



Tác động của sáng tạo cá nhân với dự định và hành vi khởi nghiệp

NGUYỄN THU THỦY*

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

THÔNG TIN	TÓM TẮT
Ngày nhận: 12/02/2023 Ngày nhận lại: 14/04/2023 Duyệt đăng: 14/04/2023 Mã phân loại JEL: L26; M13. Từ khóa: Dự định khởi nghiệp; Hành vi khởi nghiệp; Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB); Sáng tạo cá nhân. Keywords: Entrepreneurship intention; Entrepreneurship behavior; Theory of Planned Behavior (TPB); Creativity.	Các nghiên cứu về khởi nghiệp hiện nay thiếu vắng các nghiên cứu về hành vi khởi nghiệp và mối quan hệ giữa dự định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp. Nghiên cứu này kiểm định tác động của sáng tạo cá nhân tới hành vi khởi nghiệp của sinh viên đại học chính quy tại Việt Nam dựa theo mô hình về hành vi có kế hoạch (TPB). Mẫu nghiên cứu gồm 701 sinh viên đại học ở cả khối kỹ thuật và khối kinh tế - quản trị kinh doanh trên địa bàn Hà Nội. Kết quả khảo sát cho thấy sáng tạo cá nhân có ảnh hưởng đến thái độ, khả năng kiểm soát hành vi, dự định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp của sinh viên, đồng thời là nhân tố điều tiết mối quan hệ giữa dự định và hành vi khởi nghiệp. Abstract The current research on entrepreneurship lacks studies on entrepreneurial behavior and the relationship between entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior. This study examines the impact of individual creativity on entrepreneurial behavior of university students in Vietnam based on the model of planned behavior (TPB). The research sample includes 701 university students in both technical and economic-business management in Hanoi. The survey results show that creativity has an influence on students' attitudes, perceived control behavior, entrepreneurial intention, and entrepreneurial behavior, and moderates the relationship between entrepreneurial intention and behavior.

* Tác giả liên hệ.

Email: thuyntqtkd@neu.edu.vn (Nguyễn Thu Thủy).

Trích dẫn bài viết: Nguyễn Thu Thủy. (2023). Tác động của sáng tạo cá nhân với dự định và hành vi khởi nghiệp. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 34(3), 73–86.

1. Giới thiệu chung

Khởi nghiệp gắn liền với phát triển kinh tế và tạo của cải cho cá nhân và xã hội, là công việc có ý nghĩa cho những người thích sáng tạo (Minano & Campo, 2017). Vì khởi nghiệp là hành vi có kế hoạch (Linán & Chen, 2009) nên việc hình thành dự định khởi nghiệp thường được coi là một bước quan trọng trong quá trình bắt đầu một doanh nghiệp mới. Đó là lý do trong vài thập kỷ qua, các học giả trong lĩnh vực nghiên cứu khởi nghiệp trên thế giới cũng như ở Việt Nam thường xuyên tập trung vào việc tìm hiểu về dự định khởi nghiệp. Tuy nhiên, bằng chứng cho thấy rằng không phải tất cả các dự định khởi nghiệp sẽ chuyển thành hành vi khởi nghiệp thực tế (Shirokova và cộng sự, 2016; Duong, 2022). Nguyên nhân có thể do dự định thay đổi theo thời gian, hoặc do thay đổi sự quan tâm, sở thích, tính cách cá nhân hoặc xuất hiện một nhân tố biến động mới (Neneh, 2019). Như vậy, các nghiên cứu gần đây như: Kautonen và cộng sự (2015), Neneh (2019), Nguyễn Quang Thu và cộng sự (2017), Shirokova và cộng sự (2016), Duong (2022) đã đặt câu hỏi về mức độ phù hợp của nghiên cứu chủ yếu tập trung vào dự định khởi nghiệp, và do đó khuyến khích sự quan tâm nhiều hơn tới hành vi khởi nghiệp. Có nhiều yếu tố như: Môi trường, hoàn cảnh và cá nhân có thể tác động tới việc chuyển từ dự định kinh doanh thành hành động khởi nghiệp thực tế (Rauch & Hulsink, 2015). Shirokova và cộng sự (2016) gợi ý rằng các đặc điểm cá nhân có vai trò quan trọng trong thúc đẩy/cản trở các hành vi khởi nghiệp và cần được nghiên cứu nhiều hơn nữa.

Tiếp nối các nghiên cứu trước đây của Kautonen và cộng sự (2015), Gieure và cộng sự (2020) trên nền tảng lý thuyết về hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991) để tìm hiểu mối quan hệ giữa các tiền tố của dự định tới hành vi khởi nghiệp, với mẫu nghiên cứu gồm 701 sinh viên đại học, nghiên cứu này làm sáng tỏ tác động của sáng tạo cá nhân tới dự định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp.

2. Tổng quan, giả thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Mô hình lý thuyết về hành vi có kế hoạch TPB

Mô hình lý thuyết của nghiên cứu này bắt nguồn từ lý thuyết về hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) cho rằng dự định về một hành vi có mối liên hệ trực tiếp với hành vi thực tế (Ajzen, 1991). Khởi nghiệp (Entrepreneurship) được định nghĩa là bắt đầu hoặc tạo dựng một công việc kinh doanh mới. Dự định khởi nghiệp có thể được định nghĩa là dự định của một cá nhân để bắt đầu một doanh nghiệp mới, một quá trình định hướng việc lập kế hoạch và triển khai thực hiện một kế hoạch tạo lập doanh nghiệp (Linán & Chen, 2009).

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch cho rằng hành vi của con người là kết quả của dự định thực hiện hành vi và khả năng kiểm soát của họ. Dự định thực hiện hành vi không chỉ chịu sự tác động của nhân tố bên trong (thái độ) mà còn chịu tác động bởi nhân tố bên ngoài (tác động từ nhóm hoặc những người có tầm ảnh hưởng). Dự định khởi nghiệp chịu tác động bởi ba nhân tố:

(1) Thái độ của cá nhân đối với hành vi (Perceived Attitude): Thể hiện mức độ đánh giá tiêu cực hoặc tích cực của cá nhân về việc khởi nghiệp doanh nghiệp. Đó không chỉ đơn giản là cảm giác của cá nhân (Tôi thích, nó làm cho tôi thấy được, ổn thỏa) và bao hàm cả việc cân nhắc đánh giá giá trị

của khởi nghiệp (Nó có khả năng đem lại lợi nhuận, có nhiều ưu điểm hơn): “Tôi có muốn làm việc đó không?”

(2) Ý kiến của những người xung quanh (Social Norm): Đo lường các áp lực của xã hội mà một cá nhân tự cảm nhận được về việc tiến hành hoặc không tiến hành các hành vi khởi nghiệp. Cụ thể, nó là dự cảm của một cá nhân về việc những người xung quanh có ủng hộ quyết định khởi nghiệp của mình hay không, hay chính là trả lời câu hỏi: “Những người khác có muốn tôi làm việc đó không?”

(3) Cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi (Perceived Behavior Control) được định nghĩa là quan niệm của cá nhân về độ khó hoặc dễ trong việc hoàn thành các hành vi khởi nghiệp (Tôi thấy là tôi có khả năng làm và đủ nguồn lực để làm việc đó không?). Khái niệm này đều đề cập tới khả năng của một cá nhân trong việc hoàn thành các hành vi khởi tạo doanh nghiệp. Cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi không chỉ đơn thuần là dự cảm về việc có thể thực hiện được hành vi mà còn là cảm nhận về việc có khả năng kiểm soát hành vi. TPB đã được xác nhận là hiệu quả trong việc giải thích dự định và các yếu tố tác động tới dự định trong một số lĩnh vực khác nhau.

Giả thuyết H₁: Thái độ với khởi nghiệp có tác động tích cực tới dự định khởi nghiệp.

Giả thuyết H₂: Ý kiến của những người xung quanh có tác động tích cực tới dự định khởi nghiệp.

Giả thuyết H₃: Khả năng kiểm soát hành vi có tác động tích cực tới dự định khởi nghiệp.

Mô hình TPB trong lĩnh vực khởi nghiệp cũng đã được nhiều nghiên cứu áp dụng, tuy nhiên, phần lớn mới chỉ dừng ở việc xác nhận ba nhân tố tác động tới dự định, còn từ dự định tới hành động khởi nghiệp thì còn thiếu vắng (Miranda và cộng sự, 2017). Theo các nguyên tắc cơ bản của TPB, thành lập một doanh nghiệp mới là không phải hành vi tự phát mà là hành vi có kế hoạch. Những người có dự định mạnh mẽ đối với một hành vi nhất định thường có nhiều khả năng đầu tư nhiều nỗ lực hơn để thực hiện hành vi đó. Khi dự định đã được hình thành, các cá nhân sẽ có xu hướng hành động theo dự định đó khi phát hiện ra các cơ hội và thời cơ thích hợp. Một cá nhân có dự định thì sẽ có hành vi thực hiện dự định đó (Ajzen, 1991). Hơn thế, khả năng kiểm soát hành vi cũng có tác động tới việc thực hiện hành vi. Mối liên hệ giữa dự định, khả năng kiểm soát hành vi và hành vi trong một số lĩnh vực như tiêu dùng, mua sắm đã được nhiều nghiên cứu khẳng định. Trong lĩnh vực khởi nghiệp, mối quan hệ này lại chưa được rõ ràng. Duong (2022) đã chỉ ra mối quan hệ giữa dự định chỉ giải thích 18–27% sự thay đổi của hành vi, tác động của dự định tới hành vi được mô hình TBP giới thiệu nhưng không được ủng hộ bởi các nghiên cứu của Rauch và Hulsink (2015), Shirokova và cộng sự (2016). Một số nghiên cứu của Miranda và cộng sự (2017), Armitage và Conner (2001) đã đề xuất tác động của khả năng kiểm soát hành vi tới hành vi khởi nghiệp. Trong nghiên cứu này, trên cơ sở mô hình gốc TPB của Ajzen (1991), tác giả đề xuất:

Giả thuyết H_{4a}: Dự định khởi nghiệp sẽ có quan hệ thuận chiều với hành vi khởi nghiệp.

Giả thuyết H_{4b}: Khả năng kiểm soát hành vi có tác động tích cực tới hành vi khởi nghiệp.

2.2. Vai trò của sáng tạo cá nhân

Theo trường phái lý thuyết về đặc tính cá nhân (Personal Traits), nghiệp chủ là những cá nhân trong xã hội không những nhận biết được các cơ hội kinh doanh mà phải sở hữu các đặc điểm tính cách cá nhân riêng biệt (MacMillan & Katz, 1992). Theo quan điểm này, những người có sở hữu một số đặc điểm cá nhân, tính cách nhất định thì mới trở thành nghiệp chủ, những người không có tố chất của chủ doanh nghiệp dù có được đào tạo hay hỗ trợ thì không bao giờ khởi nghiệp. Nhưng tính cách

điển hình này sẽ phân biệt người sẽ khởi nghiệp hoặc không bao giờ khởi nghiệp. Một trong các đặc tính cá nhân của nghiệp chủ được Zampetakis và Moustakis (2006), Strzalecki (2000), Biraglia và Kadile (2017), Neneh (2019) đề xuất là tính sáng tạo.

Có nhiều định nghĩa khác nhau về khả năng sáng tạo cá nhân trên các quan điểm nhìn nhận khác nhau. Sáng tạo liên quan đến việc tạo ra các sản phẩm và ý tưởng mới lạ và hữu ích, hoặc sáng tạo là việc hình thành hay tạo ra một thứ mới mà trước đây không tồn tại (Hu và cộng sự, 2018). Fillis và Rentschler (2010) chỉ ra rằng một cá nhân có tính sáng tạo sẽ giải quyết các vấn đề, tạo ra các sản phẩm mới hoặc đặt ra các câu hỏi mới theo một cách không giống thông lệ bình thường. Sáng tạo có thể tác động đến cách thức tìm ra phương án để giải quyết vấn đề của cuộc sống. Khả năng sáng tạo cá nhân thể hiện qua niềm tin hoặc nhận thức về khả năng sáng tạo của chính cá nhân đó (Biraglia & Kadile, 2017).

Strzalecki (2000) đề xuất quan điểm sáng tạo cá nhân là một phong cách, một đặc tính cá nhân do điều kiện cơ bản của sự sáng tạo là mức độ cao về tính linh hoạt, độc đáo liên quan đến hiệu quả của hệ thống nhận thức. Trên cơ sở trường phái lý thuyết về đặc điểm của cá nhân để phân biệt doanh nhân với những người khác thì cho rằng những người có khả năng dấn thân vào hoạt động khởi nghiệp là những người có một số đặc tính cơ bản, nhiều nhà nghiên cứu đã liên kết xác định tính sáng tạo là yếu tố thiết yếu thúc đẩy khởi nghiệp, bởi bản thân khởi nghiệp là một hoạt động sáng tạo (Neneh, 2019). Sáng tạo là một kỹ năng quan trọng mà một doanh nhân thành đạt phải có. Các doanh nhân có thể bắt đầu kinh doanh qua các phương thức sáng tạo đổi mới bằng cách kết hợp các nguồn lực hiện có và tạo ra ý tưởng mới (Shahab và cộng sự, 2019). Sáng tạo giúp các doanh nhân trong quá trình nhận thức cá nhân bằng cách kết hợp kiến thức và thông tin (Miranda và cộng sự, 2017). Những cá nhân có đặc tính sáng tạo cũng tiếp cận các tiến bộ khoa học kỹ thuật nhanh hơn, tiếp cận nhanh chóng với Internet và thay đổi của môi trường để nắm bắt cơ hội, sáng tạo giúp nhìn nhận và tiếp cận tới cơ hội kinh doanh dễ dàng hơn, tìm ra được các giải pháp giải quyết vấn đề thị trường và ý tưởng kinh doanh (Biraglia & Kadile, 2017). Khởi nghiệp là kết quả của các hành vi sáng tạo và đổi mới.

Gieure và cộng sự (2020) dựa trên lý thuyết tâm lý học hành vi cho rằng các đặc tính cá nhân của người khởi nghiệp tác động tới dự định khởi nghiệp qua các biến số trong mô hình TPB. Sáng tạo được coi là một đặc điểm cá nhân, nên trong nghiên cứu này, sáng tạo là tiền tố của mô hình TPB. Đặc tính sáng tạo làm cho các cá nhân háo hức mong muốn dấn thân vào khởi nghiệp, gia tăng dự định khởi nghiệp (Biraglia & Kadile, 2017). Minano và Campo (2017) đề xuất rằng các cá nhân, những người có khả năng sáng tạo mạnh mẽ sẽ có thái độ thiện cảm với cái mới, có dự định xu hướng thành lập một doanh nghiệp mới. Năng lực sáng tạo làm các cá nhân phát hiện cơ hội dễ dàng hơn, giải quyết vấn đề cởi mở, và như vậy tự tin hơn về năng lực của mình (Shahab và cộng sự, 2019).

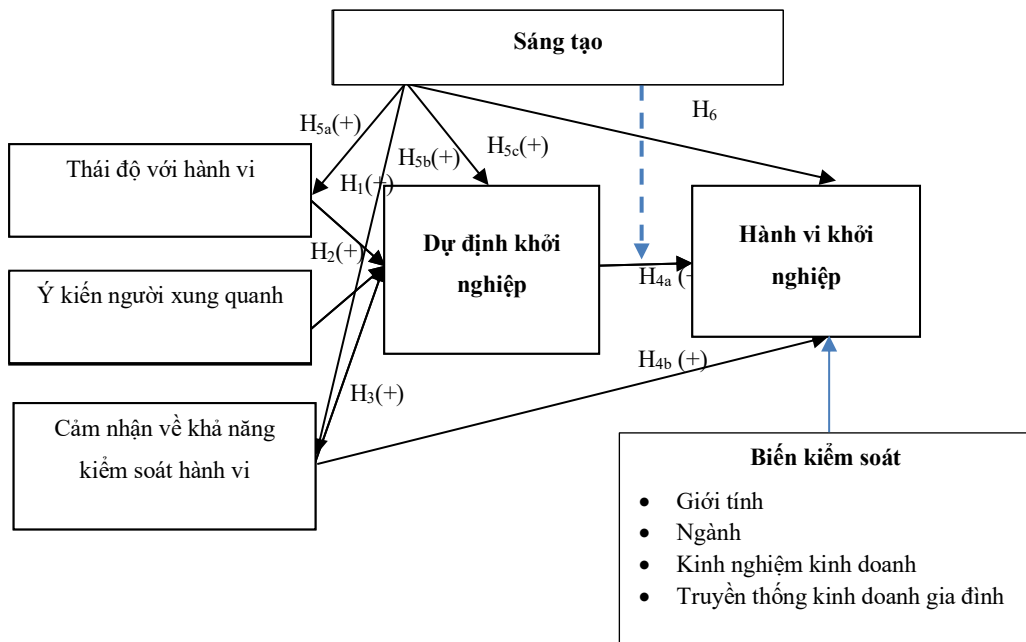
Giả thuyết H₅: Tính sáng tạo của cá nhân tác động thuận chiều tới (a) thái độ khởi nghiệp, (b) khả năng kiểm soát hành vi khởi nghiệp, (c) dự định khởi nghiệp, và (d) hành vi khởi nghiệp.

Hơn thế, mặc dù ở các lĩnh vực khác như tiêu dùng, mối quan hệ giữa dự định và hành vi đã được chứng minh là có quan hệ rất chặt chẽ nhưng trong lĩnh vực khởi nghiệp, mối quan hệ giữa dự định và hành vi còn tương đối mơ hồ (Li và cộng sự, 2020). Hiện nay rất thiếu các nghiên cứu về quá trình, cơ chế của mối quan hệ giữa dự định và hành vi khởi nghiệp (Kautonen và cộng sự, 2015; Shirokova và cộng sự, 2016). Trong khi nhiều người có dự định khởi nghiệp thực sự bắt tay vào thực hiện các hành vi thành lập doanh nghiệp mới, thì một số người có dự định này lại trì hoãn hành vi hoặc không có bất kỳ hành động nào. Các nghiên cứu của Nguyễn Quang Thu và cộng sự (2017), Kautonen và

cộng sự (2015) thì khẳng định dự định sẽ chuyển thành hành vi nhưng nghiên cứu thực nghiệm của Neneh (2019), Shirokova và cộng sự (2016) thì không thấy mối liên hệ giữa dự định và hành vi khởi nghiệp hoặc rất yếu. Trong các bối cảnh mà mối quan hệ không rõ ràng hoặc có nhiều tranh cãi, nhiều nghiên cứu đã sử dụng biến điều tiết để giải thích sự khác biệt trong các nghiên cứu (Li và cộng sự, 2020). Rauch và Hulsink (2015) cho rằng các đặc điểm môi trường, cá nhân, xã hội có thể thúc đẩy/cản trở việc chuyển dự định thành hành vi khởi nghiệp thực tế. Nghiên cứu này cho rằng tiếp nối quan điểm của Hu và cộng sự (2018), Shahab và cộng sự (2019) cho rằng sáng tạo là một đặc tính cá nhân có thể được coi là một trong những điều tiết quan trọng nhưng ít được nghiên cứu kỹ của dự định kinh doanh và hành động kinh doanh.

Những cá nhân có dự định kinh doanh cao, nếu khả năng sáng tạo cao, họ sẽ nhanh chóng tìm ra các ý tưởng nắm bắt cơ hội thị trường để thực hiện các hành vi khởi nghiệp. Bởi vì sáng tạo là yếu tố thành công then chốt trong khởi nghiệp, một cá nhân sáng tạo sẽ nhanh chóng nhận ra cơ hội kinh doanh, xác định các ý tưởng đổi mới theo cách thức mới và tạo giá trị mới hoặc cải cách các nguồn lực sẵn có theo một cách mới lạ (Minano & Campo, 2017). Ý tưởng sáng tạo là yếu tố căn bản cho khởi nghiệp (Fillis & Rentschler, 2010). Ý tưởng sáng tạo ở đây không nhất thiết là sản phẩm mới, mà có thể là cách thức kinh doanh mới, thị trường mới, kênh phân phối mới cho các sản phẩm truyền thống. Những cá nhân có năng lực sáng tạo là những người có động lực cao nhất để tự làm chủ (Zampetakis & Moustakis, 2006). Mặt khác, những cá nhân có dự định bắt đầu kinh doanh trong tương lai, nhưng thiếu tính sáng tạo, sẽ trì hoãn nắm bắt các cơ hội thị trường nên ít có khả năng biến dự định của họ thành hành động. Do đó, nghiên cứu này đưa ra giả thuyết rằng:

Giả thuyết H₆: Tính sáng tạo của cá nhân điều tiết mối quan hệ giữa dự định và hành vi khởi nghiệp, mối quan hệ sẽ tích cực hơn đối với những cá nhân có khả năng sáng tạo cao.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

2.3. *Biến kiểm soát*

Trong nghiên cứu này, để kiểm soát mô hình, tác giả sử dụng thêm bốn biến kiểm soát gồm: Giới tính, ngành học, kinh nghiệm khởi nghiệp, và truyền thống kinh doanh gia đình (có bố mẹ tự kinh doanh) trong mô hình nghiên cứu. Các biến này đã được sử dụng phổ biến làm biến kiểm soát trong nhiều nghiên cứu trước đây như như: Linán và Chen (2009), Shirokova và cộng sự (2016), Rauch và Hulsink (2015), Miranda và cộng sự (2017).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. *Thang đo*

Hành vi khởi nghiệp đề cập đến các hoạt động mà cá nhân thực hiện để biến ý tưởng thành hành động để tạo ra doanh nghiệp mới. Quá trình tạo lập doanh nghiệp mới là quá trình từ lúc có dự định kinh doanh đến lúc thực hiện lần bán hàng đầu tiên (Shirokova và cộng sự, 2016). Hành vi khởi nghiệp gồm nhiều hoạt động từ nghiên cứu thị trường cho tới hành vi cuối cùng là doanh nghiệp mới ra đời. Các nhà nghiên cứu cho rằng càng nhiều hoạt động được thực hiện, một doanh nhân càng tiến gần đến việc tạo lập doanh nghiệp mới. Kautonen và cộng sự (2015) cho rằng “một người càng dành nhiều thời gian và nỗ lực để hoàn thành các hành vi khởi nghiệp thì càng có nhiều khả năng đi tới hành vi cuối cùng là mở doanh nghiệp”.

Do vậy, trong nghiên cứu này, thang đo hành vi khởi nghiệp (EB) gồm nhiều chỉ báo phản ánh các hành vi khởi nghiệp khác nhau mà một doanh nhân có thể thực hiện trong quá trình đi tới việc tạo lập doanh nghiệp mới. Dựa trên các phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu trước đây như phương pháp Global Entrepreneurship Monitor (GEM) của Kautonen và cộng sự (2015), sau đó đã được Shirokova và cộng sự (2016), Li và cộng sự (2020) sử dụng, nghiên cứu này dùng danh sách 10 hành vi khởi nghiệp, bao gồm: (1) Đã thảo luận về sản phẩm hoặc ý tưởng kinh doanh có tiềm năng khách hàng, (2) thu thập thông tin được về thị trường hoặc đối thủ cạnh tranh, (3) viết kế hoạch kinh doanh, (4) bắt đầu phát triển sản phẩm/dịch vụ, (5) đã gia nhập các hội nhóm để thúc đẩy hoạt động kinh doanh, (6) đã có kinh nghiệm khởi nghiệp, (7) đã tiết kiệm tiền và chuẩn bị vốn cho khởi nghiệp, (8) đã đầu tư một số hoạt động kinh doanh, (9) đã đăng ký công ty, và (10) đã bán sản phẩm hoặc dịch vụ. Cuối cùng, biến “hành vi khởi nghiệp” là tổng của số lượng các hành vi khởi nghiệp mà sinh viên đã thực hiện, chia cho tổng số hành vi khởi nghiệp được hỏi. Theo thiết kế, chỉ số được đo trên thang điểm từ 0 (không có hoạt động) đến 1 (tham gia đầy đủ trong tất cả các hoạt động khởi nghiệp được liệt kê).

Các biến trong mô hình TPB sử dụng thang đo của Linán và Chen (2009). Cụ thể, dự định khởi nghiệp (DD) với 5 biến quan sát gồm: (1) Tôi đã sẵn sàng trở thành chủ doanh nghiệp, (2) tôi đã xác định mình sẽ thành lập doanh nghiệp trong tương lai, (3) tôi có dự định chắc chắn rằng mình sẽ thành lập doanh nghiệp một ngày nào đó, (4) tôi thực sự nghiêm túc trong việc mình sẽ thành lập doanh nghiệp riêng, và (5) tôi sẽ nỗ lực cao nhất để khởi nghiệp và vận hành doanh nghiệp của chính tôi. Thái độ khởi nghiệp (TD) với 6 biến quan sát, ví dụ như: (1) Đối với tôi, trở thành chủ doanh nghiệp có nhiều ưu điểm hơn nhược điểm, (2) tôi thấy hấp dẫn khi chọn nghề trở thành chủ doanh nghiệp, hay (3) nếu tôi có cơ hội và nguồn lực, tôi muốn khởi sự kinh doanh... Khả năng kiểm soát hành vi (HV) với 5 biến quan sát, ví dụ như: (1) Khởi nghiệp và duy trì hoạt động của doanh nghiệp là việc

làm dễ dàng với tôi, (2) tôi có thể kiểm soát được quá trình thành lập một doanh nghiệp... Ý kiến người xung quanh (CQ) gồm 3 biến quan sát thể hiện quan niệm của gia đình, bạn bè và những người quan trọng về việc ủng hộ hay phản đối khởi nghiệp.

Sáng tạo cá nhân (ST) sử dụng thang đo của Biraglia và Kadile (2017) với 6 biến quan sát, ví dụ như: (1) Tôi thường nảy ra các giải pháp sáng tạo để giải quyết vấn đề, (2) tôi thường có các ý tưởng mới, (3) tôi thường quảng bá và bảo vệ ý tưởng mới với những người khác...

Các biến kiểm soát gồm: Hoàn cảnh gia đình là một biến giả lấy giá trị bằng 1 nếu ít nhất một trong số bố mẹ của sinh viên là doanh nhân, và bằng 0 nếu không có ai; giới tính được mã hóa bằng 0 nếu là nam, và 1 nếu là nữ; có kinh nghiệm kinh doanh là 1, và không có là 0.

Có quan điểm cho rằng sẽ có một khoảng thời gian trước khi dự định khởi nghiệp chuyển thành hành vi khởi nghiệp, khoảng cách thời gian đó có thể là vài tháng hoặc vài năm (Neneh, 2019). Tuy nhiên, Sutton (1998) khẳng định rằng dự định thay đổi theo thời gian, vì vậy, không nên nghiên cứu dự định với hành vi ở khoảng cách thời gian xa nhau, dự định càng xa thì càng có nhiều nhân tố thay đổi dự định và hành vi càng không gắn với dự định. Tiếp nối quan điểm này, nghiên cứu của Shirokova và cộng sự (2016) đã đề xuất tìm hiểu mối quan hệ giữa dự định và hành vi ở cùng một thời điểm, nghiên cứu này cũng xem xét mối quan hệ dự định- hành vi trong cùng một thời điểm.

3.2. Mẫu điều tra

Sau khi thu nhận các câu trả lời, tác giả mã hóa và nhập số liệu, sau đó tiến hành phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS phiên bản 22. Các thang đo trong nghiên cứu này được kiểm định qua đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis). Tiếp theo, tác giả dùng kiểm định Harman's One-Factor để loại trừ khả năng sai lệch do phương pháp điều tra (Jordan & Troth, 2020). Cuối cùng, tác giả sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM với phần mềm AMOS để kiểm định vai trò trung gian của ý định khởi nghiệp và vai trò điều tiết của sáng tạo cá nhân.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả mẫu

Mẫu điều tra gồm 701 sinh viên năm cuối tại các trường đại học ở Hà Nội. Cơ cấu mẫu thể hiện ở Bảng 1, trong đó có 28,3% số sinh viên được hỏi đã từng kinh doanh hoặc góp vốn tham gia kinh doanh. Sinh viên chưa từng kinh doanh hoặc góp vốn tham gia kinh doanh chiếm tỷ lệ là 71,7%. Nam chiếm 42,4%; nữ 57,6%; 45,4% sinh viên từ nhóm ngành kỹ thuật; 54,6% từ nhóm ngành kinh tế - quản trị kinh doanh; 39,6% sinh viên có bố mẹ làm việc có liên quan tới kinh doanh. Về hành vi khởi nghiệp, 13 sinh viên (1,9%) đã hoàn thành tất cả 10 hành vi khởi nghiệp từ việc lên ý tưởng tới đăng ký thành lập doanh nghiệp, và 103 sinh viên (14,7%) chưa từng thực hiện bất kỳ hành vi khởi nghiệp nào (Trung bình = 0,38; độ lệch chuẩn = 0,25). Dự định khởi nghiệp (Trung bình = 3,18; độ lệch chuẩn = 0,88).

Bảng 1.

Thông tin mẫu nghiên cứu

Thông tin mẫu	Số người	Tỷ lệ (%)
<i>Giới tính</i>		
Nam	297	42,4
Nữ	404	57,6
<i>Đã từng kinh doanh hoặc góp vốn tham gia kinh doanh</i>		
Đã từng	199	28,2
Chưa từng	504	71,8
<i>Ngành học</i>		
Kinh tế - Quản trị kinh doanh	383	54,6
Kỹ thuật	318	45,4
<i>Nghề bố mẹ</i>		
Không liên quan kinh doanh	442	63,1
Có kinh doanh	259	36,9
Tổng	701	100,0

4.2. Kết quả kiểm định thang đo

Thang đo được đánh giá độ tin cậy bằng phương pháp phân tích hệ số Cronbach's Alpha, tất cả 5 biến độc lập đều có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,720 đến 0,882. Như vậy, đạt độ tin cậy để thực hiện đánh giá giá trị thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA). Tác giả sử dụng phân tích EFA với phép xoay xiên góc Promax để kiểm định giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các thang đo. Kết quả kiểm định EFA có KMO = 0,886 > 0,5; mức ý nghĩa Sig. (Bartlett's Test) = 0,000 < 0,05; giá trị Eigenvalue = 1,044 > 1; tổng phương sai trích = 60,373 > 50%. Các biến đều tải về nhân tố gốc, hệ số tải thấp nhất là 0,589.

Bảng 2.

Thang đo các biến

Thang đo	Số biến quan sát	Nguồn	Độ tin cậy		Phương sai trích (AVE)	Phương sai riêng lớn nhất (MSV)
			Cronbach's Alpha	Tổng hợp (CR)		
Ý kiến người xung quanh (CQ)	3	Linán và Chen (2009)	0,753	0,756	0,509	0,073
Thái độ với khởi nghiệp (TD)	6	Linán và Chen (2009)	0,720	0,728	0,501	0,308
Khả năng kiểm soát hành vi (HV)	5	Linán và Chen (2009)	0,834	0,835	0,504	0,319
Dự định khởi nghiệp (DD)	5	Linán và Chen (2009)	0,882	0,884	0,605	0,319
Sáng tạo cá nhân (ST)	6	Biraglia và Kadile (2017)	0,859	0,859	0,503	0,067
Hành vi khởi nghiệp (EB)	10	Shirokova và cộng sự (2016)				

Kết quả kiểm định CFA cho thấy các chỉ số $CMIN/df = 1,798 < 5$; $CFI = 0,969 > 0,9$; $GFI = 0,948 > 0,9$; $TLI = 0,965 > 0,9$; và $RMSEA = 0,034$ đều nằm trong ngưỡng khuyến nghị. Các hệ số nhân tố chuẩn hóa đều lớn hơn 0,5 khẳng định tính đơn hướng và giá trị hội tụ của các thang đo sử dụng trong mô hình nghiên cứu, các biến quan sát đều phù hợp và không cần loại bỏ. Giá trị CR cho tất cả các biến thấp nhất là 0,722. Bên cạnh đó, tất cả các giá trị AVE đều nằm trong ngưỡng chấp nhận. Hơn nữa, giá trị MSV của tất cả các biến đều thấp hơn giá trị AVE của chúng. Vì vậy, các thang đo sử dụng trong mô hình nghiên cứu đều đảm bảo được độ tin cậy, tính hội tụ và tính phân biệt (Hair và cộng sự, 2010).

4.3. Kết quả kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Mô hình cấu trúc tuyến tính với đồng thời các biến kiểm soát và biến độc lập và biến phụ thuộc được tác giả sử dụng để kiểm định giả thuyết và mô hình nghiên cứu. Các chỉ số của mô hình $CMIN/df = 2,447 < 5$; $CFI = 0,941 > 0,9$; $GFI = 0,923 > 0,9$; $TLI = 0,930 > 0,9$; và $RMSEA = 0,045$ là phù hợp.

Kết quả nghiên cứu ủng hộ các giả định của lý thuyết hành vi có kế hoạch (Bảng 3). Giống như nhiều nghiên cứu trước đây của Duong (2022), Otache và cộng sự (2021), Rauch và Hulsink (2015), Li và cộng sự (2020) đã ứng dụng TPB trong lĩnh vực khởi nghiệp, nghiên cứu này một lần nữa khẳng định cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi khởi nghiệp là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp và mạnh nhất tới dự định khởi nghiệp (β chuẩn hóa = 0,107; sig. < 0,001). Khi sinh viên nhận thức về việc khởi nghiệp là dễ dàng, họ sẽ có dự định khởi nghiệp. Ngoài ra, dự định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam cũng bị ảnh hưởng trực tiếp và tích cực bởi thái độ đối với khởi nghiệp (β chuẩn hóa = 0,079; sig. < 0,005).

Bên cạnh đó, dự định khởi nghiệp bị ảnh hưởng trực tiếp bởi ý kiến những người xung quanh (β chuẩn hóa = 0,107; sig. < 0,010). Giả thuyết H₁, H₂, H₃ được ủng hộ bởi dữ liệu nghiên cứu. Ý kiến ủng hộ/phản đối từ những người quan trọng xung quanh cũng có vai trò quan trọng trong việc hình thành dự định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam. Kết quả này phù hợp với kỳ vọng và lập luận của lý thuyết hành vi có kế hoạch, nhưng kết quả này không tương đồng với nhiều nghiên cứu đi trước như Miranda và cộng sự (2017), Otache và cộng sự (2021) ở các nền văn hóa khác khi cho thấy ý kiến của những người quan trọng với sinh viên không tác động tới dự định khởi nghiệp. Điều này nên được khám phá thêm nữa. Để tăng cường dự định khởi sự kinh doanh trong giới trẻ thì các nhà hoạch định chính sách và các nhà giáo dục cần có giải pháp để tác động vào thái độ đối với hành vi khởi nghiệp cũng như tăng cường sự tự tin về khả năng điều hành hoạt động khởi nghiệp.

Bảng 3.

Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Hệ số	Sai số chuẩn (S.E)	Giá trị tới hạn (C.R.)	Mức ý nghĩa (Sig.)	Kết luận
Nghề nghiệp bố mẹ → EB	0,016	0,009	1,887	0,059	
Giới tính → EB	-0,002	0,009	-0,271	0,787	
Ngành học → EB	-0,015	0,008	-1,792	0,073	
Kinh nghiệm kinh doanh → EB	0,005	0,010	0,564	0,572	
H ₁ TD → DD	0,081	0,027	3,026	0,002	Ủng hộ
H ₂ CQ → DD	0,108	0,052	2,076	0,038	Ủng hộ
H ₃ HV → DD	0,113	0,023	4,952	0,001	Ủng hộ
H _{4a} DD → EB	0,134	0,029	4,552	0,001	Ủng hộ
H _{4b} HV → EB	0,024	0,007	3,258	0,001	Ủng hộ
H _{5b} ST → HV	0,187	0,049	3,791	0,001	Ủng hộ
H _{5a} ST → TD	0,286	0,048	5,909	0,001	Ủng hộ
H _{5c} ST → DD	0,297	0,052	5,734	0,001	Ủng hộ
H _{5d} ST → EB	0,026	0,008	3,349	0,001	Ủng hộ
H ₆ ST x DD → EB	0,022	0,004	5,298	0,001	Ủng hộ

Ghi chú: EB: Hành vi khởi nghiệp; HV: Khả năng kiểm soát hành vi; ST: Sáng tạo cá nhân; DD: Dự định khởi nghiệp; TD: Thái độ với khởi nghiệp; DD: Dự định khởi nghiệp; CQ: Ý kiến của những người xung quanh.

Hành vi khởi nghiệp chịu ảnh hưởng trực tiếp và tích cực từ dự định khởi nghiệp (β chuẩn hóa = 0,441) và cảm nhận kiểm soát hành vi (β chuẩn hóa = 0,067). Giả thuyết H_{4a} và H_{4b} được ủng hộ bởi dữ liệu nghiên cứu. Ngoài ra, cảm nhận kiểm soát hành vi ngoài tác động trực tiếp tới hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{trực tiếp chuẩn hóa}} = 0,067$; mức ý nghĩa 1%) còn tác động gián tiếp tới hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{gián tiếp chuẩn hóa}} = 0,047$; mức ý nghĩa 1%), dẫn tới tác động tổng thể của cảm nhận kiểm soát hành vi tới hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{tổng thể chuẩn hóa}} = 0,114$; mức ý nghĩa 1%) (Bảng 4). Dự định khởi nghiệp đã được khẳng định là

biến trung gian trong mối quan hệ giữa cảm nhận kiểm soát hành vi và hành vi khởi nghiệp. Kết quả này chứng minh sự phù hợp của lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) trong việc giải thích hành vi khởi nghiệp của doanh nhân. Các cá nhân có dự định khởi nghiệp cao cũng đồng thời có các hành vi thực thi nhiều hoạt động khởi nghiệp có liên quan. Kết quả này cũng đồng nhất và bổ sung cho các nghiên cứu trước đây từ nhiều bối cảnh khác nhau như: Rauch và Hulsink (2015), Kautonen và cộng sự (2015), Shirokova và cộng sự (2016), Neneh (2019), Li và cộng sự (2020). Kết quả này khẳng định vai trò của khuyến khích nâng cao dự định khởi nghiệp của sinh viên và đánh tan các hoài nghi về việc liệu dự định có thể thể hiện đại diện cho hành vi khởi nghiệp trong thực tế mà nhiều nghiên cứu trước đây đã đặt ra.

Vai trò của năng lực sáng tạo của các cá nhân được khẳng định qua nghiên cứu. Các giả thuyết H_{5a}, H_{5b}, H_{5c}, H_{5d} được ủng hộ. Sáng tạo cá nhân tác động trực tiếp tích cực tới thái độ khởi nghiệp của cá nhân (β chuẩn hóa = 0,293), cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi khởi nghiệp (β chuẩn hóa = 0,171), và dự định khởi nghiệp (β chuẩn hóa = 0,257). Những cá nhân có đặc tính sáng tạo cao là những người có thái độ thiện cảm với khởi nghiệp, họ cũng tự tin về khả năng thực hiện các hành vi khởi nghiệp và có ý định khởi nghiệp cao hơn những người khác.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu với kỹ thuật Bootstrapping (3.000 phép lặp) cũng khẳng định sáng tạo cá nhân ngoài việc tác động trực tiếp tới hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{trực tiếp chuẩn hóa}} = 0,081$; sig. <0,01) còn tác động gián tiếp tới hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{gián tiếp}} = 0,142$; sig. <0,01), dẫn tới tác động tổng thể của sáng tạo cá nhân tới hành vi khởi nghiệp ($\beta_{\text{tổng thể}} = 0,222$; sig. <0,01).

Bảng 4.

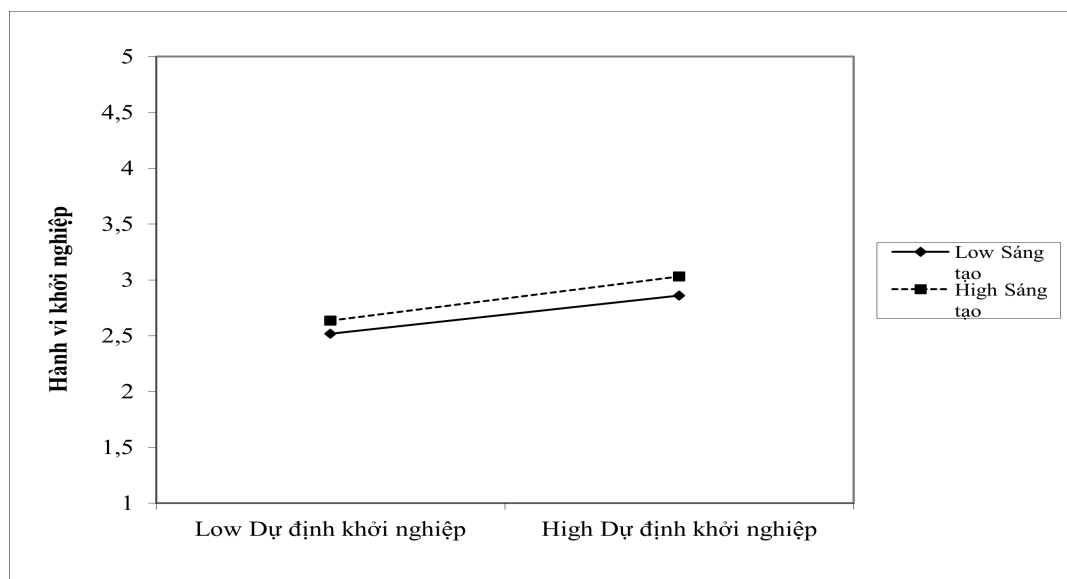
Tác động trung gian – hệ số tương quan chuẩn hóa

	Tác động	Sáng tạo	Thái độ	Khả năng	Dự định
Hành vi	Tổng hợp	0,222**	0,030*	0,114**	0,441**
	Trực tiếp	0,081**	0,000	0,067**	0,441**
	Gián tiếp	0,142**	0,030*	0,047**	0,000
Dự định	Tổng hợp	0,295**	0,069*	0,107**	
	Trực tiếp	0,257**	0,069*	0,107**	
	Gián tiếp	0,038**	0,000	0,000	

Ghi chú: *, ** lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10% và 5%.

Giả thuyết sáng tạo cá nhân điều tiết mối quan hệ giữa dự định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp được khẳng định (β chuẩn hóa = 0,022; sig. < 0,001). Vì vậy, giả thuyết H₆ cũng được ủng hộ. Ở những cá nhân có năng lực sáng tạo cao, cá nhân có dự định khởi nghiệp đồng thời thực hiện nhiều hành vi khởi nghiệp hơn (Hình 2). Như vậy, sáng tạo là một điều kiện thúc đẩy tác động của dự định khởi nghiệp đến hành vi khởi nghiệp thực tế. Các nghiên cứu trước đây của Biraglia và Kadile (2017), Hu và cộng sự (2018), Shahab và cộng sự (2019) đã khẳng định năng lực sáng tạo cá nhân có vai trò quan trọng trong quá trình khởi nghiệp của doanh nhân. Nhiều nghiên cứu trước đây cũng đã khẳng định mối quan hệ giữa dự định và hành vi khởi nghiệp bị điều tiết bởi đặc điểm giáo dục (Kautonen và cộng sự, 2015; Shirokova và cộng sự, 2016), đặc tính cá nhân (Li và cộng sự, 2020; Neneh, 2019), kinh nghiệm kinh doanh (Shirokova và cộng sự, 2016), thì ở nghiên cứu này, chúng ta biết thêm và khẳng định thêm vai trò điều tiết của sáng tạo cá nhân tới quan hệ giữa dự định và hành vi khởi nghiệp. Dự định khởi nghiệp

sẽ chuyển thành hành vi khởi nghiệp ở các cá nhân có khả năng sáng tạo cao và khó chuyển thành hành vi ở các cá nhân có năng lực sáng tạo thấp.



Hình 2. Mối quan hệ điều tiết của sáng tạo cá nhân

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu có những đóng góp quan trọng trong việc đẩy mạnh hành vi khởi nghiệp ở cả góc độ lý thuyết và thực tiễn. Về góc độ lý thuyết, kết quả nghiên cứu góp phần lấp đầy hiểu biết của chúng ta về khoảng cách dự định - hành vi khởi nghiệp. Cụ thể, nghiên cứu này chỉ ra rằng ngoài thời gian, môi trường khởi nghiệp, yếu tố đặc điểm cá nhân như đặc tính sáng tạo cá nhân cũng có vai trò thu hẹp - cản trở/mở rộng - gia tăng khoảng cách giữa dự định và hành vi khởi nghiệp.

5.2. Hàm ý quản trị

Từ kết quả của nghiên cứu, có thể thấy tính sáng tạo của cá nhân có tác động quan trọng trong việc hình thành các hành vi khởi nghiệp, hành vi khởi nghiệp bắt đầu từ bồi dưỡng năng lực khởi nghiệp, có thái độ tích cực với khởi nghiệp và có dự định khởi nghiệp, vì vậy, muốn gia tăng các hoạt động khởi nghiệp cho nền kinh tế cần tăng cường tính sáng tạo của sinh viên.

- Giáo dục đại học cần xác định nhiệm vụ chính là cung cấp kiến thức cơ sở, kỹ năng tăng cường năng lực bản thân của sinh viên và cũng giúp định hình suy nghĩ, quan điểm sống của sinh viên chuẩn bị hành trang lập nghiệp. Nếu chúng ta muốn có một thế hệ thanh niên có tinh thần doanh nhân cao, sẵn sàng đương đầu với rủi ro để khởi nghiệp, thì các cơ sở đào tạo đại học phải là lực lượng nòng cốt trong tạo dựng năng lực khởi nghiệp, thay đổi thái độ với khởi nghiệp và từ đó biến các dự định thành hành vi khởi nghiệp thực tế.

- Các cơ sở giáo dục đại học nên tăng cường giảng dạy sinh viên các môn học gia tăng tính sáng tạo như: môn học “Tư duy sáng tạo” (Creative Thinking), “Sáng tạo, đổi mới” (Creative Innovation), “Tư duy đổi mới” (Innovative Thinking), “Tư duy thiết kế” (Design Thinking) để đánh thức và gia tăng năng lực sáng tạo của sinh viên.

- Sinh viên hiện giờ rất năng động và có các hành vi khởi nghiệp từ rất sớm, một số đã khởi nghiệp ngay khi đi học. Các trường đại học nên bỏ quan niệm sinh viên không thể khởi nghiệp vì quá trẻ, các trường đại học có thể định hướng lựa chọn các sinh viên tiềm năng và hỗ trợ họ kiến thức, tư vấn, và các hỗ trợ vật chất cần thiết để họ biến các dự định thành các hành vi khởi nghiệp thực tế.

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu còn một số hạn chế như: Thiết kế nghiên cứu một thời điểm cho phép hiểu mối quan hệ giữa dự định và hành vi trong cùng một thời điểm, nhưng không cho phép xác định quan hệ nhân quả giữa hai biến số. Tức là, có thể hiểu là những sinh viên có dự định khởi nghiệp sau khi đã tham gia vào các hoạt động hành vi khởi nghiệp. Tuy nhiên, dựa trên khuôn khổ của lý thuyết về hành vi có kế hoạch, vẫn có thể khẳng định dự định có tác động đến hành động, chứ không phải theo chiều ngược lại. Nghiên cứu này thực hiện ở phạm vi còn hạn chế, trong khi hành vi khởi nghiệp ở các môi trường khác nhau là rất khác nhau, các nghiên cứu tương lai nên so sánh mối quan hệ của các hành vi khởi nghiệp và dự định khởi nghiệp ở phạm vi nhiều vùng, nhiều quốc gia khác nhau và các bối cảnh cá nhân khác nhau. Nghiên cứu chỉ thực hiện trên sinh viên đại học, các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng ở nhiều đối tượng đa dạng hơn nữa.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, J. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 197–211.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour : A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471–499.
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170–188.
- Duong, C. D. (2022). Entrepreneurial fear of failure and the attitude-intention-behavior gap in entrepreneurship: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 2–15.
- Fillis, I., & Rentschler, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18(1), 49–81.
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. M., & Roig-Bobon, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behaviour. *Journal of Business Research*, 112, 541–548.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New York: Prentice Hall.
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, proactive personality, and entrepreneurial intention: The role of entrepreneurial alertness. *Frontiers in Psychology*, 9, 1–10.

- Jordan, P. J., & Troth, A. C. (2020). Common method bias in applied settings: The dilemma of researching in organizations. *Australian Journal of Management*, 45(1), 3–14. doi: 10.1177/0312896219871976
- 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, 655–674.
- Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Khan M. A. S., Ashraf, S. F., & Dogbe, C. S. K. (2020). Entrepreneurial passion to entrepreneurial behavior: Role of entrepreneurial alertness, entrepreneurial self-efficacy and proactive personality. *Frontiers in Psychology*, 11, 1611.
- Linán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- MacMillan, I. C., & Katz, J. (1992). Idiosyncratic milieus of entrepreneurship research: The need for comprehensive theories. *Journal of Business Venturing*, 7, 1–8.
- Minano, M. C., & Campo, C. D. (2017). The role of creativity in entrepreneurship: An empirical study on Business undergraduates. *Journal of Education and Training*, 59(5), 672–688.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish university: An analysis of determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–222.
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112(1), 311–324.
- Nguyễn Quang Thu, Trần Thế Hoàng, & Hà Kiên Tân. (2017). Vai trò gắn kết trong mối quan hệ giữa ý định và hành vi khởi nghiệp của sinh viên. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 28(11), 04–25.
- Otache, I., Umar, K., Audu, Y., & Onalo, U. (2021). The effects of entrepreneurship education on students entrepreneurial intentions: a longitudinal approach. *Education + Training*, 63(7/8), 967–991.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), 187–204.
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A.D, & Haider, M.H. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259–280.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399.
- Strzalecki, A. (2000). Creativity in design: General model and its verification. *Technological Forecasting and Social Change*, 64(2–3), 241–260.
- Sutton, S. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing?. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1317–1338.
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *Entrepreneurship Management*, 2(3), 413–428.