

Tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên các trường khối kỹ thuật ở Việt Nam

Nguyễn Thu Thủy*, Nguyễn Ngọc Huyền**

Nghiên cứu này xác định một số đặc điểm cá nhân và đào tạo đại học tác động tới tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học chính qui nhóm ngành kỹ thuật, gợi ý một số giải pháp tăng cường tiềm năng khởi sự của sinh viên kỹ thuật ở Việt Nam. Trên mẫu nghiên cứu gồm 255 sinh viên ở 6 trường đại học khối kỹ thuật trên địa bàn Hà Nội, kết quả khảo sát cho thấy ngoài sự tác động của yếu tố cá nhân, đào tạo đại học cũng có ảnh hưởng đến mong muốn và sự tự tin về khả năng khởi sự của sinh viên.

Từ khóa: tiềm năng khởi sự, nhân tố ảnh hưởng, hành vi hợp lý, khởi sự kinh doanh.

1. Giới thiệu

Khởi sự kinh doanh được coi là một nhân tố quan trọng trong phát triển kinh tế. Để tăng cường hoạt động khởi sự kinh doanh trong giới trí thức, các nhà nghiên cứu đặc biệt quan tâm đối tượng sinh viên đại học bởi vì sinh viên chưa tốt nghiệp là nhóm người đang trong giai đoạn đầu của lựa chọn nghề nghiệp. Các doanh nhân thường khởi sự trong độ tuổi từ 25- 40 (theo Bécharde & Grégoire, 2005). Do vậy nghiên cứu về tác động làm thúc đẩy tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học (độ tuổi trung bình khoảng 18-22) rất có ý nghĩa cho các hoạt động khởi sự sau ngày ra trường. Gia tăng tiềm năng khởi sự của sinh viên sẽ góp phần tăng chất lượng chủ doanh nghiệp mới trong nền kinh tế là nhân tố cho tăng trưởng kinh tế bền vững (Carree & Thurik, 2003).

Tuy nhiên các nghiên cứu về tiềm năng khởi sự thường được thực hiện ở các sinh viên nhóm ngành kinh tế và quản trị kinh doanh- đối tượng được coi là có tiềm năng khởi sự nhất vì lĩnh vực học chính là kinh doanh, rất thiếu nghiên cứu ở sinh viên kỹ thuật. Trong khi đó sinh viên kỹ thuật lại là đối tượng nhận biết được rõ hơn các cơ hội kinh doanh, và có lợi thế hơn khi kinh doanh những ngành công nghệ cao vì họ làm chủ được kỹ thuật (David & cộng sự, 2007). Với bối cảnh là nền kinh tế đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng, nghiên cứu này tập trung nghiên cứu tác động đồng thời của

một số yếu tố tới tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học chuyên ngành kỹ thuật.

2. Cơ sở lý thuyết

Khởi sự kinh doanh “là việc một cá nhân hay nhóm người chấp nhận rủi ro để tạo dựng một doanh nghiệp mới” (Ajzen, 1991). Sexton & Bowman (trích dẫn trong Carree & Thurik, 2003) lại định nghĩa “Khởi sự kinh doanh là việc chuyển đổi các phát minh sáng tạo thành các sản phẩm dịch vụ hoặc công việc kinh doanh mới để tận dụng cơ hội thị trường”. Đứng trên phương diện của cá nhân, khởi sự kinh doanh giúp các cá nhân làm giàu bằng phát hiện tạo ra và khai thác các cơ hội kinh doanh và chuyển chúng thành hàng hóa dịch vụ. Đứng trên phương diện xã hội thì các hoạt động khởi sự kinh doanh trong nền kinh tế tạo động lực cho phát triển kinh tế xã hội (Carree & Thurik, 2003). Đặc biệt, ở các nước đang phát triển khởi sự kinh doanh góp phần tăng trưởng kinh tế, chuyển đổi cơ cấu kinh tế, giảm nghèo đói, tạo ra nhiều việc làm. Đó là lý do chính phủ các nước, đặc biệt ở các nước đang phát triển đều mong muốn thúc đẩy hoạt động khởi sự kinh doanh trong nền kinh tế.

Xuất phát từ các lý thuyết về nhận thức xã hội (social cognitive theory) và lý thuyết về hành vi hợp lý, Ajzen (1991), Krueger & cộng sự (2000) cho rằng dự định là chỉ báo chính xác nhất các hành vi có kế hoạch (planned behavior) đặc biệt khi những hành vi đó hiếm gặp, khó quan sát, diễn ra trong

khoảng thời gian không dự kiến trước. Khởi sự kinh doanh là một loại hành vi có kế hoạch. Hoạt động khởi sự kinh doanh không phải hành động của một thời điểm mà nó là kết quả của cả một quá trình. Quá trình này bắt đầu từ cá nhân có tiềm năng khởi sự; tiềm năng khởi sự sẽ dẫn tới dự định khởi sự; một cá nhân có dự định khởi sự thì tiến tới sẽ thực hiện các hành vi xúc tiến hoạt động khởi sự. Muốn thúc đẩy hoạt động khởi sự kinh doanh cần có các tác động từ giai đoạn đầu “tiềm năng”.

Tiềm năng khởi sự (entrepreneurship potential): những người có tiềm năng khởi sự là những cá nhân sẵn sàng tiên phong trong việc nắm bắt các cơ hội kinh doanh hấp dẫn mà họ nhận biết được (Krueger & Brazeal, 1994). Một cá nhân có tiềm năng khởi sự là những doanh nhân “ẩn”- những người chưa hề có hành vi nào liên quan tới hoạt động khởi sự; họ không nhất thiết phải có các dự định, kế hoạch kinh doanh nhưng họ có khả năng khởi sự cao hơn những người khác trong xã hội. Theo nghiên cứu của Begley & Tan (2001), Krueger & cộng sự (1994, 2000) và tiếp nối là các nghiên cứu của Baughn & cộng sự (2006),... tiềm năng khởi sự được thể hiện bằng 2 chỉ báo mong muốn khởi sự của một cá nhân, cảm nhận về tính khả thi (hay sự tự tin) của cá nhân đó về hoạt động khởi sự.

(i) Cảm nhận về mong muốn khởi sự (perceived desirability): theo Krueger & Brazeal (1994) cảm nhận về mong muốn khởi sự thể hiện suy nghĩ của một cá nhân về tính hấp dẫn của việc khởi sự kinh doanh, mong muốn khởi sự sẽ lôi kéo cá nhân mở doanh nghiệp và “đẩy” cá nhân đó ra xa các sự lựa chọn nghề nghiệp khác. Mong muốn thể hiện một cá nhân thấy việc khởi sự kinh doanh là hấp dẫn hay không hấp dẫn, mong muốn khởi sự phản ánh động cơ bên trong của cá nhân trong việc tạo ra một doanh nghiệp mới.

(ii) Cảm nhận về tính khả thi (perceived feasibility): thể hiện sự tự tin về khả năng thành công khi khởi sự. Theo Krueger & Brazeal (1994) cảm nhận về tính khả thi phản ánh niềm tin của cá nhân về khả năng thực hiện các hành vi mở doanh nghiệp cụ thể hoặc niềm tin về khả năng đạt tới mục tiêu đã định.

Thiếu một trong 2 thành tố trên, khả năng một cá nhân khởi sự sẽ khởi sự trong tương lai là rất thấp. Một cá nhân có mong ước, ý nguyện khởi sự có thể sẽ không bao giờ khởi sự vì họ gặp không thuận lợi trong điều kiện môi trường kinh doanh hoặc nghĩ

rằng họ không đủ khả năng khởi sự. Ngược lại, cá nhân có đủ tự tin về khả năng thực hiện các hoạt động trong quá trình mở công ty sẽ không bao giờ mở công ty vì không thích hoặc không có ý định. Do vậy, một người có tiềm năng khởi sự phải có đủ tự tin và mong muốn khởi sự. Tiềm năng khởi sự có mối quan hệ chặt chẽ với dự định khởi sự, cá nhân có tiềm năng trong điều kiện thích hợp sẽ có dự định và hành vi khởi sự trong tương lai (Ajzen, 1991).

Trong các nghiên cứu trước đây trên thế giới đã có nhiều học giả với các trường phái khác nhau đã xác định nhiều yếu tố tác động tới tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học. Có thể chia thành các nhóm nhân tố về tính cách cá nhân (tính năng động, sáng tạo, tiên phong...) yếu tố về đặc điểm nhân khẩu học (sự thay đổi chỗ ở thường xuyên, giới tính, tôn giáo, dân tộc...) các yếu tố về môi trường, nhóm yếu tố xã hội, gia đình và nhóm yếu tố giáo dục đào tạo. Trong nghiên cứu này tác giả chỉ giới hạn nghiên cứu tác động của 2 nhóm biến đến tiềm năng khởi sự. Nhóm yếu tố cá nhân gồm kinh nghiệm kinh doanh, hình mẫu doanh nhân, sự ủng hộ của người thân; nhóm yếu tố giáo dục đào tạo: hoạt động truyền cảm hứng của nhà trường, sự tham gia các hoạt động kinh doanh ngoại khóa của sinh viên.

Kinh nghiệm kinh doanh (prior business exposure): là những trải nghiệm của một cá nhân về hoạt động kinh doanh. Những trải nghiệm này cung cấp cho cá nhân kiến thức, kinh nghiệm kinh doanh hoặc mạng lưới xã hội nên tác động tới tiềm năng khởi sự của sinh viên. Nhiều nghiên cứu của Dyer (1994), Hisrich (1990), Crant (1999) và Rodermund (2007) (trích dẫn trong Krueger & cộng sự, 2000) đã chứng tỏ các hoạt động liên quan tới kinh doanh của cá nhân trong quá khứ, có ảnh hưởng tới tiềm năng khởi sự và hoạt động khởi sự kinh doanh của cá nhân đó khi trưởng thành. Nghiên cứu của Scherer (1989) và Kolvereid (1999) (trích dẫn trong Obschonka & cộng sự, 2010) đã cho thấy, các trải nghiệm có liên quan tới kinh doanh như hoạt động bán hàng, tự kinh doanh của sinh viên năm cuối ảnh hưởng lớn tới mong muốn và sự tự tin khi lựa chọn nghề tự doanh.

Giả thiết H1a: Kinh nghiệm kinh doanh tác động dương tới mong muốn khởi sự

Giả thiết H1b: Kinh nghiệm kinh doanh tác động dương tới sự tự tin khởi sự

Ý kiến người xung quanh (Subjective norm): thể hiện sự phản đối/ ủng hộ của những người quan

trọng nhất đối với một cá nhân (người thân, bạn bè, và những người họ cho là quan trọng) với một cá nhân khi họ khởi sự kinh doanh. Tác động của nhân tố này tới mong muốn khởi sự và sự tự tin khởi sự còn chưa rõ ràng. Krueger & Brazeal (1994) cho rằng ý kiến những người xung quanh tác động tới tự tin và mong muốn khởi sự. Ở một số nghiên cứu như Davidsson (1991), Shepherd (1997), Kolvereid (1999, 2006) (trích dẫn trong Baughn & cộng sự, 2006) lại chứng minh ý kiến người xung quanh không tác động tới mong muốn và tự tin. Theo Begley & Tan (2001) cho thấy ý kiến của người xung quanh đóng vai trò đặc biệt quan trọng ở các nền văn hóa tập thể. Trong nền văn hóa tập thể, ý kiến của những người xung quanh có tác động tích cực tới thái độ của cá nhân về bất kỳ vấn đề nào. Việt Nam là quốc gia chịu ảnh hưởng rất lớn từ văn hóa, tôn giáo, tư tưởng xã hội của Trung Quốc nên cũng có văn hóa cộng đồng tập thể. Ở Việt Nam, tính độc lập của từng cá nhân thấp hơn so với văn hóa Phương Tây, các cá nhân thường bị tác động bởi quan điểm của những người xung quanh. Sự ủng hộ của gia đình và bạn bè đặc biệt quan trọng ở những quốc gia mà các hỗ trợ thể chế chính thống còn chưa phát triển như ở các nước khác (Baughn & cộng sự, 2006). Do vậy, trong điều kiện bối cảnh nghiên cứu ở Việt Nam, đây có thể là biến có tác động tới tiềm năng khởi sự.

Giả thiết H2a: Ý kiến của người xung quanh tác động dương tới mong muốn khởi sự

Giả thiết H2b: Ý kiến của người xung quanh tác động dương tới sự tự tin khởi sự

Hình mẫu doanh nhân: Theo lý thuyết về nhận thức xã hội, con người thường bị thu hút bởi những người họ cho là thần tượng, họ có khả năng phát triển bản thân nhờ vào việc học tập các kỹ năng và cách thức làm việc của các thần tượng này. Vai trò của các tấm gương doanh nhân giỏi là rất quan trọng trong việc tăng cường hoạt động khởi sự (Krueger & cộng sự, 2000) Hình mẫu doanh nhân có thể cung cấp các hỗ trợ và tư vấn thực tế. Trong lĩnh vực khởi sự kinh doanh các nghiên cứu của Krumboltz (1976), Van Auken (2006) (trích dẫn trong Krueger & Brazeal, 1994) và của Krueger & Brazeal (1994) đều đã chứng minh tác động của việc biết đến hoạt động kinh doanh của các doanh nhân thành đạt có tác động làm tăng mong muốn khởi sự và tăng sự tự tin (entrepreneurial self-efficacy) về khả năng khởi sự.

Giả thiết H3a: Hình mẫu doanh nhân tác động dương tới mong muốn khởi sự

Giả thiết H3b: Hình mẫu doanh nhân tác động dương tới sự tự tin khởi sự

Yếu tố đào tạo đại học: Trước đây, khi trường phái sử dụng tính cách cá nhân để giải thích hành vi khởi sự kinh doanh chi phối các nghiên cứu trong lĩnh vực khởi sự thì người ta cho rằng đào tạo không thể giúp sản xuất ra doanh nhân mà chỉ có thể giúp phát hiện ra doanh nhân, doanh nhân là được sinh ra chứ không phải được tạo ra (born not made) bởi vì chỉ những người có tố chất và tính cách doanh nhân thì mới có khả năng khởi sự kinh doanh, những người không có tố chất đó sẽ không thể trở thành doanh nhân được. Tuy nhiên, sau này nhiều nghiên cứu trên thế giới đã chỉ ra chương trình giáo dục kinh tế và quản trị kinh doanh nói chung và khởi sự kinh doanh nói riêng tại các trường đại học có tác động rất tích cực tới mong muốn, sự quan tâm và định hướng khởi sự tương lai của sinh viên kỹ thuật (Souitaris và cộng sự, 2007). Các trường đại học đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy tinh thần doanh nhân ở sinh viên vì các thể chế giáo dục là nơi lý tưởng nhất để truyền tải về văn hóa, tư duy, suy nghĩ mang tính sáng tạo, đổi mới không ngại rủi ro của doanh nhân cho sinh viên (David & cộng sự, 2007). Tuy nhiên, nghiên cứu của Galloway 2002, Pittaway 2007 (trích dẫn trong Ghulam và Linan, 2010) cho thấy mối quan hệ giữa giáo dục nói chung và giáo dục khởi sự kinh doanh nói riêng tới khởi sự là rất yếu, không phải chương trình giáo dục khởi sự nào cũng có tác động tốt tới thái độ và sự tự tin của sinh viên.

Truyền cảm hứng: là làm thay đổi thái độ, suy nghĩ, đánh thức hoặc tạo ra một cảm hứng về khởi sự kinh doanh. Truyền cảm hứng khởi sự làm thay đổi cảm hứng, động lực của con người bằng việc tạo ra các sự kiện trong chương trình đào tạo để hướng sinh viên quan tâm hơn tới việc khởi sự kinh doanh. Hoạt động này ở các cơ sở đào tạo đại học làm cho sinh viên có khát vọng mở doanh nghiệp qua việc kể lại các giai thoại làm giàu, các tấm gương doanh nhân thành đạt và làm tăng cảm nhận của sinh viên về tính khả thi (hay sự tự tin) của việc khởi sự doanh nghiệp. Souitaris và cộng sự (2007) khi nghiên cứu về tiềm năng khởi sự đã chứng minh được rằng truyền cảm hứng tác động tới thái độ về khởi sự chứ không tác động tới cảm nhận về tính khả thi khi khởi sự theo mô hình hành vi dự định của Ajzen

(1991).

Giả thiết H4: hoạt động truyền cảm hứng tác động dương tới mong muốn khởi sự

Học khởi sự kinh doanh: Các nghiên cứu cho thấy nếu sinh viên được học môn khởi sự kinh doanh trong chương trình học hoặc được đào tạo về chuyên ngành khởi sự kinh doanh thì có dự định khởi sự cao hơn sinh viên không được học. Nghiên cứu của Franke & Luthje (2004), Bandura (1986) (trích dẫn trong David & cộng sự, 2007) cho thấy các khóa học khởi sự làm tăng cường năng lực, và tăng cường tinh thần doanh nhân trong sinh viên các trường khởi kỹ thuật.

Giả thiết H5: được học môn khởi sự kinh doanh trong chương trình học đại học tác động dương tới sự tự tin khởi sự

Tham gia các hoạt động ngoại khóa: Trong nghiên cứu này tác giả bổ sung trong mô hình nghiên cứu một nhân tố quan trọng trong tăng cường tiềm năng khởi sự của sinh viên. Đó là việc tham gia các hoạt động ngoại khóa về kinh doanh của sinh viên kỹ thuật. Đây là biến mới được đề cập trong các nghiên cứu định tính trước đây nhưng chưa được kiểm định bằng khảo sát định lượng (David & cộng sự, 2007). Các hoạt động ngoại khóa bao gồm thi thiết kế sản phẩm, gia nhập các câu lạc bộ hoặc tham dự các hội thảo về khởi sự kinh doanh, tham quan doanh nghiệp và truyện trò phỏng vấn doanh nhân.

Giả thiết H6a: Hoạt động ngoại khóa tác động dương tới mong muốn khởi sự

Giả thiết H6b: Hoạt động ngoại khóa tác động dương tới sự tự tin khởi sự

Tác giả sử dụng thêm 2 biến kiểm soát là giới tính và truyền thống kinh doanh gia đình (có bố mẹ tự doanh).

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng cả phương pháp nghiên cứu định tính và khảo sát định lượng, trong đó phần trọng tâm là nghiên cứu định lượng với mục tiêu kiểm định mô hình và giả thiết nghiên cứu.

Nghiên cứu định tính: Tác giả đã thực hiện 10 cuộc phỏng vấn sâu với các sinh viên đại học năm cuối của các trường trên địa bàn Hà Nội. Nội dung phỏng vấn tập trung làm rõ những đặc điểm cá nhân và chương trình học trong trường đại học có thể tác động tới tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học nhằm hiệu chỉnh lại các khái niệm và chuẩn hóa mô

hình lý thuyết đồng thời hiệu chỉnh và phát triển thang đo mới. Đối tượng phỏng vấn được lựa chọn kỹ càng để đảm bảo tính đại diện trên một số tiêu chí chính: ngành học, giới tính, trường, đặc điểm môi trường học. Trong số các đối tượng phỏng vấn; 3 người trong số này đã từng mở công ty hoặc góp vốn mở công ty. Kết quả nghiên cứu định tính bước đầu ủng hộ các giả thuyết đã nêu trên.

Nghiên cứu định lượng:

Tác giả thực hiện một cuộc điều tra định lượng sơ bộ trước khi tiến hành điều tra chính thức để đánh giá và hiệu chỉnh thang đo với mẫu 100 sinh viên. Sau đó tác giả tiến hành điều tra chính thức. Trong quá trình thu thập dữ liệu, nghiên cứu sử dụng 2 phương pháp: điều tra trực tuyến (online survey) và gửi phiếu điều tra trực tiếp. Với phương pháp 1, bảng hỏi được gửi qua email để sinh viên trả lời online theo đường link trên google docs sau khi đã gọi điện thoại/ thông báo trên lớp.

Đối tượng sinh viên đại học năm cuối là nhóm đối tượng chính được quan tâm nghiên cứu. Sinh viên được lựa chọn điều tra hoặc đang học kỳ cuối trước khi đi thực tập hoặc đang trong giai đoạn thực tập/làm đồ án tốt nghiệp. Điều tra được thực hiện trên 6 trường khu vực Hà Nội gồm Đại học Khoa học Tự Nhiên, Đại học dân lập Phương Đông, Đại học Bách Khoa Hà Nội, Đại học FPT, Đại học công nghệ và đại học Mở Hà Nội. Tác giả lựa chọn ngẫu nhiên một mẫu 400 sinh viên, cuối cùng thu được 275 phiếu trả lời (tỷ lệ phản hồi 63%). Thời gian thu thập số liệu từ tháng 6 năm 2013 đến tháng 12 năm 2013. Trong số phiếu thu về có 20 phiếu bị loại do không đạt yêu cầu, như vậy có 255 bảng hỏi chính thức được đưa vào phân tích.

4. Kết quả nghiên cứu

Đặc tính mẫu điều tra

Mẫu điều tra gồm 255 phiếu, tất cả đều là sinh viên năm cuối. Tỷ lệ nữ trong mẫu tương đối thấp (12,9%) do sinh viên các trường khởi kỹ thuật phần lớn là nam. 34% sinh viên trong mẫu có bố mẹ tự kinh doanh nhỏ ở nhà. Sinh viên dù ở ngành kỹ thuật nhưng thể hiện mong muốn khởi sự khá cao (trung bình = 3.86, phương sai = 0.695), sự tự tin về khả năng thành công khi khởi sự ở mức trung bình (trung bình = 3.1, phương sai = 0.67).

Kiểm tra dạng phân phối của dữ liệu

Giá trị nhỏ nhất của thang đo tới giá trị lớn nhất là từ 1 đến 5. Giá trị tuyệt đối của hai thống kê

Bảng 1: Tổng kết các thang đo được sử dụng

TT	Tên biến	Số biến quan sát	Nguồn	Cronbach's alpha
1	Kinh nghiệm kinh doanh (KNB)	3 biến quan sát	Krueger & Brazeal (1994)	.700
2	Hình mẫu doanh nhân (biến dummy)	1 biến quan sát	Krueger & cộng sự (2000)	
3	Ý kiến người xung quanh (SON)	3 biến quan sát	Linan & Chen (2009)	.729
4	Tham gia các hoạt động ngoại khóa (NGK)	6 biến quan sát	Tự phát triển	.835
5	Truyền cảm hứng (TCH)	4 biến quan sát	Souitaris & cộng sự (2007)	.704
6	Tự tin về khả năng khởi sự (TUT)	7 biến quan sát	Begley & Tan, 2001	.860
7	Mong muốn khởi sự (MMK)	4 biến quan sát	Begley & Tan, 2001	.766

Skewness và Kurtosis tương ứng đều nhỏ hơn 1 và 3. Kiểm tra các thang đo có dạng gần phân phối chuẩn, đáp ứng yêu cầu cho các phân tích tiếp theo.

Đánh giá thang đo

Các thang đo trong nghiên cứu này được kiểm định qua đánh giá độ tin cậy Cronbach alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA. Mục đích của các thao tác này đảm bảo cho nghiên cứu có được các thước đo tốt với độ tin cậy cao để dùng trong phân tích tiếp theo. Sau khi phân tích EFA cho từng biến, các thước đo được kiểm tra bằng cách phân tích EFA cùng lúc cho các nhóm nhân tố, thực hiện varimax rotation với tiêu chí eigenvalue > 1.0. Thống kê KMO & Berlett có giá trị 0.891, nằm giữa khoảng cho phép từ 0.5 đến 1. 27 biến quan sát hội tụ vào 6 nhân tố theo đúng lý thuyết và có giá trị Eigenvalue lớn hơn 1 và giải thích khoảng 61.2% sự biến thiên của dữ liệu. Giá trị nhân tố hội tụ (factor loading) của các biến quan sát hầu hết lớn 0.5.

Độ tin cậy của các thang đo được xác định bằng Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha của tất cả các thang đo đều trong khoảng từ 0.7 đến 0,86. Tất cả các biến đều có hệ số tương quan biến-tổng hiệu chỉnh lớn hơn 0.3. Có thể kết luận là các thang đo của các nhân tố đạt độ tin cậy và tính hiệu lực.

Kiểm định giả thiết

Phần này sẽ kiểm định các giả thiết đã đề cập ở trên. Trước khi chạy hồi quy tác giả lập bảng tương quan các biến (bảng 2). Các hệ số tương quan cho thấy mối quan hệ các biến tương đối hợp lý cả về hướng lẫn mức độ. Các hệ số tương quan đều có dấu dương, nghĩa là quan hệ giữa các biến là thuận chiều, đảm bảo yêu cầu về mặt lý thuyết. Ngoài ra, độ lớn của các hệ số tương quan nằm trong khoảng từ 0 đến 0,8 đảm bảo không có hiện tượng đa cộng tuyến hay không có quan hệ với nhau.

Bảng 3 trình bày kết quả hồi quy bội theo phương pháp OLS các nhân tố ảnh hưởng tới tiềm năng khởi

Bảng 2: Ma trận hệ số tương quan

	TUT	MMK	HM	SON	TCH	NGK	KNB
TUT	1						
MMK	.480**	1					
HM	.294**	.206**	1				
SON	.377**	.466**	.175**	1			
TCH	.364**	.373**	.218**	.153**	1		
NGK	.436**	.345**	.200**	.184**	.364**	1	
KNB	.460**	.391**	.319**	.238**	.334**	.389**	1

** . tương quan Pearson với mức ý nghĩa 0.01 (2- tailed)

Bảng 3: Kết quả hồi quy nhân tố ảnh hưởng tới mong muốn khởi sự

	Mô hình kiểm soát	Mô hình 2	Mô hình 3
Giới tính	.048	-.061	-.077
Bố mẹ tự kinh doanh	.029	.004	-.006
Kinh nghiệm kinh doanh		.276***	.219***
Hình mẫu doanh nhân		.138 ^a	.128
Ý kiến người xung quanh		.338***	.314***
Tham gia các hoạt động ngoại khóa			.043
Truyền cảm hứng			.079*
R ² điều chỉnh	-.007	.309	.323
F của mô hình	.104	23.629***	18.243***
F đối với thay đổi R ²		39.282***	3.559*

a $p < .1$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

sự trên khía cạnh: mong muốn khởi sự. Trong mô hình kiểm soát 1, giới tính và việc bố mẹ làm kinh doanh không có tác động tới mong muốn khởi sự của sinh viên mặc dù mô hình kiểm soát không có ý nghĩa thống kê. Khi đưa các yếu tố cá nhân được đưa vào mô hình 2 trở nên có ý nghĩa thống kê ($F = 23.629$, $p < .001$), kinh nghiệm kinh doanh, sự ủng hộ người thân tác động thuận chiều có ý nghĩa thống kê tới mong muốn khởi sự (.219, $p < .001$) và (.338, $p < .001$), việc biết doanh nhân thành đạt cũng có tác động thuận chiều có ý nghĩa thống kê tới mong muốn khởi sự (.219, $p < .1$).

Ở mô hình 3 các yếu tố đào tạo đại học được đưa vào, vào mô hình có ý nghĩa thống kê ($F = 18.243$, $p < .001$), R² điều chỉnh có tăng ($p < .05$), độ giải thích của mô hình là 32,3%. Kinh nghiệm kinh doanh, ý kiến người xung quanh có tác động thuận chiều có ý nghĩa thống kê tới mong muốn khởi sự ($p < .001$), tuy nhiên việc biết doanh nhân thành đạt lại không còn tác động tới mong muốn khởi sự ($p > .1$). Hoạt động truyền cảm hứng có tác động tích cực đến mong muốn khởi sự của sinh viên (.079, $p < .05$). Tuy nhiên việc tham gia các hoạt động ngoại khóa không có tác động tới mong muốn khởi sự của sinh viên. Như vậy, H1a, H2a, H4 được ủng hộ, H3a, H6a không được ủng hộ.

Bảng 4 trình bày kết quả hồi quy các nhân tố ảnh

hưởng tới tiềm năng khởi sự trên khía cạnh sự tự tin về khả năng khởi sự. Trong mô hình kiểm soát, giới tính và việc bố mẹ làm kinh doanh không có tác động tới tự tin khởi sự của sinh viên mặc dù mô hình kiểm soát không có ý nghĩa thống kê. Khi đưa các yếu tố cá nhân vào mô hình 4 trở nên có ý nghĩa thống kê ($F = 24.367$, $p < .001$), kinh nghiệm kinh doanh, sự ủng hộ người thân và việc biết doanh nhân thành đạt cũng có tác động thuận chiều có ý nghĩa thống kê tới sự tự tin của sinh viên về khởi sự (.318, $p < .001$) và (.223, $p < .001$) (.216, $p < .01$).

Ở mô hình 5 các yếu tố đào tạo đại học được đưa vào thì tất cả các yếu tố cá nhân kinh nghiệm kinh doanh, ý kiến người xung quanh và việc biết doanh nhân thành đạt đều tác động thuận chiều tới tự tin khởi sự. Sinh viên tham gia các hoạt động ngoại khóa có tác động tích cực đến tự tin khởi sự của sinh viên (.164, $p < .001$). Sinh viên được học môn khởi sự kinh doanh có tác động dương tới sự tự tin về khả năng khởi sự (.150, $p < .1$). R² điều chỉnh của mô hình 5 có tăng ($p < .001$), các biến độc lập giải thích được 36,8% sự thay đổi của biến phụ thuộc. Như vậy, tất cả các giả thiết H1b, H2b, H3b, H5, H6b đều được ủng hộ.

Cuối cùng, nhằm đảm bảo độ tin cậy của phương trình hồi quy được xây dựng cuối cùng là phù hợp, một loạt các dò tìm sự vi phạm của giả định cần

Bảng 4: Kết quả hồi quy nhân tố ảnh hưởng tới sự tự tin khởi sự

	Mô hình kiểm soát 3	Mô hình 4	Mô hình 5
Giới tính	.225 ^a	.160	.122
Bố mẹ tự kinh doanh	.076	.046	.051
Kinh nghiệm kinh doanh		.318***	.233***
Ý kiến người xung quanh		.223***	.202***
Hình mẫu doanh nhân		.216**	.198**
Tham gia các hoạt động ngoại khóa			.164***
Học khởi sự kinh doanh			.150 ^a
R ² điều chỉnh	.006	.316	.368
F của mô hình	1797	24.367***	22.062***
F đối với thay đổi R ²		38.872***	10.738***

a p<.1, * p<.05, **p<.01, ***p<.001

thiết trong hồi quy tuyến tính cũng đã được thực hiện. Các giả định được kiểm định trong phần này gồm liên hệ tuyến tính (dùng biểu đồ phân tán Scatterplot), phương sai của phần dư không đổi (dùng hệ số tương quan hạng Spearman), phân phối chuẩn của phần dư (dùng Histogram và Q-Q plot), tính độc lập của phần dư (Durbin-Watson = 1,964 đạt yêu cầu), hiện tượng đa cộng tuyến (các hệ số VIF đều < 10). Sau khi kiểm tra có thể khẳng định mô hình hồi quy tuyến tính được xây dựng không vi phạm các giả định cần thiết trong hồi quy tuyến tính.

5. Kết luận và kiến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố tác động tới tự tin khởi sự của sinh viên ngành kỹ thuật sắp xếp theo thứ tự tác động nhỏ dần là kinh nghiệm kinh doanh, ý kiến người xung quanh, hình mẫu doanh nhân, tham gia các hoạt động ngoại khóa và được học môn khởi sự kinh doanh trong chương trình học. Các nhân tố tác động tới mong muốn khởi sự của sinh viên ngành kỹ thuật sắp xếp theo thứ tự tác động nhỏ dần là ý kiến người xung quanh, kinh nghiệm kinh doanh và truyền cảm hứng trong chương trình học. Từ kết quả nghiên cứu ở trên có thể gợi ý một số giải pháp để tăng cường tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học các trường thuộc khối kỹ thuật, là tiền đề cơ sở cho sự thúc đẩy hoạt động khởi sự kinh doanh của sinh viên khi ra trường sau này nhằm mục đích làm giàu cho cá nhân và đất nước.

Khuyến khích sinh viên tham gia các hoạt động kinh doanh ngoại khóa: Các hoạt động ngoại khóa ngoài đào tạo chính thống là phương thức tăng cường phát triển năng lực kinh doanh và khởi sự của sinh viên rất hiệu quả. Các trường đại học có thể

thành lập các câu lạc bộ kinh doanh như câu lạc bộ doanh gia, câu lạc bộ khởi sự... và cho sinh viên tự điều hành. Các trường cũng nên tổ chức thường xuyên hội thảo, các cuộc thi kinh doanh và viết kế hoạch kinh doanh để phát huy tính sáng tạo, khả năng phát hiện cơ hội kinh doanh cho sinh viên.

Truyền cảm hứng khởi sự kinh doanh cho sinh viên: Bên cạnh việc đào tạo kiến thức, các trường đại học cũng là nơi rất phù hợp để khuyến khích sinh viên coi khởi sự kinh doanh như một sự lựa chọn nghề nghiệp trong tương lai, cho sinh viên cảm nhận thấy khởi sự kinh doanh cũng là một lựa chọn nghề hấp dẫn, có nhiều ưu điểm. Hoạt động truyền cảm hứng có thể thông qua các thầy cô trong quá trình giảng trên lớp, qua hoạt động tuyên truyền vận động của đoàn Thanh Niên, của các khách mời là các chủ doanh nghiệp thành đạt trong các cuộc giao lưu hoặc nói chuyện chuyên đề.

Tuyên truyền trong xã hội về các tấm gương doanh nhân tiêu biểu, thành đạt để sinh viên có khao khát làm giàu, có động lực để bắt chước các doanh nhân thành đạt. Việc tuyên truyền trong xã hội cũng giúp cho bản thân gia đình, bạn bè, môi trường xung quanh sinh viên có cái nhìn tích cực về kinh doanh và doanh nhân, tạo ra sự ủng hộ về tinh thần đối với sinh viên. Sự ủng hộ về mặt tâm lý tinh thần này đóng vai trò rất quan trọng trong thái độ và tiềm năng khởi sự.

Đưa môn học khởi sự kinh doanh vào dạy trong các trường đại học trong khối kỹ thuật. Hiện nay ở Việt Nam trong khối trường kỹ thuật chỉ có đại học Bách khoa Đà Nẵng và Đại học Hồng Đức là có đào tạo ngắn hạn về lập dự án kinh doanh cho sinh viên kỹ thuật, FPT có môn học khởi sự kinh doanh trong

chương trình đào tạo kỹ sư phần mềm. Chính vì lẽ đó việc khai thác thương mại các nghiên cứu ứng dụng vào thực tế còn hạn chế ở Việt Nam trong khi trên thế giới các trường đại học có tính ứng dụng thương mại cao đều có môn khởi sự kinh doanh trong chương trình học.

Khởi sự kinh doanh là động lực nhân tố chính

trong việc xây dựng một nền kinh tế năng động tăng trưởng bền vững. Muốn tăng cường hoạt động khởi sự kinh doanh, bên cạnh việc thiết lập chính sách, thể chế, môi trường hỗ trợ thuận lợi cho các doanh nghiệp mới còn cần có sự hỗ trợ của giáo dục đào tạo. Giáo dục đại học có thể góp phần tạo ra một thế hệ những con người có khát vọng, tự tin tạo lập các

Tài liệu tham khảo:

- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol 50, pp.179–211.
- Baughn, C; Cao, J. S. R; Le T.M.L.; Victor A.L.; Kent E. N. (2006), 'Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and Phillipin', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol 11, No1; pp. 57.
- Bécharde & Grégoire (2005), 'Entrepreneurship education research revisited: the case of higher education', *The Academy of Management Learning and Education*, 4 (1), pp. 22–43.
- Begley, T.M, Tan, W.L.(2001), 'The socio cultural environment for entrepreneurship: a comparison between East asian and Anglo- saxon countries', *Journal of international business studies*, Vol. 32, No.3, pp. 537 – 547.
- Carree, M. A.; Thurik, A. R (2003), *The impact of entrepreneurship on economics growth*, The handbook of entrepreneurship research, pp 145-156.
- David. H., Roberts E. B., Eesley C. E. (2007), 'Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT', *Research policy*, Vol 36, pp 768–788.
- Ghulam N., & Liñán, F. (2010), 'Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development', *Education and Training*, Vol. 53 No.5.
- Krueger, N. F. & Brazeal D. V. (1994), 'Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 18, No3, pp. 91–104.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., Carsrud, A.L. (2000), 'Competing models of entrepreneurial intentions', *Journal of Business Venturing*, Vol 15 (5/6), pp.411–432.
- Liñán, F., Chen, Y. (2009), 'Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial intentions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, No. 3, pp. 593-617.
- Obschonka, M., Rainer K. S., & Rodermund, E. (2010), 'Entrepreneurial intention as developmental outcome', *Journal of Vocational Behavior*, Vol 77, pp. 63-72.
- Souitaris, V.; Zerbinati, S. and Al-Laham, A. (2007), 'Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources', *Journal of Business Venturing*, Vol.22, No.4, pp 566-591.

Phụ lục 1: Thang đo sử dụng trong nghiên cứu

Kinh nghiệm kinh doanh (KNB)- Krueger và Brazeal (1994)

1. Bạn đã bao giờ tổ chức bán gì đó
2. Bạn đã từng đi làm thêm ở các doanh nghiệp
3. Bạn đã từng mở công ty hoặc góp vốn mở công ty

Hình mẫu doanh nhân (biến dummy)

Bạn có biết một doanh nhân thành đạt nào không

Ý kiến người xung quanh (SON) - Linan và Chen (2009)

1. Bạn bè tôi sẽ ủng hộ quyết định khởi sự kinh doanh của tôi
2. Gia đình tôi sẽ ủng hộ quyết định khởi sự kinh doanh của tôi

3. Những người quan trọng với tôi sẽ ủng hộ quyết định khởi sự kinh doanh của tôi

Tham gia các hoạt động ngoại khóa (NGK) – phát triển cho nghiên cứu này

1. Bạn đã từng tham dự hội thảo về khởi sự kinh doanh
2. Bạn đã từng tham dự các cuộc thi sáng tạo sản phẩm mới
3. Bạn đã tham dự các cuộc thi viết kế hoạch kinh doanh hoặc xây dựng ý tưởng kinh doanh
4. Bạn là thành viên của câu lạc bộ sinh viên về kinh doanh hoặc khởi sự kinh doanh
5. Bạn đã từng nói chuyện/ phỏng vấn chủ doanh nghiệp
6. Bạn thường xuyên tham gia các hoạt động ngoại khóa định hướng kinh doanh ngoài chương trình học chính thức của trường.

Truyền cảm hứng (TCH) - Souitaris và cộng sự (2007)

1. Quan điểm khuyến khích khởi sự kinh doanh của giáo viên
2. Quan điểm của khách mời nói chuyện
3. Quan điểm của bạn cùng lớp
4. Câu chuyện kể về chủ doanh nghiệp và quá trình xây dựng doanh nghiệp của họ

Tự tin về khả năng khởi sự (TUT) – Begley và Tan (2001)

1. Phát hiện cơ hội kinh doanh tốt để khởi sự
2. Huy động đủ tiền cho khởi sự
3. Thuê được nhân lực tốt để khởi sự và vận hành doanh nghiệp
4. Lựa chọn được công nghệ tốt để kinh doanh
5. Đủ hiểu biết về thị trường tiềm năng để khởi sự
6. Thu hút được khách hàng mua hàng hóa, dịch vụ của bạn
7. Có đủ kỹ năng, kiến thức để bắt đầu khởi sự kinh doanh

Mong muốn khởi sự (MMK) – Begley và Tan (2001)

1. Tôi thích được khởi sự kinh doanh nếu tôi có đủ nguồn lực và cơ hội
2. Trở thành chủ doanh nghiệp làm cho tôi rất hài lòng
3. Mục tiêu của tôi là trở thành chủ doanh nghiệp
4. Ước mơ chính của cuộc đời tôi là khởi sự doanh nghiệp của riêng tôi

Entrepreneurship potential of engineering students in Vietnam

Abstract

The aim of this research is to verify the relationships between entrepreneurship potential of science and engineering students and its antecedents, and based on that recommend solutions to develop entrepreneurship potential of those students in Vietnam. The research sample includes 255 engineering students from 6 universities in Hanoi. The findings showed that both personal elements and education have effect on students' entrepreneurship perceived desirability and perceived feasibility.

Thông tin tác giả:

* **Nguyễn Thu Thủy**, thạc sĩ, nghiên cứu sinh

- Nơi công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, trường đại học Kinh tế quốc dân

Email: thuynneu@yahoo.com

** **Nguyễn Ngọc Huyền**, Phó giáo sư, tiến sĩ

- Nơi công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, trường đại học Kinh tế quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu chính: khởi sự kinh doanh, quản trị kinh doanh, tái cấu trúc, quản trị chi phí kinh doanh

- Một số tạp chí đã từng đăng tải công trình nghiên cứu khoa học: Kinh tế và Phát triển, Kinh tế dự báo.

Email: huyenqtkdth@yahoo.com.vn