



VIỆN HÀN LÂM KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI VÙNG TRUNG BỘ

TẠP CHÍ

KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG

Central Vietnamese Review of Social Sciences

05 (73) 2021

ISSN 1859-2635

TỔNG BIÊN TẬP

TS. Hoàng Hồng Hiệp

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS.TS. Bùi Đức Hùng (Chủ tịch)

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Thắng

Bí thư BCH Trung ương Đảng

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

GS.TS. Nguyễn Chí Bền

Viện Văn hóa Nghệ thuật Việt Nam

GS.TS. Trần Thọ Đạt

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

GS.TS. Phạm Văn Đức

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

TS. Hoàng Hồng Hiệp

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Kính

Viện Nghiên cứu Văn hóa

GS.TS. Eric Iksoon Im

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Đỗ Hoài Nam

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Vũ Bằng Tâm

University of Hawaii - Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Nguyễn Quang Thuấn

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Trần Đăng Xuyên

Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

BIÊN TẬP TRỊ SỰ

ThS. Châu Ngọc Hòa

CN. Lưu Thị Diệu Hiền

C V R S S

Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung

ISSN 1859 – 2635

Tạp chí ra 2 tháng 1 kỳ

Số 05 năm 2021

Năm thứ mười bốn

Mục lục

Tư duy cộng đồng trong triết học chính trị của Alasdair Macintyre <i>Nguyễn Hùng Vương, Mai Thị Hồng Liên</i>	3
Chính sách kinh tế, xã hội của triều Nguyễn đối với Campuchia trong nửa đầu thế kỷ XIX <i>Bùi Anh Thư</i>	13
Nghiên cứu tác động của nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng <i>Phạm Quang Tín</i>	22
Phát triển ngành khai thác thủy sản tỉnh Quảng Trị <i>Châu Ngọc Hòe, Nguyễn Hoàng Yến</i>	35
Thực hiện chính sách an sinh xã hội ở thị xã Điện Bàn, tỉnh Quảng Nam <i>Nguyễn Vũ Quỳnh Anh</i>	44
Chùa Quảng Nam thời hiện đại <i>Lê Xuân Thông, Đinh Thị Toan</i>	54
Quan hệ giữa việc xây dựng hình tượng người nghệ sĩ trong tác phẩm văn học và ý thức nghề nghiệp của nhà văn <i>Phạm Thị Thu Hương</i>	66
Tri thức bản địa trong việc khai thác, sử dụng và bảo vệ tài nguyên rừng của người Giáy <i>Nguyễn Thị Thu Hà, Lương Thanh Thủy</i>	77

Giấy phép xuất bản số 104/GP – BTTTT cấp ngày 22 tháng 4 năm 2013

Chế bản điện tử tại Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ; In 250 cuốn khổ 19 x 27cm; Số 05 năm 2021.

In tại Công ty TNHH MTV In Tổng hợp Đà Nẵng

Số 2, Lý Thường Kiệt - P. Thạch Thang - Q. Hải Châu - TP. Đà Nẵng * ĐT: 0236.3821038; Nộp lưu chiều tháng 10/2021

Contents

Community thinking in Alasdair Macintyre's political philosophy <i>Nguyen Hung Vuong, Mai Thi Hong Lien</i>	3
Socio-economic policies of the Nguyen dynasty towards Cambodia in the first half of the 19th century <i>Bui Anh Thu</i>	13
An investigation into effects of demographic factors on entrepreneurial intention of economics students in Da Nang city <i>Pham Quang Tin</i>	22
Fisheries development in Quang Tri province <i>Chau Ngoc Hoe, Nguyen Hoang Yen</i>	35
Implementation of social security policies in Dien Ban town, Quang Nam province <i>Nguyen Vu Quynh Anh</i>	44
Buddhist temples in Quang Nam province in modern times <i>Le Xuan Thong, Dinh Thi Toan</i>	54
The relationship between building artist images in literary works and writers' professional awareness <i>Pham Thi Thu Huong</i>	66
The Giay people's local knowledge in the exploitation, utilization, and protection of forest resources <i>Nguyen Thi Thu Ha, Luong Thanh Thuy</i>	77

Nghiên cứu tác động của nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng

Phạm Quang Tín

Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng

Email liên hệ: quangtindn@gmail.com

Tóm tắt: Bài viết sử dụng tuần tự các phương pháp kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá (EFA); mô hình đa cấu trúc tuyến tính (SEM) để nghiên cứu các biến nhân khẩu học được đo lường bằng thang đo nhị phân (0-1) tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố giới tính và đặc điểm kinh tế gia đình tác động trực tiếp, nhân tố khu vực sinh sống vừa tác động trực tiếp vừa tác động gián tiếp thông qua đặc điểm kinh tế gia đình đến ý định khởi nghiệp kinh doanh. Nhân tố đặc điểm trường đại học (công lập và ngoài công lập) không tác động đến ý định khởi nghiệp của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng.

Từ Khóa: Khởi nghiệp; Nhân khẩu học; Sinh viên, Kinh doanh; Mô hình SEM; Đà Nẵng.

An investigation into effects of demographic factors on entrepreneurial intention of economics students in Da Nang city

Abstract: This paper employs a combination of quantitative research methods namely scale reliability test, exploratory factor analysis (EFA), and structural equation modeling (SEM) to investigate how demographic variables, measured by binary scale (0-1), affect entrepreneurial intention, measured by Likert scale. The research findings indicate that gender and family economic background have direct effects, whereas the place of residence has both direct and indirect effects via family economic background on one's entrepreneurial intention. Types of universities (public and non-public ones) have no influence on the entrepreneurial intention of economics students in Da Nang city.

Key words: Entrepreneurial intention; demographic; economics students; structural equation modeling (SEM); Da Nang city.

Ngày gửi bài: 09/07/2021

Ngày duyệt đăng: 10/09/2021

1. Đặt vấn đề

Nghiên cứu của Abdullah, Annum, Mohsin, & Asma (2011) cho thấy khởi sự kinh doanh đã và đang dần trở thành một chủ trương, định hướng ưu tiên phát triển ở nhiều quốc gia trên thế giới, vì hoạt động khởi nghiệp sẽ tạo ra việc làm, nhiều lợi ích kinh tế và xã hội, là động lực để thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Theo Anderson (2018) hệ sinh thái khởi nghiệp là chủ đề mà các nhà nghiên cứu kinh tế, các nhà hoạch định chính sách quan tâm xây dựng và phát triển để làm nền tảng duy trì sự phát triển của các nền kinh tế. Nghiên cứu của Davidsson (1995) cho thấy từ những năm 1970 ở các nước phương Tây, các công ty có lịch sử phát triển lâu năm không còn tạo ra việc làm mới cho người lao động nên cần phải có những doanh nghiệp mới

thành lập để gia tăng việc làm mới trong nền kinh tế. Theo Baumol, Litan, & Schram (2007) khởi nghiệp kinh doanh là một chiến lược quan trọng hình thành nên cộng đồng doanh nghiệp và là động lực thúc đẩy nền kinh tế phát triển (Zanabazar & Jigjiddorj, 2020). Khởi nghiệp, ngoài việc tạo việc làm mới cho nền kinh tế, còn gia tăng tính đa dạng các ngành nghề kinh doanh, giảm sự phụ thuộc vào một số ít ngành kinh tế, thúc đẩy đổi mới công nghệ thân thiện với môi trường. Nghiên cứu của Jena (2020) cho thấy ngày càng nhiều quốc gia công nhận khởi nghiệp là một phương tiện hữu hiệu để tạo việc làm, tăng năng suất, khả năng cạnh tranh, cải thiện chất lượng cuộc sống và đạt được các mục tiêu của cộng đồng.

Như vậy, khởi nghiệp kinh doanh có thể việc tạo ra việc làm, thúc đẩy đổi mới công nghiệp, giảm sự phụ thuộc tăng trưởng kinh tế vào một số ngành nghề nhất định, là động lực để phát triển. Vì vậy, hầu hết các quốc gia trên thế giới đều coi trọng và hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp kinh doanh đối với tất cả các thành phần dân cư, trong đó một bộ phận không nhỏ cần được khuyến khích mạnh mẽ để khởi nghiệp kinh doanh là sinh viên tại các trường đại học, đặc biệt là sinh viên khối ngành Kinh tế. Dickson, Solomon, & Weaver (2008) đã cho thấy mối quan hệ giữa giáo dục và khởi nghiệp kinh doanh, cũng như sự thành công của các dự án khởi nghiệp kinh doanh có ảnh hưởng bởi yếu tố giáo dục. Linan (2004) chỉ ra phong trào khởi nghiệp kinh doanh ở những người đang đi học là thật sự hữu ích cho phong trào khởi nghiệp kinh doanh cho mỗi quốc gia. Theo Tkachev & Kolvereid (2019), sinh viên là một lực lượng tiềm năng trở thành doanh nghiệp của quốc gia.

Đà Nẵng là một trong những thành phố trực thuộc Trung ương của Việt Nam. Đà Nẵng có tổng dân số là 1.241.000 người, có 31 cơ sở đào tạo cao đẳng và đại học, quy mô đào tạo đến cuối năm 2018 là 74.626 sinh viên (GSO, 2020). Như vậy, Đà Nẵng là một những địa phương có tiềm năng để thúc đẩy phong trào khởi nghiệp kinh doanh ở sinh viên. Tuy nhiên, chủ đề ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên nói chung và khối ngành kinh tế nói riêng chưa được nghiên cứu một cách có hệ thống. Đặc biệt, chủ đề nghiên cứu ảnh hưởng của nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh sinh viên khối ngành kinh tế chưa được quan tâm nghiên cứu. Bài báo này tập trung nghiên cứu tác động của các nhân tố thuộc nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Đây là căn cứ định lượng quan trọng để các bên có liên quan tham khảo, đề xuất các chương trình, chính sách thúc đẩy phong trào khởi nghiệp kinh doanh tại thành phố Đà Nẵng nói chung và sinh viên khối ngành kinh tế nói riêng phù hợp với các đặc điểm nhân khẩu học.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Ý định khởi nghiệp kinh doanh

Theo Ajzen (1991) ý định là sự nỗ lực của mỗi cá nhân để thực hiện một hành vi nhất định và quan điểm này được đồng thuận bởi các nhà nghiên cứu về hành vi tiêu dùng của khách hàng (Herbst, Hannah, & Allan, 2013), (Mandan, Hossein, & Furuzandeh, 2013). Bird (1988) đã đề xuất rằng ý định khởi nghiệp kinh doanh liên quan đến trạng thái suy nghĩ của cá nhân nhằm tạo ra doanh nghiệp mới, phát triển khái niệm kinh doanh mới hoặc tạo ra giá trị mới trong công ty hiện có. Davidsson (1995) cho rằng ý định khởi nghiệp kinh doanh là những giả định hoặc kế hoạch kinh doanh của mỗi cá nhân trước khi thành lập doanh nghiệp trong thực tế. Theo Abdullah, Annum, Mohsin, & Asma (2011), ý định khởi nghiệp kinh doanh là sự lựa chọn và quyết định trở thành doanh nhân trong tương lai của mỗi cá nhân (Mohamad, Lim, Yusof, & Soon, 2015).

2.2. Tác động của nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh

Các yếu tố thuộc nhân khẩu học như giới tính, độ tuổi, khu vực sinh sống, xuất thân gia đình, ... có sự ảnh hưởng khác nhau đến tâm lý và hành vi của mỗi cá nhân trong xã hội. Nghiên cứu của Reynolds, Camp, & Bygrave (2001) cho thấy, các nhân tố nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, kinh nghiệm, khu vực sinh sống, v.v.) có ảnh hưởng đến hành vi của mỗi cá nhân. Tổng quan các nghiên cứu thực nghiệm của Almeida-Couto & Borges-Tiago (2009) cho thấy giữa các nhân tố nhân khẩu học và ý định khởi nghiệp kinh doanh có mối liên hệ với nhau. Azhar, Javaid, Rehman, & Hyde (2011) đã tìm thấy sự tác động của các nhân tố nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên ngành quản trị kinh doanh tại Pakistan. Mặc dù có nhiều cách tiếp cận khác nhau và phương pháp phân tích khác nhau nhưng nhiều kết quả nghiên cứu cho thấy ý định khởi nghiệp kinh doanh chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố nhân khẩu học. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi giới hạn nghiên cứu sự ảnh hưởng của các nhân tố nhân khẩu học sau: giới tính, khu vực sinh sống, đặc điểm trường đại học và đặc điểm kinh tế gia đình của sinh viên.

- Giới tính:

Giới tính tự nhiên của mỗi cá nhân được xác định từ lúc sinh ra cho đến khi chết đi. Mỗi khu vực, quốc gia sẽ có những quan điểm, chuẩn mực riêng biệt dành cho mỗi giới tính khác nhau, từ đó hình thành nên hệ thống quan điểm khác nhau về các vấn đề kinh tế, xã hội, chính trị, ... Điều này tạo ra sự khác biệt trong hành vi của mỗi cá nhân trước một sự vật và hiện tượng. Kết quả nghiên cứu của Almeida-Couto & Borges-Tiago (2009) cho thấy, cảm xúc sợ hãi trong việc chấp nhận rủi ro khi đưa ra một quyết định cụ thể tạo nên sự khác biệt trong ý định khởi nghiệp kinh doanh của đàn ông và phụ nữ. Nghiên cứu khả năng phát hiện cơ hội trong cuộc sống, DeTienne & Chandler (2007) cho rằng khả năng phát hiện cơ hội kinh doanh của nam và nữ là khác nhau, từ đó ý định khởi nghiệp kinh doanh của nam và nữ là khác nhau. Sự khác biệt giữa nam và nữ về ý định khởi nghiệp kinh doanh còn được tìm thấy trong các nghiên cứu của Abdullah, Annum, Mohsin, & Asma (2011); Azhar, Javaid, Rehman, & Hyde (2011); Camelo-Ordaz, Diáñez-González, & Ruiz-Navarr (2016).

- Khu vực sinh sống:

Theo Damanpour & Scheneider (2006), khu vực sinh sống cũng có tác động đến hành vi của mỗi cá nhân một cách khác nhau vì sự khác biệt của các tập quán, thông lệ cũng như truyền thống văn hóa vùng miền. Asheim, Moodysson, & Todtling (2011) cho rằng khu vực sinh sống của mỗi cá nhân có thể chia thành 3 khu vực: thành thị, ngoại ô, và các khu công nghiệp. Điều kiện sinh sống cũng như các dịch vụ công như y tế và giáo dục tại khu vực ngoại ô không tiện nghi bằng khu vực đô thị, từ đó sẽ có những ảnh hưởng nhất định đến tinh thần, suy nghĩ và năng lực của mỗi cá nhân trong xã hội. Nghiên cứu của Davidsson (1995) cho thấy, tinh thần doanh nhân của mỗi cá nhân chịu ảnh hưởng bởi yếu tố vùng miền sinh sống. Nghiên cứu của Francisco, Esperanza, Inés, & Desiderio (2017) với dữ liệu sơ cấp đã cho thấy sự ảnh hưởng của khu vực sinh sống đến ý định khởi nghiệp kinh doanh. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với những nghiên cứu của Azhar, Javaid, Rehman, & Hyde (2011); Huggins & Thompson (2015).

- Đặc điểm nghề nghiệp của gia đình:

Quan hệ gia đình là mối quan hệ được thiết lập đầu tiên của mỗi cá nhân, vì vậy cũng có ảnh hưởng rất lớn đến hành vi của họ. Theo Ajzen (1991), hành vi của mỗi cá nhân trong

xã hội chịu ảnh hưởng từ quan điểm của những người xung quanh, đặc biệt là ý kiến từ người thân trong gia đình như ông bà và bố mẹ. Sự lựa chọn nghề nghiệp của mỗi cá nhân chịu ảnh hưởng từ truyền thống gia đình. Nghiên cứu của Stavrou & Swiercz (1998) cho thấy, mỗi cá nhân trong xã hội đều có xu hướng kế thừa truyền thống nghề nghiệp gia đình. Theo (Wang, Wang, & Chen, 2018), gia đình kinh doanh có xu hướng định hướng con cháu theo nghiệp kinh doanh nhiều hơn so với gia đình thuộc các ngành nghề khác. Huggins & Thompson (2015); Sarfraz, Muhammad, Naheed, & Sharjeel (2020); Abdullah, Annum, Mohsin, & Asma (2011) cho rằng, gia đình kinh doanh có ảnh hưởng tích cực đến ý định kinh doanh của con cái trong gia đình. Sieger, Fueglistaller, & Zellweger (2014) đã chỉ ra sự khác biệt về ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên ở gia đình kinh doanh và gia đình không kinh doanh, với đối tượng khảo sát là sinh viên tại Romania.

- Đặc điểm trường đại học:

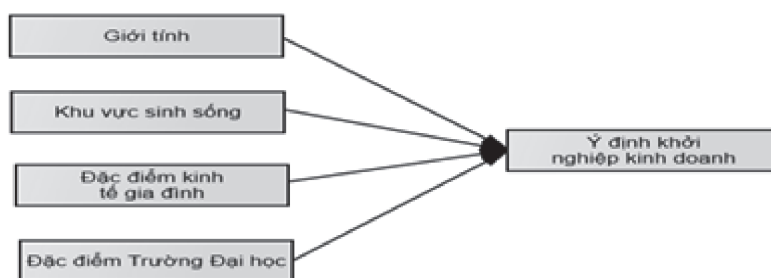
Theo Kassean, Vanevenhoven, Liguori, & Wink (2015); Kubberød & Pettersen (2017) các trường đại học có đào tạo khối ngành kinh tế là nơi cung cấp cho sinh viên kiến thức, rèn luyện kỹ năng, hành vi và thái độ cần thiết để tương lai sinh viên có thể trở thành một doanh nhân. Sarfraz, Muhammad, Naheed, & Sharjeel (2020) cho rằng các trường đại học đều có sự khác biệt về chương trình đào tạo, đội ngũ giảng dạy, triết lý giáo dục, cũng như hệ thống hỗ trợ khởi nghiệp kinh doanh cho sinh viên. Hiểu theo nghĩa rộng, mức độ ảnh hưởng của các trường đại học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên là khác nhau. Nghiên cứu của Moraes, Iizuka, & Pedro (2018) tại Brasil đã cho thấy môi trường học tập, hoạt động ngoại khóa của trường đại học có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên. Giới hạn khảo sát trong nghiên cứu của Bazan, et al., (2019) là sinh viên nam, với kết quả cho thấy môi trường học tập tại trường đại học có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên.

3. Mô hình nghiên cứu và mô tả các biến trong mô hình

3.1. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở khung phân tích ở trên, mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố nhân khẩu học (gồm: Giới tính; Khu vực sinh sống; đặc điểm nghề nghiệp gia đình; Đặc điểm của trường đại học) đến ý định khởi nghiệp của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng được thể hiện ở hình 1.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Mô hình nghiên cứu (hình 1) có 4 nhân tố tác động trực tiếp ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng. Theo đó, các giả thuyết nghiên cứu được mô tả như sau:

H1: Giới tính có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng.

H2: Khu vực sinh sống có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng.

H3: Gia đình kinh doanh có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng.

H4: Đặc điểm trường đại học có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng.

3.2. Đo lường các biến trong mô hình

- Biến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” của sinh viên khối ngành kinh tế được đo lường bằng 4 câu hỏi đơn ý theo thang đo Likert 5 mức độ (tỷ lệ thuận). Thang đo này dựa trên sự kế thừa từ nghiên cứu của các tác giả Linan & Chen (2009); Kassean, Vanevenhoven, Liguori, & Wink (2015); và Francisco, Esperanza, Inés, & Desiderio (2017); Thang đo Ý định khởi nghiệp kinh doanh được mô tả cụ thể ở bảng 1.

Bảng 1. Thang đo Ý định khởi nghiệp kinh doanh

STT	Mã hóa	Câu hỏi thành phần	Nguồn
1	YDinh1	Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để khởi sự kinh doanh thành công.	(Francisco, Esperanza, Inés, & Desiderio, 2017);
2	YDinh2	Tôi có mục tiêu là trở thành doanh nhân.	(Francisco, Esperanza, Inés, & Desiderio, 2017); (Jena, 2020)
3	YDinh3	Tôi quyết tâm tạo ra một doanh nghiệp trong tương lai.	(Francisco, Esperanza, Inés, & Desiderio, 2017); (Jena, 2020)
4	Ydinh4	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc về khởi sự kinh doanh.	(Linan & Chen, 2009)

- Các biến “Giới tính”, “Khu vực sinh sống”, “Đặc điểm kinh tế gia đình”, “Đặc điểm trường đại học sinh viên đang theo học” được đo lường bằng biến nhị phân (biến giả), thể hiện chi tiết trong bảng 2.

Bảng 2. Mô tả các biến nhân khẩu học

STT	Mã hóa	Biến độc lập	Cách thức đo lường
1	Gioitinh	Giới tính	Nhận giá trị 1 nếu sinh viên có giới tính là Nam; Nhận giá trị 0 cho các trường hợp khác
2	Khuvuc	Khu vực sinh sống	Nhận giá trị 1 nếu sinh viên có khu vực sinh sống (hộ khẩu thường trú) là thành thị; Nhận giá trị 0 cho các trường hợp khác
3	Kinhdoanh	Đặc điểm kinh tế gia đình	Nhận giá trị 1 nếu sinh viên có phụ huynh là doanh nhân, hoặc gia đình là hộ kinh doanh; Nhận giá trị 0 cho các trường hợp khác
4	Daihoc	Đặc điểm trường đại học	Nhận giá trị 1 nếu sinh viên đang học tại các trường đại học công lập; Nhận giá trị 0 cho các trường hợp khác

4. Kết quả phân tích

4.1. Mẫu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng bảng câu hỏi điều tra trực tuyến (online), với tổng số 387 sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng được điều tra.

Xét cấu trúc mẫu theo giới tính, có 106 sinh viên nam, chiếm 27,4%, và 281 sinh viên nữ chiếm 72,6%. Cơ cấu mẫu theo giới tính có sự chênh lệch như vậy là phù hợp với thực tế ở Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng rằng, có nhiều nữ sinh viên theo học khối ngành kinh tế hơn so với nam sinh viên.

Xét cấu trúc mẫu theo khu vực, có 174 sinh viên đến từ khu vực thành thị (chiếm 45%), và 213 sinh viên từ khu vực nông thôn (chiếm 55%). Cơ cấu mẫu như vậy là phù hợp với thực tế, vì Đà Nẵng là trung tâm chính trị - văn hóa, kinh tế của cả khu vực miền Trung - Tây Nguyên nên các trường đại học tại Đà Nẵng tập trung tuyển sinh tại tất cả các tỉnh, thành trong vùng. Tại khu vực miền Trung – Tây Nguyên, tỷ lệ người dân sinh sống ở khu vực nông thôn chiếm bình quân trên 70 % trong tổng dân số (GSO, 2020).

Xét cấu trúc mẫu theo đặc điểm trường đại học, có 171 sinh viên đại học công lập (chiếm 44,2%) và 216 sinh viên các trường ngoài công lập (chiếm 55,8%). Cơ cấu mẫu như vậy là phù hợp với thực tế tại Đà Nẵng hiện nay, số trường đại học đào tạo khối ngành kinh tế ngoài công lập nhiều hơn về số lượng cơ sở đào tạo cũng như số lượng sinh viên tuyển sinh hàng năm.

Theo Lee & Comrey (2016), mẫu nghiên cứu ở mức 200 quan sát là đảm bảo yêu cầu nghiên cứu. Hair, Black , Babin , & Anderson (2006) cho rằng mẫu nghiên cứu cần thiết đủ để đại diện cho tổng thể nghiên cứu khi số quan sát mẫu nhiều gấp 5 lần số câu hỏi thành phần trong bảng câu hỏi. Vậy với mẫu nghiên cứu là 387, theo nghiên cứu của Lee & Comrey (2016) cũng như Hair, Black , Babin , & Anderson (2006), là đáp ứng được yêu cầu nghiên cứu. Nói cách khác, mẫu nghiên cứu (Bảng 3) đảm bảo độ tin cậy về tính đại diện để nghiên cứu ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng.

Bảng 3. Dữ liệu mẫu nghiên cứu

	Biến	Số người (sinh viên)	Tỷ trọng (%)
Giới tính	Nam	106	27,4
	Nữ	281	72,6
Khu vực	Thành thị	174	45,0
	Nông thôn	213	55,0
Trường đại học	Công lập	171	44,2
	Ngoài công lập	216	55,8
Tổng		387	100

Nguồn: Kết quả điều tra trực tuyến

4.2. Kiểm định thang đo và phân tích nhân tố khám phá

Vì thang đo của nhân tố “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” được đo lường bằng thang đo Likert, chúng tôi thực hiện việc kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố khám phá để đảm bảo các câu hỏi thành phần (Ydinh1; Ydinh2; Ydinh3; Ydinh4) có thể đáp ứng được yêu cầu của việc đo lường nhân tố “Ý định khởi nghiệp kinh doanh”.

Theo dữ liệu bảng 4, giá trị Cronbach’s Alpha là 0,812 (lớn hơn 0,6) và giá trị hệ số tương quan của từng câu hỏi thành phần với tương quan tổng (Corrected Item-Total Correlation) tương ứng với (Ydinh1; Ydinh2; Ydinh3; Ydinh4) đều lớn hơn 0,3. Theo Lavrakas (2008) thì kết quả phân tích độ tin cậy thang đo như vậy là đảm bảo.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) cho thấy, giá trị hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) là 0,787 (lớn hơn 0.5); giá trị sig (mức ý nghĩa) của kiểm định Bartlett's là 0,000 (nhỏ hơn 5%); Initial Eigenvalues là 2,597 (lớn hơn 1) và các giá trị hệ số tải nhân tố (Loading value) tương ứng với 4 câu hỏi thành phần đều lớn hơn 0,5. Dựa theo Hair, Black, Babin, & Anderson, (2006) thì kết quả phân tích EFA là đảm bảo độ tin cậy.

Bảng 4. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố khám phá đối với biến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh”

Chỉ tiêu	Biến	YDinh1	YDinh2	YDinh3	YDinh4
Corrected Item-Total Correlation		0,485	0,681	0,729	0,648
Loading value		0,671	0,844	0,872	0,821
Cronbach's Alpha		0,812			
KMO		0,787			
Bartlett's Test (Sig)		0,000			
Initial Eigenvalues		2,597			
Rotation Sums of Squared Loadings (%)		64,919			

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra trực tuyến

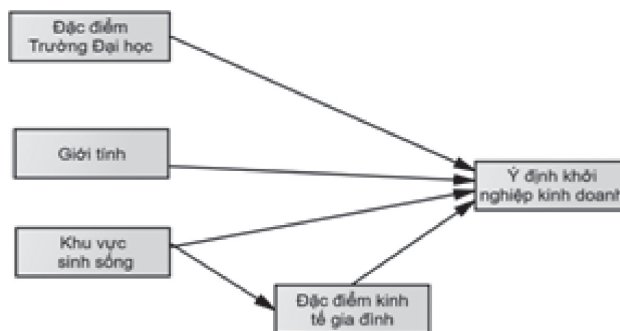
4.3. Kết quả kiểm định các nhân tố

Để phân tích tác động của các yếu tố thuộc nhân khẩu học đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại thành phố Đà Nẵng (hình 1), tác giả sử dụng phương pháp phân tích hồi quy Bình phương bé nhất (OLS). Trong đó, biến phụ thuộc là “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” được xác định bằng trung bình cộng của 4 câu hỏi thành phần (Ydinh1, Ydinh2, Ydinh3, Ydinh4) và các biến độc lập được xác định theo bảng 2.

Kết quả ước lượng và kiểm định (Phụ lục 1) có giá trị Sig của kiểm định F (ANOVA) là 0,000 (nhỏ hơn 5%) cho thấy mô hình nghiên cứu (hình 1) có ý nghĩa thống kê và đảm bảo tính phù hợp. Tuy nhiên, kết quả kiểm định đa cộng tuyến bằng hệ số nhân tử phóng đại phương sai (VIF) cho thấy nhân tố khu vực sinh sống (Khuvuc) và đặc điểm kinh tế của gia đình (Kinhdoanh) có thể tồn tại hiện tượng tương quan với nhau vì giá trị hệ số VIF của hai nhân tố này là 11,521. Kết quả này cho thấy mô hình nghiên cứu (hình 1) có thể tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến nên kết quả ước lượng và kiểm định theo OLS dùng để kết luận hệ thống giả thuyết nghiên cứu là chưa đảm bảo độ tin cậy.

Thực tế cho thấy, mối quan hệ giữa “Khu vực sinh sống” và “Đặc điểm kinh tế của gia đình” có thể không phải là mối quan hệ tương quan, mà đó có thể là mối quan hệ tác động của khu vực sinh sống đến đặc điểm kinh tế của gia đình. Theo GSO (2020), phân bố dân số theo khu vực ở Việt Nam nói chung và các địa phương lân cận Đà Nẵng, có tỷ lệ khu vực nông thôn khoảng 70%. Do đó, phần lớn điều kiện sinh kế của người dân trong khu vực này không thuận lợi cho việc kinh doanh, cụ thể như: thị trường tiêu thụ, hạ tầng giao thông,... giống như ở khu vực thành thị. Hoạt động sản xuất ở nông thôn chủ yếu là trong lĩnh vực nông nghiệp. Ngược lại, người dân ở khu vực thành thị lại không có nhiều điều kiện về nguồn lực sản xuất (ví dụ như đất canh tác), nên xu hướng lựa chọn kinh doanh sẽ cao hơn so với người dân ở khu vực nông thôn. Vì vậy, mô hình nghiên cứu ở hình 1 được điều chỉnh thành mô hình ở hình 2.

Hình 2. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh



Về cơ bản, mô hình nghiên cứu ở hình 1 và mô hình nghiên cứu điều chỉnh ở hình 2 không có sự khác biệt lớn. Trong đó, ở mô hình nghiên cứu điều chỉnh (hình 2), nhân tố khu vực sinh sống (Khu vực) không chỉ tác động trực tiếp mà còn có tác động gián tiếp đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế Đà Nẵng thông qua nhân tố Đặc điểm kinh tế gia đình (Kinhdoanh). Hệ thống giả thuyết nghiên cứu của mô hình điều chỉnh (hình 2) không thay đổi so với mô hình chưa điều chỉnh (hình 1).

Mô hình nghiên cứu điều chỉnh (hình 2) phản ánh mối quan hệ đa tầng, gồm có 3 nhân tố, cụ thể: “Đặc điểm trường đại học”, “Giới tính”, “Đặc điểm kinh tế của gia đình” có tác động trực tiếp; và nhân tố “Khu vực sinh sống” có tác động vừa trực tiếp vừa gián tiếp đến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” của sinh viên khối ngành kinh tế tại Đà Nẵng. Theo Haenlein & Kaplan (2004), mô hình đa cấu trúc tuyến tính (SEM) cho phép thực hiện việc ước lượng và kiểm định các mối quan hệ tác động trực tiếp và gián tiếp đa tầng giữa các nhân tố trong mô hình điều chỉnh (hình 2). Kết quả phân tích SEM ở bảng (5), có P (mức ý nghĩa) của kiểm định chi bình phương (Chisquare test) là 0,000 (nhỏ hơn 5%); giá trị χ^2/df là 2,982 (nhỏ hơn 3); CFI là 0,968 và TLI là 0,841 (đều cao hơn 0.8); RMSEA là 0,05 (nhỏ hơn 0,08). Theo Haenlein & Kaplan (2004). Nhìn chung, các kết quả kiểm định chỉ ra mô hình nghiên cứu là đáng tin cậy, do vậy các kết quả phân tích SEM là phù hợp để kết luận các giả thuyết nghiên cứu của mô hình (hình 1).

Bảng 5. Kết quả ước lượng và kiểm định bằng mô hình SEM

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Kinhdoanh	<---	Khu vực	0,314	0,043	7,236	***
YDinh	<---	Daihoc	-0,010	0,042	-0,251	0,802
YDinh	<---	Gioitinh	0,479	0,056	8,511	***
YDinh	<---	Khu vực	0,586	0,053	11,142	***
YDinh	<---	Kinhdoanh	0,186	0,049	3,823	***
Chisquare\df		2,982	Chisquare test			0,000
CFI	,968	TLI	0,841	RMSEA	0,005	

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra trực tuyến

4.4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định cho thấy, có ba giả thuyết nghiên cứu (H1; H2; H3) được chấp nhận và một giả thuyết nghiên cứu (H4) bị bác bỏ.

- Nhân tố “Giới tính” có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế tại Đà Nẵng vì có giá trị P nhỏ hơn 1%. Đồng thời, nhân tố này cũng có tác động mạnh nhất vì có giá trị hệ số ước lượng là 0,479 (lớn nhất trong 3 nhân tố tác động đến ý định khởi nghiệp). Ngoài ra, hệ số ước lượng mang dấu dương (+), phản ánh ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên nam cao hơn so với nữ. Nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt theo giới tính về ý định kinh doanh là do đặc điểm tự nhiên theo tính cách của nam và nữ. Bên cạnh đó, quan điểm về vai trò của nam và nữ trong gia đình, theo truyền thống văn hóa - xã hội của Việt Nam, làm cho nam giới có động cơ kiếm tiền mạnh mẽ và mức độ chịu rủi ro cao hơn so với nữ. Sự khác biệt giữa nam và nữ về ý định khởi nghiệp kinh doanh trong nghiên cứu này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Abdullah, Annum, Mohsin, & Asma (2011); Azhar, Javaid, Rehman, & Hyde (2011); Camelo-Ordaz, Diánez-González, & Ruiz-Navarr (2016).

- Để ước lượng mức độ tác động gián tiếp của nhân tố “Khu vực sinh sống” đến ý định khởi nghiệp của sinh viên khối ngành Kinh tế tại thành phố Đà Nẵng, chúng tôi đã sử dụng phương pháp do MacKinnon (2008) đề xuất. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhân tố “Khu vực sinh sống” có giá trị P của tác động trực tiếp và tác động gián tiếp đều nhỏ hơn 1%, nên có thể kết luận nhân tố này vừa có tác động trực tiếp, vừa có tác động gián tiếp đến “Ý định khởi nghiệp”. Tổng giá trị ước lượng tác động của nhân tố “Khu vực sinh sống” đến “Ý định khởi nghiệp” là 0,372 ($0,314 + 0,314 \cdot 0,186$) và xếp vị trí thứ hai trong ba nhân tố. Kết quả này cho thấy sinh viên được sinh ra và trưởng thành tại khu vực đô thị có ý định khởi nghiệp cao hơn ở khu vực nông thôn. Nguyên nhân của sự khác biệt này là do sinh viên ở thành thị được tiếp xúc thường xuyên với các hình ảnh về kinh doanh, dịch vụ, trung tâm thương mại, v.v Từ đó, họ dần hình thành nên tư tưởng kinh doanh từ nhỏ và có quá trình hình thành lâu dài hơn so với sinh viên nông thôn. Ngoài ra, xét ở góc độ về nguồn lực đất sản xuất, cơ hội lựa chọn nghề nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp của sinh viên thành thị cũng thấp hơn so với sinh viên nông thôn. Điều này cũng góp phần làm cho ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên thành thị cao hơn so với nông thôn (Azhar, Javaid, Rehman, & Hyde, 2011); (Huggins & Thompson, 2015); (Francisco, Esperanza, Inés, & Desiderio, 2017).

- Xét theo đặc điểm kinh tế của gia đình, sinh viên có phụ huynh là doanh nhân hoặc gia đình là hộ kinh doanh thì có ý định khởi nghiệp kinh doanh cao hơn so với các nhóm sinh viên khác, vì có giá trị P nhỏ hơn 5% và giá trị hệ số ước lượng mang dấu dương (+) (Abdullah, Annum, Mohsin, & Asma, 2011); (Huggins & Thompson, 2015); (Sarfraz, Muhammad, Naheed, & Sharjeel, 2020). Với giá trị 0,186, nhân tố “Đặc điểm kinh tế của gia đình” xếp cuối cùng trong ba nhân tố tác động đến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” của sinh viên khối ngành kinh tế. Nguyên nhân của sự khác biệt này được Stavrou & Swiercz (1998) cho là do tính kế thừa của gia đình kinh doanh cao hơn những hộ ở ngành nghề khác. Theo Wang, Wang, & Chen (2018), gia đình kinh doanh có xu hướng định hướng con cháu theo nghiệp kinh doanh nhiều hơn so với gia đình làm việc ở những ngành nghề khác.

- Nhân tố “Đặc điểm trường đại học” không có tác động đến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” của sinh viên khối ngành kinh tế tại Đà Nẵng vì giá trị P là 0,802 (lớn hơn 10%) (là mức ý nghĩa cao nhất chấp nhận được). Nói cách khác, ý định khởi nghiệp của sinh viên khối ngành kinh tế đang học tại các trường đại học công lập hay ngoài công lập đều như nhau. Kết quả nghiên cứu này, mặc dù có khác biệt so với kết quả của Moraes, Iizuka, & Pedro (2018); Bazan, et al. (2019) nhưng lại phù hợp với điều kiện thực tiễn của Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng. Nguyên nhân là do chương trình đào tạo, hoạt động đào tạo và các hoạt động khác

trong các trường đại học có đào tạo khối ngành kinh tế ở Việt Nam cũng như ở Đà Nẵng không có sự khác biệt lớn. Tất cả chương trình đào tạo của các trường đại học được xây dựng dựa trên một chương trình khung (một số nội dung tương đồng mang tính bắt buộc) của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Đồng thời, xu hướng kiểm định và đảm bảo chất lượng giáo dục của chương trình đào tạo đang được thực hiện theo các tiêu chuẩn của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Điều này cho thấy rằng các trường đại học khi xây dựng nội dung chương trình đào tạo đều hướng đến việc đạt chuẩn đảm bảo chất lượng giáo dục của Bộ Giáo dục và Đào tạo hoặc các chuẩn kiểm định quốc tế. Ngoài ra, các trường còn tham khảo chương trình đào tạo lẫn nhau khi xây dựng chương trình để đối sánh và trao đổi nguồn lực giảng dạy. Vì vậy, chương trình đào tạo cũng như các hoạt động khác phục vụ đào tạo không có sự khác biệt lớn giữa các trường đại học trong và ngoài hệ thống công lập, dẫn đến kết quả nhân tố “Đặc điểm trường đại học” không có ảnh hưởng đến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” của sinh viên.

Bảng 6. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu		Hệ số ước lượng	P-Value	Kết luận
H1:	Giới tính có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Thành phố Đà Nẵng.	0,479	***	Chấp nhận
H2:	Khu vực sinh sống có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Thành phố Đà Nẵng.	0,372	***	Chấp nhận
H3:	Gia đình kinh doanh có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Thành phố Đà Nẵng.	0,186	***	Chấp nhận
H4:	Đặc điểm trường Đại học có tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Thành phố Đà Nẵng.	-0,010	0,802	Bác bỏ
***: Mức ý nghĩa 1%				

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra trực tuyến

5. Kết luận

Sử dụng dữ liệu điều tra sơ cấp từ 387 sinh viên khối ngành kinh tế đang theo học tại các trường đại học trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, bài báo này nghiên cứu các biến nhân khẩu học được đo lường bằng thang đo nhị phân (0-1) tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có hai nhân tố tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp của sinh viên là “Giới tính”, “Đặc điểm kinh tế của gia đình”. Một nhân tố vừa có tác động trực tiếp vừa gián tiếp đến “Ý định khởi nghiệp kinh doanh” là “Khu vực sinh sống”. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, không có sự khác biệt về ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế đang theo học tại các trường đại học công lập và ngoài công lập.

Bên cạnh sự đóng góp về mặt thực nghiệm, nghiên cứu này là một trong số ít công trình sử dụng mô hình đa cấu trúc tuyến tính (SEM) để phân tích mối quan hệ đa chiều giữa các biến số nhân khẩu học và ý định khởi nghiệp kinh doanh. Đây là một cách tiếp cận đáng để tham khảo trong thực hiện các nghiên cứu tương đồng. Tuy nhiên, mô hình nghiên cứu

này còn khá đơn giản khi chỉ đề cập đến duy nhất các biến số nhân khẩu học trong mối tương quan với ý định khởi nghiệp kinh doanh; chưa phân tích sự khác biệt trong đặc điểm về chuyên ngành đào tạo thuộc khối ngành kinh tế đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên, và cũng chưa nghiên cứu sự khác biệt theo kinh nghiệm làm thêm của sinh viên đến ý định khởi nghiệp kinh doanh.

Chú thích:

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Đại học Đà Nẵng trong đề tài có mã số B2018-ĐN04-15.

Tài liệu tham khảo

- Baumol, W. J., Litan, R. E., & Schram, C. J. (2007). *Good capitalism, bad capitalism and the economics of growth and prosperity*. Yale University Press : New Haven.
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarr, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factor. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277.
- Linan, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/ Small Business*, 11-35.
- Moraes, G. H., Iizuka, E. S., & Pedro, M. (2018). Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *RAC, Rio de Janeiro*, 22(4), 226-248.
- Abdullah, A., Annum, J., Mohsin, R., & Asma, H. (2011). Entrepreneurial Intentions among Business Students in Pakistan. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, 5, No 2, 13-21.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Almeida-Couto, J. P., & Borges-Tiago, M. T. (2009). Propensity for entrepreneurship among university students. *Business Review*, 12(1), 308-316.
- Anderson, E. H. (2018). Intersections of Partnership and Leadership in Entrepreneurial Ecosystems Comparing Three U.S. Regions. *Economic Development Quarterly*, 32(2), 119-134.
- Asheim, B., Moodysson, J., & Todtling, F. (2011). Constructing regional advantage: towards state-of-the-art regional innovation system policies in Europe? *European Planning Studies*, 19(7), 1133-1139.
- Azhar, A., Javaid, A., Rehman, M., & Hyde, A. (2011). Entrepreneurial Intentions among Business Students in Pakistan. *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, 5(2), 13-21.
- Bazan, C., Datta, A., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Jones, & Jada. (2019). Effect of the university in the entrepreneurial intention of female students. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 7(2), 123-131.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Damanpour, F., & Scheneider, M. (2006). Phases of the adoption of innovations in organizations: effects of environment, organization and top managers. *British Journal of Management*, 17(3), 215-236.

Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. Piacenza, Italy: Paper prepared for the RENT IX Workshop.

DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2007). The Role of Gender in Opportunity Identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 365–386.

Dickson, P. H., Solomon, G. T., & Weaver, K. M. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 239 - 258.

Francisco, G.-R. J., Esperanza, G.-S., Inés, R.-R., & Desiderio, G.-T. (2017). Entrepreneurial potential in less innovative regions: the impact of social and cultural environment. *European Journal of Management and Business Economic*, 26(2), 163-179.

Georgescu, M.-A., & Herman, E. (2020). The Impact of the Family Background on Students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis. *Sustainability (MDPI)*, 12, 1-8.

GSO. (2020). *General Statistics Office Report*. HaNoi, VietNam: General Statistics Office-<https://www.gso.gov.vn/>.

Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. *Understanding Statistics*, 3(4), 283–297.

Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6 ed.). Pearson Prentice Hall Upper Saddle River: https://is.muni.cz/el/1423/podzim2017/PSY028/um/_Hair_Multivariate_data_analysis_7th_revised.pdf.

Herbst, K. C., Hannah, S. T., & Allan, D. (2013). Advertisement Disclaimer Speed and Corporate Social Responsibility: "Costs" to Consumer Comprehension and Effects on Brand Trust and Purchase Intention. *Journal of Business Ethics*, 3, 1-15.

Huggins, R., & Thompson, P. (2015). Entrepreneurship, innovation and regional growth: a network theory. *Small Business Economics*, 45(1), 103-128.

Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 1-10.

Kassean, H., Vanevenhoven, J., Liguori, E., & Wink, D. (2015). Entrepreneurship education: A need for reflection, real-world experience and action. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 21, 690–708.

Kubberød, E., & Pettersen, I. B. (2017). Exploring situated ambiguity in students' entrepreneurial learning. *Education and Training*, 59(3), 265–279.

Lavrakas, P. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods* (1st ed ed.). SAGE.

Lee, H., & Comrey, A. (2016). *A First Course in Factor Analysis* (2nd ed.). Psychology Press - ISBN-13: 978-1138965454.

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

MacKinnon, D. P. (2008). *Introduction to Statistical Mediation Analysis* (1st ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Mandan, M., Hossein, S., & Furuzandeh, A. (2013). Investigating the Impact of Advertising on Customers Behavioural Intentions: A Case of Agriculture Bank. *Business and Economics Research*, 33(1), 1-20.

Mohamad, N., Lim, K. H., Yusof, N., & Soon, J. J. (2015). Estimating the effect of entrepreneur education on graduates intention to be entrepreneurs. *Education+ Training*, 57(8/9), 874 – 890.

Reynolds, P. D., Camp, S. M., & Bygrave, W. D. (2001). *Global Entrepreneurship Monitor*. London.: Babson College, IBM, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and London Business School.

Sarfraz, Z., Muhammad, A., Naheed, S., & Sharjeel, S. (2020). The effect of family business exposure on individuals' entrepreneurial intentions: an institutional theory perspective. *Journal of Family Business Management*, 4, 1-18.

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). Student entrepreneurship across the globe: a look at intentions and activities". Gallen: International Report of the GUESSS Project 2013/2014, Swiss Research Institute of Small Bus at the University of St. Gallen (KMU-HSG), St. Gallen, available at: http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/GUESSS_INT_2013_REPORT.pdf and Entrepreneurship.

Stavrou, E. T., & Swiercz, P. M. (1998). Securing the future of the family enterprise: a model of offspring intentions to join the business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(2), 19-40.

Tkachev, A., & Kolvereid, L. (2019). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11(3), 269-280.

Wang, D., Wang, L., & Chen, L. (2018). Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 951-974.

Zanabazar, A., & Jigjiddorj, S. (2020). The factors effecting entrepreneurial intention of university students: case of Mongolia. SHS Web of Conferences 73 (IES2019).

Phụ lục 1: Kết quả ước lượng và kiểm định mô hình (1) theo OLS

Model B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. Tolerance	Collinearity Statistics		
	Std. Error	Beta				VIF		
1	(Constant)	2,892	,034		84.238	,000		
	Khuvuc	,586	,051	,460	11,389	,000	,087	11,521
	Gioitinh	,479	,058	,337	8,262	,000	,645	1,549
	Daihoc	-,010	,042	-,008	-,249	,803	,992	1,009
	Kinhdoanh	,186	,050	,133	3,708	,000	,087	11,521
Sig (F-ANOVA)			.000					
a. Dependent Variable: Y dinh khoi nghiep								