

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Hoài Thu** - Tác động của đô thị hoá đến phát thải khí nhà kính ở Việt Nam: kết quả từ mô hình ARDL. *Mã số: 183.1Deco.11* 3

Impact of Urbanization on Greenhouse Gas Emissions in Vietnam: Evidence from the ARDL Approach

- 2. Nguyễn Thị Đài Trang và Bùi Thanh Tráng** - Năng lực động và vai trò chính sách chính phủ đối với hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp viễn thông Việt Nam. *Mã số: 183.1SMET.11* 13

Dynamic Capabilities, Role of Government Policies and Firm Performances from Vietnam Telecommunications

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 3. Lê Hải Trung và Nguyễn Lan Phương** - Tác động của biến động giá dầu đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam. *Mã số: 183.2FiBa.21* 34

Impacts of Oil Price Changes to the Performance of Vietnamese Commercial Banks

- 4. Lê Hoàng Vinh và Nguyễn Bạch Ngân** - Các yếu tố ảnh hưởng đến lượng tiền gửi khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam: Vai trò điều tiết của sở hữu kiểm soát bởi Nhà nước. *Mã số: 183.2FiBa.21* 49

Factors Affecting on the Level of Customer Deposits at Vietnamese Commercial Banks: The Moderating Role of State-Controlled Ownership

- 5. Đinh Văn Hoàng, Bùi Khánh Phương, Trịnh Thị Thu Trang, Trần Như Quỳnh và Nguyễn Thị Phương** - Tác động của năng lực đổi mới sáng tạo đến năng lực phát triển bền vững của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam. **Mã số: 183.2BAdm.21** 65

The Impact of Innovation Capabilities on Business Sustainability Competencies of Small and Medium Enterprises in Viet Nam

- 6. Cao Quốc Việt và Vũ Thị Hồng Ân** - Tác động của trò chơi hoá đến lòng trung thành của người dùng ví điện tử tại thành phố Hồ Chí Minh. **Mã số: 183.2BMkt.21** 81

The Impact of Gamification on the Loyalty of E-Wallet Users in Ho Chi Minh City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Đỗ Huỷ Thương, Phạm Thị Thanh Hằng, Nguyễn Thị Bích Hồng, Nguyễn Việt Hoàng và Lê Nguyễn Triệu Vi** - Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của thanh niên ở khu vực Hà Nội. **Mã số: 183.3OMIs.31** 98

Researching the Factors Influencing the Young Hanoians' Start-Up Intention

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

NGHIÊN CỨU YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA THANH NIÊN Ở KHU VỰC HÀ NỘI

Đỗ Huy Thường*

Email: dohuythuongvnu@gmail.com

Phạm Thị Thanh Hằng*

Email: hangptt.sis@vnu.edu.vn

Nguyễn Thị Bích Hồng*

Email: 22090060@vnu.edu.vn

Nguyễn Việt Hoàng*

Email: 22090057@vnu.edu.vn

Lê Nguyễn Triệu Vi*

Email: 22090173@vnu.edu.vn

*Đại học Quốc gia Hà Nội

Ngày nhận: 22/06/2023

Ngày nhận lại: 09/10/2023

Ngày duyệt đăng: 13/10/2023

Nghiên cứu này phân tích các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp của thanh niên Hà Nội trên cơ sở Lý thuyết hành vi có hoạch định của Ajzen (1991) và Lý thuyết sự kiện khởi nghiệp của Shapero & Sokol (1982) với việc sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cùng với việc bổ sung yếu tố đặc điểm cá nhân để xem xét tác động trực tiếp của yếu tố này đối với ý định khởi nghiệp. Đáng chú ý, nghiên cứu còn xem xét ảnh hưởng của nền tảng gia đình đến ý định khởi nghiệp của thanh niên về mặt vật chất và tinh thần cùng với việc xem xét các yếu tố “tiếp cận với nguồn vốn”, “khả năng giao tiếp”, “nền tảng gia đình”, “môi trường xung quanh” và “giáo dục khởi nghiệp” tác động đến ý định khởi nghiệp thông qua “niềm tin”. Kết quả cho thấy nền tảng gia đình có ảnh hưởng lớn nhất đối với niềm tin và khả năng giao tiếp có ảnh hưởng tích cực đối với niềm tin. Trong khi đó, mối quan hệ giữa các yếu tố (môi trường xung quanh, tiếp cận với nguồn vốn và giáo dục khởi nghiệp) và ý định khởi nghiệp không có ý nghĩa thống kê. Niềm tin có ảnh hưởng lớn nhất đối với ý định khởi nghiệp và đặc điểm cá nhân có tác động tích cực đối với ý định khởi nghiệp. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp không có ý nghĩa thống kê.

Từ khóa: Ý định, khởi nghiệp, thanh niên.

JEL Classifications: D22, M13, O31, J24.

DOI: 10.54404/JTS.2023.183V.07

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, khởi nghiệp được coi là động lực cho sự tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và đổi mới sáng tạo ở nhiều nước trên thế giới. Vì thế, khởi nghiệp đã thu hút được sự chú ý của nhiều nhà quản lý cũng như các nhà khoa học. Ý định khởi nghiệp đã được nghiên cứu sâu rộng ở các

nước phương Tây và ở các nước phương Đông trong thời gian gần đây. Tuy nhiên, đó vẫn là một lĩnh vực khá mới ở Việt Nam. Tinh thần khởi nghiệp được chú ý trong thời gian gần đây từ khi năm 2016 được chọn là năm quốc gia khởi nghiệp. Tuy nhiên, tỷ lệ người có ý định khởi nghiệp so với tỷ lệ dân số trong độ tuổi lao động

ở Việt Nam còn nhỏ (22,3% năm 2019) so với 36,5% ở các quốc gia phát triển (Vuong et al., 2020). Đến năm 2022, Việt Nam có khoảng 38,000 doanh nghiệp khởi nghiệp trong hệ sinh thái khởi nghiệp. Một mặt, nhiều thanh niên chỉ muốn làm công cho các cơ quan, doanh nghiệp. Mặt khác, còn nhiều trở ngại ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của thanh niên.

Đến nay, đã có nhiều nghiên cứu về các yếu tố liên quan đến khởi nghiệp như yếu tố bên ngoài cá nhân (giáo dục, văn hóa, nền tảng gia đình...) và yếu tố bên trong cá nhân (động cơ, tính cách, niềm tin...). Các yếu tố bên ngoài như “giáo dục” (Kumar et al., 2020; Shamsudeen et al., 2017; Siriattakul & Jermstipparsert, 2019), “sự ủng hộ của gia đình hay nền tảng gia đình” (Keat et al., 2011) và “các yếu tố xã hội” (Chand & Ghorbani, 2011; Dubey & Sahu, 2022; Nguyen et al., 2020; Pruett et al., 2009) đã được xem xét và khẳng định có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp. Tuy nhiên, hầu như không có mối quan hệ nào giữa đặc điểm văn hóa xã hội và ý định khởi nghiệp của sinh viên được tìm thấy (Pruett et al., 2009) hoặc không có mối quan hệ nào được tìm thấy giữa môi trường thể chế và ý định khởi nghiệp của sinh viên (Phan Tan, 2021). Trong khi đó, các yếu tố bên trong cá nhân như tự chủ, tự chịu trách nhiệm (Baluku et al., 2018) và tính đổi mới (Koe, 2016; So et al., 2017; Tu et al., 2021; Wathanakom et al., 2020) được xác định có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp. Ngoài ra, chấp nhận rủi ro được khẳng định có tác động quan trọng và tích cực đối với ý định khởi nghiệp (Al-Mamary et al., 2020; Moraes et al., 2018). Trong khi đó, nhận thức về rủi ro tác động tích cực đến ý định thông qua thái độ khởi nghiệp (Hmieleski & Corbett, 2006; Y. Zhang et al., 2014). Các yếu tố khác như tính cách (Obembe et al., 2014), tư duy (Mathisen & Arnulf, 2013), thái độ (Boissin et al., 2009) và giới tính (Al-Mamary et al., 2020; Maes et al., 2014) đều được xem xét có tác động đến ý định khởi nghiệp. Tuy nhiên, hướng tiếp cận đối với các yếu tố liên quan đến bản thân người có ý định khởi nghiệp còn nhiều

mâu thuẫn và kết quả nghiên cứu chưa thống nhất.

Các nghiên cứu trước đã đề cập đến các yếu tố khác nhau tác động đến ý định khởi nghiệp như tính cách cá nhân, nền tảng gia đình, giáo dục, môi trường, tâm lý chủ quan, năng lực cảm xúc, khả năng kinh doanh, sự nhanh nhạy, sự tự chủ,... với các mô hình và phương pháp nghiên cứu khác nhau. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên hầu hết mới chỉ tập trung vào sinh viên ở các trường đại học mà chưa có nghiên cứu nào đề cập đến đối tượng rộng hơn (thanh niên từ 18 đến 35 tuổi). Ngoài ra, mặc dù các nghiên cứu có đề cập đến định hướng khởi nghiệp và giáo dục khởi nghiệp cho sinh viên, nhưng chưa có nghiên cứu nào đề cập chương trình định hướng khởi nghiệp cũng như là chương trình giáo dục khởi nghiệp cụ thể. Định hướng khởi nghiệp và giáo dục khởi nghiệp mới chỉ được coi là những kiến thức liên quan đến kinh tế, kinh doanh trong các chương trình đào tạo kinh tế, quản trị ở các trường đại học. Hơn nữa, mặc dù các nghiên cứu trước đã đề cập đến phát triển năng lực cảm xúc cho sinh viên như nhận thức bản thân, tự kiểm soát, nhận thức xã hội, kỹ năng xã hội,... nhưng chưa có nghiên cứu cụ thể nào đề cập đến phát triển khả năng giao tiếp cho sinh viên và thanh niên. Ngoài ra, hầu hết các nghiên cứu trước sử dụng mô hình vai trò của gia đình (với thang đo: 1 - không có ai làm kinh doanh, 2 - có một người, 3 - có hai người và 4 - có ba người trở lên) khi đề cập đến yếu tố gia đình, mà chưa có nghiên cứu nào xem xét nền tảng gia đình ảnh hưởng như thế nào đến cá nhân người khởi nghiệp về mặt vật chất cũng như về mặt tinh thần.

Do đó, trên cơ sở Lý thuyết hành vi có hoạch định (TPB) của Ajzen (1991) và Lý thuyết sự kiện khởi nghiệp (SEE) của Shapero, A., & Sokol, L. (1982), nghiên cứu này đã kế thừa và bổ sung thêm một số điểm sau: *Thứ nhất*, nghiên cứu xem xét đối tượng rộng hơn sinh viên (đó là thanh niên trong độ tuổi 18-35), trong khi các nghiên cứu trước chủ yếu đề cập đến là sinh viên. *Thứ hai*, nghiên cứu bổ sung thêm các yếu tố “đặc điểm cá nhân” để xét xem tác động trực tiếp của yếu tố

này đối với ý định khởi nghiệp. *Thứ ba*, nghiên cứu xem xét nền tảng gia đình tác động đến ý định khởi nghiệp của cá nhân về mặt vật chất và tinh thần. Trong khi đó, các nghiên cứu trước xem xét số lượng thành viên trong gia đình tham gia vào hoạt động kinh doanh ảnh hưởng như thế nào đến ý định khởi nghiệp của cá nhân. *Thứ tư*, nghiên cứu xem xét mối quan hệ của các yếu tố (tiếp cận với nguồn vốn, khả năng giao tiếp, nền tảng gia đình, môi trường xung quanh và giáo dục khởi nghiệp) tác động đến ý định khởi nghiệp thông qua yếu tố niềm tin. *Cuối cùng*, nghiên cứu còn xem xét mối quan hệ giữa yếu tố niềm tin và thái độ của thanh niên đối với ý định khởi nghiệp của thanh niên Hà Nội.

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

2.1. Cơ sở lý thuyết

Theo Ajzen (1991), hành vi của con người là kết quả của sự dự định thực hiện hành vi và khả năng kiểm soát của họ. Do vậy, ý định khởi nghiệp chịu tác động bởi ba yếu tố: (1) Thái độ dẫn đến hành vi; (2) Ý kiến của những người xung quanh; (3) Cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi. Trong đó, thái độ hành vi thể hiện sự đánh giá tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân đối với việc khởi nghiệp. Nó không chỉ thể hiện sự cảm nhận của cá nhân mà còn thể hiện sự suy xét về việc khởi nghiệp đó có mang lại lợi ích hay không. Ý kiến của những người xung quanh được coi như áp lực xã hội đối với quyết định về việc khởi nghiệp của cá nhân. Việc những người xung quanh ủng hộ hoặc không ủng hộ ảnh hưởng đến niềm tin thực hiện hành động khởi nghiệp của cá nhân. Cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi là yếu tố thể hiện sự dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi.

Lý thuyết sự kiện khởi nghiệp của Shapero & Sokol (1982) cho rằng quyết định của cá nhân về việc khởi nghiệp phụ thuộc vào những thay đổi quan trọng trong đời sống của cá nhân và thái độ của cá nhân đó đối với việc khởi nghiệp được thể hiện ở hai khía cạnh cảm nhận về tính khả thi và mong muốn của cá nhân đó. Theo Shapero &

Sokol (1982), các nguồn lực và sự hỗ trợ từ bên ngoài như tiếp cận với nguồn tài chính, nguồn thông tin, chính sách ưu đãi của nhà nước, ý tưởng khởi nghiệp và các yếu tố bên trong của cá nhân như kỹ năng và khả năng đều đóng góp vào cảm nhận về tính khả thi của việc khởi nghiệp. Mong muốn khởi nghiệp thể hiện suy nghĩ của cá nhân về sự hấp dẫn của khởi nghiệp và hình thành khung giá trị cho cá nhân đó. Khung giá trị này bị tác động bởi môi trường xung quanh như gia đình, bạn bè... Theo cách hiểu này, mong muốn khởi nghiệp khá tương đồng với thái độ tích cực và chuẩn chủ quan trong Lý thuyết hành vi có hoạch định của Ajzen (1991).

Cả lý thuyết hành vi có hoạch định của Ajzen và Lý thuyết Sự kiện khởi nghiệp đều khẳng định thái độ và cảm nhận về tính khả thi hay nói cách khác là niềm tin có ảnh hưởng đến ý định hành vi của cá nhân.

2.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất Ý định khởi nghiệp

Ý định khởi nghiệp được hiểu là ý định của cá nhân để bắt đầu một doanh nghiệp. Việc lập kế hoạch và tạo dựng doanh nghiệp là một quá trình (Gupta & Bhawe, 2007). Ý định khởi nghiệp cũng được hiểu là trạng thái tâm trí hướng đến việc hình thành hoạt động kinh doanh mới hay tạo lập một doanh nghiệp mới (Bird, 1988). Nói cách khác, ý định khởi nghiệp là trạng thái tâm trí trong việc sẵn sàng thực hiện công việc kinh doanh, tự tạo việc làm cho bản thân hoặc thành lập doanh nghiệp mới (Dohse & Walter, 2012).

Ý định khởi nghiệp là cảm giác về công việc có tổ chức bắt nguồn từ các yếu tố cá nhân, bối cảnh xã hội và thái độ đối với việc tự chủ, sáng tạo và chấp nhận rủi ro để tạo ra giá trị mới (Shi et al., 2020). Ý định khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành hoạt động kinh doanh (Rosli & Sidek, 2013) và bắt nguồn từ việc nhận ra cơ hội, tận dụng các nguồn lực có sẵn và sự hỗ trợ từ môi trường xung quanh để tạo lập doanh nghiệp (Kuckertz & Wagner, 2010). Ngoài ra, ý định khởi nghiệp thường liên quan đến nội tâm, hoài bão và cảm xúc của cá nhân (Zain et al.,

2010). Ý định khởi nghiệp được phân loại thành 03 hướng tiếp cận (giáo dục và ý định khởi nghiệp; môi trường và ý định khởi nghiệp; các yếu tố cá nhân như giới tính, tính cách, tư duy, thái độ,...). Trên cơ sở điều kiện thực tế, nghiên cứu này sẽ đề cập đến các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp, bao gồm Khả năng tiếp cận nguồn vốn; Giáo dục khởi nghiệp; Khả năng giao tiếp; Nền tảng gia đình và Môi trường xung quanh. Những yếu tố này ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin. Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng xem xét niềm tin không những tác động trực tiếp đến ý định mà còn tác động đến ý định thông qua thái độ.

Khả năng tiếp cận với nguồn vốn

Nguồn vốn được hiểu là nguồn tài chính được sử dụng cho hoạt động khởi nghiệp (Mazzarol et al., 1999). Quá trình tiếp cận với nguồn tài chính ưu đãi là một hành trình gian nan đối với việc khởi nghiệp. Trong quá trình khởi nghiệp, chỉ một số ít người có đủ vốn để hình thành và phát triển doanh nghiệp, còn đa số cần phải huy động vốn từ các nguồn khác nhau như sự hỗ trợ của gia đình và bạn bè hoặc vay mượn từ các tổ chức tài chính hoặc kêu gọi các nhà đầu tư. Hầu hết các chủ doanh nghiệp trẻ được cho rằng sử dụng sự tài trợ của cha mẹ, anh em và bạn bè trong giai đoạn đầu khởi nghiệp. Đây là nguồn tài chính quan trọng nhất đối với họ và có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp (Isaacs et al., n.d.). Tuy nhiên, đối với việc vay mượn từ các tổ chức tài chính hoặc kêu gọi nhà đầu tư cũng phản ánh niềm tin của cá nhân đối với khả năng đáp ứng các điều kiện vay vốn, khả năng chấp nhận rủi ro khi vay nợ và khả năng hoàn trả sau khi vay. Vì vậy, nghiên cứu này xem xét tác động của khả năng tiếp cận với nguồn vốn đối với ý định khởi nghiệp của thanh niên ở khu vực Hà Nội thông qua niềm tin. Theo đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H1: Khả năng tiếp cận nguồn vốn có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin của thanh niên.

Giáo dục khởi nghiệp

Giáo dục khởi nghiệp là sự can thiệp có mục đích nhằm truyền đạt kiến thức cũng như kỹ năng

cần thiết để hình thành động cơ, ý định và thực hiện hành động khởi nghiệp (Isaacs et al., n.d.). Giáo dục khởi nghiệp không chỉ trang bị kiến thức và kỹ năng kinh doanh mà còn định hướng thái độ đối với khởi nghiệp. Ý định khởi nghiệp sẽ trở nên mạnh mẽ hơn khi có sự tác động của hoạt động đào tạo về khởi nghiệp (Kuratko, 2005). Nếu được trang bị đầy đủ kiến thức về khởi nghiệp và được khích lệ, thì ý định lựa chọn thực hiện khởi nghiệp của sinh viên sẽ tăng lên (Turker & Sonmez Selcuk, 2009; Y. Zhang et al., 2014). Ngoài ra, lợi ích lớn từ các chương trình giáo dục khởi nghiệp là những sự kiện thúc đẩy (Souitaris et al., 2007) như những trải nghiệm hoặc hoạt động trong chương trình khởi nghiệp giúp thúc đẩy hoặc làm giảm bớt ý định khởi nghiệp của người tham gia. Nói cách khác, tham gia các chương trình khởi nghiệp đóng góp rất nhiều đến sự hình thành và phát triển ý định khởi nghiệp của người tham gia (Koe, 2016). Các cơ sở giáo dục khuyến khích hoạt động khởi nghiệp thông qua các chính sách/chương trình khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo nhằm thay đổi tư duy và hướng sinh viên nghĩ về việc tạo ra việc làm hơn là tìm kiếm việc làm sau khi ra trường. Các chính sách/chương trình khởi nghiệp đều nhằm khuyến khích, tạo niềm tin và là nền tảng cho sinh viên khởi nghiệp. Những nghiên cứu trước đó đã khẳng định ảnh hưởng trực tiếp của giáo dục khởi nghiệp đến ý định khởi nghiệp. Tuy nhiên, nghiên cứu này cũng muốn xem xét vai trò của giáo dục khởi nghiệp đối với ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin của thanh niên Hà Nội. Theo đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H2: Giáo dục khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin của thanh niên.

Khả năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp là khả năng bắt đầu và duy trì cuộc trò chuyện để thể hiện cảm xúc cũng như suy nghĩ của cá nhân bằng ngôn ngữ hoặc cử chỉ. Có nhiều nghiên cứu khác nhau về mối quan hệ giữa ý định khởi nghiệp và khả năng giao tiếp. Liñán (2008) đã tìm thấy mối liên hệ giữa khả năng lãnh đạo, ý định khởi nghiệp và khả năng

giao tiếp. Bên cạnh đó, khả năng giao tiếp rất quan trọng trong việc hình thành ý định khởi nghiệp (Yalap et al., 2020). Những sinh viên có khả năng giao tiếp và kỹ năng xã hội tốt thường có thái độ tích cực đối với khởi nghiệp (Özlem et al., 2013). Ngoài ra, ý định khởi nghiệp của sinh viên được tăng lên trong các chương trình giáo dục có các khóa học về giao tiếp hiệu quả (Keat et al., 2011; Oosterbeek et al., 2010). Niềm tin được hình thành qua sự tin tưởng vào khả năng giao tiếp của bản thân, có liên kết với việc phát triển nghề nghiệp. Các nghiên cứu về mối quan hệ giữa năng lực giao tiếp, niềm tin và khả năng phát triển nghề nghiệp trên nhiều lĩnh vực đã được thực hiện như y học lâm sàng (Anderson et al., 2016; Song et al., 2015); kế toán (Hassall et al., 2013) và thiết kế (Seth et al., 2015). Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào đánh giá ảnh hưởng của giao tiếp đến niềm tin và ý định khởi nghiệp. Do vậy, nghiên cứu này nhằm khám phá mối liên hệ giữa khả năng giao tiếp và ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin của thanh niên Hà Nội. Theo đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H3: Khả năng giao tiếp có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin của thanh niên.

Môi trường xung quanh

Môi trường xung quanh bao gồm văn hóa, xã hội, con người,... Trong chừng mực nhất định, môi trường xung quanh được xem như chuẩn chủ quan trong mô hình TPB của Ajzen (1991). Môi trường xung quanh ảnh hưởng quan trọng đối với thái độ khởi nghiệp (Dubey & Sahu, 2022). Môi trường xung quanh (gồm có đồng nghiệp, họ hàng và những người xung quanh) ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của cá nhân (Qin & Estrin, 2015). Trong quá trình khởi nghiệp, quyết định của cá nhân thường bị chi phối bởi các chủ thể trong xã hội khi họ coi hành động hay ý kiến của gia đình, bạn bè là những chuẩn mực xã hội mà cá nhân tuân theo. Bên cạnh đó, với văn hóa tập thể như ở Việt Nam, cá nhân thường xem xét ý kiến của người xung quanh trước khi hành động. Do vậy, môi trường xung quanh là một yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của thanh niên. Hầu hết

các nghiên cứu xem xét môi trường tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp (Autio et al., 2013; Mitchell et al., 2002). Tuy nhiên, nghiên cứu này xem xét tác động của môi trường xung quanh đến ý định khởi nghiệp của thanh niên thông qua niềm tin. Theo đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H4: Môi trường xung quanh có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin của thanh niên.

Nền tảng gia đình

Nền tảng gia đình được coi là động lực và truyền cảm hứng cho sinh viên khởi nghiệp (Karimi et al., 2017). Được nuôi dưỡng trong một gia đình có truyền thống kinh doanh tác động đáng kể đến ý định khởi nghiệp của cá nhân. Những cá nhân có cha mẹ làm công việc kinh doanh sẽ thể hiện mức độ ý định khởi nghiệp cao hơn so với những cá nhân khác (Zapkau et al., 2015). Con cái của các chủ doanh nghiệp coi việc lập doanh nghiệp như một lựa chọn nghề nghiệp đương nhiên khi lớn lên (Piperopoulos & Dimov, 2015). Ảnh hưởng của gia đình, đặc biệt là vai trò của cha mẹ và anh chị em có thể cản trở hoặc thúc đẩy niềm tin ý định khởi nghiệp của cá nhân đã được khẳng định trong các nghiên cứu. Do đó, mối quan hệ giữa nền tảng gia đình đối với ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin về mặt vật chất và tinh thần được xem xét trong nghiên cứu này. Tác giả đề xuất giả thuyết:

H5: Nền tảng gia đình có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin của thanh niên.

Niềm tin khởi nghiệp

Sự tin tưởng vào năng lực bản thân là một yếu tố điển hình dự báo ý định khởi nghiệp (Piperopoulos & Dimov, 2015). Niềm tin vào khởi nghiệp đã được hiểu là niềm tin của một cá nhân vào khả năng khởi động thành công một dự án kinh doanh (McGee et al., 2009). Thông qua niềm tin, cá nhân có thể giải quyết các vấn đề khó và phức tạp, chủ động đối phó với các tình huống bất ngờ. Khi cá nhân tin tưởng vào năng lực của bản thân, thì họ vẫn bình tĩnh khi gặp khó khăn trong công việc vì họ có thể dựa vào năng lực của chính mình. Do đó, niềm tin vào năng lực của bản thân cũng được coi là tiền đề để đưa ra quyết định

khởi nghiệp (Zhao et al., 2005). Khi có niềm tin của cá nhân càng lớn, thì ý định khởi nghiệp của họ cũng càng cao (Pittaway et al., 2011). Vì vậy, nghiên cứu này mong muốn xem xét niềm tin không những tác động trực tiếp đến ý định mà còn ảnh hưởng đến ý định thông qua thái độ. Tác giả đề xuất giả thuyết:

H6: Niềm tin có ảnh hưởng tích cực đến thái độ khởi nghiệp của thanh niên.

H7: Niềm tin có ảnh hưởng tích cực đến ý định đối với khởi nghiệp của thanh niên.

Thái độ khởi nghiệp

Thái độ là cách phản ứng tích cực hoặc tiêu cực đối với một vấn đề/sự kiện hoặc một đối tượng. Lý thuyết hành vi có hoạch định cho rằng thái độ là một trong những yếu tố dự đoán ý định. Ngoài ra, thái độ được khẳng định là cách tiếp cận tốt hơn đặc điểm nhân khẩu học hoặc các đặc điểm khác trong việc định nghĩa doanh nhân vì thái độ sẽ đo lường mức độ tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân để làm điều gì đó (Chen et al., 2012; Liñán, 2014). Thái độ được khẳng định là yếu tố quyết định đầu tiên đến ý định khởi nghiệp (Carr & Sequeira, 2007). Bên cạnh đó, các nghiên cứu khác cũng xác nhận thái độ có tác động trực tiếp và đáng kể đến ý định khởi nghiệp (Fini et al., 2010). Do đó, giả thuyết mối quan hệ cùng chiều giữa thái độ và ý định khởi nghiệp của thanh niên Hà Nội cũng được xem xét trong nghiên cứu này.

H8: Thái độ có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của thanh niên.

Tính cách cá nhân

Đặc điểm cá nhân là những khuynh hướng thể hiện một loại phản ứng nhất định trong các tình huống khác nhau (Rauch & Frese, n.d.) và có tính ổn định cao theo thời gian. Theo (Omidi Najafabadi et al., 2016), đặc điểm tính cách (lòng tự trọng, sự tự chủ, khả năng sẵn sàng chấp nhận rủi ro, tính sáng tạo và tính đổi mới) có ảnh hưởng lớn nhất đến ý định khởi nghiệp. Đặc điểm tính cách đo lường bằng mô hình tính cách 5 yếu tố (cởi mở, tận tâm, hướng ngoại, dễ chịu và nhạy cảm) và được khẳng định là yếu tố dự đoán hấp dẫn, nhưng không hoàn hảo về khởi

ngiệp. Bên cạnh đó, những nghiên cứu khác đều khẳng định đặc điểm cá nhân có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp (Farrukh et al., 2017; Wang et al., 2016). Do đó, nghiên cứu này muốn khẳng định lại đặc điểm cá nhân có tác động tích cực đối với ý định khởi nghiệp của thanh niên. Tác giả đưa ra giả thuyết:

H9: Tính cách cá nhân có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của thanh niên.

Trên cơ sở Lý thuyết hành vi có hoạch định và Lý thuyết sự kiện khởi nghiệp, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu dưới đây (Hình 1) dựa trên 9 giả thuyết:

3. Dữ liệu nghiên cứu

3.1. Thang đo

Mỗi thang đo có từ 5 đến 7 quan sát được tham khảo từ các nghiên cứu trước và điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn nghiên cứu hoặc được nhóm nghiên cứu phát triển. Cụ thể, xem phần phụ lục. Tất cả các quan sát được sử dụng với thang đo Likert 5 điểm từ điểm 1 (rất không hài lòng) đến điểm 5 (rất hài lòng).

3.2. Thu thập dữ liệu và mẫu nghiên cứu

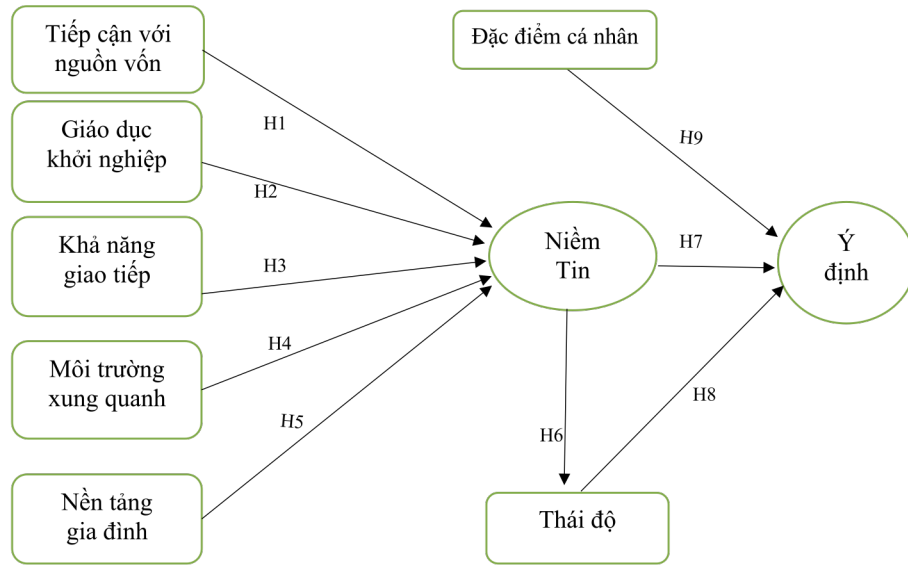
Khảo sát ý định khởi nghiệp của thanh niên trên địa bàn Hà Nội trong độ tuổi 18-35 được tiến hành từ tháng 11/2022 đến tháng 4/2023. Công cụ thu thập thông tin là bảng hỏi đã được điều chỉnh sau khi điều tra thử với 40 đáp viên và trao đổi với các chuyên gia. Tổng số phiếu phát ra là 500 phiếu (Gửi qua Google Form đến các địa chỉ email của thanh niên trong độ tuổi 18 - 35 ở Hà Nội và phát phiếu trực tiếp) theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên với các đối tượng khảo sát ở 12 quận, 17 huyện và 01 thị xã ở Hà Nội. Tổng số phiếu thu về là 380 phiếu, trong đó có 18 phiếu đã bị loại do có quá nhiều ô trống và đa phần là do người được khảo sát chưa nắm rõ kỹ thuật và phương pháp trả lời bảng hỏi. Vì vậy, kích thước mẫu cuối cùng là $n = 362$.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát với 45 biến sau khi đã loại bỏ các biến (Von4, Ntin1 và MT1) do hệ số Cronbach's Alpha của từng biến nhỏ hơn

Ý KIẾN TRAO ĐỔI



(Nguồn: Tác giả đề xuất)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Bảng 1: Thông tin nhân khẩu

	Nội dung	Tần suất	Tỷ lệ %
Độ tuổi	18 - 25	44	12.1
	26 - 30	297	77.1
	31 - 35	39	10.8
Giới tính	Nữ	146	40.3
	Nam	216	59.7
Trình độ giáo dục	Phổ thông	54	15.0
	Trung cấp nghề/Cao đẳng	42	11.6
	Đại học	246	67.9
	Sau đại học	20	5.5

(Nguồn: Nhóm tác giả)

hệ số Cronbach's Alpha tổng của từng nhóm yếu tố cho thấy các yếu tố trong mô hình và biến phụ thuộc “Ý định khởi nghiệp” đều đạt tính nhất quán nội tại. Hệ số Cronbach's Alpha đều > 0,7 (nhỏ nhất với khả năng giao tiếp, $\alpha = 0,807$), hệ số tương quan với biến tổng trong từng yếu tố đều > 0,3 (Bảng 2). Các yếu tố này được đưa vào phân tích nhân tố ở bước tiếp theo.

4.2. Kết quả phân tích khám phá nhân tố

Phân tích khám phá nhân tố (EFA) trong nghiên cứu này sử dụng phương pháp trích thành phần chính (Principal components) với phép xoay không vuông góc Promax. Kết quả EFA sau khi

đã loại 05 biến (Fam1, Com1, Com4, Von3 và GD1) có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5) với chỉ số KMO = 0,907; sig = 0,000, chứng tỏ dữ liệu phân tích phù hợp; 40 biến quan sát được trích thành 9 nhân tố tại Eigenvalues = 1,017, tổng phương sai trích đạt 72,004%. Biến NTin1 kết hợp với các biến Com2 và Com5 để tạo thành một nhóm nhân tố (Com). Các biến quan sát đã được rút trích vào các nhân tố (Bảng 3).

4.3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích khẳng định nhân tố (CFA) sau khi đã điều chỉnh các mối quan hệ khả dĩ giữa

Bảng 2: Tóm tắt kết quả kiểm định thang đo

Nhân tố	Crobach's alpha lần 1	Crobach's alpha lần 2 sau khi loại biến	Biến bị loại	Số biến quan sát còn lại	Giá trị
Tiếp cận với nguồn vốn	0,850	0,853	Von4	4	Đạt yêu cầu
Thái độ đối với khởi nghiệp	0,838	-		5	
Niềm tin đối với khởi nghiệp	0,892	0,870	NTin 1	6	
Giáo dục khởi nghiệp	0,911	-		6	
Khả năng giao tiếp	0,807	-		5	
Đặc điểm cá nhân	0,931	-		7	
Nền tảng gia đình	0,869	-		5	
Môi trường xung quanh	0,889	0,929	MT1	5	
Ý định khởi nghiệp	0,877	-		5	

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SPSS23)

các biến quan sát trong mô hình có quan hệ MI > 6 của các cặp e8 – e9 và e9-e10 cho thấy giá trị χ^2 có p-value tương ứng < 0,05; Chi-square/df = 1,792 < 2; GFI = 0,855 < 0,9 và TLI = 0,934, nhưng không quá nhỏ; các chỉ số CFI = 0,940 > 0,9 và RMSEA = 0,047 < 0,05. Điều đó cho thấy độ tương thích với dữ liệu nghiên cứu của mô hình và các sai số của các biến quan sát có một số tương quan với nhau, nên mô hình không đạt được tính đơn hướng (Hình 2). Độ tin cậy tổng hợp (CR.) của các thang đo > 0,7 và phương sai trích (AVE) của các thang đo > 0,5 (Bảng 4).

4.3.1. Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính

Mô hình có giá trị $\chi^2 = 1280,411$, bậc tự do là 713, với P = 0,000 nên đạt yêu cầu. Khi điều chỉnh χ^2 với bậc tự do CMIN/df thì giá trị này đạt 1,796 < 2. Hơn nữa, các chỉ số GFI, CFI, TLI lần lượt là 0,853; 0,933; và 0,939 đều > 0,8; RMSEA là 0,047 < 0,08. Kết quả này cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu thực nghiệm. Các khái niệm có tương quan giữa các sai số nên không đạt được tính đơn hướng (e1 và e5, e8 và e9, e9 và e10) (Hình 3).

4.3.2. Kiểm định giả thuyết

Kết quả ước lượng hệ số hồi quy của các quan hệ trong mô hình (Bảng 5) cho thấy các mối quan hệ (Person - YD, Com - NTin, Fam - NTin, NTin - TDo, NTin - YD) trong mô hình có ý nghĩa thống kê, trừ mối quan hệ giữa Von - NTin, MT - NTin, GD - NTin và TDo - YD không có ý nghĩa

thống kê vì p-value > 0.05. Do đó, giả thuyết H1, H2, H4 và H8 bị bác bỏ.

Như vậy, kết quả phân tích cho thấy chấp nhận các giả thuyết H3, H5, H6, H7 và H9; bác bỏ giả thuyết H1, H2, H4 và H8.

Trọng số ước lượng chuẩn hóa trong mô hình cho thấy mức độ tác động của các biến độc lập lên các biến phụ thuộc. Cụ thể, trọng số của “Nền tảng gia đình” tác động lên “Niềm tin” là cao nhất (0,630). Trong khi đó, “Khả năng giao tiếp” (0,278) cũng tác động đáng kể đến “Niềm tin” khởi nghiệp của thanh niên. Điều này cho thấy “Nền tảng gia đình” có ảnh hưởng mạnh nhất đến “Niềm tin khởi nghiệp”. Đáng chú ý, “Niềm tin đối với khởi nghiệp” có tác động đến “Thái độ” của thanh niên ở Hà Nội với trọng số là 0,160, nhưng mối quan hệ giữa “Thái độ đối với khởi nghiệp” và “Ý định khởi nghiệp” không có ý nghĩa thống kê vì p-value = 0,850 lớn hơn 0,05. Trong số các yếu tố tác động đến “Ý định khởi nghiệp”, “Niềm tin” đối với hoạt động khởi nghiệp có tác động mạnh nhất (0,383). Trong khi đó, trọng số của yếu tố “Tính cách cá nhân” nhỏ hơn nhiều (0,197).

5. Thảo luận

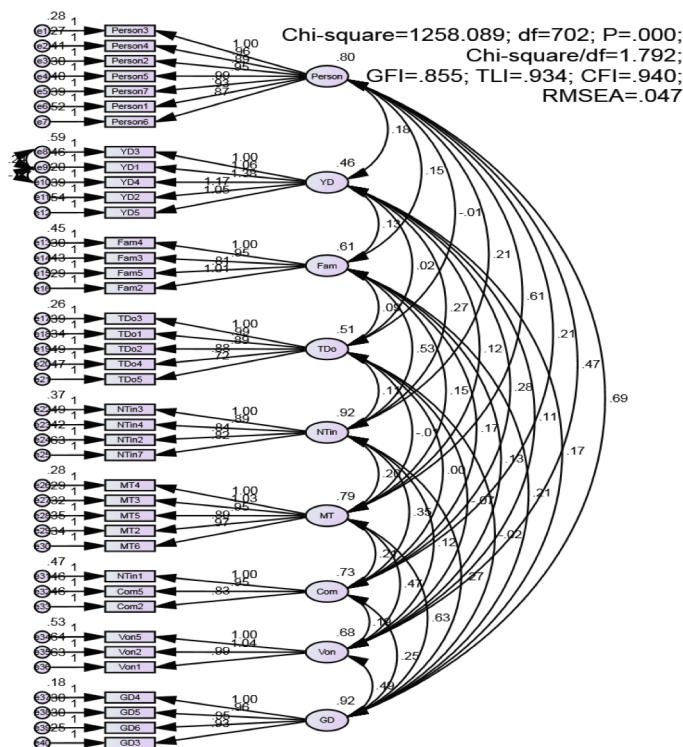
Kết quả phân tích hồi quy cho thấy, nền tảng gia đình có tác động lớn nhất đối với niềm tin (hệ số ước lượng chuẩn hóa = 0,630 và p-value = 0,000). Tiếp đến là khả năng giao tiếp với hệ số ước lượng chuẩn hóa là 0,278 với p-value =

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Bảng 3: Kết quả ma trận xoay các nhân tố

	Yếu tố								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Person3	.887								
Person4	.874								
Person2	.862								
Person5	.830								
Person7	.776								
Person1	.735								
Person6	.655								
YD3		.852							
YD1		.840							
YD4		.772							
YD2		.705							
YD5		.646							
Fam4			.795						
Fam3			.776						
Fam5			.769						
Fam2			.629						
TDo3				.824					
TDo1				.749					
TDo2				.738					
TDo4				.667					
TDo5				.618					
NTin3					.941				
NTin4					.702				
NTin2					.685				
NTin7					.574				
MT4						.784			
MT3						.765			
MT5						.668			
MT2						.638			
MT6						.605			
NTin1							.899		
Com5							.705		
Com2							.626		
Von5								.705	
Von2								.673	
Von1								.622	
GD4									.710
GD5									.682
GD6									.615
GD3									.553

(Nguồn: Tổng hợp của Nhóm nghiên cứu từ phần mềm SPSS23)



(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phần mềm AMOS 2023)

Hình 2: Kết quả phân tích CFA

Bảng 4: Độ tin cậy tổng hợp (CR) và tổng phương sai trích (AVE)

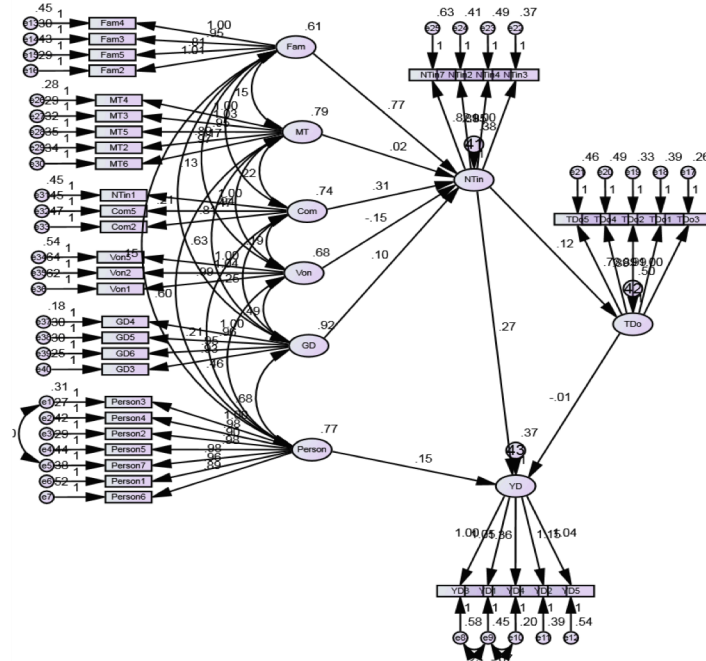
Khái niệm	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Tổng phương sai trích (AVE)
Tiếp cận với nguồn vốn	0,777	0,537
Thái độ	0,841	0,517
Niềm tin	0,859	0,604
Khả năng giao tiếp	0,802	0,574
Giáo dục khởi nghiệp	0,756	0,519
Đặc điểm cá nhân	0,931	0,660
Nền tảng gia đình	0,929	0,767
Môi trường xung quanh	0,921	0,700
Ý định khởi nghiệp	0,871	0,577

(Nguồn: Tổng hợp của Nhóm nghiên cứu từ phần mềm AMOS23)

0,000. Trong khi đó, mối quan hệ giữa các yếu tố (môi trường xung quanh, khả năng tiếp cận với nguồn vốn và giáo dục khởi nghiệp) với niềm tin không có ý nghĩa thống kê. Kết quả này tương đồng với kết quả của các nghiên cứu (Anderson et al., 2016; Chaudhary, 2017; Keat et al., 2011; Seth et al., 2015; Yalap et al., 2020) về các khía cạnh nền tảng gia đình và niềm tin. Tuy nhiên, kết

quả này lại không tương đồng với những nghiên cứu của các tác giả (Autio et al., 2013; Zain et al., 2010; P. Zhang et al., 2015) về các khía cạnh môi trường xung quanh, khả năng tiếp cận với nguồn vốn và giáo dục khởi nghiệp. Những nghiên cứu trước xem xét mối quan hệ trực tiếp giữa các yếu tố này với ý định hành vi và kết quả cho thấy những yếu tố này có tác động cùng chiều đối với

Chi-square=1280,411; df=713; P=.000;
 Chi-square/df=1.796;
 GFI=.853; TLI=.933; CFI=.939;
 RMSEA=.047



(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Hình 3: Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính SEM

ý định khởi nghiệp. Tuy nhiên, nghiên cứu này xem xét mối quan hệ của các yếu tố này đối với ý định khởi nghiệp của thanh niên thông qua niềm tin. Kết quả không tương đồng với nghiên cứu trước có thể được lý giải như sau:

Về khả năng tiếp cận với nguồn vốn, thanh niên ở Hà Nội không cảm nhận được sự hỗ trợ vay vốn từ các doanh nghiệp, tổ chức tài chính cho việc khởi nghiệp. Thực tế cho thấy, khi vay vốn từ các tổ chức tài chính, thì người khởi

Bảng 5: Kết quả ước lượng theo dữ liệu thực nghiệm

Mối quan hệ	Hệ số ước lượng	Hệ số ước lượng chuẩn hóa	S.E	C.R.	P	R2
NTin <- Fam	0,771	0,630	0,074	10,448	***	0,466
NTin <- MT	0,016	0,015	0,084	0,195	0,846	
NTin <- Com	0,308	0,278	0,060	5,118	***	
NTin <- Von	-0,146	-0,126	0,085	-1,711	0,087	
NTin <- GD	0,102	0,102	0,076	1,335	0,182	
TDo <- NTin	0,120	0,160	0,045	2,648	0,008	0,022
YD <- NTin	0,275	0,383	0,045	6,157	***	0,190
YD <- Person	0,153	0,197	0,043	3,563	***	
YD <- TDo	-0,013	-0,014	0,053	-0,246	0,850	

(Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm AMOS23 và tổng hợp của tác giả)

ng nghiệp phải có tài sản đảm bảo cho khoản vay của mình. Nếu kêu gọi vốn từ các nhà đầu tư, thì ý tưởng khởi nghiệp phải có khả năng thực thi cao. Ngoài ra, có thể phần đa thanh niên mới chỉ là dự định khởi nghiệp chứ chưa phải thực sự đã tham gia vào khởi nghiệp, nên chưa cảm nhận được sự hỗ trợ tài chính của người thân cũng như từ các tổ chức, doanh nghiệp.

Về giáo dục khởi nghiệp, thanh niên cũng chưa cảm nhận được ích lợi thực sự của giáo dục khởi nghiệp vì hầu hết kiến thức mà thanh niên có được chính là những kiến thức được các trường đại học và cao đẳng cung cấp cho thanh niên thông qua các chương trình thuộc khối ngành kinh tế hoặc quản trị. Nói cách khác, phần lớn thanh niên chưa tiếp cận được với các chương trình dành riêng cho mục đích khởi nghiệp. Do đó, giáo dục khởi nghiệp chưa tạo được niềm tin đối với thanh niên.

Về môi trường xung quanh, thanh niên cũng chưa cảm nhận được ảnh hưởng môi trường xung quanh đối với niềm tin khởi nghiệp. Thông thường yếu tố môi trường xung quanh được thể hiện thông qua các yếu tố văn hóa xã hội khác nhau giữa các quốc gia, dân tộc, vùng miền. Trong khi đó, thanh niên ở Hà Nội có các nét văn hóa khác biệt không rõ ràng, ảnh hưởng đến niềm tin khởi nghiệp của họ.

Trong số các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp, niềm tin có tác động lớn nhất đối với ý định khởi nghiệp với hệ số hồi quy chuẩn hóa cao nhất (0,383) với $p\text{-value} = 0,000$. Tiếp đến là đặc điểm cá nhân có tác động đến ý định khởi nghiệp với hệ số hồi quy là 0,197 với $p\text{-value} = 0,000$. Trong khi đó, mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp không có ý nghĩa thống kê ($p\text{-value} = 0,850 > 0,05$). Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của các tác giả (Franke & Lüthje, 2004; Pittaway et al., 2011). Các nghiên cứu trước đó cũng đã khẳng định khi niềm tin càng cao, thì khả năng thực thi ý định của cá nhân càng lớn. Kết quả cho thấy mối quan hệ cùng chiều giữa đặc điểm cá nhân với ý định khởi nghiệp cũng tương đồng với kết quả của các nghiên cứu trước đó

(Omidi Najafabadi et al., 2016). Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu của các tác giả (Farrukh et al., 2017; P. Zhang et al., 2015) khẳng định đặc điểm tính cách có ảnh hưởng mạnh nhất đối với ý định khởi nghiệp của sinh viên.

Niềm tin có tác động tích cực đối với thái độ khởi nghiệp với hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,160 ($p\text{-value} = 0,008 < 0,05$). Tuy nhiên, như đã nêu ở trên, mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp của thanh niên không có ý nghĩa thống kê. Kết quả này không tương đồng với kết quả nghiên cứu của các tác giả (Carr & Sequeira, 2007; Fini et al., 2010) và cũng không tương đồng với nghiên cứu của Ajzen (1991) và Shapero & Sokol (1982) như trong mô hình TPB và SEE.

6. Kết luận, hàm ý, một số hạn chế và hướng nghiên cứu

Nghiên cứu đã xem xét các yếu tố (nền tảng gia đình, giao tiếp, môi trường xung quanh, tiếp cận với nguồn vốn và giáo dục khởi nghiệp) tác động đối với niềm tin vào khởi nghiệp của thanh niên Hà Nội. Trong số các yếu tố tác động đến niềm tin, chỉ có yếu tố nền tảng gia đình và giao tiếp có tác động tích cực đối với niềm tin của thanh niên. Trong số các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp, chỉ có yếu tố niềm tin và đặc điểm cá nhân có tác động tích cực và quan trọng đối với ý định khởi nghiệp của thanh niên Hà Nội.

Kết quả nghiên cứu hiện tại đưa ra một số hàm ý về mặt lý thuyết như sau: Thứ nhất, các yếu tố như nền tảng gia đình, khả năng giao tiếp, môi trường xung quanh, tiếp cận với nguồn vốn và giáo dục khởi nghiệp có tác động gián tiếp đối với ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin. Trong khi đó, các nghiên cứu trước đây hầu như không đề cập đến mối quan hệ gián tiếp giữa những yếu tố này đối với ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin. Thứ hai, phát triển khả năng của giới trẻ, đặc biệt là khả năng giao tiếp đã được xem xét và khẳng định có tác động tích cực đối với ý định khởi nghiệp thông qua niềm tin. Ngoài ra, sự hỗ trợ của gia đình (cả về mặt vật chất lẫn tinh thần) cũng giúp giới trẻ có niềm tin đối với ý định khởi nghiệp cùng với truyền thống kinh doanh của gia

đình. Những kết quả này hàm ý rằng, thanh niên với sự hỗ trợ của gia đình và kỹ năng giao tiếp có nhiều khả năng tin tưởng vào việc khởi nghiệp như một lựa chọn nghề nghiệp. Vì thế, việc đưa thêm các yếu tố (khả năng giao tiếp và nền tảng gia đình) vào mô hình giúp chúng ta hiểu rõ về ý định khởi nghiệp và yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp của thanh niên.

Kết quả nghiên cứu cũng đưa ra một số hàm ý thực tiễn như sau: Thứ nhất, niềm tin của thanh niên vào khởi nghiệp như một lựa chọn nghề nghiệp có vai trò rất quan trọng. Vì vậy, các chương trình khởi nghiệp cần được thực hiện ở giai đoạn sớm trong chương trình giáo dục để thay đổi tư duy tạo ra việc làm cho bản thân và xã hội thay vì tìm kiếm việc làm sau khi ra trường. Thứ hai, chương trình giáo dục khởi nghiệp cụ thể cần được các tổ chức xã hội thực hiện, chứ không chỉ ở các cơ sở giáo dục đại học để thanh niên có cơ hội tiếp cận với những chương trình này. Ngoài ra, những chương trình này cũng cần phải tập trung vào không chỉ những kiến thức kinh doanh mà còn những kỹ năng khởi nghiệp và việc truyền cảm hứng khởi nghiệp.

Bên cạnh những đóng góp để hiểu thêm về ý định khởi nghiệp của thanh niên, nghiên cứu này cũng có một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, nghiên cứu này chỉ xem xét các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp của thanh niên, chứ chưa phải là hành động khởi nghiệp kinh doanh thực tế. Nhiều nghiên cứu cũng đã chỉ ra rằng, từ ý định đến hành động còn một khoảng cách rất xa và thường bị chi phối bởi nhiều yếu tố. Thậm chí, trong một số trường hợp, ý định không thể dẫn đến hành động trong thực tế. Thứ hai, nghiên cứu này chưa chỉ ra sự khác biệt về ý định khởi nghiệp giữa hai nhóm thanh niên có trình độ học vấn và nền tảng gia đình khác nhau (có hay không có hoạt động kinh doanh). Cuối cùng, thông tin được thu thập trong một khoảng thời gian ngắn. Do vậy, dữ liệu theo thời gian nên được sử dụng để đưa ra góc nhìn rõ hơn về ý định khởi nghiệp của thanh niên.

Từ những hạn chế nêu trên, nghiên cứu tương lai có thể tập trung vào những khía cạnh sau: Thứ

nhất, các nghiên cứu trong tương lai cần kiểm tra lại mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp cũng như mối quan hệ giữa niềm tin và thái độ với cỡ mẫu lớn hơn. Thứ hai, tập trung vào những người đang tham gia vào hoạt động khởi nghiệp hoặc điều hành doanh nghiệp để hiểu rõ hơn các yếu tố tác động đến hoạt động khởi nghiệp. Thứ ba, cần kết hợp điều tra và phỏng vấn với dữ liệu cần được thu thập trong thời gian đủ dài để có kết quả tốt hơn. Thứ tư, hướng nghiên cứu làm rõ yếu tố môi trường (khả năng tiếp cận với nguồn đầu vào cho khởi nghiệp) và môi trường đào tạo đối với khởi nghiệp. Thứ tư, hướng nghiên cứu so sánh ý định/hành vi khởi nghiệp của thanh niên theo khu vực địa lý, theo trình độ học vấn và theo nền tảng gia đình. ♦

Tài liệu tham khảo:

- Al-Mamary, Y. H. S., Abdulrab, M., Alwaheeb, M. A., & Alshammari, N. G. M. (2020). Factors impacting entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia: Testing an integrated model of TPB and EO. *Education + Training, 62*(7/8), 779-803. <https://doi.org/10.1108/ET-04-2020-0096>.
- Anderson, C. B., Lee, H. Y., Byars-Winston, A., Baldwin, C. D., Cameron, C., & Chang, S. (2016). Assessment of Scientific Communication Self-efficacy, Interest, and Outcome Expectations for Career Development in Academic Medicine. *Journal of Career Assessment, 24*(1), 182-196. <https://doi.org/10.1177/1069072714565780>.
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). *Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors*.
- Baluku, M., Matagi, L., Bantu, E., & Otto, K. (2018). The Impact of Autonomy on the Relationship between Mentoring and Entrepreneurial Intentions Among Youth in Germany, Kenya, and Uganda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 25*. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2017-0373>.

PHỤ LỤC: CÁC BIẾN QUAN SÁT

Biến quan sát	Mục		Nguồn tham khảo
Đặc điểm cá nhân	Person1	Bạn là người luôn đưa ra những ý tưởng mới	(Rauch & Frese, n.d.)
	Person2	Bạn là người thích hợp tác với những người khác	
	Person3	Bạn là người đưa ra các kế hoạch và bám sát những kế hoạch đó	
	Person4	Bạn là người luôn bình tĩnh trong những tình huống căng thẳng	
	Person5	Bạn là người tràn đầy năng lượng	(Wang et al., 2016)
	Person6	Bạn là người luôn khao khát học những cái mới	
	Person7	Bạn là người có thể chấp nhận rủi ro trong kinh doanh	
Tiếp cận với nguồn vốn	Von1	Bạn có thể vay vốn từ người thân cho việc khởi nghiệp	(Vuong et al., 2020)
	Von2	Bạn có thể vay vốn từ các tổ chức tài chính cho việc khởi nghiệp	
	Von3	Bạn có thể khởi nghiệp bằng nguồn vốn của bản thân	Nhóm tác giả
	Von4	Bạn có thể sử dụng các khoản vay ưu đãi từ các tổ chức xã hội cho việc khởi nghiệp	
	Von5	Bạn có thể gọi vốn cho việc khởi nghiệp từ các nhà đầu tư	
Giáo dục khởi nghiệp	GD1	Giáo dục khởi nghiệp cung cấp cho bạn những kỹ năng (lãnh đạo, lập kế hoạch kinh doanh, quản trị tài chính, marketing, quản trị doanh nghiệp, quản trị nhân lực.....)	(Isaacs et al., n.d.)
	GD2	Giáo dục khởi nghiệp cung cấp cho bạn những kỹ năng khởi nghiệp (tính sáng tạo, đổi mới, chấp nhận rủi ro, khả năng nắm bắt cơ hội kinh doanh,...)	
	GD3	Giáo dục khởi nghiệp giúp bạn có nhiều động lực cho những yêu cầu về thành tích	
	GD4	Giáo dục khởi nghiệp cung cấp cho bạn kiến thức về kinh doanh	
	GD5	Giáo dục khởi nghiệp khuyến khích bạn tham gia các khóa học khởi nghiệp	Nhóm tác giả
	GD6	Giáo dục khởi nghiệp là không thể thiếu đối với việc khởi nghiệp của bạn	
Khả năng giao tiếp	Com1	Bạn tự tin gọi vốn cho ý định khởi nghiệp của mình	Nhóm tác giả
	Com2	Bạn tự tin trả lời tất cả các vấn đề liên quan đến khởi nghiệp của bạn	
	Com3	Khả năng giao tiếp của bạn chắc chắn sẽ thuyết phục người khác hợp tác cho khởi nghiệp của bạn	
	Com4	Bạn có thể trình bày ý tưởng kinh doanh một cách tự tin	
	Com5	Bạn có thể thuyết phục người thân ủng hộ cho mô hình kinh doanh đề xuất của bạn	

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Môi trường xung quanh	MT1	Môi trường xung quanh đánh giá khởi nghiệp hơn các hoạt động và nghề nghiệp khác	Liñan, F. (2008)
	MT2	Môi trường xung quanh giúp cho bạn có nhiều động lực cho việc khởi nghiệp	
	MT3	Vai trò của người khởi nghiệp nhìn chung được đánh giá cao trong môi trường xung quanh bạn	
	MT4	Những người xung quanh coi trọng khởi nghiệp	
	MT5	Văn hóa trong môi trường xung quanh bạn rất thuận lợi cho việc khởi nghiệp	
	MT6	Trong môi trường xung quanh bạn người ta thường cho rằng khởi nghiệp dễ tận dụng những nguồn lực khác	
Nền tảng gia đình	Fam1	Gia đình giúp bạn nhận ra cơ hội kinh doanh	Nhóm tác giả
	Fam2	Gia đình giúp cho bạn có sự nhạy bén trong kinh doanh	
	Fam3	Gia đình giúp bạn khao khát công việc kinh doanh	
	Fam4	Gia đình luôn hỗ trợ tài chính cho việc khởi nghiệp của bạn	
	Fam5	Gia đình giúp bạn có động lực cho việc khởi nghiệp	
Thái độ	TDo1	Khởi nghiệp tạo cho bạn nhiều cơ hội hơn là thách thức	(Vuong et al., 2020)
	TDo2	Khởi nghiệp hấp dẫn đối với bạn	
	TDo3	Bạn sẽ khởi nghiệp bất cứ khi nào có cơ hội	
	TDo4	Khởi nghiệp làm thỏa mãn nhu cầu của bạn	
	TDo5	Khởi nghiệp là một sự đóng góp tốt đối với xã hội	
Niềm tin	NTin1	Nỗ lực của bạn sẽ giúp bạn tích lũy kiến thức và kỹ năng cho khởi nghiệp	Nhóm tác giả
	NTin2	Bạn tự tin với việc khởi nghiệp của mình	
	NTin3	Bạn tin rằng khởi nghiệp của bạn luôn luôn được những người xung quanh ủng hộ	
	NTin4	Đối với bạn, tất cả các rào cản trong khởi nghiệp có thể vượt qua	
	NTin5	Khởi nghiệp thành công sẽ giúp cho bạn có vị thế trong xã hội	
	NTin6	Khởi nghiệp thành công giúp bạn tạo ra việc làm cho người khác	
	NTin7	Khởi nghiệp thành công sẽ giúp bạn có nguồn thu nhập ổn định và cơ hội để tạo dựng tài sản	
Ý định khởi nghiệp	YD1	Bạn sẽ làm bất cứ việc gì để khởi nghiệp	(Lee et al., 2022)
	YD2	Bạn sẽ bắt đầu khởi nghiệp và sẽ dồn hết nỗ lực cho việc đó	
	YD3	Bạn đã đưa ra quyết định bắt đầu khởi nghiệp trong tương lai	
	YD4	Mục tiêu nghề nghiệp của bạn là trở thành một chủ doanh nghiệp.	
	YD5	Bạn có ý định cao để bắt đầu công việc kinh doanh	

- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442. <https://doi.org/10.2307/258091>.
- Boissin, J.-P., Branchet, B., Emin, S., & Herbert, J. I. (2009). Students and Entrepreneurship: A Comparative Study of France and the United States. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22(2), 101–122. <https://doi.org/10.1080/08276331.2009.10593445>
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>.
- Chand, M., & Ghorbani, M. (2011). National culture, networks and ethnic entrepreneurship: A comparison of the Indian and Chinese immigrants in the US. *International Business Review*, 20(6), 593–606. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.02.009>.
- Chaudhary, R. (2017). Demographic factors, personality and entrepreneurial inclination: A study among Indian university students. *Education + Training*, 59(2), 171–187. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2016-0024>.
- Chen, S.-C., Jing, L.-L., & Sung, M.-H. (2012). *University students' personality traits and entrepreneurial intention: Using entrepreneurship and entrepreneurial attitude as mediating variable*.
- Dohse, D., & Walter, S. G. (2012). Knowledge context and entrepreneurial intentions among students. *Small Business Economics*, 39(4), 877–895. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9324-9>.
- Dubey, P., & Sahu, K. K. (2022). Examining the effects of demographic, social and environmental factors on entrepreneurial intention. *Management Matters*, 19(1), 91–108. <https://doi.org/10.1108/MANM-12-2021-0006>.
- Farrukh, M., Khan, A. A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: The role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2010). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387–414. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x>.
- Franke, N., & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students-A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 01(03), 269–288. <https://doi.org/10.1142/S0219877004000209>.
- Gupta, V. K., & Bhawe, N. M. (2007). The Influence of Proactive Personality and Stereotype Threat on Women's Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73–85. <https://doi.org/10.1177/10717919070130040901>.
- Hassall, T., Arquero, J. L., Joyce, J., & Gonzalez, J. M. (2013). Communication apprehension and communication self-efficacy in accounting students. *Asian Review of Accounting*, 21(2), 160–175. <https://doi.org/10.1108/ARA-03-2013-0017>.
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45–63. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00153.x>.
- Isaacs, E., Visser, K., Friedrich, C., & Brijlal, P. (n.d.). Entrepreneurship education and training at the Further Education and Training (FET) level in South Africa. *Entrepreneurship Education*.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country: Personality, context and intentions. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227–240. <https://doi.org/10.1002/ijop.12209>.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). *Inclination towards entrepreneurship*

among university students: An empirical study of Malaysian university students. 2(4).

Koe, W.-L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>.

Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions—Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524–539. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.001>.

Kumar, S., Paray, Z. A., & Dwivedi, A. K. (2020). Student's entrepreneurial orientation and intentions: A study across gender, academic background, and regions. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(1), 78–91. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2019-0009>.

Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>.

Lee, S., Kang, M.-J., & Kim, B.-K. (2022). Factors Influencing Entrepreneurial Intention: Focusing on Individuals' Knowledge Exploration and Exploitation Activities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 165. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030165>.

Liñán, F. (2014). *Intention-based models of entrepreneurship education*.

Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784-794. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.01.001>.

Mathisen, J.-E., & Arnulf, J. K. (2013). Competing mindsets in entrepreneurship: The cost of doubt. *The International Journal of Management Education*, 11(3), 132–141. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2013.03.003>.

Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business startups: A comparison with previous research.

International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 5(2), 48–63. <https://doi.org/10.1108/13552559910274499>.

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>.

Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93–104. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00001>.

Moraes, G. H. S. M. D., Iizuka, E. S., & Pedro, M. (2018). Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(2), 226–248. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>.

Nguyen, P. M., Dinh, V. T., Luu, T.-M.-N., & Choo, Y. (2020). Sociological and theory of planned behaviour approach to understanding entrepreneurship: Comparison of Vietnam and South Korea. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1815288. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1815288>.

Obembe, E., Otesile, O., & Ukpogon, I. (2014). Understanding the Students' Perspectives towards Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, 5-11. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.06.005>.

Omidi Najafabadi, M., Zamani, M., & Mirdamadi, M. (2016). Designing a model for entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Education for Business*, 91(6), 338-346. <https://doi.org/10.1080/08832323.2016.1218318>.

Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>.

Özlem, Ç., Bozkurt, N., & Alparlan, A. M. (2013). *Girişimcilerde Bulunması Gereken*

Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci Ve Öğrenci Görüşleri.

Phan Tan, L. (2021). Factors Affecting Entrepreneurial Intention: A Case Study of University Students in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(12), 203-210. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO12.0203>.

Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970–985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>.

Pittaway, L., Rodriguez-Falcon, E., Aiyegbayo, O., & King, A. (2011). The role of entrepreneurship clubs and societies in entrepreneurial learning. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 29(1), 37–57. <https://doi.org/10.1177/0266242610369876>.

Pruett, M., Shinnar, R., Toney, B., Llopis, F., & Fox, J. (2009). Explaining entrepreneurial intentions of university students: A cross-cultural study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(6), 571–594. <https://doi.org/10.1108/13552550910995443>.

Qin, F., & Estrin, S. (2015). Does Social Influence Span Time and Space? Evidence from Indian Returnee Entrepreneurs: Social Influence and Returnee Entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(3), 226-242. <https://doi.org/10.1002/sej.1202>.

Rauch, A., & Frese, M. (n.d.). *Born to Be an Entrepreneur? Revisiting the Personal Approach to Entrepreneurship*.

Rosli, M. M., & Sidek, S. (2013). The Impact of Innovation on the Performance of Small and Medium Manufacturing Enterprises: Evidence from Malaysia. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprise*, 1-16. <https://doi.org/10.5171/2013.885666>.

Seth, D., Tangorra, J., & Ibrahim, A. (2015). Measuring undergraduate students' self-efficacy in engineering design in a project-based design course. *2015 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE)*, 1–8. <https://doi.org/10.1109/FIE.2015.7344247>.

Conference (FIE), 1–8. <https://doi.org/10.1109/FIE.2015.7344247>.

Shamsudeen, K., Liman, B. M., & Haruna, M. J. (2017). *An Empirical Investigation on the Relationship between Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Intention in Nigeria: A study of some selected Students of Higher Learning*. 2.

Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1209. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>.

Siriattakul, P., & Jermstittiparsert, K. (2019). Exploring the Nexus between Entrepreneurial Skills, Environmental Support, Motivational Factors and Entrepreneur Intention among the Thai University Graduates. *International Journal of Innovation*, 6(10).

So, I. G., Ridwan, A., & Aryanto, R. (2017). *Confirming Entrepreneurial Orientation Dimensions and Linking It With Entrepreneurial Intention Among Business Students in Indonesia*.

Song, Y., Yun, S. Y., Kim, S.-A., Ahn, E.-K., & Jung, M. S. (2015). Role of Self-Directed Learning in Communication Competence and Self-Efficacy. *Journal of Nursing Education*, 54(10), 559-564. <https://doi.org/10.3928/01484834-20150916-03>.

Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>.

Tu, B., Bhowmik, R., Hasan, Md. K., Asheq, A. A., Rahaman, Md. A., & Chen, X. (2021). Graduate Students' Behavioral Intention towards Social Entrepreneurship: Role of Social Vision, Innovativeness, Social Proactiveness, and Risk Taking. *Sustainability*, 13(11), 6386. <https://doi.org/10.3390/su13116386>.

Turker, D., & Sonmez Selcuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>.

Vuong, B. N., Phuong, N. N. D., Huan, D. D., & Quan, T. N. (2020). A Model of Factors Affecting Entrepreneurial Intention among Information Technology Students in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 461–472. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.461>.

Wang, J.-H., Chang, C.-C., Yao, S.-N., & Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education*, 72(2), 209–224. <https://doi.org/10.1007/s10734-015-9946-y>.

Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2020). The study of the causal relationship between innovativeness and entrepreneurial intention among undergraduate students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125-5>.

Yalap, O., Yilmaz, H., & Polatçı, S. (2020). Do Psychological Capital and Communication Skills Affect Entrepreneurial Intention? *Global Journal of Business, Economics and Management: Current Issues*, 10(1), 21–30. <https://doi.org/10.18844/gjbem.v10i1.4540>.

Zain, Z. M., Akram, A. M., & Ghani, E. K. (2010). *Entrepreneurship Intention Among Malaysian Business Students*.

Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639–653. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>.

Zhang, P., Wang, D. D., & Owen, C. L. (2015). A Study of Entrepreneurial Intention of University Students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.1515/erj-2014-0004>.

Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623–641. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z>.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>.

Summary

This research is to analyse factors affecting the entrepreneurial intent of Hanoian youngsters based on TPB and SEE with the SEM model together with the addition of communication and personalities to the research model. Remarkably, family background is examined to affect individuals' startup materialistically and mentally as well as the correlation between the factors (capital access, communication, family background, surrounding environment, and entrepreneurial education), and entrepreneurial intention is investigated through belief. The finding shows that family background holds the greatest impact on beliefs, and communication also positively correlates to belief. Meanwhile, the associations of the factors (surrounding environment, capital access, and entrepreneurial education) with startup intent are statistically insignificant. Belief has the greatest effect on startup intent, and personalities positively relate to startup intent. However, the correlation between attitude, and startup intent is not confirmed.