

---

# TÁC ĐỘNG CỦA CHI PHÍ THẤT BẠI TỚI ĐỘNG CƠ, NHẬN THỨC TỪ KHỞI NGHIỆP THẤT BẠI VÀ Ý ĐỊNH TÁI KHỞI NGHIỆP CỦA DOANH NHÂN VIỆT NAM

Lưu Thị Minh Ngọc

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc Gia Hà Nội

Email: ltmngoc@vnu.edu.vn

Mã bài: JED - 124

Ngày nhận: 06/3/2021

Ngày nhận bản sửa: 14/6/2021

Ngày duyệt đăng: 05/7/2021

## Tóm tắt:

Mục tiêu của nghiên cứu này là khám phá tác động của chi phí thất bại (chi phí xã hội và chi phí tâm lý) đến động cơ tái khởi nghiệp, nhận thức từ khởi nghiệp thất bại và ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân Việt Nam. Phân tích định lượng bằng mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM được tiến hành trên mẫu 334 các doanh nhân đã từng thất bại tại Việt Nam. Kết quả cho thấy có mối quan hệ tích cực giữa chi phí thất bại mà cụ thể là chi phí xã hội, chi phí tâm lý ảnh hưởng đến động cơ tái khởi nghiệp và nhận thức khởi nghiệp, đồng thời ảnh hưởng gián tiếp đến ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân.

**Từ khóa:** Động cơ, chi phí thất bại, khởi nghiệp thất bại, Việt Nam.

**Mã JEL:** D24, L26, M13

## Impact of failure costs on motives, entrepreneurial failures perception, and intention to re-start-up of Vietnamese entrepreneurs

### Abstract:

The objective of this study is to explore the impact of failure costs (social costs and psychological costs) on motives, entrepreneurial failure's perception, and decisions to re-start their business of Vietnamese entrepreneurs. Quantitative analysis using linear structural model PLS-SEM was conducted on a sample of 334 Vietnamese entrepreneurs who had ever failed when start-up. The research results show that failure costs including social costs and psychological costs, had a positive direct impact on motive and entrepreneurial failure's perception, and indirect impact on the intention to re-start a business.

**Keywords:** Motive, failure costs, entrepreneurial failure, Vietnam.

**JEL Code:** D24, L26, M13

## 1. Giới thiệu

Khởi nghiệp đang là chủ đề nhận được nhiều quan tâm tại Việt Nam, nhất là trong bối cảnh quốc gia hội nhập mạnh mẽ với kinh tế thế giới. Năm 2016, Chính phủ Việt Nam xác định là “năm quốc gia khởi nghiệp” với mục tiêu đến năm 2020, cả nước có ít nhất 1 triệu doanh nghiệp. Giai đoạn 2017 - 2020 được xem là thời điểm thích hợp cho sự ra đời của nhiều công ty khởi nghiệp. Hiện nay, Việt Nam có khoảng hơn 1.500 doanh nghiệp khởi nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau, tỷ lệ này cao hơn so với nhiều quốc gia khác như Trung Quốc (2.300 doanh nghiệp), Ấn Độ (7.500 doanh nghiệp) hay Indonesia (2.100 doanh nghiệp) (Ý Nhi, 2017). Tuy nhiên, số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp thành công chiếm tỷ lệ rất nhỏ so với các doanh nghiệp khởi nghiệp chết yểu (chỉ 3% được xem là thành công). Kết quả khảo sát cho thấy 78% doanh nhân đã từng làm thuê hoặc khởi nghiệp thất bại (Nguyễn Quang Huy, 2020).

Trong lĩnh vực nghiên cứu về khởi nghiệp thất bại, thất bại không chỉ ảnh hưởng đến tâm lý, tài chính của chủ thể khởi nghiệp mà còn ảnh hưởng chung đến xã hội, đến những nỗ lực khởi nghiệp tiếp theo (Ucbasaran & cộng sự, 2013). Trong bối cảnh các nghiên cứu về khởi nghiệp thường chú trọng đến những thành công của doanh nhân (Sarasvathy, 2004), vốn hóa (Choo & Wong, 2006) hay các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp (Greenbank, 2006) thì nghiên cứu về thất bại trong khởi nghiệp cũng như khả năng đối phó, học hỏi từ thất bại (Shepherd, 2003; Singh & cộng sự, 2007), nhận thức về thất bại và học hỏi từ thất bại (Minniti & Bygrave, 2001; Shepherd, 2003), chi phí thất bại (Dew & cộng sự, 2009) còn rất hạn chế. Đặc biệt là những nghiên cứu về hậu quả thất bại, cho đến phục hồi và tái xuất hiện. Nhiều nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng, thất bại trong kinh doanh sẽ dẫn tới rất nhiều chi phí cho doanh nhân, chẳng hạn như những chi phí tài chính được đề cập bởi Dew & cộng sự (2009); Peng & cộng sự, (2010), chi phí xã hội được nhắc đến bởi Hasan & Wang (2008); Shepherd & cộng sự (2009). Các chi phí khác từ hậu quả của sự thất bại trong kinh doanh cũng thu hút sự chú ý của nhiều nhà nghiên cứu (Hayward & cộng sự, 2010; Shepherd, 2004; Singh & cộng sự, 2007). Thời gian gần đây, một số nhà khoa học không chỉ tập trung vào phân tích một chi phí thất bại đơn lẻ mà còn quan tâm đến tổng thể những chi phí thất bại và sự ảnh hưởng của những chi phí đó đến cuộc sống của doanh nhân sau thất bại (Singh & cộng sự, 2007; Ucbasaran & cộng sự, 2013).

Ucbasaran & cộng sự (2013) chia chi phí thất bại làm 3 khía cạnh là chi phí tài chính, chi phí tâm lý và chi phí xã hội, tuy nhiên giữa chúng có mối quan hệ với nhau, trong đó thất bại trong kinh doanh thường tạo ra chi phí tài chính và thành kiến về nhận thức có thể làm tăng các chi phí đó. Shepherd & cộng sự (2009) cho rằng việc trì hoãn thất bại có thể gây tổn kém về mặt tài chính nhưng có thể giúp doanh nhân chuẩn bị tinh thần cho thất bại và do đó giảm mức độ đau buồn do thất bại gây ra. Trong một số trường hợp, trì hoãn sự thất bại giúp cân bằng các chi phí phát sinh về tài chính và tâm lý, do đó nâng cao khả năng hồi phục của doanh nhân và tăng cơ hội hành động kinh doanh tiếp theo. Điều này cũng ngụ ý rằng có mối quan hệ cộng hưởng giữa chi phí tài chính và tâm lý, theo đó chi phí tài chính lớn hơn gây ra các chi phí tâm lý lớn hơn (Ucbasaran & cộng sự, 2013). Mặt khác, chi phí xã hội của sự thất bại có thể các tác động đến chi phí tài chính, ngay cả khi chi phí tài chính trực tiếp không cao nhưng chi phí tài chính gián tiếp có thể tích lũy do chi phí xã hội (Cope, 2011; Singh & cộng sự, 2007). Từ những quan điểm đó, trong nghiên cứu này tác giả chỉ tập trung vào nghiên cứu tác động của chi phí tâm lý và chi phí xã hội.

Mặt khác, khi xem xét hành vi của doanh nhân sau thất bại, nhiều học giả tập trung vào vấn đề làm rõ động cơ của doanh nhân thất bại (Ucbasaran & cộng sự, 2013; Singh & cộng sự, 2007). Nhiều học giả cho rằng chi phí tâm lý có liên quan đến trải nghiệm thất bại trong kinh doanh: cảm xúc và động lực, cũng như nỗi sợ hãi về những điều chưa biết (Cardon & McGrath, 1999; Cope, 2011; Harris & Sutton, 1986; Shepherd, 2003; Singh & cộng sự, 2007; Ucbasaran & cộng sự, 2013). Ucbasaran & cộng sự (2013) cho rằng cuộc sống sau thất bại với các mức độ suy thoái nghiêm trọng có thể ảnh hưởng xấu đến động cơ cá nhân. Theo Singh & cộng sự, (2015) sự kỳ thị là một trong những nguyên nhân thúc đẩy doanh nhân thất bại trong việc bắt đầu một doanh nghiệp mới. Kết quả trải nghiệm thất bại với chi phí khiến doanh nhân hiểu về thất bại (Mueller & Shepherd, 2016; Ucbasaran & cộng sự, 2013), điều này làm thay đổi nhận thức và phương thức kinh doanh của họ. Cardon & cộng sự (2011) nhận thấy rằng một số người thích tiếp tục tham gia vào các hoạt động kinh doanh trong khi một số khác chọn làm việc cho các công ty lâu đời hơn.

Mục đích của bài báo này là khám phá tác động của chi phí thất bại đến động cơ, nhận thức và ý định tái khởi nghiệp của các doanh nhân Việt Nam đã từng thất bại. Ngoài phần giới thiệu, bài báo gồm cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận.

## **2. Tổng quan nghiên cứu**

### **2.1. Ý định tái khởi nghiệp**

Theo quan điểm tâm lý, ý định khởi nghiệp là trạng thái hành động của doanh nhân mong muốn thiết lập một doanh nghiệp mới hoặc một quá trình điều khiển mới nhằm gia tăng giá trị của tổ chức hiện có (Li & cộng sự, 2008). Ý định khởi nghiệp được bắt đầu từ các động cơ kinh doanh và xem xét về lý do tại sao một số người ý định tự làm chủ hoặc thành lập kinh doanh, trong khi những người khác chỉ đơn giản chọn công việc dựa trên tiền lương truyền thống (Li & cộng sự, 2008). Chủ ý tái thành lập công việc kinh doanh được xem như chủ ý của một cá nhân muốn tái thành lập công việc kinh doanh tại một thời điểm nào đó trong tương lai (Douglas & Shepherd, 2002; Krueger, 1993; Segal & cộng sự, 2005). Do vậy, ý định tái khởi nghiệp được hiểu là sự sẵn sàng, ước muốn hoặc khát vọng của doanh nhân sau thất bại trong việc thiết lập

---

một doanh nghiệp mới.

## **2.2. Động cơ tái khởi nghiệp**

Theo quan điểm của tâm lý học, động cơ được hiểu là một quá trình khởi tạo, dẫn dắt và duy trì các hành vi có mục đích (Cherry, 2020). Bốn khái niệm chính về động cơ là nhu cầu (bao gồm thể chất và tâm lý), giá trị (cái mà người ta cho là tốt hoặc có lợi và hành động để đạt được hoặc giữ lại), mục tiêu và cảm xúc (Locke, 2000). Trong các nghiên cứu liên quan đến ý định khởi nghiệp, nhiều học giả đều thống nhất và tìm ra yếu tố quan trọng khiến một người mong muốn trở thành doanh nhân là động cơ khởi nghiệp (Shane & cộng sự, 2003). Theo Shane, & cộng sự (2003), động cơ khởi nghiệp là những nỗ lực, mong muốn hay thúc giục khởi đầu cho một chuỗi các hành vi nhằm theo đuổi những ý định mạo hiểm, từ bỏ sự ổn định để đổi lại những lời hứa về sự tăng trưởng trong tương lai, sự phấn khích trong công việc. Một số động cơ của con người ảnh hưởng đến quá trình khởi nghiệp, tất cả hành động của con người là yếu tố động cơ và nhận thức bao gồm khả năng, trí thông minh và kỹ năng (Shane & cộng sự, 2003). Động cơ ảnh hưởng đến việc tập trung chú ý và hành động vào các hành vi liên quan đến giá trị và mục tiêu ở mức độ phát triển các hành động khác không liên quan đến giá trị, tiếp đến là cường độ của hành động và cuối cùng là sự bền bỉ của hành động (Locke, 2000). Yamakawa & cộng sự (2015) cho rằng động cơ tái trở thành doanh nhân là được tự chủ/kiểm soát, đam mê khởi nghiệp, tự do, độc lập, mơ ước trở thành doanh nhân, lợi nhuận tốt hơn, thu nhập cao, địa vị, danh vọng. Từ các quan điểm trên, giả thuyết H1 được đề xuất:

*H1: Động cơ tái khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân sau thất bại.*

## **2.3. Nhận thức từ khởi nghiệp thất bại**

Như đã đề cập ở trên, sau thất bại, doanh nhân có những nhận thức dẫn đến thay đổi hành vi và thái độ sau khi học hỏi từ thất bại (Shepherd, 2003). Bên cạnh đó sau thất bại, doanh nhân có thể học hỏi những kinh nghiệm thất bại trước đây về bản thân, mạng lưới, mối quan hệ để từ đó nhận thức và xây dựng mạng lưới mối quan hệ tốt hơn (Cope, 2011). Nhận thức từ thất bại, giúp doanh nhân nhận thức và học hỏi được từ sự kết hợp giữa mạng lưới và mối quan hệ, bản chất và quản lý mối quan hệ bên trong và bên ngoài để kinh doanh (Cope, 2011). Shepherd & cộng sự (2011) cho rằng học hỏi từ thất bại giúp doanh nhân có thể điều chỉnh thái độ và ý định. Từ các lập luận trên, giả thuyết H2 được thành lập:

*H2: Nhận thức tái khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân sau thất bại.*

## **2.4. Chi phí thất bại**

Thất bại có thể gây ra nhiều mất mát và tổn kém cho các doanh nhân (Coelho & McClure, 2005). Các nhà nghiên cứu gọi mất mát và tổn kém đó là chi phí thất bại và chia thành ba loại cơ bản: chi phí tài chính, chi phí xã hội và chi phí tâm lý (Ucbasaran & cộng sự, 2013). Chi phí tài chính có thể hiểu là việc mất hoặc giảm thu nhập cá nhân hoặc có thể là các khoản nợ cá nhân mà mất nhiều năm để giải quyết (Cope, 2011; Ucbasaran & cộng sự, 2013). Chi phí xã hội là một trong những chi phí cơ bản mà doanh nhân phải gánh chịu khi công việc kinh doanh thất bại. Chi phí xã hội có ảnh hưởng lớn tới mối quan hệ cá nhân và công việc (Ucbasaran & cộng sự, 2013). Hơn thế nữa, sự thất bại không chỉ dẫn đến sự tan vỡ hạnh phúc gia đình và các mối quan hệ thân thiết (Cope, 2011; Singh & cộng sự, 2007) mà còn có thể dẫn đến sự đổ vỡ hệ thống mạng lưới các quan hệ xã hội quan trọng (Harris & Sutton, 1986). Thêm vào đó, chất lượng của các mối quan hệ xã hội của các doanh nhân cũng bị ảnh hưởng sau khi việc kinh doanh thất bại. Mối quan hệ của doanh nhân sau khi công việc kinh doanh thất bại rất có thể bị xem thường giống như sự kì thị là kết quả sau thất bại (Sutton & Callahan, 1987; Ucbasaran & cộng sự, 2013). Một số nhà nghiên cứu cho rằng sự kì thị còn dẫn đến sự phân biệt đối xử tiêu cực khi tìm kiếm những cơ hội việc làm và cơ hội tiếp cận các nguồn tài nguyên trong tương lai (Cope, 2011; Shepherd, 2003).

Trong những nghiên cứu trước đây, nhiều tác giả đã nhận ra rằng rất nhiều cảm xúc tiêu cực liên quan đến thất bại doanh nghiệp, bao gồm đau đớn, hối hận, xấu hổ, tức giận, tội lỗi và cả nỗi sợ hãi không rõ (Cardon & McGrath, 1999; Harris & Sutton, 1986; Shepherd, 2003). Sự thất bại có thể có những ảnh hưởng tiêu cực do tạo ra những cảm giác “vô ích”. Với cảm giác này, doanh nhân gặp rất nhiều khó khăn trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể trong tương lai do đã bị giảm niềm tin vào bản thân (Bandura, 1991; Cardon & McGrath, 1999; Shepherd, 2003). Một số nhà nghiên cứu tranh luận và cho rằng niềm tin cá nhân vào sự tồn

tại của một xã hội kì thị về sự thất bại sẽ cản trở việc quay trở lại gia nhập kinh doanh (Gerosa & Tirapani, 2013; Vaillant & Lafuente, 2007). Tuy nhiên, theo Brunstein & Gollwitzer (1996) trải qua thất bại sẽ thúc đẩy động cơ để hoàn thiện, bù đắp cho những khiếm khuyết của mình đồng thời khôi phục lại tự tin để hoàn thành những mục tiêu của bản thân. Như đã lập luận ở trên, chi phí tài chính và chi phí tâm lý, chi phí thất bại có mối quan hệ với nhau. Trong phạm vi này, tác giả chỉ tập trung khám phá tác động của chi phí tâm lý và chi phí xã hội. Do vậy, giả thuyết H3 và H4 được đề xuất:

*H3: Chi phí tâm lý có ảnh hưởng tích cực đến động cơ khởi nghiệp của doanh nhân sau thất bại.*

*H4: Chi phí xã hội có ảnh hưởng tích cực đến động cơ khởi nghiệp của doanh nhân sau thất bại.*

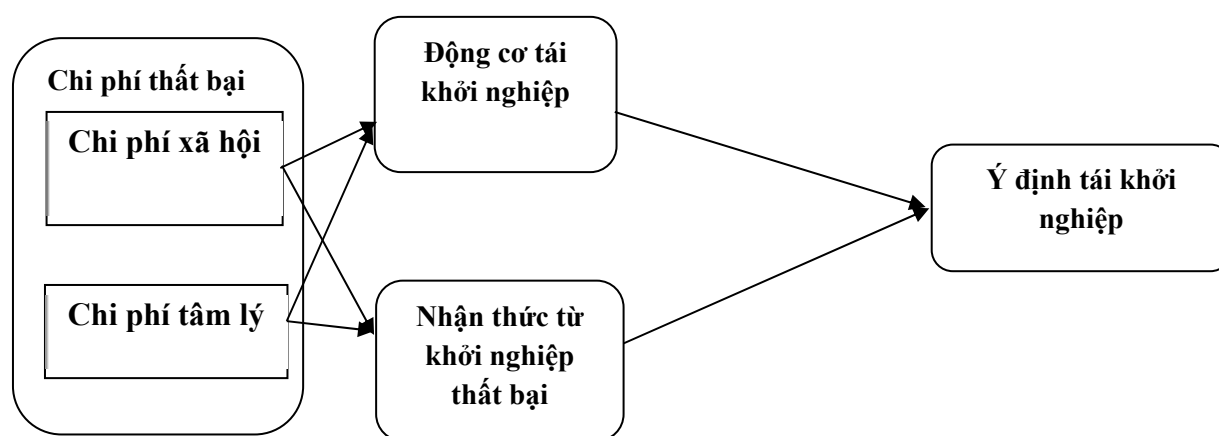
Thất bại dẫn đến việc mất các mối quan hệ cá nhân và công việc cũng như việc đổ vỡ hệ thống mạng lưới các quan hệ trong xã hội, chất lượng các mối quan hệ bị ảnh hưởng (Harris & Sutton, 1986; Sutton & Callahan, 1987; Uebasaran & cộng sự, 2013). Thất bại khiến các doanh nhân tìm kiếm các nguyên nhân thất bại để sửa đổi (Shepherd, 2003), đồng thời lưu ý và hiểu sâu sắc những gì đã xảy ra (Sitkin, 1992). Sự mất đi các mối quan hệ cũng như những tổn thương về tâm lý thôi thúc các doanh nhân tìm kiếm nguyên nhân thất bại từ đó thay đổi hành vi và thái độ để xây dựng mối quan hệ và mạng lưới tốt hơn (Cope, 2011). Mặt khác, việc nhận thức được nguyên nhân và học tập từ kinh nghiệm thất bại sẽ thôi thúc các doanh nhân tham gia vào việc học cao hơn để họ có thể phục hồi và học hỏi từ chi phí của họ về thất bại trong kinh doanh (Cope, 2005). Shepherd (2003) cho rằng cảm xúc tiêu cực khi thất bại trong kinh doanh tác động đến quản trình nhận thức, tuy nhiên các loại cảm xúc tiêu cực có các nguồn khác nhau có tác động khác nhau đến nhận thức (Bodenhausen & cộng sự, 1994; Keltner & cộng sự, 1993). Mueller và Shepherd (2016) cho rằng việc thất bại có thể có lợi cho các doanh nhân trong việc cải thiện nhận thức về các mối quan hệ, kiến thức và kỹ năng để thành công trong những nỗ lực mới. Vì vậy, giả thuyết H5 và H6 được tác giả đề xuất:

*H5: Chi phí xã hội có ảnh hưởng tích cực đến nhận thức từ khởi nghiệp thất bại của doanh nhân sau thất bại.*

*H6: Chi phí tâm lý có ảnh hưởng tích cực đến nhận thức từ khởi nghiệp thất bại của doanh nhân sau thất bại.*

### 2.5. Mô hình nghiên cứu

**Hình 1. Mô hình nghiên cứu**



Từ các lập luận như ở trên, trong nghiên cứu này tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về tác động của chi phí thất bại (chi phí xã hội và chi phí tâm lý) tới động lực, nhận thức và ý định tái khởi nghiệp như Hình 1.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phân tích định lượng để lượng hoá các kết quả về tác động của chi phí thất bại tới ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân Việt Nam. Bảng hỏi khảo sát được xây dựng dựa trên nghiên cứu trước đây về chi phí thất bại và ý định tái khởi nghiệp và đã được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu (Bảng 1). Đối với mỗi câu hỏi, những người được hỏi được yêu cầu thể hiện quan điểm của họ về chi phí thất bại, động cơ tái khởi nghiệp, nhận thức từ thất bại và ý định tái khởi nghiệp trên thang đo Likert 5 điểm,

**Bảng 1. Thang đo nghiên cứu**

<b>Biến quan sát</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Nguồn</b>
Ý định tái khởi nghiệp (YD)	Ý định tái khởi nghiệp là hoàn toàn đúng	Douglas and Shepherd (2002), Krueger (1993), Segal & cộng sự (2005) (Ajzen, 1996)
	Tôi vẫn ý định tái khởi nghiệp trong những trường hợp tương tự	
	Tôi sẽ thuyết phục các doanh nhân thất bại tái khởi nghiệp khi được hỏi ý kiến	
Động cơ tái khởi nghiệp (DC)	Trở thành doanh nhân tôi có quyền lực với người khác	Yamakawa & cộng sự (2015)
	Trở thành doanh nhân tôi có thu nhập tốt hơn	
	Tôi có thể khôi phục lại danh tiếng đã mất của mình khi tôi gây dựng lại công việc kinh doanh	
Nhận thức từ khởi nghiệp thất bại (NT)	Sau thất bại, tôi có đủ hiểu biết để tái khởi nghiệp	Shepherd & cộng sự (2011); Krueger, N. (1993)
	Sau thất bại, tôi chắc chắn về những điểm mạnh, điểm yếu của bản thân.	
	Tôi chắc chắn thành công sau khi học hỏi từ kinh nghiệm thất bại	
	Tôi có thể xây dựng mối quan hệ bền vững với đối tác sau khi học hỏi từ thất bại	
Chi phí xã hội (CPXH)	Tôi đã mất đi sự ủng hộ và tôn trọng từ những người quan trọng đối với tôi	Harris & Sutton (1986), Ucbasaran & cộng sự (2013), Cope (2011); Singh & cộng sự (2007)
	Tôi đã đánh mất tầm ảnh hưởng tới những người khác	
	Tôi đã đánh mất danh tiếng tốt của tôi trước kia	
	Tôi đã mất đi một số mối quan hệ thân thiết	
Chi phí tâm lý (CPTL)	Tôi luôn để ý người khác nghĩ gì về thất bại của mình	Blau (2007), Cardon & McGrath(1999); Shepherd (2003), Harris & Sutton (1986)
	Tôi cảm thấy chán nản vì thất bại	
	Thình thoảng tôi cảm thấy tuyệt vọng vì thất bại	
	Tôi cảm thấy rất hận với những người liên quan đến thất bại	
	Tôi rất tức giận vì thất bại đã xảy đến với tôi	
	Tôi nghi kỵ với tất cả mọi người khi công việc kinh doanh thất bại	

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả.*

từ 1 = “rất không đồng ý” đến 5 = “rất đồng ý”.

Trước khi tiến hành nghiên cứu định lượng chính thức, một nghiên cứu thử nghiệm được tiến hành để kiểm tra rằng tất cả các câu hỏi đều có thể hiểu được và các câu trả lời sẽ cung cấp thông tin phù hợp cho mục tiêu nghiên cứu. Một nhóm khảo sát với cỡ mẫu 100 là các doanh nhân đã từng thất bại đã được gửi bảng câu hỏi để khảo sát và phỏng vấn trực tiếp. Sau 30 ngày, kết quả có 51 phiếu hợp lệ (32 là nam và 19 là nữ) được đưa vào phần mềm SPSS 22.0.

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các biến quan sát đều lớn hơn 0,6 và KMO > 0,5 và sig là 0,000. Vì vậy, có thể kết luận nhóm các yếu tố độc lập đủ ý nghĩa cho các phân tích sau (Bảng 2).

Nghiên cứu về chi phí thất bại và ý định tái khởi nghiệp, nên đối tượng khảo sát bao gồm những doanh nhân đã từng thất bại, chưa ý định tái khởi nghiệp hoặc đã tái khởi nghiệp. Việc chọn mẫu sẽ tiến hành theo phương pháp ngẫu nhiên đơn giản. Tiêu chí quan trọng mà tác giả sử dụng trong nghiên cứu này là các doanh nghiệp đã dừng hoạt động. Khi một doanh nhân có ý định dừng hoạt động kinh doanh, họ sẽ phải đăng ký với Tổng cục Thuế chấp nhận việc dừng kinh doanh của họ. Như vậy, trong cơ sở dữ liệu, thông tin kinh doanh của các doanh nghiệp này sẽ được lưu lại. Việc lấy mẫu sẽ được tiến hành trên cơ sở chọn lựa một số khu vực địa lý có tầm quan trọng và mang đầy đủ các đặc trưng của các vùng miền để đảm bảo sự khái quát kết quả nghiên cứu có độ tin cậy cao. Vì lý do đó, tác giả đã chọn những doanh nghiệp đăng ký kinh doanh tại ba thành phố lớn như Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng.

Trước hết, những cuộc phỏng vấn qua điện thoại được tiến hành để thăm dò ý kiến liệu những doanh nhân

**Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá**

	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
CPTL1	0,681				
CPTL2	0,911				
CPTL3	0,723				
CPTL4	0,670				
CPTL5	0,942				
CPTL6	0,941				
DC1				0,629	
DC2				0,731	
DC3				0,902	
CPXH1		0,822			
CPXH2		0,862			
CPXH3		0,905			
CPXH4		0,779			
NT1			0,892		
NT2			0,784		
NT3			0,778		
NT4			0,815		
YD1					0,656
YD2					0,609
YD3					0,909
% nhân tố	32,255	13,894	8,566	6,569	4,884
KMO	0,882				
Sig	0,000				

Nguồn: Điều tra của tác giả.

này có sẵn sàng tham gia vào nghiên cứu. Tỷ lệ những doanh nhân thất bại sẵn sàng tham gia trả lời câu hỏi là tương đối thấp (khoảng 40%). Tuy nhiên, những doanh nhân trẻ dường như cởi mở hơn tham gia vào nghiên cứu này. Sau khi những doanh nhân đồng ý tham gia vào nghiên cứu này, bộ câu hỏi được gửi trực tiếp tới họ hoặc thông qua email. Việc thu thập dữ liệu kéo dài trong 3 tháng từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2020, với tổng số bảng hỏi phát ra là 625 phiếu. Kết quả có 334 phiếu sử dụng được sau khi làm sạch đạt 53,44% (73,95% là nam, nữ là 26,05%; 47,3% có kinh nghiệm kinh doanh nhỏ hơn 5 năm, từ 6 đến 11 năm là 33,23%, từ 12 đến 17 năm là 9,28%, từ 18 đến 23 năm là 8,98%, từ 23 năm trở lên là 1,39%).

#### 4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả thống kê cho thấy các giá trị nhỏ nhất (Min) và lớn nhất (Max) của các thang đo nằm trong khoảng từ 2 đến 5, điều này hàm ý không có giới hạn về sự biến động đối với các thang đo được sử dụng. Giá trị trung bình là 3.84. Giá trị sai số chuẩn xoay quanh 0.74. Những kết quả trên dẫn đến kết luận là các thang đo có phân phối chuẩn, đảm bảo yêu cầu thực hiện các kiểm định và phân tích tiếp theo ở các nội dung tiếp.

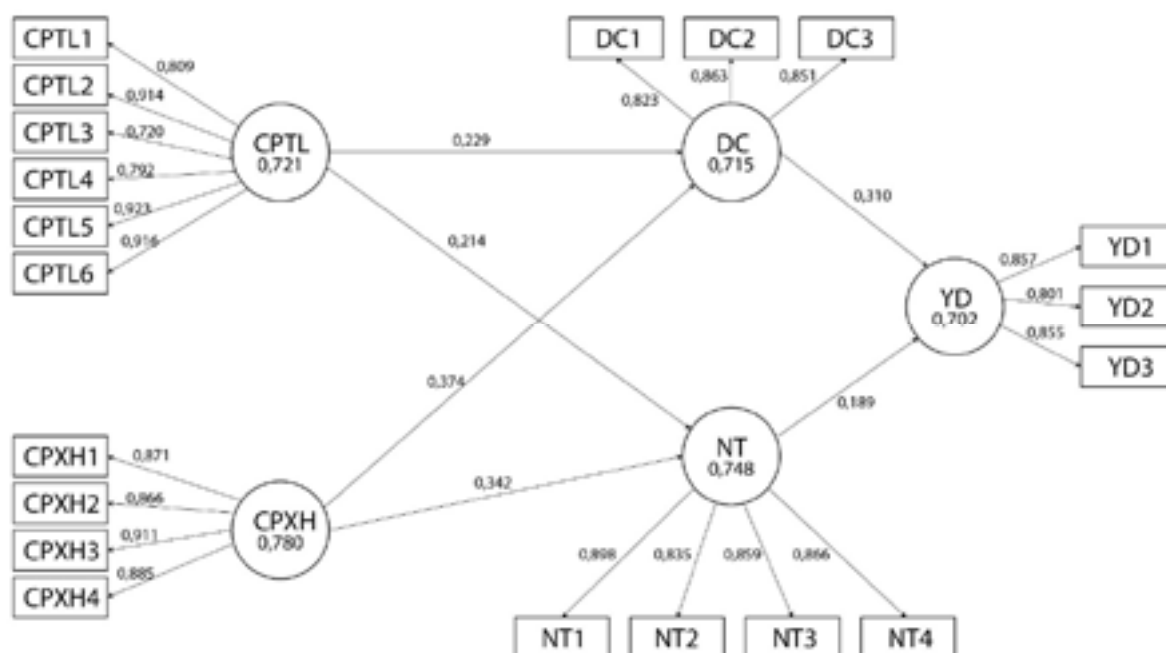
Với SRMR bằng 0,074 < 0,08 cho thấy độ phù hợp quá tốt của mô hình. Kết quả cũng cho thấy độ tin cậy tổng hợp của các thang đo đều lớn hơn 0,7 và giá trị hội tụ (AVE) lớn hơn 0,5 (Bảng 3) cho thấy các giá trị

**Bảng 3. Kết quả kiểm định tin cậy nhất quán bên trong (CA, CR, AVE, SRMR)**

	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp	Giá trị hội tụ	SRMR
QD	0,7894	0,8762	0,7025	0,074
DC	0,8016	0,8828	0,7153	
NT	0,8876	0,9223	0,7481	
CPXH	0,9063	0,9342	0,7803	
CPTL	0,9219	0,9391	0,7215	

Nguồn: Chạy mô hình qua SmartPLS.

**Hình 2. Kết quả phân tích (SEM)**



đạt yêu cầu kiểm định. Với các VIF < 5 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả kiểm định cho thấy tất cả các biến có tương quan dương với các biến còn lại và các hệ số tương quan đều nằm trong khoảng từ 0,130 đến 0,732. Do đó, mô hình đo lường thỏa mãn các điều kiện để kiểm tra sự phù hợp của mô hình trong các bước tiếp theo. Mặt khác, kết quả kiểm định sự phù hợp của mô hình

**Bảng 4. Kiểm định R và R<sup>2</sup>**

Giá trị	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh
Động cơ tái khởi nghiệp	0,211	0,206
Nhận thức từ khởi nghiệp thất bại	0,198	0,193
Ý định tái khởi nghiệp	0,160	0,155

*Nguồn: Ước lượng mô hình qua Smart PLS.*

(Bảng 4) cho thấy với R<sup>2</sup> hiệu chỉnh nhỏ hơn R<sup>2</sup> đạt tiêu chuẩn về sự phù hợp của mô hình nghiên cứu.

Sử dụng phép đo lường tác động của Cohen (1988) với kiểm định f<sup>2</sup> để xem xét tác động của cấu trúc bên ngoài trên một cấu trúc nội sinh. Kết quả cho thấy, chi phí tâm lý có tác động nhỏ đến động cơ và nhận thức với giá trị f<sup>2</sup> < 0,02. Chi phí xã hội có tác động trung bình đến động cơ và nhận thức với giá trị f<sup>2</sup> xoay quanh giá trị 0,15. Trong khi đó nhận thức có tác động nhỏ đến ý định tái khởi nghiệp còn động cơ có tác động trung bình (Bảng 5).

**Bảng 5. Kết quả giá trị f<sup>2</sup> và mức độ ảnh hưởng**

Mối quan hệ giữa các biến	Giá trị f <sup>2</sup>	Mức độ ảnh hưởng
Chi phí tâm lý -> Động cơ tái khởi nghiệp	0,063	Tác động nhỏ
Chi phí xã hội -> Động cơ tái khởi nghiệp	0,143	Tác động trung bình
Chi phí tâm lý->Nhận thức từ khởi nghiệp thất bại	0,054	Tác động nhỏ
Chi phí tâm lý-> Nhận thức từ khởi nghiệp thất bại	0,137	Tác động trung bình
Động cơ tái khởi nghiệp-> Ý định tái khởi nghiệp	0,107	Tác động trung bình
Nhận thức -> Ý định tái khởi nghiệp	0,040	Tác động nhỏ

*Nguồn: Ước lượng mô hình qua Smart PLS.*

Thống kê phân tích các hệ số hồi quy (Bảng 6) cho thấy mô hình có tất cả các mối quan hệ đều đạt ý nghĩa thống kê với hệ số  $p < 0,05$ . Như vậy, các giả thuyết đều được chấp nhận ở độ tin cậy 95%. Điều này cho thấy, chi phí tâm lý và chi phí xã hội có tác động đến động cơ tái khởi nghiệp, trong đó mức tác động của chi phí xã hội mạnh hơn so với chi phí tâm lý. Chi phí tâm lý và chi phí xã hội có tác động đến nhận thức từ khởi nghiệp thất bại, mức tác động của chi phí xã hội mạnh hơn so với tác động của chi phí tâm lý. Động cơ có tác động trung bình đến ý định tái khởi nghiệp, trong khi đó nhận thức từ khởi nghiệp thất bại có mức độ tác động yếu hơn. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu này cũng cho thấy, ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân ngoài các yếu tố tác động là chi phí thất bại tâm lý, chi phí thất bại xã hội, động cơ tái khởi nghiệp, nhận

**Bảng 6. Kết quả kiểm định mối quan hệ**

	Hệ số tác động	giá trị t	mức ý nghĩa
Chi phí tâm lý tác động đến động cơ tái khởi nghiệp	0,2289	4,7747	0,0000
Chi phí tâm lý tác động đến nhận thức từ khởi nghiệp thất bại	0,2145	3,8923	0,0001
Chi phí xã hội tác động đến động cơ tái khởi nghiệp	0,3465	6,7838	0,0000
Chi phí xã hội tác động đến nhận thức từ khởi nghiệp thất bại	0,3419	6,4537	0,0000
Động cơ tái khởi nghiệp tác động đến ý định tái khởi nghiệp	0,3096	5,8700	0,0000
Nhận thức từ khởi nghiệp thất bại tác động đến ý định tái khởi nghiệp	0,1886	2,8565	0,0045

Nguồn: chạy mô hình qua SmartPLS.

thức từ khởi nghiệp thất bại còn chịu tác động của các yếu tố khác. Do vậy, những yếu tố nghiên cứu trên chỉ phản ánh được một phần ảnh hưởng đến ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân.

## 5. Thảo luận

### 5.1. Đóng góp

Như đã chỉ ra trước đó, các nghiên cứu về thất bại thường tập trung nghiên cứu về nguyên nhân thất bại, những tổn thất hoặc học hỏi sau thất bại (Shepherd, 2003; Ucbasaran & cộng sự, 2013) nhưng nghiên cứu về tái khởi nghiệp (Tipu, 2020) là rất ít. Hầu hết chưa có nghiên cứu nào về chi phí thất bại tác động đến ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân sau thất bại, đặc biệt là ở Việt Nam. Nhìn chung, ít nhất có 3 đóng góp xuất hiện từ nghiên cứu này. Thứ nhất, từ tổng quan các tài liệu nghiên cứu, có thể hiểu mối liên hệ giữa chi phí xã hội, chi phí tâm lý với động cơ tái khởi nghiệp, nhận thức từ khởi nghiệp thất bại và mối liên hệ giữa động cơ tái khởi nghiệp, nhận thức từ khởi nghiệp thất bại và ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân. Nghiên cứu về chi phí tâm lý tác động đến động cơ tái khởi nghiệp và nhận thức tái khởi nghiệp giúp làm nổi bật tầm quan trọng của nhận thức về sự thất bại từ đó cung cấp nhiều ý nghĩa để hiểu về sự phục hồi, học hỏi từ thất bại. Thứ hai, kết quả nghiên cứu này có những đóng góp cho việc phân bổ nhận thức từ khởi nghiệp thất bại, động cơ tái khởi nghiệp với ý định tái khởi nghiệp. Trong đó, nhận thức từ khởi nghiệp thất bại giúp các doanh nhân học hỏi được kinh nghiệm từ thất bại và tạo nên ý định tái khởi nghiệp. Khi đề cập đến động cơ để bắt đầu một công việc kinh doanh khác sau thất bại, động cơ nội tại của doanh nhân là yếu tố thúc đẩy, những yếu tố này làm giảm bớt đi những chi phí tâm lý và chi phí xã hội sau thất bại. Thứ ba, nghiên cứu đã chứng minh thực nghiệm các lập luận thông qua cơ sở dữ liệu dựa trên khảo sát của các doanh nhân đã từng thất bại tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này cho phép khám phá ảnh hưởng của chi phí tâm lý, chi phí xã hội, động cơ tái khởi nghiệp, nhận thức từ khởi nghiệp thất bại tới ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân.

### 5.2. Hàm ý ứng dụng

Thất bại là điều cần phải tránh, bởi thất bại sẽ gây ra những tổn thất đối với doanh nhân cả về mặt tài chính, tâm lý và xã hội tạo thành gánh nặng và làm giảm hiệu quả của bản thân (Yamakawa & cộng sự, 2015). Tuy nhiên, việc mất đi các mối quan hệ, các mạng lưới cũng như bị kì thị bởi xã hội là động cơ khiến doanh nhân tìm kiếm nguyên nhân, học hỏi từ thất bại và thôi thúc họ nâng cao kiến thức và ý định tái khởi



---

nghiệp. Cùng cố mối quan hệ, đầu tư và chất lượng quan hệ, xác định mục tiêu, nhận thức được điểm mạnh, điểm yếu của bản thân là những yếu tố doanh nhân cần lưu ý và củng cố để có thể xây dựng doanh nghiệp vững chắc. Bên cạnh đó, doanh nhân cần xây dựng tâm lý và xây dựng cho mình văn hóa chấp nhận rủi ro và thất bại. Cần phân tích, cân nhắc và có tầm nhìn chiến lược cho hoạt động kinh doanh, chấp nhận thất bại và học hỏi từ thất bại để tìm hướng đột phá để tái khởi nghiệp thành công. Không ngừng học hỏi nâng cao kiến thức, kỹ năng cũng như nuôi dưỡng đam mê khởi nghiệp, rèn luyện ý chí, tính chăm chỉ, sự tự tin và tính sáng tạo.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu này còn một số điểm hạn chế. Thứ nhất, tác giả mới chỉ tập trung khám phá tác động của chi phí tâm lý và chi phí xã hội. Do vậy, kết quả nghiên cứu chưa phản ánh đầy đủ tác động của chi phí thất bại đến động cơ tái khởi nghiệp, nhận thức từ khởi nghiệp thất bại và ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân. Thứ hai, điểm hạn chế của mẫu nghiên cứu là có hơn trên 50% là doanh nhân ngành dịch vụ, dẫn đến kết quả có thể chưa phản ánh được đầy đủ so với các mẫu doanh nhân đa dạng nhiều ngành nghề. Do đó, việc bổ sung các yếu tố như bối cảnh thị trường, năng lực của doanh nhân, bối cảnh văn hóa và tác động trực tiếp của chi phí tới ý định tái khởi nghiệp của doanh nhân như là biến độc lập và kiểm soát có thể được xem là điều thú vị cho các nghiên cứu trong tương lai.

### Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1996), 'The social psychology of decision making', In Higgins, E.T. & Kruglanski, A.W. (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles*, 297-325.
- Blau, G. (2007), 'Partially testing a process model for understanding victim responses to an anticipated worksite closure', *Journal of Vocational Behavior*, 71(3), 401-428.
- Bodenhausen, G.V., Sheppard, L.A. & Kramer, G.P. (1994), 'Negative affect and social judgment: The differential impact of anger and sadness', *European Journal of Social Psychology*, 24(1), 45-62.
- Brunstein, J.C. & Gollwitzer, P.M. (1996), 'Effects of failure on subsequent performance: The importance of self-defining goals', *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 395-407.
- Cardon, M.S. & McGrath, R.G. (1999), 'When the going gets tough... Toward a psychology of entrepreneurial failure and re-motivation', *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(4), 58-72.
- Cardon, M.S., Stevens, C.E. & Potter, D.R. (2011), 'Misfortunes or mistakes?: Cultural sensemaking of entrepreneurial failure', *Journal of Business Venturing*, 26(1), 79-92.
- Cherry, K. (2020), 'What Is Motivation?', Retrieved on April 27<sup>th</sup> 2020, from: <<https://www.verywellmind.com/what-is-motivation-2795378>>.
- Choo, S. & Wong, M. (2006), 'Entrepreneurial intention: triggers and barriers to new venture creations in Singapore', *Singapore Management Review*, 28(2), 47-64.
- Coelho, P.R. & McClure, J.E. (2005), 'Learning from failure', *American Journal of Business*, 20(1), 1-20.
- Cope, J. (2005), 'Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship', *Entrepreneurship Theory Practice*, 29(4), 373-397.
- Cope, J. (2011), 'Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis', *Journal of Business Venturing*, 26(6), 604-623.
- Cohen, J. (1988), 'Set correlation and contingency tables', *Applied psychological measurement*, 12(4), 425-434.
- Dew, N., Sarasathy, S., Read, S. & Wiltbank, R. (2009), 'Affordable loss: Behavioral economic aspects of the plunge decision', *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(2), 105-126.
- Douglas, E.J. & Shepherd, D.A. (2002), 'Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- Gerosa, A. & Tirapani, A.N. (2013), 'The culture of entrepreneurship: creating your own job', *European View*, 12(2), 205-214.
- Greenbank, P. (2006), 'Starting up in business: an examination of the decision-making process', *The International Journal of Entrepreneurship Innovation*, 7(3), 149-159.
- Harris, S.G. & Sutton, R.I. (1986), 'Functions of parting ceremonies in dying organizations', *Academy of Management Journal*, 29(1), 5-30.
- Hasan, I. & Wang, H. (2008), 'The US bankruptcy law and private equity financing: Empirical evidence', *Small*

---

*Business Economics*, 31(1), 5-19.

- Hayward, M.L., Forster, W.R., Sarasvathy, S.D. & Fredrickson, B.L. (2010), 'Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again', *Journal of Business Venturing*, 25(6), 569-578.
- Keltner, D., Ellsworth, P.C. & Edwards, K. (1993), 'Beyond simple pessimism: effects of sadness and anger on social perception', *Journal of personality social psychology*, 64(5), 740 -752.
- Krueger, N.F. (1993), 'The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Li, J., Wu, S. & Wu, L. (2008), 'The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China', *Journal of Small Business Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- Locke, E. (2000), 'Motivation, cognition, and action: An analysis of studies of task goals and knowledge', *Applied Psychology*, 49(3), 408-429.
- Minniti, M. & Bygrave, W. (2001), 'A dynamic model of entrepreneurial learning', *Entrepreneurship Theory Practice*, 25(3), 5-16.
- Mueller, B.A. & Shepherd, D.A. (2016), 'Making the most of failure experiences: Exploring the relationship between business failure and the identification of business opportunities', *Entrepreneurship Theory Practice*, 40(3), 457-487.
- Nguyễn Quang Huy (2020), 'Thực trạng hoạt động khởi nghiệp ở Việt Nam hiện nay', truy cập lần cuối ngày 24 tháng 4 năm 2020, từ: <<https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/thuc-trang-hoat-dong-khoi-nghiep-o-viet-nam-hien-nay-71047.htm>>.
- Peng, M.W., Yamakawa, Y. & Lee, S.H. (2010), 'Bankruptcy laws and entrepreneur-friendliness', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 517-530.
- Sarasvathy, S.D. (2004), 'Making it happen: Beyond theories of the firm to theories of firm design', *Entrepreneurship Theory Practice*, 28(6), 519-531.
- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J. (2005), 'The motivation to become an entrepreneur', *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 42-57.
- Shane, S., Locke, E.A. & Collins, C.J. (2003), 'Entrepreneurial motivation', *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Shepherd, D.A. (2003), 'Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed', *Academy of Management Review*, 28(2), 318-328.
- Shepherd, D.A. (2004), 'Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure', *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 274-287.
- Shepherd, D.A., Wiklund, J. & Haynie, J.M. (2009), 'Moving forward: Balancing the financial and emotional costs of business failure', *Journal of Business Venturing*, 24(2), 134-148.
- Shepherd, D.A., Patzelt, H. & Wolfe, M. (2011), 'Moving forward from project failure: Negative emotions, affective commitment, and learning from the experience', *Academy of Management Journal*, 54(6), 1229-1259.
- Singh, S., Corner, P. & Pavlovich, K. (2007), 'Coping with entrepreneurial failure', *Journal of Management & Organization*, 13(4), 331-344.
- Singh, S., Corner, P.D. & Pavlovich, K. (2015), 'Failed, not finished: A narrative approach to understanding venture failure stigmatization', *Journal of Business Venturing*, 30(1), 150-166.
- Sitkin, S.B. (1992), 'Learning through failure: The strategy of small losses', *Research in Organizational Behavior*, 14, 231-266.
- Sutton, R.I. & Callahan, A.L. (1987), 'The stigma of bankruptcy: Spoiled organizational image and its management', *Academy of Management Journal*, 30(3), 405-436.
- Tipu, S.A.A. (2020), 'Entrepreneurial reentry after failure: a review and future research agenda', *Journal of Strategy and Management*, 13(2), 198-220.
- Ucbasaran, D., Shepherd, D.A., Lockett, A. & Lyon, S.J. (2013), 'Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs', *Journal of Management*, 39(1), 163-202.
- Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2007), 'Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity?', *Entrepreneurship Regional Development*, 19(4), 313-337.
- Ý Nhi (2017), 'Khởi nghiệp ở Việt Nam – Khó hay dễ?', truy cập lần cuối ngày 24 tháng 4 năm 2020, từ: <<https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tai-chinh-doanh-nghiep/khoi-nghiep-o-viet-nam-kho-hay-de-122780.html>>.
- Yamakawa, Y., Peng, M.W. & Deeds, D.L. (2015), 'Rising from the ashes: Cognitive determinants of venture growth after entrepreneurial failure', *Entrepreneurship Theory Practice*, 39(2), 209-236.