

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Bích Loan và Phan Thành Hưng** - Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng tới ý định chấp nhận nhận lương hưu qua tài khoản ngân hàng của người hưởng lương hưu ở thành phố Hà Nội. **Mã số: 174.1GEMg.11** 3
Factors Affecting the Intention to Accept Pension Through the Bank Account of Pensioner in Hanoi City
- 2. Phùng Thế Đông, Nguyễn Kim Trang và Nguyễn Hương Ly** - Các yếu tố tác động đến cầu tiền ở Việt Nam. **Mã số: 174.1MEco.11** 13
Factors Impact on Money Demand in Vietnam
- 3. Đinh Xuân Bách** - Phát triển thị trường dịch vụ phụ trợ cho hệ thống điện Việt Nam khi tỷ trọng các nguồn năng lượng tái tạo tăng cao. **Mã số: 174.1TrEM.12** 25
Development of the Ancillary Services Market for Vietnam's Power System in Situation of Increasing Renewable Energy Sources
- 4. Huỳnh Thị Diệu Linh và Hoàng Thanh Hiền** - An toàn thực phẩm và xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Hoa Kỳ - tiếp cận từ hồi quy chuỗi thời gian. **Mã số: 174.1IHEM.11** 37
Food Safety And Seafood Export From Vietnam To The United States of America - A Time Series Regression Approach

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Mai Thanh Lan, Đinh Thị Hương và Bùi Thị Thu Hà** - Yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam. **Mã số: 174.2BAdm.21** 47
Factors that Impact the Green Entrepreneurial Intention, Green Competitive Advantage and Sustainable Development of Vietnam Youth

- 6. Đặng Thị Lan Phương, Lê Thanh Huyền và Vũ Ngọc Diệp** - Tác động của tỉ lệ thu nhập lãi cận biên tới tỉ lệ nợ xấu của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh COVID-19. **Mã số: 174.2.FiBa.21** 62
Impact of Net Interest Margin to the Non - Performing Loan Ratio of Commercial Banks in Vietnam During COVID-19 Period
- 7. Nguyễn Hữu Khôi và Nguyễn Thị Nga** - Giá trị cảm nhận, mua hàng lặp lại và truyền miệng trong bối cảnh bán lẻ: vai trò trung gian của hài lòng và gắn bó cảm xúc. **Mã số: 174.2BMkt.21** 76
Perceived Value, Repurchase and Word-Of-Mouth in the Retailing Context: the Intermediary Roles of Satisfaction and Emotional
- 8. Đàm Thị Thuỷ và Hoàng Thị Ba** - Tác động của việc triển khai thực hành quản lý chất lượng toàn diện đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn: một nghiên cứu điển hình tại Việt Nam. **Mã số: 174.2BAdm.21** 89
Impact of Total quality management practices on hotel's performance: A research in Vietnam

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 9. Phạm Vũ Luận, Hoàng Cao Cường và Chử Bá Quyết** - Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chấp nhận xuất bản điện tử của các nhà xuất bản tại Việt Nam vận dụng khung TOE và lý thuyết khuếch tán đổi mới IDT. **Mã số: 174.3OMIs.31** 103
Studying the Factors that Influence the Decision to Accept Electronic Publishing of Publishers in Vietnam by Applying the TOE Framework and the IDT Innovation Diffusion Theory

YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP XANH, LỢI THẾ CẠNH TRANH XANH VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG CỦA GIỚI TRẺ VIỆT NAM

Mai Thanh Lan

Trường Đại học Thương mại

Email: lanmt@tmu.edu.vn

Đinh Thị Hương

Trường Đại học Thương mại

Email: huongdt@tmu.edu.vn

Bùi Thị Thu Hà

Trường Đại học Thương mại

Email: habtt@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 28/11/2022

Ngày nhận lại: 21/01/2023

Ngày duyệt đăng: 31/01/2023

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu phân tích yếu tố tác động đến khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền của giới trẻ Việt Nam. Số liệu từ 356 phiếu điều tra của giới trẻ Việt Nam được xử lý qua phần mềm SPSS 26 & AMOS 24 sau đó tiến hành thống kê mô tả, phân tích EFA, phân tích CFA, phân tích SEM và kiểm định Bootstrap. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố tác động đến khởi nghiệp xanh là kiến thức về khởi nghiệp xanh, tinh thần khởi nghiệp xanh, môi trường khởi nghiệp xanh và trình độ của giới trẻ Việt Nam. Trong đó, yếu tố kiến thức về khởi nghiệp xanh có tác động mạnh nhất. Bên cạnh đó, khởi nghiệp xanh cũng tác động đến lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam. Đồng thời nghiên cứu cũng đề xuất một số hàm ý giải pháp thúc đẩy mô hình khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam.

***Từ khóa:** Khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững, giới trẻ Việt Nam.*

***JEL Classifications:** M13.*

1. Đặt vấn đề

Lý thuyết phát triển bền vững được áp dụng vào đầu thập niên 1980, tập trung vào sự phát triển đồng bộ cơ cấu kinh tế - xã hội và môi trường (Shi et al., 2019). Phát triển bền vững sự phát triển đáp ứng được những yêu cầu hiện tại, nhưng không gây trở ngại cho việc đáp ứng nhu cầu của các thế hệ mai sau (Secretary-General & Development, 1987). Cho đến nay, các nhà thực hành và các nhà nghiên cứu đang chú ý đến các hoạt động kinh tế xanh, khởi nghiệp xanh (Grinevich et al., 2019), (Nikolaou et al., 2011). Một số học giả nghiên cứu dựa trên: đặc điểm cá nhân, tính bền vững, giáo dục, năng lực (Soomro et al., 2020). Các nghiên cứu trước đây đã xác nhận rõ tính hiệu quả của lý thuyết ý định khởi nghiệp trong đó, khả năng mong

muôn và tính khả thi được nhận thức đóng vai trò quan trọng (Fitzsimmons & Douglas, 2011), (Krueger, 1993). Khởi nghiệp xanh trong hoạt động sản xuất sản phẩm xanh, dịch vụ xanh sẽ liên quan đến sự cải thiện trong danh tiếng DN và sự nhạy bén chính trị; danh tiếng tốt hơn giúp các DN thu hút các khách mà có ý thức về môi trường và do đó cải thiện được doanh số đáng kể (Russo & Fouts, 1997); Ý định khởi nghiệp xanh với quy trình sản xuất bình thường sẽ có chi phí thấp hơn và giá thành thấp hơn trong khi các DN đầu tư vào quy trình sản xuất xanh sẽ tốn chi phí cao hơn nhưng sẽ có khách hàng trả giá cao hơn cho sản phẩm của họ (McWilliams & Siegel, 2001). Tuy nhiên, ý định khởi nghiệp xanh tác động đến lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững hiện còn luận bàn khá ít

trong các nghiên cứu. Đây là khoảng trống khi giao thoa nghiên cứu chủ đề này.

Tại Việt Nam, khởi nghiệp xanh giới trẻ trở thành một trong những mô hình được hướng tới, nhằm đáp ứng với yêu cầu mới, phù hợp với xu thế phát triển chung của thế giới, đồng thời nâng cao vị thế, tăng sức cạnh tranh ở cả thị trường trong và ngoài nước. Khởi nghiệp xanh, đặc biệt khởi nghiệp xanh dựa trên tài sản trí tuệ hướng đến sản phẩm, dịch vụ đầu ra đều thân thiện với môi trường và không gây nguy hại cho sức khỏe con người. Trước những tác động của biến đổi khí hậu, trong bối cảnh môi trường bị ô nhiễm nặng nề, các nguồn tài nguyên đang dần cạn kiệt,... làn sóng tiêu dùng xanh đang lan rộng trên toàn cầu thì sản xuất xanh là xu thế tất yếu và là một mắt xích quan trọng trong chiến lược tăng trưởng xanh. Theo khảo sát của Nielsen (2021) đưa ra trong hội thảo “Chiến lược thương hiệu gắn liền với phát triển xanh”, 45% số người được hỏi trên toàn cầu sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho sản phẩm thân thiện với môi trường, 41% sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho bao bì thân thiện với môi trường,... Người tiêu dùng Việt Nam trong thời đại 4.0 cũng không nằm ngoài xu thế trên. Cùng với đó, theo DARA (2020), biến đổi khí hậu có thể gây thiệt hại cho Việt Nam khoảng 15 tỷ USD mỗi năm, tương đương khoảng 5% GDP. Nếu Việt Nam không có giải pháp ứng phó kịp thời, thiệt hại do biến đổi khí hậu ước tính có thể lên đến 11% GDP vào năm 2030. Họ ngày càng quan tâm nhiều hơn đến thực phẩm xanh, dịch vụ xanh và doanh nghiệp xanh.

Như vậy, khởi nghiệp xanh luôn thu hút nhân lực khởi nghiệp đặc biệt là giới trẻ ở Việt Nam vì sự quan tâm và bảo vệ môi trường, giúp cho đời sống của người lao động ngày một tốt lên. Khởi nghiệp luôn không ngừng sáng tạo, cải tiến sản phẩm để giảm thiểu tối đa những tác động xấu đến môi trường. Tại Việt Nam, khởi nghiệp xanh đang là một mắt xích quan trọng giúp Việt Nam hướng tới một nền kinh tế xanh và bền vững. Khởi nghiệp xanh tuy đã tăng lên trong thời gian qua, song vẫn là con số khiêm tốn, chưa thực sự tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế.

2. Cơ sở lý thuyết, giả thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết, giả thuyết nghiên cứu

Ý định khởi nghiệp xanh

Khởi nghiệp có thể được định nghĩa là ý định của một cá nhân để bắt đầu một doanh nghiệp mới. Có một số mô hình đã được phát triển để giải thích nền tảng

của ý định khởi nghiệp. Một trong những mô hình sớm nhất là lý thuyết về sự kiện khởi nghiệp của (Shapero & Sokol, 1982), về mặt khái niệm tương tự như lý thuyết về hành vi có kế hoạch của (Ajzen, 1991). Đây là một trong hai mô hình dựa trên ý định cơ bản nhằm giải thích các ý định khởi nghiệp và hiểu rõ hơn về hành vi tiếp theo. Ý định khởi nghiệp phụ thuộc vào nhận thức về mong muốn cá nhân, tính khả thi và xu hướng hành động. Sự mong muốn được cảm nhận là mức độ mà một cá nhân cảm thấy bị thu hút để trở thành một doanh nhân và phản ánh sở thích của cá nhân đối với hành vi kinh doanh (Shapero & Sokol, 1982). Trong khi, tính khả thi được nhận thức đề cập đến mức độ mà các cá nhân tự tin rằng họ có thể bắt đầu kinh doanh của riêng mình và coi khả năng trở thành một doanh nhân là khả thi (Shapero & Sokol, 1982). Nó bao gồm việc chủ động tìm kiếm các mô hình kinh doanh và sản phẩm mới của cá nhân hay công ty đã có tên tuổi và không giới hạn ở các dự án kinh doanh mới (Schumpeter, 1934), người đã tuyên bố rằng các doanh nhân luôn cố gắng cải thiện vị thế kinh tế của họ thông qua hành vi đổi mới. (Miller, 2011) gợi ý rằng các doanh nghiệp khởi nghiệp tham gia vào đổi mới thị trường sản phẩm, thực hiện các dự án có phần rủi ro và đầu tiên đưa ra những đổi mới chủ động, đánh bại đối thủ cạnh tranh. Là cam kết khởi sự bằng việc lập doanh nghiệp mới (Krueger, 1993).

Khởi nghiệp xanh là sự kết hợp nhận thức về môi trường với các hành động kinh doanh, là động lực quan trọng trong quá trình chuyển đổi hướng tới mô hình kinh doanh bền vững (Gibbs & O'Neill, 2014). Khởi nghiệp xanh là một cách thức sáng tạo để đạt được mục tiêu cuối cùng là sử dụng các nguồn tài nguyên vào việc phát triển các mô hình sản xuất và tiêu dùng đa dạng và bền vững nhằm đảm bảo sự thịnh vượng và chất lượng cuộc sống cao trên toàn thế giới mà không ảnh hưởng đến nhu cầu của các thế hệ tương lai (Richomme-Huet & de Freyman, 2014).

Ý định là một yếu tố dùng để đánh giá khả năng thực hiện hành vi trong tương lai, ý định là một yếu tố tạo động lực, nó thúc đẩy cá nhân sẵn sàng thực hiện hành vi và bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991). Ý định là một trạng thái tinh thần, thường có sức mạnh nhân quả. Sự quyết tâm, của một người hoặc sự lo lắng, háo hức của người đó, ... nhờ những “sức mạnh” thúc đẩy chúng ta. Tóm lại, ý định khởi nghiệp là việc một người đã có ý định và lên kế hoạch sẵn cho

việc thực hiện, họ đem lại cho thị trường những dự án, sản phẩm, quy trình hay dịch vụ mới góp phần làm thay đổi nền kinh tế.

Ý định khởi nghiệp xanh là hành vi nhận thức về môi trường với các hành động kinh doanh, là động lực quan trọng trong quá trình chuyển đổi hướng tới mô hình kinh doanh bền vững (Gibbs & O'Neill, 2014). Ý định khởi nghiệp xanh là một cách thức sáng tạo để đạt được mục tiêu cuối cùng là sử dụng các nguồn tài nguyên vào việc phát triển các mô hình sản xuất và tiêu dùng đa dạng và bền vững nhằm đảm bảo sự thịnh vượng và chất lượng cuộc sống cao trên toàn thế giới mà không ảnh hưởng đến nhu cầu của các thế hệ tương lai (Richomme-Huet & de Freyman, 2014). Tinh thần khởi nghiệp xanh, được bảo tồn như một lối thoát để bảo vệ và chống lại sự suy thoái của môi trường, được kết nối triệt để với các hoạt động kinh doanh bền vững (Ndubisi & Nair, 2009). Ý định khởi nghiệp xanh là chịu trách nhiệm tạo ra thế giới mà chúng ta mơ ước, nó cũng được định nghĩa là: tạo ra giá trị xuyên suốt cho các sản phẩm và đổi mới sinh thái tập trung vào việc bảo tồn bền vững thiên nhiên và hỗ trợ cuộc sống, trong mối quan tâm của các cơ hội để thúc đẩy các sản phẩm, quy trình và dịch vụ trong tương lai nhằm mang lại lợi ích kinh tế cho cá nhân và xã hội (Jolink & Niesten, 2015); Quá trình phát hiện, đánh giá và khai thác các cơ hội kinh tế có trong sự thất bại của thị trường liên quan đến môi trường (Dean & McMullen, 2007); hành động của các doanh nhân có nỗ lực kinh doanh không chỉ vì lợi nhuận mà còn quan tâm đến môi trường (Schuyler, 1998).

Yếu tố tác động đến khởi nghiệp xanh

Kiến thức khởi nghiệp xanh: Hiện nay muốn làm bất cứ một việc gì trong bất cứ một ngành nghề nào mỗi cá nhân cũng cần phải có kiến thức về ngành nghề đó, vì thế nếu muốn khởi nghiệp xanh trong một lĩnh vực nào đó mỗi cá nhân cần tìm hiểu, nắm vững các kiến thức xung quanh lĩnh vực đó (Ambad & Damit, 2016). Việc hiểu biết các kiến thức cơ bản, chuyên môn trong lĩnh vực mình hoạt động hay nhiều khía cạnh khác nhau trong khởi nghiệp xanh như kinh tế xanh, phát triển bền vững, quản trị nhân lực xanh, tài chính xanh, marketing xanh, pháp luật, chính sách ưu đãi khởi nghiệp, thủ tục đăng ký kinh doanh, pháp luật, chính sách ưu đãi khởi nghiệp xanh (Karali & Thurik, 2013). Cùng với đó, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật liên quan là một bước đệm quan trọng giúp cá nhân tránh khỏi sự thất bại trong việc thiếu chuyên

môn và những lí do ngoài ý muốn. (Ambad & Damit, 2016), (Karali & Thurik, 2013),... nhận định kiến thức khởi nghiệp xanh có ảnh hưởng tích cực đến khởi nghiệp xanh. Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 1 (H1): Kiến thức khởi nghiệp xanh có tác động thuận chiều đến ý định khởi nghiệp xanh dựa của giới trẻ Việt Nam.

Tinh thần khởi nghiệp xanh: Tinh thần khởi nghiệp xanh là một động lực của sự phát triển. Ở mức độ cá nhân, nó đưa ý tưởng trở thành sáng kiến thực tế và giải phóng sức mạnh sáng tạo của nguồn vốn nhân lực. Ở góc độ tổ chức, nó là động lực chính cho tăng trưởng và sự sống còn của doanh nghiệp (Autio et al., 2001). Mọi người có khả năng và định hướng khởi nghiệp khác nhau dù họ là chủ doanh nghiệp hay đang làm thuê cho ai đó. Hiện nay, tinh thần khởi nghiệp xanh trở thành ưu tiên chiến lược vì họ muốn duy trì tính cơ động, sự khát khao và tham vọng như những công ty startup trẻ trung. Sáng tạo đổi mới hiện được đặt ở vị trí trung tâm trong lịch trình khởi nghiệp xanh. Khởi nghiệp xanh sẵn sàng tiếp thu kiến thức và kỹ năng mới, mong muốn ứng dụng ý tưởng đã nghĩ ra vào thực tế, linh hoạt thay đổi cách thức, chiến thuật thực hiện khi gặp thất bại, tinh thần dám nghĩ dám làm, dám mạo hiểm là những yếu tố tinh thần của mỗi cá nhân khi quyết định khởi nghiệp xanh (Ambad & Damit, 2016),... Để tạo ra một dự án kinh doanh mới, doanh nhân cần phải có hành động cá nhân (McMullen & Shepherd, 2006). Một số người đánh giá cao tính độc lập và tự chủ, sáng kiến cá nhân hoặc sẵn sàng chấp nhận rủi ro (Stephan, 2009). Autio và cộng sự, 2001, Ambad và Dami 2016, Hà và cộng sự 2018... nhận định tinh thần khởi nghiệp xanh có ảnh hưởng tích cực đến khởi nghiệp xanh. Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 2 (H2): Tinh thần khởi nghiệp xanh có tác động thuận chiều đến ý định khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam.

Môi trường khởi nghiệp xanh: Môi trường khởi nghiệp xanh là tập hợp các yếu tố quy định khả năng tiếp cận các nguồn lực tài chính xanh; các chính sách hỗ trợ của Chính phủ; sự hỗ trợ tư vấn, đào tạo về khởi nghiệp xanh từ các tổ chức phi Chính phủ; sự hỗ trợ tiếp cận thị trường, cùng các chuẩn mực văn hóa thúc đẩy ý định khởi nghiệp xanh (Grimaldi & Grandi, 2005), (Radas & Božić, 2009). Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 3 (H3): Môi trường khởi nghiệp xanh có tác động thuận chiều đến ý định khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam.

Yếu tố lợi thế cạnh tranh xanh

Lợi thế cạnh tranh xanh của các tổ chức liên quan đến bảo vệ môi trường mà các đối thủ cạnh tranh không thể bắt chước một chiến lược môi trường thành công, do đó dẫn đến việc tổ chức thu được lợi ích bền vững từ chiến lược môi trường. Lợi thế cạnh tranh xanh tăng cường sự phòng ngừa ô nhiễm môi trường, cho phép DN giảm bớt chi phí vận hành và có thể sử dụng vật liệu tái chế nhằm giảm chi phí, tuân thủ môi trường, xử lý chất thải (Porter & Linde, 1995). Cùng với đó, ý định khởi nghiệp xanh về môi trường nhiều hơn có khả năng có được danh tiếng tích cực hơn và được hưởng lợi từ giá cao và tăng doanh số do sự chấp thuận xã hội lớn hơn (P. D. Astuti & Datriani, 2021). Ưu thế này cho phép các DN tạo ra các sản phẩm khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh. Khởi nghiệp xanh trong hoạt động kinh doanh của DN có tác động tích cực đến lợi nhuận, danh tiếng, lợi thế cạnh tranh và hiệu quả tài chính của DN trong thời buổi hiện nay (Gürlek & Tuna, 2018), (Asadi et al., 2020), (Muangmee et al., 2021). Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 4 (H4): Ý định khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam tác động thuận chiều đến lợi thế cạnh tranh xanh.

Yếu tố phát triển bền vững

Khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ đối mặt với thách thức vừa phải tạo ra lợi nhuận, phát triển theo hướng bền vững trong bối cảnh mới, thì việc đẩy mạnh đổi mới xanh được xem là yếu tố quan trọng nhằm hạn chế việc đưa chất thải ra môi trường gây ô nhiễm môi trường sống. Thực vậy, từ các kết quả khảo sát trước đã cho thấy rằng các DN chỉ đạt được sự phát triển bền vững khi cải thiện quy trình sản xuất nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh, sử dụng công nghệ sạch hơn làm giảm nguyên liệu thô đầu vào của DN do đó dẫn đến lượng chất phát thải thấp hơn để cải thiện hiệu suất môi trường và tăng hiệu quả kinh tế (Radonjić & Tominc, 2007). Tuy nhiên, việc khởi nghiệp xanh được xem là quá trình tốn kém trước mắt và thường chỉ giúp DN đạt lợi ích về lâu dài hơn là tức thời (Doorasamy, 2015). Đồng thời, khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ mang lại cơ hội cho sản xuất bền vững hơn với môi trường. Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 5 (H5): Ý định khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam tác động thuận chiều đến phát triển bền vững.

Giả thuyết 6 (H6): Lợi thế cạnh tranh xanh có tác động thuận chiều đến phát triển bền vững.

Thông qua nghiên cứu định tính của Astutia & Datriania, 2021 và phỏng vấn chuyên gia nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết 7 (H7): Trình độ có tác động thuận chiều đến ý định khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Từ các giả thuyết mô hình nghiên cứu yếu tố tác động đến khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững dựa trên khai thác tài sản trí tuệ của giới trẻ Việt Nam với mô hình nghiên cứu đề xuất có 3 biến độc lập là kiến thức khởi nghiệp xanh, tinh thần khởi nghiệp xanh, môi trường khởi nghiệp xanh, 1 biến trung gian là ý thức khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác trí tuệ của giới trẻ Việt nam; 2 biến phụ thuộc là lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững. Bên cạnh đó qua phỏng vấn ý kiến chuyên gia, nghiên cứu đề xuất biến kiểm soát là trình độ. Như vậy, nghiên cứu đề xuất 7 giả thuyết nghiên cứu với các thang đo nghiên cứu được kế thừa và phát triển của Ambad & Damit, 2016, Autio et al., 2001, Radas & Božić, 2009, Lins & Rabelo Oliveira, 2017; Bansal, 2005; Junior et al., 2018; P. Astuti & Datriani, 2021... Thang đo đo lường dạng Likert 5 điểm: trong đó 1 là hoàn toàn phản đối và 5 là hoàn toàn đồng ý. Trong đó:

Thang đo về ý định khởi nghiệp xanh được kế thừa và phát triển từ các nghiên cứu của Astutia&Datriania (2021). Thang đo với 6 quan sát được mã hóa từ GS1→GS6 với 6 biến quan sát: GS1- Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để trở thành một doanh nhân xanh, GS2 - Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân xanh, GS3 - Tôi sẽ cố gắng hết sức để bắt đầu và điều hành công ty xanh của riêng tôi, GS4 - Tôi quyết tâm tạo ra một công ty xanh trong tương lai, GS5 - Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc về việc thành lập một công ty xanh, GS6 - Tôi có ý định chắc chắn rằng một ngày nào đó sẽ thành lập một công ty xanh.

Thang đo kiến thức khởi nghiệp xanh được kế thừa và phát triển từ các nghiên cứu của Ambad và Dami 2016, Autio và cộng sự 2001... Thang đo với 6 quan sát được mã hóa từ KGS1→KGS6 với 6 biến quan sát: KGS1 - Hiểu biết về pháp luật, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, chính sách ưu đãi khởi nghiệp, KGS2 - Kiến thức về thị trường kinh doanh xanh, KGS3 -

Kiến thức về lập kế hoạch kinh doanh xanh, huy động vốn, KGS4 - Hiểu biết về quản trị nhân lực xanh, KGS5 - Hiểu biết về bán hàng và marketing xanh, KGS6 - Hiểu biết về quản lý tài chính xanh.

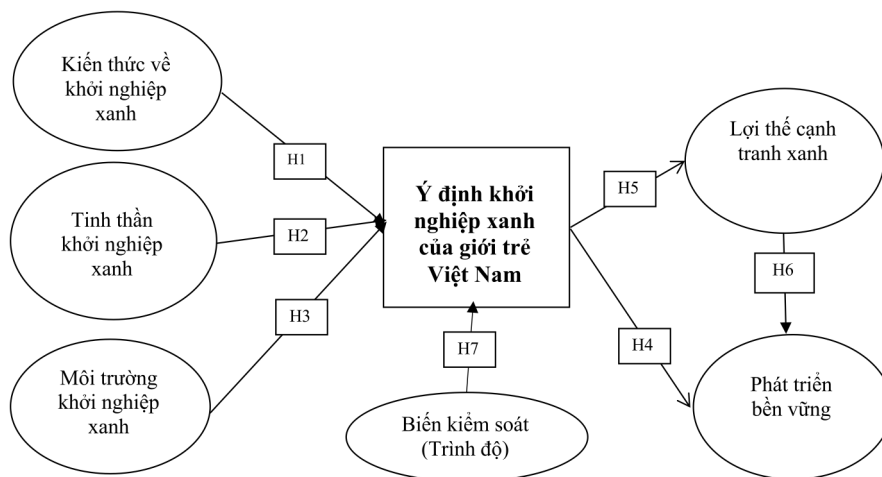
Thang đo tinh thần khởi nghiệp xanh được kế thừa và phát triển từ các nghiên cứu của Autio và cộng sự (2001), Ambad và Dami 2016 Thang đo với 5 quan sát được mã hóa từ GSS1→GSS5 với 5 biến quan sát: GSS1- Sự sẵn sàng tiếp thu kiến thức và kỹ năng mới, GSS2- Sự cố gắng tìm ra những phương pháp sáng tạo nhất và cũng là tối ưu nhất, GSS3 - Sự mong muốn ứng dụng ý tưởng đã nghĩ ra vào thực tế, GSS3- Sự tin tưởng vào khả năng của mình, GSS4 - Sự linh hoạt thay đổi cách thức, chiến thuật thực hiện khi gặp thất bại, GSS5 - Tinh thần dám nghĩ dám làm, dám mạo hiểm.

Thang đo môi trường khởi nghiệp xanh được kế thừa và phát triển từ các nghiên cứu của Grimaldi và Gradi (2005); Radas và Bozic (2009); Ambad và Damit (2016). Thang đo đo lường dạng Likert 5 điểm: trong đó 1 là hoàn toàn phản đối và 5 là hoàn toàn đồng ý với 4 biến quan sát và được mã hóa từ GSE1→GSE5: GSE1 - Chính sách ưu đãi, hỗ trợ khởi nghiệp xanh từ cơ quan chức năng, GSE2 - Địa điểm kinh doanh thuận lợi, GSE3 - Trang thiết bị, cơ sở vật chất hiện đại, GSE4 - Mức độ cạnh tranh về sản phẩm khởi nghiệp xanh, GSE5 - Mức độ tiếp nhận của cộng đồng, công chúng đối với sản phẩm khởi nghiệp xanh.

sát gồm: GCA1 - Ý định khởi nghiệp xanh giúp danh tiếng gia tăng, GCA2 - Ý định khởi nghiệp xanh giúp thương hiệu gia tăng, GCA3 - Khởi nghiệp xanh giúp tạo ra sản phẩm sáng tạo hơn, GCA4 - Khởi nghiệp xanh có lợi thế cạnh tranh so với đối thủ cạnh tranh, GCA5 - Hình ảnh sản phẩm khởi nghiệp xanh tốt hơn hình ảnh của đối thủ cạnh tranh, GCA6 - Danh tiếng, uy tín của tốt hơn danh tiếng của đối thủ cạnh tranh.

Thang đo về phát triển bền vững trên cơ sở thang đo của tác giả phát triển nghiên cứu của Junior và cộng sự (2018). Thang đo với 5 biến quan sát và được mã hóa từ SD1→SD5 và được mã hóa: SD1 - Ý định khởi nghiệp xanh nhằm định hướng phát triển bền vững là tích cực, ổn định; SD2 - Ý định khởi nghiệp xanh được thực hiện trách nhiệm; SD3 - Ý định khởi nghiệp xanh được thực hiện chất lượng; SD4 - Ý định khởi nghiệp xanh giúp đạt lợi ích lâu dài; SD5 - Ý định khởi nghiệp xanh được giúp bảo vệ môi trường.

Từ 7 giả thuyết nghiên cứu mô hình nghiên cứu có tổng 33 biến quan sát, trong đó có 3 biến độc lập là kiến thức khởi nghiệp xanh (KGA), tinh thần khởi nghiệp xanh (GSS), môi trường khởi nghiệp xanh (GSE), 1 biến trung gian là ý thức khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác trí tuệ của giới trẻ Việt Nam (GS); 2 biến phụ thuộc là lợi thế cạnh tranh xanh (GCA) và phát triển bền vững (SD), 1 biến kiểm soát là trình độ của giới trẻ. Mô hình đề xuất dưới đây (Xem hình 1).



(Nguồn: Tác giả đề xuất)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Thang đo lợi thế cạnh tranh xanh được kế thừa và phát triển từ nghiên cứu của Astutia & Dattrinia (2021). Thang đo được mã hóa từ GCA1→GCA6 với 6 quan

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua 2 bước định tính và định lượng với 2 nhóm đối tượng khảo sát khác

nhau. Đối tượng khảo sát cho nghiên cứu định tính là các chuyên gia, các nhà quản lý am hiểu về khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam. Đối tượng khảo sát của nghiên cứu định lượng là giới trẻ Việt Nam có ý định khởi nghiệp xanh. Từ cơ sở lý thuyết đã tổng hợp, các biến quan sát được xây dựng trên thang đo Likert 5 điểm (từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý) phản ánh 6 khái niệm nghiên cứu hoàn chỉnh. Nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chuyên sâu 10 chuyên gia có am hiểu khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam nhằm bổ sung và điều chỉnh các biến quan sát trên cho dễ hiểu và phù hợp với khách thể nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu định tính giúp hình thành bảng câu hỏi định lượng gồm 33 biến quan sát, trong đó có 3 biến độc lập là kiến thức khởi nghiệp xanh, tinh thần khởi nghiệp xanh, môi trường khởi nghiệp xanh, 1 biến trung gian là ý thức khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác trí tuệ của giới trẻ Việt Nam; 2 biến phụ thuộc là lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững, 1 biến kiểm soát là trình độ. Tổng hợp các biến trong mô hình đề xuất:

Bảng 1: Tổng hợp các biến trong mô hình

TT	Các nhân tố	Tác giả
1	Kiến thức khởi nghiệp xanh	Ambad và Dami (2016), Autio và cộng sự (2001)
2	Tinh thần khởi nghiệp xanh	Autio và cộng sự (2001), Ambad và Dami (2016)
3	Môi trường khởi nghiệp xanh	Grimaldi và Gradi (2005); Radas và Bozic (2009); Ambad và Damit (2016)
4	Ý thức khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam	Linan và Chen (2009), Astutia&Datrinia (2021), Nhi & Hiền (2022)
5	Lợi thế cạnh tranh xanh	Astutia&Datrinia (2021).
6	Phát triển bền vững	Junior và cộng sự (2018)
7	Trình độ	Astutia&Datrinia (2021)

(Nguồn: Tổng hợp của các tác giả)

Theo Hair và các cộng sự (1998), thì quy tắc thông thường, kích thước mẫu phải lớn hơn hoặc bằng 100 và mẫu nhỏ nhất phải có tỷ lệ mong muốn và $n = 5*k$, trong đó k là số lượng các biến quan sát tương đương với số lượng câu hỏi nghiên cứu. Mặt khác, theo Roger (2006) cỡ mẫu tối thiểu áp dụng trong nghiên cứu thực hành là 150 - 200 quan sát. Như vậy, nghiên cứu này có 34 quan sát, do đó, cỡ mẫu tối thiểu là $33*5 = 165$. Nhằm đảm bảo tính đại diện cho nghiên cứu, nhóm cố gắng thu thập một số lượng lớn nhất phiếu khảo sát trong khả năng có thể. Nghiên cứu định lượng tiến hành

ngay sau đó với kích thước mẫu là 450 từ giới trẻ Việt Nam tại Hà Nội, Bắc Ninh, Nam Định, Thái Nguyên, Bắc Giang, Hải Phòng, Nghệ An, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai... Thời gian là từ 1/08/2022- 15/09/2022. Tiếp cận đối tượng điều tra theo 2 cách: (i) Gửi phiếu khảo sát đã thiết kế trên Google doc đến địa chỉ email, nhà quản lý tại các DN; (ii) Gửi phiếu khảo sát trực tiếp. Sau đó thu về được 387 phiếu sau khi sàng lọc các phiếu trả lời, loại bỏ 31 phiếu không hợp lệ (do điền thiếu thông tin) còn lại 356 phiếu hợp lệ nhóm tác giả sử dụng để nhập và xử lý dữ liệu. Dữ liệu điều tra sau đó tiến hành nhập vào file Excel, sau đó thực hiện phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS 26 và AMOS phiên bản 24. Cụ thể, phần mềm SPSS dùng để phân tích thống kê mô tả, phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha, phần mềm AMOS dùng để phân tích nhân tố EFA, CFA, phân tích cấu trúc tuyến tính SEM, kiểm định Bootstrap.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu

Trong 356 phiếu điều tra thu được từ giới trẻ Việt Nam tại các tỉnh, thành phố của ba miền Bắc, Trung

Nam điều tra có 71,91% là Nam giới, 28,09% là Nữ giới; Về độ tuổi đối tượng điều tra từ 18-35 tuổi. Trong đó, độ tuổi từ 18-23 là 30,89%, độ tuổi từ 24- 29 là 35,11% chiếm tỷ lệ cao nhất, còn lại là từ 30 đến 35 tuổi; Về trình độ của đối tượng điều tra ở yếu tố khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của thanh niên Việt Nam chủ yếu có trình độ Đại học là 56,18%. Như vậy, phần lớn các đối tượng điều tra có trình độ để am hiểu sâu yếu tố tác động khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam; Về loại hình DN, điều tra

có 98,59% là DN có quy mô nhỏ và vừa. Điều này phù hợp với đặc điểm của tình hình khởi nghiệp nói chung và khởi nghiệp xanh nói riêng của giới trẻ Việt Nam và đặc điểm của các DN Việt Nam chủ yếu là loại hình DN quy mô nhỏ và vừa.

4.2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Mục đích của phân tích thang đo nhằm xem xét thang đo có đạt giá trị phân biệt và độ tin cậy hay không. Các thang đo được đánh giá thông qua công cụ chính là hệ số Cronbach's Alpha. Trước khi tiến hành phân tích nhân tố EFA ta sẽ sử dụng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha để loại một số biến không phù hợp. Khi thực hiện đánh giá độ tin cậy của thang đo, cần thỏa mãn: Chọn thang đo khi có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0,6 (Alpha càng lớn thì độ tin cậy nhất quán nội tại càng cao) (dẫn theo Thọ & Trang, 2011); Các mức giá trị của Alpha: lớn hơn 0,8 là thang đo lường tốt; từ 0,7 đến 0,8 là sử dụng được; từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng (dẫn theo Trọng và Ngọc, 2005); Loại các biến quan sát có hệ số tương quan biến-tổng nhỏ (cụ thể nhỏ hơn 0,3). Như vậy, độ tin cậy của các thang đo JR, TD, ER, CI, OE, SD thỏa mãn yêu cầu sử dụng để phân tích nhân tố EFA (Xem Bảng 2):

Bảng 2: Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo

TT	Yếu tố	Số biến quan sát còn lại	Hệ số Cronbach's Alpha (lần cuối)	Hệ số tương quan biến tổng (giá trị nhỏ nhất - lớn nhất)	Số biến bị loại
1	KGS	6	0,865	0,456; 0,753	1
2	GSS	5	0,832	0,533; 0,695	0
3	GSE	5	0,816	0,453; 0,715	0
4	GS	6	0,871	0,475; 0,676	1
5	GCA	6	0,772	0,487; 0,698	1
6	SD	5	0,829	0,403; 0,671	1

(Nguồn: Tổng hợp kết quả phân tích từ SPSS 26)

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Những tiêu chí sử dụng khi chạy EFA là: Hệ số KMO > 0.5, mức ý nghĩa sig < 0.05, phương pháp trích principal axis factoring với phép xoay là promax được

sử dụng và điểm dừng khi trích các nhân tố có Eigenvalue > 1 được sử dụng.

Hệ số KMO = 0,858 > 0,5, Mức ý nghĩa sig = ,000 < 0,05, Dữ liệu phù hợp phân tích nhân tố EFA, mức ý nghĩa sig < 0,05 nên có thể nhận định rằng các biến quan sát có tương quan với nhau. Bên cạnh đó các nhân tố đề xuất giải thích được 63,52% các biến với điểm dừng phương pháp được sử dụng với Eigenvalues đạt 3,321.

Qua 3 lần chạy hồi quy đầu tiên, tổng cộng có 23 quan sát được chấp nhận và loại bỏ đi 8 biến quan sát còn lại gồm: tinh thần khởi nghiệp xanh (GSS5, GSS1, GSS4, GSS2, GSS3), phát triển bền vững (SD2, SD3, SD5, SD1), khởi nghiệp xanh (GS4, GS2, GS1, GS5), môi trường khởi nghiệp xanh (GSE3, GSE2, GSE1), kiến thức khởi nghiệp xanh (KGS4, KGS6, KGS3), lợi thế cạnh tranh xanh (GCA6, GCA5, GCA4). Các biến quan sát: KGS1, KGS2, GSS3, GSE3, GCA1, GCA3 có trọng số < 0,5 không thỏa mãn điều kiện nên bị loại ra khỏi mô hình.

4.4. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kết quả phân tích CFA cho thấy mô hình này có 215 bậc tự do. Hình 2 cho thấy giá trị của các chỉ số

Chi-bình phương = 534,567 với giá trị p = .000. Các chỉ tiêu khác: Chi-bình phương/df = 2,486, GFI, TLI, CFI đều cao hơn 0,9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,054 < 0,08 (Steiger, 1998), điều này có

Bảng 3: KMO và kiểm định Barlett

KMO		0,858
Kiểm định Barlett	Chi-Square	5369,87
	df	435
	Mức ý nghĩa	,000

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS 26)

Bảng 4: Ma trận xoay

	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
GSS5	0,725					
GSS1	0,719					
GSS4	0,701					
GSS2	0,661					
GSS3	0,616					
SD2		0,863				
SD3		0,748				
SD5		0,723				
SD1		0,656				
GS4			0,734			
GS2			0,700			
GS1			0,638			
GS5			0,623			
GSE3				0,746		
GSE2				0,642		
GSE1				0,639		
GSE4				0,610		
KGS4					0,850	
KGS6					0,780	
KGS3					0,526	
GCA6						0,632
GCA5						0,626
GCA4						0,584

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS 26)

thê suy ra mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu thị trường.

Đánh giá độ tin cậy tổng hợp (PC), tổng phương sai (PVC) và hệ số Cronbach's Alpha. PC và PVC phải đạt yêu cầu $\geq 0,5$, hệ số Cronbach's Alpha phải $\geq 0,6$ và hệ số tương quan biến tổng phải cao hơn 0,3.

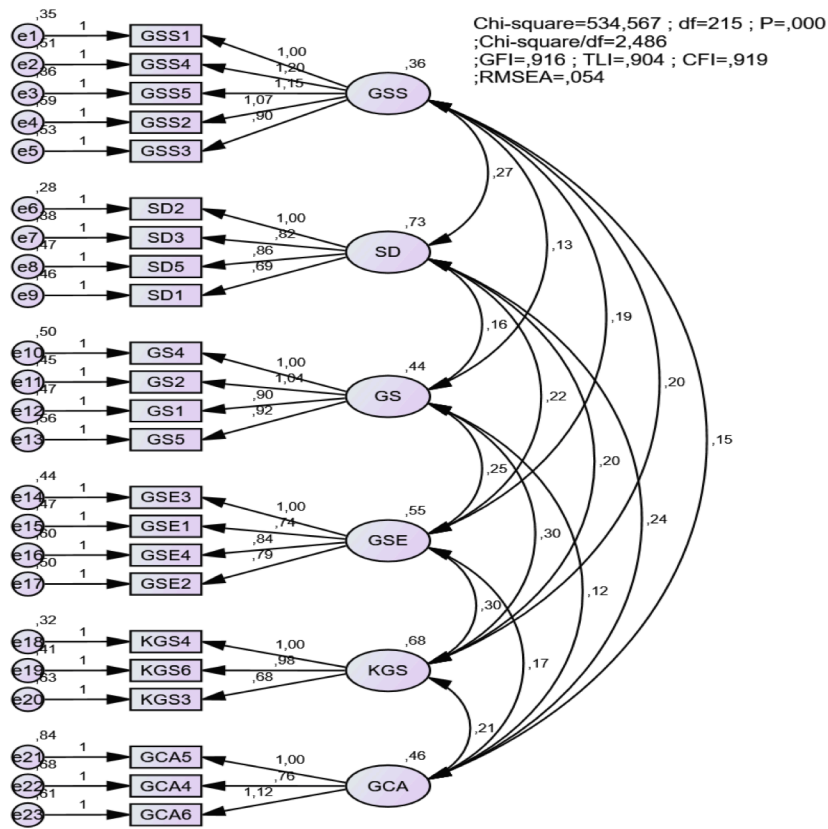
Tính đơn hướng/đơn nguyên: Phân tích CFA cho mô hình này mô hình này có 215 bậc tự do, Chi-bình phương = 534,567 với giá trị $p=0,000$. Các chỉ tiêu khác: Chi-bình phương/df = 2,486, GFI, TLI, CFI đều cao hơn 0,9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,054 < 0,08 (Steiger, 1998), -> Điều này cho chúng ta điều kiện cần và đủ để cho tập hợp biến quan sát đạt được tính đơn hướng (Steenkamp & van Trijp, 1991).

Giá trị hội tụ: Đối với các trọng số (đã chuẩn hóa) đều > 0,5 chứng tỏ thang đo các khái niệm đều đạt được giá trị hội tụ (nếu trường hợp có biến quan sát nào có trọng số < 0,5 thì cần phải lần lượt loại ra nhưng mô hình này thì không có)

Giá trị phân biệt: Hệ số tương quan giữa các khái niệm nghiên cứu trong mô hình đều dương và < 1 và khác biệt so với 1 (dựa vào bảng trên) giá trị P-value đều rất bé và < 0,05 cho nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Do đó các khái niệm nghiên cứu trong mô hình này đều đã đạt được giá trị phân biệt.

4.5. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Kết quả phân tích mô hình SEM về trọng số hồi quy cho các yếu tố GSS, GSE, KGS, LEVEL GS, SD đều có ý nghĩa thống kê 5%. Tuy nhiên, trọng số hồi quy của GCA lớn hơn 10% không thỏa mãn yêu cầu. Như vậy, kết quả phân tích mô hình SEM cho thấy có các yếu tố như kiến thức khởi nghiệp xanh, tinh thần khởi nghiệp xanh, môi trường khởi nghiệp xanh, trình độ tác động đến khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ của giới trẻ Việt Nam. Các yếu tố này đều có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Các trọng số hồi quy của bảng trên đều mang dấu dương, cho thấy các khái kiến thức khởi nghiệp xanh, tinh thần



(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS 26 và Amos 24)

Hình 2: Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA (chuẩn hóa)

khởi nghiệp xanh, môi trường khởi nghiệp xanh, trình độ ảnh hưởng cùng chiều đến khởi nghiệp của giới trẻ Việt Nam. Bên cạnh đó, khởi nghiệp xanh tác động đến lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững dựa trên khai thác tài sản trí tuệ của giới trẻ Việt Nam. Các yếu tố này trong mô hình đã giải thích được 61% biến thiên của biến phụ thuộc đến khởi nghiệp xanh, lợi thế

cạnh tranh xanh và phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam.

Kết quả phân tích mô hình SEM lần thứ nhất cho thấy giá trị của các chỉ số Chi-bình phương = 641,330 với giá trị $p=,000$. Các chỉ tiêu khác: Chi-bình phương/df = 2,902, GFI, TLI đều cao hơn 0,9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,061 < 0,08 (Steiger,

Bảng 5: Trọng số hồi quy

	Trọng số hồi quy	S.E.	C.R.	P
GS <--- GSS	0,591	0,277	5,181	***
GS <--- GSE	0,427	0,127	4,336	***
GS <--- KGS	0,352	0,060	3,138	***
GS <--- level	0,258	0,048	2,211	,006
GCA <--- GS	0,418	0,081	4,164	***
SD <--- GS	0,399	0,087	3,581	***
SD <--- GCA	0,383	0,083	3,573	,238

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS 26 và Amos 24)

1998) thỏa mãn điều kiện đặt ra nhưng $TLI = 0,878 < 0,9$ nên nghiên cứu tiến hành cải thiện mô hình bằng cách nối các e trong mô hình theo gợi ý trong Covariances của Amos 24: e1 - e5, e2 - e3, e2 - e5, e10 - e13, e11 - e12, e11 - e13, e14 - e15, e14 - e16, e14 - e17, e15 - e16, e15 - e17. Kết quả CFA lần cuối của mô hình thang đo được trình bày trong hình 3. Mô hình này có 233 bậc tự do. Hình 3 cho thấy giá trị của các chỉ số Chi-bình phương = 552,065 với giá trị $p=,000$. Các chỉ tiêu khác: Chi-bình phương/df = 2,369, GFI, TLI, CFI đều cao hơn 0,9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,05 < 0,08 (Steiger, 1998), điều này có thể suy ra mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu thị trường.

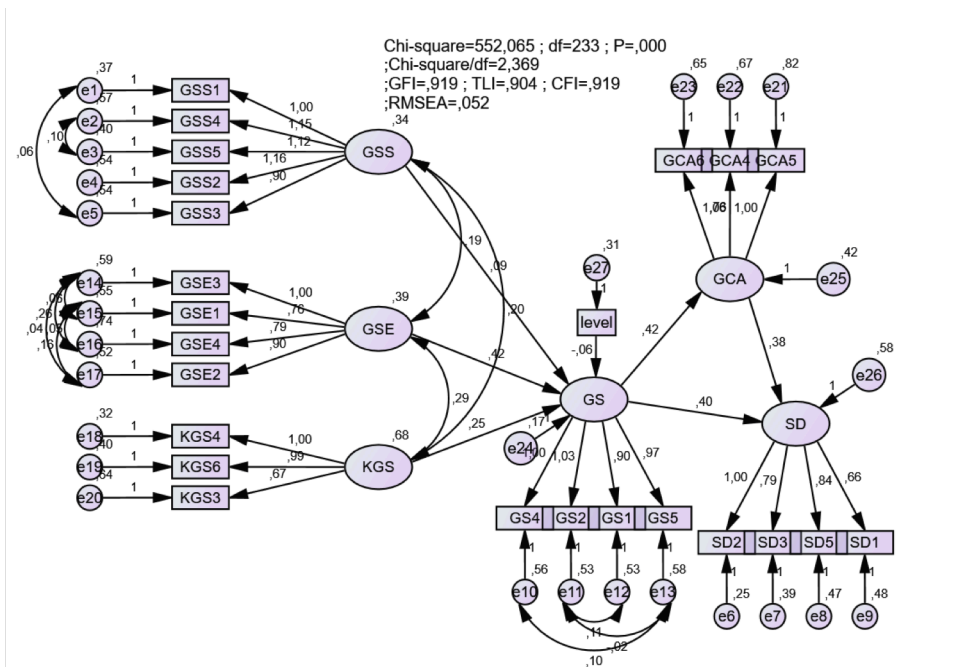
Kết quả nghiên cứu cho thấy 5/6 giả thuyết đặt ra ban đầu đều được chấp nhận và các yếu tố tác động như tinh thần khởi nghiệp có tác động mạnh nhất, môi trường khởi nghiệp xanh đứng thứ hai, kiến thức khởi nghiệp xanh và trình độ của giới trẻ là hai yếu tố cuối cùng. Mô hình SEM chuẩn hóa được biểu diễn dưới đây (xem hình 3). Phương trình hồi quy tuyến tính biểu diễn mối quan hệ giữa các biến yếu tố tác động đến khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam như sau:

$$GS = 0,591.GSS + 0,427. GSE + 0,352. KGS + 0,258.level$$

4.6. Kiểm định mô hình bằng phân tích Bootstrap

Để đánh giá độ tin cậy của các ước lượng, trong các phương pháp nghiên cứu định lượng bằng phương pháp lấy mẫu, thông thường chúng ta phải chia mẫu ra làm 2 mẫu con. Một nửa dùng để ước lượng các tham số mô hình và một nửa dùng để đánh giá lại. Cách khác là lặp lại nghiên cứu bằng một mẫu khác. Cả hai cách trên thường không thực tế vì phương pháp cấu trúc thường đòi hỏi mẫu lớn nên việc làm này tốn kém nhiều thời gian và chi phí (Anderson và Gerbing, 1988). Trong những trường hợp như vậy thì Bootstrap là phương pháp phù hợp để thay thế (Schumacker & Lomax, 2010) cho mẫu ban đầu $n = 356$, Bootstrap là phương pháp lấy mẫu lặp lại có thay thế trong đó mẫu ban đầu đóng vai trò đảm đông là 1000 mẫu và hơn nữa.

Cột Estimate cho thấy ước lượng bình thường với phương pháp xu hướng cực đại ML, các cột còn lại được tính từ phương pháp Bootstrap. Cột Mean cho ta trung bình các ước lượng Bootstrap. Bias (độ lệch) bằng cột Mean trừ cột Estimate. Cột CR (Composite reliability - độ tin cậy tổng hợp) tự tính bằng Excel bằng cách lấy cột Bias chia cho cột SE - Bias. Nhìn vào bảng trên ta thấy rằng trị tuyệt đối của CR rất nhỏ so với 2 nên có thể nói là độ chệch là rất nhỏ, không có ý



(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS 26 và Amos 24)

Hình 3: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (chuẩn hóa)

Bảng 6: Kiểm định Bootstrap

Parameter			SE	SE-SE	Hệ số hồi quy của UL Bootstrap	Chênh lệch	Sai số chuẩn	CR
GS	<---	GSS	0,112	0,006	0,086	-0,005	0,008	-0,625
GS	<---	GSE	0,202	0,011	0,444	0,019	0,014	1,357
GS	<---	KGS	0,105	0,005	0,237	-0,011	0,007	-1,571
GS	<---	level	0,051	0,003	-0,052	0,006	0,004	1,500
GCA	<---	GS	0,145	0,007	0,451	0,003	0,010	0,300
SD	<---	GS	0,195	0,015	0,422	,0004	0,046	0,087

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS 26 và Amos 24)

nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95% => Các ước lượng trong mô hình SEM có thể tin cậy được.

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và hàm ý một số giải pháp

Từ phương trình hồi quy tuyến tính biểu diễn quan hệ của yếu tố tác động đến khởi nghiệp xanh, của giới trẻ Việt Nam thì yếu tố tinh thần khởi nghiệp xanh có tác động mạnh nhất, với giá trị của trọng số chuẩn hóa là 0,591, thứ hai là môi trường khởi nghiệp xanh với trọng số là 0,427, tiếp theo là kiến thức khởi nghiệp xanh với trọng số là 0,352, cuối cùng là trình độ của giới trẻ với trọng số 0,258. Các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 đều được chấp nhận còn giả thuyết H6 bị loại bỏ. Kết quả này thống nhất với kết quả nghiên cứu của một số tác giả cho rằng yếu tố tinh thần khởi nghiệp xanh, môi trường khởi nghiệp xanh, kiến thức khởi nghiệp xanh có tác động thuận chiều với ý định khởi nghiệp xanh (Autio và cộng sự (2001), Grimaldi và Gradi (2005); Radas và Bozic (2009); Ambad và Damit (2016), Karali (2013). Bên cạnh đó, khởi nghiệp xanh có tác động thuận chiều đến lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững. Thực tế tại Việt Nam, các chuyên gia cho rằng khởi nghiệp xanh được coi là vấn đề cốt yếu của tăng trưởng kinh tế ở các nước đang phát triển nói chung và Việt Nam nói riêng. Ở Việt Nam giới trẻ đã khởi nghiệp xanh với mô hình kinh doanh ống hút tre, giấy, bột gạo thay thế ống hút nhựa để bảo vệ môi trường cùng với nguồn nguyên liệu có sẵn tại địa phương như tre, nứa, trúc... Khởi nghiệp xanh với mô hình kinh doanh thực phẩm sạch, được phẩm xanh, chuỗi cửa hàng thực phẩm sạch như Home

foodm hanofarm... Như vậy khởi nghiệp xanh là một xu hướng tất yếu để thích ứng với biến đổi khí hậu, sự nóng lên toàn cầu cùng sự cạn kiệt nguồn tài nguyên. Khởi nghiệp xanh hướng đến việc tạo ra quá trình kinh doanh có tính tái tạo, có tác động tích cực đối với môi trường, cộng đồng. Tuy nhiên khởi nghiệp xanh chưa trở thành xu thế do các bên liên quan chưa nhận thức được tầm quan trọng so với thức đẩy tăng trưởng kinh tế. Qua kết quả nghiên cứu định lượng và nghiên cứu dữ liệu thu thập được, một số hàm ý giải pháp nhằm tăng cường khởi nghiệp xanh mang lại lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững dựa trên khai thác tài sản trí tuệ của giới trẻ Việt Nam trong thời gian tới như sau:

5.1. Hàm ý giải pháp về tinh thần khởi nghiệp xanh

Kết quả nghiên cứu cho thấy tinh thần khởi nghiệp xanh có tác động mạnh nhất đến ý định khởi nghiệp xanh dựa trên tài sản trí tuệ của giới trẻ Việt Nam (0,591). Giới trẻ khởi nghiệp xanh luôn cần các ý tưởng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hướng tới phát triển xanh, bền vững, gắn kết với cộng đồng xung quanh; ưu tiên phát triển những mô hình có sự lan tỏa, đóng góp cho việc phát triển cộng đồng như nông sản sạch, du lịch cộng đồng...; đồng thời lan tỏa tinh thần trách nhiệm với xã hội “đề đất nước giàu có hơn nhưng trên hết là mọi người được sống trong một xã hội yên bình, hạnh phúc, yêu thương lẫn nhau”. Đồng thời nâng cao tinh thần học hỏi các các mô hình khởi nghiệp xanh và quyết tâm tạo dựng một doanh nghiệp xanh cho mình trong tương lai. Học hỏi các tấm gương các doanh nhân khởi nghiệp xanh từ đó khơi dậy ham muốn, quyết tâm

kinh doanh, tạo hứng thú với “tư duy làm chủ thay vì tư duy làm thuê” từ đó thúc đẩy ý định khởi nghiệp xanh của mỗi cá nhân sẽ trở thành hiện thực.

5.2. Hàm ý giải pháp về môi trường khởi nghiệp xanh

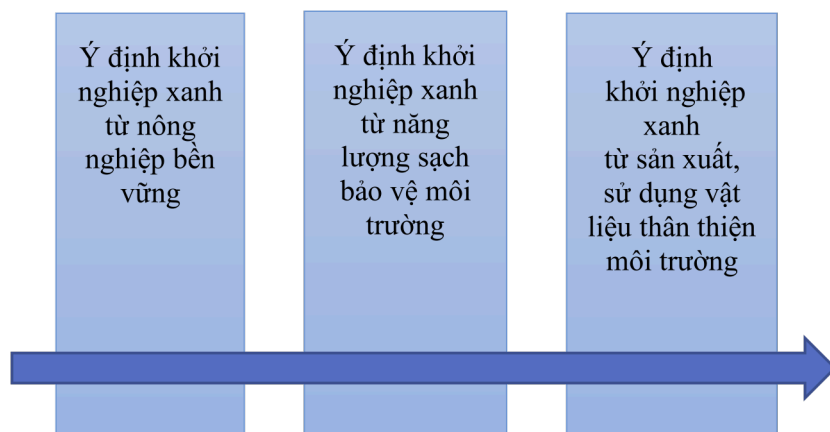
Môi trường khởi nghiệp xanh là yếu tố tác động mạnh thứ hai đến khởi nghiệp xanh của giới trẻ Việt Nam (0,427). Do đó, để khẳng định tầm quan trọng của tăng trưởng xanh trong phát triển bền vững quốc gia, ngay trước thềm Hội nghị COP 26, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt “Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn 2050” tại Quyết định số 1658/QĐ-TTg, ngày 01/10/2021, trong đó, đề ra mục tiêu thúc đẩy cơ cấu lại nền kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nhằm đạt được thịnh vượng về kinh tế, bền vững về môi trường và công bằng về xã hội; hướng tới nền kinh tế xanh. Như vậy, Nhà nước luôn quan tâm đến phát triển bền vững kinh tế xanh. Các địa phương, các tỉnh, thành cũng cần nâng cao hiệu quả hoạt động của trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, tạo nên mạng lưới, đó là môi trường mời gọi cộng đồng khởi nghiệp xanh để các ý tưởng thành công, vững chắc hơn. Từ đó kết nối các thành phần trong hệ sinh thái ngày càng chặt chẽ hơn nữa, tạo ra nhiều giá trị mới cho hệ sinh thái trong khai thác nguồn lực địa phương, tạo hành lang khởi nghiệp xanh, tạo điều kiện cho các doanh nhân khởi nghiệp thành công.

5.3. Hàm ý giải pháp về kiến thức khởi nghiệp xanh

Từ kết quả nghiên cứu mô hình SEM cho thấy kiến thức khởi nghiệp xanh (0,352) và trình độ của giới trẻ Việt Nam (0,258) dựa trên tài sản trí tuệ có tác động yếu nhất. Vì vậy giới trẻ Việt Nam cần tăng cường học hỏi, nâng cao kiến thức khởi nghiệp xanh. Nâng cao kiến thức khởi nghiệp xanh sẽ giúp giới trẻ xây dựng doanh nghiệp bền vững. Ở đó, doanh nghiệp xanh sẽ kết hợp các quy trình vận hành thân thiện với môi trường, tìm nguồn cung ứng sản phẩm và nguyên liệu, thực hành lao động và phương thức vận chuyển... Mục tiêu của khởi nghiệp xanh là loại bỏ mọi tác động tiêu cực đến môi trường trên quy mô địa phương và toàn cầu. Một doanh nghiệp xanh có cách tiếp cận chủ động để giảm thiểu chất thải, giảm lượng khí thải carbon và tránh các hành vi có hại.

5.4. Hàm ý giải pháp thúc đẩy khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ nhằm tăng cường lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững

Thúc đẩy mô hình khởi nghiệp xanh sẽ giúp đạt mục tiêu công bằng về mặt xã hội và hạn chế tối đa những rủi ro cho môi trường, hệ sinh thái, tôn tạo và phát triển hệ sinh thái tự nhiên, tăng cường lợi thế cạnh tranh, phát triển bền vững cũng như mang lại phúc lợi cao nhất cho con người. Một số ý định khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ cho giới trẻ Việt Nam cần coi trọng như từ nông nghiệp bền vững, từ



(Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả)

Hình 4: Đề xuất một số ý định khởi nghiệp xanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ cho giới trẻ Việt Nam

năng lượng sạch bảo vệ môi trường cũng như từ sản xuất, sử dụng vật liệu thân thiện môi trường.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp của giới trẻ Việt Nam như tinh thần khởi nghiệp có tác động mạnh nhất, môi trường khởi nghiệp xanh đứng thứ hai, kiến thức khởi nghiệp xanh và trình độ của giới trẻ là hai yếu tố cuối cùng. Bên cạnh đó nghiên cứu cũng chỉ ra ý định khởi nghiệp xanh tác động đến lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam dựa trên tài sản trí tuệ. Đồng thời nghiên cứu cũng đề xuất một số hàm ý chính sách cho giới trẻ, Nhà nước, cơ quan quản lý, địa phương tăng cường thúc đẩy ý định khởi nghiệp xanh nhằm tăng cường lợi thế cạnh tranh xanh, phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam. Tuy nhiên nghiên cứu sử dụng số liệu từ 356 phiếu điều tra từ giới trẻ Việt Nam nên việc điều tra mẫu nghiên cứu chưa thực sự bao quát. Cũng như chưa tìm ra căn cứ khẳng định lợi thế cạnh tranh xanh tác động đến phát triển bền vững. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
2. Ambad, S. N. A., & Damit, D. H. D. A. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 108–114. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30100-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30100-9).
3. Asadi, S., OmSalameh Pourhashemi, S., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., Aljojo, N., & Razali, N. S. (2020). Investigating influence of green innovation on sustainability performance: A case on Malaysian hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120860. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120860>.
4. Astuti, P. D., & Datri, L. K. (2021). Green competitive advantage: Examining the role of environ-

mental consciousness and green intellectual capital. *Management Science Letters*, 1141–1152. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.11.025>.

5. Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., G. C. Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>.

6. Bansal, P. (2005). Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197–218.

7. Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588–606. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>.

8. Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>.

9. Doorasamy, M. (2015). Theoretical Developments In Environmental Management Accounting And The Role And Importance Of MFCA. *Foundations of Management*, 7(1), 37–52. <https://doi.org/10.1515/fman-2015-0024>.

10. 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. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001>.

11. Gibbs, D., & O'Neill, K. (2014). Rethinking Sociotechnical Transitions and Green Entrepreneurship: The Potential for Transformative Change in the Green Building Sector. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 46(5), 1088–1107. <https://doi.org/10.1068/a46259>.

12. Grimaldi, R., & Grandi, A. (2005). Business incubators and new venture creation: An assessment of incubating models. *Technovation*, 25(2), 111–121. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00076-2](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00076-2).

13. Grinevich, V., Huber, F., Karataş-Özkan, M., & Yavuz, Ç. (2019). Green entrepreneurship in the sharing economy: Utilising multiplicity of institutional logics. *Small Business Economics*, 52(4), 859–876. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9935-x>.
14. Gürlek, M., & Tuna, M. (2018). Reinforcing competitive advantage through green organizational culture and green innovation. *The Service Industries Journal*, 38(7–8), 467–491. <https://doi.org/10.1080/02642069.2017.1402889>.
15. Jolink, A., & Niesten, E. (2015). Sustainable Development and Business Models of Entrepreneurs in the Organic Food Industry: Sustainable Development and Business Models of Entrepreneurs. *Business Strategy and the Environment*, 24(6), 386–401. <https://doi.org/10.1002/bse.1826>.
16. Junior, J. A. G., Busso, C. M., Gobbo, S. C. O., & Carreão, H. (2018). Making the links among environmental protection, process safety, and industry 4.0. *Process Safety and Environmental Protection*, 117, 372–382.
17. Karali, S., & Thurik, R. (2013). *The Impact of entrepreneurship education programs on entrepreneurial intentions: An application of the theory of planned behavior*. Master Thesis. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Impact-of-entrepreneurship-education-programs-Karali-Thurik/3bf2e382cdfbe357d1f89e715959626633da8d6a>.
18. Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>.
19. Lins, T., & Rabelo Oliveira, R. A. (2017). Energy efficiency in industry 4.0 using SDN. *2017 IEEE 15th International Conference on Industrial Informatics (INDIN)*, 609–614. <https://doi.org/10.1109/INDIN.2017.8104841>.
20. McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *The Academy of Management Review*, 31, 132–152. <https://doi.org/10.2307/20159189>.
21. McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review*, 26(1), 117. <https://doi.org/10.2307/259398>.
22. Miller, D. (2011). Miller (1983) Revisited: A Reflection on EO Research and Some Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873–894. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>.
23. Muangmee, C., Dacko-Pikiewicz, Z., Meekaewkunchorn, N., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Green Entrepreneurial Orientation and Green Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Social Sciences*, 10(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/socsci10040136>.
24. Ndubisi, N., & Nair, S. R. (2009). Green Entrepreneurship (GE) And Green Value Added (GVA): A Conceptual Framework. *International Journal of Entrepreneurship*. [https://www.semanticscholar.org/paper/Green-Entrepreneurship-\(GE\)-And-Green-Value-Added-A-Ndubisi-Nair/dd3ebfcb654c24857fd802053195cbe1a7eb16d7](https://www.semanticscholar.org/paper/Green-Entrepreneurship-(GE)-And-Green-Value-Added-A-Ndubisi-Nair/dd3ebfcb654c24857fd802053195cbe1a7eb16d7).
25. Nikolaou, E. I., Ierapetritis, D., & Tsagarakis, K. P. (2011). An evaluation of the prospects of green entrepreneurship development using a SWOT analysis. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 18(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13504509.2011.543565>.
26. Porter, M. E., & Linde, C. van der. (1995). Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 97–118. <https://doi.org/10.1257/jep.9.4.97>.
27. Radas, S., & Božić, L. (2009). The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy. *Technovation*, 29(6), 438–450. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.12.002>.
28. Radonjić, G., & Tominc, P. (2007). The role of environmental management system on introduction of

new technologies in the metal and chemical/paper/plastics industries. *Journal of Cleaner Production*, 15(15), 1482–1493. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.03.010>.

29. Richomme-Huet, K., & de Freyman, J. (2014). What Sustainable Entrepreneurship Looks Like: An Exploratory Study from a Student Perspective. In A. Lundström, C. Zhou, Y. von Friedrichs, & E. Sundin (Eds.), *Social Entrepreneurship* (Vol. 29, pp. 155–177). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01396-1_7.

30. Russo, M. V., & Fouts, P. A. (1997). A RESOURCE-BASED PERSPECTIVE ON CORPORATE ENVIRONMENTAL PERFORMANCE AND PROFITABILITY. *Academy of Management Journal*, 40(3), 534–559. <https://doi.org/10.2307/257052>.

31. Schumpeter, J. A. (1934). *He Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.

32. Schuyler, G. (1998). *Social Entrepreneurship: Profit as a Means, Not an End. Digest Number 98-7*. For full text: <http://www.eric.ed.gov/?id=ED434219>.

33. Secretary-General, U., & Development, W. C. on E. and. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Note /: by the Secretary-General*. <https://digitalibrary.un.org/record/139811>.

34. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The Social Dimensions of Entrepreneurship* (SSRN Scholarly Paper No. 1497759). <https://papers.ssrn.com/abstract=1497759>.

35. Shi, L., Han, L., Yang, F., & Gao, L. (2019). The Evolution of Sustainable Development Theory: Types, Goals, and Research Prospects. *Sustainability*, 11(24), Article 24. <https://doi.org/10.3390/su11247158>.

36. Soomro, B. A., Ghumro, I. A., & Shah, N. (2020). Green entrepreneurship inclination among the younger generation: An avenue towards a green economy. *Sustainable Development*, 28(4), 585–594. <https://doi.org/10.1002/sd.2010>.

37. Steenkamp, J.-B. E. M., & van Trijp, H. C. M. (1991). The use of lisrel in validating marketing constructs. *International Journal of Research in Marketing*, 8(4), 283–299. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(91\)90027-5](https://doi.org/10.1016/0167-8116(91)90027-5).

38. Steiger, J. H. (1998). A note on multiple sample extensions of the RMSEA fit index. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 5(4), 411–419. <https://doi.org/10.1080/10705519809540115>.

39. Stephan, U. (2009). Development and first validation of the culture of entrepreneurship (C-ENT) scale. *Academy of Management Annual Meeting, Chicago, USA*, 7–11.

40. Thọ, N. Đ., & Trang, N. T. M. (2011). Nghiên cứu khoa học Marketing-Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. *NXB Lao Động*.

Summary

This study aims to analyze the factors affecting green start-ups, green competitive advantages, and sustainable development based on the exploitation of the intellectual property of Vietnamese youth. 356 questionnaires collected from Young Vietnamese people were processed through SPSS 26 & AMOS 24 software, then descriptive statistics, EFA analysis, CFA analysis, SEM analysis, and Bootstrap test were performed. The research results show that the factors affecting green startups are green entrepreneurship, green start-up environment, knowledge of the green start-up, and educational level of Vietnamese young people. In particular, green entrepreneurship has the strongest impact. Besides, green startups also affect the green competitive advantage and sustainable development of Vietnamese youth. At the same time, the study also proposes several implications to promote a green startup model, green competitive advantage, and sustainable development of Vietnamese youth.