

Vai trò của yếu tố gắn kết trong mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp của sinh viên

NGUYỄN QUANG THU

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM – ngthu@ueh.edu.vn

TRẦN THẾ HOÀNG

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM – athena@ueh.edu.vn

HÀ KIÊN TÂN

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương – hktn@kttk.edu.vn

<i>Ngày nhận:</i>	<p>Nghiên cứu kiểm định mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp thông qua yếu tố trung gian là gắn kết trong khởi nghiệp của sinh viên năm cuối tại một số tỉnh/thành phố phía Nam như: TP.Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai. Mối quan hệ này được kiểm định thông qua mẫu gồm 248 sinh viên đã và đang khởi nghiệp; Kết quả nghiên cứu cho thấy ý định khởi nghiệp có tác động dương trực tiếp đến hành vi khởi nghiệp thấp hơn đến yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp; yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp có tác động dương khá mạnh đến ý định khởi nghiệp; và có thể nói, yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp đóng vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ giữa ý định dẫn đến hành vi khởi nghiệp. Qua đó, tác giả đưa ra một số hàm ý chính sách cho các trường đại học và hướng nghiên cứu tiếp theo.</p>
25/08/2017	
<i>Ngày nhận lại:</i>	
30/11/2017	
<i>Ngày duyệt đăng:</i>	
30/11/2017	
<i>Mã số:</i>	
0817-M13-V15	

Từ khóa:

Khởi nghiệp; Ý định khởi nghiệp; Gắn kết trong khởi nghiệp; Hành vi khởi nghiệp; Sinh viên đại học.

Keywords:

Entrepreneurship; Entrepreneurial intention; Entrepreneurial commitment; Entrepreneurial behavior; University students.

Abstract

This study examines the relationship between intention and entrepreneurial behavior through mediator which is the entrepreneurial commitment of final year students in Southern Vietnam, including Ho Chi Minh City, Binh Duong Province, and Dong Nai Province. These relationships are determined by a sample of 248 students who have been starting the business. The results of the study show that entrepreneurial intention has a direct positive, impact on entrepreneurial behavior, but its positive impact is weaker than entrepreneurial commitment. The entrepreneurial commitment has a positive impact on entrepreneurial intention. Furthermore, it is conceivable that the entrepreneurial commitment plays a significant moderating role in the relationship between intention and entrepreneurial behavior. Finally, the study draws conclusion and implications for universities and directions of future research.

1. Giới thiệu

Tại Việt Nam, khởi nghiệp đang dần trở thành một chủ đề được quan tâm nhiều trong thời gian gần đây với mục tiêu của Chính phủ đặt ra là có ít nhất một triệu doanh nghiệp hoạt động giai đoạn 2016–2020 (Chính phủ, 2016). Theo GEM (2016)¹, độ tuổi thích hợp để khởi nghiệp là từ 18 đến 36 tuổi vì ở độ tuổi này con người có khát khao làm giàu, không sợ rủi ro, nhạy bén với các cơ hội kinh doanh, mạo hiểm hơn và có ý định khởi nghiệp cao hơn. Trong tổng số 2.000 người khảo sát thì chỉ có 13,7% đã tiến hành các hoạt động khởi nghiệp (GEM, 2016). Điều gì đã dẫn đến tỉ lệ khởi nghiệp tại Việt Nam thấp như vậy? Các nghiên cứu ban đầu xác định tồn tại một khoảng cách rất lớn giữa ý định và hành vi khởi nghiệp (Blanchflower & Oswald, 1998; Henley, 2007). Theo Schlaegel và Koenig (2014), ý định là một dự báo quan trọng của hành động tiếp theo. Nó giải thích trung bình 28% (tương đương $r=0,53$) sự biến thiên của hành vi (Sheeran, 2002). Tuy nhiên, Sheeran và Orbell (1998) lại cho rằng không đủ bằng chứng để rút ra kết luận này. Việc sử dụng ý định để dự đoán hành vi khởi nghiệp là đáng nghi ngờ (Souitaris & cộng sự, 2007). Bên cạnh đó, có bằng chứng thuyết phục cho rằng ý định chưa hẳn là yếu tố quan trọng dự đoán hành vi (van Gelderen & cộng sự, 2015). Nghiên cứu của Carsrud và Brännback (2011) cho thấy các ý tưởng ban đầu về kế hoạch khởi nghiệp được thực hiện và chuyển thành hành vi có thể phụ thuộc vào một quá trình phức tạp hơn. Vì lí do này, nghiên cứu khoảng cách giữa ý định và hành vi trong bối cảnh khởi nghiệp đã nổi lên trong vài năm gần đây (Fayolle & Liñán, 2014). Mục tiêu của nghiên cứu này là xem xét vai trò trung gian của yếu tố gắn kết trong mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp của sinh viên năm cuối, với hai đóng góp mới:

(1) Kiểm định vai trò trung gian của yếu tố gắn kết khởi nghiệp trong mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp.

(2) Kiểm định tác động trực tiếp từ ý định đến hành vi khởi nghiệp của sinh viên.

Các phần tiếp theo của nghiên cứu được trình bày như sau: Phần 2 trình bày cơ sở lí thuyết và lược khảo các công trình nghiên cứu liên quan; phần 3 làm rõ phương pháp nghiên cứu; kết quả và thảo luận được trình bày ở phần 4; và cuối cùng là phần 5, kết luận và hàm ý chính sách.

¹ GEM: Global Entrepreneurship Monitor – Chỉ số khởi nghiệp toàn cầu

2. Cơ sở lí thuyết và lược khảo các nghiên cứu có liên quan

2.1. Cơ sở lí thuyết

2.1.1. Mô hình sự kiện khởi nghiệp (Krueger & cộng sự, 2000)

Mô hình sự kiện khởi nghiệp (Event Entrepreneur Model – EEM) là lí thuyết về sự kiện khởi nghiệp mà Krueger và cộng sự (2000) đã phát triển dựa vào mô hình EEM của Shapero và Sokol (1982) và điều chỉnh lại bằng việc đưa ra ba yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp, đó là: (1) Mong muốn khởi nghiệp; (2) cảm nhận về tính khả thi; và (3) khuynh hướng hành động (đề cập đến xu hướng hành động của một cá nhân đối với quyết định của họ bằng cách thực hiện các hành động thích hợp). Ý định là một yếu tố dự báo trước và có ý nghĩa về hành vi khởi nghiệp của một người. Về cơ bản, mô hình không có sự thay đổi nhiều so với mô hình cũ, xu hướng hành động được thay thế cho biến thay đổi trong cuộc sống ở mô hình của Shapero và Sokol (1982).

2.1.2. Lí thuyết các pha hành động (Gollwitzer, 1993, 1997)

Lí thuyết các pha hành động (Theory of Action Phases – TAP) được Gollwitzer (1993) phát triển. Gollwitzer (1993) phân biệt 2 giai đoạn khi thực thi hành động, đó là: (1) Giai đoạn của động lực - giai đoạn hình thành ý định mục tiêu; và (2) giai đoạn sau động lực, bao gồm giai đoạn gắn kết, lên kế hoạch thực thi và hành động. Ý định mục tiêu đề cập đến "Tôi định thực hiện X", trong khi giai đoạn gắn kết và lên kế hoạch thực hiện tương ứng với "Tôi có ý định thực hiện hành vi nhằm mục tiêu X khi tôi gặp tình huống Y". Vì vậy, người thiết lập ý định thực hiện xác định sẽ gắn kết ra sao, khi nào, ở đâu, những gì cần làm, làm thế nào để họ thực thi hành động (Brandstätter & cộng sự, 2001).

2.1.3. Lí thuyết gắn kết (Meyer & Allen, 1991)

Lí thuyết gắn kết (Commitment Theory) được Meyer và Allen (1991) kế thừa và phát triển từ nhiều nghiên cứu trước. Lí thuyết này giải thích làm thế nào để chúng ta thực hiện một cách tự nguyện những mục tiêu mà chúng ta đặt ra. Lí thuyết gắn kết đã thu hút nhiều nhà tâm lí học xã hội trong những năm qua. Thúc đẩy hoặc dẫn dắt ai đó thực hiện hành vi mà ta mong muốn không phải là điều dễ dàng, nhất là khi các nhà tâm lí học không thể gây áp lực bằng cách tạo ra các quy định, điều luật như nhà quản lí áp đặt lên các nhân viên của mình. Lí thuyết gắn kết và hiệu quả của nó đối với việc thúc đẩy hành vi ở con người đã được minh chứng qua nhiều nghiên cứu thực nghiệm với những kĩ thuật khác nhau (Joule & Reauvois, 1998).

Joule và Reauvois (1998) cho rằng gắn kết có những tác động lên nhận thức và hành vi của chủ thể khi các cá nhân đó theo đuổi mục tiêu. Về mặt nhận thức, nó làm xuất hiện ở chủ thể những niềm tin mới. Chúng ta cần phân biệt rằng gắn kết cá nhân dưới hình thức bắt buộc sẽ làm thay đổi niềm tin, suy nghĩ của cá nhân. Trong trường hợp này, cá nhân sẽ phải điều chỉnh suy nghĩ và niềm tin của mình cho phù hợp với thể chế quyền lực đưa ra yêu cầu hành động buộc cá nhân phải thực hiện. Còn gắn kết tự nguyện hướng đến việc thúc đẩy thái độ và niềm tin của cá nhân vào những gì mình làm. Về mặt hành vi thì gắn kết trong cả hai trường hợp trên đều kéo theo một sự củng cố hành vi, thậm chí còn có khả năng khiến cá nhân thực hiện những hành vi đắt giá hơn (Bùi Thị Hồng Thái, 2008). Lí thuyết của Meyer và Allen (1991) mang lại một lợi thế lớn vì nó bao gồm cả cách tiếp cận mục tiêu cá nhân lẫn mục tiêu tổ chức (hay giữa nhận thức và hành vi) và hoàn toàn phù hợp cách tiếp cận ý định cá nhân (Fayolle & Liñán, 2014).

2.2. *Lược khảo các công trình nghiên cứu thực nghiệm liên quan*

Các nghiên cứu trước đây chủ yếu kiểm định ý định khởi nghiệp thông qua thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior – TPB) của Ajzen (1991) hoặc mô hình sự kiện khởi nghiệp (Event Entrepreneur Model – EEM) của Shapero và Sokol (1982) và sử dụng các mẫu khác nhau, chẳng hạn như: Nghiên cứu của van Gelderen và cộng sự (2008) sử dụng mẫu là sinh viên đại học, do Paço và cộng sự (2011) sử dụng mẫu là học sinh trung học. Các mẫu này đến từ các quốc gia khác nhau, bao gồm cả các nước đang phát triển (Đức, Pháp, Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha), các nước có nền kinh tế chuyển đổi (Romania, Ukraine) và các nước đang phát triển (Malaysia, Trung Quốc, Tunisia, Ethiopia, Afghanistan, Peru). Ngoài ra, có một số nghiên cứu so sánh hoặc tích hợp cả hai mô hình (Schlaegel & Koenig, 2014). Bổ sung một số yếu tố mới vào trong mô hình ý định truyền thống: Do các mô hình ý định truyền thống chỉ giải thích 40% đến 60% sự khác biệt trong ý định khởi nghiệp, vì vậy, một số nghiên cứu đã đề xuất bổ sung các biến vào mô hình truyền thống (Hayton & Cholakova, 2012), như: Hmieleski và Corbett (2006) đưa ra yếu tố sự thích ứng (Proclivity for Improvisation); Nasurdin và cộng sự (2009) nghiên cứu yếu tố liên quan đến nhận thức cơ hội khởi nghiệp; de Clercq và cộng sự (2013) nghiên cứu mối quan hệ giữa khả năng nhận thức và sự hấp dẫn đối với ý định được điều tiết bởi định hướng học tập và niềm đam mê làm việc; Fitzsimmons và Douglas (2011) lại tập trung vào sự tương tác nhận thức cơ hội khởi nghiệp và tính khả thi; Nabi và Liñán (2013) nghiên cứu ảnh hưởng của cá tính, trạng thái tâm lí và nhân khẩu học ảnh hưởng đến ý định; một số nghiên cứu về các yếu tố nền tảng gia đình như

Bhandari (2012), gia đình tự kinh doanh như Hadjimanolis và Poutziouris (2011), nền tảng giáo dục như Guerrero và cộng sự (2008), yếu tố kinh nghiệm như Gird và Bagraim (2008); ngoài ra, các yếu tố môi trường, văn hóa, thể chế và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp được đề cập trong các nghiên cứu như: Moriano và cộng sự (2012), Walker và cộng sự (2013).

Tại Việt Nam, đã có một số nghiên cứu về khởi nghiệp nhưng chỉ dừng ở mức ý định như: Hoàng Thị Phương Thảo và Bùi Thị Thanh Chi (2013), Trần Văn Thắng (2011), Bùi Thị Thanh và Nguyễn Xuân Hiệp (2016), Cao Quốc Việt và cộng sự (2016). Một số nghiên cứu về môi trường kinh doanh Việt Nam và tìm hiểu các yếu tố cản trở khởi nghiệp như nghiên cứu của VCCI (2009). Gần đây, nghiên cứu của Lê Ngọc Thông (2013) về tinh thần khởi nghiệp của sinh viên chương trình tiên tiến chất lượng cao của trường Đại học Kinh tế Quốc dân hay nghiên cứu của Huỳnh Đình Thái Linh và cộng sự (2006) sử dụng lý thuyết sự kiện khởi nghiệp EEM. Một số nghiên cứu khác tiếp cận ở dạng động cơ khởi nghiệp như Nguyễn Hoàng Kiệt (2016), năng lực khởi nghiệp như Nguyễn Hùng Phong và Nguyễn Hữu Nhuận (2016) sử dụng lý thuyết nhận thức xã hội (Social Cognitive Theory).

Có thể nói các nghiên cứu trên chỉ dừng ở ý định khởi nghiệp. Trong thời gian gần đây, hướng nghiên cứu khoảng cách giữa ý định và hành vi khởi nghiệp đã được đề cập đến (Fayolle & Liñán, 2014), song các nghiên cứu thực nghiệm còn ít. Do đó, nghiên cứu này sẽ tiếp cận theo hướng nghiên cứu trên.

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

2.3.1. Khởi nghiệp

Theo Schumpeter (1934), khởi nghiệp là tạo ra các kết hợp mới. Cole (1968) cho rằng khởi nghiệp là hoạt động có mục đích để khởi đầu, duy trì và phát triển một hoạt động kinh doanh nhằm thu được lợi ích về tài chính hay các lợi ích khác trong một thể giới kinh tế hay kinh doanh mà thể giới đó sẽ tạo ra một sự tự do cho chính người thực hiện hoạt động này. Còn Kirzner (1973) thì cho rằng khởi nghiệp là khả năng để phát hiện và khai thác các lợi thế từ sự khác biệt về giá giữa các thị trường. Theo Shapero và Sokol (1982) thì tinh thần khởi nghiệp là quá trình mà cá nhân sẵn sàng tiên phong trong việc nắm bắt các cơ hội kinh doanh hấp dẫn và khả thi mà họ nhận biết được.

Một quan điểm khác xuất phát từ các lý thuyết về nhận thức xã hội (Social Cognitive Theory) của Bandura (1986), lý thuyết về hành vi dự định của Ajzen (1991) và lý thuyết

về sự kiện khởi nghiệp của Shapero và Sokol (1982) cho rằng trước khi đi đến thực hiện một hành vi, con người phải có ý định về hành vi đó. Trong nghiên cứu về tâm lí học hành vi, ý định là chỉ báo quan trọng ảnh hưởng các hành vi có kế hoạch đặc biệt khi những hành vi đó hiếm gặp, khó quan sát, diễn ra trong khoảng thời gian không dự kiến trước. Trong khi đó, ý định khởi nghiệp là bước đầu tiên trong quá trình khám phá, sáng tạo, khai thác cơ hội để khởi nghiệp và thành lập doanh nghiệp mới (Gartner & cộng sự, 1994).

2.3.2. Ý định khởi nghiệp

Để có thể hiểu rõ hơn về khởi nghiệp, nghiên cứu này sẽ bắt đầu bằng việc đưa các định nghĩa ý định khởi nghiệp vì ý định là một yếu tố dự báo trước và có ý nghĩa về hành vi của một người (Sheeran, 2002, Kautonen & cộng sự, 2013). Tổng hợp các định nghĩa về ý định khởi nghiệp được tác giả trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1

Định nghĩa về ý định khởi nghiệp

Tác giả	Định nghĩa
Gartner (1988)	Ý định khởi nghiệp là việc tìm kiếm thông tin và những nguồn lực khác để khởi nghiệp
Bird (1988)	Ý định khởi nghiệp là một trạng thái của tâm trí khi nhấn mạnh đến sự quan tâm cá nhân và kinh nghiệm để thực hiện việc tạo ra doanh nghiệp mới.
Tubbs và Ekeberg (1991)	Ý định khởi nghiệp là một đại diện các hành động có kế hoạch để thực hiện một hành vi kinh doanh.
Reynolds (2005)	Ý định khởi nghiệp là các gắn kết cá nhân của các doanh nhân tiềm năng để bắt đầu khởi nghiệp
Shane và Venkataraman (2000)	Ý định khởi nghiệp là quá trình nhận dạng, đánh giá, và khai thác cơ hội kinh doanh
Sheeran (2002)	Ý định khởi nghiệp là động lực của một người để thực hiện một hành vi, bao gồm cả hai hướng (để làm X so với không làm X) và cường độ (bao nhiêu thời gian và công sức người đó sẵn sàng đầu tư thực hiện X).
Souitaris và cộng sự (2007)	Ý định khởi nghiệp là sự liên quan về ý định của một cá nhân để bắt đầu một doanh nghiệp
Krueger và Carsrud (2000)	Ý định khởi nghiệp là sự gắn kết để thực hiện hành vi khởi nghiệp

Như vậy, có rất nhiều định nghĩa về ý định khởi nghiệp, trong nghiên cứu này, tác giả sẽ sử dụng định nghĩa của Krueger và Carsrud (2000), với hai lí do: (1) Nghiên cứu của Krueger và Carsrud (2000) là mô hình đã được kiểm định riêng cho khởi nghiệp, và (2) lí thuyết gắn kết hiệu quả đối với việc thúc đẩy ý định của con người được minh chứng qua nhiều thực nghiệm với những kĩ thuật khác nhau (Fayolle & Liñán, 2014).

2.3.3. Gắn kết trong khởi nghiệp

Theo Meyer và Allen (1991), gắn kết được định nghĩa là mối liên hệ giữa cá nhân với các mục tiêu và hành động của mình mà mối liên hệ đó không bị phụ thuộc vào luật lệ và hoàn toàn là tự nguyện. Cá nhân có thể gắn kết vào hành động với những mức độ khác nhau. Do vậy, việc gắn kết sẽ thay đổi theo hoàn cảnh, trong đó, hành động được cá nhân thực hiện (Bùi Thị Hồng Thái, 2008). Gắn kết còn được định nghĩa là trạng thái tâm lí (ước muốn nhu cầu, trách nhiệm) có tác động tới quyết định lựa chọn nghề nghiệp của họ (Nguyễn Văn Thắng, 2015 dẫn từ Meyer & Allen, 1991) và là nhận thức về chi phí, lợi ích gắn liền với việc tiếp tục hay lựa chọn một nghề nghiệp khác. Cá nhân có gắn kết cao sẽ tự tiếp tục với công việc mà họ đang làm. Meyer và Herscovitch (2001) định nghĩa sự gắn kết như một “lực lượng” – Force kết nối giữa mục tiêu và hành động của cá nhân đó. Theo Gollwitzer và Brandstätter (1997), một ý định sẽ không được phát triển nếu không có gắn kết mạnh mẽ với mục tiêu, khái niệm về gắn kết có thể tương quan với nhiều loại ý định, trong đó có ý định khởi nghiệp (Adam & Fayolle, 2015). Từ đó, Adam và Fayolle (2015) cho rằng sự gắn kết trong khởi nghiệp là việc cá nhân dành thời gian, năng lượng, tài chính, trí tuệ và tình cảm cho dự án khởi nghiệp của mình.

Tóm lại, có nhiều định nghĩa về gắn kết, tuy nhiên, khái niệm gắn kết trong khởi nghiệp chỉ được Adam và Fayolle (2015) đề cập trong thời gian gần đây. Nghiên cứu này sẽ sử dụng lại định nghĩa của Adam và Fayolle (2015).

2.3.4. Mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp

Lí thuyết về sự kiện khởi nghiệp của Shapero và Sokol (1982) và lí thuyết hành vi dự định của Ajzen (1991) cho rằng ý định là chỉ báo quan trọng dự báo hành vi của con người. Theo Randall và Wolff (1994) thì mối quan hệ giữa ý định và hành vi không thay đổi theo thời gian. Nghiên cứu tổng kết về định lượng 98 nghiên cứu trước đó của Schlaegel và Koenig (2014) khẳng định vẫn có tương quan cao cùng chiều giữa ý định và hành vi trong bối cảnh khởi nghiệp. Ý định giải thích trung bình khoảng 28% (trương đương $r=0,53$) sự biến thiên của hành vi. Từ những phân tích nêu trên, tác giả đề xuất giả thuyết H_1 như sau:

H₁: Ý định có tác động cùng chiều đến hành vi khởi nghiệp

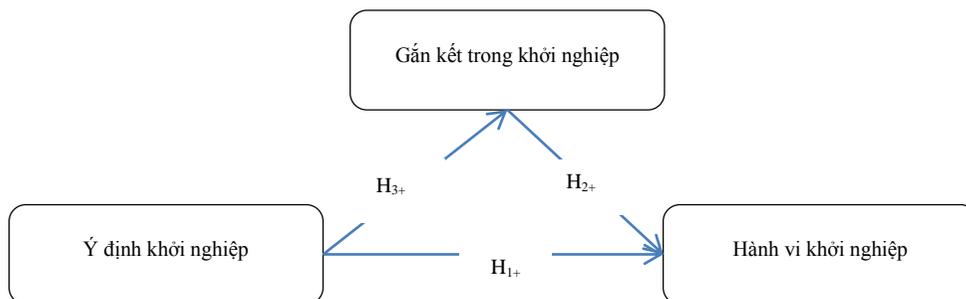
2.3.5. *Mối quan hệ giữa gắn kết trong khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp*

Vai trò của yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp đã được nhắc đến trong nhiều nghiên cứu như: Bruyat (1993), Fayolle và Liñán (2014). Tuy nhiên, gần đây, Fayolle và Liñán (2014) kêu gọi nghiên cứu nhiều hơn nữa trong lĩnh vực khởi nghiệp và sử dụng lí thuyết gắn kết để mô tả và giải thích gắn kết trong lĩnh vực khởi nghiệp. Dựa vào lí thuyết các pha hành động của Gollwitzer (1993, 1997), giai đoạn gắn kết chính là giai đoạn trung gian giữa ý định mục tiêu (giai đoạn động lực) và hành vi. Trong giai đoạn động lực, cá nhân thể hiện ý định của mình để trở thành doanh nhân và khởi xướng hành động. Trong giai đoạn gắn kết, người ta cống hiến hết thời gian và năng lượng cũng như các nguồn tài chính, trí tuệ và các mối quan hệ xã hội... cho các dự án của họ, dường như rất khó để trở lại hoặc bỏ cuộc. Trong giai đoạn cuối, thành công hay thất bại đánh dấu việc kết thúc quá trình. Trong cách tiếp cận này, Bruyat (1993) coi gắn kết là một thành phần tiến hoá dựa trên nhận thức của cá nhân và sau đó tiến hành các hành động. Edelman và cộng sự (2010) cho rằng cường độ mục tiêu có thể giải thích quyết định hành động. Dholakia và Bagozzi (2003) lập luận việc thành lập mục tiêu tốt hơn giúp mức độ gắn kết của người đó đạt được cao hơn. Vì vậy, để hiểu rõ hơn về liên kết ý định và hành vi nên đánh giá cường độ ý định. Để đánh giá ý định của một người, cần đánh giá mức độ gắn kết với mục tiêu của người đó. Từ những phân tích nêu trên, tác giả tiếp tục đề xuất giả thuyết H₂ và H₃ như sau:

H₂: Gắn kết trong khởi nghiệp có tác động cùng chiều đến hành vi khởi nghiệp

H₃: Ý định có tác động cùng chiều đến gắn kết trong khởi nghiệp

Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết biểu diễn mối quan hệ giữa ý định, gắn kết và hành vi khởi nghiệp được trình bày ở Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Phương pháp và dữ liệu nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu được thực hiện thông qua hai giai đoạn: (1) Nghiên cứu sơ bộ; và (2) Nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu sơ bộ định tính: Dùng để điều chỉnh các biến quan sát trong đo lường các khái niệm nghiên cứu. Tiến hành thảo luận với ba nhóm sinh viên đã và đang khởi nghiệp: (1) Nhóm thứ nhất gồm 7 sinh viên đến từ các trường đại học tỉnh Bình Dương (Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương, Trường Đại học Thủ Dầu Một và Trường Đại học Bình Dương); (2) nhóm thứ hai gồm 5 sinh viên đến từ các trường đại học tỉnh Đồng Nai (Trường Đại học Lạc Hồng, Trường Đại học Đồng Nai); (3) nhóm thứ ba gồm 4 sinh viên đến từ Trường Đại học Hoa Sen tại TP.HCM. Việc lặp lại nhóm thứ hai và thứ ba nhằm kiểm tra tính đồng nhất, tính dễ hiểu các biến quan sát đo lường các khái niệm nghiên cứu. Cuộc phỏng vấn được thực hiện vào tháng 04/2017. Thông qua các thang đo gốc được dịch và chọn lọc từ các nghiên cứu trước (Krueger & cộng sự, 2000; Wang & cộng sự, 2011; Kautonen, 2015; Adam & Fayolle, 2015), người phỏng vấn sẽ được hỏi về tính rõ nghĩa của câu hỏi và tự chọn các biến quan sát phù hợp với nghiên cứu. Các biến quan sát của một thang đo sẽ được chọn theo nguyên tắc các biến quan sát có nhiều người chọn nhất, các biến quan sát không có người chọn hoặc có ít người chọn sẽ không được đưa vào thang đo và không có biến quan sát mới nào được thêm vào trên các thang đo. Kết quả phỏng vấn được ghi nhận, phát triển và điều chỉnh thành thang đo nháp.

Nghiên cứu sơ bộ định lượng: Thang đo nháp được dùng để phỏng vấn thử với mẫu là 110 sinh viên đã và đang khởi nghiệp theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện để kiểm

định độ tin cậy của thang đo. Sau bước này, thang đo được hoàn chỉnh và sử dụng cho bước nghiên cứu định lượng chính thức. Nghiên cứu sơ bộ định lượng được thực hiện để đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy (Cronbach's Alpha) và phân tích nhân tố khám phá (EFA).

3.2. Dữ liệu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng nguồn dữ liệu điều tra bằng phỏng vấn trực tiếp thông qua bảng câu hỏi chi tiết với thang đo Likert 7 bậc (từ 1: Hoàn toàn không đồng ý đến 7: Hoàn toàn đồng ý). Thời gian tiến hành điều tra phỏng vấn từ tháng 04/2017 đến tháng 07/2017.

Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện đối với các sinh viên năm cuối của một số trường đại học tại TP.HCM, Bình Dương và Đồng Nai. Số lượng mẫu được lấy theo nguyên tắc 5:1 (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Mô hình có (18 biến quan sát + 2 biến kiểm soát)*5 = 100. Trong tổng số 1.512 phiếu phát ra, tác giả thu về được 1.238 phiếu, trong đó: 273 phiếu trả lời đã từng khởi nghiệp, 25 phiếu bị lỗi nên loại, số còn lại là 248 phiếu được đưa vào nghiên cứu chính thức. Mẫu điều tra khảo sát có kích cỡ lớn (1.512 phiếu khảo sát) vì GEM (2016) đã thống kê tỉ lệ có ý định khởi nghiệp tại Việt Nam năm 2016 chỉ là 22,3%. Do vậy cần phải gạn lọc những bảng khảo sát đối với những sinh viên không có ý định khởi nghiệp nhằm kì vọng mẫu khảo sát sẽ đạt được hơn 210 phiếu.

3.3. Thang đo nghiên cứu

Thang đo các biến quan sát, các khái niệm trong mô hình nghiên cứu được phát triển dựa trên các thang đo gốc của các nghiên cứu trước đây và được điều chỉnh sau nghiên cứu định tính. Tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều là thang đo đa biến. Mô hình có 5 khái niệm nghiên cứu với 18 biến quan sát và 2 biến kiểm soát (giới tính và năm học của sinh viên) được trình bày trong Bảng 2.

Bảng 2

Thang đo các khái niệm trong mô hình

Khái niệm nghiên cứu	Số biến quan sát	Nguồn gốc
Ý định khởi nghiệp (INT)		
1. Tôi sẵn sàng làm bất kì mọi thứ để khởi nghiệp;	5	Krueger và cộng sự (2000); Wang và cộng sự (2011)
2. Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân;		
3. Tôi sẽ nỗ lực để bắt đầu và điều hành dự án khởi nghiệp của tôi;		
4. Tôi suy nghĩ nghiêm túc trong việc bắt đầu khởi nghiệp;		
5. Tôi đã xác định sẽ khởi nghiệp trong tương lai.		
Hành vi khởi nghiệp (BEH)		
1. Tôi đã phát triển kế hoạch kinh doanh;	8	Kautonen (2015)
2. Tôi đã có kế hoạch tiếp thị;		
3. Tôi đang phát triển một sản phẩm dịch vụ;		
4. Tôi đã nói chuyện với khách hàng tiềm năng;		
5. Tôi đã thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh;		
6. Tôi đã lập dự toán tài chính;		
7. Tôi đã tiếp cận các tổ chức quỹ đầu tư;		
8. Tôi đã chuẩn bị các cơ sở vật chất.		
Gắn kết trong khởi nghiệp (CON)		
1. Tôi không sợ những gì có thể xảy ra nếu tôi từ bỏ dự án kinh doanh của mình mà không có một kế hoạch khác;	5	Adam và Fayolle (2015)
2. Sẽ rất khó để tôi từ bỏ dự án ngay bây giờ, ngay cả khi tôi muốn;		
3. Tôi đã tốn kém rất nhiều, vì vậy, tôi không thể nào từ bỏ được dự án của mình;		
4. Tôi gắn bó với dự án của mình vì tôi thấy cơ hội hấp dẫn hơn là vì khả năng của tôi;		
5. Tôi cảm thấy tôi có rất ít lựa chọn để xem xét nếu tôi từ bỏ dự án kinh doanh.		

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Thang đo các khái niệm nghiên cứu đầu tiên được đánh giá sơ bộ bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA). Sau đó, kết quả được kiểm định thông qua độ tin cậy tổng hợp, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt bằng phương pháp phân tích nhân tố khẳng định CFA (Confirmation Factor Analysis). Phương pháp cấu trúc tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling) được sử dụng để kiểm định mô hình lý thuyết và các giả thuyết. Phương pháp ước lượng là ML (Maximum Likelihood).

Kết quả kiểm định thang đo được trình bày trong Bảng 3.

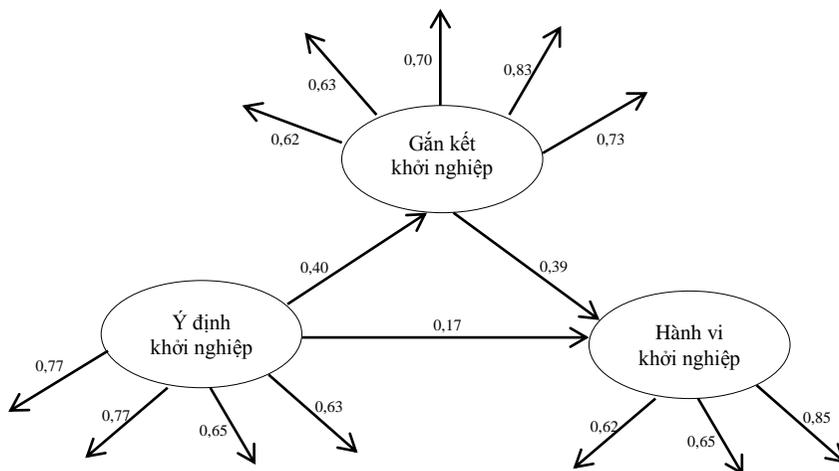
Kết quả phân tích CFA mô hình tối hạn cho thấy mô hình này có giá trị thống kê chi-bình phương là 65,772 với 51 bậc tự do (df), giá trị $p=0,08$. Nếu điều chỉnh theo bậc tự do có $CMIN/df=1,290<2$, đạt yêu cầu độ tương thích. Các chỉ tiêu khác nhau như $GFI=0,958$, $TLI=0,980$, $CFI=0,985$, $RMSEA=0,034<0,80$, đều đạt yêu cầu. Vì vậy, có thể kết luận: Mô hình tối hạn đạt được độ tương thích với dữ liệu thị trường.

Bảng 3

Bảng tóm tắt kết quả kiểm định thang đo

Khái niệm	Số biến quan sát	Độ tin cậy		Phương sai trích (Average Variance Extracted)
		Cronbach's Alpha	Tổng hợp (Composite Reliability)	
Ý định khởi nghiệp	4	0,796	0,799	0,501
Hành vi khởi nghiệp	3	0,745	0,756	0,513
Gắn kết trong khởi nghiệp	3	0,830	0,832	0,501

Kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu bằng SEM (Hình 2) cho thấy mô hình này có giá trị thống kê với chi-bình phương là 65,772 với 51 bậc tự do, giá trị $p\text{-value}=0,08$. Nếu điều chỉnh theo bậc tự do có $CMIN/df=1,290<2$, đạt yêu cầu độ tương thích. Các chỉ tiêu khác nhau như $GFI=0,958$, $TLI=0,980$, $CFI=0,985$, $RMSEA=0,034<0,80$ đều đạt yêu cầu. Hiện tượng Heywood không xuất hiện trong quá trình ước lượng các mô hình CFA, SEM và đa số các sai số chuẩn đều nhỏ hơn $|2,28|$. Vì vậy, có thể kết luận mô hình này thích hợp với dữ liệu thị trường.



Chi-bình phương = 65,772; df=51; P=0,08. CMIN/df=1,290<2, GFI=0,958; TLI=0,980; CFI=0,985; RMSEA=0,034<0,080

Hình 2. Kết quả SEM cho mô hình lí thuyết (đã chuẩn hóa)

Kết quả ước lượng các tham số chính được trình bày ở Bảng 4, tất cả các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p < 5\%$). Theo đó, ý định khởi nghiệp có tác động dương đến hành vi khởi nghiệp ($H_1: \beta = 0,171, p = 0,038$). Gắn kết trong khởi nghiệp có tác động dương đến hành vi khởi nghiệp ($H_2: \beta = 0,385, p = ***$). Cuối cùng, ý định khởi nghiệp có tác động dương đến gắn kết trong khởi nghiệp ($H_3: \beta = 0,399, p = ***$). Như vậy, cả 3 giả thuyết đều được chấp nhận.

Bảng 4

Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm nghiên cứu trong mô hình (chuẩn hóa)

Mối quan hệ	Ước lượng	S.E.	C.R.	p-value
Gắn kết trong khởi nghiệp ← Ý định khởi nghiệp	0,357	0,072	5,945	0,000***
Hành vi khởi nghiệp ← Gắn kết trong khởi nghiệp	0,504	0,111	4,541	0,000***
Hành vi khởi nghiệp ← Ý định khởi nghiệp	0,200	0,096	2,077	0,038**

Ghi chú: **, *** lần lượt tương ứng với mức ý nghĩa 5%, 1%

Kết quả các tác động trực tiếp, gián tiếp và tác động tổng hợp vào các biến phụ thuộc (gắn kết trong khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp) được trình bày ở Bảng 5. Theo đó, gắn kết trong khởi nghiệp có tác động mạnh nhất đến hành vi khởi nghiệp với $\beta_{\text{tổng}} = 0,385$

trong khi ý định khởi nghiệp có tác động tổng đến hành vi khởi nghiệp yếu hơn một chút với $\beta_{\text{tổng}}=0,325$. Đây là căn cứ khẳng định vai trò của gắn kết trong khởi nghiệp là một yếu tố quan trọng thúc đẩy hành vi khởi nghiệp.

Bảng 5

Tác động của ý định khởi nghiệp đến gắn kết và hành vi khởi nghiệp

Biến phụ thuộc	Loại tác động	Ý định khởi nghiệp	Hành vi khởi nghiệp	Gắn kết trong khởi nghiệp
Gắn kết trong khởi nghiệp	Trực tiếp	0,399	0	0
	Gián tiếp	0	0	0
	Tổng hợp	0,399	0	0
Hành vi khởi nghiệp	Trực tiếp	0,171	0	0,385
	Gián tiếp	0,154	0	0
	Tổng hợp	0,325	0	0,385

4.2. Thảo luận kết quả

Mô hình nghiên cứu đề xuất có 3 khái niệm nghiên cứu đơn hướng là: (1) Ý định khởi nghiệp; (2) hành vi khởi nghiệp; và (3) gắn kết trong khởi nghiệp. Thang đo ý định khởi nghiệp có 5 biến quan sát, sau khi phân tích sơ bộ chỉ còn lại 4 biến quan sát, khái niệm gắn kết trong khởi nghiệp có 5 biến quan sát, cuối cùng khái niệm hành vi khởi nghiệp từ 8 biến đã bị loại 5 biến còn lại 3 biến.

Kết quả của các mô hình đo lường cho thấy giá trị thang đo đều đạt được độ tin cậy (hệ số Cronbach's Alpha, độ tin cậy tổng hợp) và giá trị cho phép (tính đơn hướng, phương sai trích, giá trị hội tụ và phân biệt).

Kết quả phân tích SEM cho thấy ý định khởi nghiệp có tác động dương trực tiếp khá mạnh đến gắn kết trong khởi nghiệp ($\beta=0,399$) và có tác động tổng hợp dương mạnh hơn một chút đến hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{tổng}}=0,325$). Tuy nhiên, ý định khởi nghiệp có tác động dương trực tiếp đến hành vi khởi nghiệp nhỏ hơn đến gắn kết ($\beta=0,171$), còn yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp có tác động dương mạnh nhất đến hành vi khởi nghiệp với $\beta=0,385$.

Kết quả nghiên cứu có một số ý nghĩa như sau:

Một là, yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa ý định và

hành vi với vai trò là biến trung gian và có ý nghĩa thống kê. Đây là mối quan hệ mới chưa được kiểm chứng tại Việt Nam (theo nghiên cứu của nhóm tác giả), góp phần mở rộng lí thuyết sự kiện khởi nghiệp (EEM) của Krueger và cộng sự (2000).

Hai là, ý định khởi nghiệp là chỉ báo tốt trong nhiều lĩnh vực, tuy nhiên, trong lĩnh vực khởi nghiệp thì chưa hẳn như vậy. Gắn kết trong khởi nghiệp được xem là yếu tố có hiệu quả đối với việc thúc đẩy hành vi khởi nghiệp.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Kết luận

Trên nền tảng lí thuyết sự kiện khởi nghiệp (EEM) của Krueger và cộng sự (2000), nghiên cứu đặt mục tiêu mở rộng lí thuyết này. Kết quả nghiên cứu phù hợp với nhận định của Souitaris và cộng sự (2007), van Gelderen và cộng sự (2015) rằng ý định chưa hẳn là yếu tố quan trọng dự đoán hành vi. Để lí giải, Carsrud và Brännback (2011) cho rằng các ý tưởng ban đầu về kế hoạch kinh doanh được thực hiện và chuyển thành hành vi có thể phụ thuộc vào một quá trình phức tạp hơn. Sheeran và Orbell (1998) giải thích nếu hành động đơn lẻ và ngắn hạn thì ý định là chỉ báo tốt, còn nếu là mục tiêu dài hạn thì phải kiểm soát tốt các hành động đơn lẻ (Sheeran, 2002) trong khi khởi nghiệp phải là mục tiêu trung hạn trở lên (Steel, 2007) và nó phụ thuộc vào yếu tố thời gian. Và một lần nữa cho thấy gắn kết trong khởi nghiệp được xem là yếu tố có hiệu quả đối với việc thúc đẩy hành vi khởi nghiệp cho sinh viên.

5.2. Hàm ý chính sách và giải pháp

Kết quả nghiên cứu đã khẳng định yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp có vai trò hết sức quan trọng trong việc thúc đẩy hành vi. Yếu tố này gợi mở cho sinh viên cần phải kiên trì đầu tư cho các ý tưởng khởi nghiệp thông qua các hoạt động đào tạo tại trường đại học và các trải nghiệm liên quan tới khởi nghiệp mà sinh viên có được trong quá trình học. Một số hàm ý chính sách và giải pháp cụ thể như sau:

Đối với sinh viên

Trước khi khởi nghiệp, sinh viên cần phải hình thành động lực thông qua nhận thức sự hấp dẫn của cơ hội khởi nghiệp, tự đánh giá năng lực khởi nghiệp, từ đó hình thành các ý tưởng, ý định khởi nghiệp cộng với đam mê để thực hiện những ý định khởi nghiệp đó. Những nhà khởi nghiệp thành công ngoài động lực, khát vọng, ý chí, kiên trì phát triển các ý tưởng kinh doanh thì họ luôn phải đối mặt với nhiều trở ngại khó khăn và sẵn

sàng đón nhận sự thất bại.

Để có thể khởi nghiệp, sinh viên cần được trang bị rất nhiều nền tảng kiến thức khởi nghiệp có liên quan như: Kiến thức về thị trường sản phẩm/dịch vụ, bán hàng và marketing, đối thủ cạnh tranh, công nghệ, nguồn nhân lực, luật pháp... Đồng thời, kỹ năng quản lý con người là không thể thiếu đối với các nhà khởi nghiệp. Ngoài ra, sinh viên phải trực tiếp tham gia đầu tư tài chính, mang tâm huyết vào ý tưởng khởi nghiệp của mình thì mới có thể gắn kết với mục tiêu khởi nghiệp.

Đối với các trường đại học

- *Thứ nhất*, các cơ sở đào tạo phải nhận thức được vai trò quan trọng của mình trong việc tạo dựng tiềm năng khởi nghiệp cho sinh viên

Để có số lượng doanh nhân trẻ năng động đón đầu xu hướng cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, các cơ sở đào tạo đại học phải đóng góp cho các hoạt động thúc đẩy gắn kết đầu tư, kiên trì khởi nghiệp cũng như nhận thức được vai trò quan trọng của mình trong thúc đẩy tiềm năng khởi nghiệp. Phải có lực lượng giảng viên nòng cốt xuất thân từ các nhà quản lý doanh nghiệp nhằm tạo được môi trường hỗ trợ cho việc phát triển khả năng cá nhân, hỗ trợ cho việc học tập của sinh viên có hiệu quả và phải là nơi khơi gợi tinh thần khởi nghiệp của giới trẻ.

Kinh nghiệm các nước đang phát triển cho thấy các trường đại học luôn là tác nhân thúc đẩy sự kiên trì khởi nghiệp của sinh viên, đặc biệt là khối các trường thuộc ngành kinh tế và quản trị kinh doanh (Solomon, 2007). Đã có một số trường đại học đưa vào chương trình giảng dạy về khởi nghiệp dưới dạng các chuyên đề, một số khác như Trường Đại học Kinh tế TP.HCM đã đưa ra hẳn một chuyên ngành mới là quản trị khởi nghiệp. Tuy nhiên, như thế vẫn còn ít, vì cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ không dành cơ hội cho những người chậm chân. Các trường đại học cần đổi mới nhận thức, quan điểm và mục tiêu đào tạo không chỉ nhằm mục đích cho sinh viên có kiến thức, để đi làm tại doanh nghiệp mà phải có một tinh thần khởi nghiệp, đặc biệt chú ý đến đổi mới sáng tạo.

- *Thứ hai*, các cơ sở đào tạo tổ chức các hoạt động ngoại khóa định hướng khởi nghiệp ngoài chương trình đào tạo chính thức

Áp dụng các phương pháp như: Thảo luận, bài tập tình huống, thiết lập kế hoạch kinh doanh, tăng cường giờ thực hành, làm đồ án, dự án..., tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp có sự tham gia của các doanh nghiệp đã khởi nghiệp thành công. Khuyến khích các ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo, kêu gọi các nhà đầu tư tham gia ngay từ đầu với sinh viên

đề khi ra trường thì khởi nghiệp vẫn là phương án ưu tiên được lựa chọn.

- *Thứ ba*, tăng cường hoạt động truyền cảm hứng khởi nghiệp cho sinh viên trong nhà trường

Hoạt động truyền cảm hứng thông qua các giảng viên trong quá trình giảng trên lớp, qua việc minh họa, đưa ra tình huống thảo luận bằng những câu chuyện thành công/thất bại của các doanh nhân. Tổ chức các cuộc giao lưu hoặc nói chuyện chuyên đề với các khách mời là các chủ doanh nghiệp thành đạt/thất bại về các bài học thành công/thất bại mà họ đã từng trải.

- *Thứ tư*, tăng cường tính ứng dụng, thực tiễn trong đào tạo

Liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp nhằm kết nối để đưa sinh viên vào thực tập, tiếp thu kinh nghiệm và làm việc tại các doanh nghiệp này. Xây dựng các trung tâm ươm tạo doanh nghiệp trong các trường đại học. Đây sẽ là nơi cung cấp các hoạt động ngoại khóa hữu ích nhằm gia tăng cơ hội trải nghiệm khởi nghiệp thực tế. Riêng đối với các cơ quan quản lý cấp vĩ mô và cơ quan truyền thông, trong thời gian tới cần tăng cường các hoạt động thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp trên phạm vi cả nước (như chương trình VTV – quốc gia khởi nghiệp đang thực hiện) và cung cấp các chương trình hỗ trợ cho các trường đại học trong các hoạt động gia tăng tiềm năng khởi nghiệp của sinh viên.

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu này chỉ thực hiện tại 9 trường đại học ở TP.HCM, Bình Dương, Đồng Nai. Kết quả sẽ tốt hơn nếu được thực hiện tại các trường đại học lớn như ở Cần Thơ, Đà Nẵng, Hà Nội, những nơi được xem là môi trường khởi nghiệp khá lí tưởng.

Nghiên cứu này thực hiện chọn mẫu thuận tiện, do vậy, tính đại diện có thể chưa cao. Do đó, để có thể tổng quát hóa và mang tính đại diện cao cho sinh viên Việt Nam thì cần có những nghiên cứu lặp lại với kích thước mẫu lớn hơn, khảo sát ở nhiều tỉnh/thành phố trong cả nước.

Ngoài ra, tác giả cũng chỉ xem xét duy nhất yếu tố gắn kết trong khởi nghiệp như là yếu tố trung gian ảnh hưởng đến mối quan hệ ý định và hành vi khởi nghiệp trong khi lí thuyết các pha hành động (Gollwitzer, 1993, 1997) có thể có nhiều yếu tố khác ảnh hưởng với vai trò là điều tiết hoặc trung gian, ví dụ như ý định hành động.

Bên cạnh đó, việc khảo sát một lần cũng là hạn chế, vì hành vi khởi nghiệp là một dạng hành vi khó dự đoán trong tương lai, do đó cần kết hợp sử dụng nhiều phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu, bao gồm dữ liệu một thời điểm và dữ liệu đa thời điểm thì

mới có thể giải quyết tốt hơn mối quan hệ giữa ý định và hành vi.

Các nghiên cứu tiếp theo cũng nên xem xét sự khác biệt giữa các nhóm người có động cơ lựa chọn nghề nghiệp thuần túy hay vì động cơ sáng tạo■

Tài liệu tham khảo

- Adam, A.-F., & Fayolle, A. (2015). Bridging the entrepreneurial intention–behaviour gap: The role of commitment and implementation intention. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(1), 36–54. doi: 10.1504/IJESB.2015.068775
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bhandari, N. C. (2012). Relationship between students'gender, their own employment, their parents'employment, and the students'intention for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 133.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. doi: 10.5465/amr.1988.4306970
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (1998). What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, 16(1), 26–60. doi: 10.1086/209881
- Brandstätter, V., Lengfelder, A., & Gollwitzer, P. M. (2001). Implementation intentions and efficient action initiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(5), 946–960. doi: 10.1037/0022-3514.81.5.946
- Bruyat, C., & Julien, P.-A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 165–180. doi: 10.1016/S0883-9026(99)00043-9
- Bùi Thị Hồng Thái. (2008). Vận dụng lí thuyết cam kết vào việc thúc đẩy hành vi tiết kiệm năng lượng ở trường học. *Tạp chí Tâm lí học*, 10, 56–63.
- Bùi Thị Thanh, & Nguyễn Xuân Hiệp. (2016). *Ý định khởi nghiệp của sinh viên: Nghiên cứu điều tra tại TP.HCM*. Hội thảo khoa học Khởi nghiệp tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức trong thời kỳ hội nhập. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Cao Quốc Việt, Hồ Trọng Nghĩa, Lê Thanh Trúc, & Từ Vân Anh. (2016). *Kiểm định mô hình tư duy khởi nghiệp trong mạng lưới mối quan hệ giữa ý định khởi nghiệp, môi trường giáo dục, và động cơ người học: Nghiên cứu trường hợp sinh viên khoa quản trị - UEH*. Hội thảo khoa học Khởi nghiệp tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức trong thời kỳ hội nhập. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know?

- Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. doi: 10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x
- Chính phủ. (2016). *Chính phủ ban hành Nghị quyết về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020*. Truy cập ngày 15/1/2017, từ <http://thutuong.chinhphu.vn/Home/Chinh-phu-ban-hanh-Nghi-quyet-ve-ho-tro-va-phat-trien-doanh-nghiep-den-nam-2020/20165/24740.vgp>
- Cole, A. H. (1968). The entrepreneur introductory remarks. *The American Economic Review*, 58(2), 60–63.
- De Clercq, D., Dimov, D., & Thongpapanl, N. (2013). Organizational social capital, formalization, and internal knowledge sharing in entrepreneurial orientation formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 505–537. doi: 10.1111/etap.12021
- do Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20–38. doi: 10.1007/s10843-010-0071-9
- Edelman, L. F., Brush, C. G., Manolova, T. S., & Greene, P. G. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 174–196. doi: 10.1111/j.1540-627X.2010.00291.x
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.11.024
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440. doi: 10.1016/j.jbusvent.2010.01.001
- Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E., & Katz, J. A. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 5–9.
- GEM. (2016). *Báo cáo chỉ số khởi nghiệp Việt nam 2015: Hoạt động kinh doanh xã hội*. Hà Nội: NXB Giao thông Vận tải.
- 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.
- Gollwitzer, P. M. (1993). Goal Achievement: The Role of Intentions. *European Review of Social Psychology*, 4(1), 141–185. doi: 10.1080/14792779343000059
- Gollwitzer, P. M., & Brandstätter, V. (1997). Implementation intentions and effective goal pursuit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 186–199. doi: 10.1037/0022-3514.73.1.186.
- Hadjimanolis, A., & Poutziouris, P. (2011). Family business background, perceptions of barriers, and entrepreneurial intentions in Cyprus. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 168–182. doi: 10.1504/IJEV.2011.039339

- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5thed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Hayton, J. C., & Cholakova, M. (2012). The role of affect in the creation and intentional pursuit of entrepreneurial ideas. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 41–68. doi: 10.1111/j.1540-6520.2011.00458.x
- Henley, A. (2007). Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: Evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 253–280. doi: 10.1080/08985620701223080
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45–63. doi: 10.1111/j.1540-627X.2006.00153.x
- Hoàng Thị Phương Thảo, & Bùi Thị Thanh Chi. (2013). Ý định khởi nghiệp của nữ học viên MBA tại thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 271, 10–22.
- Huỳnh Đình Thái Linh, Lê Nhật Hạnh, & Nguyễn Thị Duy Quyên. (2016). Nghiên cứu mối quan hệ giữa các nhân tố thúc đẩy khởi nghiệp, nhận thức rủi ro, và hành vi có chủ định để trở thành nghiệp chủ. *Hội thảo khoa học Khởi nghiệp tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức trong thời kỳ hội nhập*. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Joule, R.-V., & Beauvois, J.-L. (1998). *La soumission librement consentie: Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire?* Paris: Presses Universitaires de France.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Lê Ngọc Thông. (2013). Thực trạng và giải pháp phát triển tinh thần doanh nhân của sinh viên học chương trình tiên tiến - chất lượng cao tại trường đại học Kinh tế Quốc dân. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 181, 22–29.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. doi: 10.1016/1053-4822(91)90011-Z
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model. *Human resource management review*, 11(3), 299–326. doi: 10.1016/S1053-4822(00)00053-X
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2011). A Cross-Cultural

- Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185. doi: 10.1177/0894845310384481
- Nabi, G., & Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(6), 633–655. doi: 10.1108/IJEER-10-2012-0107
- Nasurdin, A. M., Ahmad, N. H., & Lin, C. E. (2009). Examining a model of entrepreneurial intention among Malaysians using SEM procedure. *European Journal of Scientific Research*, 33(2), 365–373.
- Nguyễn Đình Thọ. (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện*. TP.HCM: NXB Lao động - Xã hội.
- Nguyễn Hoàng Kiệt. (2016). *So sánh động cơ của nhà khởi nghiệp tại Việt Nam với một số nước Châu Âu*. Hội thảo khoa học Khởi nghiệp tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức trong thời kỳ hội nhập. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Nguyễn Hùng Phong, & Nguyễn Hữu Nhuận (2016). *Mối quan hệ giữa năng lực nội sinh và khởi nghiệp kinh doanh*. Hội thảo khoa học Khởi nghiệp tại Việt Nam: Cơ hội và thách thức trong thời kỳ hội nhập. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
- Nguyễn Văn Thắng. (2015). *Một số lý thuyết đương đại về quản trị kinh doanh: Ứng dụng trong nghiên cứu*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc Dân.
- Randall, D. M., & Wolff, J. A. (1994). The time interval in the intention-behaviour relationship: Meta-analysis. *British Journal of Social Psychology*, 33(4), 405–418. doi: 10.1111/j.2044-8309.1994.tb01037.x
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231. doi: 10.1007/s11187-005-1980-1
- 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. doi: 10.1111/etap.12087
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. New Jersey: Transaction publishers.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. doi: 10.5465/amr.2000.2791611
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, L. Sexton, & K. Vesper (Eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Sheeran, P. (2002). Intention-behavior relations: A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1–36. doi: 10.1080/14792772143000003

- Sheeran, P., & Orbell, S. (1998). Do intentions predict condom use? Metaanalysis and examination of six moderator variables. *British Journal of Social Psychology*, 37(2), 231–250. doi: 10.1111/j.2044-8309.1998.tb01167.x
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. doi: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.002
- Steel, P. (2007). The nature of procrastination: A meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological Bulletin*, 133(1), 65–94. doi: 10.1037/0033-2909.133.1.65
- van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559. doi: 10.1108/13620430810901688
- van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655–673. doi: 10.1016/j.jbusvent.2015.01.003
- VCCI. (2009). *Những trở ngại về Giới đối với Doanh nhân nữ Việt Nam - Kết quả nghiên cứu và Đề xuất chính sách*. Chương trình chung giữa Liên hiệp quốc và Chính phủ Việt Nam về Bình đẳng Giới.
- Walker, J. K., Jeger, M., & Kopecki, D. (2013). The role of perceived abilities, subjective norm and intentions in entrepreneurial activity. *The Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 181–202. doi: 10.1177/0971355713490621
- Wang, W., Lu, W., & Millington, J. K. (2011). Determinants of entrepreneurial intention among college students in China and USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 35–44.