

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH CỦA SINH VIÊN QUẢN TRỊ KINH DOANH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI (CƠ SỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH)

Đỗ Thị Hoa Liên*

Title: *Factors affecting on entrepreneurial intentions of business administration students at University of Labour and Social affairs*

Từ khóa: Ý định khởi nghiệp, yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp, khởi nghiệp kinh doanh.

Keywords: *entrepreneurial intentions; factors affecting on entrepreneurial intentions; business start - up*

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 09/9/2016

Ngày nhận kết quả bình duyệt: 29/9/2016

Ngày chấp nhận đăng bài: 31/10/2016

Tác giả:

* TS., Trường ĐH Lao động xã hội (cơ sở Tp. HCM)

Email: dohoalien@yahoo.com.vn

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện nhằm mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh trường Đại học Lao động – Xã hội (CSII), thông qua áp dụng mô hình tiềm năng khởi nghiệp kinh doanh của Krueger và Brazeal (1994) và lý thuyết Hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991). Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 315 sinh viên tại Trường. Các phương pháp kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy đa biến được sử dụng trong nghiên cứu này. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng có 05 nhân tố tác động đến ý định khởi nghiệp kinh doanh (KNKD) của sinh viên bao gồm (1), Giáo dục và đào tạo tại trường Đại học, (2) Kinh nghiệm và trải nghiệm, (3) Gia đình và bạn bè, (4) Tính cách cá nhân, (5) Nguồn vốn.

ABSTRACT

The objective of this paper is to determine factors affecting on entrepreneurial intentions of students at University of Labour and Social Affairs, through the application of Krueger's Model of Entrepreneurial Potential (1994) and Ajzen's Theory of Planned Behavior (1991). The research data were collected from 315 students at University. Cronbach alpha test, exploratory factor analysis (EFA) and linear regression analysis were used in the study. Research results indicated that there are four factors affecting student's entrepreneurial intentions including: (1) Education and Training at the University, (2) Experience; (3) Family and friends (4) Characteristics significantly (5) Financial capital.

1. Đặt vấn đề

Nhiều quốc gia trên thế giới rất chú trọng tinh thần khởi nghiệp và xem đó là cách thức để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm. Hơn nữa, với nền kinh tế chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, quy mô và nội lực còn yếu như ở Việt Nam thì việc thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp là hướng đi không thể thiếu. Kinh nghiệm từ các quốc gia thành công trên thế giới cho thấy đối tượng khởi nghiệp tập trung vào giới trẻ và chủ yếu là sinh viên. Tuy nhiên,

ở Việt Nam, tỷ lệ khởi nghiệp kinh doanh (KNKD) ở sinh viên còn thấp, phần lớn sinh viên khi tốt nghiệp cao đẳng, đại học đều có xu hướng nộp đơn tuyển dụng vào các doanh nghiệp đang hoạt động, chỉ có một số rất ít muốn khởi nghiệp bằng việc tự kinh doanh (Nguyễn Quang Dong, 2013); tỷ lệ KNKD ở Việt Nam năm 2014 là thấp, chỉ đạt 2%, giảm so với mức 4% năm 2013 và thấp hơn nhiều so với mức bình quân 12,4% ở các nước phát triển dựa trên nguồn lực (VCCI, 2015).

Trường Đại học Lao động - Xã hội (CSII), là trường đào tạo đa ngành, hàng năm có gần 1500 sinh viên hệ đại học chính quy và hệ đại học vừa làm vừa học tốt nghiệp. Do đó, việc tạo ra những sinh viên có ý định KNKD từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường cũng như sau khi tốt nghiệp có ý nghĩa quan trọng mà công tác đào tạo của nhà trường đóng góp cho xã hội. Hơn nữa, tình trạng việc làm trong giai đoạn suy thoái kinh tế gây nhiều khó khăn cho sinh viên khi gia nhập thị trường lao động. Trong những năm qua, tỷ lệ thất nghiệp của những người trẻ tuổi ở Việt Nam là rất cao, tỷ lệ thất nghiệp của thanh niên (từ 15 - 24 tuổi) năm 2013 là 6,17%; năm 2014 là 6,26%; năm 2015 là 6,85% (Tổng Cục Thống kê, 2016), do đó thúc đẩy tinh thần KNKD và tư duy làm chủ trong sinh viên có ý nghĩa cấp bách hơn bao giờ.

Nghiên cứu về ý định KNKD đã được thực hiện nhiều ở các quốc gia trên thế giới, đặc biệt là tại các quốc gia có nền kinh tế thị trường phát triển. Ở Việt Nam, cũng đã có một số nghiên cứu về tiềm năng khởi nghiệp của thanh niên và sinh viên, tuy nhiên, hiện chưa có một nghiên cứu nào về tác động của các nhân tố tới ý định KNKD của sinh viên ngành QTKD, tại Đại học Lao động - Xã hội (CSII), do đó, nghiên cứu "Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định KNKD của sinh viên ngành QTKD tại trường Đại học Lao động - Xã hội (CSII)" là cần thiết. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến ý định KNKD của sinh viên, giúp các nhà giáo dục đại học khơi dậy và khuyến khích tinh thần, cũng như sự tự tin KNKD của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh ở Trường.

2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

(1) Các lý thuyết nghiên cứu

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) của Azjen (1987, 1991): Ý định KNKD chịu tác động của ba yếu tố: Thứ nhất, thái độ đối với một hành vi, là "mức độ mà một người có đánh giá thuận lợi hay không có lợi về việc KNKD".

Đây chính là một sự phản ánh của các thẩm định cá nhân đối với hành vi và việc thẩm định có thể đi từ thuận lợi đến không thuận lợi. Thứ hai là yếu tố chuẩn mực chủ quan, trong đó đề cập đến "Áp lực xã hội để thực hiện hay không thực hiện hành vi", biến này sẽ là ảnh hưởng không chỉ bởi nền văn hóa kinh doanh, mà còn là thái độ của các cá nhân, đặc biệt như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp,... Mô hình cho cũng cho thấy kỳ vọng và áp lực càng lớn thì lực hấp dẫn đối với hành vi đó càng nhiều. Thứ ba, kiểm soát hành vi liên quan đến mức độ mà các cá nhân cảm thấy có khả năng thực hiện hành vi. Nó được dựa trên việc cá nhân biết làm thế nào và kinh nghiệm của họ hoặc quan niệm của họ về những trở ngại có thể xảy ra để thực hiện hành vi.

Lý thuyết tiềm năng KNKD của Krueger và Brazeal (1994): Tiếp nối quan điểm của Shapero và Sokol (1982), Krueger và Brazeal (1994), cho rằng một cá nhân có nhận thức mong muốn KNKD, cảm nhận về tính khả thi và có xu hướng hành động thì sẽ có tiềm năng KNKD. Các niềm tin và thái độ của các doanh nhân tiềm năng được điều khiển bởi những nhận thức hơn các biện pháp khách quan. Sự lựa chọn của các hành vi dẫn đến phụ thuộc vào "sự tín nhiệm" tương đối của các hoạt động thay thế, cộng với một số "xu hướng hành động".

(2) Một số nghiên cứu ứng dụng mô hình lý thuyết KNKD

Tác giả Lê Quân (2007), với "Nghiên cứu quá trình quyết định khởi nghiệp của doanh nhân trẻ Việt Nam", đã tiến hành trên mẫu điều tra gồm 159 doanh nhân thành lập doanh nghiệp ở độ tuổi dưới 30 trong giai đoạn 2000 - 2006. Thanh niên sẽ đi đến quyết định khởi nghiệp khi hội tụ đủ ba nhóm yếu tố là phẩm chất cá nhân, khả năng tiếp cận các nguồn lực và cơ hội kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng vai trò của gia đình, bạn bè, nhà trường rất quan trọng với quá trình hình thành và phát triển tư duy doanh nhân trẻ.

Nghiên cứu của Nguyễn Thu Thủy (2015) “Các nhân tố tác động tới tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học”, đã khẳng định sự tác động của các nhân tố môi trường tới tiềm năng khởi sự kinh doanh, đồng thời tác giả cho rằng các trải nghiệm cá nhân trong đó có các trải nghiệm được tiếp cận trong quá trình học đại học có tác động tới tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên; các hoạt động định hướng khởi sự kinh doanh trong và ngoài chương trình đào tạo của trường đại học đều tác động tích cực tới hai khía cạnh là tự tin và mong muốn khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học ở Việt Nam. Nghiên cứu chỉ xem xét ảnh hưởng của một số yếu tố môi trường cảm xúc kết hợp với các yếu tố thuộc trải nghiệm cá nhân tới tiềm năng khởi sự kinh doanh.

Nghiên cứu của Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên (2015) “Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh Trường Đại học Cần Thơ”, được khảo sát trên 233 sinh viên năm thứ nhất và năm thứ hai thuộc khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh tại Đại học Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu xác định được thứ tự ảnh hưởng theo mức độ quan trọng giảm dần của các nhân tố đến ý định KNKD của sinh viên bao gồm: (1) Thái độ và tự hiệu quả, (2) giáo dục và thời cơ khởi nghiệp, (3) nguồn vốn, (4) quy chuẩn chủ quan, (5) nhận thức kiểm soát hành vi.

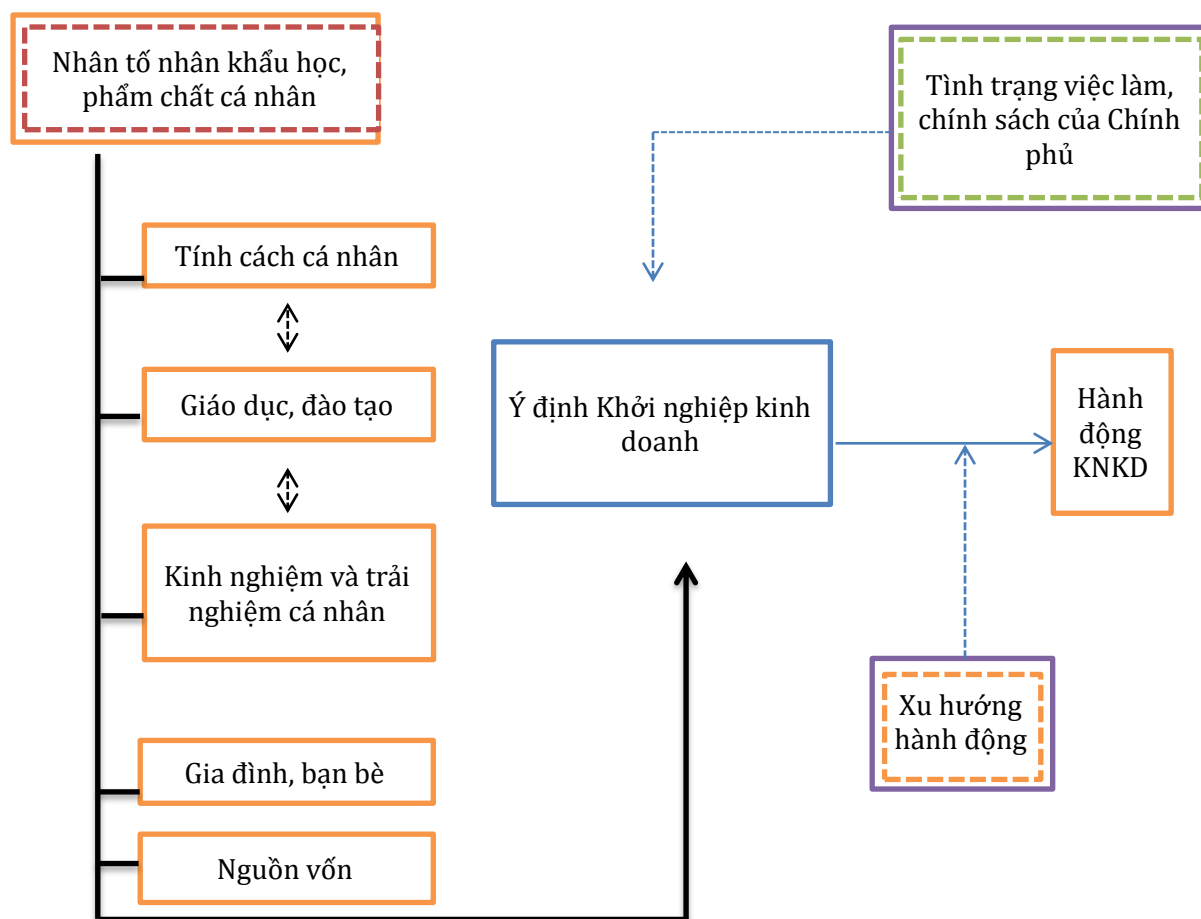
Nghiên cứu Driessen và Zwart (2006), về sự tác động của các yếu tố tính cách cá nhân lên khả năng khởi nghiệp. Mô hình đã được các tác giả phát triển lên thành mô hình E-Scan sau đó để đo lường các tính cách này tác động đến khả năng KNKD của cá nhân và được khảo sát trên mạng internet toàn cầu. 10 yếu tố tính cách cá nhân tác động đến khả năng khởi nghiệp trong mô hình: Nhu cầu thành đạt, nhu cầu tự chủ, nhu cầu quyền lực, định hướng xã hội, sự tự tin, sự nhẫn nại, chấp nhận rủi ro, khả năng am hiểu thị trường, khả năng sáng tạo, khả năng thích ứng.

Nghiên cứu của Yeng Keat Ooi & Abdullahi Nasiru (2015) về ảnh hưởng của giáo dục về kinh doanh tới sinh viên đại học cộng đồng Malaysia. Một mẫu nghiên cứu gồm 235 sinh viên năm cuối đã được rút ra từ bốn trường nằm ở khu vực phía bắc Malaysia. Kết quả nghiên cứu cho thấy vai trò quan trọng của các trường đại học, cao đẳng cộng đồng trong việc thúc đẩy và nuôi dưỡng tinh thần KNKD của sinh viên tốt nghiệp.

2.2. Khung phân tích

KNKD là việc một cá nhân (một mình hoặc cùng người khác), tận dụng cơ hội thị trường tạo dựng một công việc kinh doanh mới (Nguyễn Thu Thủy, 2015) hoặc là một thái độ làm việc đề cao tính độc lập, tự chủ, sáng tạo, luôn đổi mới và chấp nhận rủi ro để tạo ra giá trị mới trong doanh nghiệp hiện tại (Bird, 1988). Như vậy, KNKD không phải là quyết định tại một thời điểm nhất định mà là kết quả của một quá trình, một cá nhân phải có tiềm năng KNKD trước khi đi đến quyết định khởi nghiệp. Do đó, trên cơ sở các nghiên cứu trước đây, KNKD trong nghiên cứu này hiểu theo nghĩa là *một cá nhân (tự mình hoặc cùng người khác), có khả năng sắp xếp các nguồn lực để nắm bắt được cơ hội kinh doanh mới, trên tinh thần đổi mới, sáng tạo để tạo một công việc kinh doanh riêng nhằm tạo việc làm, thu nhập và các giá trị cho riêng mình, đồng thời tạo ra giá trị có lợi cho nhóm khởi nghiệp, người lao động, cộng đồng và nhà nước.*

Khởi nghiệp là một quá trình bắt đầu từ việc nhận biết cơ hội, từ đó phát triển các ý tưởng, nhằm tạo dựng một doanh nghiệp mới (Shapero, 1982). Tuy nhiên không phải ai cũng nắm bắt được các cơ hội để KNKD. Một cá nhân có tiềm năng KNKD phải có mong muốn và nhận thấy tính khả thi của việc KNKD (Shapero, 1982), hoặc có thái độ tích cực và được sự ủng hộ của những người xung quanh, cũng như có khả năng kiểm soát hoạt động KNKD (Ajzen, 1991), hoặc có mong muốn và sự tự tin về khả năng của bản thân để KNKD (Krueger & Brazeal, 1994).



Hình 01: Mô hình khái niệm và mối quan hệ giữa các giả thuyết (Nguồn: Đề xuất bởi Tác giả dựa trên Ajzen (1991); Krueger & Brazeal (1994))

Chú thích: Đường chấm đại diện cho các biến hoặc các mối quan hệ được điều tra trong tương lai.

Mô hình cho thấy rằng KNKD của cá nhân bị ảnh hưởng trực tiếp bởi tính cách cá nhân, kinh nghiệm và trải nghiệm của bản thân. Đồng thời, tác động của những tính cách, kinh nghiệm và trải nghiệm cá nhân đến KNKD có thể được tăng cường thông qua giáo dục tại Trường Đại học. Ngoài ra, ảnh hưởng đến KNKD của sinh viên còn có yếu tố gia đình và bạn bè, giáo dục và đào tạo ở trường Đại học và nhân tố nguồn vốn.

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở phân tích tổng quan các nghiên cứu về khả năng KNKD của sinh viên.

Các yếu tố tính cách cá nhân

Nghiên cứu này trên cơ sở kết luận trong nghiên cứu của Driesen & Zwart (2006), và các

nghiên cứu khác để tiếp tục khẳng định lại về tác động yếu tố tính cách cá nhân (Nhu cầu thành đạt, nhu cầu tự chủ, nhu cầu quyền lực, định hướng xã hội, sự tự tin, tính nhẩn nại, chấp nhận rủi ro, khả năng am hiểu thị trường, khả năng sáng tạo, khả năng thích ứng) đến khả năng KNKD của sinh viên ngành QTKD, đại học Lao động – Xã hội (CSII) với giả thuyết như sau:

H1: Các yếu tố tính cách cá nhân làm tăng ý định KNKD của sinh viên

Kinh nghiệm làm việc và trải nghiệm bản thân

Thandi & Sharma (2004), đã chứng minh rằng sinh viên đã có kinh nghiệm ít nhất là năm năm làm việc là những người chuẩn bị tốt hơn cho dự án kinh doanh so với những người có ít hoặc không có kinh nghiệm làm việc. Các

trải nghiệm cá nhân tác động tích cực đến mong muốn và sự tự tin khởi sự kinh doanh (Nguyễn Thu Thủy, 2015). Tuy nhiên, trong nghiên cứu của Kristiansen & Indarti (2004), đã không đồng ý với những tuyên bố trước đó của Thandi & Sharma (2004) với lý do không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về ý định kinh doanh của sinh viên, dù họ có hay không có kinh nghiệm làm việc. Trên cơ sở của sự thay đổi trong kết quả nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này muốn tái đánh giá tác động của kinh nghiệm làm việc và trải nghiệm bản thân sinh viên với khả năng KNKD.

H2: Kinh nghiệm làm việc và trải nghiệm bản thân của sinh viên tác động tích cực đến ý định KNKD của sinh viên.

Bạn bè và gia đình

Nhiều doanh nhân có được những kinh nghiệm từ mẹ hoặc cha làm kinh doanh (Dyer, 1992). Nhìn nhận của cá nhân về tính hấp dẫn của khởi sự kinh doanh chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự ủng hộ của những người gần gũi như người thân, bạn bè và những người họ cho là quan trọng (Nguyễn Thu Thủy, 2015). Với các cuộc thảo luận ở trên, giả thuyết sau đây được phát triển:

H3: Vai trò của gia đình và bạn bè làm tăng ý định KNKD của sinh viên

Giáo dục và đào tạo tại trường Đại học

Có một mối quan hệ biện chứng giữa giáo dục và đào tạo và hành vi, ý định kinh doanh. Giáo dục và đào tạo sẽ ảnh hưởng đến mức độ đổi mới thông qua động lực, kiến thức và kỹ năng cần thiết cho việc KNKD thành công, cũng như tạo sự tăng trưởng trong quá trình phát triển (Clark & Davis & Harnish, 1984; Cho, 1998; Yeng Keat Ooi & Abdullahi Nasiru, 2015). Giáo dục và đào tạo có ảnh hưởng tới phân tích, lập kế hoạch và kiểm soát các quá trình (Hart, 1992; Njoroge & Gathungu, 2013). Theo Arenius và Minniti (2005), các cá nhân được đào tạo cao sẽ có nhiều khả năng để theo đuổi các cơ hội kinh doanh. Binks & cs

(2006), cho rằng các trường đại học có một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tinh thần kinh doanh. Quá trình học tập không nên chỉ giới hạn ở các cuộc thảo luận trong lớp học mà việc tương tác với môi trường kinh doanh năng động trong thực tế ngày nay là rất quan trọng vì kỹ năng kinh doanh chỉ được phát triển và hoàn thiện nếu chúng được thực hành (Dilts & Fowler, 1999). Như vậy, với tin tưởng mạnh mẽ rằng một trường đại học có thể đóng vai trò trong bồi dưỡng tinh thần kinh doanh ở các sinh viên, cùng hoạt động thực tế tốt sẽ có một ảnh hưởng lớn đến sinh viên KNKD, vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H4: *Giáo dục, đào tạo tại Trường đại học (Vai trò thúc đẩy tinh thần kinh doanh; các chương trình giảng dạy; các hoạt động thực tập, thực tế) làm tăng ý định KNKD của sinh viên*

Nguồn vốn

Hầu hết các doanh nhân trẻ đều sử dụng tài trợ của cha mẹ và anh em, bạn bè trong giai đoạn đầu khởi nghiệp, đây là nguồn tài chính quan trọng nhất (Lê Quân, 2007). Nguồn vốn có ảnh hưởng đáng kể đến ý định KNKD (Amou & Alex, 2014; Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên, 2015), do đó, giả thuyết sau được đưa ra:

H5: *Nguồn vốn làm tăng ý định KNKD của sinh viên*

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sơ bộ

Nghiên cứu này đặt trọng tâm là nghiên cứu định lượng với mục đích là đo lường các yếu tố tác động đến ý định KNKD từ ý kiến của sinh viên đang học ngành QTKD tại Đại học Lao động – Xã hội (CSII). Trước khi đi vào nghiên cứu định lượng chính thức, nhóm nghiên cứu thực hiện nghiên cứu sơ bộ, thông qua kỹ thuật thảo luận nhóm và phỏng vấn chuyên gia là những nhà nghiên cứu và những doanh nhân.

Mẫu trong nghiên cứu được chọn theo phương pháp thuận tiện, kích thước mẫu $n = 315$. Đối tượng khảo sát là các sinh viên chính quy năm thứ 2, thứ 3 và thứ 4 (trong đó có 282 là sinh viên năm thứ 3 và thứ 4), đây là những sinh viên đã có một thời gian học tập nhất định ở nhà trường, đã được trang bị những kiến thức về kinh tế và kinh doanh, cùng những kỹ năng mềm về giao tiếp, lập kế hoạch, làm việc nhóm, khả năng độc lập, tự chủ và bắt đầu nghĩ đến những định hướng nghề nghiệp trong tương lai của mình, ngoài ra nhiều trong số họ đã đi làm thêm hoặc một số tự kinh doanh.

Nghiên cứu định lượng chính thức

Phương pháp thu thập thông tin là sử dụng bảng hỏi chính thức để gửi trực tiếp đến từng sinh viên ngành QTKD tại Trường. Từ những thông tin, dữ liệu thu thập được, tác giả tiến hành phân tích độ tin cậy của thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố (EFA), kiểm định hồi quy tuyến tính. Tất cả các thao tác này được tiến hành bằng phần mềm SPSS 16.0. Bảng câu hỏi trong nghiên cứu này được thiết kế gồm 38 biến quan sát, thiết kế theo thang đo Likert 5 bậc. Kích thước mẫu được chọn theo Hair & cs (1998) đối với phân tích nhân tố EFA; Tabachnick & Fidell (1996) để

tiến hành hồi quy. Trong nghiên cứu này tác giả chọn kích thước mẫu đủ lớn (315 mẫu) để thỏa mãn cả hai điều kiện trong phương pháp phân tích nhân tố EFA và phương pháp hồi quy bội.

4. Kết quả nghiên cứu

Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo

Sau khi thang đo được kiểm định bằng công cụ Cronbach's Alpha thì 05 thang đo nhân tố độc lập với 26 biến và 1 thang đo với 6 biến của nhân tố phụ thuộc được phân tích EFA.

Kết quả kiểm định EFA của nhân tố độc lập

Hệ số KMO đạt 0,78 ($0,5 \leq KMO \leq 1$) nên thang đo trong nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thực tế; thống kê Chi – Square của kiểm định

Bartlett's với $\text{sig} = 0,000 \leq 0,05$, do vậy các biến quan sát có tương quan với nhau trên phạm vi tổng thể; tổng giải thích biến động của các thang đo là 63,5%. Điểm dừng khi trích các yếu tố tại nhân tố thứ 5 với eigenvalue là 1,474. Kết quả phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp. Kết quả đã khám phá được 05 nhân tố với 25 biến, ngoại trừ biến nhu cầu thành đạt có factor loading = $0,448 < 0,5$ nên không đạt yêu cầu, bị loại ra khỏi mô hình.

Bảng 01: Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Sự tự tin		.694			
Định hướng xã hội		.692			
Am hiểu thị trường		.749			
Khả năng sáng tạo		.806			
Khả năng thích ứng		.647			
Nhu cầu tự chủ		.525			
Chấp nhận rủi ro		.547			
Kinh nghiệm đi làm thêm					.519
Làm cán bộ lớp, đoàn hay vị trí khác ở lớp, ở trường.					.687

Tham gia hoạt động ngoại khóa, hoạt động thực tế tại doanh nghiệp					.823
Là thành viên câu lạc bộ về kinh doanh và KNKD					.536
Hoạt động truyền cảm hứng ở Trường	.767				
Hoạt động thực tế giúp tôi có ý tưởng mới	.806				
Quá trình học tập tại Trường giúp tôi có kỹ năng để KNKD	.849				
Quá trình học tập tại Trường giúp tôi có Kiến thức để KNKD	.728				
Tôi được học lý thuyết kết hợp với tình huống thực tế	.771				
Giáo dục ở trường giúp tôi hình thành những tính cách cá nhân để KNKD	.744				
Gia đình ủng hộ quyết định KNKD của tôi				.746	
Tôi quan tâm đến KNKD vì bạn bè đang tự kinh doanh và/hoặc có ý định sẽ KNKD				.647	
Tôi sẽ KNKD vì sự ủng hộ của bạn bè				.607	
Nếu tôi trở thành doanh nhân gia đình, bạn bè sẽ đánh giá cao				.802	
Tôi có thể vay mượn tiền từ bạn bè, người thân để KNKD			.749		
Tôi có thể huy động vốn từ các nguồn khác			.696		
Tôi có khả năng tích lũy vốn từ tiết kiệm, làm thêm			.822		

Extraction Method: Principal Component Analysis; Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 6 iterations (Nguồn: Khảo sát bởi tác giả).

Kết quả phân tích hồi quy

Bảng 02: Kết quả hồi quy (Coefficients^a)

1	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	.068	.307		.222	.825		
	F_TCCN	.230	.093	.186	2.484	.014	.604	1.655
	F_GDDT	.290	.071	.311	4.064	.000	.580	1.723
	F_KNTN	.265	.065	.274	4.101	.000	.759	1.317
	F_GDBB	.200	.065	.203	3.058	.003	.770	1.298
	F_NV	.187	.067	.181	3.215	.004	.752	1.214
a. Dependent Variable: F_KNKNKD								

5. Kết luận và đề xuất

Nghiên cứu tập trung xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định KNKD của sinh viên ngành QTKD tại Đại học Lao động – Xã hội (CSII). Nghiên cứu này kế thừa và bổ sung từ các kết quả của các nghiên cứu khác nhau trước đây. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến khả năng KNKD của sinh viên, đó là (1) Giáo dục và đào tạo tại trường đại học, (2) Kinh nghiệm và trải nghiệm của bản thân, (3) Gia đình và bạn bè, (4) Tính cách cá nhân, (5) Nguồn vốn. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao ý định KNKD của sinh viên khoa QTKD Nhà Trường như sau:

5.1. Tăng cường giáo dục tinh thần kinh doanh cho sinh viên

Trước hết nhà trường nên thực hiện giáo dục tinh thần kinh doanh cho các sinh viên: Giáo dục tinh thần kinh doanh không nên nhầm lẫn với kinh tế học và các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung mà mục tiêu của nó là để thúc đẩy sự sáng tạo, đổi mới và tự tạo việc làm, và có thể bao gồm các yếu tố sau: Phát triển các tính cách cá nhân và kỹ năng để làm cơ sở hình thành tư duy và hành vi kinh doanh (tính sáng tạo, tính chủ động, chấp nhận rủi ro, tự chủ, tự tin, năng lực lãnh đạo, tinh thần đồng đội,...); nâng cao nhận thức của sinh viên về tự làm chủ và tinh thần kinh doanh để lựa chọn nghề nghiệp; cung cấp các kỹ năng và kiến thức kinh doanh cụ thể cho việc để bắt đầu một công ty và khởi động thành công. Thực tế cho thấy rằng mặc dù có nhiều sáng kiến về giáo dục kinh doanh đang được tiến hành tại khoa QTKD của Trường, tuy nhiên hầu hết trong số đó đều không được tích hợp chặt chẽ vào các học phần của chương trình giảng dạy. Doanh nhân là một sự kết hợp của tư duy, kiến thức và kỹ năng. Trong đó, tư duy hình thành ở tuổi trẻ, tinh thần kinh doanh là điều cần được nuôi dưỡng ở Trường. Giáo dục đại học cần tích hợp giáo dục tinh thần kinh doanh, khởi nghiệp như một phần quan trọng của chương trình giảng dạy, nhằm khuyến khích sinh viên KNKD.

5.2. Thiết kế chương trình giảng dạy định hướng kinh doanh và KNKD

Các chương trình giảng dạy nên được thiết kế phù hợp với nhu cầu cụ thể của sinh viên, nên tập trung vào khởi động kinh doanh và tạo ra doanh nghiệp mới vào việc quản lý và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đồng thời nên bổ sung kiến thức phù hợp về sở hữu trí tuệ, quy trình thương mại hóa, và đầu tư mạo hiểm. Chỉ biết về kiến thức kinh doanh không phải là một cơ sở đầy đủ để tăng cường các hành vi kinh doanh, và ảnh hưởng đến ý định KNKD của giới trẻ. Các chương trình và các khóa học nên được hướng đến kỹ năng, nhằm làm cho sinh viên: Sáng tạo, chủ động, tự tin, sẵn lòng để thử thách, ít phụ thuộc, có thể sống với sự không chắc chắn, khả năng nhận biết cơ hội, kỹ năng ra quyết định, đàm phán, giải quyết vấn đề.

5.3. Sử dụng phương pháp giảng dạy tiếp cận thực tiễn

Với phương pháp giảng dạy tiếp cận thực tiễn, cần nhấn mạnh đến sự tham gia của các doanh nghiệp và doanh nhân, và áp dụng rộng rãi phương pháp dựa trên nghiên cứu trường hợp và các dự án cụ thể. Cách trình bày của các doanh nghiệp trong các bài học là quan trọng vì họ không chỉ truyền đạt kiến thức, mà họ còn cung cấp một ví dụ cụ thể giúp các sinh viên có thể nhìn nhận vấn đề lý thuyết từ những thực tiễn sinh động. Đặc biệt, nó là rất quan trọng khi mà doanh nhân đó bắt nguồn từ sinh viên của nhà trường (hoặc ít nhất là những người bắt đầu KNKD khi là sinh viên hoặc khi tốt nghiệp đại học), nó sẽ giúp sinh viên dễ dàng tưởng tượng rằng họ cũng có thể làm điều đó khi mà các sinh viên khác đã thành công cách đây vài năm. Lập kế hoạch kinh doanh phải dựa trên những ý tưởng kinh doanh thực. Vì vậy, các ví dụ được đề cập nên là có thực "sống", đề cập đến các công ty hiện có, và nên là các công ty tại địa phương, các công ty gần môi trường sống và học tập của sinh viên để họ dễ dàng nhận biết.

Áp dụng phương pháp giảng dạy bằng cách mô phỏng của một dự án thực tế: Mục tiêu là để cung cấp sự hiểu biết thực tế cho sinh viên thông qua quá trình mô phỏng hoạt động cơ bản của một công ty, từ lúc khởi động đến các hoạt động hàng ngày. Trong đó, có một doanh nghiệp thực tế ủng hộ các doanh nghiệp mô phỏng, để hỗ trợ lập kế hoạch và cung cấp thông tin thực tế cho doanh nghiệp mới thành lập. Những hành động, các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp mô phỏng tương tự như của các doanh nghiệp thực tế đang hoạt động. Các dự án doanh nghiệp mô phỏng dựa trên học tập theo cách tiếp cận, nhóm sinh viên được cho các vấn đề và nhiệm vụ, với thông tin ban đầu và nguồn thông tin bổ sung. Dự án được tổ chức trong sự hợp tác chặt chẽ với các công ty địa phương, ngân hàng và các tổ chức công cộng để mang lại nhiều hơn hiện thực cho các trường hợp, nhiệm vụ và các vấn đề.

Đối với một số môn về kinh doanh và KNKD thì kỳ thi truyền thống có thể được thay thế bằng một dự án trong các lĩnh vực xã hội, chẳng hạn như tổ chức một sự kiện từ thiện, thay vì ngồi thực hiện một kỳ thi, sinh viên phải tổ chức một sự kiện từ thiện. Quy mô của sự kiện này là do sinh viên, nhưng bản thân họ phải tổ chức và quản lý toàn bộ sự kiện, do đó, họ phải:

- Xác định một tổ chức từ thiện mà họ muốn hỗ trợ;
- Tạo ra và chọn một ý tưởng cho một sự kiện từ thiện;
- Bảo đảm một địa điểm thích hợp;
- Tìm được các nhà tài trợ cho sự kiện này;

- Phát triển và thực hiện một chiến lược tiếp thị;
- Bán vé cho sự kiện này;
- Tổ chức mọi yếu tố của hoạt động;
- Xác định ngân sách cho sự kiện và quản lý tài chính;
- Xem xét sự thành công của sự kiện;
- Viết một báo cáo riêng về kinh nghiệm học tập của họ.

Trong đó, các hoạt động mà sinh viên được yêu cầu phải thực hiện trong sự kiện này sao cho nó bao gồm gần như tất cả các khía cạnh của một doanh nghiệp. Cách tiếp cận này là rất thực tế và những bài học được rút ra từ chủ thể kinh doanh khác có thể được sử dụng trong việc tổ chức sự kiện, và sinh viên có cơ hội để chứng minh tính chủ động và kỹ năng tổ chức. Cách tiếp cận này làm cho các sinh viên cảm thấy rằng họ học tập hiệu quả hơn nhiều.

Tăng cường các hoạt động ngoại khóa để định hướng kinh doanh: Nhà trường nên thường xuyên tổ chức các ngày hội kinh doanh, hội chợ nơi sinh viên có thể bán các sản phẩm; tổ chức các hội thảo, tọa đàm, các cuộc thi, tạo ra sân chơi để phát triển ý tưởng KNKD, đặc biệt tổ chức nhiều hơn các buổi giao lưu doanh nhân - sinh viên để truyền nhiệt huyết kinh doanh cho sinh viên. Hoạt động thực tế tại các doanh nghiệp cũng nên được tổ chức thường xuyên giúp sinh viên có cơ hội nhận thức và thực hành các kỹ năng như kỹ năng làm việc nhóm, giao tiếp, lãnh đạo, lập kế hoạch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ajzen (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol.50, 179-211.
2. Arenius, P., and Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24 (4), 233-247.
3. Amou & Alex (2014), "Theory of Planned Behavior, Contextual Elements, Demographic Factors and Entrepreneurial Intentions of Students Kenya". *European Journal of Business and Management*, Vol.6, No.15.

4. Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), pp.442-453.
5. Binks, M., K. Starkey, et al. (2006). "Entrepreneurship education and the business school." *Technology Analysis and Strategic Management*, 18, (1): 1-18.
6. Clark, B. W., Davis, C., & Harnish, V. (1984). Do Courses in Entrepreneurship Aid in New Venture Creation, *Journal of Small Business Management*, 22 (2), 26 – 31.
7. Cho, B. (1998). Study of Effective Entrepreneurship, Education Method and Its Process, *Business Education Research*, 2 (1), 27 – 47.
8. Nguyễn Quang Dong, Lê Anh Đức (2013). Đánh giá tình trạng việc làm của sinh viên chính quy tốt nghiệp trường Đại học Kinh tế quốc dân – Kết quả từ một cuộc khảo sát. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, số 189, tháng 03/2013, tr 90-99.
9. Dyer, W. G. (1992). *The entrepreneurial experience*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
10. Dilts, J. C. and S. M. Fowler (1999). "Internships: Preparing students for an entrepreneurial career." *Journal of Business and Entrepreneurship* 11(1): 51-63.
11. Driesen, Martijn P. and Peter S. Zwart (2006), "The Entrepreneur Scan Measuring Characteristics and Traits of Entrepreneurs.
12. Hart, S. L. (1992). An Integrative Framework for Strategy Making Process. *Academy of Management Review*, 17, 327 - 351.
13. Krueger, N.F., Jr and Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18(3), 91-104.
14. Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78.
15. Njoroge, C. W. & Gatungu, J. M. (2013). The Effect of Entrepreneurial Education and Training on Development of Small and Medium Size Enterprises in Githunguri District – Kenya. *International Journal of Education and Research*, 1 (8), 1 – 22.
16. Ooi, Y. K. (2015) & Nasiru, A. Entrepreneurship Education as a Catalyst of Business Start-Ups: A Study on Malaysian Community College Students
17. Lê Quân (2007). Nghiên cứu quá trình quyết định khởi nghiệp của doanh nhân trẻ Việt Nam.- TP.HCM. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, Số 7/ 2007.
18. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L.Sexton, & K.H. Vesper (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice – Hall, pp 72 – 90.
19. Nguyễn Thu Thủy (2015). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học. *Luận án tiến sĩ, chuyên ngành Quản trị kinh doanh*, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
20. Phan Anh Tú, Giang Thị Cẩm Tiên (2015), " Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh Trường Đại học Cần Thơ", *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 38(2015), tr.59-66.