ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. Nguyễn Hoàng - Đổi mới sáng tạo và tác động đến hiệu quả xuất khẩu: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp Việt Nam. ***Mã số: 187.1IIEM.11*** 3

Innovation and its Impact on Export Performance: An Experimental Study in Vietnamese Enterprises

2. Lại Cao Mai Phương, Nguyễn Huỳnh Thanh Trúc, Nguyễn Thị Bích Trâm và Huỳnh Thị Tuyết Trinh - Tác động của chính sách tiền tệ đến chỉ số giá chứng khoán VN-index. ***Mã số: 187.1FiBa.11*** 17

Impact of Monetary Policy on Stock Price in Vietnam Stock Market

3. Nguyễn Thị Thu Hiền, Hà Thị Cẩm Vân và Trần Kim Anh - Tác động của chất lượng thể chế đến năng suất yếu tố tổng hợp của các doanh nghiệp ở Việt Nam. ***Mã số: 187.1SMET.11*** 33

The impact of institutional quality on total factor productivity of enterprises in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

4. Phạm Đức Hiếu - Ảnh hưởng của công bố thông tin nguồn nhân lực tới kết quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết Việt Nam. ***Mã số: 187.2FiBa.21*** 48

Impact of Human Resource Information Disclosures on Financial Performance of Listed Companies in Vietnam

ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

5. Lê Thị Nhung - Công bố thông tin trách nhiệm xã hội và chi phí vôn cô phân: băng chứng thực nghiệm từ các doanh nghiệp Việt Nam. ***Mã số: 187.2FiBa.21*** 61

Corporate Social Responsibility Dislosure and Cost of Equity Capital: Empirical Evidence from Vietnamese Enterprises

6. Trần Thị Tuyết - Ảnh hưởng của yếu tố giá trị tiêu dùng đến ý định tiêu dùng ẩm thực đường phố của khách du lịch quốc tế tại Việt Nam. ***Mã số: 187.2TRMg.21*** 72

Effect of consumption values on international tourists' intention to purchase street food in Vietnam

7. Đinh Thị Phương Anh, Đặng Thị Minh Nguyệt và Nguyễn Trần Việt - Thực trạng hoạt động đầu tư trái phiếu của các ngân hàng thương mại Việt Nam. ***Mã số: 187.2FiBa.21*** 89

Bond Investment Activities of Commercial Banks in Vietnam

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

8. Mai Thanh Lan và Tạ Huy Hùng - Nghiên cứu ảnh hưởng của môi trường đại học, động lực khởi nghiệp tới ý định và hành vi khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam. ***Mã số: 187.3OMIs.31*** 103

Impact of Entreprenuerial Motivation, University Environment on Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA MÔI TRƯỜNG ĐẠI HỌC, ĐỘNG LỰC KHỞI NGHIỆP TỚI Ý ĐỊNH VÀ HÀNH VI KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM

Mai Thanh Lan
Trường Đại học Thương mại
Email: mailan.tmu.edu.vn
Tạ Huy Hùng
Trường Quốc tế, Đại học Quốc gia Hà Nội
Email: hungth@vnuis.edu.vn

Ngày nhận: *15/11/2023* ***Ngày nhận lại:*** *30/01/2024* ***Ngày duyệt đăng:*** *01/02/2024*

Chủ đề khởi nghiệp nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu khi cơ hội khởi nghiệp ngày càng được mở rộng với sự phát triển của công nghệ. Bên cạnh đó, xu thế khởi nghiệp với thế hệ trẻ và sinh viên thu hút được nhiều sự quan tâm trong những nghiên cứu gần đây. Nghiên cứu này làm rõ mối quan hệ giữa môi trường đại học nơi sinh viên đang theo học, động lực khởi nghiệp tới ý định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp của sinh viên để tạo ra giá trị mới đóng góp vào giá trị chung của trường đại học trong bối cảnh mới khi trường đại học cần tham gia sự phát triển của vùng, địa phương. Kết quả nghiên cứu phản ánh nhiều điểm mới trong động lực khởi nghiệp của sinh viên khi động lực tài chính đang là động lực quan trọng thúc đẩy sinh viên có ý định và thực hiện hành vi khởi nghiệp. Cùng với đó, môi trường đại học đóng vai trò quan trọng khi tác động trực tiếp tới sự hình thành ý định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam.

Từ khóa*: Ý định khởi nghiệp, Hành vi khởi nghiệp, Khởi nghiệp, Khởi nghiệp sinh viên, Môi trường đại học.*

JEL Classifications*: M13.*

DOI*: 10.54404/JTS.2024.187V.08*

1. Đặt vấn đề

Khởi nghiệp là chủ đề được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm (Wadhwani, Kirsch, Welter, Gartner, & Jones, 2020). Khởi nghiệp được sự quan tâm của các quốc gia với tầm quan trọng để cải thiện phúc lợi quốc gia, thúc đẩy phát triển kinh tế, xã hội, tạo ra việc làm mới, giảm tỉ lệ lao động thất nghiệp (Neneh, 2022). Với tầm quan trọng của khởi nghiệp, các quốc gia khuyến khích khởi nghiệp với thế hệ trẻ gồm cả sinh viên, khởi nghiệp là sự lựa chọn nghề nghiệp sớm để có thể tham gia thị trường lao động. Shirokova, Osiyevskyy, and Bogatyreva (2016) khẳng định ngày càng có nhiều người lựa chọn khởi nghiệp ngay từ khi tuổi đời còn khá trẻ. Do đó, sinh viên lựa chọn khởi nghiệp là một trong những sự lựa chọn nghề nghiệp quan trọng không chỉ với bản thân họ và có ảnh hưởng tới sự phát triển kinh tế, sự giảm thiểu lao động thất nghiệp trong một vùng, một khu vực nhất định.

Vai trò của các trường đại học (TĐH) đã có sự chuyển dịch mạnh mẽ, TĐH không chỉ là nơi đào tạo, nghiên cứu khoa học thuần túy, vai trò của TĐH đóng góp vào sự phát triển của địa phương thông qua việc khuyến khích khởi nghiệp để chuyển đổi các sản phẩm từ nghiên cứu tới tiếp cận thị trường ngày càng được khẳng định (Nkusi, Cunningham, Nyuur, & Pattinson, 2020). Để thực hiện được những sứ mệnh trên, TĐH xây dựng môi trường để thúc đẩy tinh thần và hành vi khởi nghiệp vì TĐH là nguồn cung cấp ý tưởng mới, những phát minh và nghiên cứu mới để nuôi dưỡng hệ sinh thái đổi mới thông qua những sinh viên tài năng. Một vấn đề quan trọng được nhiều nghiên cứu quan tâm là trong môi trường học thuật tại TĐH trực tiếp hoặc gián tiếp như thế nào tới nhận thức và hành động của sinh viên để nhận thức được sự lựa chọn khởi nghiệp như một trong những định hướng sự nghiệp trong tương lai (Rocha, Moraes, & Fischer, 2022). Năm 2017, Chính phủ ban hành Quyết định 1665/QĐ-TTg phê duyệt Đề án Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến 2025 nhằm hỗ trợ TĐH thúc đẩy và hỗ trợ khởi nghiệp. Tuy nhiên, cần làm rõ được sự liên hệ của môi trường đại học (MTĐH) với việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp (YĐKN) và hành vi khởi nghiệp (HVKN) của sinh viên để cung cấp minh chứng khoa học giúp các TĐH có căn cứ để hoàn thiện MTĐH thúc đẩy YĐKN và HVKN cho sinh viên. Các yếu tố tác động đến YĐKN của sinh viên gồm yếu tố nội tại của sinh viên như giới tính, độ tuổi, hoàn cảnh gia đình và các yếu tố thuộc về môi trường bên ngoài (Shirokova et al., 2016). Chưa có nhiều nghiên cứu chỉ ra được mối quan hệ giữa động lực khởi nghiệp (ĐLKN) với YĐKN và MTĐH, trong khi đó, ĐLKN là yếu tố quan trọng tác động tới ý định và hành động của một cá nhân để thực hiện một mục tiêu cụ thể. Trong nghiên cứu này, tác giả làm rõ các câu hỏi nghiên cứu như sau:

Thứ nhất, ĐLKN của sinh viên tác động như thế nào tới YĐKN và HVKN của sinh viên? Thứ hai, MTĐH tác động như thế nào tới YĐKN và HVKN của sinh viên? Thứ ba, liệu rằng có vai trò trung gian của YĐKN giữa MTĐH và HVKN cũng như mối quan hệ trung gian YĐKN giữa ĐLKN và HVKN của sinh viên hay không?

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

HVKN là hành động thiết lập doanh nghiệp mới chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố (Fayolle, Liñán, & Moriano, 2014). Những nghiên cứu lý thuyết trước đây đã làm rõ quy trình khởi nghiệp là nội dung quan trọng trong HVKN (Munir, Jianfeng, & Ramzan, 2019). HVKN đòi hỏi cần có kế hoạch chi tiết gồm có những dự định và hành động cụ thể (Munir et al., 2019). YĐKN là yếu tố trực tiếp ảnh hưởng tới HVKN trong thực tế (Schlaegel & Koenig, 2014). TPB được đề cập bởi Ajzen (1991) là khung lý thuyết được chấp nhận để dự báo sự chuyển đổi từ YĐKN tới HVKN (Schlaegel & Koenig, 2014). Khi đó, YĐKN là yếu tố dự báo HVKN được hiểu là những nỗ lực cá nhân để thực hiện HVKN (Munir et al., 2019). TPB lý giải sự chuyển đổi từ ý định tới hành vi khởi nghiệp dựa trên khởi nguồn của 3 yếu tố/tiền tố để dự báo hành vi gồm có thái độ (*attitude toward entrepreneurship*- ATE) phản ánh niềm tin tích cực hoặc tiêu cực về hành vi cá nhân (Ajzen, 1991); (Mia et al.) chuẩn chủ quan (SN) phản ánh nhận thức cá nhân về cách xã hội nhìn nhận về hành vi đó (Ajzen, 1991; Liñán & Chen, 2009) và (iii) nhận thức kiểm soát quyết định (*perceived behavioral control* - PBC) phản ánh nhận thức về lựa chọn thực hiện những hành vi khi bị kiểm soát để chuyển đổi từ YĐKN tới HVKN (Munir et al., 2019).

2.2. Định nghĩa

2.2.1. Động lực khởi nghiệp

Johnson (1990) định nghĩa động lực là những mong muốn, khát vọng để tổ chức thực hiện một cách hiệu quả nhằm đạt được những mục tiêu cụ thể. Faghih, Bonyadi and Sarreshtehdari (2021) cho rằng động lực là những kích thích nội tại định hướng hành động của các cá nhân để đạt được những kết quả mong muốn. Shane, Locke, and Collins (2003) cho rằng động lực khởi nghiệp gồm tầm nhìn, mục tiêu, đam mê, nhu cầu thành

đạt và mong muốn sự độc lập, năng lực và mục tiêu cá nhân. Động lực có sự khác biệt ở các đối tượng khác nhau, trong nghiên cứu này, ĐLKN của sinh viên được hiểu là những mong muốn, khát vọng được làm chủ và thực thi những ý tưởng khởi nghiệp nhằm mang lại những giá trị cho bản thân thông qua những hành động cụ thể để đạt được những mục tiêu cá nhân đã thiết lập.

2.2.2. Môi trường đại học

Trivedi (2016) khẳng định TĐH đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy YĐKN của sinh viên. TĐH là nơi kiến tạo và truyền bá tri thức, khuyến khích YĐKN và thúc đẩy các HVKN (Bergmann, Hundt, & Sternberg, 2016). Với vai trò thúc đẩy phát triển kinh tế, TĐH cần xây dựng môi trường để thúc đẩy HVKN (Etzkowitz et al., 2008). Alves, Fischer, Schaeffer and Queiroz (2019) khẳng định ba nhiệm vụ quan trọng của TĐH gồm: (i) đào tạo, (Mia et al.) nghiên cứu và (iii) khuyến khích đổi mới, cải tiến và khởi nghiệp. Nghiên cứu của Mustafa, Hernandez, Mahon, and Chee (2016) cho rằng MTĐH là nơi khuyến khích YĐKN và thúc đẩy các HVKN thông qua việc tạo ra môi trường khuyến khích tinh thần khởi nghiệp và giúp sinh viên nhận thấy được sự hỗ trợ trong thúc đẩy HVKN thông qua việc nhận thức được sự hỗ trợ từ đào tạo; sự hỗ trợ từ thúc đẩy phát triển YĐKN, thúc đẩy HVKN bằng những hành động cụ thể. Trong nghiên cứu này, tác giả định nghĩa MTĐH dưới tiếp cận khởi nghiệp, MTĐH là tổng hòa các yếu tố mà TĐH thực hiện các hành động nhằm hỗ trợ YĐKN và thúc đẩy HVKN của sinh viên. MTĐH gồm: (i) sự hỗ trợ đào tạo khởi nghiệp; (Mia et al.) sự hỗ trợ trong thúc đẩy YĐKN và (iii) sự hỗ trợ trong thúc đẩy HVKN. Khởi nghiệp trong TĐH được triển khai rộng rãi từ 2016 từ khi Chính phủ phát động phong trào khởi nghiệp quốc gia. Với mục tiêu tới 2020, 100% các TĐH có các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp, tới 2025 có 100% có đầu tư kinh phí hỗ trợ các dự án khởi nghiệp sinh viên. Với mục tiêu trên, TĐH ở Việt Nam liên tục thúc đẩy tinh thần và văn hóa khởi nghiệp cho sinh viên (Trang, 2020). Các TĐH không chỉ giảng dạy về khởi nghiệp mà còn tổ chức nhiều chương trình, hoạt động để kết nối với doanh nghiệp nhằm thúc đẩy ý định, tinh thần khởi nghiệp của sinh viên.

2.2.3. Ý định khởi nghiệp

YĐKN là tiền đề để thực hiện HVKN, YĐKN là sự cam kết cho việc thực hiện các HVKN (Shirokova et al., 2016). Pinheiro, Moraes, and Fischer (2023) cho rằng YĐKN là trạng thái tinh thần nhằm hướng sự chú ý của một cá nhân tới mục tiêu khởi nghiệp và con đường nhằm đạt được mục tiêu khởi nghiệp đó. Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano, and Muffatto (2018) cho rằng ý định là mức độ sẵn sàng hành động để đạt được mục tiêu khởi nghiệp. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng tiếp cận TBP, YĐKN của sinh viên được là mức độ sẵn sàng trong việc thực hiện hành động hướng tới việc thực hiện HVKN. YĐKN gồm thái độ đối với hành động khởi nghiệp phản ánh quan điểm cá nhân sinh viên đó với mong muốn thực hiện HVKN; chuẩn mực chủ quan phản ánh nhận thức của sinh viên về những người thân và người xung quanh họ nghĩ gì về việc họ có định khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh năng lực của sinh viên trong việc nhận thức về khả năng của bản thân để có thể thực hiện HVKN thành công.

2.2.4. Hành vi khởi nghiệp

Nghiên cứu của Thu, Hoàng and Tân (2018) cho rằng HVKN là các hành động có mục đích để khởi đầu, tiếp tục duy trì, phát triển hoạt động kinh doanh nhằm mang lại lợi ích về tài chính và sự tự chủ cho người khởi nghiệp. Tiếp nối những nghiên cứu trên, Shirokova et al. (2016) định nghĩa HVKN là hành động nhằm tìm kiếm, đánh giá và khai thác các cơ hội kinh doanh. Hành vi bao gồm các hành động được thực hiện bởi các cá nhân là kết quả của sự kết hợp giữa các yếu tố bên trong các cá nhân như động lực, tính cách, năng lực thực hiện hành động và các điều kiện môi trường bên ngoài. Nghiên cứu về HVKN của sinh viên, HVKN được tác giả định nghĩa là những hành động có mục đích của sinh viên nhằm tìm kiếm, đánh giá và hiện thực hóa những cơ hội kinh doanh thông qua những hành động cụ thể để

mang lại những lợi ích tài chính và phi tài chính cho bản thân khi khởi nghiệp.

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

2.3.1. Mối quan hệ giữa MTĐH và YĐKN

MTĐH đóng vai trò quan trọng trong thời gian học tập của sinh viên khi đang học tập tại TĐH. Những nghiên cứu trước đây của Bae, Qian, Miao, and Fiet (2014); Zhang, Duysters, and Cloodt (2014) khẳng định mối quan hệ giữa MTĐH và YĐKN của sinh viên. MTĐH thúc đẩy việc chia sẻ tri thức, tìm kiếm cơ hội khởi nghiệp để khuyến khích sinh viên khởi nghiệp. TĐH trở thành đối tác quan trọng trong các hoạt động nhằm thương mại hóa tri thức được tạo ra từ TĐH để thúc đẩy sự phát triển kinh tế, xã hội của vùng và khu vực (Shirokova et al., 2016). Bên cạnh đó, trường đại học đóng vai trò quan trọng để đóng góp vào các chương trình khởi nghiệp quốc gia thông qua đào tạo những thế hệ sinh viên có ý tưởng khởi nghiệp. MTĐH để có thể cung cấp những nguồn lực quan trọng thúc đẩy YĐKN của sinh viên, sinh viên được tiếp nhận nhiều nguồn lực bên cạnh hoạt động đào tạo như sự hỗ trợ từ giảng viên và đội ngũ cố vấn, từ mối quan hệ giữa trường đại học với các đối tác để thúc đẩy YĐKN của sinh viên. Tác giả đề xuất giả thuyết:

H1: MTĐH ảnh hưởng thuận chiều tới YĐKN của sinh viên.

2.3.2. Mối quan hệ giữa ĐLKN và YĐKN

ĐLKN là những kích thích nội tại của sinh viên để khuyến khích họ có ý định kinh doanh mới để đạt được mục tiêu cá nhân trong tương lai. Faghih et al. (2021) khẳng định cá nhân có ĐLKN lớn sẵn sàng học tập thêm tri thức mới để có thể tìm kiếm và phát hiện những cơ hội tiềm ẩn trên thị trường nhằm có được những ý định cho sản phẩm của họ trong tương lai. Ngoài ra, ĐLKN của sinh viên thúc đẩy ý định thành lập doanh nghiệp để họ có thể đạt được những mục tiêu về sự tự chủ trong công việc, mục tiêu đạt thành tựu bản thân và mục tiêu tự do về tài chính cá nhân. Các doanh nhân được công nhận vì sự cống hiến của họ và sự kiên trì theo đuổi những ý định kinh doanh sáng tạo để đạt được thành công (Saoula, Shamim, Ahmad, & Abid, 2023). ĐLKN có thể có thể trở thành doanh nhân thành công đóng vai trò quan trọng và tác động tích cực tới YĐKN của sinh viên (Hassan, Saleem, Anwar, & Hussain, 2020). ĐLKN của sinh viên là thành phần quan trọng để duy trì năng lượng và tính sáng tạo nhằm thực hiện những YĐKN (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017). Như vậy, giả thuyết gồm:

H2: ĐLKN của sinh viên tác động tích cực tới ý định khởi nghiệp.

2.3.3. Mối quan hệ giữa YĐKN và HVKN

Theo Shirokova et al. (2016), YĐKN là sự cam kết của cá nhân với ý định về việc thực hiện một hoạt động kinh doanh hoặc thành lập doanh nghiệp mới. YĐKN là yếu tố quan trọng dẫn tới HVKN. Khi nghiên cứu tác động của YĐKN tới HVKN của sinh viên với lý thuyết nền TPB, Van Gelderen (2010) đã chứng minh YĐKN của sinh viên là tiền đề cho HVKN của họ. HVKN của sinh viên là những hành động có chủ ý của sinh viên nhằm hiện thực hóa những ý định về việc thực hiện khởi nghiệp thông qua cung cấp những sản phẩm, dịch vụ sau khi đã tìm kiếm và đánh giá những cơ hội trên thị trường. Shirokova et al. (2016) khi sử dụng TPB khẳng định YĐKN là tiền đề để dẫn tới HVKN thông qua đánh giá sự thuận lợi hoặc không thuận lợi cho những HVKN của sinh viên, nhận định xã hội về những HVKN đối với sinh viên và nhận thức của sinh viên về mức độ khó khăn khi thực hiện HVKN. Với những cơ sở trên, giả thuyết được đề xuất:

H3: YĐKN có mối quan hệ tích cực thuận chiều tới HVKN của sinh viên.

2.3.4. Mối quan hệ trung gian của YĐKN giữa ĐLKN và HVKN

Sử dụng lý thuyết nền tảng TPB, Van Gelderen (2010), Shirokova et al. (2016) cho rằng việc sinh viên thực hiện những HVKN là kết quả của ĐLKN thúc đẩy họ cần thực hiện những hành động để đạt được những mục tiêu mong muốn thông qua sự tác động của việc biến những YĐKN trở thành hành động cụ thể. ĐLKN của sinh viên giúp họ đạt được những mong muốn, mục tiêu trong tương lai. Những mục tiêu và

mong muốn đó không thể trở thành hiện thực nếu chỉ dừng lại ở YĐKN của sinh viên mà cần được chuyển hóa thành những hành động cụ thể được xem như HVKN đối với sinh viên (Faghih et al., 2021; Saoula et al., 2023). Như vậy, tác giả đề xuất giả thuyết:

H4: Mối quan hệ trung gian của YĐKN giữa ĐLKN và HVKN với sinh viên.

2.3.5. Mối quan hệ trung gian của YĐKN giữa MTĐH và HVKN

TĐH tạo ra môi trường và hệ thống hỗ trợ cho sinh viên để họ cải thiện YĐKN và thực hiện những HVKN nhằm tạo ra công việc cho xã hội (Tomy, Pardede, & Research, 2020). Những nghiên cứu của Bae et al. (2014); Zhang et al. (2014) khẳng định mối quan hệ giữa MTĐH và YĐKN thông qua tinh thần học tập, sự chia sẻ giá trị và những chuẩn mực xã hội là những yếu tố quan trọng để thúc đẩy YĐKN của sinh viên. Cùng với đó, TĐH thúc đẩy sự phát triển kinh tế khu vực thông qua thương mại hóa sản phẩm trí tuệ, tri thức từ TĐH thông qua HVKN của sinh viên trong trường (Shirokova et al., 2016) để tạo ra giá trị thực tế đóng góp vào vai trò phát triển kinh tế khu vực của trường đại học. Như vậy, sự tác động của MTĐH để khuyến khích YĐKN của sinh viên và hỗ trợ thực hiện HVKN của sinh viên thông qua cung cấp những nguồn lực quan trọng mà TĐH sở hữu như cơ sở vật chất, tri thức, bằng phát minh sáng chế, mạng lưới những mối quan hệ. Tác giả đề xuất giả thuyết:

H5: Mối quan hệ trung gian của YĐKN giữa MTĐH và HVKN.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo và thu thập dữ liệu

Trong nghiên cứu này, để đánh giá sự tác động của các biến nghiên cứu, tác giả sử dụng phương pháp định tính kết hợp với nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính qua phỏng vấn chuyên gia, 15 chuyên gia được lựa chọn gồm có 15 chuyên gia là những giảng viên trong lĩnh vực Khởi nghiệp tại Đại học Thương mại, Đại học Kinh tế, ĐHQGHN, Trường Quốc tế, ĐHQGHN. Các chuyên gia đều có trên 5 năm kinh nghiệm giảng dạy các học phần Khởi nghiệp, đồng thời, các chuyên gia cũng đã có nhiều công trình nghiên cứu được công bố trên các tạp chí uy tín trong nước, các tạp chí thuộc danh mục SCOPUS, WoS trên thế giới. Mục đích phỏng vấn chuyên gia để lấy ý kiến thống nhất về thang đo cho biến nghiên cứu. Tác giả đề xuất các biến quan sát (BQS) được sử dụng trong từng biến nghiên cứu, cách thức tác giả dịch sang ngôn ngữ tiếng việt đảm bảo sự thống nhất về cách hiểu, tính rõ ràng. Kết quả nghiên cứu định tính, tác giả tổng hợp các BQS trong các biến nghiên cứu được sử dụng trong mô hình như sau:

Sau khi lấy ý kiến chuyên gia về các biến quan sát cho từng biến nghiên cứu trong mô hình, tác giả xây dựng phiếu khảo sát gồm thông tin đối tượng khảo sát và nội dung các biến nghiên cứu trong mô hình. Tác giả tiến hành thu thập dữ liệu từ tháng 3/2023-9/2023. Đối tượng thu thập dữ liệu là sinh viên các TĐH tại Hà Nội, Đà Nẵng và Hồ Chí Minh nhằm đảm bảo tính vùng, miền gồm Miền Bắc, Miền Trung, Miền Nam và đây là những thành phố trực thuộc Trung ương có điều kiện phát triển kinh tế và có nhiều cơ hội khởi nghiệp cho các bạn sinh viên. Tác giả đồng thời xây lựa chọn đối tượng tham gia khảo sát đối với sinh viên các ngành: kỹ thuật, tài chính, kinh tế, công nghệ, khoa học tự nhiên, y dược là những ngành thu hút được sinh viên đang theo học tại các trường trên địa bàn khảo sát. Mẫu khảo sát được lựa chọn khi đã thực hiện những HVKN theo Báo cáo Khởi nghiệp toàn cầu. Đối tượng tham gia khảo sát gồm: sinh viên đã tham gia các cuộc thi khởi nghiệp ở các cấp từ cấp khoa, cấp trường; sinh viên đã/ đang thực hiện các hoạt động kinh doanh cá nhân và sinh viên đã thành lập doanh nghiệp hoặc tham gia góp vốn để tiến hành hoạt động kinh doanh. Đáng ngạc nhiên trong số các đối tượng khảo sát gồm 15 sinh viên năm 1 chiếm 5,4% và 28 sinh viên năm 2 chiếm 10.1%, các sinh viên đều tham gia cùng nhóm trong cuộc thi khởi nghiệp sinh viên và có 12 sinh viên năm 2 đã tự thực hiện hoạt động kinh doanh cá nhân qua nền tảng thương mại điện tử.

Bảng 1: *Thang đo biến nghiên cứu*

STT	Mã	BQS	Nguồn
Môi trường đại học			(Shirokova et al., 2016)
1	UNE1	Không khí tích cực ở trường đại học truyền cảm hứng cho tôi phát triển YĐKN	
2	UNE2	Trường đại học tạo dựng môi trường thuận lợi để tôi trở thành doanh nhân trong và sau khi học tốt nghiệp	
3	UNE3	Trường đại luôn luôn khuyến khích tôi tham gia các hoạt động khởi nghiệp, kinh doanh	
Động lực khởi nghiệp			
	MAU	***Cơ hội độc lập trong công việc***	(Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017)
1	MAU1	Tôi cảm thấy hài lòng khi được tự chủ và độc lập trong công việc	
2	MAU2	Khởi nghiệp cho tôi cơ hội đáp ứng các nhu cầu cá nhân	
3	MAU3	Khởi nghiệp giúp tôi có được những mối quan hệ tốt	
4	MAU4	Khởi nghiệp giúp tôi hoàn thiện bản thân và chuyên nghiệp trong công việc	
5	MAU5	Khởi nghiệp giúp tôi xây dựng được uy tín trong xã hội	
6	MAU6	Khởi nghiệp giúp tôi độc lập hơn trong các quyết định của bản thân	
7	MAU7	Khởi nghiệp mang lại cơ hội cho tôi trở thành người chủ	
	MFI	***Động lực tài chính***	
1	MFI1	Khởi nghiệp giúp tôi có địa vị xã hội nhất định	
2	MFI2	Khởi nghiệp giúp tôi có được thu nhập tốt	
3	MFI3	Khởi nghiệp giúp tôi có được sự thừa nhận giá trị bản thân từ xã hội	
4	MFI4	Khởi nghiệp giúp tôi có công việc ổn định	
5	MFI5	Khởi nghiệp mang lại cho tôi cơ hội an toàn về tài chính	

	MAC	***Cơ hội đạt thành tựu khi khởi nghiệp***	
1	MAC1	Khởi nghiệp cho tôi cơ hội trở thành người giỏi nhất trong các công việc tôi làm	
2	MAC2	Khởi nghiệp mang lại cơ hội tốt để tôi phát triển chuyên môn và phát triển bản thân	
3	MAC3	Khởi nghiệp giúp tôi thay đổi môi trường làm việc so với trước đây	
4	MAC4	Khởi nghiệp giúp tôi có cơ hội đóng góp và mang lại sự hạnh phúc cho xã hội	
YĐKN của sinh viên			
1	INT1	Tôi có thể làm tất cả các việc để đạt mục tiêu trở thành doanh nhân	(Liñán & Chen, 2009) (Hassan et al., 2020)
2	INT2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành doanh nhân	
3	INT3	Tôi luôn nỗ lực để tạo dựng và vận hành doanh nghiệp của mình	
4	INT4	Tôi quyết tâm gây dựng một doanh nghiệp trong thời gian tới	
5	INT5	Tôi đã suy nghĩ chín chắn về việc thành lập một công ty	
6	INT6	Tôi có ý định mạnh mẽ để thành lập một công ty vào một ngày nào đó	
	BEHA	Hành vi khởi nghiệp	
1	BEHAV1	Tôi đã/đang thảo luận về sản phẩm hoặc ý tưởng kinh doanh với khách hàng tiềm năng	(Shirokova et al., 2016)
2	BEHAV2	Tôi đã/đang thu thập thông tin về thị trường hoặc đối thủ cạnh tranh	
3	BEHAV3	Tôi đã/đang viết kế hoạch kinh doanh	
4	BEHAV4	Tôi đã/đang bắt đầu phát triển sản phẩm/dịch vụ	
5	BEHAV5	Tôi đã/đang bắt đầu nỗ lực tiếp thị hoặc quảng cáo	
6	BEHAV6	Tôi đã/đang mua nguyên vật liệu, thiết bị hoặc máy móc cho doanh nghiệp	
7	BEHAV7	Tôi đã/đang cố gắng tìm nguồn tài trợ từ bên ngoài	
8	BEHAV8	Tôi đã/đang làm đơn xin cấp bằng sáng chế, bản quyền hoặc nhãn hiệu	
9	BEHAV9	Tôi đã/đang đăng ký công ty	
10	BEHAV10	Tôi đã/đang bán sản phẩm hoặc dịch vụ	

(Nguồn: Tổng hợp tác giả (2023))

Quy mô mẫu khảo sát được thể hiện ở bảng 2.

Bảng 2: *Mẫu khảo sát (n=276)*

Tiêu chí		Số lượng	Tỉ lệ
Giới tính	Nam	195	70.652
	Nữ	81	29.348
Ngành nghề theo học	Khoa học xã hội	64	23.188
	Khoa học tự nhiên	32	11.594
	Kinh tế	103	37.319
	Tài chính	45	16.304
	Y dược	32	11.594
Năm học	Năm 1	15	5.435
	Năm 2	28	10.145
	Năm 3	71	25.725
	Năm 4	117	42.391
	Sau năm 4	45	16.304
Vùng, miền	Hà Nội	103	37.319
	Đà Nẵng	75	27.174
	Thành phố Hồ Chí Minh	98	35.507

(Nguồn: Tác giả (2023))

3.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Sau khi thu thập dữ liệu khảo sát, để đánh giá độ tin cậy, phân tích EFA được sử dụng với chỉ số Cronbach Alpha với yêu cầu Cronbach Alpha lớn hơn 0,6; Hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3; Chỉ số KMO cần đạt trên 0,5, kiểm định Barlett có ý nghĩa thống kê, phương sai trích lớn hơn 50%, chỉ số factor loading lớn hơn 0,5 (Hair, 2010). Sau khi phân tích EFA, phân tích CFA được thực hiện để đánh giá tính tương thích của mô hình với dữ liệu thực tế thu thập được, mô hình SEM với mức ý nghĩa thống kê 5% được sử dụng. Khi đó, các tiêu chuẩn gồm Chi - square/df nhỏ hơn 3, các chỉ số CFI, IFI lớn hơn 0.9, RMSEA nhỏ hơn 0.08 (Hair & cộng sự, 2010) thông qua sử dụng phần mềm AMOS. Để đưa ra kết luận về các giả thuyết, tác giả phân tích hồi quy làm rõ mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo

Tác giả loại bỏ biến quan sát (BQS) MAC2, MAC3, MAC4 do giá trị factor loading <0,5. Các biến sau khi loại bỏ, hệ số tải của các biến quan sát còn lại đề đạt giá trị >0,5, chỉ số KMO = 0,936, kiểm định Barlett Sig =0,000, chỉ số Cronbach α= 0.956, giá trị Eigen value đạt 1,363 (>1), hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát con lại đều đạt giá trị >0,4. Như vậy, sau khi loại 3 biến, các biến quan sát còn lại đều được giữ để tiến hành phân tích CFA. Các BQS được trích vào 5 nhân tố được hình thành gồm:

Bảng 3: *Pattern Matrix*

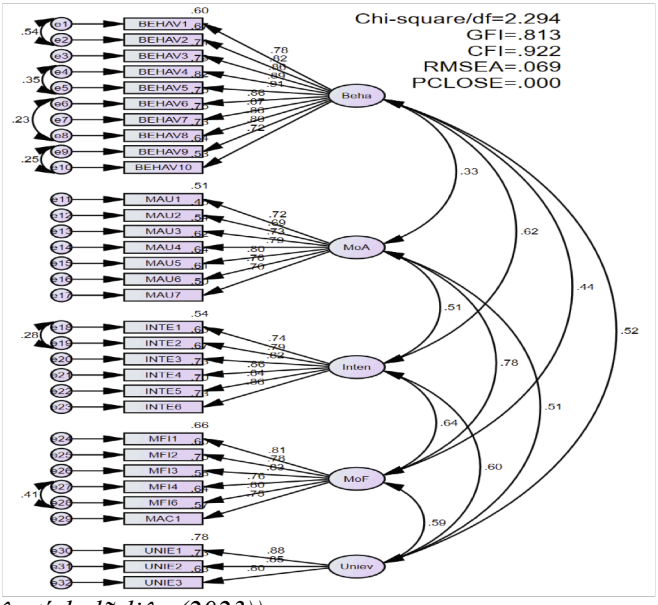
	Factor				
	1	2	3	4	5
MAU1		.822			
MAU2		.668			
MAU3		.642			
MAU4		.841			
MAU5		.576			
MAU6		.863			
MAU7		.587			
MFI1				.521	
MFI2				.630	
MFI3				.555	
MFI4				.845	
MFI6				.905	
MAC1				.644	
UNIE1					.789
UNIE2					.909
UNIE3					.731
BEHAV1	.736				
BEHAV2	.773				
BEHAV3	.858				
BEHAV4	.936				
BEHAV5	.947				
BEHAV6	.912				
BEHAV7	.857				
BEHAV8	.860				
BEHAV9	.799				
BEHAV10	.685				
INTE1			.578		
INTE2			.687		
INTE3			.822		
INTE4			.851		
INTE5			.829		
INTE6			.919		

(Nguồn: Tác giả (2023))

Môi trường đại học (Uniev); Động lực tài chính khi khởi nghiệp (MoF); Động lực thành tựu (MoA); Ý định khởi nghiệp (Inten); Hành vi khởi nghiệp (Beha).

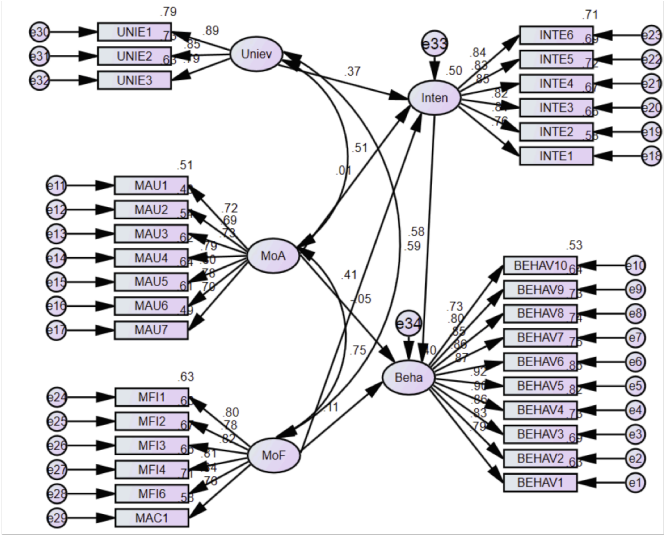
4.2. Kết quả CFA

Kết quả phân tích CFA có hệ số Chi-square/df = 2,169, chỉ số CFI=0,922 (>0,9), chỉ số RMSEA= 0,069<0.08, PCLOSE=0,000 các chỉ số trên đều thỏa mãn yêu cầu để đảm bảo tính phù hợp của mô hình theo Hair & cộng sự (20010. Chỉ số GFI=0,813 > 0,8, theo nghiên cứu của (Baumgartner & Homburg, 1996), chỉ số này đạt giá trị > 0,8 cũng có thể được chấp nhận trong mô hình.



(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu (2023))

Hình 1: *Kết quả CFA*



(Nguồn: Tác giả (2023))

Hình 2: *Kết quả phân tích SEM*

Bảng 4: *Kiểm định giả thuyết*

Giả thuyết	Tương quan			Ước lượng chưa chuẩn hóa	Ước lượng chuẩn hóa	S.E.	C.R.	P	Kết luận
H1	Inten	←	Uniev	0,323	0,369	0,060	5,349	***	Chấp nhận
H2a	Inten	←	MoA	0,018	0,013	0,115	0,154	0,878	Bác bỏ
H2b	Inten	←	MoF	0,422	0,414	0.097	4,368	***	Chấp nhận
H3	Beha	←	Inten	0,718	0,584	0,100	7,214	***	Chấp nhận

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu (2023))

Bảng 5: *Kết quả phân tích biến trung gian*

Mối tác động	Trực tiếp		Gián tiếp		Loại trung gian	Kết luận
	S.ES	Sig	S.ES	Sig		
Uniev→Inten →Beha	0,333	0,000	0,215	0,002	Trung gian một phần	Chấp nhận giả thuyết H5
MoF→ Inten → Beha	0,467	0,000	0,242	0,002	Trung gian toàn phần	Chấp nhận giả thuyết H4b
MoA→Inten → Beha	-0.002	0,817	0,008	0,854		

(Nguồn: Tác giả (2023))

Bảng 6: *Kết quả R^2*

Nhân tố	Ước lượng chuẩn hóa
Inten	0,502
Beha	0,397

(Nguồn: Tác giả (2023))

R^2 của nhân tô HVKN đạt 39,7% phản ánh còn các yếu tố khác ngoài YĐKN tác động tới HVKN của sinh viên. Tuy nhiên, các yếu tố trong mô hình đã giải thích được 50,2% YĐKN của sinh viên.

Như vậy, với mức ý nghĩa 95%, các giả thuyết trong mô hình được chấp nhận gồm có:

H1: MTĐH tác động cùng chiều tới YĐKN của sinh viên: Chấp nhận.

H2a: Động lực thành tựu khi khởi nghiệp của sinh viên ảnh hưởng tích cực tới YĐKN (Không chấp nhận).

H2b: Động lực tài chính khi khởi nghiệp của sinh viên ảnh hưởng tích cực tới YĐKN: Chấp nhận.

H3: YĐKN có mối quan hệ tích cực thuận chiều tới HVKN của sinh viên: Chấp nhận.

H4a: Mối quan hệ trung gian của HVKN giữa động lực thành tựu và HVKN với sinh viên: Bác bỏ.

H4b: Mối quan hệ trung gian của YĐKN giữa động lực tài chính và HVKN với sinh viên: Chấp nhận.

H5: Mối quan hệ trung gian giữa của YĐKN giữa MTĐH và HVKN: Chấp nhận.

Trong đó, yếu tố động lực tài chính có ảnh hưởng mạnh nhất tới YĐKN của sinh viên (0,414), tiếp đó MTĐH trực tiếp tác động tới HVKN của sinh viên (0,323). Đây là đóng góp mới của tác giả khi tiến hành nghiên cứu YĐKN của sinh viên Việt Nam so sánh với kết quả nghiên cứu của các công trình nghiên cứu trước đây của Barba-Sánchez and Atienza-Sahuquillo (2017) khi các tác giả chỉ ra 3 nhóm động lực quan trọng để khởi nghiệp với sinh viên gồm động lực tài chính, động lực thành tựu và động lực sự tự chủ. Trong nghiên cứu này, động lực tài chính được chỉ ra có tác động tới YĐKN của sinh viên Việt Nam, nguyên nhân có thể chỉ ra là do quan điểm chủ quan của sinh viên và mong muốn, động cơ và khát vọng khởi nghiệp quan trọng trong giai đoạn với sinh viên Việt Nam. Kết hợp cùng với MTĐH có tác động tới YĐKN và HVKN của sinh viên (0,323) phản ánh MTĐH có ảnh hưởng thuận chiều tới việc khuyến khích sinh viên có YĐKN cũng như bắt đầu thực hiện những HVKN ngay từ khi còn đang là sinh viên của nhà trường. Với kết quả nghiên cứu này, khi trường đại học có ý định thúc đẩy sinh viên khởi nghiệp cần xây dựng MTĐH tạo ra cảm hứng về khởi nghiệp cho sinh viên, cũng như chú trọng tới các hoạt động, các chính sách từ nhà trường hỗ trợ các YĐKN như cuộc thi khởi nghiệp… để thúc đẩy và nuôi dưỡng YĐKN cũng như khuyến khích HVKN của sinh viên.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ ảnh hưởng một số yếu tố tới YĐKN và sự chuyển đổi từ YĐKN tới HVKN của sinh viên. Kết quả chỉ ra những điểm mới khi làm rõ động lực tài chính có tác động tới YĐKN của sinh viên. Kết quả cũng làm rõ sự tác động của MTĐH tới YĐKN của sinh viên và HVKN của sinh viên khi còn đang học tập tại TĐH. Kết quả nghiên cứu này mở ra thêm những hướng nghiên cứu mới về vai trò mới của TĐH trong thời gian để đóng góp cho sự phát triển của vùng, địa phương thông qua thương mại hóa các sản phẩm trí tuệ, những sản phẩm khoa học bằng đội ngũ giảng viên cũng như sinh viên. Cùng với đó, mối quan hệ được khẳng định trong nghiên cứu này mở ra hướng nghiên cứu về chương trình đào tạo khởi nghiệp, xây dựng MTĐH khuyến khích hoạt động khởi nghiệp của sinh viên có thể giúp sinh viên hiện thực hóa ý định khởi nghiệp của bản thân. Kết quả cũng mở ra một số hướng nghiên cứu mới như cần tìm kiếm thêm các biến nghiên cứu kết hợp với YĐKN có tác động trực tiếp tới HVKN của sinh viên.◆

***Tài liệu tham khảo*:**

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior human decision processes, 50*(2), 179-211.

Alves, A. C., Fischer, B., Schaeffer, P. R., & Queiroz, S. (2019). Determinants of student entrepreneurship: An assessment on higher education institutions in Brazil. *Innovation Management Review, 16*(2), 96-117.

Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory practice, 38*(2), 217-254.

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship Management Journal, 13*, 1097-1115.

Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International journal of Research in Marketing, 13*(2), 139-161.

Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small business economics, 47*, 53-76.

Etzkowitz, H., Ranga, M., Benner, M., Guaranys, L., Maculan, A. M., & Kneller, R. (2008). Pathways to the entrepreneurial university: towards a global convergence. *Science Public Policy, 35*(9), 681-695.

Faghih, N., Bonyadi, E., & Sarreshtehdari, L. (2021). Entrepreneurial Motivation Index: importance of dark data. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-13.

Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship Management Journal, 10*, 679-689.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Harlow: Pearson.

Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education+ Training 62*(7/8), 843-861.

Johnson, B. R. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship theory practice, 14*(3), 39-54.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory practice, 33*(3), 593-617.

Mia, M. M., Rizwan, S., Zayed, N. M., Nitsenko, V., Miroshnyk, O., Kryshtal, H., & Ostapenko, R. (2022). The impact of green entrepreneurship on social change and factors influencing AMO theory. *Systems, 10*(5), 132.

Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research, 25*(3), 554-580.

Mustafa, M. J., Hernandez, E., Mahon, C., & Chee, L. K. (2016). Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy: The influence of university support and proactive personality on students' entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 8*(2), 162-179.

Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education, 47*(3), 587-603.

Nkusi, A. C., Cunningham, J. A., Nyuur, R., & Pattinson, S. (2020). The role of the entrepreneurial university in building an entrepreneurial ecosystem in a post conflict economy: An exploratory study of Rwanda. *Thunderbird International Business Review, 62*(5), 549-563.

Pinheiro, G. T., Moraes, G. H. S. M. d., & Fischer, B. B. (2023). Student entrepreneurship and perceptions on social norms and university environment: Evidence from a developing country. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 15*(4), 746-765.

Rocha, A. K. L. d., Moraes, G. H. S. M. d., & Fischer, B. (2022). The role of university environ-

ment in promoting entrepreneurial behavior: evidence from heterogeneous regions in Brazil. *Innovation Management Review, 19*(1), 39-61.

Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2018). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. In *Sustainable entrepreneurship* (pp. 3-23): Routledge.

Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation Entrepreneurship* (ahead-of-print).

Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship theory practice, 38*(2), 291-332.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review, 13*(2), 257-279.

Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal, 34*(4), 386-399.

Thu, N. Q., Hoàng, T. T., & Tân, H. K. (2018). Impact of entrepreneurial perceive on entrepreneurial behaviors of Vietnamese students: Role of goal intention and implementation intention. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, 13*, 75-90.

Tomy, S., Pardede, E., & Research. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research, 26*(7), 1423-1447.

Trang, T. V. (2020). Ảnh hưởng của các yếu tố hỗ trợ và trở ngại cá nhân tới ý định hành vi khởi sự doanh nghiệp: Nhận thức của nữ sinh viên một số trường đại học tại Hà Nội. *Tạp chí Khoa học Thương mại, 14*, 63-72.

Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business Enterprise Development, 23*(3), 790-811.

Van Gelderen, M. (2010). A heuristic-inducing method for generating initial ideas for opportunities: An application to the Australasian dating market. *Journal of Enterprising Culture, 18*(02), 139-166.

Wadhwani, R. D., Kirsch, D., Welter, F., Gartner, W. B., & Jones, G. G. (2020). Context, time, and change: Historical approaches to entrepreneurship research. *Strategic Entrepreneurship Journal, 14*(1), 3-19.

Zhang, Y., Duysters, G., & Cloodt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship Management Journal, 10*, 623-641.

Summary

Entrepreneurship has received the attention of many researchers when startup opportunities are increasingly expanding through the development of technology. In addition, the increasing trend of entrepreneurship among young generations and students has attracted much attention in recent studies. In this study, the author indicates the relationship between the university environment, entrepreneurial motivation to entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior of Vietnam students. The research results contribute that students' financial entrepreneurial motivation strong impact on students entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior. Moreover, the university environment plays an important role in directly impact on the students' entrepreneurial intentions and entrepreneurial behavior.