

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH VÀ HÀNH VI KHỞI NGHIỆP TRỰC TUYẾN CỦA SINH VIÊN TẠI MỘT SỐ TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở HÀ NỘI

TS. Lê Huyền Trang* - TS. Phạm Long Châu**

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp trực tuyến và hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên các trường Đại học tại Hà Nội. Mẫu nghiên cứu được thu thập từ 455 sinh viên đang học tại một số trường Đại học ở Hà Nội thông qua bảng câu hỏi trực tuyến. Nhóm tác giả tiến hành phân tích cấu trúc tuyến tính SEM bằng phần mềm SPSS22 kết hợp với Amos24 để kiểm tra mối quan hệ giữa 7 nhân tố được đề xuất trong mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy chuẩn chủ quan (SN), kiểm soát hành vi nhận thức (PBC), đặc trưng tính cách (PT), chấp nhận rủi ro (ATR) và đổi mới công nghệ (TI) có tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp trực tuyến (EEI) của sinh viên các trường Đại học. Tiếp theo, ý định khởi nghiệp trực tuyến (EEI) có tác động trực tiếp đến Hành vi khởi nghiệp trực tuyến (EB). Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị để thúc đẩy hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên các trường Đại học.

• Từ khóa: ý định khởi nghiệp trực tuyến, hành vi khởi nghiệp trực tuyến, sinh viên.

The objective of this study is to analyze the factors influencing the E- entrepreneurial intentions and behaviors of students at several universities in Hanoi. The research sample consists of 455 third and fourth-year students from various universities in Hanoi. The research team conducted Structural Equation Modeling (SEM) analysis using SPSS22 combined with Amos24. The results show that subjective norms (SN), perceived behavioral control (PBC), personality traits (PT), acceptance of risk (ATR), and technological innovation (TI) have a direct impact on the online entrepreneurial intentions and behaviors of students at several universities in Hanoi. Based on these findings, the authors propose several management implications to promote the online entrepreneurial intentions of students at these universities.

• Key words: e - entrepreneurship intention, e - entrepreneurship behavior, students.

JEL code: M13

Ngày gửi bài: 17/01/2025

Ngày gửi phản biện: 24/01/2025

Ngày nhận kết quả và sửa phản biện: 23/4/2025

Ngày chấp nhận đăng: 25/4/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfarv.v25.i292.09>

về hoạt động và hành vi khởi nghiệp (Cui & Bell, 2022; Lihua, 2022; Shahzada Adeel và cộng sự, 2023). Ý định khởi nghiệp được nghiên cứu trên nhiều khía cạnh khác nhau trong cả lý thuyết và thực tiễn. Về lý thuyết, các mô hình nghiên cứu về ý định khởi nghiệp bao gồm mô hình sự kiện khởi nghiệp (EEM), mô hình lý thuyết kỳ vọng, mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB). Trong số các mô hình được đề xuất đó, mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) do Ajzen (1991) công bố là mô hình được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên. Về các nghiên cứu thực nghiệm thường tập trung vào phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học (Biswas & Verma, 2021).

Việt Nam chưa nhiều nghiên cứu về ý định và hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên Đại học. Do đó, với việc sử dụng phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính SEM, nghiên cứu của nhóm tác giả sẽ làm phong phú hơn trong lý thuyết và thực nghiệm về ý định khởi nghiệp trực tuyến và hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên.

1. Giới thiệu

Sinh viên đại học theo đuổi tinh thần kinh doanh có tác động trực tiếp đến sự tăng trưởng kinh tế của một quốc gia (Lihua, 2022). Ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà nghiên cứu và là một trong những yếu tố dự báo quan trọng nhất

* Trường Đại học Thăng Long; email: tranglh@thanglong.edu.vn

** Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Khởi nghiệp trực tuyến (E-Entrepreneurship) là việc thiết lập một công ty mới dựa trên những ý tưởng kinh doanh được hiện thực hóa trong nền kinh tế số, mà ở đó, tất cả các vấn đề từ cơ sở dữ liệu, cung cấp hàng hóa dịch vụ cho đến quản trị công ty đều dựa trên nền tảng của công nghệ thông tin và phụ thuộc vào kết quả của cách mạng công nghiệp thông tin (Kollmann, 2006). Như vậy, khởi nghiệp trực tuyến được hiểu là khởi sự kinh doanh hoàn toàn trên môi trường điện tử, toàn bộ các quá trình triển khai các ý tưởng kinh doanh cho đến thành lập cơ sở kinh doanh đều dựa trên các tương tác kỹ thuật số. Ý định khởi nghiệp trực tuyến cho thấy nỗ lực mà một người sẽ thực hiện hành vi kinh doanh trong môi trường trực tuyến (Lai & To, 2020), hay có thể hiểu là ý định bắt đầu hoạt động kinh doanh mới dựa trên nền tảng Internet, là ý định sở hữu một doanh nghiệp trực tuyến.

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) giải thích rằng “ý định thực hiện hành vi trong các tình huống cụ thể có thể được dự đoán bằng ba tiền đề (thái độ đối với hành vi, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi). Và ý định đó, cùng với nhận thức kiểm soát hành vi, tạo nên sự khác biệt đáng kể trong hành vi thực tế” (Ajzen, 1991). Mặc dù các nghiên cứu về khởi nghiệp trước đây đã phát hiện ra rằng ba tiền đề trong TPB giải thích 30-45% sự khác biệt trong ý định (Liñán & Chen, 2009), tuy nhiên trong nghiên cứu này, chúng tôi không sử dụng cả ba yếu tố hình thành ý định trong TPB. Vì không phải tất cả các nghiên cứu đều nhất thiết phải áp dụng toàn bộ các nhân tố TPB và liên kết ý định khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp cần được nghiên cứu thêm (Cui & Bell, 2022). Nghiên cứu về hành vi khởi nghiệp không nên chỉ dựa vào các yếu tố thúc đẩy ý định hành vi trong TPB do sự phức tạp của quá trình khởi nghiệp đòi hỏi nhiều hành động và bao gồm nhiều trình tự khác nhau trong các tình huống năng động, đặc biệt trong môi trường số và trực tuyến (Kautonen và cộng sự, 2015). Trong nghiên cứu này, chúng tôi phát triển mô hình bằng cách mở rộng các yếu tố dự đoán về ý định khởi nghiệp trực tuyến ngoài những yếu tố truyền thống trước đây trong TPB.

Chuẩn chủ quan được định nghĩa là các áp lực xã hội đến từ gia đình, bạn bè, người thân... Những người này có thể ủng hộ hoặc không ủng hộ ý định khởi nghiệp của một người. Nghiên cứu của Alomar (2023) chứng minh chuẩn chủ quan có ảnh hưởng tích cực tới ý định khởi nghiệp, kết

quả này phù hợp với các công bố của Liñán và Chen (2009), Mufeed Mohd Qasim (2021), Lai và cộng sự (2020) và Võ Văn Hiền (2021). Từ đó, giả thuyết H1 được đề xuất:

H1: Chuẩn chủ quan tác động tích cực tới Ý định khởi nghiệp trực tuyến

Theo Ajzen (1991) kiểm soát hành vi nhận thức được định nghĩa là quan niệm của cá nhân về việc dễ dàng hay khó khăn trong việc thực hiện hành vi. Nghiên cứu của Lai và cộng sự (2020) và Võ Văn Hiền (2021) đã kết luận, kiểm soát hành vi nhận thức có hiệu quả đối với việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp. Theo nhóm tác giả, rất có thể kiểm soát hành vi nhận thức cũng có tác động tích cực tới ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên tại Hà Nội. Giả thuyết H2 được xác định

H2: Kiểm soát hành vi nhận thức tác động tích cực tới Ý định khởi nghiệp trực tuyến

Chấp nhận rủi ro có thể được định nghĩa là xu hướng chấp nhận hoặc tránh rủi ro của người ra quyết định (Mufeed Mohd Qasim, 2021). Dám chấp nhận rủi ro sẽ giúp cho các cá nhân hạn chế được các trạng thái lo sợ hoặc áp lực từ việc xử lý các yếu tố không chắc chắn (Nguyễn Thế Hùng và cộng sự, 2022). Xu hướng chấp nhận rủi ro được cho là có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp (Mufeed Mohd Qasim, 2021; Nguyễn Thế Hùng và cộng sự, 2022). Như vậy, có thể đối với sinh viên, việc chấp nhận rủi ro sẽ ảnh hưởng tích cực tới ý định khởi nghiệp trực tuyến. Giả thiết H3 được thiết lập:

H3: Chấp nhận rủi ro tác động tích cực tới Ý định khởi nghiệp trực tuyến

Các nhà khoa học dành nhiều sự quan tâm cho những yếu tố ảnh hưởng tới Ý định khởi nghiệp trong đó có vai trò của đặc trưng tính cách (Phan Tấn Lực, 2023). Các đặc trưng tính cách là những đặc trưng tổng hợp giải thích cho cảm xúc, nhận thức và hành vi của một cá nhân (Koe Hwee Nga & Shamuganathan, 2010). Trong khởi nghiệp, mối quan hệ giữa đặc trưng tính cách và ý định khởi sự kinh doanh đã được khám phá và cung cấp nhiều kết quả thú vị để hiểu về quá trình hình thành ý định khởi nghiệp (Biswas & Verma, 2021; Koe Hwee Nga & Shamuganathan, 2010; Phan Tấn Lực, 2023). Từ đó, giả thuyết tiếp theo được thiết lập:

H4: Đặc trưng tính cách tác động tích cực tới Ý định khởi nghiệp trực tuyến

Sự đổi mới công nghệ thể hiện mức độ mà cá nhân sẵn sàng tiếp cận, trải nghiệm và áp dụng các thành tựu khoa học và kỹ thuật hiện đại mới vào hoạt động kinh doanh của họ (Abubakre và cộng sự, 2022). Một khi tính đổi mới được nâng cao, các cá nhân có xu hướng cởi mở hơn trong việc đón nhận các cơ hội kinh doanh và chấp nhận cũng như trải nghiệm quá trình chuyển đổi sang công nghệ mới vì các cá nhân muốn hướng tới lợi ích lâu dài mà các cơ hội kinh doanh và công nghệ mới mang lại (Rogers và cộng sự, 2014). Điều này làm tăng khả năng các cá nhân lựa chọn khởi nghiệp (Rauch và cộng sự, 2017). Vì vậy, dựa trên lập luận trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết sau:

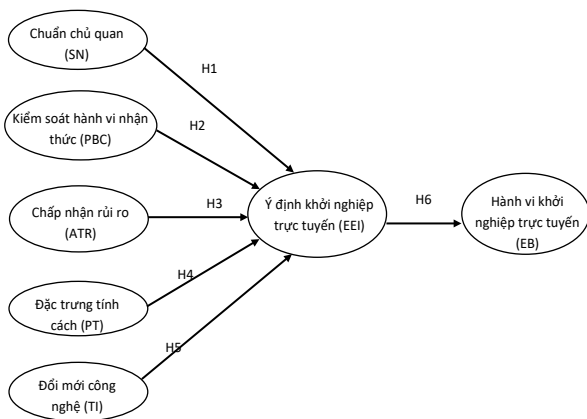
H5: Đổi mới công nghệ có tác động tích cực tới Ý định khởi nghiệp trực tuyến

Shirokova và cộng sự (2016) đã định nghĩa Hành vi khởi nghiệp là khám phá, đánh giá các cơ hội kinh doanh. Các nghiên cứu thực nghiệm trước đây về khởi nghiệp ủng hộ ý định hành vi khởi nghiệp đóng vai trò là tiền đề chính của hành vi khởi nghiệp (Cui & Bell, 2022; Shahzada Adeel và cộng sự, 2023). Điều này dẫn đến giả thuyết sau:

H6: Ý định khởi nghiệp điện tử có tác động tích cực tới hành vi khởi nghiệp trực tuyến

Dựa trên các giả thuyết nghiên cứu, nhóm tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu tại Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Sau quá trình lược khảo lý thuyết, nhóm nghiên cứu kế thừa các thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi khởi sự trực tuyến được đề xuất bao gồm: 30 biến quan sát. Trong đó, chuẩn chủ quan (3 biến), Kiểm soát hành vi nhận thức (6 biến),

thái độ đối với rủi ro (5 biến), Đặc trưng tính cách (5 biến), đổi mới công nghệ (4 biến), ý định khởi nghiệp trực tuyến (4 biến), hành vi khởi nghiệp trực tuyến (3 biến).

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng là điều tra bảng hỏi qua google form và gửi phiếu điều tra trực tiếp tới các sinh viên năm 3 và 4 đang theo học tại Trường Đại học tại Hà Nội. Phương pháp chọn mẫu đối với sinh viên Đại học Hà Nội là phương pháp thuận tiện. Nghiên cứu này thu thập được 455 phiếu trả lời đạt yêu cầu.

Nghiên cứu định lượng: kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, Kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá (EFA), Phân tích nhân tố khẳng định (CFA), phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đạt độ tin cậy với các hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,7 (Hair và cộng sự, 2009). Tuy nhiên, trong thang đo của nhân tố PT, biến quan sát PT4; trong thang đo của nhân tố PBC, biến quan sát PBC4, PBC5; trong thang đo của nhân tố EEI, biến quan sát EEI3 đều có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 (với các chỉ số lần lượt là 0,127; 0,234; 0,213; 0,145) và hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha tổng. Do đó, nhóm tác giả loại biến quan sát PT4, PBC4, PBC5, EEI3 Sau khi loại biến thì các thang đo đều đạt độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha từ 0,791 đến 0,885 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Như vậy, thang đo phù hợp sử dụng cho bước phân tích nhân tố khám phá (Hoang và Chu, 2008).

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) bằng phương pháp xoay Promax ở Bảng 1 cho thấy tất cả 30 biến quan sát đều đáp ứng yêu cầu. Cụ thể, hệ số KMO đạt 0,827, nằm trong khoảng [0,5; 1,0], cho thấy EFA là phương pháp phù hợp trong nghiên cứu này. Đồng thời, kiểm định Bartlett có giá trị p-value (sig.) bằng 0,00, nhỏ hơn mức ý nghĩa 5%, cho thấy các biến trong các nhân tố có mối tương quan với nhau.

Ngoài ra, năm nhân tố được trích ra dựa trên tiêu chí eigenvalue lớn hơn 1, giúp tổng hợp tốt nhất thông tin từ 30 biến quan sát trong EFA. Tổng phương sai trích đạt 65,413% (>50%), nghĩa là năm nhân tố này giải thích được 61,758% biến

thiên của dữ liệu. Ma trận xoay cho thấy 26 biến quan sát được nhóm thành năm nhân tố, với tất cả hệ số tải nhân tố (Factor Loading) đều lớn hơn 0,5, đảm bảo độ tin cậy theo tiêu chuẩn của Hair và cộng sự (2006). Nhìn chung, kết quả này xác nhận rằng phân tích nhân tố khám phá (EFA) phù hợp và có thể tiếp tục sử dụng phân tích nhân tố khẳng định (CFA).

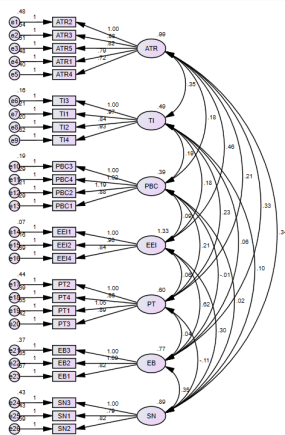
Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá và hệ số Cronbach's Alpha

	Nhân tố							Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha
	PBC	ATR	EI	PT	SN	EB	TI		
PBC3	0,843							0,557	0,885
PBC1	0,738							0,366	
PBC4	0,764							0,546	
PBC2	0,820							0,509	
ATR2		0,881						0,440	0,833
ATR1		0,876						0,671	
ATR3		0,855						0,418	
ATR4		0,597						0,417	
ATR5		0,556						0,601	
EI1			0,843					0,576	0,808
EI2			0,789					0,395	
EI4			0,788					0,419	
PT1				0,887				0,648	0,791
PT2				0,778				0,370	
PT4				0,775				0,337	
PT3				0,728				0,429	
SN2					0,924			0,591	0,829
SN3					0,911			0,569	
SN1					0,772			0,364	
EB3						0,918		0,598	0,816
EB2						0,721		0,365	
EB1						0,619		0,314	
TI1							0,840	0,548	0,782
TI2							0,827	0,532	
TI4							0,814	0,514	
TI3							0,761	0,487	
Eigenvalues	7,075	2,354	1,894	1,753	1,332	1,312	1,235		
Hệ số KMO=0,827; Hệ số Sig của Kiểm định Barlett =0,000; Tổng phần trăm phương sai trích = 65,413%									

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Hình 2. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định



Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

Kết quả phân tích các thành phần của thang đo (Hình 2) đều đạt được giá trị hội tụ, giá trị phân biệt, tính đơn hướng, độ tin cậy: Kết quả phân tích cho thấy Chi-Square/df là 1,933 nằm trong khoảng giữa 1 và 3; chỉ số TLI là 0,953 và CFI là 0,960 đều lớn hơn 0,9; Chỉ số GFI là 0,926 lớn hơn 0,8 là đạt chuẩn trong phân tích CFA (Taylor và cộng sự, 1993). Hơn nữa, RMSEA = 0,045 nhỏ hơn 0,06 nên mô hình đạt độ tương thích với dữ liệu thị trường. Mặt khác, các trọng số đã chuẩn hóa (0,593 - 0,981) đều lớn hơn 0.5 nên thang đo đạt giá trị hội tụ và không có sự tương quan giữa các sai số của các biến quan sát. Do đó các thang đo đều đạt tính đơn hướng. Các giá trị P-value đều nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5% nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 và đạt giá trị phân biệt. Kết luận, mô hình nghiên cứu phù hợp để tiếp tục phân tích cấu trúc tuyến tính SEM.

4.3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Bảng 2. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các biến trong mô hình

Tác động	Ước lượng chưa chuẩn hóa	Ước lượng chuẩn hóa	S.E.	C.R.	P	Giả thuyết
EI1 <--- PBC	0,156	0,197	0,093	2,153	0,035	Chấp nhận
EI1 <--- ATR	0,143	0,167	0,076	2,257	0,023	Chấp nhận
EI1 <--- PT	0,161	0,159	0,052	3,021	0,002	Chấp nhận
EI1 <--- SN	0,145	0,176	0,069	2,276	0,022	Chấp nhận
EI1 <--- TI	0,165	0,179	0,035	2,268	0,024	Chấp nhận
EB <--- EI	0,346	0,189	0,045	2,214	0,001	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

Kết quả phân tích SEM (bảng 2) về mối quan hệ giữa các nhân tố PBC, ATR, PT, SN và TI với ý định khởi nghiệp trực tuyến, EEI (ý định khởi nghiệp trực tuyến) và EB (Hành vi khởi nghiệp trực tuyến) cho thấy:

Sự tương quan giữa chuẩn chủ quan (SN) đối với ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên có Pvalue là 0,022 nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5%, đồng thời hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,145 lớn hơn 0, khẳng định được giả thuyết H1.

Sự tương quan giữa chấp nhận rủi ro (ATR) đối với ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên có Pvalue là 0,023 nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5%, đồng thời hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,143 lớn hơn 0, khẳng định được giả thuyết H2.

Sự tương quan giữa kiểm soát hành vi nhận thức (PBC) đối với ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên có Pvalue là 0,035 nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5%, đồng thời hệ số hồi quy chuẩn

hóa là 0,156 lớn hơn 0, khẳng định được giả thuyết H3.

Sự tương quan giữa đặc trưng tính cách (PT) đối với ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên có Pvalue là 0,002 nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5%, đồng thời hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,161 lớn hơn 0, khẳng định được giả thuyết H4.

Sự tương quan giữa đổi mới công nghệ (TI) đối với ý định khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên có Pvalue là 0,024 nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5%, đồng thời hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,165 lớn hơn 0, khẳng định được giả thuyết H5.

Sự tương quan giữa ý định khởi nghiệp trực tuyến (EEL) đối với hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên (EB) có Pvalue là 0,001 nhỏ hơn mức ý nghĩa thống kê 5%, đồng thời hệ số hồi quy chuẩn hóa là 0,346 lớn hơn 0, khẳng định được giả thuyết H6.

5. Kết luận và khuyến nghị

Nghiên cứu đã xác định được các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố đến ý định khởi nghiệp trực tuyến và hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên. Vì vậy để nâng cao ý định và hành vi khởi nghiệp trực tuyến của sinh viên một số trường Đại học tại Hà Nội, nhóm Tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị được ưu tiên thực hiện như sau:

Kiểm soát hành vi nhận thức: Để nâng cao mức độ kiểm soát hành vi nhận thức của sinh viên, các trường Đại học có thể phát triển các hoạt động đào tạo như cung cấp các khóa học và chương trình đào tạo về kỹ năng khởi nghiệp và kinh doanh trực tuyến. Bên cạnh đó, có thể cung cấp các gói hỗ trợ tài chính hoặc tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp để khuyến khích sinh viên thử sức với các dự án thực tế.

Chuẩn chủ quan: Nhà trường nên tạo môi trường học tập hỗ trợ: khuyến khích sinh viên thảo luận và chia sẻ ý tưởng khởi nghiệp. Bên cạnh đó, Nhà trường nên mời các chuyên gia để tổ chức các buổi nói chuyện, hội thảo với các doanh nhân thành công để sinh viên có cơ hội học hỏi và lấy cảm hứng.

Chấp nhận rủi ro: Để giúp sinh viên nhận thức đúng về rủi ro kinh doanh trong các hoạt động khởi nghiệp trực tuyến từ đó gia tăng mức độ chấp nhận rủi ro và thúc đẩy ý định khởi nghiệp trực tuyến, các trường đại học có thể hỗ trợ, hướng dẫn sinh viên trong phân tích các rủi ro đối với các

hoạt động khởi nghiệp trực tuyến thông qua nội dung các học phần, qua các hoạt động ngoại khóa và các buổi tọa đàm do các câu lạc bộ tổ chức.

Đặc trưng tính cách: Ngoài việc trang bị cho sinh viên các kiến thức chuyên môn, các kỹ năng và mức độ tự chủ, trách nhiệm thì các trường đại học có thể tăng cường thêm nhiều hoạt động ngoại khóa liên quan đến khởi nghiệp và kinh doanh trong thời đại công nghệ số.

Đổi mới công nghệ: Sinh viên nhận thức được mức độ đổi mới công nghệ cao hơn có nhiều khả năng có ý định khởi nghiệp trực tuyến. Từ phía các trường đại học, nhà trường nên khuyến khích sinh viên tiếp cận công nghệ mới: cung cấp cơ hội cho sinh viên tiếp cận và học hỏi về các công nghệ mới nhất liên quan đến kinh doanh trực tuyến. Ngoài ra, Nhà trường cũng nên hợp tác với doanh nghiệp thông qua việc tạo ra các chương trình hợp tác với các công ty công nghệ để sinh viên có cơ hội thực tập và làm việc với các dự án thực tế.

Tài liệu tham khảo:

- Abubakre, M., Zhou, Y., & Zhou, Z. (2022). The impact of information technology culture and personal innovativeness in information technology on digital entrepreneurship success. *Information Technology & People*, 35(1), 204-231.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Alomar, J. A. (2023). Assessing factors influencing female entrepreneurship intentions and behaviour. *FIIB Business Review*, 23197145221146348.
- Biswas, A., & Verma, R. K. (2021). Attitude and alertness in personality traits: a pathway to building entrepreneurial intentions among university students. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(2), 367-396.
- Cui, J., & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100639.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 653-674.
- Koe Hwee Nga, J., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95, 259-282.
- Kollmann, T. (2006). What is e-entrepreneurship?—fundamentals of company founding in the net economy. *International Journal of Technology Management*, 33(4), 322-340.
- Lai, L. S., & To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial intention among young Chinese adults. *Asian Journal of Technology Innovation*, 28(1), 119-137.
- Lihua, D. (2022). An extended model of the theory of planned behavior: an empirical study of entrepreneurial intention and entrepreneurial behavior in college students. *Frontiers in psychology*, 12, 627818.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Mufeed Mohd Qasim, D. (2021). Electronic entrepreneurial intentions in Jordan: entrepreneurial culture, risk propensity and the moderating role of gender.
- Nguyễn Thế Hùng, Lâm Quốc Bảo, & Nguyễn Lê Hoàng Thủy Tô Quỳnh. (2022). Nghiên cứu các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp của sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM*, 19(2).
- Phan Tấn Lực. (2023). Mối quan hệ giữa năm đặc điểm tính cách lớn và ý định khởi sự kinh doanh xã hội. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính-Marketing*, 89-101.
- Rauch, M., Wenzel, M., & Wagner, H.-T. (2017). The Impact of Digital Innovation on Path-Dependent Decision-Making: The Mediating Role of Risk Propensity and Opportunity-Threat Perception. Paper presented at the ICIS.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448): Routledge.
- Shahzada Adeel, Ana Dias Daniel, & Anabela Botelho. (2023). The effect of entrepreneurship education on the determinants of entrepreneurial behaviour among higher education students: A multi-group analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100324.
- Võ Văn Hiến. (2021). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trường đại học Tiền Giang. *Tạp chí Khoa Học Đại học Mở Thành Phố Hồ Chí Minh*, 16(2), 170-192.