghiệp tham gia. Hội chợ lần này có sự tham gia của 90 doanh nghiệp. Với đông đảo các đơn vị tham gia như vậy, chỉ riêng việc đi dạo một vòng quanh khu vực diễn ra triển lãm cũng là một trải nghiệm việc làm quý báu, giúp sinh viên có cơ hội được mở mang về những ngành nghề họ chưa hề biết đến.

Lisa, hiện đang học thạc sĩ năm thứ hai tại Đại học Stanford cũng đến với hội chợ lần này.

"Thực ra tôi không đến đây để tìm kiếm một công việc cụ thể nào. Như mọi người đều đã biết rõ, thung lũng Silicon là nơi khởi nguồn các ý tưởng sáng tạo, đổi mới và cũng là cái nôi của các công ty mạo hiểm trên thế giới. Chính vì vậy, tôi tới đây để tìm hiểu về các ý tưởng đổi mới vô cùng đa dạng đang được các công ty thử nghiệm. Gặp gỡ những người có đam mê với công việc và có khát vọng thay đổi thế giới bằng công việc mà họ đang làm sẽ giúp tôi có thêm cảm hứng trong cuộc sống. Tất cả các doanh nghiệp đang tạo ra những ảnh hưởng lớn trên toàn thế giới thông qua các ý tưởng đổi mới sáng tạo đều tập trung tại đây. Tôi nghĩ rằng họ đều tìm đến sinh viên của Đại học Stanford với cùng một lý do. Đây là một nơi rất tốt để tìm hiểu về các doanh nghiệp cũng như các ngành công nghiệp liên quan và là một cơ hội thuận lợi để tìm việc và xây dựng mối quan hệ xã hội."

Câu chuyện giữa những nhà quản lý nhân sự của các doanh nghiệp tham gia hội chợ quả nhiên cũng tiếp nối những suy nghĩ này.

"Thông thường, khi tổ chức ra các cuộc tuyển dụng hay phỏng vấn, từ những người làm việc ở bộ phận nhân sự của công ty cho tới ứng viên dự thi đều trong trạng thái căng thẳng và thăm dò lẫn nhau, khiến bầu không khí trở nên vô cùng cứng nhắc. Tuy nhiên, mọi chuyện hoàn toàn khác khi ở Triển lãm Nghề nghiệp các Doanh nghiệp Khởi nghiệp Startup 101. Chúng tôi không đến đây với quyết tâm nhất định phải tìm được nhân tài về cho công ty, chính niềm vui khi được gặp gỡ với những kỹ sư trẻ thông minh, tỏa sáng đã thu hút chúng tôi đến với nơi này. Tôi cũng là một người từng nhận bằng thạc sĩ tại Đại học Stanford. Sau đó, tôi đã làm việc tại Google nhưng rồi nhận ra rằng mình muốn làm một điều gì đó khác hơn chỉ là một nhân viên bình thường trong một công ty lớn như vậy. Cuối cùng, tôi chọn làm việc cho một công ty kinh doanh mạo hiểm. Và giờ đây, tôi muốn các bạn trẻ cũng được biết tới những ưu điểm của một công ty kinh doanh mạo hiểm."

Hàng năm, các trường đại học của Hàn Quốc cũng tổ chức vô số những hội chợ việc làm lớn, nhỏ. Tuy nhiên, thiết nghĩ, nếu các bạn sinh viên không tự nhận thức được rõ ràng quan điểm nghề nghiệp của bản thân thì việc tìm đến các hội chợ việc làm một cách thiếu kế hoạch như vậy sẽ chỉ khiến các bạn bị nhiễu loạn phương hướng hơn.

Người xưa có câu "Biết địch biết ta, trăm trận trăm thắng". Liệu điều này có thể cho chúng ta câu trả lời về "sự nghiệp tương lai"? Nhận thức chính xác tình hình hiện tại của bản thân và tích cực tìm kiếm thông tin về công ty mà mình muốn làm việc chắc chắn sẽ giúp bạn rút ngắn được khoảng cách giữa hai phía, đồng thời hạn chế được những sai lầm không đáng có trên hành trình tìm kiếm cơ hội việc làm. Hãy nhớ: "Có công mài sắt có ngày nên kim". Chỉ cần bạn đầu tư một phần mười quỹ thời gian thường dùng để ôn chứng chỉ cho việc tới gõ cửa các trung tâm việc làm, hay tham gia vào một hội chợ việc làm nhỏ, và tiếp tục duy trì không ngừng nghỉ hành trình khám phá nghề nghiệp này, thì chắc chắn đến một lúc nào đó bạn sẽ tìm thấy một công việc hoàn toàn phù hợp với bản thân.

Đức: Hội chợ thực tập và công ty karcher & Lufthansa Technik

NHỮNG THANH NIÊN CHĂM CHỈ HỌC TẬP TRONG CÔNG XƯỞNG

"Suy nghĩ cho rằng học tập thông qua lao động tại công xưởng khiến việc học trở nên vất vả hoàn toàn chỉ là một định kiến. Và xét cho cùng thì việc học tập chẳng bao giờ dễ dàng cả."

— IAN —

(Thực tập sinh tại Lufthansa Technik)

Đức được biết đến là một trong những quốc gia xây dựng được chương trình đào tạo nghề nghiệp thành công nhất trên thế giới. Có thể nói đào tạo nghề chính là bí quyết giúp đất nước này sản sinh ra rất nhiều "nhà vô địch ẩn danh". Ở khắp nơi trên lãnh thổ Đức, rất nhiều con người tài năng đang thể hiện vai trò không thể thiếu của mình tại nơi họ làm việc. Đây chính là lý do để cả thế giới phải công nhận rằng "Nếu bỏ qua đào tạo nghề thì không thể chắc chắn điều gì về sự phát triển của nước Đức." Tại quốc gia này, có rất nhiều trường hợp các thợ kỹ thuật tốt nghiệp cấp ba thậm chí còn nhận được sự ưu đãi lớn hơn so với những người đã tốt nghiệp đại học. Chính phủ Đức quy định đào tạo nghề là chương trình đào tạo bắt buộc mà tất cả người dân Đức đều phải tiếp nhận. Bên cạnh đó, bằng việc áp dụng "chế độ thợ lành nghề", Đức hiện đang đào tạo nên các kỹ sư hàng đầu trên thế giới. Tất cả những điều này đang giúp cho Đức hình thành và duy trì được một nền tảng đào tạo kỹ thuật vô cùng vững chắc trên quy mô toàn xã hội. Nhờ đó, tỷ lệ thất nghiệp của Đức chỉ ở mức 5,5%, trong khi đó, tỷ lệ thất nghiệp tính riêng đối với thanh niên chỉ dừng lại ở 7,7%. Con số này thấp hơn rất nhiều so với tỷ lệ thất nghiệp của toàn khu vực sử dụng đồng tiền chung châu Âu là 12% và tỷ lệ thất nghiệp ở thanh niên là 24%[1]. Hệ thống giáo dục đề cao tính thực tiễn của Đức đã ngăn chặn được vấn đề thiếu việc làm và tình trạng thất nghiệp ở những lao động trình độ cao khi phần lớn học sinh tốt nghiệp phổ thông lựa chọn phương thức đào tạo nghề nghiệp thay vì giáo dục đại học.

---

[1]. Theo tài liệu công bố của Cơ quan Thống kê châu Âu.

Trong khi đó, mặc dù hiện nay ở Hàn Quốc có tới hơn 300.000 thanh niên bị gắn mác thất nghiệp nhưng các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn không ngừng than thở về những khó khăn trong quá trình tuyển dụng lao động. Giới trẻ thì không thể kiếm được việc làm, còn các doanh nghiệp vừa và nhỏ luôn phải chật vật chống chọi với tình cảnh thiếu hụt nhân tài. Chính những khác biệt trong nhận thức về giá trị nghề nghiệp và mức thu nhập là nguyên nhân khiến thị trường lao động Hàn Quốc rơi vào hoàn cảnh trớ trêu như hiện nay. Tuy nhiên, trong hoàn cảnh này, chúng ta không thể chỉ trích giới trẻ một cách vô căn cứ. Nếu xã hội không thay đổi định kiến về việc xem nhẹ các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như công việc của các thợ kỹ thuật, thì chúng ta sẽ không bao giờ thoát khỏi nghịch lý này. Để hạn chế những mâu thuẫn trong vấn đề nhận thức như trên, Đức đã tiến hành chương trình đào tạo nghề cho trẻ em từ khi còn rất nhỏ và tạo nên mối liên kết gữa trường học với doanh nghiệp để đào tạo nên những học viên học nghề. Chính phủ Đức đang thi hành một chính sách thực tập độc đáo hướng tới việc các công ty không chỉ là nơi để làm việc mà còn là môi trường học tập lý tưởng. Chính sách thực tập này đang được đề xuất như một phương thuốc mới giúp toàn thế giới thoát khỏi vấn nạn việc làm.

Những thanh thiếu niên tìm kiếm “sự nghiệp tương lai” thay vì bước chân vào trường đại học

Không gian rộng lớn của Trung tâm Triển lãm Frankfurt (Đức) trở nên ồn ào, huyên náo bởi sự có mặt của đông đảo các bạn thanh thiếu niên. Các bạn trẻ này đang có mặt tại đây trong khuôn khổ các hoạt động của Azubi, sự kiện được tổ chức hàng tháng trên toàn bộ lãnh thổ nước Đức và cũng là một trong số những hội chợ tuyển dụng thực tập sinh có quy mô lớn nhất dành cho đối tượng thanh thiếu niên. Đây là cơ hội để các doanh nghiệp giới thiệu về những hoạt động kinh doanh và chương

trình đào tạo của mình, đồng thời cũng là nơi các bạn thanh thiếu niên có thể tìm thấy thông tin về tầm nhìn, cơ hội học tập và môi trường làm việc của các công ty. Một cuộc cạnh tranh nảy lửa nhằm thu hút được sự quan tâm của giới trẻ đang diễn ra giữa 80 doanh nghiệp tham gia hội chợ lần này.

"Sau khi tham gia vào chương trình đào tạo thực tập sinh kéo dài 3 năm của chúng tôi, các học viên sẽ có cơ hội được làm việc trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn. Nhưng cho đến nay, cơ hội này vẫn chưa được nhiều bạn trẻ biết tới. Hiện nay ở Đức, ngành kinh doanh khách sạn không nhận được sự đánh giá cao của xã hội. Kinh doanh khách sạn vẫn bị coi là ngành mang lại thu nhập thấp, điều kiện làm việc không hấp dẫn do thường xuyên phải làm việc vào cuối tuần và cả trong dịp lễ Giáng sinh. Tuy nhiên, thực tế hoàn toàn không phải như vậy. Vì vậy, thông qua cơ hội này chúng tôi muốn giúp các bạn thanh thiếu niên biết rằng ngành dịch vụ khách sạn cũng có thể mang lại rất nhiều cơ hội nghề nghiệp tốt."

Đối tượng tham gia vào hoạt động này chủ yếu là các học sinh độ tuổi từ 14 đến 18. Sự kiện được rất nhiều thanh thiếu niên còn thiếu kinh nghiệm nghề nghiệp và sinh hoạt xã hội quan tâm tìm đến cùng với cha mẹ hoặc giáo viên dạy nghề của mình. Đối với các bạn trẻ này, tìm việc không có nghĩa là làm gián đoạn việc học hành, bởi hệ thống học tập trọn đời được thiết lập trong các công sở của Đức sẽ đảm bảo cho người lao động cơ hội học tập không giới hạn.

Janze, giáo viên dạy nghề, có một cô con gái đang học cấp ba. Hôm nay, cô cũng đưa con gái đến hội chợ để tìm hiểu về các cơ hội nghề nghiệp.

"Tôi nghĩ rằng việc cung cấp các thông tin về thế giới nghề nghiệp vô cùng đa dạng cho thế hệ thanh thiếu niên là điều hết sức quan trọng. Đa số các bạn trẻ ngày nay đều không biết rằng có vô số các cơ hội nghề nghiệp đang chờ họ lựa chọn trong

tương lai. Tôi cho rằng việc thu thập thông tin về những công việc mình yêu thích để có thể phát huy khả năng của bản thân và tìm hiểu cụ thể về các khóa đào tạo có liên quan tới lĩnh vực đó là điều rất có ý nghĩa với các em học sinh."

Bên cạnh đó, Xandre (17 tuổi) đã hoàn toàn thay đổi suy nghĩ về tương lai sau khi cùng bố đến hội chợ lần này.

"Tôi dự định sẽ học đại học sau khi tốt nghiệp phổ thông, nhưng khi được biết rõ hơn về các khóa huấn luyện nghề của các công ty, tôi đang cân nhắc giữa việc tiếp tục học đại học và học nghề. Bởi vẫn có cơ hội để học đại học ngay cả khi tôi đã chọn con đường học nghề."

Người Đức hoàn toàn nghiêm túc khi cân nhắc về lựa chọn học nghề thay cho học đại học. Bởi họ vốn được cả thế giới biết đến bởi tinh thần làm việc cao độ và thái độ nghiêm túc, triệt để trong vấn đề trù bị cho tương lai. Trong khi đối với người Hàn Quốc, chế độ tập sự vốn bị coi là hình ảnh tượng trưng tiêu biểu nhất cho sự bóc lột lao động với đồng lương ít ỏi; thì đối với giới trẻ Đức, chế độ tập sự là xuất phát điểm thuận lợi và cũng là đại diện tiêu biểu nhất cho một hệ thống giáo dục hướng nghiệp đáng tin cậy hiện đang chịu trách nhiệm đào tạo nghề nghiệp cho thanh thiếu niên Đức.

Chế độ tập sự - Tiền đề cho hành trình cùng phát triển của thanh niên và doanh nghiệp

Công ty chuyên sản xuất máy hút bụi chân không Karcher là doanh nghiệp điển hình cho những "nhà vô địch ẩn danh" của Đức. Karcher là công ty được biết đến với nhiệm vụ làm sạch bốn khuôn mặt khắc đá khổng lồ của các Tổng thống Mỹ trên núi Rushmore của Mỹ và Tháp Seoul của Hàn Quốc. Karcher cũng là công ty đã tạo dựng được lòng tin của người sử dụng bởi các sản phẩm có chất lượng tốt, đồng thời đang gây ấn tượng

mạnh bởi con số rất lớn các sản phẩm được bán ra thị trường. Được biết, kỹ thuật chính là yếu tố cốt lõi quyết định khả năng cạnh tranh của Karcher, do đó, công ty ngày càng chú trọng tới sự nghiệp đào tạo nhân tài. Karcher bắt đầu thực hiện mô hình giáo dục liên kết giữa trường học và doanh nghiệp kể từ năm 1977. Nhưng trên thực tế, các chương trình đào tạo nghề tại chức dành cho những người vừa học đại học vừa đi làm đã sớm được hãng này đưa vào áp dụng từ những năm 1960. Sarchman, người đã có 35 năm làm việc tại Karcher, chính là một trong những người được hưởng lợi từ hệ thống giáo dục này.

"Công ty của chúng tôi có rất nhiều nhân viên bắt đầu được tiếp nhận chương trình đào tạo nghề nghiệp từ khi còn là thanh thiếu niên và vẫn đang tiếp tục làm việc tại đây trong suốt hơn 30–40 năm qua. Phần lớn các thợ lành nghề, nhóm trưởng cho tới các kỹ sư làm việc tại đây đều trải qua một quá trình tương tự. Những người làm việc lâu năm như tôi còn đảm trách thêm nhiệm vụ hướng dẫn, đào tạo cho những nhân viên tập sự mới vào công ty."

Thông thường, đào tạo nghề là một quá trình cần rất nhiều thời gian và chi phí, do đó thường phải chờ đợi khá lâu mới có thể gặt hái được thành quả. Bởi vậy, việc thực hiện và duy trì không ngừng một chương trình đào tạo quy mô lớn như vậy là điều không hề đơn giản đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào. Chính vì vậy, nhiều doanh nghiệp lựa chọn thuê ngoài như một biện pháp dễ dàng, nhanh chóng nhất để cắt giảm chi phí sản xuất và giải quyết vấn đề nhân lực trong thời gian ngắn. Thế nhưng, đâu là lý do để Karcher vẫn kiên định với hướng đi đào tạo nghề cho nhân viên ngay trong công ty mà không hề cân nhắc tới chiến lược thuê ngoài? Đề cập tới vấn đề này, kỹ sư Felix trả lời không chút do dự.

"Không thể chắc chắn rằng doanh nghiệp sẽ tiết kiệm được bao nhiêu chi phí nếu sử dụng nhân lực thuê ngoài. Trong khi đó, toàn bộ chi phí dùng để đầu tư cho việc đào tạo giới trẻ sẽ được

hoàn lại nếu họ tiếp tục cống hiến cho công ty sau khi đã được đào tạo một cách đầy đủ và bài bản."

Điều này có nghĩa là, ngay cả khi xét tới khía cạnh chi phí, thì thuê ngoài cũng chỉ là một biện pháp thiếu tính xác thực. Trong khi đó, khi xét tới khía cạnh chất lượng nhân lực thì tự đào tạo nhân lực lại có thể đảm bảo cho doanh nghiệp một kết quả chắc chắn hơn nhiều. Các nhà quản lý ở đây cũng có lý do để tin tưởng vào chế độ tập sự, bởi thực tế đã chứng minh rằng quá trình đào tạo nghề nghiệp lâu dài luôn mang lại thành quả vô cùng rõ rệt. Hartmut Jenner, CEO của Karcher, là một người nhìn xa trông rộng khi nhấn mạnh tầm quan trọng hàng đầu của việc luôn hoàn thành các kế hoạch. Theo ông, đào tạo nghề tạo ra những nhân tài thực sự cho công ty. Điều này đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng cao cho doanh nghiệp, bởi vòng tuần hoàn khép kín giữa niềm tin của doanh nghiệp và năng lực của nhân viên sẽ dẫn tới sự gắn bó lâu dài của nhân viên với doanh nghiệp. Đứng ở lập trường của doanh nghiệp, thay vì tuyển dụng những nhân lực có kinh nghiệm kỹ thuật ở bên ngoài thì hệ thống tự đào tạo và tuyển dụng lực lượng lao động trẻ là biện pháp tối ưu để đảm bảo chất lượng của nguồn nhân lực.

Chế độ tập sự lấy đào tạo nghề làm nền tảng có ý nghĩa rất lớn trong việc mang lại sự ổn định cho cả người lao động và người sử dụng lao động. Mô hình việc làm này không chỉ khắc phục được nhược điểm của bậc đào tạo đại học trong việc đảm bảo công việc ổn định cho người lao động, mà còn giúp người lao động nhận được ưu đãi xứng đáng. Với những ưu điểm này, hiện nay chế độ tập sự đang thu hút được sự quan tâm rất lớn của giới trẻ Đức. Mario Boero, một thanh niên mới trở thành nhân viên chính thức của Karcher cách đây một năm, nói về thời gian tập sự của anh tại đây.

"Tôi được đào tạo tại đây trong vòng 6 tháng, nhưng cũng có những trường hợp thời gian tập sự kéo dài hơn. Theo kinh

nghiệm của cá nhân tôi, những người được đào tạo trong thời gian dài sẽ thích ứng tốt hơn trước những thay đổi. Họ đã làm việc ở mọi bộ phận trong công ty và hiểu rất rõ công việc. Họ có thể làm tốt ngay cả những việc tưởng chừng như không hề phù hợp với tính cách của họ. Tất cả đều nhờ vào chương trình đào tạo hết sức đa dạng của công ty. Bản thân tôi mặc dù là một kỹ sư nhưng cũng từng được công ty đào tạo về công nghệ truyền thông. Môi trường làm việc này giúp tôi có một cuộc sống ổn định và dư dả về mặt tài chính, nhưng điều khiến tôi hài lòng nhất khi làm việc ở đây vẫn là cơ hội vừa học vừa làm không giới hạn mà công ty mang lại."

Khi đánh giá về giá trị nghề nghiệp, khả năng phát triển bản thân là yếu tố quan trọng không hề thua kém yếu tố thu nhập cao và điều kiện lao động ổn định. Các bạn trẻ làm việc tại Karcher tuy không được trải nghiệm những kỷ niệm lãng mạn thời sinh viên nhưng lại có cơ hội được vun đắp cho tương lai trong môi trường làm việc thực tế sớm hơn, nhanh hơn. Và trong quá trình đó, họ không ngừng trưởng thành cùng với sự phát triển của công ty. Đây chính là lý do giúp nền kinh tế Đức vẫn phát triển ổn định cho dù nước này không sở hữu nhiều trường đại học nổi tiếng thế giới như Đại học Stanford của Mỹ. Nhìn vào thành công của Đức, có lẽ chúng ta cần tới một cuộc đại phẫu để thay đổi toàn bộ chế độ tập sự hiện nay đang quá rẻ rúng và dễ dàng gạt bỏ sức lao động của thế hệ trẻ.

Công việc mang lại hạnh phúc tương xứng với công sức lao động thay vì dựa vào bảng thành tích

Lufthansa Technik vừa là trung tâm kiến tập vừa là cơ quan làm việc của Lufthansa – hãng hàng không hàng đầu của Đức. Tại đây có khoảng 800 người đang bước vào quá trình thực tập và ấp ủ cho ước mơ trở thành kỹ sư chuyên ngành. Quá trình huấn luyện, đào tạo chính thức của Lufthansa kéo dài trong 42 tháng

và được tiến hành thông qua các đơn vị hợp tác trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo việc làm. Mỗi năm các thực tập sinh sẽ được đào tạo về lý thuyết trong thời gian 12 tuần tại trường đào tạo nghề; kết thúc thời gian này, họ được chuyển tới địa điểm làm việc để đào tạo cơ bản; trong thời gian còn lại, thực tập sinh sẽ được các kỹ sư của Lufthansa Technik hướng dẫn kỹ thuật ngay tại nơi làm việc. Phần lớn các thực tập sinh đều trong độ tuổi từ 16 đến 20, thời điểm thích hợp nhất để tiến hành đào tạo một cách có hệ thống cho tới khi họ có thể nhận được lương từ công việc thực tế của mình. Markis Farman, một trong các quản lý tại đây cho biết chế độ tập sự đào tạo thanh niên thành các kỹ thuật viên như vậy mang lại lợi ích lớn hơn cho doanh nghiệp.

> *"Chúng tôi trả lương tháng cho học viên. Đứng từ lập trường của công ty thì việc này cũng là một hình thức đầu tư. Bởi hoàn thành một nửa thời gian khóa học là học viên đã có thể làm việc và cống hiến phần nào công sức cho công ty. Sau khi hoàn thành toàn bộ khóa học họ đã có thể có được thu nhập từ công việc chính thức tại công ty với tư cách những kỹ thuật viên lành nghề. Những học viên này hiểu rất rõ về cơ cấu tổ chức cũng như các hệ thống, thủ tục liên quan và hệ thống chất lượng của công ty. Do đó, ngay khi bắt tay vào công việc, họ sẽ xuất phát trong một tư thế hoàn hảo nhất, đáp ứng đầy đủ các tố chất của một kỹ sư cơ khí chuyên nghiệp."*

Các học viên của Lufthansa đều tán đồng với ý kiến cho rằng điều tuyệt vời tại Lufthansa là họ được học tập trong một môi trường đúng với nguyện vọng.

> *"Lý do tôi lựa chọn khóa thực tập ở đây là bởi nơi này mang lại cơ hội không thể có được ở bất kỳ nơi nào khác. Không dễ gì có được cơ hội thực hành trực tiếp trong những chiếc máy bay thực sự. Điều này giúp chúng tôi tích lũy được thêm rất nhiều kinh nghiệm mới mẻ, hoàn toàn khác với việc học tập qua giáo trình hay tranh ảnh."*

Đúng như nhận định của đa số học viên, điểm hấp dẫn nhất của khóa đào tạo tại Lufthansa chính là môi trường học tập bám sát với thực tế công việc. Tuy nhiên, liệu có đôi chút đáng tiếc khi thời thanh xuân của các bạn trẻ tại đây lại trôi qua bên những cỗ máy và các loại trang thiết bị hay không?

"Đương nhiên những ai tiếp tục học đại học sẽ có nhiều thời gian rảnh rỗi hơn. Nhưng họ cũng có nhiều việc cần làm để chuẩn bị cho hành trình tìm kiếm việc làm hơn. Ngoài việc học tập ở trường, bạn bè của tôi còn phải dành ra hai, ba tiếng mỗi ngày để bổ sung những kiến thức cần thiết khi xin việc. Trong khi đó, mỗi ngày tôi tập trung toàn bộ sức lực để học tập những kiến thức thực tế phục vụ cho công việc sau này chỉ trong tám tiếng đồng hồ. Tổng kết lại thì thực tế là chúng tôi học được nhiều hơn. Suy nghĩ cho rằng học tập thông qua lao động tại công xưởng khiến việc học trở nên vất vả hoàn toàn chỉ là một định kiến. Và xét cho cùng thì việc học tập chẳng bao giờ dễ dàng cả."

Đối với Ian (22 tuổi) cuộc sống của một thực tập sinh như hiện tại không phải là lựa chọn thay thế sau thất bại với ý định vào đại học. Đây chỉ là một trong những nấc thang cần phải bước tiếp để hướng tới mơ ước và sự nghiệp. Sau khi khóa học căng thẳng này kết thúc, Ian còn phải tham gia vào một kỳ thi và vượt qua thêm một vòng kiểm tra nữa để trở thành kỹ sư. Bởi vậy, cá tính của bản thân và động cơ đến với công việc còn quan trọng hơn tất cả. Chính vì vậy, đối với một người có mơ ước trở thành kỹ sư máy bay như Christopher thì làm việc tại đây chính là cách để biến mơ ước ấy trở thành hiện thực.

"Tôi rất hài lòng khi được trực tiếp làm việc với những chiếc máy bay. Mỗi ngày đều có những vấn đề mới phát sinh, do vậy tôi không bao giờ có cảm giác tẻ nhạt vì phải lặp đi lặp lại một công việc nào đó. Đối với tôi, đây là điều quan trọng nhất. Có lẽ tôi có thể gắn bó với công việc này trong suốt nhiều năm mà không bao giờ cảm thấy nhàm chán."

Điều quan trọng nhất khi thực hiện các cuộc điều tra, khảo sát về mơ ước nghề nghiệp trong tương lai của thanh thiếu niên là phải tìm hiểu xem công việc nào có thể giúp họ phát huy năng lực và tạo được sự hứng thú. Trên thực tế, Hàn Quốc cũng đã tiếp nhận một cách tích cực mô hình giáo dục của Đức thông qua việc thành lập các trường cấp ba đào tạo nghề. Tuy nhiên, hoàn toàn sai lầm nếu tin rằng chỉ cần xây dựng các trường học với mô hình tương tự là có thể có được thành công như Đức. Quản lý tại Lufthansa, Makis Farman, cho biết, có rất nhiều nhiệm vụ cần phải giải quyết trước khi áp dụng mô hình giáo dục liên kết được học tập từ thị trường lao động của Đức.

> *"Từ khi được áp dụng lần đầu vào năm 1965, tính đến nay, chương trình đào tạo việc làm của Lufthansa đã vượt qua một chặng đường lịch sử gần 50 năm. Có thể thấy rằng, trên thực tế, chưa từng có một tiền lệ nào sánh được với truyền thống này. Rất nhiều vấn đề xuất phát từ nhiều phương diện khác nhau cần giải quyết trước khi đưa chương trình đào tạo việc làm như vậy vào áp dụng. Một trong số đó là nhiệm vụ thay đổi nhận thức của xã hội bắt đầu từ những vấn đề mang tính thực tiễn như chi phí, rồi từ vấn đề đầu tư cho tới việc đào tạo ra những giảng viên có trình độ chuyên môn cao. Việc tiếp thu mô hình giáo dục của Đức chỉ có thể thực hiện nếu các bạn xây dựng được một nền tảng tổ chức toàn diện như vậy. Chỉ khi hoàn thành được nhiệm vụ này, chúng ta mới có thể hy vọng vào những thành quả đạt được trong tương lai."*

Thông qua một khóa thực tập lấy nền tảng là đào tạo việc làm, thế hệ trẻ của Đức đang vun đắp hạnh phúc từ những giọt mồ hôi đến từ sức lao động chân chính, thay vì từ đánh giá của một bảng xếp hạng nào đó. Khi chúng ta không còn phải chứng kiến dáng vẻ mệt mỏi vì công việc kiếm tiền của người lao động, khi ngày càng có nhiều hơn những người lao động được sống với ước mơ, thì xã hội, doanh nghiệp và đất nước có thể phát triển mà không phải chà đạp lên nỗi đau của con người. Khi nhắc tới "thực tập", một đất nước nào đó bàn về "hy vọng", trong khi một

đất nước khác nói về "bóc lột". Giờ đây, chúng ta đã tìm ra hướng đi để giải quyết vấn đề việc làm. Liệu ngày hôm nay của các bạn trẻ đang tu chí học nghề trong các xưởng công nghiệp của Đức có phải là ngày mai mà chúng ta đang hướng tới?

Hà Lan: ECABO & AEQUOR

HOÀN THIỆN THỰC TẾ GIÁO DỤC VỚI CHẾ ĐỘ PHÚC LỢI VIỆC LÀM

"Học sinh Hàn Quốc đang lãng phí 15 tiếng đồng hồ mỗi ngày ở trường và các trung tâm đào tạo để tiếp thu những kiến thức không cần thiết cho tương lai và lãng phí thời gian vì những nghề thậm chí không hề tồn tại."

— ALVIN TOFFLER —

(Học giả theo chủ nghĩa vị lai)

Nền giáo dục đại học của Mỹ tạo ra mối liên kết giữa học tập và tìm việc ngay trong nhà trường. Trong khi đó, chế độ tập sự của Đức đang hỗ trợ đào tạo việc làm ngay trong công xưởng sản xuất của các doanh nghiệp. Vậy, với những bạn trẻ không thuộc về trường đại học cũng như doanh nghiệp, họ có thể học tập ở đâu? Câu trả lời nằm ở Hà Lan, nơi vừa là thiên đường của những công việc không chính thức, vừa là kho báu của đào tạo việc làm. Lý do để chính phủ Hà Lan ngày nay chú trọng vào đào tạo việc làm xuất phát từ ký ức đau thương trong quá khứ. Đầu thập niên 80, thế giới từng biết đến một Hà Lan với nền kinh tế chậm phát triển và phải đối mặt với những khó khăn nghiêm trọng, thị trường việc làm rơi vào hỗn loạn. Vào thời điểm đó, khó khăn lớn nhất đối với các doanh nghiệp Hà Lan là sự thiếu hụt lao động có trình độ. Đây cũng chính là thời điểm Hà Lan

bắt đầu tiến lên và đi tiên phong trong lĩnh vực giáo dục và đào tạo việc làm.

Ở Hà Lan, cho dù thất nghiệp, chỉ cần bạn có khả năng lao động thì vẫn có thể nhận được trợ cấp sinh hoạt nếu tham gia vào các chương trình đào tạo việc làm. *"Bất cứ ai cũng có quyền được làm việc. Chính phủ sẽ không trợ cấp phúc lợi xã hội cho những ai không chịu lao động cho dù hoàn cảnh vẫn cho phép họ làm việc. Thay vào đó, xã hội sẽ chịu trách nhiệm về vấn đề này và bồi dưỡng khả năng lao động cho họ."* Đây là khẩu hiệu của chế độ phúc lợi việc làm, trọng tâm trong chính sách giáo dục nghề nghiệp của Hà Lan. Tại Hà Lan, đại học và doanh nghiệp là các cơ quan xã hội đi đầu trong hoạt động hỗ trợ đào tạo việc làm đối với thế hệ trẻ.

Trung tâm Tri thức Nghề nghiệp và Cuộc sống Xã hội (ECABO): "Trước tiên, hãy trang bị cho bản thân tư cách làm việc!"

Ở Hà Lan, tỷ lệ xin việc thành công thông qua đào tạo việc làm là rất cao. Bởi các trung tâm đào tạo việc làm có mặt ở tất cả các địa phương và đang thúc đẩy hoạt động tìm kiếm việc làm của thanh niên thất nghiệp trên mọi phương diện. Trong số đó, Trung tâm Tri thức Nghề nghiệp và Cuộc sống Xã hội (ECABO) là trung tâm đào tạo việc làm có quy mô lớn nhất. Đây là nơi được trang bị đầy đủ về hệ thống cơ sở hạ tầng, đạt tiêu chuẩn của một trường đại học tổng hợp và không bao giờ vắng bóng học viên. Những học viên tìm tới nơi này ở đủ mọi lứa tuổi, với những lý do cũng rất đa dạng. Từ các bạn trẻ lần đầu xin việc hay những người muốn thay đổi công việc, cho tới những người muốn thoát khỏi tình trạng thất nghiệp, và cả những người quyết tâm học tập lại từ đầu. Hiện nay, với tổng cộng 17 trung tâm đào tạo trên toàn lãnh thổ Hà Lan, mục tiêu đào tạo của ECABO là hòa nhịp với những thay đổi của thị trường lao động. Điều này cho thấy hướng đi chính của ECABO là tạo ra sự kết nối giữa đào tạo việc làm với cuộc sống xã hội.

"Chúng tôi tin rằng đào tạo việc làm tạo ra những ảnh hưởng rất lớn đến cuộc sống xã hội. Nếu không như vậy thì sẽ xuất hiện những người tìm việc không thể tiếp thu những kỹ thuật mà thị trường lao động yêu cầu. Chúng tôi đang nỗ lực hết mình để giúp cho người tìm việc có được những khả năng mà xã hội đang cần đến và cuối cùng giúp họ cập bến an toàn ở những nơi cần tới họ."

Hiện nay, trung tâm này đang đảm nhận hai nhiệm vụ quan trọng. Nhiệm vụ thứ nhất là trang bị cho người tìm việc những kỹ năng chuẩn mực, giúp họ hòa nhập với cuộc sống xã hội. Theo đó, cần phải đưa ra hướng dẫn cụ thể cho người tìm việc từ những phép lịch sự trong quan hệ xã hội và trong mối quan hệ với đồng nghiệp ở nơi làm việc, cho tới những vấn đề nhỏ hơn như các kỹ năng cần thiết trong sinh hoạt tập thể. Nhiệm vụ thứ hai là hỗ trợ tìm kiếm cơ hội tập sự. Tức là không chỉ dừng lại ở việc đào tạo ra các học viên có tư cách làm việc, mà còn phải tạo ra cầu nối cho học viên với các doanh nghiệp cần tới họ. Trên thực tế, năm 2012, trong số 500.000 học viên hoàn thành chương trình đào tạo của Trường Đào tạo Nghề MBO (Trường Cao đẳng Nghề Hà Lan) thì có tới 80.000 người từng nhận được sự hỗ trợ của ECABO. Trong đó có tới hơn 30% học viên tốt nghiệp tại MBO tìm được việc làm ngay sau khi tốt nghiệp. ECABO là trung tâm đang hoạt động tích cực tại Hà Lan trong lĩnh vực giải quyết vấn đề việc làm cho giới trẻ thông qua hỗ trợ đào tạo và tìm kiếm việc làm. Ngày nay, ECABO không chỉ dừng lại ở thị trường trong nước mà còn mở rộng phạm vi hỗ trợ tìm kiếm việc làm ra bên ngoài biên giới Hà Lan và mang lại sự giúp đỡ có giá trị hơn nữa trong việc tạo dựng mơ ước cho thế hệ trẻ.

"Chúng tôi là một công ty tư vấn thực tập quốc tế. Công việc chủ yếu của chúng tôi là điều tra tình hình thực tế của các doanh nghiệp nước ngoài. Chúng tôi cần phải điều tra kỹ lưỡng về môi trường làm việc thực tế của doanh nghiệp trước khi bắt đầu thực hiện chương trình thực tập tại đó, bởi đây sẽ là nơi làm việc của các học viên. ECABO không chỉ cung cấp các

chương trình thực tập mà còn chịu trách nhiệm về chất lượng dịch vụ của các công ty cung cấp chương trình thực tập tại Hà Lan."

Sabine Schipper, một nhân viên có 25 năm kinh nghiệm tại ECABO, tin rằng đào tạo việc làm cần phải tạo được những ảnh hưởng chặt chẽ đến quá trình gia nhập xã hội của con người.

"Ở trường, chúng ta học lý thuyết, còn khi ra ngoài xã hội, chúng ta phải học cách áp dụng lý thuyết đó vào thực tế."

Trường học có trách nhiệm giảng dạy lý thuyết, còn ECABO sẽ đào tạo kỹ thuật để lý thuyết không bị phí hoài và có thể được ứng dụng vào thực tiễn.

Lameko, một học viên 17 tuổi, hiện đang theo học công nghệ tin học tại trường MBO, đồng thời tham gia khóa đào tạo việc làm tại trung tâm ECABO. Trong tiết học hôm nay, nhiệm vụ mà Lameko cần phải giải quyết là sửa chữa máy vi tính. Nhưng mọi việc không chỉ dừng lại ở tháo, lắp máy tính đơn thuần. Lameko không chỉ sửa chữa máy móc mà còn được học cách giúp đỡ đồng nghiệp khi máy tính của họ gặp trục trặc. Đây chính là hoạt động trọng tâm của ECABO – đào tạo việc làm để thích ứng với xã hội. Trong một phòng học khác, nhà tư vấn đang cùng học viên viết CV. Một trong những điều được các nhà tư vấn của ECABO quan tâm nhất chính là quyết định lựa chọn công ty để xin việc của học viên.

"Thông qua trò chuyện và tư vấn, chúng tôi sẽ tìm hiểu xem liệu học viên có đang được bổ sung đầy đủ các kỹ năng mà công ty họ mong muốn yêu cầu hay không, học viên có kiến thức về lĩnh vực chuyên môn hay không và họ có thực sự quan tâm đến công việc này hay không. Nếu nhận thấy học viên đã đáp ứng được một tiêu chuẩn nhất định, thì chúng tôi sẽ cùng họ thực hiện từng bước trong quy trình tuyển dụng."

ECABO sẽ cùng các học viên đánh giá mức độ phù hợp của họ thay vì đặt câu hỏi họ "có thể làm tốt đến đâu". Ngày nay, thế hệ trẻ Hà Lan không còn gia nhập thị trường lao động với những tấm bằng tốt nghiệp sáng giá nữa mà thay vào đó là bản thiết kế chi tiết cuộc sống của họ khi nắm trong tay một công việc nhất định. Sự tồn tại của một trung tâm đào tạo việc làm đề cao tính nhân văn, luôn hướng về tương lai với cùng một tầm nhìn và đồng hành với thế hệ trẻ như ECABO, đã tiếp thêm sức mạnh cho thế hệ trẻ Hà Lan vững bước trên hành trình tìm kiếm sự nghiệp tương lai của bản thân.

Trung tâm Phát triển Đào tạo Kỹ thuật Nghề nghiệp - AEQUOR: "Nghề nghiệp cũng cần được phát triển!"

Trung tâm Phát triển Đào tạo Kỹ thuật Nghề nghiệp AEQUOR có thể là một bí quyết khác của Hà Lan trong gắn kết đào tạo việc làm với thực tế cuộc sống. Đúng như tên gọi của nó, AEQUOR là nơi chuyên phát triển các chương trình đào tạo kỹ thuật nghề nghiệp. Trước tiên, AEQUOR sẽ tiến hành điều tra tiêu chuẩn kỹ thuật và mức lao động mà doanh nghiệp yêu cầu, sau đó dựa trên những yêu cầu này để cung cấp chương trình đào tạo mang tính thực tiễn tại trường. AEQUOR không chỉ khám phá ra những kỹ thuật chuyên môn mà các học viên chưa biết tới rồi phát triển thành một chương trình đào tạo, mà còn cải cách bản thân hệ thống giáo dục theo hướng thực tế hơn. Trọng tâm của các chương trình đào tạo đang được tiến hành tại đây là giúp đỡ học viên tìm kiếm nghề nghiệp phù hợp với cá tính của mỗi người. AEQUOR không giống với các cơ sở đào tạo bậc đại học như các trường đại học thông thường, nơi này có thể đưa ra sự hỗ trợ cần thiết cho những ai đã tốt nghiệp cấp ba, tốt nghiệp đại học và có mong muốn tiếp thu kỹ thuật của những ngành nghề thuộc nhóm "cổ cồn xanh".

AEQUOR cũng tham gia nghiên cứu, phát triển các chương trình đào tạo sẽ được đưa vào giảng dạy trong trường học. Trong thời gian gần đây, trung tâm đang tiến hành đào tạo kỹ thuật có liên quan tới lĩnh vực nông nghiệp hay nhóm nghề thuộc lĩnh vực bảo vệ môi trường như chăn nuôi gia súc hay trồng trọt trong nhà kính, sản xuất sữa. Mục đích hoạt động của AEQUOR là thông qua phát triển đào tạo kỹ thuật, giúp các học viên tìm kiếm việc làm tại các doanh nghiệp phù hợp với tính cách và trình độ kỹ thuật của họ.

> *"Trên thực tế, các học viên không biết rằng lĩnh vực nông nghiệp cũng rất cần tới kỹ thuật của công nghệ thông tin và tự động hóa. Ví dụ, công nghệ trồng rau xanh như cà chua hay ớt cựa gà trong nhà kính là một trong những công nghệ điển hình áp dụng rộng rãi hệ thống tự động hóa. Tuy nhiên, không ít người có nhận thức sai lầm cho rằng công việc trong nhà kính là chân lấm tay bùn. Trên thực tế bạn hầu như không có cơ hội để chạm vào bùn đất, bởi tất cả các công đoạn đều được tiến hành tự động với quy mô lớn. Thông điệp mà chúng tôi muốn truyền tải tới các bạn học viên là sự nỗ lực không ngừng của con người sẽ tạo ra những phương thức sản xuất mới như vậy."*

AEQUOR đang hoạt động tích cực nhằm mở rộng chương trình đào tạo việc làm, mà thông qua đó họ sẽ cho xã hội thấy rằng ngay cả ngành nông nghiệp vốn được biết đến với những công việc lao động thể chất nặng nhọc cũng có thể mang lại những cơ hội nghề nghiệp vô cùng hấp dẫn. Theo kết quả điều tra, có khoảng 500.000 người Hà Lan muốn làm các công việc thuộc nhóm nghề kỹ thuật trung cấp như vậy. Cụ thể hơn, họ muốn làm các công việc kỹ thuật, hành chính hay các công việc có liên quan đến công tác bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, con số này vẫn chưa đáp ứng được hết nhu cầu nhân lực của thị trường lao động tương ứng. Chính vì vậy, nhiệm vụ lớn nhất đặt ra cho AEQUOR trong thời gian gần đây là phải phát triển các lĩnh vực nghề nghiệp có liên quan đến ngành nông nghiệp hiện đang

đảm bảo 100% cơ hội việc khiến người lao động và thu hút được thế hệ trẻ tham gia vào các lĩnh vực này.

AEQUOR sẽ không đưa ra chương trình đào tạo đối với những lĩnh vực mà xã hội có nhu cầu không cao hoặc hoàn toàn không có nhu cầu. Họ coi việc học viên được đào tạo việc làm liên quan đến các lĩnh vực mà xã hội quan tâm sẽ là giải pháp thỏa đáng nhất cho bài toán việc làm hiện nay. Vấn đề cốt lõi trong công tác đào tạo việc làm là phải đào tạo ra những nhân lực mà thị trường lao động đang cần tới. Tuy nhiên, quan điểm của doanh nghiệp và của học viên thường không giống nhau. Bởi vậy, để kéo hai hệ thống quan điểm này lại gần nhau, AEQUOR cần phải tìm kiếm doanh nghiệp, phát triển kỹ thuật và tiến hành đào tạo. Đây cũng chính là lý do AEQUOR luôn nhận được sự ủng hộ toàn diện từ phía các doanh nghiệp và liên đoàn lao động Hà Lan. Tuy nhiên, rất khó để thanh niên hiểu về các kỹ thuật nghề nghiệp mới nếu chỉ dựa vào giáo dục và đào tạo. Lý do là cùng với sự thay đổi của thời đại, nhận thức của thanh niên về giá trị của nghề nghiệp cũng có nhiều thay đổi.

> *"Trong quá khứ, thế hệ hậu chiến tranh đã phải lao động rất chăm chỉ để xây dựng lại đất nước. Nhờ vậy, nền tảng kinh tế quốc gia mới cơ bản ổn định và chất lượng cuộc sống được đảm bảo như hiện nay. Điều này khiến giới trẻ sau này bắt đầu có những mong muốn khác. Họ mong muốn sự tự do, muốn được nghỉ ngơi và đi du lịch nhiều hơn. Đây chính là vấn đề chúng ta cần phải giải quyết. Chúng ta cần phải củng cố động lực làm việc của thanh niên với một tầm nhìn xa hơn."*

Gần đây, hãng tư vấn nổi tiếng thế giới McKinsey đã đưa ra bản báo cáo về vấn đề thanh niên thất nghiệp. Điều khiến các doanh nghiệp e ngại nhất trong tuyển dụng chính là sự "thiếu kỹ năng" của người tìm việc. Tuy nhiên, trách nhiệm này không chỉ thuộc về người tìm việc, bởi giáo dục là tài sản chung của xã hội. Trước khi đổ lỗi cho sự thiếu hụt năng lực của thế hệ trẻ,

chúng ta cần phải chỉnh đốn lại một nền giáo dục đào tạo nghề nghiệp yếu kém như hiện nay.

Đổi thay đang từng bước xuất hiện. Các cơ quan giáo dục nghề nghiệp chuyên môn đang được thành lập ở khắp mọi nơi, các trường đại học cũng đang dành nhiều tâm huyết cho việc tăng cường đào tạo kỹ thuật nghề nghiệp thực tiễn. Trường Đại học Công nghệ và Giáo dục Hàn Quốc (KOREATECH) nằm ở Cheon-nam, Chung-nam là một ví dụ tiêu biểu. Tại đây có tới 14 câu lạc bộ khởi nghiệp. Nếu so sánh quy mô hoạt động của câu lạc bộ khởi nghiệp Đại học Stanford BASES với 100 thành viên thì nhiệt huyết và các hoạt động sôi nổi của những câu lạc bộ khởi nghiệp tại Đại học KOREATECH cũng không hề thua kém. Tinh thần đối đầu với thử thách của họ cũng nhận được sự ủng hộ tích cực về mọi mặt của trường trong việc kết nối sinh viên với thực trạng ngành công nghiệp. Raon, một công ty đầu tư mạo hiểm có xuất phát điểm ban đầu là một câu lạc bộ khởi nghiệp, hiện đang phát triển mạnh mẽ với việc đưa sản phẩm ốp lưng, bao da điện thoại thông minh dành cho người khuyết tật vào sản xuất hàng loạt. Ngoài ra, Ancle, ban đầu chỉ là một câu lạc bộ khởi nghiệp kinh doanh nhỏ của Đại học KOREATECH tham gia vào lĩnh vực giáo dục với một ý tưởng kinh doanh nhỏ, nay đã phát triển thành một công ty cổ phần có tên tuổi. Su Yong, giám đốc của công ty Ancle hiện đang là sinh viên năm thứ 4 ngành Khoa học máy tính cho biết, nhờ có hệ thống giáo dục đặc biệt của trường mà anh mới có thể tự khám phá ra công việc hiện nay.

"Tôi nhận được rất nhiều sự ủng hộ từ trung tâm đào tạo khởi nghiệp. Thông qua trung tâm, tôi có thêm nhiều người bạn, biết thêm nhiều người tài giỏi. Khi đến đây, tôi luôn có cảm giác nhà trường coi sinh viên chúng tôi như những báu vật. Nếu tự khởi nghiệp ở một nơi khác có lẽ tôi đã gặp phải rất nhiều khó khăn. Tôi nghĩ rằng công việc kinh doanh của mình có thể phát triển nhanh và tiến hành thuận lợi như vậy là nhờ có sự giúp đỡ rất lớn từ phía nhà trường. Trường đã hỗ trợ cho

tôi từ những thứ cơ bản nhất như chi phí đầu tư và không gian làm việc khi tôi trình bày về ý tưởng khởi nghiệp của mình. Tất nhiên, mọi việc còn phải phụ thuộc vào khả năng thành công của ý tưởng. Sau khi những thành quả của dự án khởi nghiệp xuất hiện và được thẩm định sẽ có thêm nhiều sự hỗ trợ hơn nữa."

Đại học KOREATECH không chỉ quan tâm đến đào tạo nghề tập trung vào nghiệp vụ thực tế, mà còn dành rất nhiều công sức cho sự nghiệp giáo dục con người nhằm tìm kiếm hướng phát triển trong tương lai. Mục đích của việc làm này là mở ra một hướng đi mới cho hiện thực giáo dục hiện nay khi mà đa số sinh viên vẫn không thể tìm thấy thế mạnh của bản thân cho dù đã bước chân vào cổng trường đại học. Giáo sư Kang Hye Young, hiện đang tham gia giảng dạy bộ môn "Tìm kiếm và tạo dựng con đường tương lai" tại KOREATECH tin rằng các trường đại học của Hàn Quốc cần phải hướng tới mô hình đào tạo có thể giúp sinh viên có một cuộc sống hạnh phúc sau khi tốt nghiệp, hơn là quá chú trọng tới tỷ lệ xin việc thành công của sinh viên.

"Sinh viên luôn bận rộn cho dù họ đã vào được đại học. Họ bị bài vở, thi cử và các hoạt động khác chiếm hết thời gian để suy ngẫm xem mình sẽ sống như thế nào sau khi tốt nghiệp. Việc vội vã bước vào cuộc chạy đua tìm kiếm việc làm khi chưa hề suy nghĩ kỹ càng có thể khiến thế hệ trẻ dễ bị tổn thương. Chính vì vậy, trường chúng tôi không thể hài lòng nếu chỉ dừng lại ở việc giúp cho thật nhiều sinh viên tìm được việc, mà trong suốt 4 năm học, chúng tôi luôn tạo điều kiện để sinh viên có thời gian suy nghĩ sâu sắc về việc họ sẽ sống một cuộc sống như thế nào. Trước khi kỳ thi giữa kỳ diễn ra, trong hơn một nửa thời gian, chúng tôi dành toàn bộ thời lượng của các tiết học để sinh viên tìm hiểu các vấn đề như mình là ai, mình là người như thế nào, mình thực sự thích điều gì, mình đã lựa chọn con đường tương lai của bản thân như thế nào."

Tại Hàn Quốc, Đại học KOREATECH là đơn vị tiên phong trong mô hình giáo dục tập trung vào người tiêu dùng và nâng cao tính thực tiễn của giáo dục thông qua liên kết đào tạo kỹ thuật vốn bị đánh giá thấp tại Hàn Quốc với đào tạo nghiệp vụ thực tế. Cùng với đó, nỗ lực nhằm củng cố năng lực nắm bắt công việc thực tế của sinh viên thay vì đi theo mô hình giáo dục rập khuôn tập trung vào giáo viên như trước đây. Nhờ vậy, Đại học KOREATECH luôn dẫn đầu các trường đại học của Hàn Quốc về mức độ hài lòng của sinh viên đối với chương trình giáo dục, và được coi là thiên đường của học vấn. Trong khi xã hội Hàn Quốc vẫn chưa thoát khỏi định kiến sâu sắc về vinh quang lớn nhất của sinh viên tốt nghiệp đại học là xin được việc làm với mức lương cao, thì có lẽ Đại học KOREATECH sẽ là giải pháp tối ưu đối với các học sinh cấp ba, giáo viên và phụ huynh học sinh. Nhưng cho dù như thế nào, KOREATECH vẫn đang trên con đường trở thành một trường đại học mang lại sự hài lòng cho tất cả các sinh viên đang theo học tại đây. Có thể thấy, hiện nay, Đại học KOREATECH đang thử nghiệm chương trình đào tạo kỹ thuật theo mô hình thung lũng Silicon với cách làm riêng. Mục tiêu của họ không chỉ đơn thuần là tiếp thu kỹ thuật sẵn có, mà còn muốn mở ra một thời đại mới cho việc đào tạo kỹ thuật, khi mà sinh viên có thể khởi nghiệp, có nghề nghiệp và không bao giờ cạn kiệt ý tưởng trong cuộc sống.

Một trong những giải pháp quan trọng nhất để giải quyết vấn đề thất nghiệp ở thanh niên là “đào tạo nghề nghiệp chuyên môn dựa trên đặc điểm cá nhân”. Cuối cùng, vấn đề mấu chốt vẫn nằm ở giáo dục. Đối với một thế hệ trẻ đã bị tổn thương bởi nền giáo dục xa rời thực tại thì điều bức thiết hiện nay là một nền giáo dục đề cao tính thực tiễn và sự quan tâm của toàn xã hội. Con người phải luôn học hỏi, đặc biệt là trong một xã hội không ngừng biến đổi như ngày nay.

Over the global border
Vượt qua biên giới toàn cầu

:

Cải cách việc làm, nắm bắt thị trường việc làm thế giới

:

Chuyến di cư vượt qua mọi ranh giới của những con người tài năng đã bắt đầu. Ngày nay, cùng với việc ngưỡng cửa của thị trường việc làm nước ngoài đang dần được hạ xuống, thì ngày càng nhiều bạn trẻ có ý định tìm kiếm việc làm ở các thị trường nước ngoài. Việc tìm nguồn cung ứng nhân lực trên toàn thế giới vốn chỉ được giới hạn ở một vài nước phát triển thì nay đang mở rộng phạm vi tới các cường quốc kinh tế mới nổi. Thông qua Cơ quan Phát triển Nguồn nhân lực Hàn Quốc, số lượng người Hàn Quốc ra nước ngoài làm việc đã tăng lên gấp hai lần từ 1517 người năm 2009 lên đến 4007 người vào năm 2012. điều này cho thấy người lao động Hàn Quốc đã bắt đầu dịch chuyển để thoát ra khỏi thị trường chật hẹp trong nước. làn sóng này được dấy lên bởi những lao động xê dịch có trình độ kỹ thuật công nghệ thông tin và thế hệ những người Hàn Quốc đã được làm quen với môi trường đa văn hóa. Những con người này sẵn sàng xóa bỏ mọi giới hạn của quốc tịch và công việc để tự do vượt qua biên giới quốc gia để được làm điều mà mình muốn.

Tuy nhiên, trong tình hình hiện nay, hiện tượng này không phải là một dấu hiệu thực sự đáng mừng. Bởi trong xu hướng khủng hoảng kinh tế tiếp tục kéo dài, thực tế là thế hệ trẻ đang bước ra thị trường nước ngoài để tìm kiếm cơ hội chứ không phải đi theo tiếng gọi của tự do. Trước những hạn chế của một xã hội tồn tại nhiều vấn đề bất ổn và bị bủa vây bởi vấn nạn xin việc, thế hệ trẻ đang nuôi mộng tỏa sáng ở một vũ đài khác. Mặc dù vậy, hiện tượng này cũng cho thấy những khía cạnh tích cực của nó. Hướng đi này không chỉ tạo ra lối thoát cho thị trường đình trệ trong nước mà còn làm rạng danh đất nước và là cơ hội để thế hệ trẻ tiếp thu công nghệ và phong cách kinh doanh của các nước phát triển về xây dựng đất nước. Vậy, xu hướng tìm việc làm ở thị trường nước ngoài có thể được coi là một giải pháp mới cho những khó khăn hiện nay? Quá e ngại hay quá tán thưởng đều không phải là cách phản ứng đáng mong đợi trước xu hướng mở rộng thị trường việc làm quốc tế. Chúng ta cần phải tỏ ra bản lĩnh để đánh giá liệu điều gì mới là cách làm đúng đắn và có ích đối với thế hệ trẻ của đất nước.

Nhật Bản: Học viện Sushi Tokyo & Uniqlo

VƯỢT QUA BIÊN GIỚI, VƯỢT QUA MỌI GIỚI HẠN!

“Tôi nghĩ rằng toàn xã hội là một công ty. Càng trở thành một công ty phát triển lớn mạnh, càng phải bố trí những nhân tài xuất sắc làm việc ở những bộ phận mang tính chất mạo hiểm cao, mới có thể thúc đẩy sự phát triển của công ty.

Tôi nghĩ rằng toàn bộ xã hội sẽ khó có thể phát triển nếu các nhân tài không dám mạo hiểm, không dám bước ra bên ngoài.”

— TOSHIO SEKIGUCHI —

(Chuyên gia tư vấn nghề nghiệp)

Nhật Bản là quốc gia châu Á đầu tiên và tích cực nhất trong việc mở cửa du nhập và phát triển văn hóa. Tuy nhiên, gần đây, Nhật Bản đang nhận được những nhận xét đáng lo ngại của cộng đồng trong nước lẫn quốc tế về xu hướng khép kín đang diễn ra nhanh chóng của quốc gia này. Vậy, công cuộc tiến quân ra thị trường thế giới của thanh niên Nhật Bản có thể đưa ra cho Hàn Quốc những gợi mở như thế nào khi đối chiếu với làn sóng tiến ra thị trường việc làm thế giới của thanh niên Hàn Quốc?

Chuyên gia tư vấn nghề nghiệp người Nhật, Toshio Sekiguchi, cho rằng thất bại trong công cuộc toàn cầu hóa đã dẫn đến nguyên nhân của cuộc khủng hoảng kinh tế tại Nhật Bản. Mặc dù, hiện nay, Nhật Bản đang sở hữu không ít thương hiệu đẳng cấp quốc tế, nhưng thế hệ trẻ của Nhật Bản không còn quan tâm đến thị trường nước ngoài như trước. Toshio bày tỏ sự lo ngại sâu sắc về xu thế hướng nội của toàn xã hội Nhật Bản ngày nay. Từng có thời, giới trẻ Nhật Bản hoạt động sôi nổi khi họ đi tới bất cứ đâu trên thế giới, nhưng giờ đây, thanh niên Nhật Bản dần trở nên an phận với cuộc sống hiện tại.

> *"Ngày nay, có rất ít du học sinh Nhật Bản ở nước ngoài. Số lượng sinh viên Nhật Bản đang học tập tại Mỹ chỉ ngang bằng với sinh viên Ả Rập. Đây là một vấn đề vô cùng nghiêm trọng."*

Trên thực tế, theo hệ thống du học sinh tại Mỹ, Trung Quốc đứng vị trí thứ nhất về số lượng sinh viên theo học tại Mỹ, tiếp đến là Ấn Độ và Hàn Quốc. Trong khi đó, số lượng du học sinh Nhật Bản đang tiếp tục giảm mạnh và chưa đạt tới 1/10 số lượng du học sinh Trung Quốc. Một đất nước từng đi tiên phong trong công cuộc toàn cầu hóa tại sao lại thay đổi theo chiều hướng này? Hay cái bóng của nạn thất nghiệp đang đè nặng lên

tinh thần dám nghĩ dám làm của thanh niên? Toshio lại có suy nghĩ khác về vấn đề này.

> *"Nếu nhìn vào tỷ lệ thất nghiệp chưa tới 5% của Nhật Bản thì đây là một con số khá khả quan so với tình hình của các nước phát triển. Tuy nhiên, điều này không chứng minh được rằng thị trường tuyển dụng Nhật Bản không tồn tại vấn đề nào. Nói một cách đơn giản, khi tình hình kinh tế thuận lợi, người lao động tốt nghiệp đại học vào làm việc ở những công ty tốt và tiếp tục trụ lại lâu dài tại vị trí đó. Và khi tình hình kinh tế xấu đi, những người ứng tuyển vào thời điểm này bị đẩy xuống làm nhân viên hợp đồng với điều kiện đãi ngộ kém hay buộc phải chấp nhận các công việc bán thời gian. Điều này khiến thị trường việc làm của Nhật Bản không thể thoát khỏi tình trạng bị phân cực hóa nghiêm trọng. Trong khi những người nắm quyền cho rằng 'Chúng ta không làm gì sai, vấn đề nằm ở sự thiếu nỗ lực của giới trẻ ngày nay', thì thanh niên chỉ biết tìm đủ mọi cách để ngồi vào những chiếc ghế trống ít ỏi còn lại vốn đã hiếm hoi trong các doanh nghiệp lớn. Sự bất hợp lý này nhanh chóng lây lan trong xã hội Nhật Bản. Tôi không chắc liệu điều này có khiến tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống hay không, nhưng tôi cho rằng sự tạm lắng xuống của toàn bộ xã hội Nhật Bản lúc này chỉ là thời gian để ấp ủ cho những nguồn lực sáng tạo đổi thay mới sẽ xuất hiện trong thời gian tới."*

Trước tình trạng khủng hoảng kinh tế kéo dài và đứng trước một tương lai bất định, thế hệ trẻ Nhật Bản buộc phải kiên nhẫn chờ đợi. Bởi vào thời điểm khi mọi hoạt động của xã hội đều bị đình trệ như hiện nay, chắc chắn không phải là thời điểm thuận lợi để thay đổi và họ buộc phải chấp nhận từ bỏ. Tuy nhiên, cũng giống như quá trình tiến hóa của các *Freeter* trở thành lao động xê dịch, trong khi chờ đợi, giới trẻ Nhật Bản đang ngấm ngầm chuẩn bị cho một cuộc trỗi dậy. Thay vì chấp nhận để hiện thực nặng nề đè nén, hiện nay, ngày càng có thêm nhiều bạn trẻ Nhật Bản ấp ủ quyết tâm, chờ đợi đến ngày vượt qua và

chiến thắng hiện thực này cùng với sự hỗ trợ tích cực của thế hệ đi trước.

Hiện thực nặng nề, chịu bị đè nén hay là áp đảo

Thời gian gần đây, trong giới trẻ Nhật Bản đang dấy lên một làn sóng quan tâm mạnh mẽ dành cho việc học tập những kỹ thuật chuyên môn đã được kiểm chứng và được biết đến rộng rãi trên toàn thế giới. Nơi đây là một trong số đó. Học viện Sushi Tokyo là một trung tâm đào tạo kỹ thuật làm sushi truyền thống Nhật Bản dành cho người nước ngoài. Tuy nhiên, gần đây tình hình đã thay đổi, ngày càng có nhiều thanh niên Nhật đăng ký khóa học với mong muốn trở thành đầu bếp sushi. Đây là cách để nhiều bạn trẻ người Nhật tìm kiếm cơ hội việc làm ổn định trên thị trường việc làm thế giới với vũ khí là món ăn đậm chất Nhật Bản nhất và cũng là món ăn được quốc tế ưa chuộng. Tuy nhiên, tại Nhật Bản tương lai dành cho các đầu bếp làm sushi rất mờ mịt. Horiguchi Tomo thuộc ban lãnh đạo của Học viện Sushi Tokyo cho biết tại thị trường Nhật Bản, sushi đã được tiêu chuẩn hóa vì vậy hầu như không có cơ hội nào dành cho giới trẻ.

> *"Cuộc cạnh tranh trong ngành kinh doanh dịch vụ ăn uống tại Nhật Bản vô cùng khắc nghiệt. Do đó, ngày càng có nhiều học viên mong muốn được thử sức ở các quốc gia châu Á đang phát triển nhanh chóng như Hong Kong hay Singapore. Mong muốn làm việc tại các thị trường lớn và có triển vọng ngày càng lớn mạnh trong tương lai đang tác động mạnh mẽ tới giới trẻ Nhật Bản ngày nay."*

Trên thực tế, 80% học viên đang theo học tại Học viện Sushi Tokyo có nguyện vọng tìm kiếm cơ hội việc làm ở nước ngoài, trong đó có không ít các bạn trẻ có dự định mở nhà hàng sushi riêng ở nước ngoài. Đây cũng là kế hoạch trong tương lai của Saito, một thanh niên 29 tuổi hiện đang theo học tại học viện.

Chỉ mới cách đây 6 tháng, Saito còn là nhân viên của một công ty lớn tại Nhật Bản. Nhưng anh đã dũng cảm quyết định thôi việc vì cảm thấy không phù hợp với công việc này.

"Tôi vốn kinh doanh trong lĩnh vực liên quan tới đá quý. Tôi cũng từng có kinh nghiệm làm nhân viên kinh doanh tại công ty Energizer Hàn Quốc. Ban đầu, tôi đã lo lắng rất nhiều vì nghe nói rằng làm việc trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ ăn uống, đặc biệt là kinh doanh nhà hàng sushi, sẽ vô cùng vất vả. Thực ra, sau khi thử làm việc tại một vài cửa hàng và học tập tại trường, tôi đã nhận thấy công việc này thú vị hơn nhiều so với những gì mà tôi mong đợi. Tuy nhiên, do các giáo viên rất nghiêm khắc và đặt ra tiêu chuẩn cao, nên tôi vẫn còn rất lúng túng trong những công đoạn yêu cầu sự mau lẹ, kỹ thuật thuần thục và tính chuẩn xác cao. Theo kế hoạch, tôi sẽ tốt nghiệp vào tháng 3 năm nay. Ngay sau đó, tôi muốn nhanh chóng đến Sydney vào tháng 4 để mở một nhà hàng sushi."

Cũng giống như Saito, hơn một nửa các bạn trẻ đang học tập tại học viện đều là những người từng có kinh nghiệm làm việc tại các công ty, tập đoàn. Họ là những người thuộc thế hệ phải đối mặt với một tương lai đầy bất ổn do tình hình kinh tế đình trệ kéo dài gây ra. Họ cũng chất chứa nhiều bất mãn với sự thiếu ổn định của thị trường việc làm đã biến tấm bằng đại học của họ thành một thứ vô dụng. Horiguchi Tomo cho biết tình trạng bất ổn của thời đại hiện nay một lần nữa đã kêu gọi giới trẻ quay trở lại với ngành kỹ thuật.

"Có một điều mà tất cả mọi người đều phải tán thành, đó là chỉ cần có kỹ thuật thì bạn không bao giờ phải lo chết đói. Và các bạn trẻ đã lựa chọn tìm đến với Học viện Sushi Tokyo sau rất nhiều đắn đo để quyết định đâu là kỹ thuật mà họ sẽ học. Cơ hội tìm kiếm việc làm ở nước ngoài cũng là một trong những lý do chính để các học viên lựa chọn học viện của chúng tôi. Tuy nhiên, trong sâu thẳm, động lực lớn nhất đã dẫn lối họ đến với chúng tôi là để học hỏi những kỹ thuật có thể giúp họ tự

nuôi sống bản thân, để tiếp thu những kỹ thuật mà họ có thể biến thành tài sản cá nhân và giúp họ sống tốt dù ở bất cứ đâu trên thế giới."

Học viện Sushi Tokyo không phải sự lựa chọn của thế hệ trẻ để thoát khỏi chốn công sở, mà là nơi họ dồn mọi sức lực để tạo nên cơ hội cho cuộc sống. Ngày nay, cùng với xu hướng tìm kiếm cơ hội việc làm ở nước ngoài của thế hệ trẻ, học viện đang nhận được sự quan tâm rất lớn của xã hội. Tuy nhiên, từ khi mới thành lập cho đến nay, Học viện Sushi Tokyo đã trải qua nhiều sự thay đổi đáng kể.

Vào thời điểm Học viện Sushi Tokyo mới được thành lập, ngay tại Nhật Bản cũng rất thiếu các thợ làm sushi trẻ, do đó thị trường nội địa đặt ra nhu cầu rất lớn về các cơ sở đào tạo thợ làm sushi nhanh và có trình độ bài bản. Để trở thành một chuyên gia làm sushi, bất cứ ai cũng cần phải trải qua một quá trình học việc, tuy nhiên học tập theo phương pháp tiếp thu chỉ dẫn của tiền bối cần một khoảng thời gian rất dài, do đó không thể đáp ứng được một cách nhanh chóng nhu cầu việc làm của giới trẻ. Trong bối cảnh này, Học viện Sushi Tokyo đã đưa vào thực hiện một chương trình đào tạo tập trung và có tính hệ thống, thay thế cho phương thức truyền thống nhằm phục vụ nhu cầu học tập của giới trẻ. Nhờ vậy, thế hệ trẻ Nhật Bản đã có thể dễ dàng hơn trong việc tiếp cận với ngành nghề truyền thống này.

"Dĩ nhiên, các học viên tại đây không thể được công nhận là nghệ nhân sushi ngay sau khi tốt nghiệp. Trong lĩnh vực nào mọi người cũng cần phải có thời gian và kinh nghiệm mới có thể trở thành nghệ nhân. Tôi nghĩ có rất nhiều con đường để trở thành nghệ nhân nhưng đều phải dẫn tới đích đến cuối cùng, đó là truyền tải được kỹ thuật điêu luyện và hương vị sushi truyền thống đến với khách hàng. Thay vì chỉ có một con đường duy nhất thì việc có nhiều lối đi để leo lên tới đỉnh không phải sẽ tốt hơn sao?"

Học viện Sushi Tokyo tin rằng mở ra nhiều con đường để đến với thành công là trách nhiệm của thế hệ những người đi trước. Chính vì vậy, tại đây không chỉ diễn ra các tiết học về sushi mà còn tiến hành nhiều chương trình đào tạo đa dạng và thiết thực đối với giới trẻ khi tìm kiếm cơ hội nghề nghiệp ở nước ngoài như tiếng Anh, máy tính, văn hóa bản địa, v.v… Cho dù đây chỉ là cách để tự cứu lấy mình nhằm mở ra một hướng giải quyết khi đứng trước thực tế là nếu chỉ nắm trong tay kỹ thuật sẽ gặp rất nhiều khó khăn khi tiến ra thị trường nước ngoài, thì con đường mà họ chọn đã là một trong số những hướng đi khác biệt hướng tới những đỉnh núi cao hơn. Bởi có lẽ khi lựa chọn một đỉnh núi cao hơn thì người ta cũng cần tới nhiều thời gian và nỗ lực hơn để chinh phục. Nhưng chắc chắn càng lên cao, bạn càng nhìn thấy được nhiều thứ hơn.

Thứ mà thanh niên Nhật Bản vượt qua không chỉ là biên giới quốc gia, họ còn đang vượt qua giới hạn của xã hội và những rào cản trong chính con người họ. Thay vì đi theo lộ trình của một nhà thám hiểm say sưa trong giấc mộng hoàng kim, thế hệ trẻ Nhật Bản đang đứng lên tìm kiếm những công việc hữu ích thực sự. Bước chuyển mình này đang một lần nữa lay chuyển quốc đảo Nhật Bản.

Thống nhất mức lương trên toàn thế giới! Cuộc cách mạng của Uniqlo

Mặt khác, ngày nay, cánh cửa của các tập đoàn đa quốc gia cũng dần được mở rộng để thu hút thế hệ trẻ. Các tập đoàn đa quốc gia có trụ sở đặt tại khắp nơi trên thế giới đang dần nới lỏng tiêu chuẩn để thu hút được những người thực sự có tài năng, bỏ qua mọi khác biệt về quốc tịch. Uniqlo là một doanh nghiệp Nhật Bản đã phát triển với tốc độ chóng mặt và mạnh mẽ vươn ra thị trường thế giới ngay trong chính thời kỳ khủng hoảng kinh tế trầm trọng đang diễn ra trên toàn thế giới kể sau năm 2008. Uniqlo cũng là một trong số những doanh nghiệp đã tích cực

thúc đẩy chiến lược tìm nguồn cung ứng nhân lực trên toàn thế giới. Sự phát triển của Uniqlo không chỉ được thể hiện trên đường phố Tokyo mà còn có thể cảm nhận được một cách đầy đủ nhất trên đường phố Seoul. Mỗi khi bước chân vào một tòa nhà mới được xây dựng tại trung tâm thành phố Seoul, bạn có thể thấy các cửa hàng của Uniqlo cũng đã nhanh chóng có mặt. Đứng từ phía doanh nghiệp, đó đơn giản chỉ là số liệu ghi chép. Uniqlo đang tập trung vào thị trường nước ngoài hơn là thị trường trong nước và tích cực kêu gọi, thu hút nhân tài trên toàn thế giới.

Chính sách "Thống nhất mức lương trên toàn thế giới" mới được Uniqlo phát biểu cách đây cho thấy công ty này không coi những nhân tài quốc tế là nguồn nhân lực huy động chỉ mang tính chất nhất thời mà nó cho thấy quyết tâm bồi dưỡng những nhân tài quốc tế trở thành lực lượng chủ chốt của công ty. Trọng tâm của chính sách "Thống nhất mức lương trên toàn thế giới" là chiến lược thống nhất hệ thống lương bổng của nhân viên Uniqlo trên toàn thế giới. Theo đó, ngay cả những nhân viên được tuyển dụng ở các quốc gia có nền kinh tế lạc hậu hơn cũng như tiêu chuẩn về lương thấp hơn so với Nhật Bản sẽ được đánh giá năng lực với cùng tiêu chuẩn và mức lương như các nhân viên người Nhật. Hiện nay, 90% các cửa hàng mới của Uniqlo được mở ở nước ngoài và 50% nhân viên mới là người ngoại quốc, biến Uniqlo trở thành một công ty đa quốc tịch. Mục tiêu của Uniqlo là áp dụng chính sách lương tốt để tìm kiếm và thu hút được nhiều nhân tài xuất sắc ở khắp nơi trên thế giới. Nếu xem xét đến việc Uniqlo chỉ sở hữu một vài cửa hàng ở những quốc gia có tiêu chuẩn về lương và vật giá cao hơn Nhật Bản thì có thể gọi đây là một đề án đột phá ngang tầm với một cuộc cách mạng của Uniqlo.

Trên thực tế, chủ tịch của Uniqlo, Tadashi Yanai là một người nổi tiếng coi trọng cảm giác quốc tế của các nhân viên và đi tiên phong trong việc toàn cầu hóa nhân lực địa phương. Tại một công ty đa quốc gia không tồn tại biên giới tinh thần đối đầu với

thử thách của những nhân tài đến từ khắp nơi trên thế giới. Vì vậy, họ càng được chào đón. Trong một thời đại khi cánh cửa của các công ty đa quốc gia ngày càng rộng mở, bức tường biên giới quốc gia cũng được hạ xuống như ngày nay, nhà tư vấn nghề nghiệp Toshio Sekiguchi tin rằng các nhân tài càng xuất chúng càng phải tích cực tiến ra nước ngoài mới có thể lay chuyển được một xã hội đang trì trệ.

> *"Ngày nay, Nhật Bản không cần phải ghi điểm bằng cách thử sức ở những lĩnh vực mới, chỉ cần không đánh mất điểm là vẫn được tồn tại trong suy nghĩ của giới trẻ Nhật Bản. Thanh niên ngày nay không muốn vượt đại dương để đón nhận những mạo hiểm. Tôi nghĩ rằng toàn xã hội là một tổ chức. Càng là một công ty phát triển lớn mạnh thì càng phải bố trí những nhân tài xuất sắc làm việc ở những bộ phận mang tính chất mạo hiểm cao, mới có thể thúc đẩy sự phát triển của công ty. Trong khi đó, những người không ưa mạo hiểm, hoặc xét về năng lực không có đủ tham vọng phù hợp, sẽ phù hợp hơn với những nghiệp vụ điển hình hoặc những công việc mang tính khuôn mẫu. Nhân lực trong xã hội cũng cần phải được bố trí như vậy. Bởi nơi càng mạo hiểm càng có thể trở thành kho báu ẩn chứa nhiều cơ hội quý giá đối với những nhân tài xuất sắc. Tôi nghĩ rằng toàn bộ xã hội sẽ khó có thể phát triển nếu các nhân tài không dám mạo hiểm, không dám bước ra bên ngoài."*

Thay đổi sân khấu mà bạn đang đứng có thể chính là cách để bạn góp sức xây dựng đất nước ngày một tươi đẹp hơn. Mặc dù thay đổi môi trường sống và làm việc là lựa chọn đầy mạo hiểm, nhưng không mạo hiểm thì không có cơ hội. Đã đến lúc thế hệ trẻ cần phải vượt ra khỏi các buổi hội chợ việc làm bị bó buộc trong khuôn viên các trung tâm triển lãm để hướng tầm mắt ra thị trường việc làm thế giới.

Ý: Ngành công nghiệp thời trang ở Milano

VŨ ĐÀI QUỐC TẾ, GIỮ LẤY NHIỆT HUYẾT NHƯNG HÃY VỨT BỎ MỘNG TƯỞNG

"Mặc dù từ những du học sinh cho tới những người đã tốt nghiệp đều nghĩ rằng rất khó để có thể tìm việc làm ở Ý. Nhưng tôi sẽ không lo lắng và sợ hãi trước khi chưa cố gắng hết mình. Bởi sau này khi nghĩ lại, tôi chắc chắn sẽ thấy mình đã lãng phí quá nhiều năng lượng nếu chỉ biết lo lắng và sợ sệt. Cho dù có chuyện gì xảy ra, tôi cũng sẽ không bỏ cuộc."

— LIM HEE JONG —

(Du học sinh ngành Thiết kế thời trang)

Khác với Nhật Bản, ngày càng có nhiều học sinh Hàn Quốc lên đường đi du học và xu hướng này vẫn chưa có dấu hiệu giảm nhiệt. Tuy nhiên, rất ít người trong số họ có ý định tìm kiếm cơ hội việc làm ở đất nước sở tại. Phần lớn các du học sinh Hàn Quốc học tập ở nước ngoài đều quay trở lại quê hương và tham gia vào cuộc chiến tìm việc khốc liệt. Có tới 73% các du học sinh ngành khoa học và kỹ thuật có ý định về nước và tìm kiếm một công việc ổn định[1]. Dĩ nhiên, việc các bạn trẻ đang rèn luyện, trau dồi kỹ năng ở nước ngoài có ý định quay trở về quê hương để phát huy tài năng là điều đáng khích lệ. Tuy nhiên, khi con số này chiếm tới 70% trên tổng số thì liệu chúng ta có nên lo lắng về vấn đề có quá nhiều thanh niên bỏ cuộc giữa chừng trên con đường thử thách và trau dồi kinh nghiệm ở nước ngoài hay không?

---

[1]. Tài liệu báo cáo của Bộ Giáo dục, Khoa học và Kỹ thuật Hàn Quốc.

Những kinh nghiệm, kiến thức quý giá đã phải tốn không ít công sức để trau dồi, tích lũy ở nước ngoài không nên bị lãng phí ở một thị trường việc làm trong nước thiếu thốn, eo hẹp, chúng cần phải được hướng ra thị trường việc làm thế giới và phát triển lên một tầm cao mới. Nếu vậy, đâu là tố chất mà thế hệ trẻ cần phải có khi gia nhập thị trường thế giới – nơi tập hợp của các nhân tài được trang bị bởi thứ vũ khí lợi hại, đó chính là sức cạnh tranh.

Thách thức - Sức mạnh của du học sinh!

Ý là nơi tập trung trụ sở của rất nhiều thương hiệu cao cấp cùng với vô số nhà thiết kế đến từ khắp nơi trên thế giới. Và Milano – kinh đô thời trang của thế giới bao gồm những khu phố mua sắm đẹp nhất và những bộ cánh hàng hiệu, những sản phẩm thời trang danh tiếng trên toàn thế giới. Đối với các nhà thiết kế và sinh viên chuyên ngành thời trang thì thành phố Milano đã là một bộ giáo án đầy đủ nhất khơi dậy nguồn cảm hứng và tính sáng tạo bất tận.

Đi tới bất kỳ một con phố nào trên thế giới, chúng ta cũng có thể bắt gặp những quý cô sành điệu, ăn vận hợp thời. Tuy nhiên, có lẽ trên thế giới không con đường nào có nhiều quý ông ăn mặc đẹp được như những con đường ở Milano.

Trường thiết kế Istituto Secoli được chọn là một trong ba ngôi trường danh tiếng nhất của Ý. Lim Hee Jong, một sinh viên chuyên ngành thiết kế trang phục nam giới tại Istituto Secoli đưa ra cách lý giải riêng của bản thân về hiện tượng này.

> *“Không phải vì các mẫu thiết kế trang phục nam giới phương Tây đầu tiên đã xuất hiện tại Ý hay sao? Đặc biệt trên thị trường y phục nam giới, các thương hiệu của Ý luôn có sức mê hoặc lớn nhất. Đây cũng chính là lý do tôi muốn học thiết kế tại đây.”*

Qua một lần tình cờ nhìn thấy mẫu áo do nhà thiết kế Tom Ford của hãng Gucci thiết kế đăng trên một tờ tạp chí, cậu học sinh Hee Jong đã nuôi giấc mơ trở thành nhà thiết kế. Thay vì thi đại học, Hee Jong chọn cho mình con đường đi làm và học thiết kế ngay tại nơi làm việc. Tuy nhiên, khát khao được học hỏi nhiều hơn nữa cùng với mong muốn được tiếp tục làm việc tại Ý đã thôi thúc Hee Jong lên đường và bắt đầu cuộc sống của một du học sinh tại Milano. Lý do Hee Jong chọn Milano thay vì Paris hay New York là điểm đến của mình bởi:

"Cha mẹ tôi đều tốt nghiệp từ Đại học Seoul. Tuy nhiên, cả hai người đều không quá đề cao việc học đại học và khuyến khích tôi thực hiện ước mơ của mình. Tôi đã thực hiện chuyến du lịch đến châu Âu ngay khi vừa tốt nghiệp cấp ba. Đó cũng là lần đầu tiên tôi đặt chân đến Milano và đối với tôi, nơi này giống như thiên đường vậy. Vào thời điểm đó, những bộ váy nằm trong bộ sưu tập của Gucci thực sự quá sức đối với thu nhập của người dân Hàn Quốc. Trong khi những chiếc váy khoét lưng tuyệt đẹp ấy thậm chí còn quá tầm đối với các nghệ sĩ nổi tiếng của Hàn Quốc, thì ở đây lại là trang phục mà các bà, các cô hay mặc. Đó là lúc tôi quyết tâm sẽ có ngày quay trở lại Milano."

Hee Jong không có ý định quay trở về Hàn Quốc trong tương lai. Bởi cho dù cuộc sống tại Ý có nhiều khó khăn, Hee Jong vẫn tin rằng chỉ khi nuôi dưỡng ước mơ trên vũ đài quốc tế, anh mới có thể trưởng thành hơn trên con đường sự nghiệp.

"Mặc dù từ những du học sinh cho tới những người đã tốt nghiệp đều nghĩ rằng rất khó để có thể tìm việc làm ở Ý. Nhưng tôi sẽ không lo lắng và sợ hãi trước khi chưa cố gắng hết mình. Bởi sau này khi nghĩ lại, tôi chắc chắn sẽ thấy mình đã lãng phí quá nhiều năng lượng nếu chỉ biết lo lắng và sợ sệt. Cho dù có chuyện gì xảy ra, tôi cũng sẽ không bỏ cuộc. Tôi nghĩ rằng, thời kỳ đỉnh cao của tôi sẽ không đến trước giai đoạn 50 đến 70 tuổi. Bởi vậy tôi không có lý do gì phải vội vàng cả."

Những trải nghiệm có được khi học tập ở nước ngoài rất quan trọng đối với việc tiếp thu kiến thức chuyên môn bởi có những điều bạn chỉ có thể hiểu được qua cảm nhận trực tiếp khi sống ở đất nước sở tại. Đặc biệt, trong các lĩnh vực sáng tạo như ngành thiết kế thì các tác động vượt qua những kiến thức thông thường như vậy càng có ý nghĩa. Chính vì lý do này mà những sinh viên có mơ ước trở thành nhà thiết kế đến từ khắp nơi trên thế giới đều đang tập trung tại Milano. Tuy nhiên, sự thực là phần lớn những sinh viên khát khao trở thành nhà thiết kế này đều quay về nước sau thời gian tu nghiệp vì không thể phát huy được tài năng ở đất nước mà họ đã đến để học tập. Nếu chỉ dựa hoàn toàn vào khả năng của bản thân, họ sẽ phải vượt qua một rào cản hiện thực rất lớn để tìm kiếm cơ hội ở một đất nước xa lạ. Hee Jong biết rằng sẽ không hề dễ dàng để vượt qua được rào cản ấy. Tuy nhiên, chàng trai trẻ này tin rằng không một đỉnh núi nào mà anh không thể chinh phục, không một rào cản nào mà anh không thể vượt qua nếu thực sự có nhiệt huyết và tinh thần đương đầu với thử thách. Điều này cũng có nghĩa là không lâu nữa, chúng ta sẽ được thấy tác phẩm của Hee Jong tỏa sáng trong các tủ trưng bày trên những con phố hàng hiệu của Milano.

Những nhà thiết kế quốc tế thiết kế nên tương lai

Thời gian gần đây, để tăng cường sức cạnh tranh của ngành công nghiệp thiết kế, các doanh nghiệp Hàn Quốc cũng bắt đầu tích cực tấn công vào thị trường Ý. Giờ đây, không khó để tìm thấy một thương hiệu Ý được đầu tư bởi các doanh nghiệp Hàn Quốc ngay trên đường phố Milano. Không chỉ dừng lại ở đó, các nhà thiết kế Hàn Quốc cũng đang bắt đầu tham gia vào việc tự phát triển thương hiệu và trực tiếp điều hành các cửa hàng giới thiệu sản phẩm. Trong đó, tiêu biểu là một cửa hàng có sức hấp dẫn đặc biệt và thu hút được sự quan tâm lớn của những bà mẹ

thời trang ở Milano, đó chính là cửa hàng thời trang trẻ em được điều hành bởi Lee Mina, nhà thiết kế Hàn Quốc.

Mina bắt đầu cuộc sống của một du học sinh tại Ý ngay sau khi tốt nghiệp đại học ở Hàn Quốc. Nhưng vào đúng thời điểm Mina hoàn thành công việc học tập và chuẩn bị trở về nước thì cuộc khủng hoảng tài chính, tiền tệ IMF nổ ra tại quê hương cô. Đây cũng chính là thời điểm đã thay đổi toàn bộ cuộc đời của cô sau này. Trước diễn biến của cuộc khủng hoảng tại Hàn Quốc, Mina có dự cảm không mấy tốt đẹp về khả năng có thể tìm được một công việc ổn định tại quê nhà. Và cuối cùng, cô nghĩ rằng dẫu sao con đường nào cũng đều khó khăn, chi bằng hãy nỗ lực hết sức để có thể tỏa sáng trên một sân khấu lớn hơn trong tương lai. Suy nghĩ này đã thôi thúc cô quyết tâm bám trụ tại Milano. Với xuất phát điểm là một nhân viên tập sự, Mina đã kiên trì, nỗ lực từng bước trên con đường sự nghiệp và cuối cùng, cơ hội cũng đã mỉm cười với cô.

> *"Khi mới bắt đầu được biết đến với vai trò là một nhà thiết kế tại đây, tôi đã tự đặt ra cho bản thân rất nhiều câu hỏi.Tôi đã nghĩ rằng, trong khi đã có biết bao nhiêu du học sinh Hàn Quốc đến Ý để tiêu tiền, học tập và quay trở lại Hàn Quốc thì giờ đây, liệu có nên phát triển một thương hiệu của Hàn Quốc được tạo ra bởi một nhà thiết kế Hàn Quốc ngay tại chính Milano này không? Với suy nghĩ này, tôi đã cùng với một công ty Hàn Quốc mạnh dạn cho ra mắt thương hiệu Derercuny tại Milano. Cho đến nay, thương hiệu Derercuny đã có mặt ở hơn 60 trung tâm thương mại và các cửa hàng thời trang cao cấp nhất tại 17 quốc gia trên toàn thế giới. Đây là điều chưa thương hiệu của một nhà thiết kế Hàn Quốc hay Nhật Bản nào làm được. Derercuny cũng là thương hiệu đầu tiên của một nhà thiết kế đến từ châu Á gây ấn tượng và nhận được nhiều khen ngợi tại tuần lễ thời trang Milano."*

Khi đã thành công và trở thành ngôi sao đang lên tại Milano, con cái chính là nguồn cảm hứng thúc đẩy Lee Mina tham gia

vào lĩnh vực thời trang trẻ em. Sau khi sinh đứa con đầu lòng ở độ tuổi ngoài 40, cả thế giới của Lee Mina dường như hoàn toàn thay đổi.

"Trên thực tế, không có nhiều cửa hàng thời trang trẻ em tại Milano. Tất cả đều là các thương hiệu cũ. Chính vì vậy, tôi đã quyết tâm tự tạo ra một thương hiệu thời trang trẻ em. Tôi không đi theo bất cứ một xu hướng nào khi thiết kế các trang phục của mình. Tôi nghĩ rằng điều đó là không nên và cũng không cần thiết. Tôi cũng gửi gắm triết lý này vào các thiết kế trang phục trẻ em.

Tôi cho rằng, các mẫu thiết kế trang phục trẻ em của Mina là những bộ quần áo mà bất cứ ông bố bà mẹ nào cũng muốn mua cho con mình.

"Đây là mẫu thiết kế nằm trong bộ sưu tập thời trang Thu Đông. Nếu cài lại thì khuôn mặt sẽ biến mất, còn mở ra thì khuôn mặt sẽ xuất hiện như một phép thuật. Thật thú vị phải không? Khi thiết kế các trang phục cho trẻ em, có rất nhiều cảm xúc mới mẻ mà trước đây tôi không cảm nhận được. Cảm giác chạm vào những chiếc áo trẻ em thật thú vị, đến nỗi tôi không thể ngừng tự mỉm cười, bởi chúng quá đỗi đáng yêu. Tôi tin rằng, với tư cách một nhà thiết kế, những tình cảm này sẽ tạo ra nhiều tác động tốt đẹp đến tương lai của tôi.

Mina đã gửi những lời khuyên tới Hee Jong về việc bám trụ lại Milano.

"Mặc dù giới trẻ Hàn Quốc ngày nay đã thay đổi rất nhiều so với những thế hệ đi trước, nhưng khi gặp gỡ các bạn trẻ, tôi nhận thấy ở họ vẫn có một điều không hề thay đổi. Liệu có phải thế hệ trẻ Hàn Quốc ngày nay đã trở nên quá quen thuộc với việc học tập theo phương pháp học thuộc lòng? Có lẽ vì vậy mà họ luôn lo sợ khi thử làm một điều gì đó. Nếu dẹp bỏ mọi sợ hãi thì họ có thể phát huy được hết năng lực của mình. Dù có phạm

lỗi thì chúng ta vẫn có thể bình tĩnh và tìm ra cách giải quyết, thế nhưng giới trẻ lại quá dễ rơi vào trạng thái hoảng loạn. Dường như họ luôn tự đặt bản thân vào những khuôn khổ đại loại như 'mình có thể làm được việc này' hay là 'mình không thể làm được điều kia'. Khi các bạn phá vỡ những khuôn khổ này để tích cực làm việc và va chạm thì nghĩa là các bạn đã có đầy đủ khả năng để thành công. Tôi nghĩ rằng giờ đây, các bạn nên từ bỏ suy nghĩ không cần thiết rằng chỉ làm việc tại Hàn Quốc mới cho các bạn một cuộc sống ổn định."

Ngay chính tại sân khấu lớn này, nơi diễn ra cuộc chiến tranh tài cao thấp giữa các nhà thiết kế hàng đầu thế giới, Mina đã sáng tạo ra một xu hướng hoàn toàn mới và tự gây dựng nên tương lai của mình. Bản thiết kế cuộc đời mà cô đã tự hoàn thiện là minh chứng cho niềm hy vọng có cơ sở của các bạn trẻ cũng đang bắt đầu vẽ nên tương lai trên sân khấu ấy.

"Tuyệt đối không thể ảo tưởng về nghề nghiệp khi là một nhà thiết kế. Hãy giữ lòng nhiệt huyết và gạt bỏ mọi mộng tưởng. Tôi nghĩ rằng thời trang là nhiệt huyết, là sự tò mò chứ không phải một bộ môn nghệ thuật cao siêu. Thời trang là cuộc sống thường nhật của tôi."

Thấm thía câu chuyện của Mina, Hee Jong cũng bày tỏ về ước vọng tương lai của bản thân.

"Tôi rất đồng cảm với Mina khi cô ấy nói rằng thời trang là cuộc sống thường nhật, là một phần vô cùng quan trọng trong sinh hoạt hàng ngày của mỗi người. Tôi thấy rằng thay vì hướng tới một tương lai quá xa vời, thì việc tận hưởng cuộc sống mỗi ngày còn quan trọng hơn. Và điều mà tôi mong muốn là tạo ra những bộ trang phục có thể giúp mọi người thoải mái tận hưởng mỗi ngày trong cuộc sống của họ."

Có thể bản đồ thế giới đang mở ra ngay trước mắt chúng ta chỉ là một trang giấy nhỏ, nhưng một trang giấy nhỏ cũng có thể trở

thành một tấm bản đồ chỉ đường đầy hữu ích, mở ra các ngành nghề cùng với những khả năng vô hạn của chúng, tất cả tùy thuộc vào cách nhìn nhận của mỗi người. Thay vì lo lắng làm sao để có thể tồn tại, hơn hết, các bạn cần phải biết mơ ước về hướng đi trong tương lai và dũng cảm đối đầu với thử thách.

> *"Từ bỏ là cách có thể xóa tan mọi sự lo lắng, sợ hãi, nhưng cũng đồng nghĩa với việc xóa tan tất cả niềm hy vọng."*

Business for happiness
Làm việc vì mưu cầu hạnh phúc

:

Đừng làm việc vì tiền, hãy làm việc vì hạnh phúc của chính mình

:

"Nếu như trở thành người giàu nhất thế giới rồi cuối cùng kết thúc bằng việc được chôn trong nghĩa địa thì cũng chẳng có ý nghĩa gì với tôi. Điều quan trọng là mỗi đêm trước khi đi ngủ, bạn có thể nói mình đã làm được một việc gì đó tuyệt vời. Đừng làm việc vì tiền bạc. Hãy làm một việc gì đó mà bạn có thể tự hào rằng ngày hôm nay mình đã làm được những điều tuyệt vời có thể thay đổi thế giới."

Đây chính là một trong những câu nói nổi tiếng của Steve Jobs, người đã tạo nên huyền thoại apple - công ty hàng đầu thế giới hiện nay. đối với Steve Jobs, công việc không chỉ đơn thuần là phương tiện kiếm tiền mà là nghề nghiệp để mang lại sự thỏa mãn và niềm tự hào. Thay vì giúp bạn trưởng thành hơn, làm việc chỉ vì tiền rất có thể chỉ là hành động tiêu tốn thời gian của bạn. giống như câu nói cổ của người Hàn Quốc "Kẻ có nghìn tấc đất thì có nghìn nỗi lo, kẻ có vạn tấc đất thì có vạn nỗi lo", tiền bạc không tỷ lệ thuận với hạnh phúc. điều này cũng giống như một người làm

việc chăm chỉ không thể vượt qua được một người thực sự yêu thích công việc ấy, khi được làm công việc mà bản thân yêu thích nghĩa là bạn đang tự củng cố sức cạnh tranh cho mình. Và khi bạn có được khả năng cạnh tranh của riêng mình, thì những "khoản tiền lớn" cũng tự động rơi vào túi của bạn. Vậy thì, chúng ta sẽ làm việc vì điều gì?

Đảo Jeju (Hàn Quốc): Quán cà phê Seba & Công ty phát triển dự án văn hóa một thành viên Bbyong ga-ge

"Thông thường, khi phải lựa chọn giữa công việc và cuộc sống, người Hàn Quốc có xu hướng hy sinh cuộc sống để chọn lấy công việc, nhưng tôi thì chỉ luôn có một lựa chọn duy nhất, đó là cuộc sống của mình."

— KIM SE WOON —

(Chủ quán cà phê Seba)

Khác với thế hệ trước đây chỉ coi trọng sự sinh tồn, thế hệ ngày nay không chỉ quan tâm tới những bù đắp về mặt vật chất, mà còn hiểu rõ tầm quan trọng của sự thỏa mãn về mặt tinh thần. Tuy nhiên, đứng trước làn sóng xu hướng tiêu dùng cùng với những nỗi lo về cánh cửa chật hẹp của thị trường việc làm và tính chất thiếu ổn định của nghề nghiệp, các giá trị vật chất vẫn giữ được vị trí kiên cố trong xã hội. Trong một thời đại khi mà giá trị quan về nghề nghiệp đang bị lung lay nghiêm trọng như ngày nay thì ở đâu đó, vẫn có những bạn trẻ không hề bị dao động và vẫn kiên định tìm kiếm cho mình một lối đi riêng. Với sức trẻ tuôn trào, họ đang không ngừng nỗ lực trên con đường biến một vùng đất xa xôi, hẻo lánh, tách biệt với văn hóa cộng

đồng trở thành một trong những trung tâm của văn hóa, nghệ thuật. Thế giới gọi họ là những người nhập cư văn hóa. Họ là những người đang thổi một làn gió mới vào nền kinh tế đảo Jeju, đồng thời vun đắp nên những lớp giá trị mới của nghề nghiệp.

Trên thực tế, câu nói "đừng làm việc vì tiền bạc" không biết chừng chỉ là một câu nói có tính chất viễn tưởng hay thậm chí là đầy tuyệt vọng đối với thế hệ trẻ đang sống trong một thời đại nghiệt ngã như ngày nay. Thế nhưng, niềm hạnh phúc nhỏ bé mà những người nhập cư văn hóa của đảo Jeju đang vượt biển cả và thổi bùng lên lại đủ sức để trở thành ngọn đuốc dẫn đường cho tất cả những thanh niên đang bị lung lay bởi sóng gió cuộc đời. Chứng kiến công việc và cuộc sống của họ sẽ giúp chúng ta có những cảm nhận thực tế và sinh động hơn rất nhiều về ý nghĩa của câu nói "hạnh phúc còn hơn tiền bạc" trong những ghi chép hoặc trong cuốn tự truyện của một người nổi tiếng nào đó. Và cách kiếm sống một cách hạnh phúc hóa ra lại gần hơn chúng ta nghĩ rất nhiều.

Nghệ sĩ piano biến đời thường trở thành nghệ thuật

Seon-heul-ri là một ngôi làng nằm ở vùng ngoại ô của đảo Jeju. Ngôi làng yên ả thưa dân hiếm người lui tới này gần đây lại liên tục được chứng kiến các bữa tiệc của những giai điệu lạ lẫm. Phần lớn cư dân là người cao tuổi này đang ngập tràn những giai điệu âm nhạc đầy màu sắc từ âm nhạc cổ điển, cho đến nhạc Jazz. Tại đây "Cafe Seba", một ngôi nhà đá hai tầng được xây dựng bằng những viên đá vốn là biểu tượng của đảo Jeju. Đối với chủ nhân của Cafe Seba, một nghệ sĩ piano thì nơi này là phòng tập luyện cá nhân. Còn đối với những vị khách thì đây là quán cà phê mà họ có thể thư thái thưởng thức một tách cà phê. Đối với các nghệ sĩ biểu diễn và khán giả coi quán cà phê này là một sân khấu thì nơi đây là một điểm biểu diễn lý tưởng không thua kém gì một thánh đường nghệ thuật. Cafe Seba vừa là nơi chốn

hạnh phúc dành cho tất cả mọi người, vừa là không gian văn hóa tổng hợp của ngôi làng Seon-heul-ri.

Được mở cách đây chưa đầy hai năm, Seba là một ngôi nhà được Kim Se Woon, một người dân di cư đã sống 10 năm ở đảo Jeju, xây dựng để làm nhà ở và phòng tập luyện. Kim Se Woon đã cải tạo lại nơi này từ một nhà kho trở thành một ngôi nhà hai tầng và treo tấm biển quán cà phê như một kế sinh nhai nho nhỏ. Dù chỉ là một địa điểm biểu diễn rất đỗi bình thường, không có ánh đèn sân khấu rực rỡ, cũng không có các thiết bị âm thanh chuyên nghiệp nhưng giờ đây nơi này không chỉ là một quán cà phê, mà còn được yêu mến như một không gian văn hóa thực thụ. Nghệ sĩ ghi-ta Hata Shuji, được biết tới là người châu Á đầu tiên giành học vị tiến sĩ ngành Âm nhạc, cũng từng nhận lời mời biểu diễn tại đây. Những vị khách của quán thường không phải là những người đặc biệt yêu thích âm nhạc thường thấy, mà phần lớn là dân làng. Rõ ràng họ không phải là những người hâm mộ nhạc jazz, vậy bằng cách nào âm nhạc đã trở thành phương tiện kết nối con người với con người tại nơi đây?

"Tôi không định đến đây để tự biểu diễn trong rừng. Tôi tạo ra Seba để có thể sống với ngôi làng này. Seba nằm ở ngay chính giữa ngôi làng, bởi vậy, tôi muốn cho dân làng biết tôi đang làm gì, cùng với đó, chia sẻ sở thích của bản thân với dân làng. Chính vì vậy, mỗi khi chuẩn bị một buổi biểu diễn, tôi đều trịnh trọng mời mọi người trong làng đến tham dự. Tôi không biết thực sự đối với họ, buổi biểu diễn có thú vị không, hay âm nhạc có làm họ hài lòng không, nhưng dù thế nào thì họ vẫn luôn đến, vỗ tay và ủng hộ nhiệt tình cho các tiết mục. Mỗi sáng tôi đều luyện tập rất ồn ào, nhưng các cụ già trong làng vẫn công nhận và thông cảm cho những việc tôi làm. Tôi đã luôn cố gắng và trăn trở rất nhiều, làm sao để có thể giới thiệu âm nhạc mà mình yêu thích tới nhiều người hơn nữa. Và có lẽ tôi đã làm được điều này ở đây."

Tấm lòng thành cùng những trăn trở của Se Woon về việc hòa hợp với dân làng và sự quan tâm của người dân nơi đây khi chào đón một người phương xa một cách nồng ấm đã biến những chuyện thường ngày ở một ngôi làng hẻo lánh thành nghệ thuật. Trước khi chuyển đến đảo Jeju, Se Woon từng đi du học rồi trở về Hàn Quốc, hoạt động như một nghệ sĩ piano tại Seoul và có một cuộc sống rất bận rộn. Là một người hoạt động âm nhạc nhưng Se Woon đã từ bỏ cuộc sống ở một thành phố lớn nơi anh có thể biểu diễn ở những sân khấu hoành tráng với nhiều thính giả hơn để lựa chọn một cuộc sống bình dị như bây giờ. Se Woon điềm tĩnh nói về lý do đã đưa cô đến với quyết định này.

"Sau khi du học trở về, tôi đã nghĩ rằng mình không nhất thiết phải ở Seoul, bởi điều tôi muốn là có thể tạo ra một sân khấu của chính mình. Thông thường, khi phải lựa chọn giữa công việc và cuộc sống, người Hàn Quốc có xu hướng hy sinh cuộc sống để chọn lấy công việc, nhưng tôi thì chỉ luôn có một lựa chọn duy nhất, đó là cuộc sống của mình."

Khi công việc không thể hòa hợp với cuộc sống, khi nó luôn khiến bạn cảm thấy mệt mỏi và mâu thuẫn với chính mình thì có lẽ đó không phải là công việc thực sự dành cho bạn. Một công việc như vậy sẽ chỉ luôn biến bản thân nó và hạnh phúc cá nhân của bạn thành sự căng thẳng, mệt mỏi. Cuối cùng, bạn sẽ làm việc vì tiền thay vì chính bản thân, và không thể nhận ra rằng cuộc sống còn rất nhiều điều quan trọng hơn thế. Se Woon đã vun đắp cho hạnh phúc của bản thân trong một cuộc sống bình dị thay vì theo đuổi những tham vọng tiền tài và danh tiếng.

"Trước đây, tôi từng nghĩ rằng biểu diễn âm nhạc là 'công việc'. Thế nhưng cuộc sống ở đây đã khiến tôi phải trăn trở rất nhiều về âm nhạc. Đó là thứ âm nhạc không chỉ dành cho bản thân mà còn để sẻ chia với mọi người. Mặc dù bây giờ đã ngoài ba mươi tuổi, nhưng phải đến lúc này tôi mới mơ ước về con đường từ người biểu diễn trở thành nghệ sĩ. Cùng chia sẻ âm

nhạc mà mình yêu thích với tất cả mọi người nơi đây và tạo nên một nét văn hóa mới đã trở thành công việc thực sự của tôi từ lúc nào không hay. Không cần phải tính toán tốt xấu, hơn thua. Tôi chỉ muốn sống một cuộc sống mà trong đó nghệ thuật và đời thường hòa làm một."

Quan sát Se Woon trên sân khấu nhỏ của riêng cô, một lần nữa, tôi lại suy nghĩ về thứ gọi là hạnh phúc. Bhutan là một quốc gia biệt lập ẩn mình trong dãy Himalaya với dân số vẻn vẹn 750.000 người trên tổng diện tích lãnh thổ chỉ bằng 1/5 diện tích bán đảo Triều Tiên. Mặc dù tổng sản phẩm quốc nội chưa vượt quá 2.000 đô-la, nhưng có tới 97% dân số Bhutan có thể khẳng định rằng "Tôi rất hạnh phúc". Việc một quốc gia không sở hữu khả năng cạnh tranh đặc biệt như Bhutan lại là quốc gia đứng đầu thế giới về chỉ số hạnh phúc[1], đã khiến toàn thế giới phải nhìn nhận lại về mối quan hệ tương tác giữa tiền bạc và hạnh phúc.

---

[1]. Theo tài liệu điều tra của Quỹ Kinh tế Mới năm 2010.

Cùng với sự phát triển của kinh tế, cho dù sự đủ đầy về mặt vật chất có trở thành điều kiện của hạnh phúc thì cũng không thể trở thành tiêu chuẩn của hạnh phúc. Tiền bạc không thể đảm bảo cho sự nghiệp tương lai của mỗi người. Thế nhưng, một công việc hạnh phúc lại có thể đảm bảo những giá trị to lớn hơn nhiều so với tiền bạc. Khi ở quán cà phê của Se Woon, hay tôi có thể gọi là không gian văn hóa nhỏ của làng Seon-heul-ri, những giá trị quý báu ấy có thể được cảm nhận qua năm giác quan, cùng với những giai điệu đời thường đã trở thành nghệ thuật.

Nhà hoạch định văn hóa tạo nên tương lai hạnh phúc "Bbyong ga-ge"

Cafe Seba không chỉ có các buổi biểu diễn âm nhạc mà nơi đây còn tiến hành rất nhiều chương trình nghệ thuật đa dạng. Nếu Se Woon có thể nâng cao chất lượng nghệ thuật tại Seba, thì quản lý Kim Seon Mi lại củng cố sức mạnh của trí tưởng tượng cho dân làng. Kim Seon Mi là một nhà hoạch định văn hóa, cô đã chuyển đến đảo Jeju sống được sáu năm nay. Seon Mi từng sinh sống và làm việc tại Seoul trước khi chuyển đến đảo Jeju với mong muốn có một cuộc sống thú vị hơn. Tại đảo Jeju, Seon Mi đã có cơ hội gặp gỡ Seba và giờ đây cô là một cư dân của làng Seon-heul, sống ngay phía sau Cafe Seba. Cô đang lên kế hoạch và tiến hành một loạt các sự kiện quy mô nhỏ để giúp người dân địa phương hình thành nên một mạng lưới văn hóa và có thể tận hưởng một cuộc sống tốt đẹp hơn.

Cùng một lúc làm hai công việc khiến mỗi ngày của Seon Mi dường như dài hơn nhưng nhìn cô không có vẻ gì là căng thẳng. Mỗi sáng thức dậy, cô làm vườn và chăm sóc bãi cỏ, sau đó tiếp tục làm việc với vai trò là quản lý Cafe Seba từ 12 giờ trưa đến 6 giờ chiều. Thời gian còn lại cô cùng dân làng đạp xe, đi dạo và hái dương xỉ. Vậy Seon Mi dành thời gian nào để làm một nhà hoạch định văn hóa?

> *"Công việc của tôi là hòa nhập với dân làng. Phải sống gần gũi với mọi người tôi mới có thể tạo ra nét văn hóa thực sự cần thiết. Nét văn hóa mà tôi đang nói tới không phải là điều gì đó quá to tát. Đó chỉ là những điều vô cùng nhỏ bé nhưng tràn đầy cảm xúc và vui vẻ để mọi người trong làng có thể sống thú vị và hạnh phúc mỗi ngày."*

Seon Mi muốn tạo ra dù chỉ là một ngày thật hạnh phúc cho tất cả mọi người trong làng, bởi cô nhận thấy dân làng đã rất mệt mỏi với những công việc nhà nông vất vả. Trong lễ hội làng năm trước, Mi Seon đã tổ chức buổi triển lãm tranh phong cảnh của làng và nhận được sự ủng hộ rất lớn.

"Thông qua các bức ảnh, tôi muốn chia sẻ câu chuyện của ngôi làng này, về tất cả mọi người, từ những em nhỏ cho tới các cụ già trong làng. Đó là khoảng thời gian thực sự hạnh phúc. Bởi công việc của tôi là tạo ra cơ hội để mọi người có thể cảm nhận được sự hạnh phúc ngay trong chính đời sống giản dị thường ngày."

Sau khi cuộc triển lãm kết thúc, Seon Mi đã làm các tấm bưu thiếp và tặng chúng cho khách đến tham quan. Đây chính là một trong những ý tưởng của Seon Mi nhằm thu hút sự quan tâm của nhiều người đến với địa phương. Thời gian gần đây, Seon Mi đang trăn trở về việc tổ chức thêm nhiều sự kiện văn hóa mới trong dịp hội làng sắp tới. Đến lúc này, những việc mà Seon Mi đang làm đã vượt qua sở thích thông thường để trở thành nghề nghiệp thực thụ của cô. Tuy nhiên, công việc này có thể mang lại lợi ích kinh tế hay không? Mặc dù sở thích và nghề nghiệp là những điều hoàn toàn khác biệt về mặt tư tưởng, nhưng dù thế nào thì công việc ấy cũng phải giúp đảm bảo cuộc sống, do đó lợi ích kinh tế cũng rất quan trọng.

"Tất nhiên không thể hoàn toàn xem nhẹ vấn đề tiền bạc được. Bởi vậy, tôi đang rất cố gắng để có thể tự cung tự cấp cho cuộc sống của bản thân. Đây cũng chính là lý do mà tôi làm vườn. Vẫn có thể đảm bảo cho cuộc sống của bản thân ngay cả khi không tiêu pha gì cũng là một phần công việc của tôi. Trên thực tế, với tư cách một nhà hoạch định văn hóa, số tiền tôi kiếm được cũng không nhiều nhặn gì. Nhưng thay vào đó, tôi thu lại được cảm giác hài lòng. Nếu muốn kiếm được tiền thì phải mở rộng hoạt động nhưng tôi không muốn làm như vậy. Bởi tôi cảm thấy hạnh phúc hơn khi có thể làm những việc nhỏ bé, giản đơn nhưng lại hoàn toàn phù hợp với ngôi làng này."

Seon Mi tin rằng cần phải loại bỏ những trường hợp các bạn trẻ đang làm việc giống như cô nhưng lại từ bỏ công việc vì tiền. Đây cũng chính là lý do Seon Mi thành lập công ty phát triển dự án "Bbyong ga-ge" mà chính cô là thành viên duy nhất.

"Thực tế là việc duy trì cuộc sống, đối với những người làm công việc phải chờ đợi và nắm bắt cơ hội như chúng tôi không hề dễ dàng. Chính vì vậy, tôi đã thành lập một công ty phát triển dự án với mục đích tạo ra nhiều công việc có thể duy trì những nhu cầu tối thiểu của cuộc sống. Chỉ cần giải quyết được vấn đề miếng cơm manh áo thì hoạch định văn hóa sẽ trở thành một nghề vô cùng thú vị."

Dự án đầu tiên của Bbyong ga-ge là một dự án gây quỹ. Dự án này đã tổ chức buổi họp chợ ngoài trời để huy động quỹ dành tặng cho toàn bộ 12 em học sinh đang học tập tại ngôi trường trong làng. Đây là một dự án thành công của Bbyong ga-ge trong việc góp phần cải thiện môi trường giáo dục cho các em học sinh tại đây, đồng thời tạo thêm nguồn thu nhập cho Seon Mi với tư cách một nhà hoạch định văn hóa. Mục tiêu của Seon Mi trong thời gian tới là tiếp tục thông qua Bbyong ga-ge, phát triển thêm nhiều dự án đa dạng hơn nữa để có thể tạo ra mối cân bằng giữa công việc và sự hài lòng cá nhân.

Seon Mi nói rằng sống như một nhà hoạch định văn hóa là cách giúp cô tiến gần hơn đến mơ ước của mình.

"Trước đây, tôi đã từng nghĩ rằng một công việc đáng mơ ước phải là một công việc có thể kiếm được nhiều tiền. Nhưng giờ đây suy nghĩ của tôi đã hoàn toàn thay đổi. Mơ ước không nhất thiết phải lớn lao, vĩ đại. Giờ đây, đối với tôi, nghề nghiệp đáng mơ ước chỉ đơn giản là khi tôi có thể làm những việc mà mình không phải hổ thẹn và nhận được sự đền đáp xứng đáng."

Thế nào là một công việc không phải hổ thẹn với bản thân? Giữa một bên là công việc phải làm vì tiền với một bên là công việc muốn làm vì hạnh phúc của bản thân, đâu sẽ là con đường giúp ta mở ra cánh cửa tương lai? Đây là câu hỏi mà tất cả chúng ta đều phải tự đặt ra cho bản thân mình trên con đường đến với một ngày mai không phải hối hận hay hổ thẹn với chính bản thân mình.

Công việc không phải là lý do duy nhất để những người di cư văn hóa như Se Woon và Seon Mi chuyển đến sinh sống tại đảo Jeju. Bằng cách làm việc không vì tiền bạc mà vì mưu cầu hạnh phúc, họ là những cư dân tràn đầy hy vọng, đang mang những mơ ước vốn chỉ tồn tại trong thế giới tưởng tượng ra ngoài hiện thực. Như vậy, họ chính là những "người lao động hạnh phúc" đã được giải phóng hoàn toàn khỏi câu hỏi mang tính lựa chọn ngang trái "tiền bạc hay hạnh phúc" vẫn dằn vặt người lao động suốt cả cuộc đời.

Hà Lan: Tác giả Joost Veldman

HÃY CẢM NHẬN TIẾNG GỌI CỦA CON TIM THAY VÌ DÕI THEO ÁNH MẮT CỦA NGƯỜI KHÁC

"Chỉ những người có được công việc mơ ước mới có thể gặt hái được những thành công về mặt vật chất.

Những người có được nghề nghiệp mơ ước sẽ làm công việc đó với bầu nhiệt huyết lớn hơn bất cứ ai. Bởi khi ấy, đối với họ, nghề nghiệp không chỉ đơn giản là phương tiện kiếm tiền mà còn là công việc mạo hiểm họ đã đặt cược toàn bộ cuộc đời mình vào đó."

— JOOST VELDMAN —

Tác giả của cuốn *Do Your Dream Job*[1] đang trở thành hiện tượng trong thời gian gần đây, đã đưa ra những phân tích mới mẻ về công việc và hạnh phúc. Theo Joost Veldman, khi lựa chọn công việc mang lại cho bạn cảm giác hạnh phúc nhất chứ không phải vì địa vị hay lương bổng thì tự nhiên bạn sẽ có được công việc mơ ước của mình. Joost Veldman không gọi mình là tác giả mà tự nhận là một nhà gây quỹ. Joost Veldman cho biết, công việc mà anh yêu thích nhất là huy động quỹ quyên góp để đóng góp

cho xã hội và cuốn sách của anh chỉ là một trong những kết quả sinh ra trong quá trình anh làm công việc của mình.

---

[1]. Tạm dịch: Làm công việc mơ ước của bạn.

> *"Trong vòng một năm qua, tôi đã gặp 175 người đang làm công việc mơ ước của họ. Hầu như mỗi ngày tôi đều đồng hành cùng họ ở nơi làm việc và được chứng kiến rất nhiều điều cũng như được sẻ chia rất nhiều câu chuyện. Thông qua quá trình, tôi đã nhận ra được một điều vô cùng quan trọng. Tôi đã tìm ra bí quyết để những con người này có được một công việc trong mơ của họ. Đó chính là nhờ hiểu rõ điều gì có thể mang lại hạnh phúc cho mình và dũng cảm lựa chọn con đường ấy. Đối với họ, địa vị hay thu nhập đều không phải là điều cần bận tâm."*

Joost Veldman đã kể cho tôi nghe câu chuyện về "những người có được công việc trong mơ" mà anh từng có dịp tiếp xúc. Đó là câu chuyện về một người phụ nữ từng là nhân viên bán hàng tại một cửa hàng trong suốt hơn 20 năm cho tới khi cô nhận ra niềm đam mê thực sự của mình. Cô đã dành hơn 4 năm để vừa học vừa làm thêm cho đến lúc có thể trở thành một kỹ thuật viên chế bản. Hay một nữ y tá làm việc tại viện điều dưỡng đã quyết tâm trở thành một nhân viên phục vụ tang lễ vì bị cảm giác trách nhiệm đè nặng mỗi khi phải chứng kiến những người cô từng chăm sóc lìa đời và hy vọng có thể chăm sóc chu đáo hơn cho họ khi tiễn họ sang thế giới bên kia. Là câu chuyện về một người phụ nữ đã tổ chức các buổi hội thảo để mọi người biết về tác dụng to lớn đối với sức khỏe của việc đạp xe cho đến khi công việc này trở thành nghề nghiệp chính của cô. Hay câu chuyện về một người đàn ông yêu quý loài ngựa và luôn trăn trở tìm cách để có thể làm việc và sống cả đời bên lũ ngựa đã trở

thành một chuyên gia thụ tinh nhân tạo cho ngựa như thế nào, v.v…

Sau khi được nghe câu chuyện về nghề nghiệp của những người mà Joost đã gặp, tôi có thể khẳng định rằng phần lớn trong số đó đều là những công việc vất vả không ai muốn làm, nhưng những con người này đã tự nguyện đảm nhận mà không hề đắn đo suy nghĩ đến địa vị hay thu nhập. Mặc dù đây đều là những nghề nghiệp có mức thu nhập thấp, cũng không có vị thế trong xã hội, nhưng nếu xét một cách tổng thể mọi phương diện của các nghề nghiệp này, chúng ta không thể không công nhận rằng chúng hoàn toàn xứng đáng được coi là "nghề nghiệp trong mơ". Bởi không có điều gì may mắn hơn khi được làm một công việc mà mình có thể tự hào về giá trị của bản thân và mang lại hạnh phúc cho chính mình.

Đến đây, Joost bổ sung *"Chỉ những người có được công việc mơ ước mới có thể gặt hái thành công về mặt vật chất."* Joost tin rằng, "mơ ước" và "tiền bạc" – điều mà tất cả mọi người đều mong muốn, không phải là hai khái niệm mâu thuẫn không thể nào cùng tồn tại, mà trái lại, còn là hai khái niệm cộng sinh tất yếu.

> *"Những người có được nghề nghiệp mơ ước sẽ làm công việc đó với bầu nhiệt huyết lớn hơn bất cứ ai. Bởi khi ấy, nghề nghiệp không chỉ đơn thuần là phương tiện kiếm tiền mà còn là công việc mạo hiểm họ đã đặt cược toàn bộ cuộc đời mình vào đó. Do đó, khi không thể từ bỏ mơ ước thì sự cần cù và khả năng thực sự sẽ được phát huy một cách tự nhiên như một phần thưởng. Sau đó, sự cần cù sẽ mang tới niềm tin, còn khả năng thực sự sẽ dẫn tới sự công nhận. Cuối cùng, khi bạn càng tiến xa hơn về phía ước mơ, thì việc kiếm tiền sẽ càng trở nên dễ dàng hơn. Giả sử như lúc này, bạn đang mơ ước gặt hái được thành công thì điều duy nhất mà bạn cần phải suy nghĩ đó là 'Liệu công việc này có thực là công việc mơ ước của mình hay không?' Nếu câu trả lời của bạn là 'Đúng vậy' thì bạn đã có được một nghề*

nghiệp trong mơ và sẽ không phải đợi quá lâu cho đến khi nhận được thành quả đáng giá."

Trên thực tế, nếu nhìn nhận theo dài hạn thì việc lựa chọn công việc có thể mang lại hạnh phúc cho bản thân sẽ cho tỷ lệ thành công về mặt kinh tế lớn hơn. Con người hành động có logic và khi có mục đích rõ ràng thì con người luôn tìm ra được hướng đi hiệu quả nhất. Nếu theo đuổi lợi ích vật chất đơn thuần thì con người sẽ tìm ra con đường tốn ít sức nhất nhưng lại kiếm được tiền một cách nhanh nhất. Như vậy, mặc dù có thể kiếm được tiền trong chốc lát, nhưng chúng ta sẽ bỏ lỡ cơ hội giúp ta đạt được điều quan trọng nhất, đó chính là "trưởng thành". Trái lại, những người đang làm công việc có thể mang lại hạnh phúc cho bản thân sẵn sàng chấp nhận tạm thời không có thu nhập để tiếp tục làm việc và học tập. Trong chính quá trình này, họ đã không ngừng tự trưởng thành và theo thời gian họ đã vươn lên vị trí của những nhà chuyên môn hàng đầu trong lĩnh vực của mình.

Xã hội hiện đại ngày nay là một xã hội đa nguyên hóa. Cho dù ở bất cứ lĩnh vực nào, chỉ cần bước lên đỉnh cao thì sự đền đáp về mặt vật chất chắc chắn sẽ tự động tăng lên theo cấp số nhân. Từ đó, ta có thể thấy tiền tài và hạnh phúc không phải là hai lựa chọn mà chúng ta phải chọn lấy một.

Chưa biết chừng, đằng sau những câu nói "Tôi không có niềm đam mê", "Tôi không biết cần phải làm gì" chỉ là cảm giác tự ti đang bị che lấp bởi ánh mắt và định kiến của xã hội. Giờ đây, điều mà chúng ta cần phải thấy được không phải là "phân chia giữa phú quý và bần hàn" trong nghề nghiệp, mà cần phải cảm nhận được "cảm giác thích và không thích" trong nghề nghiệp. Và cần phải chắc chắn rằng đó là lựa chọn xuất phát từ chính sở thích của bạn thay vì hành động a dua theo lựa chọn của người khác. Hãy nhớ rằng, nghề nghiệp mơ ước không phải là một hộp quà được gói ghém cẩn thận, đẹp đẽ và gửi tới cho bạn. Nghề nghiệp mơ ước là thành quả thu được từ nỗ lực của bản thân.

Hỡi các bạn trẻ, hãy làm công việc có thể mang lại hạnh phúc cho chính mình!

Những con người hạnh phúc với nghề nghiệp của bản thân

PHƯƠNG CHÂM SỐNG VÀ LÝ DO LÀM VIỆC CỦA HỌ

Để giải thích cho từ khóa "FUTURE" – xu hướng việc làm toàn cầu trong tương lai và "MY JOB" – chiến lược tìm việc làm phù hợp với bản thân, cho đến giờ, chúng ta đã gặp gỡ các chuyên gia và các bạn trẻ ở nhiều quốc gia trên thế giới. Họ không chỉ chia sẻ những kinh nghiệm và luận điểm của bản thân mà còn cho chúng ta biết phương châm sống và lý do làm việc của họ. Chúng ta có thể nhận thấy, giữa những câu chuyện về trải nghiệm của họ đều có một nét tương đồng. Đó chính là *"Khi nắm trong tay một công việc có tương lai, chúng ta có thể làm được nhiều việc có ích và sống thật hạnh phúc."* Hãy cùng lắng nghe những điều họ nói.

> *"Phương châm sống ư? Tôi không có một phương châm sống to tát nào cả, bởi tôi thuộc tuýp người nói là làm. Trong thời gian qua, điều tôi cảm nhận được với tư cách một người khởi nghiệp kinh doanh là lời nói phải được thể hiện ngay bằng hành động và tôi vẫn đang cố gắng để trở thành một con người tốt hơn nữa trước khi tự biện minh cho sai sót của mình hay phê phán người khác."*
>
> — YOO MIN JOO (GIÁM ĐỐC CÔNG TY HEYBREAD)

> *"Chúng tôi không chỉ bán cơm nắm mà còn bán kèm năng lượng và lòng nhiệt tình đến những người đang mệt mỏi.*

Phương châm của chúng tôi là "Cái ôm hôn của gia đình". Gia đình ở đây không chỉ có nghĩa là những người có cùng quan hệ huyết thống. Đối với tôi, đồng nghiệp cũng giống như gia đình. Chúng ta luôn muốn được ôm hôn các thành viên trong gia đình của mình. Bởi vậy, tôi muốn mọi người hãy làm việc cùng nhau và hạnh phúc như một gia đình."

— CHOI SANG HO (GIÁM ĐỐC CỦA USEOAB)

"Phương châm sống của tôi rất đơn giản. Đó là khi làm bất cứ việc gì cũng phải làm đến nơi đến chốn. Không tận tâm với việc mình làm thì khó có thể thành công. Bởi vậy, tôi luôn cố gắng hết sức trong mọi việc và hoàn toàn chú tâm vào đó."

— SONG JAE PIL (GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH)

"Công việc của tôi là lôi kéo, tập trung mọi người và luôn tìm đến họ khi cần thiết. Lắng nghe và thu thập câu chuyện của nhiều người là nhiệm vụ của tôi. Trong quá trình này, tôi cần phải trò chuyện, thấu hiểu rất nhiều người và phải điều chỉnh sao cho phù hợp, trên thực tế thì đây là điều khó khăn nhất. Mặc dù có lúc mọi người khiến tôi phải mệt mỏi trong quá trình làm việc, nhưng cũng chính họ đã truyền cho tôi nguồn sức mạnh lớn nhất. Thật ra tôi nghĩ rằng mình là một người rất yếu đuối. Bởi vậy, tôi rất vui khi gặp được những người có cùng suy nghĩ giống như tôi. Khi mọi người bày tỏ sự quan tâm và lắng nghe tôi giải thích về công việc của mình hay khi gặp được những đồng nghiệp mà tôi có thể tin tưởng, tôi thường nghĩ rằng mình đang thực sự làm việc này, có vẻ như mình đang làm khá tốt.

Phương châm sống của tôi là trở thành một người linh hoạt, không quá cứng nhắc. Trong các dự án mà tôi đang đảm nhận hay trong quá trình đối thoại với nhiều người, tôi muốn có thể thuyết phục được mọi người bằng sự mềm dẻo và linh hoạt. Tôi

luôn tự nhủ với bản thân những gì tôi đang làm có thể giúp ích cho người khác.”

— LEE SEUNG MI (TRƯỞNG NHÓM DỰ ÁN THANH NIÊN, DOANH NGHIỆP XÃ HỘI IEUM)

“Tôi nghĩ rằng mình đã có được công việc mơ ước, đó chính là nghề mộc. Nếu còn một mơ ước nữa thì tôi muốn được chia sẻ mơ ước của tôi với các nhân viên trong công ty. Tôi mong muốn mơ ước của mình có thể trở thành mơ ước của họ và ngược lại, như vậy chúng tôi sẽ có thể cùng nhau tạo thành một thể thống nhất.”

— JANG MIN SU (ĐỒNG GIÁM ĐỐC CÔNG TY ĐỒ NỘI THẤT INEED)

“Bạn hỏi tôi về mục đích làm việc ư? Chỉ đơn giản là tôi thực sự yêu thích công việc này mà thôi… Lý do tôi đến với công việc hiện nay là bởi tôi đã từng chở khách trên những chiếc xe đạp léo như một công việc bán thời gian khi còn sống ở nước ngoài và tôi rất thích việc này. Bởi vậy, tôi hy vọng sẽ có thêm nhiều người khác được trải nghiệm điều này giống như tôi. Tôi muốn thông qua những chiếc xe đạp kéo này tạo ra nhiều việc làm hơn nữa và kết nối con người lại với nhau. Tôi làm công việc này bởi tôi thực sự yêu thích nó. Và tôi nghĩ cũng sẽ có người thích công việc tôi đang làm. Tôi hy vọng mình có thể chia sẻ điều này với những người khác nữa. Tôi muốn có thêm nhiều chiếc xe đạp kéo nữa, không chỉ ở Seoul mà còn ở các thành phố khác.”

— LEE IN JAE (GIÁM ĐỐC CÔNG TY RIDE ARTEE)

“Tôi yêu thích cây cối và cũng yêu thích việc chúng được sử dụng như nguyên liệu chế tạo… Tôi luôn sống gần gũi và làm việc cùng với cây cối. Chính vì vậy tôi đã lựa chọn nghề mộc.”

— LEE JAE IN (THỢ MỘC LÀNG Ở ĐẢO JEJU)

"Đối với tôi công việc là việc tạo ra cảm xúc. Tôi nghĩ rằng công việc là khi tôi có thể khiến đồng nghiệp, gia đình tôi, bản thân tôi và thậm chí là cả xã hội cảm động. Tôi nghĩ rằng kinh doanh là công việc mơ ước của tôi. Vui vẻ buôn bán và mang lại niềm vui, tiếng cười cho mọi người chính là sứ mệnh của tôi."

— KIM YUN KYU (ĐẠI DIỆN NHÓM NHÀ BUÔN TRẺ)

"Tôi muốn thay đổi thế giới. Tôi muốn thay đổi hành động, bảo vệ môi trường, tôi muốn làm một điều gì đó và muốn biết tại sao tôi lại làm việc này."

— ANNA (NHÀ THIẾT KẾ)

"Tôi muốn tạo ra thật nhiều món ăn ngon và mới mẻ. Đối với tôi, các món ăn là phương tiện giúp tôi mang lại hạnh phúc đến cho mọi người, bởi vậy, tôi luôn mong muốn tạo ra thật nhiều điều mới mẻ."

— VÂN (CHỦ CỬA HÀNG BÁNH MÌ 11)

Vì tình yêu vô bờ với công việc này nên tôi mới có thể làm việc chăm chỉ đến tận 2 giờ sáng và thức dậy tiếp tục làm việc vào 6 giờ sáng cho dù không ai yêu cầu tôi phải làm như vậy. Tôi có hai điều muốn nhắn nhủ tới những ai đang theo đuổi mơ ước của mình. Thứ nhất, các bạn hãy suy nghĩ thật đơn giản. Thực ra việc đối đầu, va chạm không quá khó khăn và phức tạp như các bạn nghĩ. Thứ hai, các bạn cần phải thực sự yêu thích công việc của bản thân và đừng bao giờ lo sợ thất bại. Tôi nghĩ rằng lý do để con người sợ phải đối đầu với những thử thách mới là bởi chúng ta luôn lo sợ sẽ thất bại. Chúng ta vẫn luôn thất bại. Nhưng thất bại là nền tảng để chúng ta làm lại từ đầu. Nếu muốn như vậy thì chúng ta cần phải thực sự yêu thích công việc. Nếu thực sự yêu công việc của mình, bạn sẽ luôn cảm thấy

rất vui vẻ và nhận ra rằng cuối cùng mình đã có thể vượt qua những khó khăn để thực hiện được mơ ước của bản thân."

— AN (QUẢN LÍ CỬA HÀNG BÁNH MÌ 11)

"Tôi nghĩ rằng điều quan trọng nhất khi tìm kiếm nghề nghiệp là sự tự do và độc lập. Khi lựa chọn nghề nghiệp, bạn cần phải xem mình có thể tự làm được điều gì cho bản thân. Phương châm sống của tôi là không cần phải sống theo sự kỳ vọng của người khác. Nếu là việc tốt cho bản thân thì những điều tốt đẹp chắc chắn cũng sẽ tìm đến với những người khác nữa."

— CHRIS GUILLEBEAU (TÁC GIẢ)

"Tôi luôn khát khao về một cuộc sống tự do trong tương lai, không vướng bận về tiền bạc. Tôi không muốn trở thành một người hàng ngày đi làm bằng tàu điện ngầm. Cho dù công việc có bận rộn đến đâu tôi vẫn muốn có thời gian để đọc sách, uống trà và xem phim. Cho dù không có nhiều tiền, nhưng tôi hy vọng mình có một thế giới tâm hồn độc lập và phong phú. Mong rằng trong tương lai, tôi có thể làm công việc mà mình mơ ước, có thời gian để được sử dụng theo ý mình và không phải sống cuộc sống công sở bắt đầu vào 9 giờ sáng và kết thúc vào khoảng 5, 6 giờ chiều. Và có hai việc mà nhất định tôi phải cùng thực hiện là một công việc có thể kiếm ra tiền để trang trải cho cuộc sống và một công việc có thể không kiếm được nhiều tiền nhưng là công việc mà tôi yêu thích. Để đôi lúc, khi cảm thấy mệt mỏi, đau đớn hay khổ sở, tôi có thể tạm lánh cùng với công việc yêu thích của mình."

— JANG BANG JOO

(PHÓ TỔNG BIÊN TẬP TẠP CHÍ *TUẦN MỚI*)

"Tôi làm việc bởi tôi phải làm việc. Và làm việc cũng là điều rất tốt. Điều khiến tôi cảm thấy hạnh phúc đó là được làm việc mình thích với lòng nhiệt tình và có thể làm tốt công việc đó!"

— JESSIE CHEN

(NHÂN VIÊN CÔNG TY SMULE)

“Tôi làm việc bởi tôi muốn tạo ra ảnh hưởng tới thế giới.Là một con người, nếu bạn không thể sáng tạo ra điều gì đó có thể khiến cuộc sống của người khác trở nên tốt đẹp hơn thì bạn sẽ không bao giờ có được cảm giác đầy đủ, trọn vẹn. Chính vì vậy, tôi vẫn đang làm việc.”

— PARAG CHORDIA

(GIÁM ĐỐC KHOA HỌC TẠI SMULE)

“Nếu không có công việc thì cuộc sống không còn ý nghĩa gì nữa. Cho dù là bạn là bất cứ ai, chỉ cần bạn có thể chắc chắn rằng công việc mà bạn đã chọn là thiên chức của bạn, hoàn toàn phù hợp với bạn thì bạn đã có được niềm hạnh phúc và vận may vô cùng to lớn. Nhưng cho dù bạn có cảm thấy công việc bạn đang làm không phải là thiên chức của bản thân thì khi bạn lựa chọn nó, công việc đó đã trở thành “thiên chức thứ hai” của bạn. Chỉ khi làm việc và coi công việc là thiên chức của bản thân, bạn mới được coi là người có trách nhiệm với cuộc sống của chính mình. Khi đó, hạnh phúc sẽ tự tìm đến với bạn.”

— KIM JANG EON

(Y TÁ BỆNH VIỆN ĐẠI HỌC SEOUL)

“Bây giờ tôi luôn muốn đi cùng với các thành viên trong đội của tôi. Mục tiêu lớn nhất của tôi là có thể cho mọi người biết rằng 7 tỷ người trên trái đất này ai cũng là người tài giỏi.”

— KWON IN TAEK

(GIÁM ĐỐC CÔNG TY DỊCH VỤ GIÁO DỤC OPEN KNOWLEGED)

“Tôi muốn sống một cuộc sống hạnh phúc của chính mình. Tôi luôn mơ ước được sống bên cạnh người thân yêu, được làm mọi việc mình muốn vào bất cứ lúc nào mà không phải chịu những áp lực nặng nề.”

— AUDREY (CHUYÊN GIA TRANG ĐIỂM)

“Khi chúng ta làm việc mà mình thực sự yêu thích, tự lắng nghe chính bản thân mình và không ngừng phát triển bản thân thì khi đó chúng ta là người hạnh phúc.”

— PRERNA GUPTA (GIÁM ĐỐC SẢN XUẤT CỦA SMULE)

Lời kết
Từ giữa tâm điểm của xu hướng việc làm: My Job For Future

"Tấm lưng của những người đứng hướng về phía bảng thông báo tuyển dụng mãi là câu đố không có lời giải đáp của thành phố này."

- KO HYEONG RYEOL -

(Trích *Đằng sau tấm bảng thông báo tuyển dụng của tôi*)

Đầu mối chữa trị căn bệnh kinh niên của xã hội nằm ở vấn đề việc làm

Mặc dù vấn đề tìm kiếm phương án tạo việc làm đã trở thành chương trình nghị sự mang tầm quốc gia, nhưng đây không phải là vấn đề có thể nhanh chóng tìm ra cách giải quyết triệt để chỉ trong một sớm một chiều. Nền kinh tế toàn cầu không thể nào thoát ra khỏi đường hầm khủng hoảng dài đằng đẵng. Trong khi đó, nền kinh tế của Hàn Quốc vốn phụ thuộc rất lớn vào nước ngoài cũng đang dậm chân tại chỗ trong vũng lầy của đình trệ, đồng thời đang chuyển sang cơ cấu kinh tế dựa trên hệ thống hóa, tự động hóa và dần phát triển theo xu hướng hạn chế tuyển dụng lao động.

Phải chăng điều này có nghĩa là còn rất lâu nữa chúng ta mới có thể giải quyết được vấn đề việc làm?

Vấn đề việc làm có thể coi là vấn đề nhức nhối nhất trong xã hội của chúng ta, đồng thời cũng là xuất phát điểm của hướng giải quyết, nơi chứa đựng đầu mối chữa trị rất nhiều căn bệnh cố

hữu của xã hội. Đây chính là lý do chúng ta nhất định phải tìm ra lời giải đáp cho dù cuộc chiến này có khó khăn thế nào đi nữa. Nếu nhiều việc làm được tạo ra hơn nữa và mang lại cơ hội nâng cao thu nhập cho tầng lớp thu nhập thấp thì nó cũng có ý nghĩa giúp họ thoát khỏi cảnh đói nghèo. Do đó, vấn đề việc làm là vấn đề căn bản nhất của chính sách phúc lợi xã hội. Nếu như sinh viên tốt nghiệp từ bất cứ trường đại học nào, cho dù có danh tiếng hay không, vẫn có thể tìm được việc làm tốt thì sẽ không xảy ra cuộc cạnh tranh gay gắt quá độ trong lĩnh vực giáo dục tư nhân. Vấn đề việc làm cũng là vấn đề căn bản nhất của chính sách giáo dục. Khi có nhiều việc làm tốt được tạo ra, cũng đồng nghĩa với việc thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng, giúp vực dậy nền kinh tế đang đình trệ. Bởi vậy, vấn đề việc làm cũng là vấn đề căn bản nhất trong chính sách kinh tế. Tạo việc làm là vấn đề trọng tâm, có liên quan đến vô số các chương trình nghị sự chính sách của một quốc gia hiện đại ngày nay.

Trên thực tế, ở đây tồn tại một khía cạnh mà nếu không nhận thức được thì không thể giải quyết được vấn đề. Hiện nay, nếu nhìn vào các chính sách hay bản cam kết chung của chính phủ, chúng ta sẽ nhận thấy rằng vấn đề việc làm luôn được đề cập đến như một trong những vấn đề cần phải đưa ra thảo luận hàng đầu. Tuy nhiên, bất chấp mọi nỗ lực này, tình hình việc làm vẫn không hề được cải thiện. Điều này xuất phát từ lý do môi trường kinh tế xã hội hiện nay vẫn chưa thực sự thân thiện với người lao động.

Khi công nghệ thông tin và tự động hóa đạt được những bước phát triển nhảy vọt như hiện nay thì quá trình phát triển của các doanh nghiệp sản xuất đã không còn đồng hành cùng với sự tăng lên của các cơ hội việc làm. Cùng với sự phát triển của y học hiện đại, tuổi thọ trung bình của con người ngày càng được nâng lên. Tuy nhiên, thực tế là những công việc phù hợp với tuổi thọ ngày càng tăng lên của con người còn rất giới hạn và thậm chí, độ tuổi về hưu của con người đang có xu hướng bị đẩy lên sớm hơn. Điều này làm nảy sinh thêm một vấn đề mới cần

được giải quyết, đó là công việc dành cho những người đã về hưu. Mặc dù mỗi ngành nghề thuộc các lĩnh vực khác nhau đều đề xuất chiến lược tạo việc làm riêng, nhưng do điều kiện đưa ra cùng với các quy chế mà thị trường việc làm vẫn nằm trong trạng thái đình trệ. Trong bối cảnh này, đối tượng chịu tổn thất nặng nề nhất chính là thế hệ trẻ đang bước những bước đi đầu tiên ra ngoài xã hội. Ngay lúc này đây, thế hệ trẻ Hàn Quốc đang phải đối mặt với vấn nạn thất nghiệp.

Một chính sách việc làm đúng đắn nhất cũng có thể một lần nữa châm ngòi cho động cơ phát triển đang dần lắng xuống của nền kinh tế Hàn Quốc. Tuy nhiên, đây cũng không phải là việc đơn giản. Bởi chịu ảnh hưởng của sự đình trệ kinh tế toàn cầu, việc mở rộng quy mô một nền kinh tế phụ thuộc rất lớn vào xuất khẩu như Hàn Quốc là điều không hề dễ dàng, nhất là trong tình hình bất ổn của nền kinh tế thế giới hiện nay. Thêm vào đó, sức cạnh tranh về công nghệ của các nước đang phát triển mà tiêu biểu là Trung Quốc ngày càng được nâng cao đang tạo ra cú sốc lớn đối với nền kinh tế Hàn Quốc.

Thoát ra khỏi Zero-sum game[1] đầy mâu thuẫn, "nghề nghiệp tương lai" đang trở thành xu hướng mới và là niềm hy vọng của tương lai

---

[1]. "Zero-sum game" hay "Zero-sum" là thuật ngữ diễn tả tình huống trong đó nếu một người thu được lợi ích thì người kia sẽ bị thiệt hại tương đương và ngược lại. Sở dĩ gọi là Zero-sum vì sau khi cộng tất cả các lợi ích, trừ đi các khoản thiệt hại, được kết quả là 0. (ND.)

Bất chấp tình hình cấp bách hiện nay, việc tìm kiếm đầu mối để giải quyết vấn đề việc làm không hề đơn giản. Các chính sách

tạo việc làm như hỗ trợ các công ty vừa và nhỏ, thúc đẩy kinh tế địa phương, đào tạo khởi nghiệp, phổ biến rộng rãi thông tin tuyển dụng, tiến hành các chương trình giáo dục trọn đời, v.v… đều rất cần thiết và đang tạo được những mối liên hệ mật thiết nhất định. Tuy nhiên, những chính sách này tự nó không dễ gì mang lại kết quả cần đạt được.

Hơn nữa, tạo việc làm không chỉ đơn giản là vấn đề thuộc về các chính sách kinh tế mà còn là một chủ đề nhạy cảm. Càng đào sâu vào các tiêu chuẩn cụ thể thì mâu thuẫn càng trở nên sâu sắc. Bất cứ ai cũng có thể đồng cảm trước khái niệm tổng quát "Hãy tạo ra nhiều việc làm hơn nữa". Nhưng khi đi vào các hạng mục thảo luận chi tiết thì rất khó để tìm kiếm sự đồng lòng toàn dân trong việc tiến hành một giải pháp nào đó. Nếu tăng số lượng nhân viên tuyển dụng của các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang hoạt động tốt lên hơn 300 người thì xét về khía cạnh luật pháp, chúng ta đã đánh mất vị trí của các công ty vừa và nhỏ. Nên loại bỏ quy định này, hay tiếp tục duy trì hạn chế vốn có để bảo vệ các doanh nghiệp yếu hơn? Theo tiến trình già hóa của xã hội hiện nay, ngày càng có nhiều người ủng hộ ý kiến nên tăng độ tuổi về hưu cho người lao động. Nhưng liệu điều này có khiến tình hình thất nghiệp nghiêm trọng ở thanh niên phát triển theo chiều hướng xấu hơn, hay sẽ tạo ra những ảnh hưởng tích cực đến tính chất ổn định của nghề nghiệp? Ngoài ra, cũng có chủ trương cho rằng các doanh nghiệp cần phải có chính sách tuyển dụng linh hoạt hơn nữa. Nói theo cách khác là doanh nghiệp cần nới lỏng điều kiện sa thải nhân viên để có thể gia tăng tuyển dụng. Trái lại, điều này khiến nhiều người lo ngại, nếu giải pháp này được thi hành thì người dân cả nước sẽ phải sống trong cảm giác bất an, lo lắng không biết lúc nào mình sẽ bị sa thải. Đâu mới là ý kiến đúng đắn? Mặc dù có một làn sóng rất mạnh mẽ ủng hộ chủ trương cho rằng cần phải rút ngắn khoảng cách giữa lao động chính thức và lao động không chính thức, thực hiện chính sách đồng nhất lao động, đồng nhất lương bổng nhằm tạo ra nhiều việc làm linh động, v.v… nhưng chủ trương này cũng đang vấp phải ý kiến phản đối kịch liệt của

những người lao động chính thức và doanh nghiệp. Chúng ta đang bị giằng xé giữa một bên là chủ trương cho rằng phải tăng ngày nghỉ, giảm giờ làm mới có thể nâng cao năng suất làm việc và thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp giải trí, giúp tạo ra nhiều việc làm; với một bên là những e ngại về việc làm tăng chi phí nhân công và gây ảnh hưởng tiêu cực đến vấn đề tạo việc làm. Bên cạnh đó, chủ trương mở thêm nhiều bệnh viện thu lợi nhuận hay sòng bạc nhằm phát triển ngành công nghiệp dịch vụ được cho là có hiệu quả vượt trội hơn hẳn ngành công nghiệp sản xuất trong vấn đề tạo việc làm. Tuy nhiên, chủ trương này cũng đang vấp phải những ý kiến phản đối mạnh mẽ.

Nói tóm lại, vấn đề tạo việc làm của Hàn Quốc không chỉ là xuất phát điểm để tiến tới giải quyết các vấn đề nhức nhối hiện nay; mà còn là một mặt trận đối đầu ác liệt của các nhân tố mâu thuẫn trong xã hội như mẫu thuẫn giữa người lao động với người sử dụng lao động, giữa doanh nghiệp lớn với doanh nghiệp vừa và nhỏ, giữa thành phố với địa phương, giữa lao động chính thức và lao động không chính thức, giữa thanh niên và người cao tuổi, v.v… Đối sách tạo ra nhiều việc làm luôn được coi là vấn đề trọng tâm được ưu tiên hàng đầu của chính phủ trong mọi thời kỳ, tuy nhiên cho tới nay vẫn chưa thấy bất kỳ một thay đổi tích cực nào cho dù là nhỏ nhất. Chúng ta hoàn toàn có lý do để lý giải cho điều này.

Ngày nay, các phương tiện truyền thông, ngôn luận liên tục đưa tin về các tin tức nóng hổi liên quan đến vấn đề việc làm, điều này cho thấy sức nóng của vấn đề này trong xã hội đương thời. Tuy nhiên, điều đáng lo ngại là các cuộc bàn luận có liên quan đến vấn đề việc làm đều đang được thực hiện theo mô hình “zero- sum” và quá tập trung vào các khái niệm, khiến tình hình vấn đề tạo việc làm chậm tiến triển, kém hiệu quả. Trong một xã hội đa nguyên hóa như ngày nay, sẽ rất khó tìm ra câu trả lời nếu chúng ta tiếp tục giải quyết dựa theo cách làm cũ, đó là phân định ra ai đúng, ai sai như đã đề cập ở trên. Có lẽ, để theo

kịp những biến hóa không ngừng và các xu hướng mới của xã hội trong tương lai, chúng ta cần phải đưa vấn đề việc làm ra thảo luận theo hướng đôi bên cùng có lợi và có tầm nhìn tương lai hơn nữa, nhằm chia sẻ ý thức về nguy cơ và nâng cao lợi ích của cộng đồng. Từ khóa xu hướng việc làm tương lai gói gọn trong từ "FUTURE" được đề cập trong cuốn sách này hướng tới sẽ trở thành xuất phát điểm cho hình thức thảo luận như vậy.

Thanh niên thích cả mỳ trộn lẫn mỳ nước?

Thế hệ đi trước đang nhìn nhận vấn đề việc làm của thanh niên như một logic rõ rệt chỉ tồn tại hai thái cực "có việc làm" hoặc "thất nghiệp". Cùng với đó là quan niệm cho rằng chỉ cần có việc làm thì "thế nào cũng được", mà không cần quan tâm xem liệu công việc đó là gì hay là đương sự có yêu thích công việc đó hay không. Ngược lại, hành động rong chơi sẽ bị phê phán. Tuy nhiên, "thanh niên" ngày nay hoàn toàn không đồng tình với suy nghĩ này. Đối với họ, tìm việc không phải vấn đề đơn giản như việc lựa chọn món mỳ trộn và mỳ nước. Họ sẵn sàng đưa ra một câu trả lời duy nhất "Tôi sẽ ăn cả hai". Những bạn trẻ cổ cồn nâu mà tôi đã gặp gỡ và nhắc tới trong cuốn sách này trong hành trình đi tới 10 quốc gia trên thế giới cũng chính là những thanh niên lựa chọn "hai loại mỳ". Những tiêu chuẩn nghề nghiệp và hệ thống tuyển dụng cũ do thế hệ đi trước tạo ra đã không còn phù hợp với thế hệ trẻ ngày nay. Thanh niên ngày nay thật khác biệt và đáng ngưỡng mộ, bởi họ đã dũng cảm tự lựa chọn nghề nghiệp cho mình, đồng thời sáng tạo ra nhiều công việc mới.

Khái niệm cổ cồn nâu không chỉ đơn thuần là khái niệm trung gian giữa cổ cồn xanh và cổ cồn trắng. Đây là một mô hình nghề nghiệp to lớn hòa lẫn mơ ước và hy vọng của thanh niên ngày nay. Thế hệ mới lựa chọn những công việc vất vả hơn một chút, nếu đã là việc mình muốn làm thì cho dù người khác có nói gì cũng không quan trọng, khi người khác chọn chuyến xe "ổn

định" từ tỉnh lên thành phố thì họ lại đi chuyến xe "mạo hiểm" từ thành phố về vùng thôn quê, lựa chọn hạnh phúc trong cuộc sống thay vì chọn lương cao, lựa chọn công việc có thể mang lại hạnh phúc không chỉ cho mình mà còn cho mọi người, đó chính là cổ cồn nâu. Sự kết hợp giữa cổ cồn xanh và cổ cồn trắng thành cổ cồn nâu không tạo ra một nhân vật mâu thuẫn, mà tạo nên một nhân vật tài năng biết kết hợp một cách sáng tạo giữa những kiến thức đa dạng với tính cách của bản thân.

"Smart Job" của Steve Jobs

Thanh niên ngày nay cũng giống như những chiếc điện thoại thông minh. Thật đáng tiếc nếu có ai đó coi chiếc điện thoại thông minh có giá trị cao cùng với vô số ứng dụng đa dạng là một chiếc điện thoại chỉ dùng để nghe và gọi. Tương tự như vậy, nếu thế hệ trẻ ngày nay là một thế hệ tài năng, được hưởng một nền giáo dục chất lượng nhưng lại không có cơ hội để phát huy năng lực, thì đó sẽ là một sự lãng phí vô cùng lớn và cũng là bi kịch của xã hội. Cho tới giờ, "những chiếc điện thoại thông minh" mang tên thanh niên này vẫn chưa được sạc đầy pin và thậm chí có nhiều trường hợp còn chưa được khởi động. Nếu coi nguyên nhân của vấn đề thất nghiệp ở thanh niên xuất phát từ sự thiếu ý chí, thiếu năng lực của chính họ, hay là tình huống không thể nào khác được do khủng hoảng kinh tế toàn cầu và sự già hóa của xã hội thì đó quả nhiên là suy nghĩ rất thiếu thông minh. Vậy, đâu là "phương pháp thông minh" để đánh thức những "thanh niên thông minh" này? Việc cần làm chính là chạm vào nút nguồn để khởi động "tài năng" và "lòng nhiệt tình" của họ. Và như vậy, có thể nói rằng nhiệm vụ của chính phủ, doanh nghiệp và thế hệ đi trước là đảm bảo nguồn cung cấp điện năng ổn định cho thế hệ trẻ.

Đã từng có thời cả xã hội tôn vinh Steve Jobs, người sáng lập nên Apple, làm thần tượng và nói rằng cần phải học tập theo Jobs. Nhưng dường như chúng ta đã bỏ qua mất bài học quý giá nhất

mà Jobs để lại. Ông không chỉ là "nhà kinh doanh thiên tài" đã tạo ra một sản phẩm thành công vang dội như iPhone và thu về những lợi ích kinh tế khổng lồ. Điều vĩ đại nhất mà Jobs đã tạo ra là không gian App Store – nơi thức tỉnh sức sáng tạo của vô số người dùng.

Cậu bé 12 tuổi Thomas Suarez đã trở thành tâm điểm của sự chú ý khi xuất hiện trên sân khấu diễn thuyết TED vào năm 2011. Với tư cách là người sáng lập nên công ty phát triển ứng dụng CarrotCorp, Thomas đã tạo nên các phần mềm ứng dụng nổi tiếng như "Earth Fortune" (một ứng dụng xem vận số của bản thân dựa vào sự biến đổi màu sắc của trái đất) và "Bustin Jieber" (một ứng dụng game mà người chơi sẽ phải đánh vào đầu của ngôi sao ca nhạc Justin Bieber). Với mong muốn được sáng tạo ra các ứng dụng, Thomas đã học tập, nghiên cứu về lĩnh vực phần mềm ứng dụng, thành lập câu lạc bộ ở trường để chia sẻ kiến thức, tạo ra doanh thu và thậm chí còn tham gia vào các hoạt động quyên góp. Như vậy, App Store đã biến trí tưởng tượng và giấc mơ của cậu bé 12 tuổi Thomas Suarez trở thành hiện thực.

Có tới hơn 1 triệu ứng dụng được phát triển dành cho iPhone và hiện nay mỗi ngày có thêm khoảng 200 đến 600 ứng dụng mới được tạo ra. Được biết, vào thời Steve Jobs, đại hội nhà phát triển ứng dụng được tổ chức ngay tại trụ sở của Apple đã thu hút được sự tham dự của hơn 5.000 người trên toàn thế giới. Một điều còn đáng kinh ngạc hơn giá trị về mặt kinh tế mà App Store đã tạo ra. Sau khi App Store ra đời, cho đến nay, các nhà phát triển ứng dụng đã thu về hơn 90 tỷ đô-la và có tới 800 giao dịch mua ứng dụng được hoàn tất mỗi giây. Bên cạnh đó, trong thời gian gần đây, thế giới đang được chứng kiến cuộc cạnh tranh gay gắt nhằm chiếm lĩnh thị trường ứng dụng khổng lồ giữa Android và Apple. Chỉ tính riêng tại Hàn Quốc, một quốc gia có tới 90.000 nhà phát triển ứng dụng cùng với 1.200 công ty nội dung thông minh (Smart Content Company) thì quy mô kinh tế mà họ tạo ra đã lên tới 2.000 tỉ won (tương đương với 2 tỉ đô-la

Mỹ). Như vậy, Steve Jobs đã tạo ra hàng trăm nghìn, hàng triệu doanh nhân chỉ từ một chiếc iPhone nhỏ bé. Giống như cái tên của mình, Jobs, có nghĩa là việc làm, con người này đã tạo ra khối lượng việc làm khổng lồ một cách vô cùng thông minh.

Cả xã hội đều phải lên tiếng vì vấn đề thiếu việc làm của thanh niên hiện nay. Đây hoàn toàn là sự thật và nỗi đau này cũng quá lớn. Nhưng giờ đây, đã đến lúc chúng ta cần phải chuyển hướng quan tâm đến những công việc mới "sẽ xuất hiện" thay vì trông cậy vào những công việc "sẽ biến mất". Sẽ không còn tương lai cho một xã hội chỉ giành những tràng vỗ tay tán thưởng cho những ai vượt qua được kỳ thi đại học gian nan và thành công khi lọt qua vòng tuyển chọn eo hẹp của các tập đoàn lớn. Xã hội sẽ không chia đều những công việc "không được yêu thích" tới tất cả những ai đứng dưới kim tự tháp việc làm, thay vào đó, cần phải đề xuất và tạo ra những việc làm mới có giá trị, có ý nghĩa. Đây chính là trường hợp của các "nhân lực cổ cồn nâu", "nhân công xê dịch", "country boy" và các "nhà khởi nghiệp kinh doanh nhỏ" mà chúng ta từng gặp trong cuốn sách này. 50% số việc làm chúng ta biết tới hiện nay sẽ biến mất hoàn toàn vào năm 2030. Chúng ta cần phải hành động vì những thế hệ sẽ bước vào thị trường việc làm trong vòng 15 năm tới và rõ ràng chúng ta không còn nhiều thời gian.

Gửi tới những bạn trẻ có quyết tâm kiến tạo tương lai ngay trên nền móng cằn cỗi hiện nay

Hiện nay, việc làm đang trở thành chương trình nghị sự xã hội được ưu tiên hàng đầu. Trước khi khiển trách những người tìm việc rằng họ cần phải chăm chỉ hơn nữa, thiết nghĩ, xã hội cần phải tạo ra cho họ nhiều công việc tốt hơn hiện tại. Hy vọng rằng cùng với sự góp sức của các doanh nhân, người lao động, chính phủ, các nhà hoạt động chính trị và các đoàn thể địa phương, trong thời gian tới chúng ta sẽ tạo ra sẽ tạo ra được một cấu trúc vòng tuần hoàn có thể liên tục tạo ra nhiều việc làm tốt

hơn nữa cho xã hội. Tuy nhiên, những người tìm kiếm việc làm, mà đặc biệt là thế hệ thanh niên – những người sẽ gánh vác tương lai của thế giới, cũng không thể tỏ ra vô trách nhiệm khi khoanh tay chờ đợi một cách không có mục đích cho tới khi có nhiều việc làm mới được tạo ra. Mặc dù hiện nay chúng ta đang đứng trên một nền móng vô cùng cằn cỗi, nhưng trong một phạm vi nhất định nào đó, chúng ta vẫn là những thực thể tồn tại cần phải có trách nhiệm đối với cuộc sống và vẫn phải tự khám phá ra tương lai của chính mình.

Thông qua cuốn sách này, tôi muốn gửi tới các bạn trẻ có quyết tâm kiến tạo tương lai của bản thân những lời khuyên thực sự có giá trị. Tôi cũng muốn gửi lời khuyên nhủ này tới những bạn trẻ đã vượt qua kỳ thi đại học khó khăn và hiện đang bắt đầu trăn trở về nghề nghiệp của bản thân. Câu trả lời của tôi là các bạn đừng tự trói buộc mình vào những công việc lý tưởng trong quá khứ, vào những công việc mà người khác cho là tốt, hơn thế, các bạn cần phải có chí tiến thủ và hãy tự tạo dựng tương lai cho chính mình. Nếu vậy, giống như những gì tôi đã tóm tắt thông qua từ khóa MY JOB trong phần hai của cuốn sách này, các bạn hãy hướng tầm mắt ra toàn thế giới và thu thập thông tin về những biến đổi của xã hội, để từ đó hạn chế hiện tượng lệch pha, đồng thời tự tạo ra một thương hiệu cho bản thân bằng cách không ngừng học tập. Khi ấy, tự nhiên các bạn sẽ trở thành những con người có thể làm việc vì mưu cầu hạnh phúc mà không chỉ vì kế sinh nhai.

Tôi chợt nghĩ tới anh bạn Lee In Jae của Ride Artee, người đã từ bỏ công việc ở một công ty tín dụng nổi tiếng sau khi du học trở về để trở thành một người kéo xe ở khu vực Jongno, Seoul. Khi tôi vừa bước lên xe đạp kéo, Lee In Jae đã nhìn thẳng vào mắt tôi và nói: *"Có điều này tôi muốn nói với quý khách. Tôi làm công việc này bởi tôi yêu thích nó. Bởi vậy hy vọng quý khách đừng lo rằng người kéo xe sẽ phải vất vả như thế nào khi kéo xe lên dốc. Tôi rất mong quý khách có thể yên tâm thưởng thức khung cảnh xung quanh."* Vừa cật lực đạp xe, In Jae vừa ngẩng đầu lên cất lời chào

tới những người mà chúng tôi gặp trên suốt dọc đường đi *"Xin chào!"* Những vị khách tham quan nước ngoài nhanh tay chụp lại khoảnh khắc thú vị đó, trong khi các cụ già trong xóm vốn đã rất quen thuộc với In Jae thì vẫy tay và mỉm cười đáp lại anh.

Điều này khiến tôi chợt nhớ tới chuyến du lịch Philippines của mình trước đây. Trong tour du lịch bụi này có chương trình vượt thác Pagsanjan bằng bè mảng. Và trong suốt chuyến vượt thác, những người chèo đò cứ nhìn tôi và liên tục nói bằng tiếng Hàn Quốc *"Mệt chết đi được", "Đói bụng quá"*. Ý của họ là yêu cầu khi xuống khỏi thác hành khách nhớ cho họ thêm tiền bồi dưỡng vì sự vất vả đó. Điều này khiến tôi không thể nào tập trung thưởng thức cảnh đẹp nguyên sơ của thác Pagsanjan. Bởi câu nói của người hướng dẫn viên khi nhắc tôi tuyệt đối đừng cho họ nhiều tiền bồi dưỡng quá cứ khiến tôi suy nghĩ mãi *"Rốt cuộc thì phải cho họ bao nhiêu tiền bồi dưỡng đây nhỉ?"*

Hai cảnh tượng này cứ đan xen nhau trong đầu tôi, một bên là nụ cười hân hoan của In Jae khi nói trước với tôi rằng mình làm việc vì yêu thích nên không hề thấy mệt, với một bên là vẻ mặt méo mó của người chèo bè Philippines. Giữa hai câu nói *"Mệt chết đi được"* và *"Xin chào"* có lòng nhiệt tình, sự thú vị, sự tự hào, lợi ích và cả tinh thần doanh nhân. In Jae từng nói rằng sau này anh muốn mở rộng dịch vụ tham quan bằng xe đạp kéo tới các địa điểm du lịch tiêu biểu của Hàn Quốc, xa hơn nữa là đến cả các địa danh nổi tiếng trên thế giới. Để làm được điều này, ngay từ bây giờ, In Jae đã tạo ra trang chủ và tài khoản Facebook để giới thiệu về Ride Artee, đồng thời phát triển các nội dung chứa đựng các câu chuyện bằng tiếng Anh và tiếng Hàn về mỗi địa điểm mà xe đạp kéo đi qua. Bạn đã bao giờ nhìn thấy những chiếc xe đạp kéo ở khắp nơi xung quanh hồ Shichahai ở Bắc Kinh, Trung Quốc chưa? Trên thực tế, có thể thấy rằng xe đạp kéo là một dịch vụ rất có triển vọng để mở rộng quy mô nếu nhìn vào những dịch vụ tương tự ở Asakusa và Yufuin ở Nhật Bản, hay là ở Việt Nam, Campuchia, Ấn Độ, v.v… Ngay cả New York cũng có chương trình tham quan bằng xe đạp kéo với chi

phí khoảng 400 đô-la một lượt. Hơn nữa nếu liên kết với các địa điểm tham quan lân cận, các cửa hàng, cửa hiệu, khách sạn nữa thì sẽ tạo ra một sức mạnh tổng hợp to lớn. Tôi tin rằng nếu lòng nhiệt huyết và những ý tưởng của In Jae được thổi bùng lên thì trong một tương lai không xa, chàng thanh niên này hoàn toàn có thể thực hiện được mơ ước của mình. Khi ấy, chưa biết chừng In Jae sẽ có được thành công và niềm tự hào mà một nhân viên công ty tín dụng không thể tưởng tượng ra được.

Mặc dù không thể nói một cách chắc chắn về những thành công trên phạm vi thế giới của Ride Artee, nhưng có một điều rất rõ ràng: Đó là cuộc sống phải không ngừng tiến lên đối đầu với thử thách, nếu không dám đối đầu với thử thách thì chúng ta không bao giờ có được sự thành công, và để có thể đối đầu với thử thách thì cần phải có lòng nhiệt thành và dũng khí hơn người.

Tinh thần sẵn sàng đối đầu với thử thách này không thể chỉ dựa vào ý chí cá nhân của các bạn trẻ, mà còn cần tới những điều kiện xã hội và sự ủng hộ của gia đình. Xã hội cần phải thể hiện được sự tôn trọng đối với tất cả các nghề nghiệp. Để làm được điều này, trước tiên chúng ta cần phải thay đổi nhận thức về việc công nhận và ủng hộ đối với những giá trị khác biệt đối với bản thân mình. Chúng ta sẽ không thể kiến tạo nên những việc làm của xã hội siêu liên kết đang được toàn cầu hóa nếu còn giữ nguyên tinh thần "sĩ, nông, công, thương" của xã hội nông nghiệp trong quá khứ. Không tồn tại bất kỳ một thứ bậc hay sự phân chia giàu nghèo nào đối với hơn 20.000 nghề nghiệp vô cùng đa dạng của xã hội hiện đại ngày nay. Chỉ cần coi những công việc ấy là vĩ tuyến và kẻ thêm đường kinh tuyến của tinh thần doanh nhân, ý tưởng và khả năng thực thi thì nghề nghiệp của chính mình (My Job) sẽ xuất hiện và giúp bạn tạo dựng nên một tương lai (Tomorrow) mà không ai có thể bắt chước được.

"1+1+1" = Cuộc Sống, công việc cộng công việc cộng công việc bằng "cuộc sống"[1]

[1]. Trong tiếng Hàn Quốc, từ "công việc" và "số 1" là hai từ đồng âm khác nghĩa, từ "cuộc sống" và "số 3" cũng là hai từ đồng âm khác nghĩa. (ND)

Chúng ta làm việc bao lâu trong suốt cuộc đời mình?

Nếu từ khi 21 tuổi cho đến khi 65 tuổi, mỗi tuần bạn làm việc trung bình 40 tiếng thì bạn sẽ làm việc khoảng 91.250 tiếng đồng hồ. Và nếu tính tới khi chúng ta sống đến 78 tuổi, trừ đi khoảng thời gian dành cho việc ăn và ngủ thì thời gian làm việc này tương ứng với 22,4% cuộc đời mỗi người. Như vậy, gần như suốt cả cuộc đời, chúng ta chỉ làm việc rồi từ giã cõi đời. Con người đang lấp đầy quãng thời gian dài nhất và những thời kỳ quan trọng nhất của cuộc đời bằng công việc. Không quá lời khi nói rằng chỉ cần dựa vào câu hỏi bạn đã làm gì trong suốt cuộc đời mình là đã có thể nhận xét được về cuộc đời của một ai đó. "Công việc (một) cộng công việc (một) cộng công việc (một) không bằng ba mà bằng cuộc đời". Công việc không phải thứ nằm bên ngoài cuộc đời của mỗi con người, mà là một trong những yếu tố cấu thành nên nội dung bên trong của cuộc đời. Không phải cứ làm việc cho đến khi đã mệt ngoài rồi trở về nhà mới là cuộc sống. Xét về khía cạnh này thì cách nói mà chúng ta thường sử dụng "sự cân bằng giữa cuộc sống và công việc" cần phải sửa lại là "sự cân bằng trong công việc vì cuộc sống". Công việc không chỉ là phương tiện kinh tế mà còn là một trong những phương thức để duy trì cuộc sống. Nếu không yêu công việc của bản thân thì con người không thể trưởng thành và cũng không có được thành công. Các bạn trẻ mà chúng ta có dịp được gặp gỡ trên toàn thế giới đang biến lời nhắn nhủ này hiện thực.

Chắc chắn là họ yêu công việc nhưng không thêm vào từ "rất nhiều" một cách vô căn cứ. Họ dành toàn bộ nhiệt huyết cho công việc nhưng không biến công việc thành áp lực của bản

thân. Họ không tách "công việc" ra khỏi cuộc sống, cũng không trốn tránh hay làm việc một cách khiên cưỡng. Họ là những người tích cực đón nhận công việc như một phần của cuộc sống và sử dụng công việc như công cụ của hạnh phúc và mơ ước.

Có một điều tôi muốn một lần nữa nhắn nhủ tới các bạn trẻ đọc cuốn sách này.

"Nếu không có công việc thì cũng không có cuộc sống."

Chúng ta đang sống trong một thời đại vô cùng khó khăn. Vấn đề việc làm là một vấn đề không dễ giải quyết. Tuy nhiên, bất chấp hiện thực này, các bạn trẻ hãy dùng mọi sức lực để chiến thắng những hạn chế của thời đại, yêu cầu vị trí của mình trên thế giới và tìm kiếm công việc mơ ước của bản thân. Các bạn hãy bỏ qua những lời nói cho rằng kế sinh nhai ngay lúc này đây mới là nghề nghiệp, để đi kiếm tìm công việc có thể mang lại hạnh phúc cho bản thân. Sứ mệnh của thanh niên là tìm kiếm sự nghiệp tương lai. Trong khi đó, nghĩa vụ của toàn xã hội là giúp đỡ cho những người tìm việc và không ngừng tìm kiếm biện pháp giải quyết cho đến khi thanh niên hoàn thành được sứ mệnh của mình.

Một ngày nào đó trong tương lai, khi tôi cho ra mắt tập tiếp theo của cuốn sách này, hy vọng rằng chúng ta có thể tìm thấy họ. Hy vọng rằng họ sẽ xuất hiện như những ví dụ tiên phong tiêu biểu nhất đã tự tạo nên xu hướng việc làm tương lai của bản thân và trở thành người truyền bá xu hướng nghề nghiệp đó.

Hỡi các bạn trẻ, hãy làm công việc thực sự thuộc về mình, hãy sống một cuộc sống có thể mang lại tương lai cho mình.