

MÔ HÌNH TÍCH HỢP TBP-EET VỀ Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP SỐ CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC – NGHIÊN CỨU TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

VŨ THỊ MAI CHI¹, PHẠM THỊ DIỆU HIỀN²,

LÊ THỊ LINH CHI³, NGUYỄN THỊ BÍCH THƯƠNG⁴, TRẦN NGÔ XUÂN TRÀ⁵

^{1,2,3,4,5}Khoa Thương mại – Du lịch, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

* Tác giả liên hệ: vuthimaichi@juh.edu.vn

DOIs: <https://www.doi.org/10.46242/jstiuh.v75i3.5245>

Tóm tắt. Hiện nay, khởi nghiệp số mang lại nhiều cơ hội phát triển và tồn tại hơn là phương thức kinh doanh truyền thống do sự bùng nổ của nền kinh tế kỹ thuật số và thương mại điện tử. Trong bài viết này, các yếu tố ảnh đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên tại trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh (IUH) được xem xét và thảo luận dựa trên 2 thuyết: Hành vi có kế hoạch (TPB) và Sự kiện khởi sự (EET). Dữ liệu định lượng được thu thập từ 302 sinh viên thuộc 4 chuyên ngành Quản trị kinh doanh, Marketing, Kinh doanh quốc tế và Thương mại điện tử. Dữ liệu thu về được xử lý thông qua phần mềm SPSS và AMOS để phân tích dữ liệu. Nghiên cứu cho thấy có 4 yếu tố, đó là Đặc điểm tính cách; Giáo dục khởi nghiệp; Bản chất thái độ; Xu hướng công nghệ có ảnh hưởng gián tiếp cùng chiều đến Ý định khởi nghiệp số của Sinh viên (IUH) thông qua Tính khả thi cảm nhận, trong đó Thiên hướng rủi ro có sự tác động trực tiếp đến Ý định khởi nghiệp. Từ kết quả tìm thấy, nghiên cứu đưa ra một số hàm ý quản trị cho các nhà quản lý giáo dục để có cách thức nhằm thúc đẩy nhận thức và sự tự tin từ đó khơi gợi tinh thần khởi nghiệp số ngay từ khi còn đang học tập.

Từ khóa. Khởi nghiệp số, Ý định khởi nghiệp số, Khởi nghiệp kinh doanh

1. GIỚI THIỆU

Thời đại kỹ thuật số đã cách mạng hóa cách thức chúng ta làm việc và mua sắm, với sự phát triển của công nghệ giúp các doanh nghiệp/nhà kinh doanh thiết lập uy tín và danh tiếng của mình qua hình thức trực tuyến (Paul, Alhassan, Binsaif, & Singh, 2023). Khởi nghiệp kỹ thuật số cung cấp một con đường sự nghiệp khả thi, cho phép các cá nhân khởi nghiệp và điều hành các doanh nghiệp trực tuyến mà không cần địa điểm thực tế. Mô hình này cung cấp nhiều cơ hội, thường vượt quá mong đợi về tăng trưởng và lợi nhuận. Sự phát triển nhanh chóng của các công nghệ kỹ thuật số với các chức năng mới đã thay đổi sâu sắc môi trường cạnh tranh, định hình lại các chiến lược và quy trình kinh doanh truyền thống (Bharadwaj, El Sawy, Pavlou, & Venkatraman, 2013). Khởi nghiệp số là nhân tố quan trọng trong nền kinh tế kỹ thuật số, vì nó thu hút nhân tài và nguồn tài trợ, thúc đẩy đổi mới tại địa phương và tạo ra việc làm cho người dân địa phương (CHIYACHANTANA & Prasarnphanich, 2022). Khởi nghiệp số không chỉ là một xu hướng toàn cầu mà còn là một động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt trong bối cảnh Đông Nam Á đang trở thành một trung tâm công nghệ mới (Nha, 2023). Hiện nay, nhiều quốc gia coi tinh thần kinh doanh kỹ thuật số là trụ cột quan trọng cho sự phát triển kinh tế kỹ thuật số, việc nâng cao nhận thức sâu sắc về tinh thần kinh doanh kỹ thuật số là điều bắt buộc (Shen, Lindsay, & Xu, 2018).

Trong bối cảnh kỷ nguyên số hóa đang dần thay đổi cách thức kinh doanh và tạo ra các cơ hội mới, thuật ngữ "khởi nghiệp số" không chỉ thu hút sự chú ý của hầu hết mọi chủ doanh nghiệp mà còn là mối quan tâm của các nhà quản lý giáo dục trong các trường đại học. Trong thời gian gần đây, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam đã phát triển đáng kể, đánh dấu một bước tiến quan trọng (Đại, 2022). Theo các chuyên gia, Việt Nam gần đây có một làn sóng khởi nghiệp vô cùng mạnh mẽ, song thực tế tỷ lệ khởi nghiệp thành công chỉ đạt 3-5%, lý do là các bạn trẻ Việt Nam khi ra trường còn yếu kỹ năng mềm, đặc biệt còn yếu trong thích ứng và phát huy khả năng bản thân tiếp cận với môi trường bên ngoài trong thời đại chuyên đổi số (An, 2023). Các nhà khởi nghiệp trẻ sẽ phải có nhiều sự đột phá khi thị trường cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt, khốc liệt. Ngoài ra, các bạn trẻ sẽ gặp khá nhiều các khó khăn trong việc ứng dụng công nghệ và thiếu các nền tảng chuyên môn khi chưa có nhiều kinh nghiệm (Vương, 2022).

Hầu hết các trường đại học, cao đẳng, trung cấp đều đã đưa môn học khởi nghiệp vào chương trình đào tạo nhưng khởi nghiệp số thì chưa thật sự được chú trọng nhiều. Hiện nay, phong trào thúc đẩy khởi nghiệp đã hình thành nhưng vẫn chưa đồng bộ, mỗi trường đại học tự mình xây dựng một cách thức riêng mà chưa có sự hợp tác và chủ động liên kết giữa các trường trên cơ sở cùng chia sẻ các nguồn lực. Việc hiểu sâu sắc nhận thức, niềm tin, thái độ, ý định hành vi của sinh viên về khởi nghiệp số cũng là khía cạnh cần khai thác để có thông tin hữu ích cho việc thiết kế và cải tiến các chương trình đào tạo, hướng nghiệp để khơi dậy và thúc đẩy được ý định khởi nghiệp số ở sinh viên. Tuy nhiên còn rất ít các nghiên cứu tại Việt Nam thảo luận về các vấn đề liên quan tới khởi nghiệp số trong giáo dục đào tạo chuyên nghiệp, chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện là cần thiết. Mục đích của bài viết này là cung cấp một diễn đàn cho các học giả trong việc phát triển hiểu biết sâu sắc về tinh thần kinh doanh kỹ thuật số và khơi gợi tinh thần kinh doanh kỹ thuật số trong môi trường giáo dục đại học.

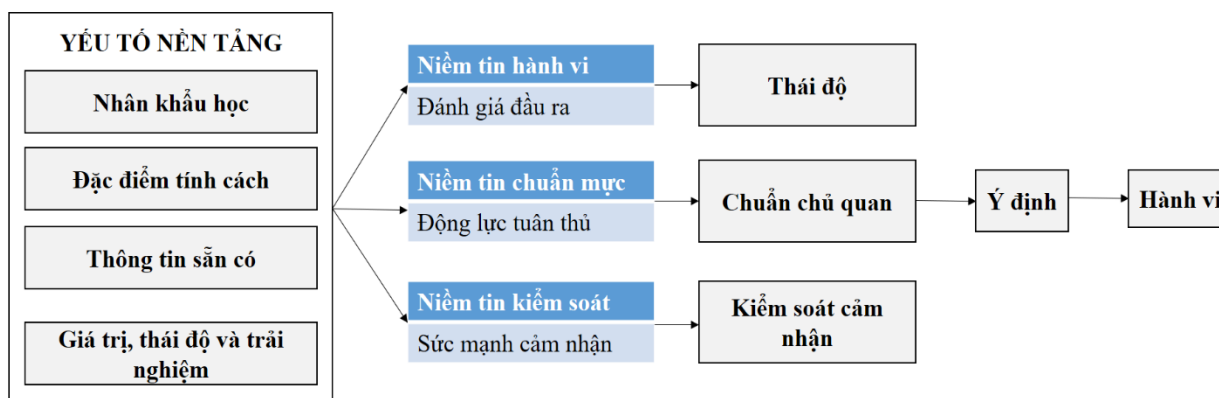
2. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Khởi nghiệp số (Digital Entrepreneurship) được định nghĩa là một loại tinh thần khởi nghiệp trong đó một số hoặc tất cả những gì vốn là vật chất trong một tổ chức truyền thống hay kinh doanh truyền thống nay được số hóa (Paul et al., 2023). Khởi nghiệp số là việc thay đổi cách khai thác cơ hội kinh doanh truyền thống thông qua việc tận dụng công nghệ số (Rippa & Secundo, 2019).

2.1 Mô hình lý thuyết về ý định hành vi

2.1.1 Mô hình hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB)

Thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) được đề xuất bởi (Ajzen, 1985) được phát triển từ lý thuyết hành động hợp lý (TRA), là mô hình được chấp nhận và sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về hành vi cá nhân. Thuyết TPB phân biệt ba loại niềm tin ảnh hưởng đến ý định thể hiện qua hành vi cụ thể của một cá nhân: (1) niềm tin hành vi, được chuyển thành thái độ để dẫn tới ý định hành vi; (2) niềm tin chuẩn mực liên quan đến động lực tuân thủ, được nhận thức của đồng nghiệp và những người được kính trọng dẫn tới ý định hành vi; và (3) niềm tin kiểm soát liên quan đến sức mạnh của cảm nhận để thể hiện ý định hành vi.



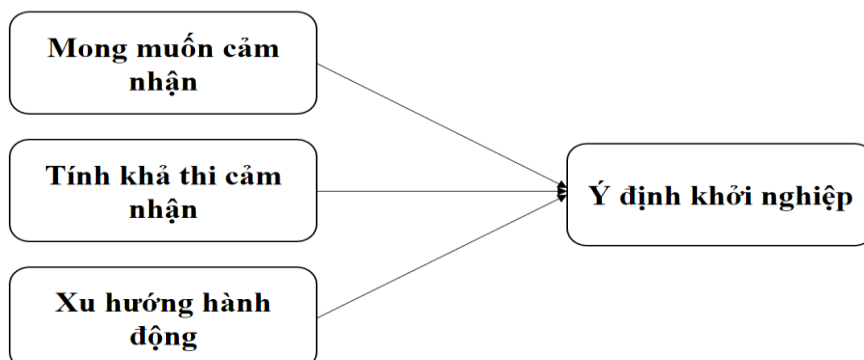
Hình 1. Mô hình thuyết hành vi có kế hoạch (Ajzen, 1985)

Mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch được áp dụng để điều tra, nghiên cứu ở nhiều lĩnh vực, nhưng phần lớn các doanh nghiệp sử dụng để kiểm tra ý định hành vi của người tiêu dùng sản phẩm hay dịch vụ. Các nhà nghiên cứu về lĩnh vực sức khỏe sử dụng lý thuyết này để hiểu hành vi của con người trong các hành vi liên quan tới sức khỏe, can thiệp sức khỏe và tuân thủ điều trị (Etheridge, Sinyard, & Brindle, 2023). Mô hình lý thuyết TPB được sử dụng trong nghiên cứu này nhằm xem xét ở khía cạnh khác của niềm tin đó là cảm nhận về tính khả thi và các yếu tố nền tảng khác dẫn tới từ ý định hành vi khởi nghiệp số của sinh viên.

2.1.2. Mô hình Sự kiện khởi nghiệp (The Entrepreneurial Event Theory - EET)

Thuyết Sự kiện khởi nghiệp (EET) của Shapero và Sokol (1982) là một lý thuyết quan trọng trong việc nghiên cứu ý định và hành vi khởi nghiệp. Mô hình lý thuyết sự kiện khởi nghiệp Shapero (EET) là

một trong những mô hình được nhắc đến nhiều nhất trong các nghiên cứu về khởi nghiệp (Adel Alferaih, 2022). Mô hình giải thích rằng quyết định khởi nghiệp phụ thuộc vào sự tương tác giữa yếu tố môi trường và nhận thức/ cảm nhận cá nhân. Ba yếu tố chính của EET bao gồm "mong muốn cảm nhận," "xu hướng hành động," và "tính khả thi cảm nhận". "Mong muốn cảm nhận" thể hiện khởi nghiệp hấp dẫn sinh viên



mong muốn trở thành doanh nhân, "Xu hướng hành động" đại diện cho sự quyết tâm trong việc thực hiện ý tưởng khởi nghiệp, và "Tính khả thi cảm nhận" là niềm tin vào khả năng thành công của hành vi khởi nghiệp (Krueger Jr, Reilly, & Carsrud, 2000). EET đã định hình nền tảng lý thuyết cho các yếu tố môi trường và cảm nhận ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên trong nghiên cứu này.

Hình 2. Mô hình sự kiện khởi nghiệp (Kent, Sexton, & Vesper, 1982)

2.2 Lược khảo các nghiên cứu liên quan

Sau khi lược khảo các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp số của sinh viên đại học, nhóm tác giả nhận thấy tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp như đặc điểm tính cách, môi trường giáo dục, chấp nhận rủi ro, thái độ, xu hướng công nghệ, sự tự tin về tính khả thi.

Bảng 1. Lược khảo các nghiên cứu liên quan tới ý định hành vi khởi nghiệp

Tác giả	Bối cảnh	Đối tượng nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
(Suparno, Saptono, Wibowo, Narmaditya, & Change, 2020)	Đại học Negeri Jakarta và Đại học Pendidikan Indonesia, Indonesia	Sinh viên tại Indonesia, Tính cách khởi nghiệp, giáo dục khởi nghiệp, hiểu biết về kinh tế và hiểu biết về công nghệ số.	Đặc điểm tính cách; Hỗ trợ giáo dục; Kiến thức kỹ thuật số; Kiến thức kinh tế
(Lai & To, 2020)	Trung Quốc	Ý định khởi nghiệp điện tử (e-entrepreneurial intention) trong số những người trẻ tuổi người Trung Quốc.	Giáo dục khởi nghiệp; Chính sách khởi nghiệp; Chuẩn chủ quan; Thái độ khởi nghiệp; Nhận thức kiểm soát hành vi.
(Laguía González, Jaén, Topa, & Moriano, 2019)	Các trường đại học ở khắp nơi trên thế giới	Ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học dưới góc nhìn của lý thuyết hành vi dự định	Môi trường đại học môi trường kinh doanh; Nhận thức rủi ro; Thái độ; Quy chuẩn chủ quan tự hiệu quả.
(Nguyen & Nguyen, 2024)	Hai trường công lập lớn tại Việt Nam	Niềm đam mê kinh doanh của sinh viên ngành công nghệ.	Chuẩn chủ quan, giáo dục kinh doanh, hiệu quả bản thân, xu hướng chấp nhận rủi ro
(Omidi Najafabadi, Zamani, & Mirdamadi, 2016)	Đại học Urmia ở Iran	Ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành nông nghiệp tại Đại học Urmia.	Kỹ năng khởi nghiệp; Tự hiệu quả; Thái độ; Đặc điểm tâm lý (rủi ro, đổi mới, thành tựu); Quy chuẩn xã hội; Hỗ trợ của xã hội; Mô hình mẫu doanh nhân

Tác giả	Bối cảnh	Đối tượng nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
(Adel Alferaih, 2022)	Sinh viên đang học tập đại học công lập và tự thực tại Ả Rập Xê Út	Ý định của sinh viên đại học đối với khởi nghiệp số ở Ả Rập Xê Út.	Thái độ, chuẩn chủ quan, khả năng cảm nhận, mong muốn cảm nhận, khuynh hướng hành động, giáo dục kinh doanh kỹ thuật số, tính sáng tạo
(Lüthje & Franke, 2003)	Sinh viên tại trường Kỹ thuật MIT	Ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành kỹ thuật chế tạo.	Chấp nhận rủi ro, kiểm soát bên trong, thái độ hướng tới khởi nghiệp, rào cản cảm nhận, hỗ trợ cảm nhận

Các nghiên cứu trước đây dựa trên mô hình thuyết sự kiện của Shapero (EET) và thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) đã tìm thấy các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và quyết định khởi nghiệp, kết quả nghiên cứu mô tả sự tác động của các yếu tố nội tại và yếu tố bên ngoài dẫn đến hành vi khởi nghiệp của một cá nhân. Việc tổng hợp các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy sự cần thiết phải xem xét đồng thời các yếu tố này để có được cái nhìn toàn diện về ý định khởi nghiệp số của sinh viên đại học ngay khi ngồi trên ghế nhà trường. Từ bảng tổng hợp các nghiên cứu liên quan tại Bảng 1, chúng ta có thể thấy rằng có nhiều nhóm yếu tố khác nhau đóng vai trò quan trọng tác động đến ý định khởi nghiệp và khởi nghiệp số của sinh viên. Thứ nhất, các đặc điểm cá nhân như tính cách, thái độ, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, đặc điểm tâm lý về rủi ro, đổi mới, thành tựu và sự tự tin về tính khả thi là những yếu tố nội tại, xuất phát từ bản thân sinh viên, ảnh hưởng đáng kể đến mong muốn, ý định khởi nghiệp số. Thứ hai, môi trường giáo dục, các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp, nguồn vốn tài chính, chính sách khuyến khích khởi nghiệp và môi trường kinh doanh là những nhân tố bên ngoài quan trọng tạo nên điều kiện thuận lợi hoặc cản trở cho ý định khởi nghiệp số. Thứ ba, trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, các yếu tố liên quan đến công nghệ như xu hướng công nghệ, kiến thức kỹ thuật số, nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0, trải nghiệm công nghệ 4.0, cơ hội khởi nghiệp số và xu hướng chuyển đổi số đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc tác động đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên. Các nghiên cứu đã sử dụng các lý thuyết mô hình thuyết sự kiện của Shapero (EET) và thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) để xây dựng mô hình nghiên cứu toàn diện, đánh giá cả yếu tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp số, nhóm tác giả chỉ tìm thấy một nghiên cứu duy nhất của (Adel Alferaih, 2022) đã tích hợp mô hình lý thuyết TPB và EET để điều tra về ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học.

2.3 Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Đặc điểm tính cách (Personality Traits) của một cá nhân có ảnh hưởng lớn đến sự lựa chọn nghề nghiệp, đặc biệt là trong các ngành đòi hỏi phải có sự sáng tạo và khám phá. Sinh viên thường khao khát địa vị xã hội và sự thừa nhận, đặc biệt trong lĩnh vực khởi nghiệp, do vậy đặc điểm tính cách là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của doanh nghiệp mới (Rauch & Frese, 2007). Năm đặc điểm tính cách nổi bật ở các nhà khởi nghiệp gồm sự tự tin, năng động, hoài bão, tính độc lập và sẵn sàng chấp nhận rủi ro (Baum & Locke, 2004). Các đặc điểm này ảnh hưởng mạnh mẽ đến nhu cầu thành đạt, niềm tin vào năng lực bản thân và khả năng chấp nhận rủi ro, đồng thời tác động tích cực đến khát vọng và sự tự tin trong khởi nghiệp (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010). Một số nghiên cứu cũng cho thấy mối liên hệ tích cực giữa tính cách và ý định khởi nghiệp của sinh viên (Karabulut, 2016), (Pihie & Bagheri, 2013). Dựa vào những phát biểu trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết H1:

H1: Đặc điểm tính cách ảnh hưởng tích cực đến sự tự tin về tính khả thi khởi nghiệp.

Bản chất thái độ (Attitudinal Essence): Các nhà nghiên cứu về tinh thần khởi nghiệp đã thực hiện các nghiên cứu thực nghiệm các thành phần cụ thể của thái độ trong thuyết TPB bằng cách hướng tới thái độ tự kinh doanh làm hành vi mục tiêu (Krueger Jr et al., 2000), (Pounder & Devonish, 2016). Một sinh viên có thể sẵn sàng khởi nghiệp kinh doanh hoặc thành lập một công ty, bất kể thái độ tương đối tệ của anh ta đối với tinh thần khởi nghiệp, vì anh ta coi các điều kiện thành lập là rất thuận lợi, đây được gọi là hiệu ứng kích hoạt. Ngược lại, những sinh viên tốt nghiệp có thái độ tích cực đối với việc thành lập một doanh nghiệp mới có thể không có ý định khởi nghiệp kinh doanh của riêng mình do nhận thức tiêu cực về các yếu tố quan trọng trong môi trường kinh doanh (Lüthje & Franke, 2003). Thái độ đóng vai trò quan trọng trong

việc hình thành ý định khởi nghiệp (McMullen & Shepherd, 2006), (Dankiewicz, Ostrowska-Dankiewicz, & Bulut, 2020). Thái độ tích cực về việc trở thành chủ doanh nghiệp mới giúp sinh viên nhận ra lợi ích của khởi nghiệp, tự chủ, thu nhập cao và sự thỏa mãn trong công việc (Solevik, Westhead, Kolvereid, & Matlay, 2012). Vì vậy, giả thuyết tiếp theo được đặt ra cho nghiên cứu này như sau:

H2: Thái độ ảnh hưởng tích cực đến tính khả thi cảm nhận về khởi nghiệp số.

Giáo dục khởi nghiệp số (Digital Entrepreneurship Education) là một nền giáo dục nhằm thu hút sinh viên có khả năng thành lập doanh nghiệp của riêng mình (Cheung & Chan, 2011). Giáo dục khởi nghiệp cung cấp cho sinh viên kiến thức, kỹ năng và các năng lực bổ sung cần thiết để thành lập một doanh nghiệp mới (Lüthje & Franke, 2002). Giáo dục khởi nghiệp số là sự can thiệp có chủ đích của các nhà giáo dục nhằm tác động tích cực đến kỹ năng và năng lực kinh doanh của sinh viên, cho phép họ phát triển và tiếp cận được thế giới doanh nghiệp thời chuyển đổi công nghệ số (Vodă & Florea, 2019). Các khóa học và hoạt động giáo dục cung cấp kiến thức, kỹ năng và thái độ cần thiết để sinh viên theo đuổi sự nghiệp khởi nghiệp, giúp họ tự tin hơn trong việc đối mặt với các thách thức kinh doanh (Ekpoh & Edet, 2011). Các nghiên cứu đã khẳng định giáo dục khởi nghiệp số là yếu tố quan trọng giúp sinh viên nhận thức và tự tin khi đưa quyết định khởi nghiệp (Adel Alferaih, 2022), (Permatasari, Anggadwita, & societies, 2019), (Wibowo et al., 2023). Giả thuyết H3 được đặt ra:

H3: Giáo dục khởi nghiệp số ảnh hưởng tích cực đến tính khả thi cảm nhận về khởi nghiệp số.

Xu hướng công nghệ (Technological Inclination) là xu hướng nắm giữ và sử dụng công nghệ mới để đáp ứng nhu cầu cuộc sống hay công việc (Masoud & AbuTaq, 2017). Xu hướng công nghệ được coi là tiền đề quan trọng của tinh thần kinh doanh (Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Xu hướng công nghệ hình thành khả năng tạo ra hoặc áp dụng và triển khai các ý tưởng làm giàu giá trị bằng các công nghệ kỹ thuật số như điện toán di động và điện toán đám mây, phương tiện truyền thông xã hội, in 3D, phân tích dữ liệu, v.v. và có nhiều khả năng diễn ra khi ai đó rất say mê với nhiệm vụ trong tầm tay của họ (Siu & Lo, 2013). Các tiến bộ trong công nghệ số thay đổi các mô hình kinh doanh truyền thống và mở ra nhiều cơ hội khám phá (Kraus, Palmer, Kailer, Kallinger, Spitzer, et al., 2019), (Nambisan, 2017). Những tiến bộ trong thời đại chuyển đổi số thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và giúp sinh viên cảm nhận về khả năng thành công trong khởi nghiệp số. Do đó, giả thuyết H4 được đề xuất:

H4: Xu hướng công nghệ ảnh hưởng tích cực đến tính khả thi cảm nhận về khởi nghiệp số.

Thiên hướng rủi ro (Risk Propensity) là xu hướng chấp nhận rủi ro hoặc sự sẵn lòng chấp nhận rủi ro, được định nghĩa là xu hướng hiện tại của một cá nhân đối với việc chấp nhận hoặc tránh rủi ro. Nó thể hiện một người có thái độ tìm kiếm rủi ro hoặc né tránh rủi ro của người ra quyết định (Wang, Xu, Zhang, & Chen, 2016). Sự sẵn sàng chấp nhận rủi ro cao hơn dẫn đến nhận thức tích cực hơn về khả năng thực hiện thành công ý tưởng kinh doanh, vì khởi nghiệp luôn đi kèm với nhiều loại rủi ro (Caliendo, Fossen, & Kritikos, 2009), (Douglas & Shepherd, 2002). Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra mối liên hệ tích cực giữa chấp nhận rủi ro và ý định khởi nghiệp của sinh viên (Entrialgo & Iglesias, 2020), (Dinis, do Paco, Ferreira, Raposo, & Gouveia Rodrigues, 2013), (Karyaningsih, 2020).

H5: Thiên hướng rủi ro ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên.

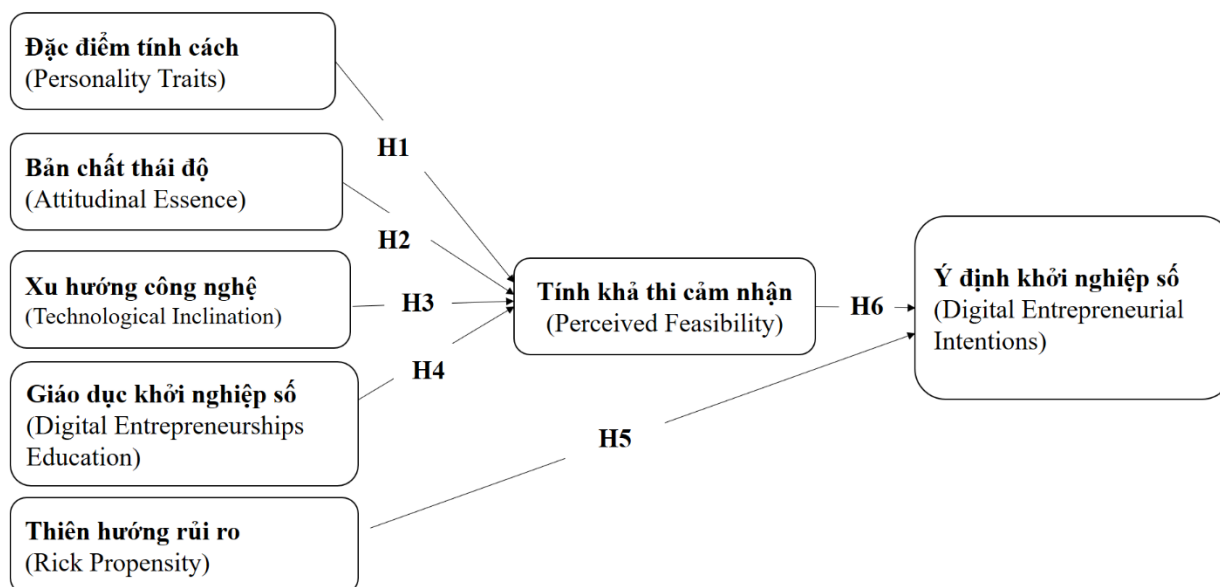
Tính khả thi cảm nhận (Perceived Feasibility) là quan điểm của một cá nhân về các tình huống tiềm năng trong tương lai có liên quan tới việc khởi nghiệp (Shapero, 1982). Tính khả thi cảm nhận là mức độ mà họ tự tin rằng có thể khởi nghiệp và coi việc trở thành một doanh nhân là khả thi (Schlaegel & Koenig, 2014). Các nghiên cứu đã chứng minh rằng khi sinh viên tự tin vào khả năng của mình, họ có ý định khởi nghiệp cao hơn (Jason Lortie & Gary Castogiovanni, 2015); (Tsai, Chang, Peng, & Journal, 2016); (Puni, Anlesinya, & Korsorku, 2018). Ý định hành động phụ thuộc vào mong muốn và tính khả thi (McMullen & Shepherd, 2006). Một số nghiên cứu cũng khẳng định sự ảnh hưởng đáng kể của tính khả thi cảm nhận tới ý định khởi nghiệp (Schlaegel & Koenig, 2014); (Adel Alferaih, 2017). Nghiên cứu này đưa ra giả thuyết như sau:

H6: Tính khả thi cảm nhận ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên.

Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước, cùng với việc kế thừa và lựa chọn các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên từ các nghiên cứu của (Jason Lortie & Gary Castogiovanni,

2015), (Tsai, Chang, & Peng, 2016), (Puni et al., 2018), (Adel Alferaih, 2022). Các nghiên cứu này áp dụng thuyết nền tảng: Hành vi dự định (TPB) và Sự kiện khởi nghiệp (EET). Dựa trên các kết quả nghiên cứu liên quan trước đây, nhóm tác giả nhận thấy phần lớn các nghiên cứu đề xuất các yếu tố tác động tới khởi nghiệp kinh doanh truyền thống mà chưa khai thác khía cạnh khởi nghiệp số. Ý định khởi nghiệp số chịu ảnh hưởng của cả các biến số bên trong và bên ngoài đó là sự kiện và cá nhân (Kraus, Palmer, Kailer, Kallinger, & Spitzer, 2019). Vì vậy, nhóm tác giả đề xuất 4 yếu tố: (1) Đặc điểm tính cách, (2) Thái độ, (3) Giáo dục khởi nghiệp, (4) Xu hướng công nghệ tác động gián tiếp tới ý định khởi nghiệp số thông qua trung gian Tính khả thi cảm nhận, và 1 yếu tố Thiên hướng rủi ro tác động trực tiếp tới ý định khởi nghiệp số của sinh viên trường Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh. Mô hình đề xuất và giả thuyết nghiên cứu được thể hiện tại Hình 3:



Hình 3: Mô hình nghiên cứu đề xuất về ý định khởi nghiệp số của sinh viên Trường ĐH Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Tiến trình nghiên cứu

Giai đoạn 1: Dựa trên các cơ sở lý thuyết nền của hai thuyết TPB và SEE và tham khảo kết quả của các nghiên cứu liên quan trước đây, nhóm tác giả đã đề xuất mô hình nghiên cứu và các biến quan sát để thiết kế thang đo nháp. Sau khi hình thành các đo nháp trong bảng hỏi khảo sát, nhóm nghiên cứu đã phỏng vấn 5 chuyên gia (2 chuyên gia là các nhà nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp và 3 chuyên gia là những doanh nhân đã thành công trong khởi nghiệp) để lấy ý kiến nhận xét và đánh giá độ phù hợp của các cấu trúc khái niệm trong mô hình nghiên cứu với bối cảnh nghiên cứu.

Giai đoạn 2: Một cuộc khảo sát trực tuyến bằng bảng câu hỏi với 312 đối tượng là những sinh viên đang theo học 4 ngành (Thương mại điện tử, Quản trị kinh doanh, Kinh doanh quốc tế và Marketing) của Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM. Với phương pháp chọn mẫu phi xác suất – thuận tiện giúp dễ dàng tiếp cận đáp viên và tiết kiệm thời gian thực hiện nghiên cứu. Dữ liệu thu về sau khi được xử lý đã bị loại 10 phiếu không hợp lệ do bỏ trống hoặc trả lời cùng một đáp án, bộ dữ liệu gồm 302 phiếu hợp lệ được thực hiện kiểm định độ tin cậy, giá trị thang đo và phân tích cấu trúc mô hình tuyến tính (SEM) thông qua phần mềm SPSS và AMOS nhằm để giải thích các giả thuyết nghiên cứu. Cuối cùng, kết quả tìm thấy được thảo luận và từ đó đưa ra các hàm ý cho các nhà quản lý các chương trình đào tạo trong nhà trường ĐH Công nghiệp TP.Hồ Chí Minh nói riêng và các trường đại học tại TP.Hồ Chí Minh nói chung có cách thức cải thiện môi trường và điều kiện học tập tạo ra đội ngũ nguồn nhân lực tương lai có tinh thần sẵn sàng cho khởi nghiệp số, đáp ứng với kỷ nguyên số hiện tại và tương lai.

3.2. Thang đo nghiên cứu

Từ các nghiên cứu liên quan. Nhóm đề xuất 26 biến quan sát được thiết kế theo thang đo Likert theo 5 mức độ được thể hiện như sau: “1 - Hoàn toàn không đồng ý”, “2 - Không đồng ý”, “3 - Phân vân”, “4 - Đồng ý”, “5 - Hoàn toàn đồng ý”. Nghiên cứu sử dụng thang đo định danh để thu thập thông tin đối tượng khảo sát gồm: giới tính, năm học, ngành học, khả năng vốn. Các thang đo nghiên cứu được nhóm tóm tắt ở Bảng 2 dưới đây:

Bảng 2. Thang đo nghiên cứu

YẾU TỐ	MỤC ĐO	MÃ HOÁ	NGUỒN
Giáo dục khởi nghiệp số (EE)	1. Trường đại học phát triển kỹ năng, năng lực khởi nghiệp số.	EE1	(Adel Alferaih, 2022), (Vodă & Florea, 2019)
	2. Trường đại học có thể phát triển tinh thần khởi nghiệp kỹ thuật số thông qua chương trình đào tạo.	EE2	
	3. Tôi tin rằng giáo dục khởi nghiệp khuyến khích tôi trở thành một doanh nhân kỹ thuật số.	EE3	
	4. Sử dụng CNTT và truyền thông ở trường đại học giúp phát triển ý tưởng sáng tạo để khởi nghiệp số.	EE4	
	5. Sự sẵn sàng của công cụ công nghệ thông tin tại trường đại học làm tăng cơ hội để học tập khởi nghiệp số.	EE5	
	6. Giáo dục ở trường khuyến khích tham gia hoạt động thực tế về khởi nghiệp số.	EE6	
Đặc điểm tính cách (PT)	1. Tôi có xu hướng lựa chọn nghề nghiệp đòi hỏi sự sáng tạo	PT1	(Mat, Maat, & Mohd, 2015),
	2. Tôi sẵn sàng chấp nhận rủi ro trong kinh doanh	PT2	
	3. Tôi thường tự hoàn thành công việc trước khi nhờ sự giúp đỡ của người khác	PT3	
	4. Tôi luôn yêu thích sáng tạo những thứ mới mẻ	PT4	
	5. Tôi luôn có những ý tưởng đột phá trong công việc	PT5	
Bản chất thái độ (AE)	1. Nhà khởi nghiệp số sẽ đem đến sự hài lòng cho tôi.	AE1	(Youssef, Boubaker, Dedaj, & Carabregu-Vokshi, 2021)
	2. Sự nghiệp như nhà khởi nghiệp số hấp dẫn với tôi	AE2	
	3. Trước các lựa chọn khác nhau, tôi muốn trở thành nhà khởi nghiệp số hơn	AE3	
	4. Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi muốn thực hiện dự án khởi nghiệp kinh doanh số của riêng mình.	AE4	
Xu hướng công nghệ (TI)	1. Việc thử nghiệm công nghệ mất ít thời gian, nỗ lực	TI1	(Sayem, 2022)
	2. Sự xuất hiện, phát triển trong vũ trụ ảo ảnh hưởng đến DEIKN số của tôi	TI2	
	3. Tôi bị thu hút bởi những công cụ số trong vũ trụ ảo	TI3	
	4. Tôi có thể tiếp cận các nguồn thông tin thị trường và các thông tin cần thiết khác cho kinh doanh	TI4	
Thiên hướng rủi ro (RP)	1. Nếu tôi sợ cái gì đấy, tôi sẽ chinh phục nó	RP1	(Wang et al., 2016).
	2. Tôi sẵn sàng chấp nhận rủi ro về tài chính/ngành nghề nghiệp để khởi nghiệp	RP2	
	3. Tôi biết những rủi ro gì sẽ xảy ra nếu kinh doanh	RP3	
	4. Tôi có khả năng đưa ra giải pháp nhằm hạn chế rủi ro thấp nhất	RP4	
	1. Việc phát triển một ý tưởng kinh doanh là không khó	PF1	

YẾU TỐ	MỤC ĐO	MÃ HOÁ	NGUỒN
Tính khả thi cảm nhận (PF)	2. Tin rằng có thể tự kinh doanh trong tương lai	PF2	(Adel Alferaih, 2022)
	3. Tin rằng hoàn toàn có thể bắt đầu một doanh nghiệp	PF3	
Ý định khởi nghiệp số (DEI)	1. Tôi quyết tâm khởi nghiệp trên internet trong tương lai.	DEI1	(Yaghoubi Farani, Karimi, & Motaghd, 2017)
	2. Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để trở thành một doanh nhân kỹ thuật số.	DEI2	
	3. Tôi sẽ cố gắng hết sức để khởi nghiệp số và điều hành công ty của riêng mình	DEI3	

3.3. Thống kê mô tả

Kết quả khảo sát về đặc điểm nhân khẩu học cho thấy tỷ lệ giới tính nam có ý định khởi nghiệp cao hơn chiếm so với giới tính nữ trong mẫu nghiên cứu. Mẫu nghiên cứu cũng thể hiện nhóm sinh viên năm tư chiếm nhiều nhất (58,94%). Sinh viên thuộc ngành Thương mại điện tử chiếm tỷ lệ cao nhất (29.14%) và ngành Marketing chiếm ít nhất (18,87%), tỷ lệ giữa các ngành không chênh nhau nhiều. Nguồn vốn để khởi nghiệp số dao động từ 5-10 triệu chiếm tỷ lệ 32,45%.

Bảng 3. Kết quả thống kê mô tả các biến nhân khẩu học

ĐẶC ĐIỂM CÁ NHÂN	BIẾN	SỐ LƯỢNG	TỶ LỆ (%)
Giới tính	Nam	164	54,30%
	Nữ	138	45,70%
Chuyên ngành	Thương mại điện tử	88	29,14%
	Quản trị kinh doanh	80	26,49%
	Kinh doanh quốc tế	77	25,50%
	Marketing	57	18,87%
Sinh viên năm	Năm nhất	21	6,95%
	Năm hai	35	11,59%
	Năm ba	68	22,52%
	Năm tư	178	58,94%
Nguồn vốn	Dưới 5 triệu	75	24,83%
	Từ 5 – 10 triệu	98	32,45%
	Từ 10 – 15 triệu	90	29,80%
	Trên 15 triệu	39	12,91%

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp)

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kiểm định độ tin cậy và giá trị hội tụ thang đo

Tại Bảng 4 cho thấy các thang đo đều có độ tin cậy cao với hệ số Cronbach's Alpha $> 0,6$ và < 1 . Hầu hết các biến có hệ số tương quan biến tổng cũng đều lớn 0,3 đủ độ tin cậy để thực hiện bước tiếp theo (Bảng 4). Và đồng thời những biến biến hệ số tương quan có Cronbach's Alpha if Item Deleted $< Cronbach's Alpha$ đó là PT2 và RP4 đã được loại bỏ khỏi mô hình.

Bảng 4. Kết quả kiểm định độ tin cậy và giá trị thang đo

YẾU TỐ	SỐ BIẾN QUAN SÁT	CRONBACH'S ALPHA
Đặc điểm tính cách (PT)	5	0,853

YẾU TỐ	SỐ BIẾN QUAN SÁT	CRONBACH'S ALPHA
Thiên hướng rủi ro (RP)	4	0,800
Giáo dục khởi nghiệp số (EE)	6	0,861
Xu hướng công nghệ (TI)	4	0,865
Bản chất thái độ (AE)	4	0,814
Tính khả thi cảm nhận (PF)	3	0,820
Ý định khởi nghiệp số (DEI)	3	0,848

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp)

Sau khi tiến hành phân tích kết quả EFA tại bảng ma trận xoay tương quan nhân tố, nhóm nghiên cứu đã loại bỏ biến EE6 ra khỏi mô hình vì không đạt chuẩn điều kiện do hệ số tải EE6=0,476 <0,5. Kết quả phân tích cũng cho thấy hệ số KMO=0,821 thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$. Kiểm định Barlett's Test với giá trị Sig=0,000<0,05, chứng tỏ các biến phân tích nhân tố có tương quan với nhau trong tổng thể. Giá trị Eigenvalues = 1,487 >1 thỏa điều kiện và có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt. Tổng phương sai trích = 70.368% thỏa điều kiện phương sai trích lớn hơn 50%, chứng minh được có 70.368% biến thiên của các biến quan sát trong biến độc lập được giải thích bởi các nhân tố được đề cập và dữ liệu cho mô hình này là phù hợp. Các giá trị hệ số tải của từng biến đều lớn hơn mức tối thiểu là 0,5 đạt giá trị hội tụ.

Sau khi tiến hành phân tích thì còn 26 biến hợp lệ, có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM.

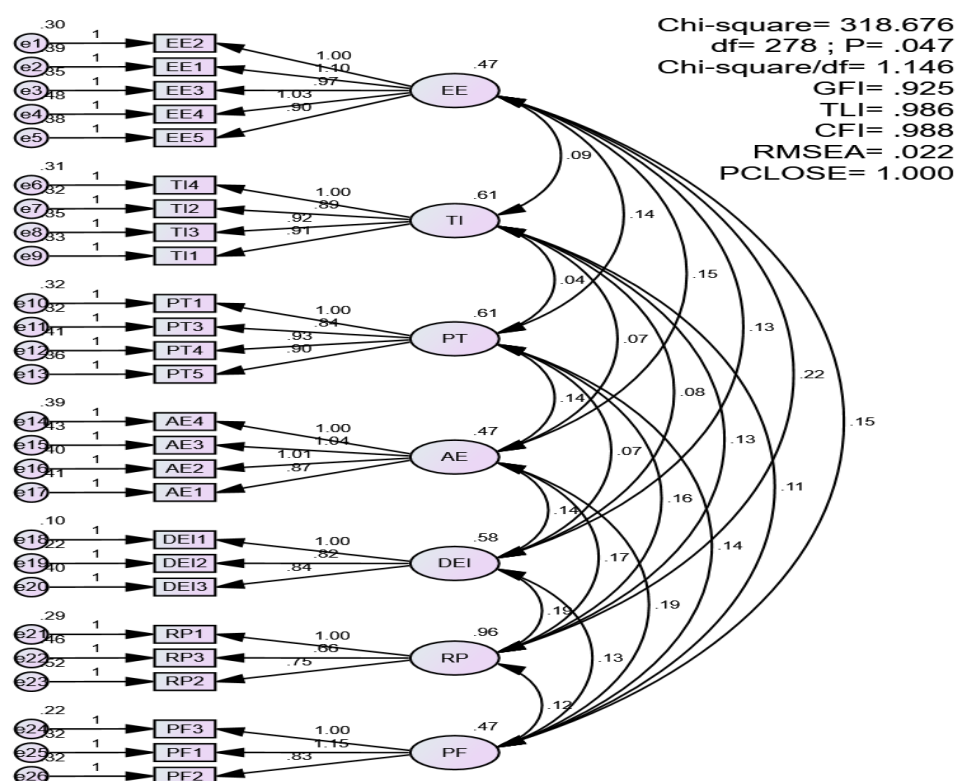
Bảng 5. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
EE2	,784						
EE1	,777						
EE3	,748						
EE4	,711						
EE5	,701						
TI4		,840					
TI2		,777					
TI3		,766					
TI1		,762					
PT1			,815				
PT3			,762				
PT4			,749				
PT5			,748				
EA4				,772			
AE3				,743			
AE2				,728			
AE1				,642			
DEI1					,897		
DEI2					,824		
DEI3					,719		
PF3						,857	
PF1						,837	

Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
PF2						,623	
RP1							,899
RP3							,688
RP2							,669
KMO = 0,821							
Bartlett's Test: Sig = 0,000							
Eigenvalues = 1,487							
Total Variance Explained = 70,368%							

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp)

Tiếp theo, tiến hành phân tích nhân tố khẳng định CFA bằng phần mềm Amos 20 để kiểm sự phù hợp của các nhân tố nhằm để khẳng định sự phù hợp của cấu trúc thang đo cũng như độ phù hợp của mô hình.



Hình 3. Kết quả CFA mô hình chuẩn hóa

Mô hình CFA ở Hình 3 cho thấy các chỉ số đều phù hợp, mô hình đủ tốt và đáp ứng được các quy định chung về thống kê để tiến hành phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. Các chỉ số được thể hiện trong bảng 6.

Bảng 6. Đánh giá các chỉ số CFA

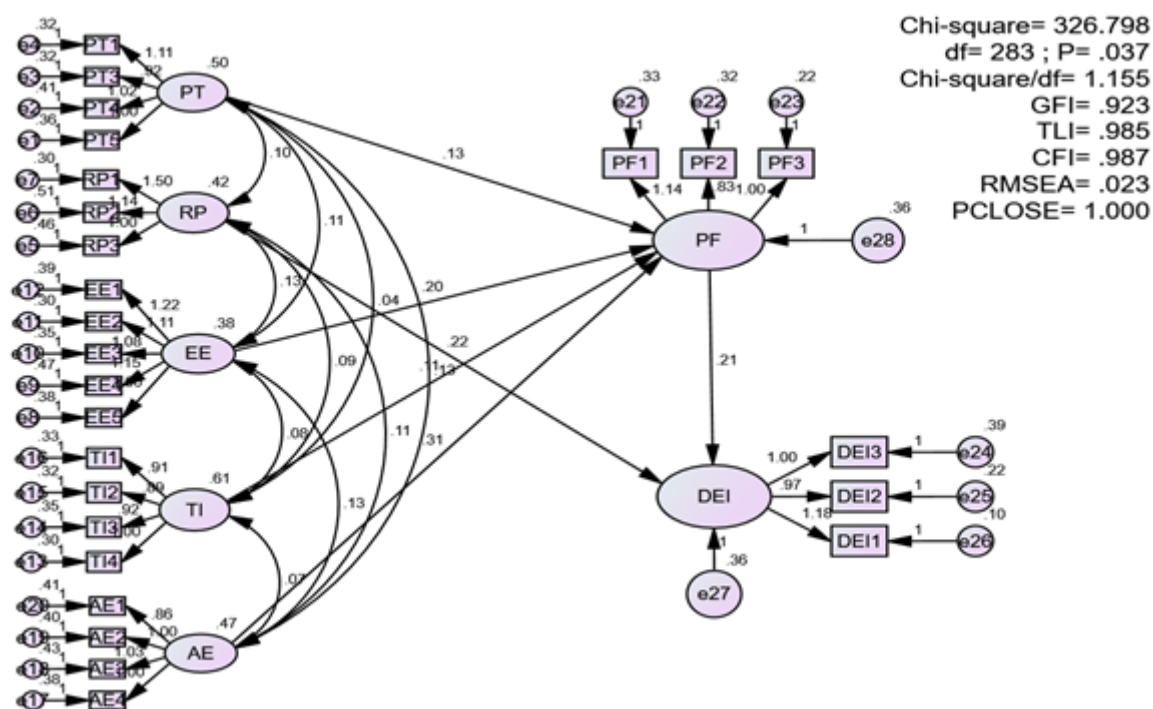
CHỈ SỐ	TIÊU CHUẨN	NGUỒN	THỰC TẾ MÔ HÌNH	CHỈ SỐ PHÙ HỢP
Chi-square	< 3,00	Ullman và Bentler (2003)	1,146	Chi-square/df
TLI	≥ 0,90	Hu và Bentler (1999)	0,986	TLI

CFI	$\geq 0,90$	Hu và Bentler (1999)	0,988	CFI
RMSEA	$< 0,08$	MacCallum và cộng sự (1996)	0,022	RMSEA

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích)

4.2 Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, nhóm nghiên cứu tiến hành chạy dữ liệu với mô hình cấu trúc tuyến tính SEM và kết quả cho thấy các chỉ số trong mô hình đều phù hợp và đáp ứng tốt với các tiêu chí theo quy định thống kê (Hình 4).



Hình 4. Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Kết quả phân tích cho thấy các yếu tố Đặc điểm tính cách, Chấp nhận rủi ro, Giáo dục khởi nghiệp, Xu hướng công nghệ và Thái độ có tác động tích cực tới ý định khởi nghiệp số của sinh viên với các trọng số β lần lượt là 0,132; 0,181; 0,128; 0,310; 0,223; 0,223 và P-value $< 0,05$ đạt chuẩn thống kê. Điều này đồng nghĩa H1, H2, H3, H4 và H5 được chấp nhận

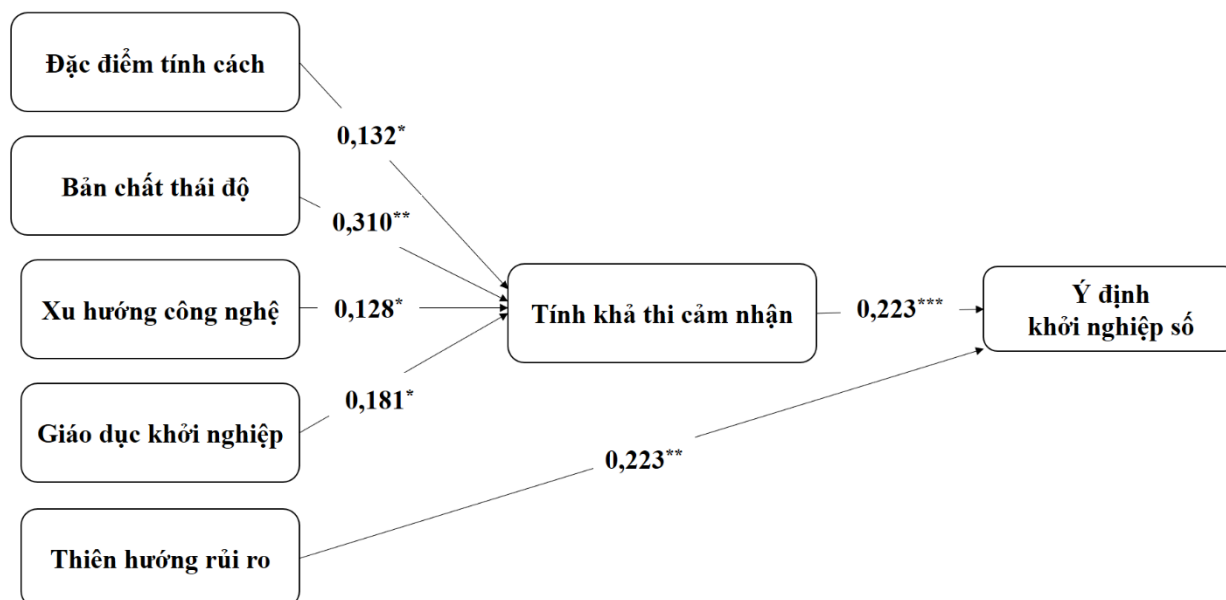
Bảng 7. Kết quả kiểm định giả thuyết

Mối quan hệ	Giả thiết	Ước lượng chuẩn hóa	Chưa chuẩn hóa			
			Ước lượng	SE	CR	P
Đặc điểm tính cách $\rightarrow$ Tính khả thi cảm nhận	H1	0,132	0,128	0,065	1,981	0,048
Giáo dục khởi nghiệp số $\rightarrow$ Tính khả thi cảm nhận	H2	0,181	0,202	0,077	2,615	0,009
Xu hướng công nghệ $\rightarrow$ Tính khả thi cảm nhận	H3	0,128	0,113	0,056	2,028	0,043
Bản chất thái độ $\rightarrow$ Tính khả thi cảm nhận	H4	0,310	0,310	0,073	4,263	***
Tính khả thi cảm nhận $\rightarrow$ Ý định khởi nghiệp số	H5	0,223	0,208	0,063	3,320	***
Thiên hướng rủi ro $\rightarrow$ Ý định khởi nghiệp số	H6	0,223	0,221	0,067	3,286	0,001

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích)

Mô hình chính thức về sự tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp số của sinh viên Trường Đại học Công nghệ TP.HCM được biểu diễn ở Hình 5. Mô hình thể hiện 25% sự biến thiên của

sự tự tin về tính khả thi được giải thích bằng sự biến đổi của 5 nhân tố đó là Đặc điểm tính cách, Thái độ, Xu hướng công nghệ, Giáo dục khởi nghiệp, Chấp nhận rủi ro. Còn lại là 75% được giải thích bởi các yếu tố khác nghiên cứu này chưa tìm thấy và 11.9% sự biến thiên của ý định khởi nghiệp số được giải thích bằng sự biến đổi của sự tự tin về tính khả thi và còn lại là 88.1% được giải thích bởi các yếu tố khác mà trong nghiên cứu này chưa tìm thấy.



Hình 5. Mô hình ý định khởi nghiệp số của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM

5. HÀM Ý QUẢN TRỊ VÀ ĐÓNG GÓP CỦA NGHIÊN CỨU

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy các giả thuyết đều ủng hộ cho những lập luận dựa trên 2 thuyết nền tảng (Thuyết hành vi có kế hoạch -TPB và Thuyết Lý thuyết sự kiện khởi nghiệp –SEE). Việc áp dụng 2 mô hình này cũng phù hợp với thực tiễn bối cảnh về Ý định khởi nghiệp số của sinh viên (IUH). Thuyết TPB xuất phát nguồn từ thuyết khả năng thực hiện hành vi của tác giả Bandura vào năm 1977, thuyết cho thấy một người có khả năng thực hiện hành vi là khi người đó có niềm tin vào mức độ thành công khi thực hiện một việc nào đó. Còn thuyết SEE thì cho rằng một người quyết định khởi nghiệp phụ thuộc vào sự tương tác giữa yếu tố môi trường và nhận thức cá nhân của họ. kết quả nghiên cứu cho thấy một người trước khi có ý định khởi nghiệp họ phải có sự tự tin về tính khả thi của dự án khởi nghiệp, các yếu tố môi trường (Xu hướng công nghệ, Giáo dục khởi nghiệp) và yếu tố cá nhân (Thái độ, Đặc điểm cá nhân, chấp nhận rủi ro) là yếu tố làm gia tăng sự tự tin về tính khả thi. Vậy muốn gia tăng ý định khởi nghiệp của sinh viên trường ĐH Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh nói riêng và các trường đại học nói chung hãy gia tăng tính khả thi cảm nhận bằng việc xem xét các yếu tố bản chất thái độ, thiên hướng rủi ro, giáo dục khởi nghiệp, đặc điểm tính cách, xu hướng công nghệ.

Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị sau đây:

Bản chất thái độ: Cần tăng cường hoạt động của các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp tại trường và các khoa chuyên môn nhằm nâng cao thái độ của sinh viên đối với các ý tưởng khởi nghiệp. Bên cạnh đó, tại các buổi giao lưu hay các buổi sự kiện, Nhà trường cũng cần giới thiệu các tấm gương khởi nghiệp thành công và các mô hình khởi nghiệp tiêu biểu của Việt Nam cũng như thế giới để khơi dậy niềm đam mê kinh doanh và khuyến khích sinh viên chủ động, tích cực tham gia các hoạt động trải nghiệm thực tiễn kinh doanh. Đồng thời cũng động viên sinh viên đề xuất các ý tưởng kinh doanh khi còn đang học tại trường, mở rộng các mối quan hệ và học hỏi kinh nghiệm từ bạn bè, người thân đã thành lập doanh nghiệp.

Cảm nhận tính khả thi và Chấp nhận rủi ro: Triển khai các chương trình giáo dục kỹ năng khởi nghiệp, cung cấp các khóa học về phân tích rủi ro, hoạch định kinh doanh và quản trị tài chính để sinh viên có thể tích lũy kiến thức chắc chắn trước khi bước vào môi trường khởi nghiệp. Nhà trường cũng cần khuyến khích tinh thần đồng đội, giúp sinh viên xây dựng mạng lưới cộng tác và hỗ trợ lẫn nhau nhằm giảm bớt bất ổn và nâng cao khả năng thành công. Qua đó, sinh viên có thể đối mặt với rủi ro một cách tự tin, sáng suốt và phát triển bản thân. Ngoài ra, nhà trường có thể xây dựng các sân chơi cạnh tranh như các cuộc thi kinh doanh, nơi sinh viên có thể trình bày và thử nghiệm ý tưởng của mình trước đám đông nhằm kiểm chứng tính khả thi của dự án, thông qua đánh giá từ các chuyên gia trong lĩnh vực.

Giáo dục khởi nghiệp số: Các trường đại học nói chung và trường ĐH Công nghiệp nói riêng nên cung cấp giáo dục chuyên biệt về khởi nghiệp và đặc biệt khởi nghiệp số. Nên cập nhật và đổi mới chương trình đào tạo về khởi nghiệp, tăng cường tính thực tiễn và ứng dụng. Tăng cường tính thực hành, ứng dụng để sinh viên được trải nghiệm ở môi trường thực tế để có thể triển khai những ý tưởng khởi nghiệp. Tăng cường hoạt động của các câu lạc bộ, đội nhóm khởi nghiệp trong trường. Tạo môi trường thực hành, sân chơi để vận dụng kiến thức và rèn luyện kỹ năng khởi nghiệp. Mời các doanh nhân, chuyên gia khởi nghiệp đã và đang thành công tới và chia sẻ kinh nghiệm, truyền cảm hứng và định hướng cho sinh viên. Đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị công nghệ thông tin hiện đại hỗ trợ cho việc giảng dạy và hoạt động khởi nghiệp của sinh viên.

Đặc điểm tính cách: Sinh viên tự đánh giá mình có đặc điểm tính cách phù hợp với khởi nghiệp như sáng tạo, độc lập, tư duy đột phá. Nhưng đặc điểm tính cách chỉ tác động trung bình đến sự tự tin về khả năng khởi nghiệp. Vì vậy, đây là một lợi thế về tiềm năng cá nhân mà nhà trường cần khai thác và phát huy tối đa. Các giải pháp được đề xuất nhằm phát huy tối đa tính cách thuận lợi của sinh viên để thúc đẩy ý định khởi nghiệp, như áp dụng phương pháp dạy học tích cực, tổ chức hoạt động trải nghiệm, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh.

Xu hướng công nghệ: Cần tập trung nâng cao kiến thức và trải nghiệm về những xu hướng, công nghệ số mới như trí tuệ nhân tạo, metaverse cho sinh viên. Điều này sẽ giúp sinh viên thích ứng tốt hơn với khởi nghiệp số, nâng cao sự tự tin vào khả năng thực hiện.

Hạn chế của nghiên cứu

Mặc dù kết quả nghiên cứu đã có những đóng góp nhất định trong việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM. Tuy nhiên, cũng như các bài nghiên cứu khác nghiên cứu của tác giả cũng gặp một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, về chọn mẫu nhóm lựa chọn theo phương pháp ngẫu nhiên, do khảo sát bằng bảng biểu mẫu trên online nên khi nhóm truyền tải đường dẫn khảo sát đến với mọi người đã có rất nhiều mẫu khảo sát bị loại do không phù hợp với phạm vi khảo sát. Thứ hai, qui mô mẫu còn hạn chế nên khi sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), chưa so sánh được sự biến đổi từ lúc hình thành ý định khởi nghiệp đến khi xảy ra hành vi thực tế. Thứ ba, Các yếu tố được đề xuất trong mô hình nghiên cứu dựa trên 2 thuyết TPB và EET nhưng chỉ thể hiện được một phần tiêu biểu, chưa thể hiện toàn diện thực tế, còn nhiều yếu tố bên ngoài quan trọng khác tác động đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Trường Đại học TP.HCM nghiên cứu chưa tìm thấy. Đây cũng là định hướng cho những nghiên cứu trong tương lai.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action Control: From Cognition to Behavior* (pp. 11-39). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Alferaih, A. (2017). Weight-and meta-analysis of empirical literature on entrepreneurship: Towards a conceptualization of entrepreneurial intention and behaviour. *International Journal of Information Management Data Insights*, 18(3), 195-209.
- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100087.

- An, T. (Producer). (2023, 9 25). Chỉ 3-5% người trẻ Việt Nam khởi nghiệp thành công. *Doanh nhân Sài Gòn - Tạp chí của Ủy ban Nhân dân Thành phố*. Retrieved from <https://doanhnhansaigon.vn/chi-3-5-nguoi-tre-viet-nam-khoi-nghiep-thanh-cong-305349.html>
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*, 89(4), 587.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. v. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS quarterly*, 471-482.
- Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs—new evidence from an experimentally validated survey. *Small business economics*, 32, 153-167.
- Cheung, C.-K., & Chan, R. (2011). The introduction of entrepreneurship education to school leavers in a vocational institute. *International Journal of Scientific Research in Education*.
- CHIYACHANTANA, C. N., & Prasarnphanich, P. M. (2022). Digital entrepreneurship in ASEAN.
- Đại, T. (Producer). (2022, 3 29). Khởi nghiệp - “làn sóng mới” trong giới trẻ. *Quân đội nhân dân*. Retrieved from <https://www.qdnd.vn/giao-duc-khoa-hoc/cac-van-de/khoi-nghiep-lan-song-moi-trong-gioi-tre-690081>
- Dankiewicz, R., Ostrowska-Dankiewicz, A., & Bulut, C. (2020). The attitudes of entrepreneurs of the small and medium-sized enterprises sector in Poland to key business risks. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics Economic Policy*, 15(3), 511-536.
- Dinis, A., do Paco, A., Ferreira, J., Raposo, M., & Gouveia Rodrigues, R. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. *Education+ Training*, 55(8/9), 763-780.
- 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.
- Ekpoh, U. I., & Edet, A. O. (2011). Entrepreneurship education and career intentions of tertiary education students in Akwa Ibom and Cross River States, Nigeria. *International education studies*, 4(1), 172-178.
- Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2020). Entrepreneurial intentions among university students: the moderating role of creativity. *European Management Review*, 17(2), 529-542.
- Etheridge, J. C., Sinyard, R. D., & Brindle, M. E. (2023). Chapter 90 - Implementation research. In A. E. M. Eltorai, J. A. Bakal, P. C. Newell, & A. J. Osband (Eds.), *Translational Surgery* (pp. 563-573): Academic Press.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 229, 12-21.
- Karyaningsih, R. P. D. (2020). Does entrepreneurial knowledge influence vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business Economics Review*, 8(4), 138-155.
- Kent, C. A., Sexton, D. L., & Vesper, K. H. (1982). Encyclopedia of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 25(2), 353-375.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., Spitzer, J., & Research. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior*, 25(2), 353-375.

- 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.
- Laguía González, A., Jaén, I., Topa, G., & Moriano, J. (2019). University environment and entrepreneurial intention: The mediating role of the components of the theory of planned behaviour/El entorno universitario y la intención emprendedora: El papel mediador de los componentes de la teoría de la acción planificada. *International Journal of Social Psychology*, 34(1), 137-167.
- Lai, L. S., & To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial intention among young Chinese adults. *Asian Journal of Technology Innovation*, 28(1), 119-137.
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International entrepreneurship management journal*, 11, 935-957.
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International entrepreneurship management journal*, 11, 935-957.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2002). *Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology*. Paper presented at the European Academy of Management 2nd Annual Conference on Innovative Research in Management, Stockholm.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Masoud, E., & AbuTaqa, H. (2017). Factors affecting customers' adoption of e-banking services in Jordan. *Information Resources Management Journal*, 30(2), 44-60.
- Mat, S. C., Maat, S. M., & Mohd, N. (2015). Identifying factors that affecting the entrepreneurial intention among engineering technology students. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 211, 1016-1022.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1029-1055.
- Nguyen, G. N., & Nguyen, T. K. (2024). Entrepreneurial passion of business and technical students: The roles of subjective norms, entrepreneurial education, entrepreneurial self-efficacy, and risk propensity. *The International Journal of Management Education*, 22(3), 101012.
- Nha, K. (Producer). (2023, 2 16). Việt Nam là mảnh đất mới cho các công ty khởi nghiệp. *VNExpress*. Retrieved from <https://vnexpress.net/viet-nam-la-manh-dat-moi-cho-cac-cong-ty-khoi-nghiep-4570625.html>
- Omidi Najafabadi, M., Zamani, M., & Mirdamadi, M. (2016). Designing a model for entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Education for Business*, 91(6), 338-346.
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6, 1-32.
- Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156, 113507. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113507>
- Permatasari, A., Anggadwita, G., & societies. (2019). Digital entrepreneurship education in emerging countries: Opportunities and challenges. *Opening up education for inclusivity across digital economies*, 156-169.

- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A. (2013). Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations Learning*, 6, 385-401.
- Pounder, P., & Devonish, D. (2016). Understanding entrepreneurial attitudes, intentions and activity in Barbados. *Caribbean Educational Research Journal*, 4(1), 79-96.
- Puni, A., Anlesinya, A., & Korsorku, P. D. A. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic Management Studies*, 9(4), 492-511.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work organizational psychology*, 16(4), 353-385.
- Rippa, P., & Secundo, G. (2019). Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship. *Technological Forecasting Social Change*, 146, 900-911.
- Sayem, A. S. M. (2022). Digital fashion innovations for the real world and metaverse. In (Vol. 15, pp. 139-141). *International Journal of Fashion Design, Technology Education*: Taylor & Francis.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 291-332.
- Shapero, A. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Shen, K. N., Lindsay, V., & Xu, Y. C. (2018). Digital entrepreneurship. *Information Systems Journal*, 28(6).
- Siu, W. s., & Lo, E. S. c. (2013). Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship theory and practice*, 37(2), 147-173.
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. *Journal of small business enterprise development*, 19(3), 441-460.
- Suparno, S., Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B., & Change. (2020). Factors influencing students' intention to establish a digital business (Start-up). *International Journal of Innovation, Creativity*, 12(8), 73-91.
- Tsai, K.-H., Chang, H.-C., & Peng, C.-Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship Management Journal*, 12, 445-463.
- Tsai, K.-H., Chang, H.-C., Peng, C.-Y., & Journal, M. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: a moderated mediation model. *International Entrepreneurship*, 12, 445-463.
- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192.
- Vuong, N. (Producer). (2022, 3 13). Người trẻ khởi nghiệp mong nhận được nhiều hỗ trợ. *THANH NIÊN*. Retrieved from <https://thanhnien.vn/nguoi-tre-khoi-nghiep-mong-nhan-duoc-nhieu-ho-tro-1851438070.htm>
- Wang, C. M., Xu, B. B., Zhang, S. J., & Chen, Y. Q. (2016). Influence of personality and risk propensity on risk perception of Chinese construction project managers. *International Journal of Project Management*, 34(7), 1294-1304. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2016.07.004>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students' digital entrepreneurial

- intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, 10(1), 2221164.
- Yaghoubi Farani, A., Karimi, S., & Motaghed, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training Development*, 41(1), 83-100.
- Youssef, A. B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting Social Change*, 164, 120043.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.

**TBP-EET INTEGRATED MODEL OF UNIVERSITY STUDENTS' DIGITAL
ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS – A CASE STUDY OF INDUSTRIAL
UNIVERSITY OF HO CHI MINH CITY**

Abstract. Nowadays, digital entrepreneurship offers more opportunities for development and survival than traditional business methods due to the boom of the digital economy and e-commerce. In this article, the factors affecting the digital entrepreneurship intention of students at Industrial University of Ho Chi Minh City (IUH) are examined and discussed based on two theories: The Planned Behavior (TPB) and Entrepreneurial Event Theory (EET). Quantitative data were collected from 302 students in four majors: Business Administration, Marketing, International Business and E-commerce. The selected data were then processed and analysis through SPSS and AMOS statistical software. The results show that four factors, including Personality traits; Digital entrepreneurship education; Attitude essence; Technology inclination, have an indirect positive influence on Digital entrepreneurship intention of IUH students through Perceived feasibility, while the Risk propensity has a direct impact on Digital entrepreneurship intention. From the findings, the study provides some managerial implications for higher education administrators to find ways to promote awareness and confidence, thereby inspiring the spirit of digital entrepreneurship right from the time they are still studying at universities.

Keywords: digital entrepreneurial intentions, digital start-ups, business startup

Ngày nhận bài: 27/11/2024

Ngày chấp nhận đăng: 27/3/2025