
Ý ĐỊNH KHỞI SỰ KINH DOANH CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM: VAI TRÒ ĐIỀU TIẾT CỦA TÍNH SÁNG TẠO

Nguyễn Duy Thành

Trường Quản trị và Kinh doanh, Đại học Quốc gia Hà Nội

Email: thanhduy1989@gmail.com

Đào Đức Trung

Trường Đại học Thăng Long

Email: duc trung00.tlu@gmail.com

Mã bài: JED-1282

Ngày nhận: 08/06/2023

Ngày nhận bản sửa: 04/10/2023

Ngày duyệt đăng: 16/10/2023

DOI 10.33301/JED.VI.1282

Tóm tắt:

Nghiên cứu này áp dụng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch nhằm dự đoán ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam, đồng thời kiểm định vai trò điều tiết của tính sáng tạo trong mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi sự kinh doanh. Với dữ liệu thu được từ 1091 sinh viên đang học tập tại 17 trường đại học trên toàn quốc, nghiên cứu đã sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM nhằm kiểm định đồng thời các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả ước lượng cho thấy cả 3 tiền tố của ý định khởi sự kinh doanh là thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh, trong đó thái độ có tác động mạnh nhất và 3 tiền tố cũng có vai trò hỗ trợ cho nhau. Bên cạnh đó, tính sáng tạo có vai trò điều tiết tích cực mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi sự kinh doanh. Đồng thời, những sinh viên sáng tạo và có thái độ tích cực sẽ dẫn đến ý định khởi sự kinh doanh cao hơn. Ngoài ra, các biến kiểm soát là giới tính và nền tảng kinh doanh gia đình cũng tác động đến ý định khởi sự kinh doanh.

Từ khóa: Ý định khởi sự kinh doanh, thuyết hành vi có kế hoạch, tính sáng tạo, ảnh hưởng điều tiết.

Mã JEL: I29, J24, L26, M13.

Entrepreneurial intention among Vietnamese students: The moderating role of creativity

Abstract:

This study applies the Theory of Planned Behavior (TPB) model of Ajzen (1991) to predict the entrepreneurial intention among Vietnamese students and examines the moderating role of creativity on the relationship between attitude towards entrepreneurship and entrepreneurial intention. By collecting data from 1091 students studying at 17 universities nationwide, the study used Structural Equation Modeling (SEM) to test the research hypotheses simultaneously. The estimation results show that all three antecedents of entrepreneurial intention, namely attitude towards entrepreneurship, subjective norm and perceived behavioral control, have positive effects on entrepreneurial intention, in which the attitude towards entrepreneurship has the strongest impact and the three antecedents also complement each other. Besides, creativity positively moderates the relationship between attitude and entrepreneurial intention. When students are both more creative and have a more positive attitude, this leads to a higher intention to start a business. In addition, control variables, which are gender and family business background, also significantly affect on entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial intention, theory of planned behavior, creativity, moderating role.

JEL Codes: I29, J24, L26, M13.

1. Đặt vấn đề

Khởi sự kinh doanh (KSKD) được coi là một trong những định hướng chiến lược của các quốc gia trên thế giới trong thời đại ngày nay vì nó được coi là cần thiết cho sự phát triển kinh tế bền vững, tạo việc làm và xóa đói giảm nghèo cũng như thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (Gird & Bagraim, 2008; Misoska & cộng sự, 2016; Otache & cộng sự, 2021). Động lực của khởi sự kinh doanh là tạo ra một cộng đồng doanh nghiệp năng động giúp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và đây cũng đang là ưu tiên hàng đầu của Chính phủ Việt Nam (Dao & cộng sự, 2021). Theo Tổng cục thống kê (2021), nhóm người có trình độ từ đại học trở lên có tỷ trọng thất nghiệp khá cao với 13,4%, trong đó tỷ lệ thất nghiệp trong độ tuổi lao động của nhóm người có trình độ trên đại học chiếm 3,38%. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này như chất lượng đào tạo không đáp ứng nhu cầu tuyển dụng, tiền lương chưa như mong muốn hay công việc không phù hợp với chuyên môn nghiệp vụ. Do đó, trong bối cảnh khan hiếm việc làm hiện nay, một trong những giải pháp cấp thiết nhằm giảm thiểu số lượng sinh viên thất nghiệp sau tốt nghiệp là khơi gợi tinh thần khởi nghiệp, đào tạo hướng nghiệp và hỗ trợ các hoạt động khởi sự kinh doanh (Gird & Bagraim, 2008; Usman & Yennita, 2019; Duong, 2022).

Các nghiên cứu về ý định khởi sự kinh doanh với đối tượng sinh viên đang ngày càng được quan tâm hơn và là một hướng nghiên cứu quan trọng trong lĩnh vực quản trị kinh doanh (Autio & cộng sự, 2001; Kolvereid & Isaksen, 2006; Maresch & cộng sự, 2016). Bởi đây là nhóm lao động trẻ có trình độ chuyên môn cao và được kỳ vọng sẽ giúp tăng trưởng nền kinh tế thông qua các hoạt động kinh doanh (Otache & cộng sự, 2021; Tổng cục thống kê, 2021). Hầu hết các nghiên cứu về ý định khởi sự kinh doanh trên thế giới hiện nay đều sử dụng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) của Ajzen (1991) (Liñán & Chen, 2009). Các kết quả từ các nghiên cứu trước đây cho thấy mô hình TPB giải thích được khoảng 30% phương sai của ý định khởi sự kinh doanh, thế nhưng 70% sự khác biệt còn lại vẫn chưa được luận giải đầy đủ (Autio & cộng sự, 2001; Gird & Bagraim, 2008; Maresch & cộng sự, 2016). Điều này có thể là do các doanh nhân tương lai không chọn đi theo một con đường duy nhất được thiết lập sẵn để đi đến quyết định khởi sự kinh doanh (Lichtenstein & cộng sự, 2007). Họ phải đối mặt với quyết định phức tạp này theo những cách khác nhau, tùy thuộc vào cơ chế nhận thức khác nhau (Krueger & cộng sự, 2000). Do đó, các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực này cần quan tâm hơn đến việc phân tích ảnh hưởng của đặc điểm cá nhân đối với sự phát triển của quá trình nhận thức dẫn đến sự hình thành ý định khởi sự kinh doanh (Ajzen & Fishbein, 2005; Liñán & cộng sự, 2011). Một trong những đặc điểm cá nhân có thể có ảnh hưởng đến quá trình hình thành ý định kinh doanh là tính sáng tạo (Corbett, 2005; Otache & cộng sự, 2021). Tính sáng tạo có quan hệ chặt chẽ với việc nhận thức các quy trình liên quan đến hành vi khởi sự kinh doanh, vì nó cho phép cá nhân liên kết các thông tin hiện có nhằm tạo ra những ý tưởng mới, điều này có thể hữu ích trong việc xác định các cơ hội kinh doanh mới (Edelman & Yli-Renko, 2010; Hansen & cộng sự, 2011).

Ngoài ra, tính sáng tạo có vai trò quan trọng đến việc khởi sự kinh doanh bởi nó cho phép các cá nhân đưa ra các giải pháp mới, giúp phân biệt sản phẩm hoặc dịch vụ của họ với sản phẩm hoặc dịch vụ của đối thủ cạnh tranh, từ đó gia tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường (Corbett, 2005; Lichtenstein & cộng sự, 2007; Otache & cộng sự, 2021). Một số nghiên cứu trước đây thường xem xét tác động của đặc điểm cá nhân dưới dạng thông tin nhân khẩu học như giới tính, độ tuổi, nơi cư trú hay kinh nghiệm làm việc đến ý định khởi sự kinh doanh (Liñán & cộng sự, 2011; Kautonen & cộng sự, 2013; Dao & cộng sự, 2021). Trong khi đó, các nghiên cứu về đặc điểm cá nhân xét trên khía cạnh tâm lý vẫn còn có sự hạn chế, đặc biệt là tác động của tính sáng tạo rất ít khi được nghiên cứu trong bối cảnh Việt Nam.

Ajzen & Fishbein (2005) cho rằng ba tiền tố của ý định theo mô hình TPB (thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi) có thể bổ trợ lẫn nhau. Điều này đã làm cho kết quả về tác động của chúng đến ý định khởi sự kinh doanh thiếu thống nhất giữa các nghiên cứu (Autio & cộng sự, 2001; Dao & cộng sự, 2021). Vì vậy, việc mở rộng mô hình TPB bằng cách xem xét vai trò bổ trợ của chúng cũng như bổ sung tác động của các biến kiểm soát tới ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam là cần thiết. Nghiên cứu này cũng bổ sung thêm vai trò điều tiết của tính sáng tạo trong mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi sự kinh doanh. Việc mở rộng mô hình TPB như trên sẽ giúp định hình cơ chế tác động giữa các yếu tố đến ý định khởi sự kinh doanh trong bối cảnh văn hóa, xã hội đặc thù mà sinh viên Việt Nam đang đối mặt. Từ đó, cung cấp những thông tin quan trọng cho các nhà hoạch định chính sách, các trường đại học và các nhà nghiên cứu tại Việt Nam tập trung vào những khía cạnh cần thiết nhất để thúc đẩy tích cực ý định khởi sự

kinh doanh của sinh viên. Việc hiểu rõ về mối quan hệ giữa các yếu tố này cũng góp phần cải thiện chính sách và thực tiễn giáo dục tinh thần khởi nghiệp ở Việt Nam, tạo điều kiện tốt nhất cho sinh viên Việt Nam thực hiện các hoạt động khởi sự kinh doanh.

2. Cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu

2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch

Mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) của Ajzen (1991) là một trong những mô hình được sử dụng phổ biến nhất để giải thích ý định khởi sự kinh doanh của một cá nhân (Liñán & Chen, 2009; Dao & cộng sự, 2021). Lý thuyết này xác định 3 tiền tố cơ bản của ý định gồm: (1) Thái độ đối với hành vi, (2) chuẩn chủ quan và (3) nhận thức kiểm soát hành vi. Thái độ đối với hành vi là việc cá nhân cảm thấy thế nào khi thực hiện hành vi, thái độ này có thể là tích cực hoặc tiêu cực. Chuẩn chủ quan liên quan tới áp lực từ phía xã hội và văn hóa tới việc thực hiện một hành vi cụ thể. Nhận thức kiểm soát hành vi đề cập đến cảm nhận về sự dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi, thể hiện cảm nhận của cá nhân là bản thân có khả năng và đủ nguồn lực để thực hiện hành vi hay không (Krueger & cộng sự, 2000; Shook & Bratianu, 2010; Usman & Yennita, 2019).

Trong lĩnh vực khởi sự kinh doanh, thái độ với khởi sự kinh doanh thể hiện mức độ tán thành hoặc không tán thành về việc thực hiện khởi sự kinh doanh (Autio & cộng sự, 2001; Ajzen & Fishbein, 2005). Nếu cá nhân nhận thấy hoạt động đó càng tích cực, kích thích tinh thần phát triển sự nghiệp cũng như có tiềm năng mang lại lợi ích thương mại, thái độ của họ với khởi sự kinh doanh càng tích cực, do đó họ càng có ý định khởi sự kinh doanh hơn (Kautonen & cộng sự, 2013; Miranda & cộng sự, 2017). Trong khi đó, chuẩn chủ quan về việc khởi sự kinh doanh thể hiện nhận thức của một người về ý kiến của các nhóm tham khảo xã hội (chẳng hạn như gia đình và bạn bè) về việc liệu người đó có nên khởi sự kinh doanh hay không (Shook & Bratianu, 2010; Otache & cộng sự, 2021; Ashraf & cộng sự, 2021). Ý kiến của nhóm tham khảo càng tích cực thì người đó càng nhận được nhiều sự ủng hộ từ nhóm tham khảo này và gia tăng động lực thực hiện, từ đó ý định khởi sự kinh doanh của người đó càng mạnh mẽ (Liñán & cộng sự, 2011; Maresch & cộng sự, 2016). Bên cạnh đó, nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh nhận thức về việc khởi sự kinh doanh là dễ dàng hay khó khăn hay nói cách khác là nhận thức về sự thành công của việc trở thành một doanh nhân (Kolvereid & Isaksen, 2006; Misoska & cộng sự, 2016). Khi một người cảm nhận việc khởi sự kinh doanh là không khó, họ sẽ có ý định khởi sự kinh doanh cao hơn (Dao & cộng sự, 2021; Duong, 2022).

Tính đến nay, đã có nhiều nghiên cứu cùng lĩnh vực áp dụng mô hình TPB và kết luận rằng thái độ với khởi sự kinh doanh, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh trong nhiều bối cảnh khác nhau (Autio & cộng sự, 2001; Liñán & Chen, 2009; Kautonen & cộng sự, 2013). Vì vậy, các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H1a: Thái độ với khởi sự kinh doanh tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam

H1b: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam

H1c: Nhận thức kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam.

2.2. Mối quan hệ tương quan giữa thái độ với khởi sự kinh doanh, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi

2.2.1. Tác động của chuẩn chủ quan đến thái độ với khởi sự kinh doanh và nhận thức kiểm soát hành vi

Theo Ajzen & Fishbein (2005), ba tiền tố cơ bản của ý định (thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi) có thể hỗ trợ lẫn nhau vì chúng có thể dựa một phần vào cùng một thông tin. Điều này có nghĩa rằng ba tiền tố này không hoàn toàn độc lập mà có mối liên hệ tương tác với nhau. Thái độ với khởi sự kinh doanh, chuẩn chủ quan và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi đã được nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ tương quan với nhau (Autio & cộng sự, 2001; Liñán & cộng sự, 2011; Dao & cộng sự, 2021).

Xét về khía cạnh khởi sự kinh doanh, việc trở thành một doanh nhân hay không là một quyết định quan trọng vì nó ảnh hưởng đến việc phát triển sự nghiệp, do đó cá nhân thường tham khảo ý kiến của những

người quan trọng xung quanh (Gird & Bagraim, 2008). Khi những người xung quanh ủng hộ việc khởi sự kinh doanh là một quyết định đúng đắn, các cá nhân sẽ tin tưởng hơn về việc thực hiện khởi sự kinh doanh, vì vậy thái độ với khởi sự kinh doanh của họ trở nên tích cực hơn (Krueger & cộng sự, 2000; Miranda & cộng sự, 2017). Điều này hoàn toàn đúng với những người chưa có định hướng, thiếu kinh nghiệm và sự tự tin với quyết định lựa chọn nghề nghiệp của mình (Misoska & cộng sự, 2016). Mặt khác, việc thực hiện hành vi khởi sự kinh doanh đòi hỏi nhận thức của các cá nhân về việc ra quyết định dựa trên những đánh giá chủ quan là chưa đủ (Ajzen & Fishbein, 2005). Các cá nhân thường ra quyết định trong bối cảnh không chắc chắn và họ không thể lường trước được hết các kết quả có thể xảy ra bởi họ chưa có đủ thông tin cần thiết (Edelman & Yli-Renko, 2010). Do đó, chuẩn chủ quan về khởi sự kinh doanh có thể góp phần thay đổi quan điểm của một cá nhân cũng như nhận thức của họ có nên thực hiện hay không thực hiện việc khởi sự kinh doanh (Autio & cộng sự, 2001; Shook & Bratianu, 2010). Bởi vì, chuẩn chủ quan sẽ cung cấp thêm những cơ sở ý thức cho việc quyết định khởi sự kinh doanh (Dao & cộng sự, 2021). Một cá nhân có thể cảm thấy việc khởi sự kinh doanh là khả thi nếu những người xung quanh ủng hộ họ, ngược lại, họ có thể không khởi sự kinh doanh khi những người xung quanh phản đối bởi họ cảm thấy việc khởi sự kinh doanh khó khăn và không thuận lợi. Nói như vậy, chuẩn chủ quan có thể ảnh hưởng đến việc kiểm soát hành vi của một cá nhân (Liñán & Chen, 2009; Usman & Yennita, 2019). Đã có một số nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra tác động tích cực của chuẩn chủ quan đến thái độ với khởi sự kinh doanh và nhận thức kiểm soát hành vi như nghiên cứu của Liñán & Chen (2009) tại Tây Ban Nha và Đài Loan, Misoska & cộng sự (2016) tại Cộng hòa Macedonia hay Dao & cộng sự (2021) tại Việt Nam. Vì vậy, các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H2a: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến thái độ với khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam.

H2b: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi của sinh viên Việt Nam.

2.2.2. Tác động của nhận thức kiểm soát hành vi đến thái độ với khởi sự kinh doanh

Ngoài ra, theo lý thuyết TPB, việc đánh giá hành vi khởi sự kinh doanh là niềm tin về kết quả mong đợi của hoạt động khởi sự kinh doanh, điều này thể hiện thái độ của một cá nhân với khởi sự kinh doanh (Ajzen, 1991; Kolvereid & Isaksen, 2006). Do đó, cá nhân tin rằng kết quả của hành vi khởi sự kinh doanh thành công thì sẽ có thái độ tích cực hơn trong việc thực hiện hành vi khởi sự kinh doanh. Bên cạnh đó, để thành công trong việc khởi sự kinh doanh, các cá nhân cần có đủ kiến thức, kỹ năng và sự tự tin nhằm tìm ra các cơ hội kinh doanh cũng như kiểm soát các hoạt động kinh doanh (Hansen & cộng sự, 2011; Misoska & cộng sự, 2016). Nói cách khác, nhận thức kiểm soát hành vi của cá nhân càng cao thì thái độ với khởi sự kinh doanh của họ càng tích cực. Đã có một số nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa nhận thức kiểm soát hành vi và thái độ với khởi sự kinh doanh như nghiên cứu của Usman & Yennita (2019) tại Thổ Nhĩ Kỳ hay Duong (2022) tại Việt Nam. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H3: Nhận thức kiểm soát hành vi tác động tích cực đến thái độ với khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam.

2.3. Vai trò điều tiết của tính sáng tạo

Yếu tố quyết định chính của ý định đối với hành vi trong mô hình TPB chính là thái độ (Ajzen, 1991). Tuy nhiên, trên thực tế, đã có những nghiên cứu thực nghiệm cho thấy chuẩn chủ quan hoặc nhận thức kiểm soát hành vi mới là yếu tố tác động mạnh mẽ nhất tới ý định khởi sự kinh doanh (Autio & cộng sự, 2001; Kautonen & cộng sự, 2013; Ashraf & cộng sự, 2021). Điều này hàm ý rằng mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi sự kinh doanh có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố điều tiết (Krueger & cộng sự, 2000).

Mặc dù cá nhân có thể có thái độ tích cực với khởi sự kinh doanh, tuy nhiên, họ lại có thể không có ý định khởi sự kinh doanh (Ajzen & Fishbein, 2005). Một trong những lý do có thể kể đến đó là việc thiếu ý tưởng khởi sự kinh doanh hoặc nhận thức về hoàn cảnh hiện tại không thuận lợi để khởi sự kinh doanh (Townsend & cộng sự, 2010; Hansen & cộng sự, 2011). Tính sáng tạo có thể làm giảm sự hiện diện của các yếu tố liên quan đến những lý do trên bởi nó mang lại cho các cá nhân những ý tưởng kinh doanh nhằm kích thích thái độ của họ đối với việc bắt đầu một dự án kinh doanh mới (Edelman & Yli-Renko, 2010; Hansen & cộng sự, 2011). Bên cạnh đó, các cá nhân có khả năng tư duy sáng tạo thường dễ dàng thích ứng với những điều kiện thị trường luôn thay đổi và nắm bắt những cơ hội kinh doanh mới khi chúng xuất hiện (Shook & Bratianu, 2010; Townsend & cộng sự, 2010). Những cơ hội này thường giúp họ nâng cao hiệu quả hoạt động của

doanh nghiệp, giảm chi phí dẫn đến tăng lợi nhuận hoặc thu hút thêm nhiều khách hàng hơn, từ đó gia tăng sự thành công của quá trình khởi sự kinh doanh (Lichtenstein & cộng sự, 2007; Otache & cộng sự, 2021).

Ngoài ra, tính sáng tạo đem lại cho các cá nhân khả năng nhận ra nhanh chóng sự liên kết giữa các vấn đề và các giải pháp hiệu quả bằng cách định hình hoặc cải tổ các nguồn lực sẵn có (Miranda & cộng sự, 2017). Điều này thúc đẩy các cá nhân xác định các cơ hội khởi sự kinh doanh ngay cả trong hoàn cảnh bất lợi (Corbett, 2005). Nói cách khác, khi cá nhân càng sáng tạo thì thái độ với khởi sự kinh doanh càng góp phần ảnh hưởng mạnh mẽ đến ý định khởi sự kinh doanh của họ. Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

H4: Tính sáng tạo điều tiết tích cực mối quan hệ giữa thái độ với khởi sự kinh doanh và ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu đã thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua việc khảo sát sinh viên theo học chuyên ngành kinh doanh và quản lý từ ngày 15 tháng 2 đến ngày 24 tháng 3 năm 2023. Bảng hỏi được thiết kế trên Google Form và gửi tới 2.000 sinh viên tại 17 trường đại học trên cả 3 miền Bắc, Trung, Nam của Việt Nam thông qua email cá nhân hoặc Zalo của sinh viên. Bảng hỏi được chia làm hai nội dung chính, phần thứ nhất được thiết kế giúp sinh viên trả lời các câu hỏi liên quan tới thái độ với khởi sự kinh doanh, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, ý định khởi sự kinh doanh và tính sáng tạo dựa trên thang đo Likert từ 1 (rất không đồng ý) đến 5 (rất đồng ý). Các câu hỏi trong phần này đều được dựa trên các thang đo từ các nghiên cứu trước (Bảng 2). Phần thứ 2 bao gồm các câu hỏi về các đặc điểm nhân khẩu học (giới tính và nền tảng kinh doanh gia đình) của người trả lời. Trong số 1.170 bảng hỏi thu được (58,5%) thông qua cách chọn mẫu thuận tiện, 1.091 phiếu khảo sát đủ điều kiện được tiến hành phân tích (93,3%) trên SPSS 20.0 và AMOS 24.0.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thông tin nhân khẩu học

Bảng 1 cho thấy rằng hầu hết sinh viên tham gia trả lời khảo sát là nữ giới (chiếm 67,2%). Ngoài ra, số lượng các sinh viên có nền tảng kinh doanh từ gia đình (52,2%) với nhóm sinh viên không có nền tảng kinh doanh từ gia đình (47,8%) khá cân bằng. Điều này cho thấy việc tự kinh doanh là một nghề khá phổ biến tại Việt Nam. Ngoài ra, hơn 80% số sinh viên đang học năm 3 và năm 4, đây là nhóm được kỳ vọng có ý định khởi sự kinh doanh mạnh nhất.

Bảng 1: Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Phân loại	Tần số	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính	Nam	358	32,8
	Nữ	733	67,2
2. Nền tảng kinh doanh gia đình	Có	569	52,2
	Không	522	47,8
3. Năm học	Năm 1	87	8,0
	Năm 2	128	11,7
	Năm 3	424	38,9
	Năm 4	452	41,4

Nguồn: Kết quả phân tích mẫu nghiên cứu khảo sát từ SPSS (2023)

4.2. Kiểm định thang đo

Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để đánh giá mức độ nhất quán nội tại các thang đo. Hệ số Cronbach's Alpha của tất cả 5 nhân tố nhận giá trị từ 0,836 đến 0,922 và được coi là có độ tin cậy rất cao (Hair & cộng sự, 2014). Dữ liệu tiếp tục được kiểm định bằng cách sử dụng phân tích nhân tố khám phá EFA. Kết quả phân tích nhân tố EFA đáp ứng yêu cầu với hệ số KMO = 0,949 > 0,5, mức ý nghĩa sig. của kiểm định Barlett là 0,000 < 0,05, tổng phương sai giải thích tích lũy đạt 75,987% > 50%. Kết quả rút trích nhân tố cho thấy 21 biến quan sát đáp ứng yêu cầu với các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 (từ 0,606 đến 0,829), các biến quan sát trong cùng nhóm với nhau với các hệ số tải nhân tố trong cùng một thang đo như ban đầu.

Bảng 2: Phân tích nhân tố khám phá

Biến quan sát	Nhân tố					Tác giả
	1	2	3	4	5	
Thái độ với khởi sự kinh doanh (ATE)						
ATE1. Tôi vẫn ưu tiên việc KSKD mặc dù có nhiều lựa chọn khác	0,682					Liñán & cộng sự (2011)
ATE2. Việc KSKD khiến tôi thấy hài lòng	0,640					
ATE3. Tôi nghĩ rằng việc KSKD có nhiều thuận lợi hơn là khó khăn	0,802					
Chuẩn chủ quan (SN)						
SN1. Bạn bè ủng hộ quyết định KSKD của tôi		0,778				Liñán & Chen (2009)
SN2. Gia đình ủng hộ quyết định KSKD của tôi		0,784				
SN3. Mọi người xung quanh ủng hộ quyết định KSKD của tôi		0,801				
Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC)						
PBC1. Tôi thấy việc mở và duy trì một doanh nghiệp không quá khó khăn			0,776			Liñán & cộng sự (2011)
PBC2. Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập một doanh nghiệp mới			0,829			
PBC3. Nếu tôi cố gắng bắt đầu kinh doanh, nhiều khả năng tôi sẽ thành công			0,809			
PBC4. Tôi biết cần phải làm những gì để bắt đầu kinh doanh			0,825			
Ý định KSKD (EI)						
EI1. Tôi sẵn sàng làm tất cả để trở thành chủ doanh nghiệp				0,606		Liñán & Chen (2009)
EI2. Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân				0,762		
EI3. Tôi sẽ nỗ lực hết sức để thành lập và điều hành doanh nghiệp riêng của mình				0,815		
EI4. Tôi đã quyết định sẽ thành lập doanh nghiệp trong tương lai				0,773		
EI5. Tôi có suy nghĩ nghiêm túc về việc KSKD				0,785		
EI6. Tôi đã có ý định sẽ KSKD vào một ngày nào đó				0,761		
Tính sáng tạo (CRE)						
CRE1. Tôi thấy mình là một người sáng tạo					0,699	Miranda & cộng sự (2017)
CRE2. Tôi thích bắt đầu những dự án mới, bất chấp nguy cơ mắc sai lầm					0,743	
CRE3. Tôi thường chọn những lộ trình mới khi tiến hành làm gì đó					0,769	
CRE4. Khi được truyền cảm hứng, tôi kiên trì thay đổi ngay cả khi kết quả không được như mong muốn					0,781	
CRE5. Khi một sự thay đổi xảy ra, đối với tôi, những cơ hội phát sinh quan trọng hơn bất kỳ mối đe dọa nào mà nó mang lại					0,805	
Cronbach's Alpha	0,836	0,893	0,875	0,922	0,921	
KMO = 0,949; $\chi^2 = 17071,317$; df = 210; sig. = 0,000						

Nguồn: Kết quả phân tích mẫu nghiên cứu khảo sát từ SPSS (2023)

Phân tích CFA được tiến hành cho tất cả các tiêu chí của Bảng 2 (mỗi tiêu chí được giới hạn tải lên một nhân tố) cho kết quả phù hợp với số liệu quan sát ($\chi^2/df = 3,885$, GFI = 0,940, CFI = 0,970, TLI = 0,964, RMSEA = 0,051). Bảng 3 cho biết độ tin cậy tổng hợp (CR) của các nhân tố đều > 0,7 và phương sai trích trung bình (AVE) của các nhân tố đều > 0,5 nên đạt yêu cầu về tính hội tụ (Hair & cộng sự, 2014). Đồng thời, các AVE đều lớn hơn phương sai riêng lớn nhất (MSV) và các căn bậc hai của AVE đều lớn hơn hệ số tương quan giữa các biến tiềm ẩn, nhờ đó, tính phân biệt được đảm bảo (Fornell & Larcker, 1981).

Bảng 3: Độ tin cậy tổng hợp, tính hội tụ, tính phân biệt

	CR	AVE	MSV	ATE	SN	PBC	EI	CRE
ATE	0,852	0,661	0,519	0,813				
SN	0,893	0,736	0,491	0,702***	0,858			
PBC	0,868	0,623	0,257	0,488***	0,461***	0,789		
EI	0,922	0,662	0,538	0,720***	0,650***	0,481***	0,814	
CRE	0,923	0,705	0,538	0,667***	0,690***	0,507***	0,734***	0,839

Chú thích: *** $p < 0,001$

Nguồn: Kết quả phân tích mẫu nghiên cứu khảo sát từ AMOS (2023)

Ngoài ra, để kiểm tra tính sai lệch chung gây nên bởi việc thu thập các biến độc lập và các biến phụ thuộc từ cùng một nguồn, kiểm định Harman được áp dụng và cho thấy các biến quan sát khi hội tụ về một nhân tố sẽ giải thích được 49,705% sự biến thiên của dữ liệu. Giá trị này nhỏ hơn mức giới hạn 50%, chứng tỏ rằng không có sai lệch chung nghiêm trọng trong trường hợp này (Podsakoff & cộng sự, 2003).

4.3. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định đồng thời thông qua áp dụng kỹ thuật phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. Kết quả tại Bảng 4 cho thấy mô hình phù hợp tốt với dữ liệu (Hair & cộng sự, 2014).

Bảng 4: Kết quả phân tích mô hình SEM chuẩn hóa

Tác động		Mô hình 1	Mô hình 2	Mô hình 3	Mô hình 4
PBC <--- SN		0,461***	0,461***	0,461***	0,461***
ATE <--- SN		0,606***	0,606***	0,606***	0,606***
ATE <--- PBC		0,208***	0,208***	0,208***	0,208***
EI <--- ATE		0,476***	0,475***	0,475***	0,475***
EI <--- SN		0,250***	0,255***	0,255***	0,253***
EI <--- PBC		0,135***	0,129***	0,133***	0,132***
EI <--- ATE x CRE		0,045*	0,049*	0,048*	0,046*
EI <--- Giới tính			0,068**		0,051*
EI <--- Nền tảng gia đình				0,053**	0,048*
χ^2		496,088	539,459	527,435	712,001
Kiểm định LR		496,088***	43,371***	42,682***	172,542***
χ^2/df		4,469	4,193	4,089	4,944
GFI		0,945	0,944	0,942	0,933
CFI		0,968	0,967	0,966	0,954
TLI		0,961	0,960	0,960	0,945
RMSEA		0,056	0,054	0,053	0,060

Chú thích: *** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Nguồn: Kết quả phân tích mẫu nghiên cứu khảo sát từ AMOS (2023)

Kết quả phân tích mô hình SEM (Bảng 4) ủng hộ tất cả các giả thuyết nghiên cứu H1a, H1b, H1c, H2a, H2b, H3 và H4. Việc sử dụng mô hình TPB để dự đoán ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam là hoàn toàn phù hợp khi mô hình có thể giải thích được 57,5% sự biến thiên của ý định khởi sự kinh doanh ($R^2 = 0,575$). Cả ba tiền tố là thái độ với khởi sự kinh doanh, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh với mức ý nghĩa 1%. Trong đó, thái độ với khởi sự kinh doanh có tác động mạnh nhất đến ý định khởi sự kinh doanh ($\beta = 0,475$). Kết quả này đã khẳng định lại vai trò của thái độ đến ý định trong mô hình TPB của Ajzen (1991), đồng thời cũng ủng hộ kết quả của các nghiên cứu trước đây từ nhiều bối cảnh khác nhau như nghiên cứu của Kolvereid & Isaksen (2006), Gird & Bagraim (2008), Maresch & cộng sự (2016), Miranda & cộng sự (2017) và Otache & cộng sự (2021).

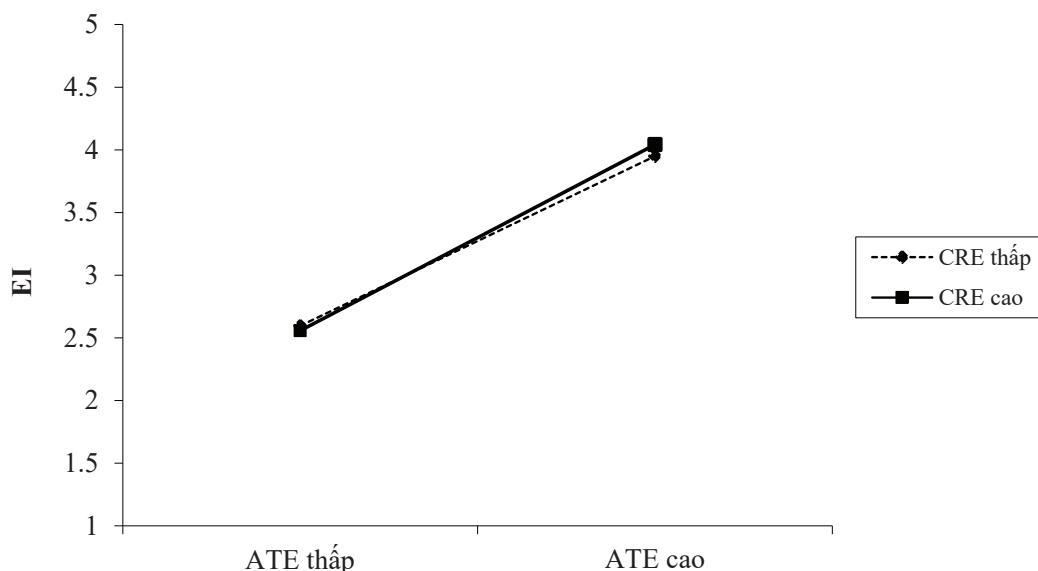
Nghiên cứu cũng thực hiện mở rộng mô hình TPB bằng cách xem xét đồng thời mối quan hệ tương quan giữa các tiền tố của ý định khởi sự kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều tác động tích cực đến thái độ với khởi sự kinh doanh và chuẩn chủ quan cũng tác động tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Autio & cộng sự (2001), Liñán & cộng sự (2011), Misoska & cộng sự (2016), Usman & Yennita (2019), Dao & cộng sự (2021) và Duong (2022).

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy tính sáng tạo có vai trò điều tiết tích cực mối quan hệ giữa thái độ với khởi sự kinh doanh và ý định khởi sự kinh doanh. Hình 1 thể hiện tác động điều tiết của sáng tạo tới mối quan hệ giữa thái độ với khởi sự kinh doanh và ý định khởi sự kinh doanh. Mặc dù biên độ tác động nhỏ nhưng tác động của thái độ với khởi sự kinh doanh đến ý định khởi sự kinh doanh vẫn mạnh mẽ hơn khi sinh viên càng trở nên sáng tạo hơn.

Ngoài ra, mô hình nghiên cứu cũng xem xét tác động của biến kiểm soát là giới tính và nền tảng gia đình đến ý định khởi sự kinh doanh. Kết quả cho thấy việc đưa lần lượt các biến kiểm soát vào mô hình gốc (mô hình 1) cũng góp phần giải thích ý định khởi sự kinh doanh bởi các kiểm định LR có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa $p < 0,001$. Cụ thể, giới tính tác động đến ý định khởi sự kinh doanh, có nghĩa rằng với dữ liệu quan sát được, sinh viên nam sẽ có ý định khởi sự kinh doanh mạnh hơn so với sinh viên nữ. Nền tảng gia đình cũng tác động đến ý định khởi sự kinh doanh, có nghĩa rằng với dữ liệu quan sát được, sinh viên có

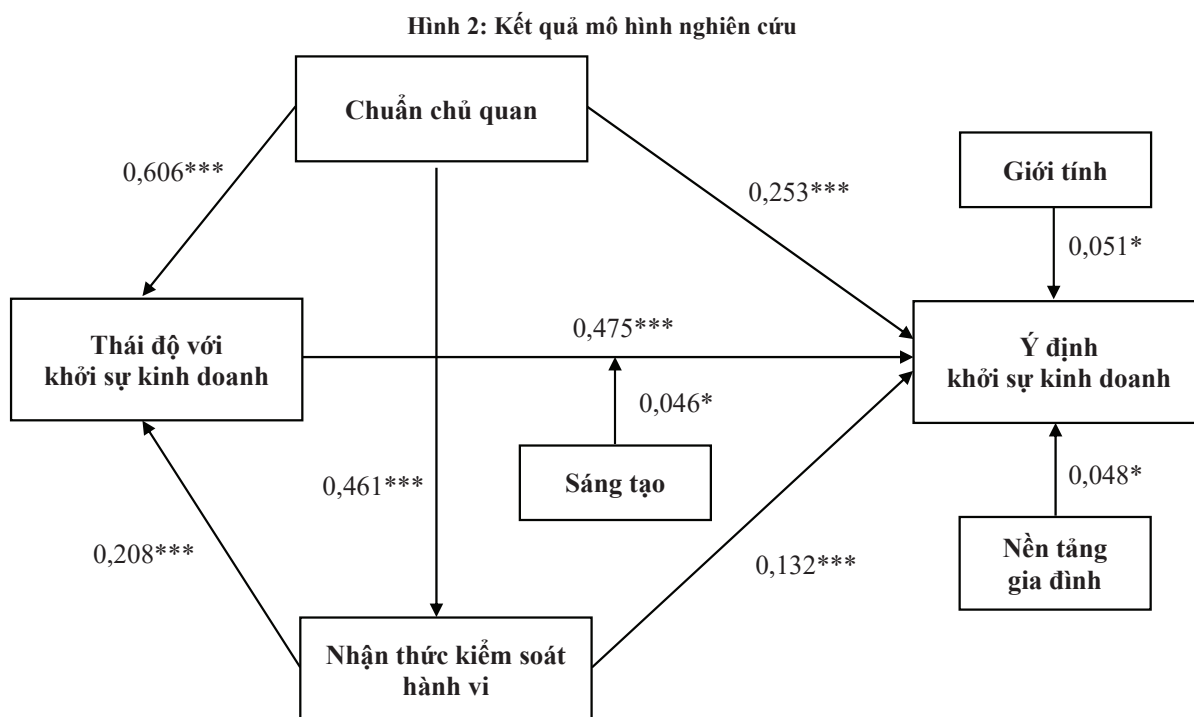
nền tảng kinh doanh gia đình sẽ có ý định khởi sự kinh doanh hơn so với những người không có nền tảng kinh doanh gia đình.

Hình 1: Tác động điều tiết của CRE tới mối quan hệ giữa ATE và EI



Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2023).

Kết quả ước lượng các tham số hồi quy (hệ số hồi quy chuẩn hóa) dựa trên phân tích mô hình SEM được tóm tắt ở Hình 2.



Chú thích: *** $p < 0,001$, * $p < 0,05$
 Nguồn: Tổng hợp của tác giả (2023)

5. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy cả ba tiền tố là thái độ với khởi sự kinh doanh, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi đều tác động tích cực đến ý định khởi sự kinh doanh, trong đó, thái độ với khởi sự kinh doanh có tác động mạnh nhất đến ý định khởi sự kinh doanh. Điều này hàm ý các nhà hoạch định chính sách

cần phải ban hành các quy định, điều luật và chính sách phù hợp nhằm khuyến khích các hoạt động khởi sự kinh doanh cho sinh viên, cũng như nâng cao thái độ với khởi sự kinh doanh của sinh viên.

Ngoài ra, kết quả của nghiên cứu cũng cho thấy tính sáng tạo có vai trò điều tiết tích cực mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi sự kinh doanh. Điều này có nghĩa rằng với sinh viên càng sáng tạo, sinh viên có thái độ càng tích cực sẽ dẫn đến ý định khởi sự kinh doanh cao hơn. Hiệu ứng điều tiết của tính sáng tạo có thể được phát sinh từ việc làm giảm những rào cản cản trở việc chuyển đổi thái độ thành ý định khởi sự kinh doanh như thiếu ý tưởng kinh doanh hay không phát hiện được cơ hội khởi sự kinh doanh (Corbett, 2005; Hansen & cộng sự, 2011). Do đó, tác giả đề xuất các trường đại học tăng cường xây dựng các chương trình giáo dục đào tạo về khởi sự kinh doanh theo hướng kích thích tính sáng tạo của sinh viên, từ đó cho phép họ nhận thức rõ hơn về khả năng sáng tạo của bản thân, giúp khơi dậy những ý tưởng kinh doanh mới và tinh thần khởi nghiệp của mỗi sinh viên. Giáo dục vì mục tiêu sáng tạo phải là một yếu tố nòng cốt trong phương pháp đổi mới dạy học nhằm cải thiện khả năng của sinh viên, giúp sinh viên khám phá và tận dụng khả năng sáng tạo, đổi mới của bản thân.

Tương tự như bất kỳ nghiên cứu nào, nghiên cứu này cũng tồn tại một số hạn chế và đây sẽ là một số những gợi mở cho những nghiên cứu khác trong tương lai. Thứ nhất, đối tượng khảo sát của nghiên cứu chỉ tập trung vào đối tượng sinh viên đang học tại 17 trường đại học trên toàn quốc với hơn 1000 sinh viên. Do đó, kết quả của nghiên cứu sẽ có khả năng tổng quát cao hơn nếu mở rộng phạm vi đối tượng khảo sát với các cấp học khác nhau như học sinh trung học hay học viên cao học, nghiên cứu sinh trên phạm vi tất cả các trường đại học trên toàn quốc. Thứ hai, việc ứng dụng mô hình TPB trong nghiên cứu này mới chỉ tập trung vào khía cạnh ý định còn khoảng cách giữa ý định – hành vi khởi sự kinh doanh cần phải được nghiên cứu sâu hơn ở các nghiên cứu tiếp theo. Cuối cùng, tác động không đồng nhất của chuẩn chủ quan đến ý định khởi sự kinh doanh ở các nghiên cứu trước đây hàm ý tồn tại yếu tố trung gian trong mối quan hệ này. Nghiên cứu cũng đã đóng góp thêm bằng chứng ủng hộ việc khẳng định tác động trực tiếp và tích cực của chuẩn chủ quan đến ý định khởi sự kinh doanh. Vì vậy, các nghiên cứu tiếp theo có thể đưa thêm các biến giải thích khác vào mô hình TPB nhằm kiểm định thêm vai trò trung gian này.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005), 'The Influence of Attitudes on Behavior', in *The handbook of attitudes*, D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (eds.), Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Ashraf, M. A., Alam, M. M. D., & Alexa, L. (2021), 'Making decision with an alternative mind-set: Predicting entrepreneurial intention toward f-commerce in a cross-country context', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102475.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001), 'Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA', *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Corbett, A. C. (2005), 'Experiential learning within the process of opportunity identification and exploitation', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 473–491.
- Dao, T. K., Bui, A. T., Doan, T. T. T., Dao, N. T., Le, H. H., & Le, T. T. H. (2021), 'Impact of academic majors on entrepreneurial intentions of Vietnamese students: An extension of the theory of planned behavior', *Heliyon*, 7(3), e06381.
- Duong, C. D. (2022), 'Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields', *Education+ Training*, 64(7), 869–891.
- Edelman, L., & Yli-Renko, H. (2010), 'The impact of environment and entrepreneurial perceptions on venture-creation efforts: Bridging the discovery and creation views of entrepreneurship', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5), 833–856.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), 'Evaluating structural equation models with unobservable variables and

-
- measurement error', *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Gird, A., & Bagraim, J. J. (2008), 'The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students', *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2014), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Hansen, D. J., Shrader, R., & Monllor, J. (2011), 'Defragmenting definitions of entrepreneurial opportunity', *Journal of Small Business Management*, 49(2), 283-304.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013), 'Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour', *Applied Economics*, 45(6), 697-707.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006), 'New business start-up and subsequent entry into self-employment', *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000), 'Competing models of entrepreneurial intentions', *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lichtenstein, B. B., Carter, N. M., Dooley, K. J., & Gartner, W. B. (2007), 'Complexity dynamics of nascent entrepreneurship', *Journal of Business Venturing*, 22(2), 236-261.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009), 'Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011), 'Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain', *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), 187-215.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016), 'The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs', *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172-179.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017), 'Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention', *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122.
- Misoska, A. T., Dimitrova, M., & Mrsik, J. (2016), 'Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia', *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 1062-1074.
- Otache, I., Umar, K., Audu, Y., & Onalo, U. (2021), 'The effects of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions: A longitudinal approach', *Education+ Training*, 63(7/8), 967-991.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.-Y. & Podsakoff, N.P. (2003), 'Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies', *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Shook, C. L., & Bratianu, C. (2010), 'Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 231-247.
- Townsend, D. M., Busenitz, L. W., & Arthurs, J. D. (2010), 'To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture', *Journal of Business Venturing*, 25(2), 192-202.
- Tổng cục thống kê (2021), *Báo cáo Điều tra lao động việc làm năm 2021*, Nhà xuất bản Thống Kê.
- Usman, B. & Yennita (2019), 'Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey', *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-21.