

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

HUỲNH THỊ MỸ DIỆU

**Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ SỐ:
VAI TRÒ CỦA HÀNH VI CHẤP NHẬN CÔNG NGHỆ,
SỰ HIỂU BIẾT VỀ KHỞI NGHIỆP, NĂNG LỰC VÀ
TRẢI NGHIỆM CÔNG NGHỆ SỐ**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2026

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

HUỲNH THỊ MỸ DIỆU

**Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ SỐ:
VAI TRÒ CỦA HÀNH VI CHẤP NHẬN CÔNG NGHỆ,
SỰ HIỂU BIẾT VỀ KHỞI NGHIỆP, NĂNG LỰC
VÀ TRẢI NGHIỆM CÔNG NGHỆ SỐ**

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 9340101

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

1. PGS.TS. Huỳnh Thế Nguyễn

2. PGS.TS. Trần Nguyễn Khánh Hải

Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án nghiên cứu về “Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số” là công trình nghiên cứu của riêng tôi, được thực hiện dưới sự hướng dẫn của tập thể Người hướng dẫn khoa học.

Kết quả nghiên cứu trong luận án này là trung thực, minh bạch và rõ ràng. Một phần kết quả của luận án đã được công bố nhằm củng cố tính khoa học của luận án và quy định về điểm công trình trước khi bảo vệ, các nội dung còn lại chưa từng được công bố đồng thời trong bất kỳ công trình nào. Các kết quả nghiên cứu của người khác được sử dụng trong luận án đều được trích dẫn đầy đủ theo đúng quy định.

Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính pháp lý của luận án này.

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2026

Nghiên cứu sinh



Huỳnh Thị Mỹ Diệu

LỜI CẢM ƠN

Bất kỳ công trình nào cũng sẽ không hoàn thành nếu không có những người luôn hướng dẫn, hỗ trợ và đồng hành cùng tác giả. Nghiên cứu sinh vô cùng biết ơn về điều đó.

Trước tiên, tôi xin bày tỏ sự kính trọng, lòng biết ơn sâu sắc đến Thầy PGS.TS. Huỳnh Thế Nguyễn và Cô PGS.TS. Trần Nguyễn Khánh Hải đã tận tình chỉ dẫn tôi thực hiện luận án trong suốt thời gian qua. Hơn nữa, chỉ dẫn của Thầy và Cô là hành trang đáng quý cho tôi trên con đường nghiên cứu khoa học trong tương lai.

Tôi xin chân thành cảm ơn Đảng ủy, Lãnh đạo Nhà Trường, lãnh đạo và đồng nghiệp tại Viện Đào tạo sau đại học, Trường Đại học Tài chính - Marketing đã nhiệt tình hướng dẫn, hỗ trợ và tạo điều kiện cho tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu tại Trường. Chân thành cảm ơn quý Thầy Cô các Khoa chuyên môn, các Phòng, Ban, Thư viện... đã hỗ trợ giúp đỡ tôi trong suốt quá trình nghiên cứu.

Xin gửi lời tri ân chân thành đến các chuyên gia và người học đã nhiệt tình tham gia các cuộc phỏng vấn, thảo luận nhóm và trả lời bảng khảo sát phục vụ cho nghiên cứu này.

Cuối cùng, lời cảm ơn đặc biệt tôi muốn gửi đến chồng tôi luôn là hậu phương vững chắc, các con tôi luôn là động lực cho tôi cố gắng trên hành trình khó khăn này. Tôi cũng xin cảm ơn Cha Mẹ hai bên, người thân, bạn bè đã luôn bên cạnh hỗ trợ, động viên và tạo điều kiện tốt nhất để tôi có thêm thời gian và nghị lực hoàn thành luận án của mình.

Một lần nữa tôi xin chân thành cảm ơn!

Nghiên cứu sinh



Huỳnh Thị Mỹ Diệu

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	ii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	ix
DANH MỤC CÁC BẢNG	xi
DANH MỤC CÁC HÌNH	xi
TÓM TẮT LUẬN ÁN	xiii
CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU	1
1.1. Bối cảnh nghiên cứu	1
1.1.1. Bối cảnh thực tiễn	1
1.1.2. Bối cảnh lý thuyết	5
1.2. Lý do chọn lĩnh vực nghiên cứu	10
1.3. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu	15
1.3.1. Mục tiêu chung	15
1.3.2. Mục tiêu cụ thể	15
1.3.3. Câu hỏi nghiên cứu	15
1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	16
1.4.1. Đối tượng nghiên cứu	16
1.4.2. Phạm vi nghiên cứu	17
1.5. Phương pháp nghiên cứu	18
1.6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài	18
1.6.1. Về mặt lý luận	18
1.6.2. Về mặt thực tiễn	19
1.7. Kết cấu nội dung nghiên cứu:	20
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	22
2.1. Các khái niệm nghiên cứu	22
2.1.1. Ý định khởi nghiệp công nghệ số	22
2.1.1.1. Ý định	22
2.1.1.2. Khởi nghiệp	23

2.1.1.3. Ý định khởi nghiệp	25
2.1.1.4. Ý định khởi nghiệp công nghệ số	28
2.1.2. Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp và Nhận thức kiểm soát hành vi	34
2.1.3. Năng lực công nghệ số	36
2.1.4. Sự hiểu biết về khởi nghiệp công nghệ số	39
2.1.5. Trải nghiệm công nghệ số	41
2.1.6. Hành vi chấp nhận công nghệ	42
2.2. Các lý thuyết nền tảng	44
2.2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (<i>The Theory of Planned Behavior Model - TPB</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Mô hình chấp nhận công nghệ (<i>Technology Acceptance Model - TAM</i>)	48
2.3. Lược khảo nghiên cứu	53
2.3.1. Phương pháp trắc lượng thư mục	53
2.3.1.1. Quy trình thực hiện	53
2.3.1.2. Kết quả lược khảo nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp	55
2.3.1.3. Kết quả lược khảo các nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số	58
2.3.1.4. Kết quả lược khảo các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS	63
2.3.2. Phương pháp tổng quan có hệ thống	66
2.3.3. Tổng quan tình hình nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số trong nước	72
2.4. Khoảng trống nghiên cứu	76
2.5. Xây dựng các giả thuyết và Mô hình nghiên cứu đề xuất	79
2.5.1. Xây dựng các giả thuyết	79
2.5.1.1. Thái độ đối với khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định khởi nghiệp CNS	79
2.5.1.2. Năng lực CNS và Ý định khởi nghiệp CNS	80
2.5.1.3. Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS	82
2.5.1.4. Trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS	84
2.5.1.5. Hành vi chấp nhận công nghệ và ý định khởi nghiệp CNS	86
2.5.1.6. Vai trò trung gian của Thái độ đối với khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi	88

2.5.1.7. Vai trò điều tiết của nền tảng gia đình	90
2.5.2. Mô hình nghiên cứu	93
CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	98
3.1. Quy trình nghiên cứu	98
3.2. Giai đoạn 1: Tổng quan lý thuyết và lược khảo nghiên cứu	99
3.2.1. Xây dựng thang đo:	99
3.2.1.1. Thang đo Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp CNS	99
3.2.1.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi	100
3.2.1.3. Thang đo Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS	100
3.2.1.4. Thang đo Năng lực CNS	101
3.2.1.5. Thang đo Ý định khởi nghiệp CNS	102
3.2.1.6. Thang đo Trải nghiệm CNS	102
3.2.1.7. Thang đo Nhận thức tính hữu ích	103
3.2.1.8. Thang đo Nhận thức tính dễ sử dụng	103
3.2.2. Phỏng vấn chuyên gia	103
3.2.2.1. Mục đích phỏng vấn:	103
3.2.2.2. Đối tượng và phương pháp chọn mẫu:	104
3.2.2.3. Quy trình thực hiện	105
3.2.2.4. Kết quả phỏng vấn chuyên gia:	107
3.2.3. Thảo luận nhóm	111
3.2.3.1. Mục đích	112
3.2.3.2. Đối tượng tham gia	112
3.2.3.3. Quy trình thực hiện thảo luận nhóm	114
3.2.3.4. Kết quả thảo luận nhóm	115
3.3. Thiết kế nghiên cứu định lượng	122
3.3.1. Xây dựng bảng khảo sát	122
3.3.2. Phương pháp thu thập dữ liệu	123
3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu nghiên cứu	126
3.5. Nghiên cứu định lượng sơ bộ	126
CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	135

4.1. Kết quả mẫu khảo sát	135
4.1.1. Kết quả thống kê đặc điểm nhân khẩu học	135
4.1.2. Kiểm tra sai lệch phương pháp chung	136
4.2. Kiểm định mô hình đo lường	137
4.2.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo	137
4.2.2. Đánh giá giá trị hội tụ	139
4.2.3. Đánh giá giá trị phân biệt	139
4.3. Kiểm định mô hình cấu trúc	140
4.3.1. Đánh giá vấn đề đa cộng tuyến	140
4.3.2. Đánh giá mối quan hệ trong mô hình cấu trúc	140
4.3.3. Đánh giá độ phù hợp của mô hình nghiên cứu	142
4.3.3.1. Hệ số xác định R^2	142
4.3.3.2. Đánh giá sự liên quan của dự báo Q^2	143
4.3.3.3. Đánh giá hệ số SRMR	144
4.4. Kiểm định mối quan hệ trung gian	144
4.5. Kiểm định mối quan hệ điều tiết	146
4.6. Thảo luận kết quả nghiên cứu	149
4.6.1. Kết quả về các mối quan hệ trực tiếp	149
4.6.2. Kết quả mối quan hệ trung gian	154
4.6.3. Kết quả vai trò điều tiết của nền tảng gia đình	157
CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ	163
5.1. Kết luận	163
5.2. Đóng góp của luận án	165
5.2.1. Đóng góp về mặt lý luận	165
5.2.2. Đóng góp về mặt thực tiễn	166
5.3. Hàm ý quản trị	166
5.3.1. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của thái độ tích cực đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi	166
5.3.2. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của nhận thức tính hữu ích và nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ	168

5.3.3. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Sự hiểu biết về khởi nghiệp	170
5.3.4. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Năng lực công nghệ số ..	171
5.3.5. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò điều tiết của nền tảng gia đình	172
5.4. Hạn chế và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo	173
5.4.1. Hạn chế của luận án	173
5.4.2. Đề xuất hướng nghiên cứu	174
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ	176
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	177
PHỤ LỤC	- 1 -
1.1. Nhóm từ khóa đồng xuất hiện trong nghiên cứu về khởi nghiệp	- 1 -
1.2. Chuẩn hóa từ khóa tác giả nghiên cứu về lĩnh vực khởi nghiệp công nghệ số	- 4 -
1.3. Nhóm từ khóa đồng xuất hiện trong nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số ...	- 7 -
1.4. Lược khảo nghiên cứu liên quan về ý định khởi nghiệp	- 11 -
1.5. Lược khảo các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp công nghệ số	- 25 -
1.6. Tổng quan nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số trong nước	- 48 -
2. Bảng tổng hợp thang đo các yếu tố đo lường	- 57 -
3. Phỏng vấn sâu chuyên gia	- 61 -
3.1. Danh sách chuyên gia tham gia phỏng vấn	- 61 -
3.2. Dàn bài Phỏng vấn chuyên gia	- 61 -
3.3. Kết quả phỏng vấn chuyên gia	- 71 -
4. Thảo luận nhóm	- 80 -
4.1. Danh sách tham gia thảo luận nhóm	- 80 -
4.2. Dàn bài thảo luận nhóm	- 81 -
4.3. Kết quả thảo luận nhóm	- 86 -
5. Bảng khảo sát chính thức	- 94 -
6. Kết quả phân tích dữ liệu	- 101 -
7. Phỏng vấn chuyên gia sau kết quả phân tích các giả thuyết không có ý nghĩa thống kê	- 101 -

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

TỪ VIẾT TẮT	TIẾNG ANH	TIẾNG VIỆT
ADE	Attitude towards digital entrepreneurship	Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp công nghệ số
BSSC	Business Startup Support Center	Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp
CNS		Công nghệ số
DC	Digital Capability	Năng lực công nghệ số
DEI	Digital Entrepreneurship Intention	Ý định khởi nghiệp CNS
DEK	Digital Entrepreneurship Knowledge	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS
EEM	The Entrepreneurial Event Model	Lý thuyết về sự kiện khởi nghiệp
EIM	The Entrepreneurial Intention Model	Mô hình ý định khởi nghiệp
EO	Entrepreneurial Orientation	Định hướng kinh doanh
ET	Expectancy Theory	Lý thuyết kỳ vọng
GEM	Global Entrepreneurship Monitor	Báo cáo khởi nghiệp toàn cầu
GSO	General Statistics Organization	Tổng cục thống kê
HCMUT	Ho Chi Minh City University of Technology	Trường Đại học Bách Khoa TP.HCM
HIU	Hong Bang International University	Trường Đại học quốc tế Hồng Bàng
HUFLIT	Ho Chi Minh City University of Foreign Language - Information Technology	Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP.HCM
HUIT	Ho Chi Minh City University of Industry and Trade	Trường Đại học Công Thương TP.HCM
HUTECH	Ho Chi Minh City University of Technology	Trường Đại học Công nghệ TP.HCM
ICT	Information & Communications Technologies	Công nghệ Thông tin và Truyền thông
IS	Information System	Hệ thống thông tin
IUH	Industrial University of Ho Chi Minh City	Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM
IU-VNU	International University - Vietnam National University	Trường Đại học Quốc tế - Đại học quốc gia TP.HCM
NIC	Vietnam National Innovation Center	Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia
OU	Ho Chi Minh City Open University	Trường Đại học Mở TP.HCM

TỪ VIẾT TẮT	TIẾNG ANH	TIẾNG VIỆT
PBC	Perceived Behavioral Control	Nhận thức kiểm soát hành vi
PEDT	Prior Experience in Digital Technology	Trải nghiệm CNS
PEU	Perceived Ease of Use	Nhận thức tính dễ sử dụng
PLS	Partial Least Squares	Bình phương tối thiểu một phần
PU	Perceived Usefulness	Nhận thức tính hữu ích
SCT	Social Cognitive Theory	Lý thuyết nhận thức xã hội
SEM	Structural Equation Modeling	Mô hình cấu trúc tuyến tính
SHTP	Saigon Hi-tech Park	Khu công nghệ cao Sài Gòn
SMEI	Structural Model of Entrepreneurial Intention	Lý thuyết cấu trúc về ý định khởi nghiệp
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences	Phần mềm thống kê cho khoa học xã hội
TAM	Technology Acceptance Model	Mô hình chấp nhận công nghệ
TDTU	Ton Duc Thang University	Trường Đại học Tôn Đức Thắng
TP.HCM		Thành phố Hồ Chí Minh
TPB	Theory of Planned Behaviour	Lý thuyết về hành vi có kế hoạch
TPBEM	The theory of Planned Behavior Entrepreneurial Model	Lý thuyết mô hình hành vi khởi nghiệp có kế hoạch
TRA	Theory of Reasoned Action	Thuyết hành động hợp lý
UEF	University of Economics and Finance	Trường Đại học Kinh tế - Tài chính
UEH	University of Economics Ho Chi Minh City	Đại học Kinh tế Tp.HCM
UEL	University of Economics and Law	Trường Đại học Kinh tế - Luật
UFM	University of Finance - Marketing	Trường Đại học Tài chính - Marketing
YĐKN		Ý định khởi nghiệp

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1. Các đặc trưng cơ bản của khởi nghiệp CNS	21
Bảng 2.2. Tóm tắt lý thuyết nền sử dụng trong nghiên cứu về khởi nghiệp	52
Bảng 3.1. Thang đo Thái độ cá nhân với khởi nghiệp CNS	99
Bảng 3.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi	100
Bảng 3.3. Thang đo Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS	100
Bảng 3.4. Thang đo Năng lực CNS	101
Bảng 3.5. Thang đo Ý định khởi nghiệp CNS	102
Bảng 3.6. Thang đo Trải nghiệm CNS	102
Bảng 3.7. Thang đo Nhận thức tính hữu ích	103
Bảng 3.8. Thang đo Nhận thức tính dễ sử dụng	103
Bảng 3.9. Kết quả phát triển thang đo thông qua phỏng vấn chuyên gia	111
Bảng 3.10. Kết quả phát triển thang đo thông qua thảo luận nhóm	119
Bảng 3.11. Bảng thang đo chính thức	120
Bảng 3.12 Dữ liệu khảo sát thu thập được	112
Bảng 3.13 Kết quả thống kê sơ bộ nhân khẩu học	118
Bảng 3.14 Kết quả phân tích sơ bộ kiểm tra độ tin cậy của thang đo	119
Bảng 3.15 Tiêu chí Fornell-Larcker và hệ số Heterotrait-Monotrait (HTMT)	133
Bảng 4.1. Thống kê đặc điểm nhân khẩu học	135
Bảng 4.2. Kết quả tóm tắt các hệ số tải trong mô hình đo lường	138
Bảng 4.3 Tiêu chí Fornell-Larcker và hệ số Heterotrait-Monotrait (HTMT)	139
Bảng 4.4. Kết quả đánh giá mức độ đa cộng tuyến của các biến quan sát (VIF)	140
Bảng 4.5 Kết quả đánh giá mối quan hệ trực tiếp	141
Bảng 4.6 Kết quả hệ số xác định R^2	143
Bảng 4.7 Kết quả hệ số dự báo Q^2	143
Bảng 4.8 Kết quả phân tích hệ số SRMR	144
Bảng 4.9 Kết quả vai trò mối quan hệ trung gian	144
Bảng 4.11 Kết quả phân tích đa nhóm MGA	148
Bảng 4.12 Tổng hợp kết quả kiểm định các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu	148

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 2.1. Thuyết hành động hợp lý (Fishbein và Ajzen, 1975) và Thuyết hành vi có kế hoạch (Ajzen, 1991)	44
Hình 2.2. Mô hình chấp nhận công nghệ (Davis, 1986)	45
Hình 2.3. Quy trình lược khảo nghiên cứu bằng phương pháp trắc lượng thư mục ..	55
Hình 2.4. Thống kê tạp chí công bố về chủ đề khởi nghiệp (1) theo năm (2) theo quốc gia	55
Hình 2.5. Thống kê tạp chí công bố về chủ đề khởi nghiệp (3) theo lĩnh vực (4) theo tạp chí công bố	55
Hình 2.6. Bảng đồ mạng phân tích xuất hiện đồng từ khóa tác giả về khởi nghiệp ..	55
Hình 2.7. Sự phát triển của số lượng tạp chí qua các năm về chủ đề khởi nghiệp CNS	59
Hình 2.8. Số lượng nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp CNS theo quốc gia	60
Hình 2.9. Số lượng nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp CNS theo lĩnh vực tạp chí	60
Hình 2.10. Bảng đồ mạng phân tích xuất hiện đồng từ khóa tác giả về khởi nghiệp CNS	60
Hình 2.11. Bảng đồ mạng phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả về ý định khởi nghiệp CNS.	63
Hình 2.12. Mô hình nghiên cứu đề xuất	96
Hình 3.1. Quy trình nghiên cứu	98
Hình 4.1. Kết quả phân tích PLS-SEM của mô hình nghiên cứu	142

TÓM TẮT LUẬN ÁN

Đã có nhiều nghiên cứu học thuật liên quan đến ý định khởi nghiệp (YĐKN) nhưng rất ít nghiên cứu quan tâm đến việc làm thế nào để thúc đẩy và tăng cường YĐKN trên nền tảng công nghệ số (CNS). Nghiên cứu này với mục đích kiểm tra tác động của các yếu tố thuộc lý thuyết hành vi dự định có kế hoạch - TPB, bao gồm Nhận thức kiểm soát hành vi và Thái độ đối với khởi nghiệp CNS; các yếu tố cá nhân (bao gồm Năng lực CNS, Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS, Trải nghiệm CNS) và hành vi chấp nhận công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS (bao gồm các yếu tố thuộc mô hình chấp nhận công nghệ: Nhận thức về tính hữu ích và Nhận thức tính dễ sử dụng) của người học ở bậc sau đại học tại Việt Nam, cụ thể khu vực Thành phố Hồ Chí Minh. Phân tích dữ liệu từ 1.243 học viên sau đại học dựa trên phần mềm SPSS và mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM). Kết quả từ nghiên cứu đã đóng góp vào việc khẳng định các khía cạnh hành vi (tức là Thái độ và Nhận thức kiểm soát hành vi) là yếu tố có khả năng dự báo cũng như yếu tố trung gian mạnh mẽ để tăng cường ý định khởi nghiệp CNS. Bên cạnh đó, Năng lực công nghệ số và Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS cũng tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả cũng cho thấy Trải nghiệm về công nghệ không có tác động đến thái độ đối với ý định cũng như ý định khởi nghiệp CNS và thái độ không đóng vai trò trung gian mối quan hệ giữa Trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả cũng cho thấy Nhận thức về tính dễ sử dụng của công nghệ là một yếu tố dự báo mạnh mẽ làm gia tăng ý định khởi nghiệp CNS. Ngoài ra, nền tảng gia đình có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp CNS, nhận thức tính dễ sử dụng đối với ý định khởi nghiệp CNS, nhưng không điều tiết các mối quan hệ giữa năng lực CNS, Kiến thức khởi nghiệp CNS, trải nghiệm CNS và nhận thức tính hữu ích của công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS. Do đó, những phát hiện này mang lại ý nghĩa lý thuyết và thực tiễn liên quan đến việc ứng dụng Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) và Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS. Việc ứng dụng mô hình TAM trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS có thể giúp hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của các cá nhân trong bối cảnh CNS. Điều này góp phần cung cấp một khuôn khổ lý thuyết vững chắc

để xây dựng các chính sách và chiến lược hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp trên nền tảng CNS. Từ đó, nghiên cứu tập trung vào việc đề xuất các hàm ý quản trị để nuôi dưỡng và thúc đẩy ý định khởi nghiệp tại Việt Nam trong thời đại kỹ nguyên số.

Từ khóa: *Lý thuyết hành vi có kế hoạch, Mô hình chấp nhận công nghệ, Nền tảng gia đình kinh doanh, Ý định khởi nghiệp công nghệ số*

ABSTRACT

There have been numerous academic studies related to entrepreneurial intention (EI), but very few have focused on how to promote and enhance EI in the context of digital technology (DT). This study aims to examine the impact of factors from the Theory of Planned Behavior (TPB) - including Perceived Behavioral Control and Attitude toward Digital entrepreneurship; personal factors (including Digital Capability-DC, Digital Entrepreneurial Knowledge-DEK, and Prior Experience in DT-PEDT); and the role of factors from the Technology Acceptance Model (TAM) on postgraduate students' DT entrepreneurial intention (including Perceived Usefulness-PU and Perceived Ease of Use-PEU) in Vietnam, specifically in Ho Chi Minh City. Data from 1,243 postgraduate students were analyzed using SPSS software and the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The findings confirm that behavioral aspects, namely Attitude and Perceived Behavioral Control, are strong predictors as well as powerful mediators in enhancing Digital Entrepreneurial Intention-DEI. Additionally, DC directly influences DEI. However, results also indicate that PEDT does not positively affect attitudes toward DEI nor their PEDT, and Attitude does not mediate the relationship between PEDT and DEI. In addition, family background moderate the relationship between attitude with DEI, perceived ease of use of technology with DEI. These findings have both theoretical and practical implications regarding the application of the TPB and TAM in researching DEI. Incorporating TAM into the study of DEI provides deeper insights into the factors influencing individuals' intentions to pursue DEI. This contributes to establishing a solid theoretical framework for developing policies and strategies to support the growth of startups in the DT sector. Accordingly, the study focuses on proposing managerial implications to foster and promote Vietnamese entrepreneurial intention in the digital era.

Keywords: *Theory of planned behavior, Technology acceptance model, Family business background, Digital entrepreneurship intention*

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

1.1. Bối cảnh nghiên cứu

1.1.1. Bối cảnh thực tiễn

Sự hội nhập ngày càng sâu rộng của kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế toàn cầu, cùng với tác động sâu sắc của Cách mạng công nghiệp 4.0, đặt ra yêu cầu cấp bách về nghiên cứu và đề xuất các giải pháp đổi mới chính sách kinh tế – tài chính và quản lý kinh tế nhằm thích ứng hiệu quả với bối cảnh mới. Đối với trường hợp các quốc gia đang phát triển như Việt Nam đang hướng đến một mô hình tăng trưởng bền vững đặt ra yêu cầu động lực cho sự phát triển mới, trong đó phải có khát vọng vươn lên với trọng tâm là ý chí khởi nghiệp, tinh thần đổi mới sáng tạo. Một trong những hướng đi quan trọng để Việt Nam tăng tốc phát triển kinh tế và xã hội là phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, tạo lập môi trường thuận lợi để thúc đẩy, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới (CESTI, 2018). Hoạt động khởi nghiệp là nơi mà các ý tưởng mới, sáng tạo và đột phá được sinh ra. Các doanh nghiệp mới hoạt động thường tập trung vào việc giải quyết các vấn đề thực tiễn và cung cấp sản phẩm, dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu của thị trường (Baumol và cộng sự, 2007). Đồng thời, các doanh nghiệp mới khởi nghiệp có tính cạnh tranh cao giữa công ty lớn và nhỏ. Do đó sẽ thúc đẩy sự đổi mới trong nền kinh tế, cải tiến chất lượng sản phẩm và dịch vụ, cải thiện chất lượng cuộc sống và giúp tăng trưởng kinh tế tổng thể của một quốc gia (Saha và cộng sự, 2023; Amini Sedeh và cộng sự, 2022; Caiazza, 2016). Nhiều quốc gia và khu vực đã nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động khởi nghiệp và đã xây dựng các chương trình hỗ trợ đi cùng với các chính sách thuận lợi để khuyến khích sự phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Chính phủ Việt Nam cũng đã xác định chuyển đổi số là một trong những chiến lược trọng tâm để nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và phát triển kinh tế số. Các chính sách hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo như đề án 844, chương trình quốc gia phát triển công nghệ số (CNS) và các vườn ươm khởi nghiệp đang được triển khai rộng rãi. Đáng chú ý, Nghị quyết 198/2025/QH15 mới được Quốc hội ban hành về cơ chế, chính sách đặc biệt nhằm phát triển kinh tế tư nhân đã quy định miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa trong 03 năm kể từ ngày được cấp Giấy chứng

nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu. Đồng thời, miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong thời hạn 02 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 04 năm tiếp theo đối với thu nhập từ hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, công ty quản lý quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo, tổ chức trung gian hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Theo báo cáo khởi nghiệp toàn cầu - GEM (2018), kết quả hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam năm 2017/18 được đánh giá có những thay đổi tích cực so với năm 2015/16. Nhiều trường đại học đã và đang phát triển các chương trình đào tạo về khởi nghiệp như một ngành học hoặc một học phần của chương trình đào tạo. Nghiên cứu của Turker và Selcuk (2009) cho thấy nếu các trường đại học đảm bảo được kiến thức và khơi dậy nguồn cảm hứng về khởi nghiệp thì sinh viên sẽ có nhiều khả năng khởi nghiệp hơn. Giáo dục khởi nghiệp là công cụ chính để thúc đẩy các ý định, tư duy và hành vi kinh doanh; tuy nhiên, liệu giáo dục có hiệu quả hay không còn gây tranh cãi (Gautam và cộng sự, 2015; Singh và cộng sự, 2015). Hơn nữa, chất lượng của giáo dục khởi nghiệp dựa trên sự hiểu biết các yếu tố dẫn đến ý định kinh doanh (Abdullah và cộng sự, 2016), trau dồi kỹ năng khởi nghiệp và khả năng ra quyết định (Singh và cộng sự, 2015). Từ đó cho thấy giáo dục khởi nghiệp đóng vai trò hết sức quan trọng trong quá trình phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp của quốc gia. Thực tế ở Việt Nam cho thấy sinh viên mới tốt nghiệp lại có xu hướng đi làm thuê thay vì chọn con đường kinh doanh cho riêng mình để khởi nghiệp. Theo Nguyen (2018), sinh viên Việt Nam sau khi tốt nghiệp rất chật vật để tìm kiếm việc làm cũng như khởi nghiệp. Do đó, các nhà nghiên cứu trên khắp thế giới cũng đang nỗ lực tìm hiểu và khám phá ra những yếu tố có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của một cá nhân. Bởi vì tinh thần khởi nghiệp đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của ý tưởng kinh doanh, cung cấp kiến thức về cách lập kế hoạch, thực hiện và phát triển doanh nghiệp, đồng thời rèn luyện những yếu tố cần thiết để trở thành một doanh nhân (Hutasuhut & Saidun, 2018). Thế hệ trẻ và doanh nhân ngày càng coi trọng sự sáng tạo, tạo ra giá trị và tác động tích cực trong cộng đồng. Không chỉ tập trung vào việc tạo ra lợi nhuận, họ còn quan tâm đến việc giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường, từ đó thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp hướng đến trách nhiệm xã hội. Chính sự đam mê và tinh thần kiên nhẫn của những doanh nhân trẻ đã tạo ra những ý tưởng đột phá và dẫn đến sự phát

triển nhanh chóng của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Cùng với đó, tinh thần sẵn sàng chấp nhận rủi ro và học hỏi từ thất bại cũng là yếu tố quan trọng giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp vươn lên thành công.

Trong thế giới của kỷ nguyên số, các công nghệ như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), Internet vạn vật (IoT) và công nghệ blockchain, ... ngày càng phát triển mạnh mẽ thì nhu cầu đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ trong kinh doanh trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Có thể nói, xu hướng ứng dụng dịch vụ Internet tốc độ cao, thiết bị và điện thoại thông minh tại Việt Nam bắt đầu từ năm 2003. Đó được xem là bước khởi đầu cho hàng loạt hoạt động khởi nghiệp mới nổi liên quan đến CNS tại Việt Nam. Năm 2016, dịch vụ gia công phần mềm công nghệ thông tin đạt doanh thu khoảng 3 tỷ USD, đưa Việt Nam vượt qua Ấn Độ để trở thành quốc gia có ngành công nghiệp phần mềm lớn thứ hai, sau Trung Quốc (Bộ Tài chính, 2017). Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ICT) là một trong những lĩnh vực phát triển nhanh nhất tại Việt Nam, bằng chứng là trong năm 2022, Việt Nam có hơn 40.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin, doanh thu xuất khẩu phần mềm và dịch vụ ICT đạt 2,2 tỷ USD (Tạp chí điện tử, 2023). Theo báo cáo của Cameron và cộng sự (2019), tính đến giữa năm 2018, đã có tổng cộng 9.500 doanh nghiệp tại Việt Nam tạo ra phần mềm số trong các lĩnh vực như tài chính, viễn thông, nông nghiệp thông minh và chính phủ, đạt tổng doanh thu toàn ngành ICT là 98,9 tỷ USD, gấp 13 lần doanh thu năm 2010 (7,6 tỷ đô la Mỹ).

Bên cạnh đó, sự phát triển vượt bậc của công nghệ số đã làm thay đổi bản chất của khởi nghiệp, mang đến những cơ hội, quy trình và thách thức mới, cũng như sự xuất hiện của các ngành kỹ thuật số mới (Denoo & Yli-Renko, 2019). Công nghệ ngày càng tiến bộ và hiện đại đã tạo ra những cơ hội mới và giảm thiểu ngưỡng gia nhập vào thị trường. Số hóa mang đến cho các doanh nhân nhiều cơ hội để tích hợp công nghệ số vào tất cả các hoạt động khởi nghiệp, cho phép họ phát triển các sản phẩm, dịch vụ, quy trình và mô hình kinh doanh mới, khám phá các thị trường và cơ hội mới, giảm thiểu chi phí và gắn kết tốt hơn với các bên liên quan (Kollmann và cộng sự, 2021; Sahut và cộng sự, 2021; Elia và cộng sự, 2020; Kraus và cộng sự, 2019; Ladeira và cộng sự, 2019; Rusu & Roman, 2020). Việc sử dụng internet và các ứng dụng CNS đã giúp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể tiếp cận đến khách hàng và

thị trường toàn cầu một cách dễ dàng hơn bao giờ hết. Các lĩnh vực như trí tuệ nhân tạo, khoa học dữ liệu, big data, công nghệ blockchain, v.v... đã tạo ra một không gian mở cho sự đổi mới và phát triển kinh doanh.

Theo báo cáo của CB Insights về xu hướng khởi nghiệp năm 2021 cho thấy ngành công nghệ vẫn là lĩnh vực được quan tâm nhất. Trong số 677 nhà đầu tư khởi nghiệp được thăm dò ý kiến thì có hơn một nửa (53%) cho rằng các công ty công nghệ sẽ là ngành phát triển nhanh nhất trong 5 năm tới. Hơn nữa, thống kê của Starup Genome (2021) cũng cho thấy sự tăng trưởng đáng kể của lĩnh vực này, trong số 250 thành phố khởi nghiệp đáng chú ý trên thế giới thì đã có 80% đang phát triển trong các lĩnh vực công nghệ, bao gồm trí tuệ nhân tạo, chăm sóc sức khỏe và bảo mật thông tin. Báo cáo của GEM 2020-2021 cho thấy Việt Nam có nhiều bước tiến đáng kể trong lĩnh vực khởi nghiệp công nghệ. Năm 2021, Việt Nam xếp hạng thứ 3 trên thế giới về tốc độ tăng trưởng của các công ty khởi nghiệp công nghệ, sau Ấn Độ và Trung Quốc (GEM, 2021). Báo cáo của Cục Thông tin Khoa học và Công nghệ quốc gia cho thấy trong năm 2024 chỉ số hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam xếp thứ 5 tại khu vực Đông Nam Á, thứ 12 tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và tăng 4 bậc so với năm 2022 vươn lên vị trí 44/133 quốc gia khởi nghiệp toàn cầu (CESTI, 2024). Đồng thời, Báo cáo đổi mới sáng tạo và công nghệ Việt Nam 2023 của Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC) cho rằng đầu tư công nghệ tại quốc gia chịu sự ảnh hưởng từ nền kinh tế toàn cầu, vốn đầu tư mạo hiểm vào nước ta đã giảm 65% vào nửa cuối năm 2022 vì khủng hoảng trong ngành công nghệ ngày càng tăng, tuy nhiên lĩnh vực Fintech vẫn tiếp tục thu hút vốn đầu tư dồi dào, chiếm khoảng 39% tổng giá trị đầu tư (NIC, 2023). Doanh thu công nghiệp CNS năm 2024 ước đạt 3,636 triệu tỷ đồng, với 50.350 doanh nghiệp CNS đang hoạt động (Phạm Lâm, 2024).

Nhu cầu nội tại từ thực tiễn, xu hướng hợp tác, hội nhập quốc tế sâu rộng và kinh nghiệm thành công của các quốc gia khởi nghiệp đã và đang tác động đến tinh thần khởi nghiệp của Việt Nam hiện nay. Tuy nhiên, do tác động của công nghệ số trở thành một rào cản lớn đối với những người có ý định bắt đầu kinh doanh trong lĩnh vực CNS (Mir và cộng sự, 2022). Người học bậc sau đại học là những người lao động trong các ngành kỹ thuật - công nghệ có nhiều điều kiện thuận lợi để tiếp cận tri thức và triển khai các dự án công nghệ số. Đặc biệt, học viên sau đại học là lực lượng với nền tảng tri thức

chuyên môn vững chắc, có tư duy nghiên cứu khoa học và trải nghiệm thực tiễn đa dạng, đang trở thành một lực lượng tiềm năng trong hệ sinh thái khởi nghiệp CNS. Nhiều học viên đang theo học các ngành liên quan đến công nghệ, quản trị, kinh tế, giáo dục, ..., đã bắt đầu quan tâm đến việc ứng dụng CNS để giải quyết các vấn đề thực tiễn trong lĩnh vực chuyên môn của mình thông qua con đường khởi nghiệp. Tuy nhiên, việc hiện thực hóa ý tưởng khởi nghiệp CNS ở nước ta đang gặp phải nhiều rào cản như thiếu vốn, kinh nghiệm quản lý, kỹ năng gọi vốn đầu tư, hiểu biết hạn chế về thị trường và tâm lý e ngại rủi ro. Hoạt động khởi nghiệp đang trở thành xu hướng và có ảnh hưởng trong bối cảnh thực tiễn hiện nay. Cùng với đó là sự tiến bộ của công nghệ, sự thay đổi quan điểm kinh doanh và sự hỗ trợ của các tổ chức và chính phủ, phi chính phủ đã tạo ra những cơ hội và thách thức cho những ai muốn tham gia sân chơi khởi nghiệp này.

Trong nền kinh tế chuyển đổi số, khởi nghiệp CNS bắt đầu thu hút sự quan tâm của nhiều quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển (Nathani & Dwivedi, 2019). CNS làm thay đổi cơ cấu tổ chức của các doanh nghiệp truyền thống, những thay đổi này được gọi là “chuyển đổi kỹ thuật số” tạo ra nhiều cơ hội cho hoạt động khởi nghiệp (Garcez và cộng sự, 2023). Xu hướng vận động kinh tế - xã hội hiện nay và tương lai chủ yếu diễn ra trên nền tảng số như kinh tế số, thương mại số, tài chính số và xã hội số, ...đặt ra yêu cầu không chỉ cho hoạt động khởi nghiệp và còn khởi nghiệp trên nền tảng CNS. Chính vì vậy, nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS là hết sức cần thiết để hiểu được động lực, rào cản và định hướng chính sách, từ đó tăng cường hỗ trợ và thúc đẩy thể hệ khởi nghiệp trẻ hiện nay.

1.1.2. Bối cảnh lý thuyết

Khởi nghiệp là một khái niệm thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu từ những năm thế kỷ 19. Cách đây khoảng 30 năm, kể từ khi Shapero đưa ra các kết quả nghiên cứu có ảnh hưởng lớn về chủ đề khởi nghiệp (Shapero 1984; Shapero và Sokol 1982), các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp (YĐKN) đã dành được sự quan tâm của rất nhiều học giả. Từ đó, xã hội cũng đã chứng kiến sự bùng nổ của việc sử dụng các mô hình ý định khởi nghiệp, đồng thời khẳng định khả năng ứng dụng các lý thuyết này trong nhiều lĩnh vực khác nhau.

Có hai hướng nghiên cứu riêng biệt xuất hiện liên quan đến YĐKN. Trước tiên, xuất phát từ tâm lý học xã hội nhằm mục đích phân tích các hành vi nói chung và làm

sáng tỏ quá trình từ ý định dẫn từ thái độ và niềm tin đi đến hành động một cách hiệu quả. Trong đó, phải kể đến hai đóng góp chính của lĩnh vực này đặc biệt phù hợp với nghiên cứu về YĐKN, là của Ajzen và Fishbein (1980) và của Bandura (1997). Một bước tiến xa hơn khi Lý thuyết về hành vi có kế hoạch (TPB) được Ajzen (1991) phát triển và hoàn thiện đã trở thành một trong những lý thuyết được sử dụng rộng rãi nhất trong tâm lý học xã hội nói chung. Nghiên cứu của Krueger và Carsrud (1993) được cho là có ý nghĩa rất lớn trong việc biến TPB thành lý thuyết “tham chiếu” trong hầu hết các nghiên cứu về YĐKN. Krueger và Brazeal (1994) đã cố gắng dung hòa TPB với lý thuyết về sự kiện khởi nghiệp (EEM) của Shapero và Sokol (1982). Ngay sau đó, hai đóng góp nổi tiếng của Kolvereid (1996a, b) đã khẳng định chắc chắn khả năng ứng dụng và tính hữu dụng của mô hình TPB trong hầu hết các nghiên cứu về khởi nghiệp.

Hướng thứ hai dành riêng cho lĩnh vực kinh doanh (Shapero 1984; Shapero và Sokol 1982; Bird 1988). Sự giao thoa của cả hai hướng nghiên cứu này phần lớn là nhờ vào một số đóng góp rất thuyết phục cho việc áp dụng các công cụ và lý thuyết từ tâm lý học trong việc nghiên cứu về ý định khởi nghiệp (Shaver và Scott, 1991). Kể từ đó, nghiên cứu về EI đã được mở rộng, tập trung vào nhiều khía cạnh khác nhau. Chẳng hạn, một số bài nghiên cứu ý định ở cấp độ doanh nghiệp (Xiao và cộng sự, 2013). Điều này sẽ gần hơn với khái niệm định hướng kinh doanh - Entrepreneurial Orientation - EO) (Kraus và cộng sự, 2012; Rigtering và cộng sự, 2014) - là một đặc điểm của tổ chức. Trong khi đó, khái niệm về YĐKN trước đây chỉ được nghiên cứu ở cấp độ cá nhân (Krueger và cộng sự, 2000; Werner và cộng sự, 2014).

Nhiều lý thuyết khác nhau đã được xây dựng để nghiên cứu ý định khởi nghiệp như Mô hình sự kiện khởi nghiệp - EEM (Shapero & Sokol, 1982), Lý thuyết hành vi có kế hoạch - TPB (Ajzen, 1991), v.v.. Sau này, một số mô hình bắt nguồn từ các mô hình trước đó được gọi là Lý thuyết Mô hình kinh doanh hành vi có kế hoạch - TPBEM (Krueger & Carsrud, 1993) được xây dựng từ lý thuyết TPB của Ajzen; Mô hình ý định khởi nghiệp - EIM (Boyd & Vozikis, 1994) là sự mở rộng của mô hình Bird (1998) và Mô hình tiềm năng khởi nghiệp - EPM (Krueger & Brazeal, 1994) được phát triển từ mô hình EEM của Shapero và Sokol (1982). Năm 2002, Douglas và Shepherd đề xuất một mô hình mới được gọi là Mô hình ý định khởi nghiệp (DEIM) để kiểm tra tác động của thái độ cá nhân với ý định khởi nghiệp. Sau này, Lý thuyết cấu trúc về ý định khởi

ngiệp (SEMI) được Lutthje và Franke đề xuất năm 2003 chỉ ra tầm quan trọng của đặc điểm tính cách trong giải thích thái độ và hành vi kinh doanh của một cá nhân.

Sự tích hợp các lý thuyết từ lĩnh vực tâm lý xã hội đã góp phần làm tăng sức mạnh về mặt lý thuyết và tính chặt chẽ về mặt phương pháp của các đóng góp nêu trên (Ajzen, 1991; Bandura, 1982). Mặc dù về sau này đã có sự ra đời và tồn tại các mô hình lý thuyết thay thế khác nhau nhưng vẫn tồn tại một số bằng chứng về tính tương thích của các mô hình dựa trên ý định (Boyd và Vozikis, 1994; Krueger và cộng sự, 2000). Ngoài ra, với việc xuất hiện ngày càng nhiều nghiên cứu dựa trên khái niệm YĐKN, ứng dụng mới vào nhiều lĩnh vực khác nhau dẫn đến kết quả của nhiều nghiên cứu không còn phù hợp với tình hình hiện tại (Carsrud và Brännback, 2011; Krueger, 2009; Krueger và Day, 2010). Phần lớn các nghiên cứu này thiếu hệ thống hóa và có xu hướng lặp lại các nghiên cứu đã thực hiện trước đây. Do đó, dẫn đến một hệ lụy là nghiên cứu trong lĩnh vực khởi nghiệp dần trở nên bị lỗi thời và thiếu thực tế (Fayolle và Liñán, 2014). Vì vậy, đặt ra yêu cầu phải xây dựng một cách có hệ thống các lý thuyết cũng như kết quả nghiên cứu mới để đóng góp vào sự tiến bộ hơn nữa trong lĩnh vực này. Đặc biệt, điều này sẽ giúp xác định không chỉ các chủ đề chính trong nguồn dữ liệu hiện có, mà còn cả những khiếm khuyết hiện tại và các hướng nghiên cứu mới có liên quan.

Khởi nghiệp CNS là một hình thái khởi nghiệp mới nổi, trong đó công nghệ đóng vai trò cốt lõi trong việc tạo giá trị mới, mô hình kinh doanh mới hoặc giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội. Lĩnh vực này đang trở thành chủ đề nghiên cứu thú vị thu hút sự quan tâm của học giả ở các nước phát triển và đang phát triển vì nó đóng vai trò căn bản trong việc thay đổi cục diện kinh tế và tạo điều kiện cho các nỗ lực sáng tạo và đổi mới cho sự phát triển của các nhà khởi nghiệp mới (Wibowo và cộng sự, 2023). Khác với các loại hình khởi nghiệp truyền thống, CNS đòi hỏi khởi nghiệp không chỉ có tư duy kinh doanh mà còn biết cách khai thác công nghệ để đổi mới sáng tạo. Trong những năm gần đây, các nghiên cứu về hành vi khởi nghiệp ngày càng được quan tâm, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế số. Liên quan đến khởi nghiệp CNS, một số công trình nghiên cứu tiên phong đã chỉ ra rằng sự đa dạng hóa trong nhiều lĩnh vực bao gồm phương tiện truyền thông, giải trí, quảng cáo, bán lẻ, vận tải và khu vực đã có sự chuyển biến rõ rệt nhờ đổi mới mô hình kinh doanh, chẳng hạn như thị trường kỹ thuật số đa diện, phương tiện truyền thông xã hội, thương mại điện tử và phần mềm dưới dạng dịch vụ (Zaheer

và cộng sự, 2019). Sự tồn tại của nền kinh tế kỹ thuật số đang dần mở rộng phần lớn là nhờ hoạt động kinh doanh được hỗ trợ bởi các công nghệ số. Trên thực tế đã chứng kiến các công ty khởi nghiệp CNS như Facebook, Google, Uber, Alibaba, Amazon,... hiện được coi là những công ty khổng lồ của thế giới. Cho nên, nền kinh tế công nghệ số được ca ngợi là một trong những bước phát triển kinh tế quan trọng nhất kể từ cuộc cách mạng công nghiệp và tinh thần khởi nghiệp CNS nằm ngay tại nguồn gốc của cuộc cách mạng này (Kraus và cộng sự, 2019; Nambisan, 2019). Theo Nguyễn và cộng sự (2025), bối cảnh Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, do đó, công nghệ và các doanh nhân CNS vẫn còn khá mới mẻ đối với sinh viên nên kết quả của các nghiên cứu trong tương lai có thể khác so với kết quả của nghiên cứu này khi bối cảnh thay đổi. Vì vậy, về mặt lý thuyết, *ý định khởi nghiệp CNS* đã thu hút sự quan tâm của nhiều học giả và doanh nghiệp trong bối cảnh sự phát triển nhanh chóng của CNS và ngành công nghiệp 4.0.

Mặc dù các nghiên cứu đã được thực hiện và gợi mở các lý thuyết để tìm hiểu về vấn đề ý định khởi nghiệp CNS, tuy nhiên vẫn còn *nhiều vấn đề tồn tại và chưa được làm rõ*.

Thứ nhất, mối quan hệ giữa ý định khởi nghiệp CNS và sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS. Mặc dù ý định khởi nghiệp CNS đòi hỏi sự hiểu biết về hoạt động khởi nghiệp, nhưng mối quan hệ giữa hai yếu tố này vẫn chưa được làm rõ. Có thể nhiều người có ý định khởi nghiệp CNS nhưng thiếu sự hiểu biết về hoạt động khởi nghiệp, hoặc ngược lại, những người có sự hiểu biết về công nghệ cũng như sự hiểu biết về hoạt động khởi nghiệp nhưng không có ý định khởi nghiệp.

Thứ hai, tác động của yếu tố cá nhân và yếu tố môi trường khác chưa được xem xét trong tổng thể mối tương quan đến ý định khởi nghiệp CNS. Các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS trước đây chưa đi sâu phân tích tác động của các yếu tố môi trường (bao gồm Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS, Trải nghiệm CNS và Năng lực CNS) đến ý định khởi nghiệp CNS. Điều này gây khó khăn cho việc đi sâu tìm hiểu những yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS.

Thứ ba, tầm quan trọng của yếu tố năng lực CNS đối với ý định khởi nghiệp CNS chưa được khai thác và kiểm tra trong bối cảnh khởi nghiệp. Năng lực CNS, hay nói khác hơn là khả năng hoặc sự ứng dụng CNS vào kinh doanh hoặc làm việc gì đó có

liên quan đến CNS, đóng vai trò quan trọng trong quá trình hình thành và ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS. Năng lực CNS bao hàm những sự hiểu biết, cảm nhận và tương tác của người sử dụng với các sản phẩm, dịch vụ và ứng dụng CNS. Các nghiên cứu hiện có chủ yếu tập trung vào việc giải thích vai trò hỗ trợ của công nghệ số như vai trò ngữ cảnh, nhưng lại bỏ qua vai trò của cá nhân và khả năng của họ trong việc sử dụng các công nghệ đó (von Arnim và Mrozewski, 2020). Hàng loạt các khả năng về CNS liên quan đến cá nhân như kỹ thuật, hành vi, thể chất, quản lý và mối quan hệ đã đã được nghiên cứu trước đây (Garrison và cộng sự, 2015), nhưng chưa được nghiên cứu nhiều trong bối cảnh của hoạt động khởi nghiệp.

Thứ tư, các thuật ngữ sử dụng trong nghiên cứu về khởi nghiệp CNS gây ra nhiều sự nhầm lẫn. Khi các xu hướng nhanh chóng xuất hiện và biến mất, người ta sử dụng các thuật ngữ khác nhau thay thế cho nhau từ một khái niệm hay thuật ngữ mới nổi (Matlay, 2004). Thuật ngữ “ý định khởi nghiệp trên internet” bắt đầu xuất hiện vào năm 2000 - 2001 đã dẫn đến làn sóng khởi nghiệp kinh doanh trên mạng và điện tử vào khoảng năm 2004, và cho đến hiện tại dường như đã được chấp nhận thống nhất với thuật ngữ được gọi là “ý định khởi nghiệp CNS”. Ý định khởi nghiệp CNS đã kế thừa bản chất riêng lẻ và khác biệt của nghiên cứu về kinh doanh và quản trị (Moroz và Hindle, 2012; Tranfield và cộng sự, 2003). Theo đó, cũng cho thấy sự thiếu rõ ràng hoặc không đồng nhất về phạm vi, bản chất và ranh giới của lĩnh vực nghiên cứu (Davidsson và Gordon, 2012; Welter và cộng sự, 2017). Các mô hình, quy trình khởi nghiệp CNS không hài hòa (Moroz và Hindle, 2012). Ngoài ra, nghiên cứu không phải lúc nào cũng đi sát với thực tiễn, đặc biệt nghiên cứu học thuật chủ yếu vẫn mang tính giải thích trong cách tiếp cận (Dimov, 2016). Hiện nay xu hướng chấp nhận và kỳ vọng rằng sẽ ngày càng có nhiều người nghiêm túc cân nhắc tham gia vào hoạt động kinh doanh CNS (Ladeira và cộng sự, 2019). Quan trọng hơn, có rất nhiều nguyên tắc khi tham gia vào quy trình kinh doanh CNS như phát triển phần mềm bắt nguồn từ hệ thống thông tin (IS), khái niệm hóa các mô hình kinh doanh và xây dựng chiến lược nằm trong hệ thống quản lý, trong khi đó, việc tạo ra các dự án kinh doanh mới đều bắt nguồn từ ý định khởi nghiệp. Đồng thời, trong giới học thuật hiện cũng đang thiếu vắng các lý thuyết mới và mô hình nghiên cứu về ý định kinh doanh CNS nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh này phát triển phù hợp với xu thế hiện tại của nền kinh tế CNS.

Nambisan (2017) đã đề xuất đưa ra lý thuyết rõ ràng hơn về các khái niệm và cấu trúc liên quan đến CNS, như quan điểm về công nghệ số, nhằm nghiên cứu các hiện tượng khởi nghiệp trong một thế giới số hóa. Vì vậy, công nghệ số không chỉ đơn thuần là một bối cảnh trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp. Thay vào đó, tác động của các công nghệ số buộc phải xem xét lại và đưa ra lý thuyết mới về các mô hình quản lý và kinh doanh trong một thế giới số hóa, từ đó mở ra nhiều cơ hội nghiên cứu hơn cho giới học giả sau này.

1.2. Lý do chọn lĩnh vực nghiên cứu

Các hoạt động khởi nghiệp không chỉ là vườn ươm đổi mới công nghệ mà còn tạo ra cơ hội việc làm và thúc đẩy khả năng cạnh tranh (Zahra, 1999). Chúng ta không thể phủ nhận *vai trò quan trọng của hoạt động khởi nghiệp* trong quá trình phát triển kinh tế. Đó là một trong những ngành kinh tế chủ chốt góp phần to lớn thúc đẩy tăng trưởng kinh tế quốc gia, giải quyết vấn nạn thất nghiệp và tạo ra công ăn việc làm cho xã hội (Wibowo và cộng sự, 2023; Resurreccion, 2011; Lee và cộng sự, 2006). Hoạt động khởi nghiệp ở Việt Nam được thúc đẩy bởi làn sóng khởi nghiệp từ đầu những năm 2000 đến từ các chuyên gia trong lĩnh vực công nghệ. Đơn vị dẫn đầu cả nước và giữ vững vị thế cạnh tranh cho đến nay phải kể đến là VNC Corp, VNG, Topica, Nhaccuatui, và sau này là Tiki, Foody, VNPAY, Grab v.v... Theo đó, Chính phủ cũng quan tâm và xem khởi nghiệp là nguồn động lực mới cho sự phát triển nền kinh tế quốc dân, mang lại hiệu quả trong hầu hết các lĩnh vực kinh tế, chính trị và xã hội. Hàng loạt chính sách hỗ trợ doanh nghiệp đã được thực hiện để thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp. Đáng chú ý, Chính phủ Việt Nam đã ban hành một số nghị định, chính sách mới nhằm khuyến khích khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, chẳng hạn như Nghị định 13/2019/NĐ-CP quy định miễn thuế trong 4 năm đầu hình thành, và trong 9 năm tiếp theo được giảm 50% lãi suất cho vay (áp dụng cho doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới trong lĩnh vực nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ). Nhà nước cũng quan tâm và tài trợ cho các chương trình đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, các sự kiện lớn liên quan đến khởi nghiệp như TechFest, Startup Wheels, Vietnam Venture Summit 2019, Trung tâm Hỗ trợ Khởi nghiệp (BSSC), Vietnam Silicon Valley (VSV), v.v... Bên cạnh đó, hàng loạt khu công nghệ cao tại các thành phố lớn đã và đang được xây dựng như Khu Công nghệ cao TP.HCM (SHTP), Khu Công nghệ cao Đà Nẵng. Trong khi triển vọng khởi nghiệp

được đánh giá là rất lạc quan, số lượng người Việt Nam kì vọng trở thành doanh nhân ngày càng tăng, và vai trò của doanh nhân ngày càng được công nhận trong xã hội, thì Việt Nam vẫn còn kém xa so với các nước ở trình độ phát triển tương đương về *nhận thức cơ hội kinh doanh*.

Ngoài ra, theo số liệu báo cáo của Tổng cục Thống kê (GSO, 2025) cho biết trong năm 2024 cả nước có gần 1,06 triệu người thất nghiệp trong độ tuổi lao động. Theo số liệu khảo sát tại 1.500 doanh nghiệp khởi nghiệp của Hiệp hội khởi nghiệp quốc gia, hầu hết người học mới tốt nghiệp trong nước chưa đáp ứng được kỳ vọng của hoạt động khởi nghiệp (Thùy Lê, 2018). Để lý giải điều này, đã có nhiều ý kiến cho rằng, chương trình giáo dục phổ thông và đại học hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu sự hiểu biết về khởi nghiệp; giáo trình chú trọng vào lý thuyết và học thuật, chưa đề cao tính thực hành và sự hiểu biết thực tiễn. Học sinh tốt nghiệp trung học phổ thông chưa được trang bị những nguyên lý cơ bản của kinh tế học và cách tiếp cận thực tế trong kinh doanh, dẫn đến kết quả là nhiều học sinh sau khi tốt nghiệp vẫn chưa có khái niệm đầy đủ về tính độc lập hay tinh thần khởi nghiệp (Võ Duy Khương, 2021). Có một nghịch lý là hầu hết các nhà khởi nghiệp đều có sự khởi đầu rất chật vật ở giai đoạn đầu, ít có cơ hội được học tập chính quy, do đó hầu hết các doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam đều có trình độ chuyên môn thấp. Ngược lại, những người có trình độ học vấn và chuyên môn cao, trải qua nhiều cơ hội khởi nghiệp có thể thành công lại có xu hướng đi làm thuê (Rocha & Pozzoli, 2021). Đây cũng là một đặc điểm riêng biệt của Việt Nam đã tạo *rào cản lớn* cho quá trình hình thành cộng đồng khởi nghiệp trong xu thế ngày nay.

Trong khi bài toán giải quyết việc làm vẫn chưa có lời giải thì việc ươm mầm cho những doanh nhân tương lai có thể tự *khởi nghiệp là một xu hướng tất yếu*. Khởi nghiệp là một trong những lựa chọn nghề nghiệp mà người học có thể cân nhắc ngay trước hoặc sau khi tốt nghiệp (Beeka và Rimmington, 2011). Theo Jaya và Manvi (2019), hoạt động khởi nghiệp có hiệu quả trong việc giải quyết các vấn đề thất nghiệp và cho thấy *tỷ lệ thất nghiệp thấp hơn ở những khu vực có số lượng sáng kiến trong kinh doanh cao* (Audretsch và cộng sự, 2002). Nghiên cứu tiền đề về ý định khởi nghiệp có thể giúp các chuyên gia, cố vấn và nhà hoạch định chính sách *biết thêm về cách thức hình thành* niềm tin, nhận thức, và kinh nghiệm *ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp* (Wang và cộng sự, 2011; Zellweger và cộng sự, 2011). Bên cạnh đó, Tổng cục Thống

kê cho biết trong năm 2024, cả nước có hơn 157,2 nghìn doanh nghiệp đăng ký thành lập mới với tổng vốn hơn 1.547,0 nghìn tỷ đồng, đồng thời có gần 76,2 nghìn doanh nghiệp quay trở lại hoạt động (GOS, 2024). Với những lợi thế sẵn có và sự phối hợp đồng bộ giữa các Bộ, Ngành, địa phương, hệ thống giải pháp đề xuất sẽ là cơ sở để xây dựng, ban hành các cơ chế, chính sách cần thiết, hỗ trợ, thu hút nhiều nhà đầu tư, khai phá tiềm năng phát triển các hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam trong thời gian tới. Việt Nam vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức trong việc phát triển hoạt động khởi nghiệp công nghệ, bao gồm thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao, hạ tầng kỹ thuật kém, hạn chế về quản lý và chiến lược kinh doanh. Ngoài ra, một số nguồn tài nguyên cần thiết cho hoạt động khởi nghiệp như vốn đầu tư và hỗ trợ từ chính phủ còn hạn chế. Hoạt động khởi nghiệp công nghệ tại Việt Nam đang có xu hướng phát triển tốt, tuy nhiên vẫn còn nhiều thách thức cần được giải quyết để tiếp tục thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực này trong tương lai.

Tinh thần kinh doanh và công nghệ đã được kết nối chặt chẽ trong những thập kỷ qua. Theo Yáñez-Valdés & Guerrero (2024), sự phát triển của CNS và các yếu tố bên ngoài đã mang đến cho các doanh nhân những cơ hội và thách thức mới. Khởi nghiệp CNS có thể là giải pháp tiềm năng để giải quyết những thách thức mà người học và người lao động tương lai ở châu Á phải đối mặt (Sahrah và cộng sự, 2023). Đồng thời, cần có các nghiên cứu bổ sung để nâng cao hiểu biết về ý định khởi nghiệp CNS do còn thiếu các nghiên cứu thực nghiệm được thực hiện trong lĩnh vực này. Nghiên cứu ý định khởi nghiệp CNS của người học Việt Nam, cụ thể là học viên trình độ sau đại học tại khu vực TP.HCM, là một trong những *lĩnh vực nghiên cứu quan trọng và hấp dẫn* trong nghiên cứu về khởi nghiệp, vì những lý do sau đây:

Thứ nhất, *về tiềm năng và đóng góp cho nền kinh tế*. Học viên cao học là lực lượng lao động tiềm năng trẻ tuổi và năng động, đại diện cho tương lai của đất nước. Theo Hafezieh và cộng sự (2011), độ tuổi trung bình của người học khởi nghiệp liên quan đến lĩnh vực CNS là từ 25 đến 35 tuổi. Nghiên cứu ý định khởi nghiệp của người học cao học tại Việt Nam có thể xác định được tiềm năng sáng tạo, ý tưởng kinh doanh và động lực cá nhân của họ để tham gia vào lĩnh vực khởi nghiệp. Trong khi đó, những ý tưởng này có thể phản ánh xu hướng và tham vọng của tương lai về việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới hoặc giải pháp sáng tạo để giải quyết các vấn đề của nền kinh tế và

cho xã hội. Nếu được khuyến khích và hỗ trợ thích hợp, ý định khởi nghiệp của người học có thể dẫn đến việc thành lập các công ty mới, tạo thêm nhiều công ăn việc làm, đóng góp vào thuế thu nhập và thúc đẩy sự phát triển kinh tế.

Thứ hai, về *sự gia tăng trong ý định khởi nghiệp*. Trong những năm gần đây, ý định khởi nghiệp của người học Việt Nam đã gia tăng đáng kể. Báo cáo Kinh tế Toàn cầu (GEM, 2021) cho thấy tỷ lệ người dân có ý định khởi nghiệp tại Việt Nam trong năm 2020 đạt 44.9%, có dấu hiệu tăng lên đáng kể so với năm trước đó. Do đó, nghiên cứu về chủ đề này có thể giúp hiểu rõ hơn về nguyên nhân và yếu tố thúc đẩy sự gia tăng này và đề xuất các biện pháp hỗ trợ cũng như khuyến khích hoạt động khởi nghiệp cho người học. Tầng lớp trẻ đóng vai trò quan trọng trong việc định hình tương lai của một quốc gia. Do vậy, việc khuyến khích khởi nghiệp trong tầng lớp trẻ không chỉ giúp thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo, mà còn giúp xây dựng tinh thần tự chủ, tinh thần khởi nghiệp và kỹ năng quản lý trong thế hệ trẻ, thúc đẩy sự phát triển bền vững và mang lại lợi ích dài hạn cho đất nước.

Thứ ba, về *những thách thức và cơ hội hiện có*. Sinh viên tại Việt Nam đang đối mặt với nhiều thách thức trong hoạt động khởi nghiệp, bao gồm những hạn chế về vốn, sự hiểu biết và kỹ năng quản lý kinh doanh. Về nguồn vốn, dẫn theo Xenia Tech (2024), vốn đầu tư mạo hiểm cho startup Việt Nam trong năm 2023 giảm mạnh so với năm 2021 từ 1,4 tỷ USD giảm xuống còn chỉ 529 triệu USD (giảm khoảng 17%), số lượng thương vụ giảm đến 40%, và các khoản đầu tư nhỏ (< 500.000 USD) giảm tới 50%. Khởi nghiệp yêu cầu sự hiểu biết về các khía cạnh quản lý như tài chính, tiếp thị, quản lý nhân sự và chiến lược kinh doanh. Chính sự thiếu hụt sự hiểu biết này có thể khiến cho việc đưa ý tưởng từ giai đoạn khởi đầu đến sự thịnh vượng trở nên khó khăn. Hơn nữa, sinh viên thường chưa có cơ hội thực hành các kỹ năng này trong môi trường doanh nghiệp thực tế. Họ cũng thiếu kinh nghiệm trong việc tìm kiếm nguồn hỗ trợ và thiết lập mối quan hệ kết nối trong ngành công nghiệp. Trong một số trường hợp, văn hóa gia đình và tư duy truyền thống có thể làm cho việc khởi nghiệp trở nên khó khăn hơn, bởi áp lực từ gia đình để theo đuổi con đường có một công việc ổn định hơn thay vì rủi ro mạo hiểm đối với hoạt động khởi nghiệp. Tuy nhiên, thế hệ trẻ ngày nay cũng có nhiều cơ hội trong lĩnh vực CNS và các ngành công nghiệp mới nổi.

Thứ tư, về *giáo dục và đào tạo*. Nghiên cứu ý định khởi nghiệp của người học cao học có thể đưa ra những đề xuất về cải thiện giáo dục và đào tạo về khởi nghiệp trong các cơ sở giáo dục đại học. Từ việc nghiên cứu ý định khởi nghiệp CNS của người học cao học giúp hiểu rõ hơn nhu cầu và mong muốn của họ trong việc học về khởi nghiệp, xác định được lỗ hổng sự hiểu biết và kỹ năng còn thiếu để chuẩn bị cho hoạt động khởi nghiệp. Từ đó có hướng đề xuất nội dung chương trình đào tạo, hoặc các khóa học tăng cường liên quan đến khởi nghiệp. Nghiên cứu của Nguyễn và cộng sự (2021) cho thấy sinh viên Việt Nam có ý định khởi nghiệp cao hơn khi được tham gia các môn học khởi nghiệp theo hướng thực hành và trải nghiệm, thay vì chỉ học lý thuyết. Đồng thời, việc nghiên cứu có thể cung cấp thông tin về các hoạt động hỗ trợ và tư vấn mà người học cảm thấy cần thiết trong quá trình khởi nghiệp, thúc đẩy việc tạo lập môi trường khởi nghiệp tích cực trong các cơ sở giáo dục. Những hoạt động này có thể tạo tiền đề về sự chuẩn bị tốt hơn cho người học trước khi bước vào con đường khởi nghiệp.

Thứ năm, hàng loạt những *công nghệ số mới xuất hiện* đã làm thay đổi cơ cấu tổ chức (Nambisan & Baron, 2013) và dẫn đến việc tạo ra ý tưởng kinh doanh mới (Song, 2019). Vì vậy, nảy sinh nhu cầu về những cá nhân có năng lực đóng vai trò là tác nhân của sự đổi mới. Tình trạng này tách biệt và phân biệt giữa ý định khởi nghiệp CNS với hình thức kinh doanh truyền thống vì khởi nghiệp CNS đòi hỏi phải có kiến thức cũng như sự hiểu biết về công nghệ số (Hair và cộng sự, 2012). Theo đó, người học cao học ngày nay thừa hưởng nền văn minh tiên tiến và được đào tạo trong một môi trường liên quan hầu hết đến công nghệ. Trong bối cảnh này, điều cực kỳ quan trọng đối với bất kỳ một quốc gia nào, đặc biệt là quốc gia đang phát triển như Việt Nam thì việc bồi dưỡng và đào tạo năng lực khởi nghiệp cho sinh viên, cập nhật các loại hình công nghệ tiên tiến trên thế giới để phát triển khả năng khởi nghiệp học thuật kỹ thuật số của người học là vô cùng quan trọng. Trên thực tế, do tỷ lệ người học tham gia vào hoạt động khởi nghiệp CNS còn hạn chế do rào cản về sự thiếu kiến thức kinh doanh, kỹ năng khởi nghiệp, tâm lý e ngại rủi ro cũng như chưa đầy đủ tiềm năng ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh. Từ đó đặt ra câu hỏi điều gì ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của họ. Và liệu các yếu tố như cảm nhận về tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ hay thái độ với khởi nghiệp CNS và nền tảng gia đình có vai trò gì trong việc hình thành ý định khởi nghiệp?

Xuất phát từ những vấn đề trên, tác giả cho rằng vấn đề nghiên cứu về ***Ý định khởi nghiệp CNS tại Việt Nam*** là hết sức cần thiết. Nghiên cứu trong lĩnh vực này không chỉ góp phần làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến YĐKN của một nhóm đối tượng tiềm năng cao, mà còn cung cấp cơ sở khoa học cho các chương trình đào tạo, hỗ trợ và chính sách phát triển khởi nghiệp CNS tại các cơ sở giáo dục đại học. Đồng thời, việc áp dụng các mô hình lý thuyết như TAM vào lĩnh vực khởi nghiệp cũng là một hướng tiếp cận mới, giàu giá trị học thuật và thực tiễn.

1.3. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

1.3.1. Mục tiêu chung

Mục tiêu tổng quát của luận án là xác định và kiểm định thành phần các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, nhằm nâng cao hiểu biết về cách thức các yếu tố thuộc về nhận thức, yếu tố cá nhân liên quan đến công nghệ và hành vi chấp nhận công nghệ, có thể kích thích ý định khởi nghiệp CNS. Từ đó luận án đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy tinh thần và hành vi khởi nghiệp trong bối cảnh hiện nay.

1.3.2. Mục tiêu cụ thể

- (1) Xác định thành phần các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp CNS.
- (2) Phân tích, đánh giá và kiểm định vai trò tác động trực tiếp của các yếu tố, bao gồm: Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ đối với khởi nghiệp CNS, Sự hiểu biết về khởi nghiệp, Trải nghiệm CNS, Năng lực CNS, Nhận thức về tính hữu ích và Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ đến ý định khởi nghiệp CNS.
- (3) Phân tích, đánh giá và kiểm định vai trò trung gian của các yếu tố Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ đối với khởi nghiệp CNS trong mối quan hệ giữa Sự hiểu biết về khởi nghiệp, Trải nghiệm CNS, Năng lực CNS với ý định khởi nghiệp CNS.
- (4) Phân tích, đánh giá và kiểm định vai trò điều tiết của Nền tảng gia đình trong mối quan hệ giữa Thái độ đối với khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS.
- (5) Đề xuất hàm ý quản trị từ kết quả nghiên cứu để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp CNS đối với người học. Đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo từ hạn chế của đề tài.

1.3.3. Câu hỏi nghiên cứu

Để giải quyết được các mục tiêu trên, cần phải trả lời được các câu hỏi sau:

- (1) Các thành phần nào tạo động lực tác động đến ý định khởi nghiệp CNS?

(2) Vai trò tác động trực tiếp của Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ đối với khởi nghiệp CNS, Sự hiểu biết về khởi nghiệp, Trải nghiệm CNS, Năng lực CNS, Nhận thức về tính hữu ích và Nhận thức tính dễ sử dụng đến ý định khởi nghiệp CNS được phân tích, đánh giá và kiểm định như thế nào?

(3) Vai trò trung gian của Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ đối với khởi nghiệp CNS trong mối quan hệ giữa Sự hiểu biết về khởi nghiệp, Trải nghiệm CNS, Năng lực CNS với ý định khởi nghiệp CNS được phân tích, đánh giá và kiểm định như thế nào?

(4) Vai trò điều tiết của Nền tảng gia đình được phân tích, đánh giá và kiểm định như thế nào?

(5) Hàm ý quản trị nào được đề xuất từ kết quả nghiên cứu để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp CNS tại Việt Nam?

1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1.4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là Ý định khởi nghiệp CNS: vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, Sự hiểu biết về khởi nghiệp, Năng lực CNS và Trải nghiệm CNS.

1.4.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung: Nghiên cứu phân tích trên góc độ ý định khởi nghiệp CNS của người học sau đại học tại Việt Nam với trọng tâm là dựa trên nền tảng Lý thuyết hành vi có kế hoạch và Mô hình chấp nhận công nghệ. Đây là hai lý thuyết phù hợp và diễn giải tốt nhất cho các vấn đề quan trọng cần thiết trong việc giải quyết mục tiêu nghiên cứu. Về khía cạnh thực tiễn, luận án xác định mức độ của ý định khởi nghiệp CNS, không đi sâu phân tích kết quả hành vi khởi nghiệp hay hiệu quả của hoạt động kinh doanh CNS. Bên cạnh đó, khởi nghiệp CNS trong luận án đề cập đến hoạt động kinh doanh diễn ra trên các nền tảng CNS.

Về đối tượng khảo sát: Học viên đang theo học trình độ sau đại học khối ngành kinh tế, công nghệ và kỹ thuật của các Trường đại học khu vực TP.HCM. Theo Reynolds và Miller (1992), những người có độ tuổi từ 25 đến 34 tuổi là những đối tượng có ý định khởi nghiệp cao nhất. Hơn nữa, theo kết quả báo cáo của Đại học Kinh tế tại ngày hội Thanh niên khởi nghiệp - Future Founders Fest 2024, thực tế cho thấy tỷ lệ người Việt Nam khởi nghiệp thời gian gần đây thuộc nhóm tuổi từ 30 đến 34 tuổi.

Như vậy đối tượng khảo sát là người học sau đại học sẽ phù hợp hơn đối tượng là sinh viên trong các nghiên cứu trước đây đã thực hiện.

Về thời gian: khảo sát được thực hiện từ tháng 05/2024 - 08/2024.

1.5. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện trong giai đoạn đầu nhằm xác lập nền tảng lý thuyết và khung phân tích cũng như các biến số đo lường phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Từ việc lược khảo nghiên cứu và tổng quan lý thuyết liên quan, tác giả đưa ra những hạn chế mà các nghiên cứu trước đây chưa thực hiện hoặc đã thực hiện nhưng chưa đầy đủ. Từ đó, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu, thang đo đo lường các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp CNS. Tác giả đã thực hiện khảo sát và lấy ý kiến chuyên gia (06 chuyên gia) tại các doanh nghiệp, tổ chức khởi nghiệp và giảng viên đại học, nhằm đảm bảo việc dịch nghĩa của thang đó được kế thừa từ các nghiên cứu nước ngoài theo phương pháp dịch ngược (dịch từ Tiếng Anh sang tiếng Việt và ngược lại) (Bùi Nhất Vương & Hà Nam Khánh Giao, 2019). Đồng thời, tác giả cũng tiến hành thảo luận nhóm học viên sau đại học (03 nhóm với số lượng 20 học viên) để kiểm tra, sàng lọc các thông tin đa chiều có liên quan đến các câu hỏi khảo sát, giúp phát hiện hoặc hiệu chỉnh các phát biểu của từng câu hỏi, đảm bảo việc chuyển ngữ bảng khảo sát dễ hiểu và gần gũi nhất với đáp viên. Đồng thời, bước này còn giúp phát hiện, bổ sung, và khám phá thêm những yếu tố có thể ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS.

Bên cạnh đó, nghiên cứu định lượng được tiến hành thực hiện thông qua việc khảo sát bằng bảng câu hỏi đã được hiệu chỉnh/bổ sung để giải quyết các mục tiêu nghiên cứu. Nghiên cứu định lượng sơ bộ với cỡ mẫu khảo sát là 315 theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Quá trình thu thập dữ liệu được thực hiện từ tháng 5 đến tháng 8 năm 2024. Nghiên cứu định lượng sơ bộ dùng để xác định độ tin cậy của thang đo, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Sau bước kiểm định sơ bộ, tác giả thiết lập thang đo chính thức. Kết quả khảo sát sơ bộ dùng để thực hiện các kiểm định sơ bộ bao gồm kiểm tra hệ số tương quan, kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng phương pháp phân tích dữ liệu sử dụng phần mềm SPSS và SmartPLS. Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện sau bước nghiên cứu định lượng sơ bộ với các bước và quy trình tương tự nhưng với cỡ mẫu lớn hơn. Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện trên bộ

dữ liệu từ 1.243 người học sau đại học, kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, các mối quan hệ trực tiếp và trung gian bằng kỹ thuật bootstrap với cỡ mẫu lặp lại 5000 lần. Đồng thời kiểm định vai trò điều tiết bằng phương pháp phân tích đa nhóm MGA.

Ngoài ra các phương pháp khác bao gồm phương pháp phân tích, so sánh và tổng hợp cũng được sử dụng trong quá trình thực hiện luận án để giải quyết mục tiêu nghiên cứu.

1.6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

1.6.1. Về mặt lý luận

Nghiên cứu nhằm góp phần bổ sung vào lý thuyết liên quan đến ý định khởi nghiệp của người học sau đại học trong bối cảnh sự tác động của CNS, từ sự tiếp cận và bổ sung các nhân tố thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp trên nền tảng CNS ở nước ta. Hơn nữa, kết quả từ nghiên cứu này phù hợp khi xây dựng được mô hình nghiên cứu thông qua xác định các biến mới để bổ sung vào khung lý thuyết về ý định khởi nghiệp CNS.

Mặt khác, nghiên cứu mở rộng khung lý thuyết TPB và TAM trong bối cảnh khởi nghiệp thông qua việc áp dụng và điều chỉnh các khái niệm về cảm nhận tính hữu ích, cảm nhận tính dễ sử dụng, nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp, năng lực CNS, kiến thức về khởi nghiệp CNS, trải nghiệm CNS và nền tảng gia đình. Từ đó đề xuất mô hình mở rộng của TPB và TAM phù hợp với đặc thù bối cảnh nghiên cứu khởi nghiệp CNS.

Bên cạnh đó, nghiên cứu bổ sung và kiểm định vai trò trung gian bao gồm thái độ cá nhân, nhận thức kiểm soát hành vi thuộc TPB trong bối cảnh khởi nghiệp CNS. Đồng thời kiểm tra vai trò điều tiết của yếu tố nền tảng gia đình trong mối quan hệ giữa các yếu tố trong mô hình với ý định khởi nghiệp CNS.

Hơn nữa, kết quả nghiên cứu đóng góp vào nghiên cứu về hành vi khởi nghiệp bằng việc cung cấp bằng chứng thực nghiệm về các yếu tố thái độ - nhận thức ảnh hưởng đến ý định, các yếu tố bối cảnh bao gồm năng lực CNS, trải nghiệm CNS, kiến thức về khởi nghiệp, các yếu tố thuộc mô hình hành vi chấp nhận công nghệ, đặc biệt làm rõ hơn vai trò của nền tảng gia đình trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS. Qua đó làm phong phú hơn cơ sở dữ liệu trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS. Sự kết hợp giữa phương pháp khảo sát định lượng và phỏng vấn, thảo luận nhóm định

tính để kiểm chứng lý thuyết góp phần gợi ý phương pháp phân tích hỗn hợp cho các công trình nghiên cứu trong tương lai.

1.6.2. Về mặt thực tiễn

Kết quả của nghiên cứu sẽ khám phá ra một số yếu tố nhất định ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của người học. Từ đó, mở rộng sự hiểu biết của các đối tượng liên quan bao gồm các cơ quan, tổ chức giáo dục đại học và bản thân người học về khởi nghiệp CNS, do đó đóng góp vào việc cải thiện và nâng cao tinh thần khởi nghiệp tại Việt Nam.

Bên cạnh đó, kết quả từ nghiên cứu sẽ góp phần vào việc cung cấp thêm cơ sở khoa học cho các nhà hoạch định chính sách và xây dựng các chương trình đào tạo khởi nghiệp, có lộ trình cụ thể nhằm nâng cao nhận thức, khơi dậy tinh thần khởi nghiệp cho các tầng lớp nhân dân trong xã hội; hỗ trợ, động viên tinh thần, niềm tin khởi nghiệp, tâm lý theo đuổi và noi theo những tấm gương doanh nhân thành đạt trong tầng lớp trẻ.

Về phía các Trường, khi hiểu được điều gì tạo nên chất lượng cho chương trình đào tạo khởi nghiệp thành công, chẳng hạn như tập trung nhấn mạnh sự tham gia và gắn kết của doanh nghiệp, với doanh nhân, tạo điều kiện cho người học tìm hiểu về cơ chế hoạt động, tổ chức bộ máy nhân sự của doanh nghiệp. Sự gắn kết này cũng mang lại lợi ích to lớn cho nhà trường, bởi việc này góp phần nâng cao uy tín của Trường trong xã hội và đưa các Trường trở thành một nhân tố không thể thiếu trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của quốc gia. Điều này giúp thúc đẩy mô hình liên kết “đào tạo - nghiên cứu - khởi nghiệp” thông qua các dự án thực tế, chương trình thực tập, hỗ trợ công nghệ, vốn và thị trường cho những người có ý định khởi nghiệp trong người học.

Ngoài ra, đối với bản thân người học, khi hiểu được ý nghĩa của những yếu tố tạo động lực cho tinh thần khởi nghiệp, họ sẽ trở nên tích cực hơn để tự trao dồi và nâng cao sự hiểu biết cho bản thân. Điều quan trọng nhất là họ sẽ có cơ hội tìm hiểu những kiến thức, kỹ năng cần thiết để có thể khởi nghiệp trong bối cảnh hội nhập hiện nay.

Luận án này nhằm mục đích tạo ra cách thức thúc đẩy hành vi khởi nghiệp và phát triển các ý tưởng và ý định khởi nghiệp trong người học, đặc biệt trong bối cảnh chuyển mình của công nghệ số, kinh tế và xã hội số. Tuy nhiên, luận án chỉ dừng lại ở việc tạo lập và khai thác ý định hành vi, không phải đưa ra quyết định khởi nghiệp.

1.7. Kết cấu nội dung nghiên cứu:

Ngoài phần Mở đầu và Kết luận, nội dung của Luận án gồm các chương:

Chương 1. *Giới thiệu nghiên cứu*. Chương này cung cấp nền tảng của luận án dự định nghiên cứu, tuyên bố vấn đề, mục đích, mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu. Ngoài ra, tác giả tóm tắt ý nghĩa, những đóng góp dự kiến về sự hiểu biết, phạm vi, phương pháp luận và bố cục của luận án.

Chương 2. *Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu*. Chương này lược khảo các nghiên cứu lý thuyết, tổng quan các nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước liên quan đến đề tài nghiên cứu. Trên cơ sở đó xác định khoảng trống nghiên cứu và đề xuất khung phân tích nội dung nghiên cứu. Chương này còn trình bày cơ sở lý thuyết liên quan đến các yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp CNS. Bên cạnh đó, xây dựng mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của người học.

Chương 3. *Thiết kế nghiên cứu*. Nội dung chương này bao gồm quy trình nghiên cứu, phương pháp thu thập dữ liệu và phương pháp phân tích dữ liệu nghiên cứu.

Chương 4. *Kết quả nghiên cứu và thảo luận*. Chương này trình bày kết quả nghiên cứu của Luận án, bao gồm các yếu tố cấu thành tác động đến ý định khởi nghiệp CNS của người học.

Chương 5. *Kết luận và hàm ý quản trị*. Dựa trên kết quả đưa ra định hướng và đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam. Ngoài ra, tác giả đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo dựa trên giới hạn của đề tài.

Tóm tắt chương 1

Chương 1 trình bày tổng quan về bối cảnh và lý do lựa chọn đề tài nghiên cứu. Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu, khởi nghiệp công nghệ số đang trở thành xu hướng tất yếu, góp phần tạo ra giá trị mới, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển kinh tế số. Tuy nhiên, tại Việt Nam, mặc dù hệ sinh thái khởi nghiệp số đang từng bước hình thành, nhưng tỷ lệ khởi nghiệp thành công còn thấp và ý định tham gia khởi nghiệp công nghệ số của người trẻ vẫn chưa thực sự mạnh mẽ. Điều này đặt ra yêu cầu cần nghiên cứu sâu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp trong lĩnh vực này. Từ khoảng trống thực tiễn và học thuật đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp công nghệ số thông qua việc tích hợp hai mô hình lý thuyết: Mô hình Chấp nhận công nghệ và Lý thuyết Hành vi có kế hoạch. Việc kết hợp hai mô hình này cho phép đánh giá đồng thời các yếu tố công nghệ (nhận thức tính hữu ích, nhận thức tính dễ sử dụng) và yếu tố tâm lý – xã hội (thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi), các yếu tố bối cảnh bao gồm Năng lực công nghệ số, Sự hiểu biết về khởi nghiệp và Trải nghiệm công nghệ số trong việc hình thành ý định khởi nghiệp công nghệ số của người học. Chương này cũng trình bày rõ ràng mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu, phạm vi và đối tượng nghiên cứu, đồng thời nêu lên ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài. Bên cạnh đó, chương cũng định hình cấu trúc tổng thể của luận án, giúp định hướng cho các nội dung sẽ trình bày trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Các khái niệm nghiên cứu

2.1.1. Ý định khởi nghiệp công nghệ số

2.1.1.1. Ý định

Ý định được xem là hoạt động kiểm soát hành vi nhận thức dự đoán chính xác hành vi đó (Ajzen, 1991). Theo Lý thuyết hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991), ý định bao hàm sự tự nguyện của một cá nhân, để nó trở thành yếu tố quyết định cho một hành vi cụ thể: “Ý định được giả định để nắm bắt các yếu tố động cơ ảnh hưởng đến một hành vi, là những dấu hiệu cho thấy mọi người sẵn sàng cố gắng đến mức nào, họ dự định sẽ nỗ lực như thế nào để thực hiện hành vi đó”.

Theo Fishbein & Ajzen (1975), Ý định là “xác suất chủ quan của một cá nhân về việc thực hiện một hành vi nhất định”. Cho nên ý định gắn với niềm tin và kỳ vọng cá nhân về kết quả hành vi cụ thể. Searle (1983) xem ý định như một cam kết có nhận thức hướng đến kết quả mong muốn, là “kế hoạch hành động có ý thức nhằm đạt được một mục tiêu cụ thể trong tương lai”.

Ý định được định nghĩa là trạng thái nắm bắt được các yếu tố thúc đẩy ảnh hưởng đến hành vi, xác suất chủ quan của một người thực hiện một số hành vi, hoặc đại diện cho động cơ mà một cá nhân có thể cố gắng thực hiện một hành vi có kế hoạch hoặc một quyết định được đưa ra (Armitage và Conner, 2001).

Ý định được xác định bởi ba yếu tố: (1) Thái độ đối với hành vi, (2) Chuẩn chủ quan, và (3) Nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991). Thái độ đối với hành vi đề cập đến mức độ mà một người đánh giá tích cực hoặc tiêu cực về hành vi đang được đề cập. Chuẩn chủ quan phản ánh áp lực xã hội theo nhận thức để thực hiện hoặc không thực hiện hành vi. Nhận thức về kiểm soát hành vi liên quan đến mức độ nhận thức dễ dàng hoặc khó khăn khi thực hiện hành vi, và nó được cho là phản ánh kinh nghiệm trong quá khứ cũng như những trở ngại dự kiến trong tương lai. Theo nguyên tắc chung, thái độ và chuẩn chủ quan đối với một hành vi càng thuận lợi và khả năng nhận thức kiểm soát hành vi càng lớn thì ý định của một cá nhân để thực hiện hành vi đang được xem xét càng mạnh mẽ. Tầm quan trọng tương đối của thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi trong dự đoán về ý định dự kiến sẽ khác nhau giữa các hành vi và tình huống. Vì vậy, trên thực tế có thể thấy rằng chỉ có thái độ mới có tác động đáng kể

đến ý định, ở một số người thì thái độ và khả năng nhận thức kiểm soát hành vi là đủ để giải thích cho ý định, và ở những người khác thì cả ba yếu tố dự đoán đều có những đóng góp độc lập (Ajzen, 1991).

Trên cơ sở đó, ý định là điểm khởi đầu của việc theo đuổi quyền tự chủ và tạo ra các dự án mới, là yếu tố dự báo tốt nhất cho các hành động liên quan và đóng vai trò rất quan trọng trước khi thực sự thành lập doanh nghiệp (Abdullah và cộng sự, 2017). Đồng thời, khía cạnh quan trọng nhất của việc bắt đầu một doanh nghiệp mới là ý định của một doanh nhân (Nguyen và cộng sự, 2019). Cuối cùng, ý định có thể không trở thành hiện thực, nhưng trên thực tế không ai có thể thành lập doanh nghiệp hoặc tham gia vào các hoạt động kinh doanh mà không có ý định trước (Ita John và cộng sự, 2014). Đồng thời, ý định để tham gia vào một hành vi cụ thể nào đó càng mạnh mẽ thì khả năng thực hiện hành vi đó càng cao (Ajzen, 1991). Cho nên, ý định luôn gắn với một mục tiêu hoặc kết quả cụ thể. Ý định càng mạnh mẽ thì khả năng hành vi đó xảy ra càng cao (Ajzen, 1991).

Từ các định nghĩa trên, có thể hiểu ý định là sự cam kết và mong muốn có ý thức của cá nhân trong việc thực hiện một hành vi cụ thể, thể hiện mức độ sẵn sàng và nỗ lực để đạt được mục tiêu đã định. Ý định đóng vai trò cầu nối giữa các yếu tố nhận thức và hành vi thực tế, đồng thời là yếu tố dự báo mạnh mẽ nhất của hành vi theo các mô hình nghiên cứu tâm lý và quản trị. Do đó, tác giả tin rằng nghiên cứu dựa trên tiền đề về ý định sẽ cung cấp những ý tưởng quan trọng trong bối cảnh nghiên cứu về khởi nghiệp nói chung và trong môi trường CNS nói riêng.

2.1.1.2. Khởi nghiệp

Khởi nghiệp là một khái niệm đa chiều trong nghiên cứu học thuật, được định nghĩa dưới nhiều góc độ quan điểm khác nhau.

Khởi nghiệp là “quá trình đổi mới thông qua việc kết hợp các nguồn lực theo cách thức mới để tạo ra sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình kinh doanh mới” (Schumpeter, 1934). Quan điểm này nhấn mạnh tính đổi mới sáng tạo là cốt lõi của khởi nghiệp.

Bên cạnh đó, Gartner (1985) cho rằng khởi nghiệp là “quá trình mà qua đó các cá nhân tạo ra các tổ chức mới”, điều này tập trung vào khía cạnh hình thành doanh nghiệp mới. Shane & Venkataraman (2000) xem khởi nghiệp như quá trình quản trị cơ hội, là

“quá trình khám phá, đánh giá và khai thác các cơ hội kinh doanh nhằm tạo ra hàng hóa, dịch vụ hoặc quy trình mới”.

Ủy ban cộng đồng Châu Âu (Commission of the European Communities - CEC, 2003) định nghĩa “Khởi nghiệp là mô thức tư duy và quy trình để tạo ra và phát triển hoạt động kinh tế bằng cách kết hợp chấp nhận rủi ro, sáng tạo và/hoặc đổi mới với quản lý hợp lý, trong một tổ chức mới hoặc hiện hữu”.

Ireland và cộng sự (2003) lại định nghĩa rằng “Khởi nghiệp là một quá trình xã hội phụ thuộc vào bối cảnh mà qua đó các cá nhân và nhóm người tạo ra của cải bằng cách tập hợp các nguồn tài nguyên hữu hạn để khai thác các cơ hội thị trường”.

Theo Hull và cộng sự (2007), “Khởi nghiệp liên quan đến việc nhận thấy và nắm bắt các cơ hội, biến những cơ hội đó thành hàng hóa hoặc dịch vụ có thể bán được trên thị trường, chấp nhận rủi ro và mang lại lợi nhuận và có thể xảy ra trong nhiều bối cảnh khác nhau, bao gồm liên doanh mới và cũ, các tổ chức phi lợi nhuận và khu vực công. Nói tóm lại, việc tạo ra giá trị mới là đặc điểm nổi bật của tinh thần kinh doanh”.

Quan điểm của Ahmad và Hoffmann (2008) cho rằng “Khởi nghiệp là hiện tượng gắn liền với hoạt động kinh doanh. Hoạt động kinh doanh là hành động dám nghĩ dám làm của con người nhằm theo đuổi việc tạo ra giá trị, thông qua việc tạo ra hoặc mở rộng hoạt động kinh tế, bằng cách xác định và khai thác các sản phẩm, quy trình hoặc thị trường mới”.

Hơn nữa, Khởi nghiệp gắn với vai trò thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm, là “hoạt động khởi sự và điều hành một doanh nghiệp mới, thường liên quan đến việc đổi mới, chấp nhận rủi ro và tìm kiếm lợi nhuận” (OECD, 2019).

Theo Shepherd và cộng sự (2019), khởi nghiệp bao gồm từ việc bắt đầu, tham gia và thực hiện các nỗ lực kinh doanh gắn liền với các điều kiện môi trường, trong đó ý định khởi nghiệp là đầu tư các nguồn lực (tức là nhận thức, hành vi, tài chính và các nguồn lực khác) vào việc theo đuổi (thăm dò hoặc khai thác) các cơ hội tiềm năng. Ngoài ra, Youssef và cộng sự (2021) cho rằng, khởi nghiệp là một quá trình năng động của sự sáng tạo, tầm nhìn và thay đổi; đòi hỏi sự hình thành và thực hiện các ý tưởng và giải pháp mới.

Từ góc độ cá nhân, về cơ bản khởi nghiệp có thể được hiểu là việc một cá nhân (một mình hoặc một nhóm người) bắt đầu kinh doanh, tận dụng các cơ hội thị trường

sẵn có để tạo ra và bắt đầu một công việc kinh doanh mới (Bird, 1988; Kuckertz & Wagner, 2010), hoặc hành động đổi mới liên quan đến việc cung cấp các nguồn lực hiện có với khả năng tạo ra của cái mới (Drucker, 1985), nói cách khác, là tự kinh doanh. Đối với các tổ chức, doanh nghiệp khởi nghiệp (start-up) thường dùng để chỉ các công ty đang trong giai đoạn thành lập, bao gồm một loạt các hoạt động kinh doanh liên quan đến quá trình thiết kế và tổ chức để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ mới. Khởi nghiệp theo nghĩa thông thường là bắt đầu một công việc kinh doanh mới và đơn giản là theo đuổi những quyết định mạo hiểm trong tương lai. Tavakoli (2013) cho rằng hoạt động khởi nghiệp liên quan đến quá trình tạo ra những thứ mới mẻ, và cần thời gian, sự nỗ lực cũng như chấp nhận các rủi ro về mặt tài chính, tâm lý và xã hội, có liên quan đến việc đạt được các nguồn tài chính, sự hài lòng trong công việc và sự độc lập của bản thân. Ngoài ra, khởi nghiệp được xem như một hành vi có kế hoạch (Ajzen, 1991; Krueger và cộng sự, 2000).

Tóm lại, có thể hiểu khởi nghiệp là quá trình nhận diện và khai thác cơ hội kinh doanh thông qua việc sáng tạo sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình mới, đồng thời huy động và quản lý các nguồn lực để hình thành và phát triển doanh nghiệp. Khởi nghiệp luôn gắn liền với đổi mới sáng tạo, tinh thần chấp nhận rủi ro và tạo ra giá trị cho sự phát triển kinh tế - xã hội.

2.1.1.3. Ý định khởi nghiệp

Khi nghiên cứu về ý định khởi nghiệp (YĐKN), các học giả trên thế giới cũng có nhiều quan điểm khác nhau. Nói chung, YĐKN được định nghĩa là “niềm tin của một cá nhân để thực hiện một hoặc nhiều hành động cụ thể trong quá trình khai thác một cơ hội kinh doanh mới” (Ahmad & Hoffman, 2008), là sự nhận thức và tin tưởng của một cá nhân với mục đích tạo ra một doanh nghiệp mới và nỗ lực thực hiện nó trong tương lai (Bird và Jellinek, 1988; Krueger và Carsrud, 1993; Thompson, 2009), hay đó là sự sẵn sàng tiến hành hoạt động kinh doanh của một cá nhân, tham gia vào một hoạt động kinh doanh hoặc thiết lập một doanh nghiệp mới (Alexei & Lars, 1999; Souitaris và cộng sự, 2007; Krueger & Welp, 2014), và tìm kiếm thông tin sẵn có sử dụng được để giúp hoàn thành mục tiêu một cách sáng tạo (Katz & Gartner, 1988; Choo & Wong, 2006; Devonish và cộng sự, 2010).

Pihie và cộng sự (2009) cho rằng ý định là một trạng thái của tâm trí hoặc thái độ ảnh hưởng đến hành vi kinh doanh, là một quá trình diễn ra theo thời gian đối với một cá nhân (Shane, 2000). Hamidi và cộng sự (2008) nói về YĐKN là thái độ của cá nhân đối với một doanh nghiệp cụ thể, cùng với các chuẩn mực xã hội là xu hướng cũng như mức độ hiệu quả của từng cá nhân. Đây là một quá trình bao gồm từ định hướng lập kế hoạch đến thực hiện kế hoạch tạo dựng một doanh nghiệp (Gupta & Bhawe, 2007). Cho nên, YĐKN là hành động có ý định - chính là một đặc tính của con người (Singh & Onahring, 2019).

Theo Ajzen (1985), quyết định thực hiện hay không thực hiện một hoạt động nào đó được gọi là ý định. Các biến động cơ thúc đẩy và tác động lên hành vi được cho là do ý định nắm bắt. Chúng chứng tỏ mọi người đang cố gắng và có ý định thực hiện hành vi của mình chăm chỉ như thế nào. Bird (1988) định nghĩa YĐKN là “trạng thái tâm lý định hướng sự chú ý, kinh nghiệm và hành động của một cá nhân vào việc khởi sự kinh doanh như một mục tiêu đã được lựa chọn”. Điều này nhấn mạnh rằng YĐKN là động lực định hướng các nỗ lực của cá nhân để hình thành và phát triển doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Krueger và cộng sự (2000) cho rằng YĐKN là “sự cam kết có ý thức của một cá nhân trong việc khởi sự một doanh nghiệp mới” (Krueger và cộng sự, 2000), cho thấy YĐKN là yếu tố dự báo mạnh mẽ nhất cho hành vi khởi nghiệp thực tế. Theo Liñán và Chen (2009), YĐKN là “mức độ nỗ lực mà cá nhân sẵn sàng bỏ ra để thực hiện hoạt động kinh doanh mới” (Liñán & Chen). Khái niệm này tập trung vào cường độ nỗ lực và cam kết của cá nhân đối với hành vi khởi nghiệp. Mặt khác, YĐKN còn được xem là “kế hoạch kinh doanh bất thành văn” thể hiện tầm nhìn của người sáng lập tổ chức mới thành lập (Norris & Alan, 1994). Như vậy, ý định khởi nghiệp đóng vai trò rất quan trọng trong việc định hình hành vi kinh doanh của người học trong việc định hướng nghề nghiệp tương lai.

Tóm lại, YĐKN có thể hiểu là mong muốn, kế hoạch và sự sẵn sàng của cá nhân trong việc khởi sự một hoạt động kinh doanh mới, phản ánh cam kết tâm lý và định hướng hành vi nhằm trở thành một doanh nhân trong tương lai. Đây là bước trung gian quan trọng giữa thái độ, nhận thức và hành vi khởi nghiệp thực tế.

Trong nghiên cứu về khởi nghiệp, việc nghiên cứu YĐKN được cho là biến dự báo chính cho hành vi khởi nghiệp (Ajzen, 1991; Krueger và cộng sự, 2000), giúp các nhà

hoạch định chính sách và giáo dục đo lường tiềm năng khởi nghiệp trong cộng đồng, đồng thời là cơ sở để phát triển các mô hình như Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) và Mô hình sự kiện khởi nghiệp (SEE). Việc đo lường YĐKN đang trở thành một chủ đề nghiên cứu thú vị (Al-Mamary và cộng sự, 2022). Trước đây, những trở ngại như thiếu vốn, nguyên liệu thô và nhân viên không có tay nghề được coi là rào cản lớn đối với việc khởi nghiệp và phát triển hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, do sự quan tâm và xây dựng các quy định khác nhau bởi các cơ quan hữu quan ban hành, YĐKN đã nổi lên như một thành phần quan trọng. YĐKN có thể được mô tả là mong muốn bắt đầu kinh doanh hoặc làm việc cho chính mình. Định hướng cá nhân có thể dẫn đến phát triển liên doanh cũng được coi là khát vọng kinh doanh. Do đó, YĐKN là một trong những biến số quan trọng nhất trong quá trình hình thành, tăng trưởng và phát triển của tinh thần kinh doanh (Muhammad và cộng sự, 2015). Nó khuyến khích sự tự lực và chủ động. YĐKN được coi là yếu tố quyết định trong việc quyết định theo đuổi sự nghiệp doanh nhân (Wahidmurni & Baihaqi, 2019; Alferaih, 2022a). Để khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến YĐKN, cần phải có sự hiểu biết thấu đáo về các thành phần thúc đẩy YĐKN. Elnadi và Gheith (2021) nhận thấy rằng sẽ không có bước khởi nghiệp nào nếu không có YĐKN. Do đó, các học giả đã tập trung vào YĐKN để hiểu rõ hơn về cách thức và lý do mọi người tham gia vào việc tạo dựng doanh nghiệp.

Lý thuyết về hành vi có kế hoạch của Ajzen nói rằng ý định của một người đối với hoạt động nhận thức kiểm soát hành vi dự đoán chính xác hành vi đó. Dựa trên lý thuyết này, ý định chỉ ra sự sẵn sàng của một cá nhân và trở thành một yếu tố quyết định cho một hành vi cụ thể. Ý định hướng tới tinh thần kinh doanh được xác định bởi ba thành phần: Thái độ đối với tinh thần kinh doanh, Các chuẩn mực chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi (Ajzen, 1991). Bên cạnh đó, mô hình EEM của Shapero xác định ý định kinh doanh dựa trên ba thành phần là Nhận thức khả năng mong muốn, Tính khả thi và xu hướng hành động (Van Gelderen và cộng sự, 2008). Theo Linan và cộng sự (2011), *Nhận thức khả năng mong muốn* có nghĩa là được tạo ra bởi sự hấp dẫn đối với hành vi cụ thể, ham muốn là kết quả của các ảnh hưởng xã hội và văn hóa, và *Tính khả thi* là mức độ mà mọi người tự cho rằng bản thân có thể thực hiện một số hành vi nhất định. Do đó, ý định khởi nghiệp là quy trình tương tác giữa nhận thức của cá nhân và các yếu tố ngữ cảnh (tức là yếu tố văn hóa và xã hội) ảnh hưởng đến nhận thức

này. Các *yếu tố ngữ cảnh* hình thành sự nhận biết, hỗ trợ hoặc có tác động đến việc biến một ý tưởng thành một hành động cụ thể. Ngoài ra, các rào cản về thủ tục hành chính hoặc chi phí khởi nghiệp sẽ tác động đến nỗ lực khởi nghiệp của một cá nhân (Dvouletý, 2017). Hầu hết các nghiên cứu đưa ra các so sánh về YĐKN xem xét về khía cạnh các quốc tịch hoặc giới tính khác nhau. Hơn nữa, để nâng cao hiểu biết trong lĩnh vực nghiên cứu YĐKN, có thể xem xét các yếu tố nhân khẩu học khác, chẳng hạn như giáo dục trực tuyến so với môi trường giáo dục hiện tại, các cá nhân khuyết tật so với những người bình thường. Hầu hết các nghiên cứu đều tập trung vào lý thuyết về mô hình hành vi có kế hoạch và do đó trong tương lai có thể kết hợp các mô hình YĐKN khác nhau để khám phá và mở rộng phạm vi nghiên cứu nhằm gia tăng giá trị và đóng góp cho nguồn dữ liệu vốn đã tồn tại từ trước đến nay (Maheshwari và cộng sự, 2022).

2.1.1.4. Ý định khởi nghiệp công nghệ số

Sự phát triển của CNS dẫn đến môi trường sống thay đổi với đặc điểm là công nghệ phát triển rất nhanh, càng rộng mở cùng với các giải pháp mới liên quan đến công nghệ, môi trường làm việc thay đổi và tư duy con người ngày càng hiện đại. Khi đó, làn sóng chuyển đổi số toàn cầu được thúc đẩy bởi trí tuệ nhân tạo và các công nghệ mới nổi, đã định hình lại sâu sắc bối cảnh khởi nghiệp (Liang và cộng sự, 2025). Vấn đề này đặt ra những câu hỏi quan trọng về khởi nghiệp CNS nằm ở giao điểm của ý định khởi nghiệp và công nghệ số. Những yếu tố hấp dẫn kích thích sự xuất hiện của các công ty khởi nghiệp mới chủ yếu dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông là do khả năng chi trả cho công nghệ số (Nambisan, 2017), các rào cản gia nhập và rút lui khác nhau đã được giảm đến mức tối thiểu (Ghezzi, 2019), đặc biệt là mức đầu tư cần thiết để bắt đầu kinh doanh trực tuyến thấp hơn và rất ít chi phí chìm phát sinh (Ben Youssef và cộng sự, 2020). Do đó, khuynh hướng này đang kích thích sự xuất hiện của các công ty khởi nghiệp mới chủ yếu dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông.

Sự xuất hiện của công nghệ số và việc ứng dụng CNS trong lĩnh vực kinh doanh đã ảnh hưởng đáng kể đến sức hấp dẫn của hoạt động khởi nghiệp như một lựa chọn nghề nghiệp (Ben Youssef và cộng sự, 2020). Hầu hết các dự án khởi nghiệp mới được liên kết theo một cách nào đó với thế giới kỹ thuật số. Các công nghệ số thể hiện trong lĩnh vực khởi nghiệp dưới dạng ba yếu tố riêng biệt nhưng có liên quan với nhau, bao gồm: (1) Tạo ra sản phẩm kỹ thuật số (Digital Artifacts), (2) Nền tảng kỹ thuật số (Digital

Platforms) và (3) Cơ sở hạ tầng kỹ thuật số (Digital Infrastructure) (Nambisan, 2017). Do vậy, tinh thần khởi nghiệp CNS liên quan đến khả năng nhận biết và xác định được các cơ hội cũng như việc tiếp cận với các sản phẩm và dịch vụ có thể bán được trên thị trường mà không thể tách rời khả năng chấp nhận rủi ro cao và thu lợi nhuận lớn (Permatasari & Anggadwita, 2019). Phần lớn công việc liên quan đến quảng cáo tốn nhiều thời gian và công sức, bao gồm cả việc tiếp cận thị trường và tạo lập mối quan hệ bền vững với người tiêu dùng đều được xử lý bởi Internet. Nhờ vậy giảm bớt rủi ro, tạo sự dễ dàng và linh hoạt hơn trong việc kinh doanh, nhờ công nghệ số mang lại. Chính vì vậy sẽ dẫn đến ngày càng có nhiều người muốn tham gia vào các hoạt động kinh doanh hơn trước. *Khởi nghiệp CNS* được hiểu là một nhánh của hoạt động khởi nghiệp nói chung, trong đó một phần hoặc tất cả những gì thuộc về một tổ chức truyền thống đã được số hóa (Hull và cộng sự, 2007), hoặc được định nghĩa là việc mua và bán các sản phẩm trực tuyến hoặc dịch vụ công nghệ số (Guthrie, 2014). Theo Lê Đình và cộng sự (2018), khởi nghiệp CNS là quá trình khởi nghiệp *dựa trên các tài sản công nghệ như internet, công nghệ thông tin và truyền thông*. Vì vậy, các doanh nhân trong lĩnh vực CNS chịu nhiều áp lực hơn so với các doanh nhân truyền thống, nơi mà sản phẩm, hoạt động tiếp thị và nơi làm việc là tiêu chí phân biệt chính giữa họ (Kraus và cộng sự, 2019).

Các nghiên cứu gần đây đã áp dụng khái niệm khởi nghiệp trong bối cảnh CNS để xác định cấu trúc mới của ý định khởi nghiệp CNS. Vì vậy, khởi nghiệp CNS cũng là khởi nghiệp nhưng có liên quan đến công nghệ số, mà bản chất các thuật ngữ cốt lõi là sự tương tác dựa trên Internet, được gọi là “*kinh doanh trên Internet*”, “*kinh doanh kỹ thuật số*” hoặc “*khởi nghiệp dựa trên công nghệ thông tin*”. Do đó, khởi nghiệp CNS được mô tả là cách thức các doanh nhân có ý định tận dụng cơ hội thị trường thông qua việc sử dụng phương tiện kỹ thuật số, công nghệ thông tin và truyền thông (KrischananKampanthong, 2021). Zaheer, Breyer & Dumay (2019) đưa ra quan điểm rằng: Ý định khởi nghiệp CNS được định nghĩa là “*ý định của một cá nhân để bắt đầu một công việc kinh doanh mới thông qua các phương tiện công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan*”. Như vậy khái quát chung nhất, khởi nghiệp CNS là quá trình xây dựng và phát triển một doanh nghiệp mới dựa trên các nền tảng công nghệ số, bao gồm việc sử dụng

internet, phần mềm, ứng dụng di động, trí tuệ nhân tạo-AI, dữ liệu lớn-Big Data, công nghệ blockchain, và các công nghệ nền tảng số khác để cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ mới, cải tiến mô hình kinh doanh hoặc giải quyết các vấn đề trong xã hội.

Khởi nghiệp CNS liên quan đến các đặc điểm của khởi nghiệp truyền thống với các đặc trưng cụ thể của lĩnh vực kỹ thuật số, với độ nhạy cao hơn đối với rủi ro, tính sáng tạo hoặc sự nhanh nhẹn (von Arnim & Mrozewski, 2020). Do vậy, kinh doanh CNS không chỉ giới hạn các mô hình kinh doanh trực tuyến mà còn bao gồm cả việc sử dụng CNS để cải thiện các hoạt động kinh doanh truyền thống. Hull và cộng sự (2007) cũng đề cập rằng mức độ số hóa có thể được suy ra thông qua các yếu tố sau: (1) Mức độ tiếp thị kỹ thuật số được thực hiện bởi công ty, (2) Bán hàng kỹ thuật số của một công ty, (3) Bản chất kỹ thuật số của hàng hóa hoặc dịch vụ của công ty, (4) Tiềm năng phân phối kỹ thuật số của hàng hóa hoặc dịch vụ, (5) Các tương tác kỹ thuật số tiềm năng với các bên liên quan chính bên ngoài trong chuỗi giá trị và (6) Tiềm năng kỹ thuật số của các hoạt động nội bộ ảo gắn liền với hoạt động của công ty.

Afuah và Tucci (2003) cho rằng bất kỳ tổ chức nào dựa trên hoặc chịu ảnh hưởng bởi Internet đều nên có một mô hình kinh doanh chuyên dụng. Trên thực tế, doanh nghiệp ảo sử dụng mô hình kinh doanh hoàn toàn khác (Walker, 2006). Sự khác biệt cơ bản này cần được xem xét nếu không doanh nghiệp sẽ thất bại hoặc bỏ lỡ các cơ hội sinh lời. Một điểm khác biệt lớn giữa khởi nghiệp công nghệ số và hình thức truyền thống là do cách doanh nhân tiếp thị sản phẩm của mình. Bản thân sản phẩm (hàng hóa hoặc dịch vụ) tạo thành một yếu tố khác. Một yếu tố khác tạo ra sự khác biệt quan trọng giữa khởi nghiệp CNS và truyền thống là nơi làm việc. Các doanh nghiệp CNS có thể sử dụng công nghệ máy tính làm phương tiện liên lạc chính trong tổ chức của họ, giữa tổ chức và các bên liên quan chính của họ (ví dụ: nhà cung cấp và khách hàng) hoặc cả hai (DeSanctis & Monge, 1999). Điều này làm giảm nhu cầu bố trí các nhóm làm việc về mặt địa lý, do đó họ có thể kiểm soát nhiều hơn về chi phí của mình (Okkonen, 2004).

Theo Hull và cộng sự (2007), khởi nghiệp CNS có thể được chia thành 03 loại hình như sau:

(1) Loại 1: Có sự tham gia của CNS như một sự bổ sung hoặc bổ sung cho bối cảnh kinh doanh truyền thống;

(2) Loại 2: Có sự tham gia đáng kể vào nền kinh tế CNS đòi hỏi “sự tập trung lớn vào các sản phẩm kỹ thuật số, phân phối kỹ thuật số hoặc các thành phần kỹ thuật số khác của doanh nghiệp”. Hoạt động khởi nghiệp CNS phải được thành lập trên cơ sở cơ sở hạ tầng kỹ thuật số.

(3) Loại 3: Tham gia hoàn toàn vào nền kinh tế CNS trong đó “toàn bộ hoạt động kinh doanh là CNS, bao gồm sản xuất, bản thân hàng hóa hoặc dịch vụ, quảng cáo, phân phối và khách hàng”.

Theo đó, so với hoạt động khởi nghiệp truyền thống, khởi nghiệp CNS có những đặc trưng cơ bản sau đây:

Bảng 2.1. Các đặc trưng cơ bản của khởi nghiệp công nghệ số

Các đặc trưng	Diễn giải
Sự tham gia dễ dàng	Việc xây dựng hoặc tạo dựng các dự án kinh doanh nhỏ chỉ mất vài giờ và một số công ty tạo ra cơ hội cho các cá nhân. Vì vậy, bất kể là chất lượng như thế nào, việc thành lập doanh nghiệp trong môi trường CNS rất dễ dàng và mất ít thời gian hơn
Dễ sản xuất và lưu trữ	Trong thế giới CNS, hàng tồn kho không có ý nghĩa và sản xuất cũng không tốn nhiều chi phí. Hoạt động khởi nghiệp như Loại 1 (nêu trên) các doanh nhân có thể không tận dụng được lợi thế về chi phí sản xuất và lưu trữ. Nhưng đối với Loại hình 2 và 3 (nêu trên) hưởng được lợi ích cạnh tranh về chi phí thấp hơn.
Dễ dàng phân phối	Việc phân phối sản phẩm trong thế giới CNS nhanh hơn và rẻ hơn nhiều. Các loại hình kinh doanh đều được hưởng lợi về vấn đề này.
Nơi làm việc CNS	Internet cho phép các doanh nhân CNS sử dụng nhân viên ở bất cứ đâu và thiết lập mối quan hệ đối tác trên toàn thế giới mà không giới hạn về mặt địa lý (Okkenen, 2004). Việc tìm kiếm và tuyển dụng nhân tài, kiểm soát sự đang dạng về văn hóa, tăng cường khả năng đáp ứng và tính linh hoạt đều là sản phẩm của các nhóm ảo làm việc toàn cầu (Walker, 2006). Nhưng việc quản lý các nhóm ảo sẽ tạo ra những thử thách mới. Các lợi thế và

Các đặc trưng	Diễn giải
	thách thức này chủ yếu ảnh hưởng đến loại hình 3
Hàng hóa CNS	Hàng hóa trong kinh doanh CNS còn có ưu thế về mặt sửa đổi sản phẩm và thậm chí cả những đổi mới cơ bản có thể thiết lập mà không làm gián đoạn nghiêm trọng quá trình sản xuất và tiêu thụ.
Dịch vụ CNS	Các dịch vụ CNS có thể được thực hiện thông qua một quy trình hoặc chương trình tự động và không tốn nhiều chi phí, mang lại giá trị lớn cho khách hàng.
Cam kết CNS	Mặc dù trong môi trường CNS, ranh giới giữa ảo và thực không được xác định nhưng sự khác biệt giữa cam kết thực và ảo là rõ ràng. Phát triển cam kết trong các công ty ảo có thể khó hơn ở các công ty truyền thống.

[Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu của Hull và cộng sự (2007)]

Dựa trên các nghiên cứu liên quan nhất đến Khởi nghiệp CNS, Kraus và cộng sự (2019) đã đưa ra 06 (sáu) danh mục về thực hiện chương trình nghiên cứu và các chủ đề trong khởi nghiệp CNS, bao gồm (1) Mô hình kinh doanh CNS, (2) Quy trình khởi nghiệp CNS, (3) Chiến lược nền tảng, (4) Hệ sinh thái CNS, (5) Giáo dục khởi nghiệp và (6) Khởi nghiệp CNS. Đề cập đến yếu tố thúc đẩy ý định bắt đầu kinh doanh CNS, một số nghiên cứu đề cập đến các yếu tố có thể giải thích tạo động lực kinh doanh CNS như Đặc điểm và kỹ năng của doanh nhân (Nhanh nhẹn, Chấp nhận rủi ro, Cơ hội kiểm soát, Sự tỉnh táo của doanh nhân, Kinh nghiệm xã hội, Trải nghiệm kỹ thuật số, Sự đồng cảm, Nghĩa vụ đạo đức, Hiệu quả bản thân đối với các vấn đề xã hội), Quy trình kinh doanh CNS, Góc nhìn kỹ thuật số, Xã hội và Văn hóa (Dutot & Van Horne, 2015; Younis và cộng sự, 2020); Cảm nhận hỗ trợ xã hội, Cảm nhận về tính khả thi của giải pháp CNS, Cảm nhận về mong muốn (Ghatak và cộng sự, 2023; Widiasih và Darma, 2021). Các yếu tố khác như Đặc điểm văn hóa (Garcez và cộng sự, 2022), Hỗ trợ (Giáo dục, quan hệ, Cấu trúc) (Youssef và cộng sự, 2021), Hỗ trợ của cộng đồng (Widiasih & Darma, 2021) cũng đã được kiểm chứng.

Những người trẻ khởi nghiệp hiện nay đang ứng dụng thành tựu của CNS để phục vụ cho công việc kinh doanh trực tuyến nhờ vào sự phát triển nhanh chóng của công nghệ. Các lĩnh vực thương mại điện tử, ứng dụng di động, trí tuệ nhân tạo và blockchain đều đang thay đổi cách thức người ta làm kinh doanh. Nền kinh tế số hóa mang đến cho các doanh nhân nhiều cơ hội để tích hợp công nghệ số vào tất cả các hoạt động khởi nghiệp, cho phép họ phát triển các sản phẩm, dịch vụ, quy trình và mô hình kinh doanh mới, khám phá các thị trường và cơ hội mới, giảm thiểu chi phí và gắn kết tốt hơn với các bên liên quan (Kraus và cộng sự, 2019; Ladeira và cộng sự, 2019; Rusu & Roman, 2020; Sahut và cộng sự, 2021). Do đó, tác giả cho rằng việc nghiên cứu về cách thức cá nhân và tổ chức hình thành ý định khởi nghiệp trong lĩnh vực CNS hóa vẫn còn nhiều tiềm năng.

Như vậy, từ khái niệm về ý định, khởi nghiệp và khởi nghiệp CNS, có thể khái quát rằng: Ý định khởi nghiệp CNS là mức độ sẵn sàng và cam kết có ý thức của một cá nhân trong việc khởi sự và phát triển doanh nghiệp mới dựa trên việc ứng dụng CNS nhằm tạo ra giá trị kinh tế và xã hội. Đó là trạng thái tâm lý định hướng sự chú ý và nỗ lực của cá nhân vào việc khám phá, khai thác các cơ hội kinh doanh trong môi trường số, với mục tiêu hình thành các sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình kinh doanh sáng tạo dựa trên nền tảng CNS. Đặc trưng của ý định khởi nghiệp CNS là việc ứng dụng CNS bằng cách tập trung vào việc sử dụng nền tảng số như thương mại điện tử, fintech, edtech, blockchain, v.v... trong môi trường kinh doanh số hóa. Hoạt động kinh doanh này diễn ra trong không gian số với khách hàng, đối tác và thị trường được kết nối toàn cầu. Đồng thời, do tính đổi mới cao khi hoạt động kinh doanh này gắn liền với đổi mới sáng tạo, mô hình kinh doanh linh hoạt với tốc độ tăng trưởng nhanh, mô hình doanh nghiệp dễ dàng mở rộng nhờ nền tảng kỹ thuật số. Cho nên việc nghiên cứu ý định khởi nghiệp CNS được xem là biến dự báo hành vi khởi nghiệp trong bối cảnh CNS, phù hợp với các mô hình lý thuyết như TAM và TPB. Trong thực tiễn, việc nghiên cứu này sẽ giúp các nhà hoạch định chính sách và các cơ sở đào tạo nhận diện tiềm năng khởi nghiệp số trong cộng đồng, từ đó xây dựng các chương trình hỗ trợ và phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo phù hợp với xu thế hiện nay.

2.1.2. Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp và Nhận thức kiểm soát hành vi

Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp (ADE) là một thành phần quan trọng trong việc dự báo YĐKN, phản ánh mức độ đánh giá tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân về hành vi khởi nghiệp. Theo Ajzen (1991), ADE là mức độ đánh giá thuận lợi hoặc bất lợi của cá nhân đối với hành vi đó, nó thể hiện mức độ hấp dẫn mà cá nhân gán cho việc trở thành doanh nhân trong bối cảnh khởi nghiệp. Liñán và Chen (2009) nhấn mạnh khía cạnh cảm xúc này khi định nghĩa ADE là mức độ cá nhân cảm thấy tích cực hoặc tiêu cực về việc thành lập một doanh nghiệp mới, phản ánh sự hấp dẫn cá nhân đối với hoạt động khởi nghiệp. Mặt khác, ADE qua lăng kính nhận thức, coi đây là niềm tin và sự đánh giá của cá nhân về các kết quả kỳ vọng từ việc tự kinh doanh, bao gồm lợi ích tài chính, sự độc lập và tự chủ (Kolvereid, 1996). Thêm vào đó, Krueger và cộng sự (2000) định nghĩa ADE là mức độ cá nhân nhận thức rằng việc khởi nghiệp sẽ mang lại kết quả tích cực và phù hợp với mục tiêu, giá trị của bản thân. Từ các cách tiếp cận này có thể thấy, ADE không chỉ bao hàm yếu tố cảm xúc (mức độ hấp dẫn, mong muốn) mà còn bao gồm yếu tố nhận thức (niềm tin về lợi ích và kết quả) và yếu tố giá trị cá nhân (mục tiêu, sự phù hợp). Như vậy, ADE được hiểu là một cấu phần tâm lý phức hợp, không chỉ phản ánh mức độ đánh giá tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân về hành vi khởi nghiệp mà còn bao hàm các yếu tố nhận thức, cảm xúc và hành vi định hướng.

Nhiều nghiên cứu gần đây đã làm rõ thêm các khía cạnh bổ sung cho thái độ này. Liñán và Fayolle (2015) thông qua Mô hình EAO (Entrepreneurial Attitude Orientation) đưa ra ba phương hướng thái độ: khởi nghiệp, trung lập hoặc phi khởi nghiệp, đồng thời cho thấy những cá nhân hướng về thái độ khởi nghiệp có xu hướng tự tin, sẵn sàng chấp nhận rủi ro và dễ nhận biết cơ hội (Eaonn, 2025). Bên cạnh đó, các nghiên cứu còn chỉ ra ADE bao gồm các thành phần nhận thức, cảm xúc và hành vi định hướng (conative), theo đó, thái độ phản ánh mức độ cá nhân đánh giá các kết quả khởi nghiệp là có giá trị, thỏa đáng và thuận lợi (Hattenberg và cộng sự, 2021). Xu hướng cá nhân như điểm kiểm soát (locus of control), sự sẵn sàng chấp nhận rủi ro và nhu cầu thành tựu cũng được xem như những đặc điểm cấu thành của ADE, trong đó điểm kiểm soát giúp cá nhân cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi và môi trường, còn nhu cầu thành tựu thúc đẩy hướng đến mục tiêu rõ ràng (Brockhaus, 1982). Cuối cùng, yếu tố lạc quan (optimism) và tính đổi mới (innovativeness) cũng đóng vai trò quan trọng: lạc quan

giúp cá nhân dễ vượt qua thất bại và đối phó với thách thức, trong khi đổi mới thể hiện khả năng tư duy sáng tạo, nhận diện và khai thác cơ hội (Seligman, 2006; Janssen và cộng sự, 2013; Chen, 2007). Như vậy, ADE là một khái niệm đa chiều gồm cả nhận thức, cảm xúc, định hướng hành vi, và bị ảnh hưởng bởi các đặc điểm cá nhân như điểm kiểm soát, nhu cầu thành tựu, lạc quan, đổi mới sáng tạo cũng như kỳ vọng về kết quả.

Trong nghiên cứu này, ADE đối với khởi nghiệp CNS là mức độ đánh giá tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân về việc khởi sự và phát triển một doanh nghiệp dựa trên nền tảng CNS, phản ánh niềm tin, cảm xúc và kỳ vọng của họ về kết quả của hành vi này. Đây là xu hướng tâm lý của cá nhân thể hiện sự yêu thích, sẵn sàng hoặc e ngại đối với việc ứng dụng CNS trong khởi nghiệp, dựa trên nhận thức về cơ hội, thách thức và giá trị mà hoạt động này mang lại.

Nhận thức kiểm soát hành vi (Perceived Behavioral Control – PBC) là yếu tố cốt lõi trong Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) của Ajzen (1991), phản ánh mức độ cá nhân tin rằng họ có khả năng kiểm soát việc thực hiện hành vi. PBC liên quan chặt chẽ đến khái niệm niềm tin vào năng lực bản thân (self-efficacy) của Bandura (1997), và cả điểm kiểm soát của Rotter (1966), trong đó những người có điểm kiểm soát nội tại cao thường tin rằng thành công hay thất bại phụ thuộc vào nỗ lực cá nhân hơn là yếu tố bên ngoài. PBC trong bối cảnh khởi nghiệp là nhận thức về sự dễ dàng hoặc khó khăn trong việc bắt đầu và điều hành doanh nghiệp (Liñán và Chen, 2009). Nghiên cứu của Kautonen và cộng sự (2015) và Shirokova và cộng sự (2016) chỉ ra rằng PBC không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến YĐKN mà còn tác động gián tiếp thông qua việc củng cố động lực và giảm rào cản tâm lý. Ngoài ra, Zhao và cộng sự (2005) chứng minh rằng PBC đóng vai trò như một yếu tố dự báo mạnh mẽ cho hành vi khởi nghiệp thực tế, đặc biệt trong môi trường giáo dục đại học có hỗ trợ về kỹ năng và nguồn lực.

Theo Ajzen (2002), PBC gồm hai thành phần chính: (1) Control Beliefs (Niềm tin kiểm soát) tức Niềm tin về sự tồn tại của các yếu tố hỗ trợ hoặc cản trở hành vi. Chẳng hạn như có vốn đầu tư, kiến thức về công nghệ, hoặc chính sách hỗ trợ của nhà nước; (2) Perceived Power (Sức mạnh kiểm soát) là mức độ ảnh hưởng của các yếu tố này đến khả năng thực hiện hành vi. Chẳng hạn như nếu được hỗ trợ tài chính mạnh mẽ, cá nhân

tin rằng khả năng khởi nghiệp sẽ thành công sẽ cao hơn. Trong TPB, PBC là yếu tố dự báo trực tiếp của YĐKN (Ajzen, 1991). PBC càng cao thì cá nhân càng tin rằng họ có đủ khả năng để khởi nghiệp dẫn đến YĐKN mạnh hơn.

Như vậy, PBC trong khởi nghiệp CNS phản ánh mức độ tự tin và khả năng của cá nhân trong việc huy động nguồn lực, kỹ năng và công nghệ để thực hiện hoạt động khởi nghiệp CNS. Đây là yếu tố quan trọng quyết định YĐKN, đồng thời ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng hành động và thành công của startup CNS.

Tóm lại, cả ADE và PBC là hai yếu tố thành phần tâm lý quan trọng, tương tác với nhau để thúc đẩy ý định và hành vi khởi nghiệp. Thái độ tích cực giúp cá nhân cảm thấy khởi nghiệp là đáng làm, trong khi PBC giúp họ tin rằng mình có khả năng thực hiện thành công, từ đó tăng khả năng biến ý định thành hành động thực tế.

2.1.3. Năng lực công nghệ số

Trong bối cảnh kinh doanh đang thay đổi nhanh chóng, năng lực công nghệ số (digital capability - DC) đã trở thành yếu tố thiết yếu cho sự phát triển và đổi mới của doanh nghiệp (Elia và cộng sự, 2020; Hanelt và cộng sự, 2021). DC là một khái niệm đa diện và rất quan trọng đối với sự thành công trong kinh doanh và lợi thế cạnh tranh, đặc biệt trong hệ sinh thái số (metaverse) rất năng động này (Wang & Zhang, 2024). Theo đó, năng lực được mô tả là khả năng giải quyết hiệu quả các vấn đề và cơ hội thực sự (Barth và cộng sự, 2007). DC đã được định nghĩa bởi nhiều tác giả trong các nguồn tài liệu khác nhau, và không có một định nghĩa chuẩn thống nhất.

Đối với một doanh nghiệp, DC được định nghĩa là một loại năng lực động, trao quyền cho các công ty đổi mới và thích ứng nhanh chóng với những thay đổi của môi trường, từ đó cải thiện hiệu suất tổng thể của doanh nghiệp (Eisenhardt & Martin, 2000; Winter, 2003). Cụ thể, DC giúp các công ty nhận diện cơ hội và đảm bảo nguồn lực, những yếu tố cốt lõi để đạt được lợi thế cạnh tranh và nâng cao hiệu suất hoạt động (Eisenhardt & Martin, 2000; Winter, 2003), đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy chuyển đổi công nghệ số và hiệu suất tổng thể của doanh nghiệp, giúp nắm bắt thông tin chuyên sâu về các hoạt động kinh doanh, sự thay đổi trong nhu cầu khách hàng, hành động của đối thủ cạnh tranh và việc thực thi các chính sách thị trường (Kim & Jin, 2024). DC được coi là những tài nguyên chiến lược có giá trị, rất hiếm, khó bắt chước và không thể thay thế (Mancuso và cộng sự, 2024). Chúng đại diện cho một tập hợp các

tài nguyên và năng lực số không thể thiếu cho hoạt động khởi nghiệp trong hệ sinh thái số (Chaudhuri và cộng sự, 2022; Kamble và cộng sự, 2023; Yao và cộng sự, 2021). DC là sự biểu hiện của các năng lực động (Mikalef và cộng sự, 2021; Teece, 2018), cho phép các công ty liên tục đổi mới, thích ứng, xác định các cơ hội mới và phản ứng với các thay đổi của thị trường và công nghệ đang phát triển (Ye và cộng sự, 2022), khai thác dữ liệu và các công cụ số, cải thiện hiệu quả hoạt động và tăng cường năng lực đổi mới (Sultana và cộng sự, 2022; Wang và cộng sự, 2024; Srinivasan & Venkatraman, 2018).

Theo Kim & Jin (2024), đối với một doanh nghiệp, DC được cấu tạo từ hai thành phần chính: (1) Trình độ công nghệ số (Digital Literacy): Bao gồm khả năng hiểu và sử dụng thông tin và công nghệ số. Khả năng này giúp các công ty thu thập, quản lý và phân tích dữ liệu thị trường một cách hiệu quả, từ đó nâng cao khả năng ra quyết định, phản ứng nhanh với thay đổi thị trường và đáp ứng nhu cầu khách hàng, góp phần tăng lợi nhuận. (2) Sự thành thạo kỹ thuật số (Digital Fluency): Vượt xa kiến thức công nghệ số cơ bản, bao gồm khả năng ứng dụng, đổi mới và thích nghi với các công cụ, nền tảng và chiến lược công nghệ số. Các công ty có mức độ thành thạo công nghệ số cao có thể tối ưu hóa hoạt động, giảm lỗi và chi phí, gián tiếp tăng lợi nhuận, nhanh chóng áp dụng các công nghệ mới nổi, đổi mới sản phẩm hoặc dịch vụ, phát triển các nguồn doanh thu mới và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Mặt khác, Wang & Zhang (2024) cho rằng, trong bối cảnh hệ sinh thái số, ba chiều cốt lõi của DC bao gồm:

(1) Cơ sở hạ tầng (Infrastructure): Đây là nền tảng hữu hình, bao gồm cả phần cứng và phần mềm. Nó bao gồm khả năng tiếp cận các dịch vụ hạ tầng cơ bản như điện toán đám mây, lưu trữ dữ liệu, hạ tầng phần cứng hiệu suất cao, cũng như các dịch vụ truyền dữ liệu và mạng hiệu quả, đáng tin cậy và an toàn.

(2) Mở rộng/Kết nối kinh doanh (Business spanning): Chiều này liên quan đến việc chiến lược hóa và tích hợp các năng lực công nghệ số để đạt được số hóa kinh doanh. Điều này đòi hỏi tổ chức phải chủ động kết nối năng lực số với chiến lược kinh doanh, liên tục tích hợp các sáng kiến metaverse vào quy hoạch chiến lược kinh doanh và đảm bảo tính linh hoạt để điều chỉnh theo các yêu cầu kinh doanh thay đổi.

(3) Thái độ chủ động (Proactive stance): Đây là sự sẵn lòng của một công ty để đón nhận, tận dụng và cách mạng hóa thông qua những tiến bộ công nghệ tiên tiến. Nó bao gồm việc tích cực tìm kiếm và thử nghiệm các công cụ và kỹ thuật metaverse mới, khuyến khích khám phá các ứng dụng metaverse mới, liên tục tìm cách đổi mới để cải thiện hiệu quả sử dụng metaverse và cập nhật những đổi mới metaverse mới nhất để tích hợp vào hoạt động.

Nhìn chung, ba chiều này cùng nhau xác định DC của một công ty và ảnh hưởng sâu sắc đến những thành tựu khởi nghiệp của họ. Chúng trang bị cho các công ty dữ liệu và công cụ phân tích cần thiết để nhận diện cơ hội, phát triển sản phẩm sáng tạo, đánh giá rủi ro và nhanh chóng thích ứng với những thay đổi của thị trường. Tóm lại, năng lực công nghệ số giúp các công ty (1) Xác định xu hướng thị trường và sở thích của người tiêu dùng; (2) Đưa ra quyết định sáng suốt và thúc đẩy đổi mới; (3) Tối ưu hóa dịch vụ và cải thiện hiệu quả của đội ngũ; (4) Tạo ra một môi trường làm việc linh hoạt và đổi mới, đồng thời đóng góp vào việc thu hút và giữ chân nhân tài (Kim & Jin, 2024). Những công ty có năng lực công nghệ số mạnh mẽ vượt trội trong việc sử dụng công nghệ số để nhận diện và tận dụng các cơ hội kinh doanh (Mostafiz và cộng sự, 2021). Họ sử dụng các công cụ kỹ thuật số để theo dõi sự thay đổi trong nhu cầu khách hàng, hành động của đối thủ cạnh tranh và tiến bộ công nghệ, thu thập và tích hợp thông tin thị trường để hỗ trợ việc nhận diện, đánh giá và phát triển cơ hội (Soluk và cộng sự, 2021). Tuy nhiên, việc sở hữu năng lực kỹ thuật số thôi là chưa đủ; các công ty còn phải có khả năng nhận diện, đánh giá và hành động theo các cơ hội để đạt được những cải thiện hiệu suất đáng kể (Kim & Jin (2024). Tuy có nhiều định nghĩa khác nhau về DC đối với một tổ chức, nhưng các định nghĩa này đều chỉ ra rằng DC cho phép các tổ chức đưa ra phản ứng tức thì, cả bên trong và bên ngoài, bằng cách sử dụng các công nghệ và nền tảng số để tạo ra giá trị cho doanh nghiệp.

Đối với một cá nhân, DC được mô tả là tiềm năng được nhận thức của người ra quyết định để sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông (ICTs) một cách phù hợp (Bellini và cộng sự, 2016, tr. 50) cho các mục đích kinh doanh (Parida và cộng sự, 2015). Nghiên cứu trước đây đã đề cập đến nhiều loại DC liên quan đến cá nhân, bao gồm: kỹ thuật, hành vi, thể chất, quản lý và mối quan hệ (Garrison và cộng sự, 2015). DC đề cập đến kiến thức và sự hiểu biết về bản chất, vai trò và cơ hội của ICT như một

tập hợp các kỹ năng và thái độ cần thiết khi sử dụng các phương tiện kỹ thuật số để thực hiện các nhiệm vụ khác nhau một cách tự tin và sáng suốt (Carretero và cộng sự, 2017). Theo Ilomäki và cộng sự (2011), DC bao gồm nhiều kỹ năng khác nhau, như sử dụng CNS trong truyền thông, giao tiếp, công nghệ và máy tính, kỹ năng đọc viết và IT, cũng như khả năng đánh giá CNS với thái độ đúng đắn để tham gia vào môi trường văn hóa số. DC bao gồm khả năng kết hợp các nguồn lực độc đáo như vốn con người để đạt được hiệu suất và lợi thế cạnh tranh cao hơn cho công ty (Zahra và cộng sự, 2005; Acedo & Jones, 2007). Lee và Jeon (2020) định nghĩa DC mà giáo dục công nghệ số nên theo đuổi trong xã hội hiện đại, nơi quá trình chuyển đổi kỹ thuật số đang tăng tốc, là “kiến thức, kỹ năng và thái độ số cần thiết để hoàn thành trách nhiệm và nghĩa vụ, thực hiện các quyền và đáp ứng nhu cầu nghề nghiệp với tư cách là công dân của xã hội số”. Các cá nhân có năng lực kỹ thuật số vượt trội có khả năng thu thập kiến thức quan trọng về thị trường nước ngoài thông qua việc tiếp cận dữ liệu thị trường nước ngoài một cách dễ dàng và hiệu quả (Mathews và cộng sự, 2012). Đồng thời, DC cũng cho phép họ giao tiếp xuyên biên giới với khách hàng tiềm năng (Glavas & Mathews, 2014) và nhà cung cấp (Jean và cộng sự, 2010), từ đó xây dựng các mạng lưới liên quan. Điều này giúp nâng cao hiệu quả ra quyết định khởi nghiệp và đánh giá thị trường, khách hàng, cũng như cho phép xác định các ý tưởng kinh doanh đầy hứa hẹn (Glavas & Mathews, 2014).

Trong nghiên cứu này, DC của một cá nhân được đo lường bằng mức độ sẵn sàng của họ để sử dụng một loại phần mềm hoặc công nghệ mới nhằm hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh. Khi đó, yêu cầu rằng những cá nhân tham gia khảo sát đánh giá mức độ họ sẽ dựa vào một loại phần mềm hoặc ứng dụng công nghệ mới bên cạnh việc sử dụng các nguồn lực khác.

2.1.4. Sự hiểu biết về khởi nghiệp công nghệ số

Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS phản ánh mức độ hiểu biết và nhận thức của một cá nhân về các khía cạnh khác nhau liên quan đến việc thành lập và điều hành một doanh nghiệp dựa trên CNS (Farani và cộng sự, 2017). Điều này bao gồm:

- Nhận diện cơ hội: Từ giai đoạn đầu của việc xác định các cơ hội kinh doanh dựa trên việc sử dụng phương tiện công nghệ số, internet và các công nghệ ICT khác (Carrier và cộng sự, 2004, Serarols– Tarrés, 2009).

- Đánh giá cơ hội: Thông qua việc đánh giá các cơ hội mới trong lĩnh vực công nghệ số (Linan, 2004)

- Thành lập liên doanh: Kiến thức cần thiết để thành lập một liên doanh mới trong bối cảnh kỹ thuật số.

- Môi trường khởi nghiệp và hệ thống hỗ trợ: Hiểu biết về môi trường khởi nghiệp CNS và các hệ thống hỗ trợ có sẵn.

Sự hiểu biết về khởi nghiệp đề cập đến các khái niệm, kỹ năng và năng lực trí tuệ của một doanh nhân (Anderson, 1999; Scherer và cộng sự, 1991). Sự hiểu biết là một trong những yếu tố quan trọng và có ảnh hưởng đến hành vi khởi nghiệp của cá nhân (Linan, 2005). Nghiên cứu về khởi nghiệp chỉ ra rằng việc tiếp cận thông tin và kiến thức ảnh hưởng trực tiếp đến nhận thức của cá nhân, và từ đó, ảnh hưởng trực tiếp đến ý định khởi nghiệp (Conner & Armitage, 1998; Sutton, 1998). Sự hiểu biết này giúp một người có nhận thức rõ ràng hơn về một lựa chọn nghề nghiệp khởi nghiệp, đặc biệt là trong không gian kỹ thuật số, làm cho ý định trở thành doanh nhân trở nên đáng tin cậy hơn. Các ví dụ về Sự hiểu biết này bao gồm kiến thức đủ về nhận diện cơ hội và kiến thức về đào tạo cụ thể cho các doanh nhân trẻ (Linan và cộng sự, 2013). Bằng chứng cho thấy việc tiếp cận kiến thức và thông tin liên quan là một yếu tố then chốt trong việc đạt được hiệu quả của các công ty khởi nghiệp trong suốt quá trình khởi nghiệp (Baron, 2006). Sự hiểu biết khởi nghiệp cùng với kỹ năng khởi nghiệp, được coi là một yếu tố quan trọng trong ý định khởi nghiệp và do đó, dẫn đến sự hình thành và thành công của một doanh nghiệp (Laddzani & Vuuren, 2002; Klofsten, 2000).

Sự hiểu biết khởi nghiệp liên quan chặt chẽ đến một số hoạt động kinh doanh, bao gồm nhận diện, thành lập công ty, marketing, tài chính và tổ chức (Rezaei Zadeh và cộng sự, 2017; Farani và cộng sự, 2017; Tshikovhi & Shambare, 2015). Bao gồm sự hiểu biết đúng đắn về hoạt động khởi nghiệp, ví dụ như bán hàng, đàm phán, phát triển sản phẩm và đánh giá rủi ro. (Bergmann, 2017; Ni & Ye, 2018; Zhao & Seibert, 2006). Sinh viên có thể thu nhận kiến thức về khởi nghiệp thông qua giáo dục ở trường học và các khóa đào tạo. Cho nên, giáo dục khởi nghiệp đóng vai trò chính trong việc cung cấp cho sinh viên Sự hiểu biết về khởi nghiệp. Sinh viên có kiến thức đầy đủ về cách quản lý, tổ chức, thương mại hóa ý tưởng, tiếp thị sản phẩm/dịch vụ, tìm kiếm nguồn lực tài chính và hiểu các yêu cầu pháp lý để thành lập doanh nghiệp sẽ có ý định khởi nghiệp

cao hơn (Karyaningsih và cộng sự, 2020). Sự hiểu biết này đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành các công ty khởi nghiệp và phát triển các doanh nghiệp mới (Ni & Ye, 2018; Farani và cộng sự, 2017; Tshikovhi & Shambare, 2015). Roxas (2014) cho rằng Kiến thức khởi nghiệp được coi là vốn chính khi điều hành doanh nghiệp. Nó đóng một vai trò quan trọng trong việc điều tiết tác động của giáo dục khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp (Karyaningsih và cộng sự, 2020). Nghiên cứu cũng xác nhận rằng Sự hiểu biết khởi nghiệp có vai trò trung gian tích cực, ngụ ý rằng nó điều tiết thành công mối quan hệ giữa giáo dục khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp. Theo lý thuyết Vốn con người khởi nghiệp (Entrepreneurial Human Capital - EHC), một người có trình độ học vấn cao có khả năng cao trở thành doanh nhân (Cowling và cộng sự, 2018), người này sẽ kết hợp nhiều loại kiến thức và kỹ năng để phát triển sản phẩm hoặc dịch vụ tốt, đáp ứng thị hiếu và nhu cầu thị trường, đồng thời quan sát kỹ hơn trong việc khám phá cơ hội, nhận diện sự thay đổi và sử dụng tài nguyên một cách tối ưu và hiệu quả (Walter & Block, 2016; Hussain, 2015; Haynie và cộng sự, 2010; Zhao & Seibert, 2006). Cho nên, Sự hiểu biết khởi nghiệp sẽ có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của sinh viên.

2.1.5. Trải nghiệm công nghệ số

Trải nghiệm CNS được định nghĩa là sự tương tác của người dùng với một tổ chức được thực hiện nhờ CNS (IBM, 2023), hay còn gọi là kinh nghiệm làm việc trước đây có liên quan đến công nghệ. Trải nghiệm CNS không chỉ là việc sở hữu kiến thức hay từng làm việc trong môi trường số, mà còn là yếu tố định hình cách một người hình dung, đánh giá và mong muốn tham gia vào việc giải quyết các vấn đề xã hội thông qua các giải pháp kỹ thuật số (Ghatak và cộng sự, 2023). Theo Lemon và Verhoef (2016), trải nghiệm khách hàng – trong đó có trải nghiệm trên môi trường số – là sự tích hợp các nhận thức, cảm xúc và phản ứng hành vi xuyên suốt hành trình khách hàng. Tương tự, Hassenzahl và Tractinsky (2006) cho rằng trải nghiệm CNS vượt ra ngoài tính năng chức năng, bao gồm cả niềm vui, động lực và giá trị cá nhân mà người dùng cảm nhận. Nghiên cứu của Rose và cộng sự (2012) cũng chỉ ra rằng trải nghiệm CNS là sự kết hợp giữa nhận thức, cảm xúc và hành vi của khách hàng trong tương tác trực tuyến, có tác động đáng kể đến sự hài lòng và ý định hành vi. Như vậy, Trải nghiệm CNS được hiểu là tổng hợp các cảm nhận, nhận thức, thái độ và hành vi của người dùng trong quá trình tương tác với sản phẩm, dịch vụ hoặc nền tảng số. Nó không chỉ phản ánh mức độ

dễ sử dụng và tính hữu ích mà còn bao hàm yếu tố cảm xúc và giá trị mà công nghệ mang lại cho người sử dụng. Cho nên, Trải nghiệm CNS có thể xem là yếu tố trung tâm quyết định giá trị mà cá nhân và tổ chức thu được từ việc ứng dụng công nghệ trong đời sống, học tập và kinh doanh.

Tương tự, kinh nghiệm làm việc trước đây với một tổ chức liên quan đến CNS sẽ dẫn đến ý tưởng tốt hơn về cách giải quyết một vấn đề nhất định bằng cách sử dụng công nghệ số (Scuotto & Morellato, 2013). Điều này cũng sẽ cung cấp cho cá nhân ý tưởng về việc liệu có khả thi để giải quyết một vấn đề xã hội bằng công nghệ số hay không, hoặc phải làm gì để trở thành khả thi hơn thông qua công nghệ số. Nghiên cứu của (Ghatak và cộng sự, 2023) chứng minh kiến thức và kinh nghiệm với CNS cũng sẽ tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS xã hội. Nghiên cứu cũng đề xuất rằng hiệu ứng trên sẽ tăng thêm khi các cá nhân đã có những trải nghiệm trong các tổ chức có liên quan cả về mặt xã hội và CNS vì trải nghiệm liên ngành sẽ giúp họ xây dựng các giải pháp vượt trội cho các vấn đề xã hội bằng cách sử dụng công nghệ số.

Trong giới hạn của nghiên cứu này, dựa trên ý tưởng của Ghatak và cộng sự (2023), trải nghiệm CNS được đo lường bằng kinh nghiệm thực tế của một người khi làm việc với các tổ chức có liên quan đến CNS hoặc trên nền tảng CNS. Cụ thể, cá nhân (1) đã có một số kinh nghiệm làm việc với CNS; hoặc (2) đã làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến CNS và/hoặc (3) biết rất nhiều về các loại CNS. Tác giả cho rằng những trải nghiệm như vậy tạo ra sự quen thuộc với các loại vấn đề mà doanh nghiệp hướng tới giải quyết, khiến cho việc hình thành ý định giải quyết những vấn đề này có nhiều khả năng xảy ra hơn. Ý định không chỉ được xác định bởi năng lực nội tại bản thân của một cá nhân mà còn là sự hiện diện được nhận thức của các hệ thống và mạng lưới hỗ trợ bên ngoài có thể giúp họ đạt được kết quả dự định.

2.1.6. Hành vi chấp nhận công nghệ

Hành vi chấp nhận công nghệ được giải thích dựa trên Mô hình Chấp nhận công nghệ (TAM) được đề xuất bởi Davis (1986). Khái niệm cốt lõi của TAM là đo lường giá trị của công nghệ và hành vi của một cá nhân đối với việc chấp nhận sử dụng công nghệ (Zulfiqar và cộng sự, 2025). Mô hình TAM bao gồm hai yếu tố cốt lõi hoạt động cùng nhau ảnh hưởng đến ý định chấp nhận công nghệ của người dùng, bao gồm:

(1) Nhận thức về tính hữu ích của công nghệ (PU): Được định nghĩa là mức độ mà một người tin rằng việc áp dụng một hệ thống nhất định có thể thúc đẩy hiệu suất công việc của họ (Davis, 1986). Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, nhận thức về tính hữu ích của công nghệ đề cập đến mức độ người dùng nghĩ rằng việc sử dụng công nghệ có thể nâng cao hiệu suất công việc thông qua việc sử dụng công nghệ và giúp họ phát triển thái độ, từ đó dẫn đến ý định khởi nghiệp. Khái niệm về PU cũng liên quan đến khởi nghiệp CNS, vì nó đề cập đến nhận thức của một cá nhân về giá trị của một công nghệ hoặc đổi mới mới trong việc tạo điều kiện cho sự thành công của doanh nghiệp (Davis, 1989). Khi cá nhân nhận thấy rằng một công nghệ hoặc sự đổi mới công nghệ sẽ hữu ích trong việc tạo điều kiện cho sự thành công của doanh nghiệp, họ có nhiều khả năng tin vào khả năng khởi nghiệp và điều hành doanh nghiệp thành công. Niềm tin này bắt nguồn từ sự tự tin của họ vào khả năng vượt qua những thách thức và trở ngại có thể phát sinh. Theo Zulfiqar và cộng sự (2025), PU cũng là một yếu tố tác động đáng kể đến ý định sử dụng công nghệ của một cá nhân. Nghiên cứu của Chatterjee và cộng sự (2022) đã chứng minh rằng PU tác động đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên. Những sinh viên nhận thấy CNS hữu ích cho hoạt động kinh doanh thường có thái độ tích cực đối với YĐKN và theo đuổi sự nghiệp kinh doanh CNS (Rajesh, 2021; Soluk và cộng sự, 2021).

(2) Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ (PEU): Được định nghĩa là mức độ một người có thể sử dụng và khai thác công nghệ một cách dễ dàng, độc lập với bất kỳ ảnh hưởng hiệu suất tiềm năng nào (Davis, 1986). Mỗi một loại công nghệ có thể là một tiện ích giúp tiết kiệm thời gian và công sức, đồng thời cho phép mức độ tùy chỉnh khi sử dụng.

Theo Tambun và cộng sự (2020), TAM bao gồm bốn yếu tố cơ bản: (1) hành vi người dùng là hành vi vận hành thực tế của người dùng đối với công nghệ mới; (2) ý định hành vi đề cập đến sự sẵn lòng của người dùng khi thử các công nghệ mới; (3) nhận thức tính hữu ích là sự hiểu biết chủ quan của người dùng về tiện ích của công nghệ mới được áp dụng; và (4) nhận thức tính dễ sử dụng là mức độ nỗ lực mà người dùng công nghệ bỏ ra để sử dụng các công nghệ mới. Về nguyên tắc, TAM có thể được áp dụng cho nhiều lĩnh vực, bao gồm ý định và hành vi khởi nghiệp CNS (Wibowo và cộng sự, 2024). Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, TAM giúp cho việc hiểu các khía

cạnh ảnh hưởng đến ý định của cá nhân tham gia vào hoạt động khởi nghiệp CNS bằng công nghệ. TAM đặc biệt phù hợp với việc áp dụng công nghệ blockchain vì nó tập trung vào cảm nhận về tính dễ sử dụng và tính hữu ích của công nghệ - những yếu tố chính ảnh hưởng đến việc chấp nhận công nghệ (Chen và cộng sự, 2024). Cho nên, việc sử dụng mô hình TAM để nghiên cứu ý định khởi nghiệp CNS có thể cung cấp những hiểu biết sâu sắc về các khía cạnh thúc đẩy quyết định theo đuổi ý tưởng khởi nghiệp CNS (Wibowo và cộng sự, 2024).

2.2. Các lý thuyết nền tảng

2.2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch (*The Theory of Planned Behavior Model - TPB*)

Năm 1991, Ajzen đưa ra Lý thuyết hành vi có kế hoạch và được ứng dụng rất rộng rãi trong rất nhiều nghiên cứu về ý định hành vi của con người trong các lĩnh vực khác nhau. Theo đó, lý thuyết này giải thích rằng hành vi có kế hoạch của con người là kết quả của sự dự định thực hiện hành vi và khả năng kiểm soát của họ, chịu tác động bởi ba yếu tố: (1) Thái độ đối với hành vi, (2) Chuẩn chủ quan và (3) Nhận thức kiểm soát hành vi. Nhiều hành vi không thể đơn giản được thực hiện theo ý muốn; chúng đòi hỏi phải có kỹ năng, cơ hội, nguồn lực hoặc sự hợp tác để thực hiện thành công (Sutton, 2001). Do đó, Ajzen (1991) đã nỗ lực để mở rộng Lý thuyết hành động hợp lý - TRA (Theory of Reasoned Action) bằng cách thêm một biến có tên Nhận thức kiểm soát hành vi.

TRA được đề xuất vào năm 1975 bởi Fishbein và Azjen, gợi ý rằng hành vi của một người được quyết định bởi ý định thực hiện hành vi của họ và đến lượt ý định này là một chức năng của thái độ đối với hành vi và chuẩn chủ quan. Thái độ đối với hành vi là đánh giá của một cá nhân về kết quả thu được từ việc thực hiện một hành vi cụ thể, ám chỉ mức độ đánh giá thuận lợi hay bất lợi về một hành vi của một cá nhân (Fishbein và Azjen, 1975). Thái độ được định nghĩa là cảm giác tích cực hoặc tiêu cực liên quan đến việc đạt được mục tiêu; Chuẩn chủ quan là những đại diện cho nhận thức của các cá nhân liên quan đến khả năng đạt được các mục tiêu đó. Yếu tố dự đoán tốt nhất về hành vi là ý định hoặc công cụ (niềm tin rằng hành vi sẽ dẫn đến kết quả dự kiến). Thái độ phản ánh niềm tin hành vi nổi bật của người đó liên quan đến kết quả hành động cá nhân có thể xảy ra. Chẳng hạn như một người tin rằng việc thực hiện một hành vi nhất

định sẽ dẫn đến những kết quả cá nhân một cách tích cực sẽ có thái độ thuận lợi đối với hành vi đó. Cụ thể, thái độ được xem là một chức năng của tổng thể niềm tin hành vi nổi bật của một người liên quan đến kết quả của hành động được đánh giá bằng kết quả đạt được. Một thước đo thái độ gián tiếp, dựa trên niềm tin có thể được tạo ra bằng cách nhân từng niềm tin hành vi với đánh giá kết quả tương ứng và sau đó tính tổng kết quả với nhau (Sutton, 2001).

Chuẩn chủ quan là nhận thức của một cá nhân, với những người tham khảo quan trọng của cá nhân đó cho rằng hành vi nên hay không nên được thực hiện; bị ảnh hưởng bởi sự phán xét của những người quan trọng khác (ví dụ: cha mẹ, vợ/chồng, bạn bè, giáo viên) (Fishbein và Azjen, 1975). Tương tự như vậy, chuẩn chủ quan là một chức năng của niềm tin của một người mà các cá nhân hoặc một nhóm cụ thể nào đó nghĩ rằng họ nên hoặc không nên thực hiện hành vi (Ajzen, 1991). Một người tin rằng những người quan trọng nhất với họ nghĩ rằng họ nên thực hiện hành vi đó sẽ nhận thấy áp lực xã hội buộc họ phải làm như vậy. Cụ thể, theo Sutton (2001), chuẩn chủ quan được coi là một chức năng của niềm tin chuẩn mực nổi bật của một người đối với từng đối tượng tham chiếu, mỗi đối tượng được đánh trọng số bởi động cơ của họ để tuân theo đối tượng đó. Một thước đo gián tiếp của chuẩn mực chủ quan có thể được tạo ra bằng cách nhân từng niềm tin chuẩn mực với động cơ tuân thủ tương ứng của nó và sau đó tính tổng trên các tham chiếu.

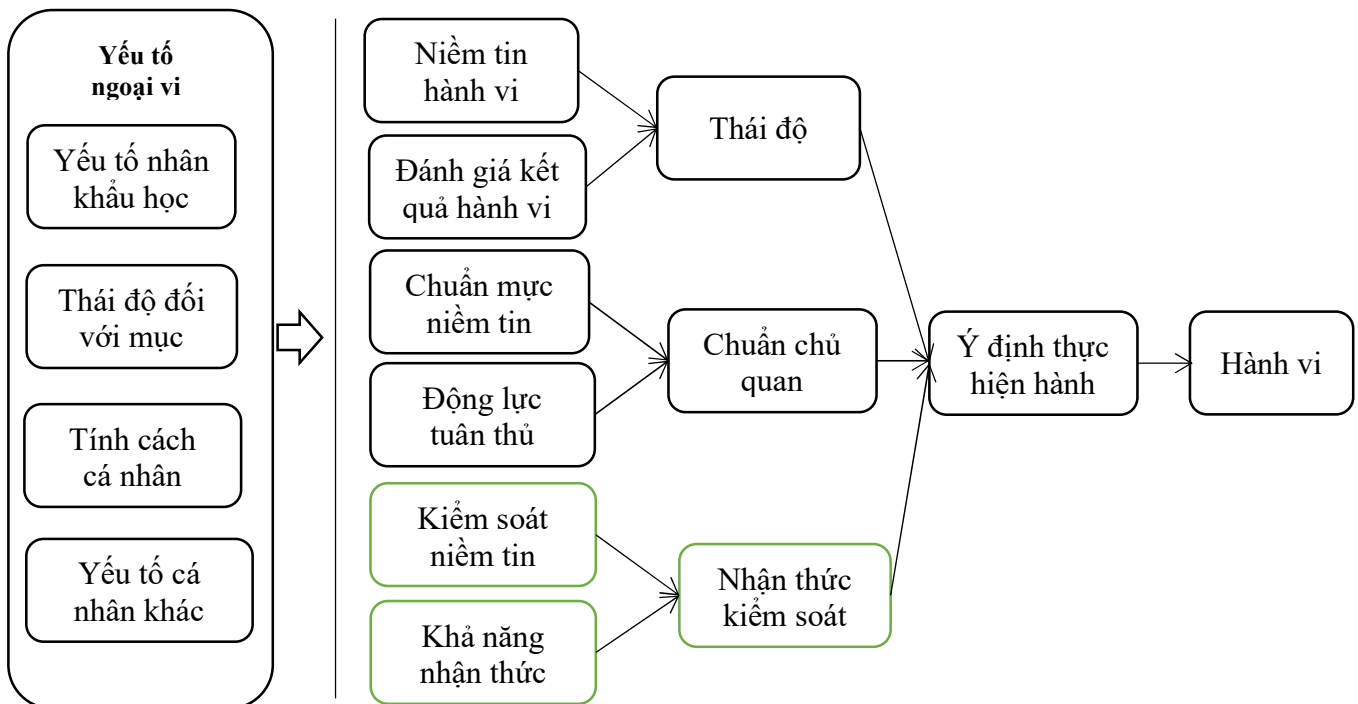
Theo TRA, nếu mọi người đánh giá hành vi được đề xuất là tích cực (thái độ) và nếu họ nghĩ rằng những người khác muốn họ thực hiện hành vi đó (chuẩn chủ quan), điều này dẫn đến ý định cao hơn (động cơ) và họ có nhiều khả năng thực hiện hành vi hơn. Mối tương quan lớn giữa thái độ và chuẩn chủ quan với ý định hành vi và hành vi đã được khẳng định trong nhiều nghiên cứu (Sheppard và cộng sự, 1998). Tuy nhiên, kết quả của một số nghiên cứu chỉ ra một hạn chế của lý thuyết này: ý định hành vi không phải lúc nào cũng dẫn đến hành vi thực tế. Một lập luận phản bác lại mối quan hệ chặt chẽ giữa ý định hành vi và hành vi thực tế đã dẫn đến sự phát triển của lý thuyết về hành vi có kế hoạch, một mô hình bao gồm tác động của các yếu tố không tự nguyện đối với hành vi. TRA được phát triển để hiểu rõ hơn về mối quan hệ giữa thái độ, ý định và hành vi (Fishbein, 1967). Nhiều nghiên cứu trước đây về các mối quan hệ này cho thấy mức độ tương ứng giữa thái độ và hành vi tương đối thấp, và một số nhà học

thuyết đề xuất loại bỏ thái độ như một yếu tố ảnh hưởng đến hành vi (Abelson, 1972; Wicker, 1969).

Nhận thức kiểm soát hành vi là nhận thức của một cá nhân về sự dễ dàng hoặc khó khăn trong việc thực hiện hành vi cụ thể; điều này phụ thuộc vào sự sẵn có của các nguồn lực và các cơ hội để thực hiện hành vi, phản ánh kinh nghiệm trong quá khứ cũng như những trở ngại dự kiến. Theo Ajzen (1991), nhận thức kiểm soát hành vi là một chức năng của niềm tin kiểm soát giống như chuẩn mực chủ quan là một chức năng của niềm tin chuẩn mực. Nó được cho là có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định. Đối với các hành vi mong muốn, kiểm soát hành vi được nhận thức nhiều hơn sẽ dẫn đến ý định mạnh mẽ hơn. Theo Sutton (2001), nhận thức kiểm soát hành vi cũng có thể có tác động dự đoán trực tiếp đối với hành vi, thông qua hai cơ chế khác nhau. Thứ nhất, giữ ý định không đổi, một cá nhân có nhận thức kiểm soát hành vi cao hơn có khả năng cố gắng nhiều hơn và kiên trì lâu hơn một cá nhân có nhận thức kiểm soát thấp hơn. Thứ hai, mọi người có thể có nhận thức chính xác về mức độ kiểm soát thực tế mà họ có đối với hành vi.

TPB bổ sung khả năng kiểm soát theo nhận thức đối với một hành vi cụ thể, có tính đến các tình huống mà một người có thể không hoàn toàn kiểm soát theo ý chí đối với một hành vi. Cuối cùng, Ý định hành vi là một dấu hiệu cho thấy sự sẵn sàng của một cá nhân để thực hiện một hành vi nhất định. Nó được coi là tiền đề của việc thực hiện hành vi. Nó dựa trên thái độ đối với hành vi, quy chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi, đề cập đến các yếu tố động cơ ảnh hưởng đến một hành vi nhất định trong đó ý định thực hiện hành vi càng mạnh thì hành vi đó càng có nhiều khả năng được thực hiện. Việc Ajzen đưa vào yếu tố nhận thức kiểm soát hành vi dựa trên ý tưởng rằng kết quả của hành vi được xác định chung bởi động cơ (ý định) và khả năng (kiểm soát hành vi). Nhận thức của một người về khả năng kiểm soát đối với việc thực hiện hành vi, cùng với ý định, được cho là có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi, đặc biệt khi nhận thức kiểm soát được xem là đánh giá chính xác về khả năng kiểm soát thực tế đối với hành vi và khi khả năng kiểm soát theo ý chí không cao. Ảnh hưởng của nhận thức kiểm soát suy giảm, và ý định là một yếu tố dự đoán hành vi đầy đủ trong trường hợp sự kiểm soát ý chí đối với hành vi. Ý định được coi là trạng thái nắm bắt các yếu tố thúc đẩy ảnh hưởng đến hành vi, cảm nhận chủ quan của một người thực hiện một số hành vi hoặc

đại diện cho động cơ mà một cá nhân cố gắng thực hiện một hành động có kế hoạch hoặc một quyết định được đưa ra (Armitage và Conner, 2001). Do đó, ý định được khuyến là yếu tố dự đoán tốt nhất cho các hành động liên quan, như là điểm khởi đầu của việc theo đuổi sự tự chủ của cá nhân và tạo ra các dự án mới, và rất quan trọng trước khi thực sự thành lập một doanh nghiệp (Abdullah và cộng sự, 2017). Ý định cuối cùng có thể không được thực hiện, nhưng trên thực tế không ai có thể thành lập doanh nghiệp hoặc tham gia vào các hoạt động khởi nghiệp mà không có ý định trước (Ita John và cộng sự, 2014).



Hình 2.1. Thuyết hành động hợp lý và Thuyết hành vi có kế hoạch

(Nguồn: Fishbein và Ajzen, 1975; Ajzen, 1991)

Ngoài ra, theo TPB, các biến ngoại sinh hoặc các yếu tố cơ bản như nhân khẩu học, tính cách, các yếu tố văn hóa - xã hội có thể ảnh hưởng gián tiếp đến ý định thông qua tác động của chúng lên ba tiền đề của ý định. Trong lĩnh vực khởi nghiệp, các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng ba tiền đề của ý định phần lớn được hình thành bởi các yếu tố ngoại sinh như đặc điểm tính cách, môi trường văn hóa xã hội và thể chế (Liñán & Jaén, 2018; Karimi và cộng sự, 2017). Một số phân tích tổng hợp về TRA/TPB đã được thực hiện cho thấy kết quả rằng khi ý định được dự đoán từ thái độ và chuẩn mực chủ quan, hoặc từ thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi, trung bình có khoảng 40% - 50% phương sai được giải thích. Khi hành vi được dự đoán chỉ từ ý định

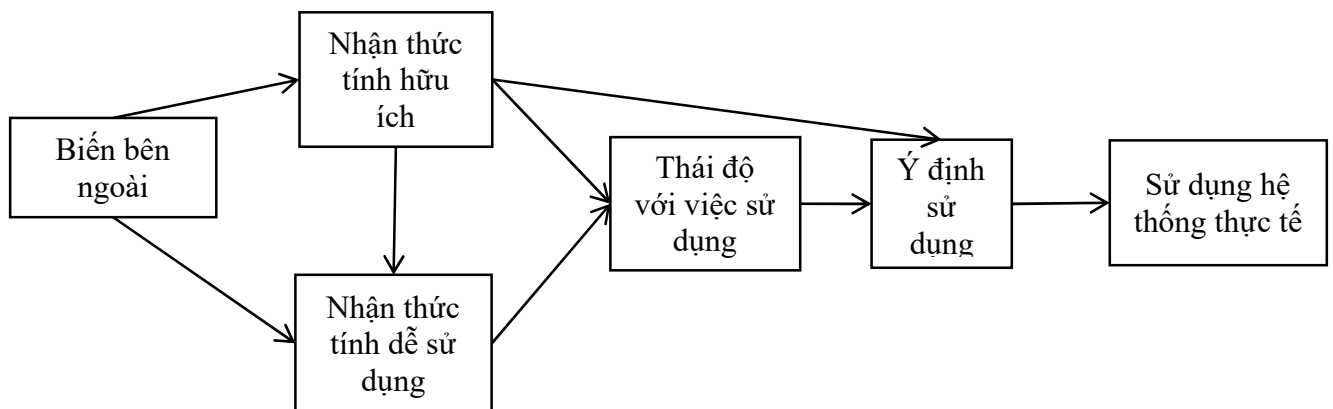
hoặc từ ý định và kiểm soát hành vi được nhận thức, mức độ giải thích chỉ từ 19% - 38% (Sutton, 1998).

2.2.2. Mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model - TAM)

Mô hình chấp nhận công nghệ - TAM được xây dựng đầu tiên vào năm 1986 bởi Davis dựa trên lý thuyết về hành động hợp lý (TRA) liên quan đến dự đoán về khả năng chấp nhận của một hệ thống thông tin, bao gồm 02 biến là Nhận thức tính hữu ích (Perceived usefulness - PU) và Nhận thức tính dễ sử dụng (Perceived ease of use - PEU) tác động lên Thái độ hướng đến việc sử dụng (Attitude toward using). Mục đích của mô hình này là dự đoán khả năng chấp nhận (adoption) một công cụ và xác định các điều chỉnh phải được đưa vào hệ thống để người dùng có thể chấp nhận nó. Nhận thức tính hữu ích (PU) được định nghĩa là mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống sẽ cải thiện hiệu suất của mình. Nhận thức tính dễ sử dụng (PU) đề cập đến mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống sẽ dễ dàng. Một số phân tích đã chứng minh rằng tính hữu dụng và nhận thấy sự dễ sử dụng có thể được coi là tác động hai chiều khác nhau (Hauser et Shugan, 1980; Larcker et Lessig, 1980; Swanson, 1987). Mô hình TAM quy định rằng việc sử dụng hệ thống thông tin được xác định bởi ý định hành vi, nhưng mặt khác, ý định hành vi được xác định bởi thái độ của người đó đối với việc sử dụng hệ thống và cũng bởi nhận thức của mình về tiện ích của nó. Theo Davis (1986), thái độ của một cá nhân không phải là yếu tố duy nhất quyết định việc anh ta sử dụng một hệ thống, mà còn dựa trên tác động của nó đối với hiệu suất của anh ta. Do đó, ngay cả khi một nhân viên không hoan nghênh một hệ thống thông tin, xác suất anh ta sẽ sử dụng nó là rất cao nếu anh ta nhận thấy rằng hệ thống sẽ cải thiện hiệu suất của anh ta trong công việc. Bên cạnh đó, Mô hình chấp nhận công nghệ đưa ra giả thuyết về mối liên hệ trực tiếp giữa tính hữu dụng nhận thức và tính dễ sử dụng.

Năm 1989, mô hình TAM được điều chỉnh bởi Davis và cộng sự, bổ sung thêm các mối liên hệ và tác động như yếu tố bên ngoài (Extenal variable) bao gồm: Có thể tiếp cận được (Accessibility), Tính năng của hệ thống (system feature), Hỗ trợ người dùng (user support), Kỹ năng công nghệ (technology skills), Trải nghiệm công cụ (tool experiece), Tính chuyên nghiệp (professional), Liên quan đến công việc (job relevance) và Chất lượng đầu ra (output quality). Bên cạnh đó, mô hình còn chứng minh được thái độ hướng đến sử dụng công nghệ (Attitude toward using) tác động đến ý định sử dụng

công nghệ và sau đó mới đến việc chấp nhận sử dụng công nghệ. Mục đích của mô hình là để giải thích các yếu tố quyết định chung của việc chấp nhận sử dụng máy tính dẫn đến giải thích hành vi của người dùng công nghệ máy tính cuối cùng trên một phạm vi rộng lớn (Lai, 2017). Mô hình đã được thử nghiệm trên 107 người dùng máy tính sau 2 khoảng thời gian sau khi giới thiệu 1 giờ và sau 14 tuần. Kết quả cho thấy PU và PEU có tác động cùng chiều lên ý định sử dụng của người dùng máy tính, trong đó PU là một yếu tố quyết định chủ yếu và PEU là yếu tố quyết định thứ yếu, thái độ chỉ có một phần trung gian tác động vào ý định sử dụng.



Hình 2.2. Mô hình chấp nhận công nghệ

(Nguồn: Davis, 1986)

Năm 1996, mô hình TAM lại được điều chỉnh chứng minh rằng PU và PEU có tác động đến ý định (Intention) nhưng bỏ qua yếu tố Thái độ (Attitude). Năm 2000, Venkatesh và Davis đã phát triển TAM thành TAM2 bằng cách thêm các yếu tố bên ngoài mô hình chưa chỉ ra ở nghiên cứu trước gồm các quy trình xã hội (tiêu chuẩn chủ quan, sự tự nguyện, hình ảnh); quy trình công cụ nhận thức (mức độ liên quan đến công việc, chất lượng đầu ra, kết quả thể hiện, cảm nhận dễ sử dụng). TAM2 đánh giá tinh thần của người dùng kết hợp giữa việc thực hiện mục tiêu trong công việc và kết quả của việc thực hiện các nhiệm vụ công việc bằng cách sử dụng hệ thống là cơ sở để hình thành các nhận thức về tính hữu ích của hệ thống (Lai, 2017). Nghiên cứu được thực hiện trên 4 tổ chức (Công ty sản xuất, công ty tài chính, công ty dịch vụ, ngân hàng) tại 3 điểm thời gian trước triển khai, sau một tháng triển khai và sau ba tháng triển khai, trong đó 2 tổ chức tự nguyện sử dụng hệ thống công nghệ mới, 2 tổ chức bắt buộc sử dụng công nghệ mới. Kết quả cũng cho thấy PU là một yếu tố quyết định mạnh mẽ của ý định sử dụng, và PEU là một yếu tố quyết định quan trọng thứ yếu. Ngoài ra các biến

phụ thuộc là quy trình xã hội và quy trình nhận thức đều có tác động trực tiếp và tích cực đến PU và ý định sử dụng. Mức độ tác động đối với trường hợp bắt buộc sử dụng hệ thống cao hơn so với trường hợp tự nguyện, riêng tiêu chuẩn chủ quan chỉ có tác động trong trường hợp bắt buộc sử dụng mà không ảnh hưởng trong trường hợp tự nguyện sử dụng.

Năm 2008, Venkatesh và Bala kết hợp TAM2 và các yếu tố quyết định nhận thức để sử dụng để phát triển một mô hình tích hợp chấp nhận công nghệ được gọi là TAM3 (Venkatesh & Davis, 2000). TAM3 được phát triển bằng việc bổ sung thêm các yếu tố ảnh hưởng đến PEU, bao gồm Tính công hiệu của máy tính, Cảm nhận sự kiểm soát bên ngoài, Sự lo ngại về máy tính, Sự hứng thú về máy tính, Cảm nhận sự thoải mái và Khả năng sử dụng khách quan. TAM3 đặt ra ba mối quan hệ mới được kiểm duyệt bởi biến kinh nghiệm: (i) PEU và PU; (ii) sự lo ngại về máy tính và PEU; và (iii) PEU và ý định sử dụng. Nghiên cứu cũng được thực hiện bằng cách triển khai áp dụng hệ thống CNTT mới trên 4 tổ chức tương tự TAM2, dữ liệu được thu thập trong 5 tháng. Kết quả cho thấy các mối quan hệ giữa các biến phụ tác động lên PU là phù hợp với TAM2. Bên cạnh đó, nghiên cứu cho thấy (i) ảnh hưởng của PEU lên PU bị kiểm duyệt bởi biến kinh nghiệm, với kinh nghiệm ngày càng tăng thì hiệu ứng ảnh hưởng càng mạnh; (ii) ảnh hưởng của sự lo ngại về máy tính lên PEU bị kiểm duyệt bởi kinh nghiệm, khi kinh nghiệm càng tăng thì mức độ ảnh hưởng càng giảm; (iii) sự ảnh hưởng của PEU lên ý định sử dụng bị kiểm duyệt bởi kinh nghiệm, kinh nghiệm càng tăng thì mức độ ảnh hưởng càng giảm. Mô hình nghiên cứu TAM3 đã được đưa vào thử nghiệm trong thực tế trong việc triển khai sử dụng CNTT (Lai, 2017).

Trong nghiên cứu khoa học xã hội, TAM là mô hình được ứng dụng rộng rãi nhất (Teo và cộng sự, 2019). Hơn nữa, TAM cũng là mô hình được nghiên cứu phổ biến nhất để điều tra việc chấp nhận công nghệ trong môi trường doanh nghiệp (Davis và cộng sự, 1989). Tóm lại, việc ứng dụng các mô hình TAM thường để áp dụng trong nghiên cứu về sự tương tác của con người với máy tính nói riêng và CNTT nói chung. Các TAM khẳng định rằng hai cấu trúc nổi bật là PU và PEU là tiền đề quan trọng của khuynh hướng hành vi sử dụng CNTT (Davis, Bogozzi và Warshaw, 1989). Nhiều nhà nghiên cứu đã tiến hành nghiên cứu thực nghiệm để kiểm tra khả năng giải thích của các TAM, mà những kết quả là tương đối nhất quán về hành vi chấp nhận CNTT của

người dùng, ví dụ như: Taufik & Hanafiah (2019), Oumlil và Juiz (2018), Ma và cộng sự (2017), Lee và cộng sự (2011), Matlay & Westhead (2005), Igbaria và cộng sự (1997), Venkatesh & Davis (2000), Horton và cộng sự (2001). Deng và Yuan (2020) đã kết hợp TAM với lý thuyết vốn xã hội để khám phá mức độ sẵn lòng bền vững của người dùng thụ động. Nghiên cứu của Abdullah và cộng sự (2016) chỉ ra rằng, nhận thức về tính hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng của sinh viên đối với hệ thống danh mục đầu tư điện tử cũng như ý định hành vi của họ khi sử dụng hệ thống cho việc học, được kiểm tra để xác định tác động của Năng lực bản thân, Chuẩn mực chủ quan, Sự thích thú, Sự lo lắng khi sử dụng máy tính và Kinh nghiệm của họ. Liu và cộng sự (2020) đã áp dụng TAM để khám phá mức độ sẵn lòng của người tiêu dùng và các mô hình sử dụng bằng cách phân tích thông tin cơ bản, sau đó khám phá mối quan hệ giữa các biến và kiểm chứng độ tin cậy của mô hình đo lường bằng công cụ tìm kiếm tiếp thị (SEM).

Tóm lại, việc ứng dụng TAM đang có sức lan tỏa nhanh chóng (Deng và cộng sự, 2021). Dựa trên lý thuyết TAM, đã có nhiều thành tựu ứng dụng nghiên cứu trong các lĩnh vực khác nhau như về học tập trực tuyến, hệ thống, ngân hàng và y tế (Su & Li, 2021). Với sự phát triển không ngừng của Internet, TAM đang dần chuyển đổi từ hệ thống doanh nghiệp truyền thống sang loại hình kinh doanh di động.

Bảng 2.2. Tóm tắt lý thuyết nền sử dụng trong nghiên cứu về khởi nghiệp

Lý thuyết	Tiếng Anh	Nội dung	Ứng dụng trong nghiên cứu về khởi nghiệp	Tác giả	Năm
Lý thuyết hành vi có kế hoạch	The Theory of Planned Behavior Model - TPB	Giải thích rằng hành vi có kế hoạch của con người là kết quả của sự dự định thực hiện hành vi và khả năng kiểm soát của họ, chịu tác động bởi ba yếu tố: (1) Thái độ đối với hành vi; (2) Chuẩn chủ quan; (3) Nhận thức kiểm soát hành vi.	Ba tiền đề của ý định phần lớn được hình thành bởi các yếu tố ngoại sinh như đặc điểm tính cách, môi trường văn hóa xã hội và thể chế. Khi ý định được dự đoán từ thái độ và chuẩn mực chủ quan, hoặc từ thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi, trung bình có khoảng 40% - 50% phương sai được giải thích	Ajzen	1991
Lý thuyết hành động hợp lý	Theory of Reasoned Action - TRA	Cho rằng hành vi của một người được quyết định bởi <i>ý định</i> thực hiện hành vi của họ và đến lượt <i>ý định</i> này là một chức năng của thái độ đối với hành vi và <i>chuẩn chủ quan</i>	Nếu mọi người đánh giá hành vi được đề xuất là tích cực (thái độ) và nếu họ nghĩ rằng những người khác muốn họ thực hiện hành vi đó (chuẩn chủ quan), điều này dẫn đến ý định cao hơn (động cơ) và họ có nhiều khả năng thực hiện hành vi hơn.	Fishbein và Ajzen	1975
Mô hình chấp nhận công nghệ	Technology Acceptance Model - TAM	Dự đoán khả năng chấp nhận công nghệ, bao gồm 02 biến: (1) <i>Nhận thức tính hữu ích</i> (Perceived usefulness - PU); (2) <i>Nhận thức tính dễ sử dụng</i> (Perceived ease of use - PEU) tác động lên Thái độ hướng đến việc sử dụng (Attitude toward using).	Mô hình được nghiên cứu phổ biến nhất để điều tra việc chấp nhận công nghệ trong bối cảnh khởi nghiệp	Davis	1986

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

2.3. Lược khảo nghiên cứu

2.3.1. Phương pháp trắc lượng thư mục

2.3.1.1. Quy trình thực hiện

Để có cái nhìn tổng quan nhất tình hình nghiên cứu về lĩnh vực khởi nghiệp nói chung và khởi nghiệp CNS nói riêng, tác giả tiến hành lược khảo theo phương pháp phân tích trắc lượng thư mục (bibliometric method). Để thực hiện phương pháp này, tác giả triển khai lần lược qua 03 bước sau:

Bước 1: Chọn mẫu nghiên cứu

Để phân tích các tài liệu gần đây nhất về hoạt động khởi nghiệp, ý định khởi nghiệp, khởi CNS và ý định khởi nghiệp CNS, tác giả đã tiến hành việc tìm kiếm có hệ thống các nghiên cứu từ các bài báo đăng trên các tạp chí có uy tín, vì chúng được coi là nguồn dữ liệu chính thống đã được kiểm chứng (Podsakoff và cộng sự, 2005). Trong bài viết này, các nghiên cứu sẽ được lựa chọn để xem xét lý thuyết cũng như mô hình nghiên cứu liên quan đến khởi nghiệp, ý định khởi nghiệp, khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS. Một cách tiếp cận có hệ thống đã được áp dụng, theo đó tác giả tìm kiếm thông qua các nghiên cứu và bài công bố chính thức được giới hạn viết bằng ngôn ngữ Anh, loại tài liệu là tạp chí.

Cơ sở dữ liệu được lựa chọn từ nguồn Scopus bởi vì đây được cho là nguồn dữ liệu bao phủ rộng hơn, sâu hơn và toàn diện hơn các nguồn dữ liệu khác (Mishra và cộng sự, 2021). Việc lựa chọn tạp chí chất lượng được coi là bước quan trọng để có được những công bố chất lượng (Wallace & Wray, 2021).

Bước 2: Phân tích sơ bộ tài liệu tìm kiếm

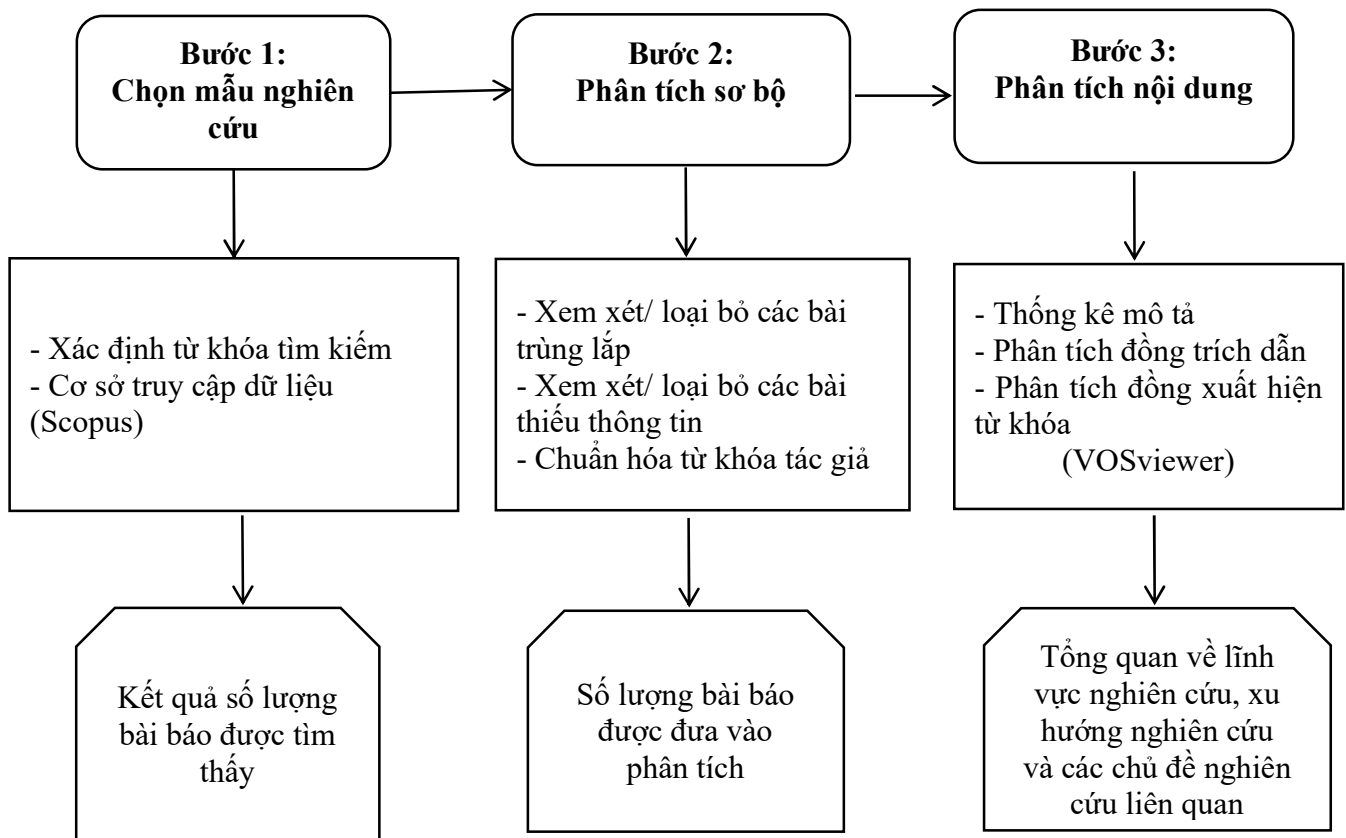
Bước phân tích sơ bộ được thực hiện nhằm đánh giá tổng quan nguồn dữ liệu trước khi tiến hành các bước phân tích sâu bằng phương pháp trắc lượng thư mục. Giai đoạn này giúp xác định mức độ liên quan, phạm vi phủ sóng và chất lượng dữ liệu khoa học thu thập được từ các cơ sở dữ liệu quốc tế như Scopus, Web of Science (WoS) hay Google Scholar. Cụ thể sẽ loại bỏ các bài báo bị trùng lặp hoặc không liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Theo đó, dữ liệu nghiên cứu cũng sẽ được làm sạch, các bài báo thiếu dữ liệu hoặc từ khóa chưa được chuẩn hóa cũng được thực hiện ở bước này.

Bước 3: Phân tích nội dung

Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục để mô tả và phân tích thống kê các công trình được công bố trong thời gian tra cứu bằng phần mềm VOSviewer 1.6.20. Phương pháp này được cho là một cách tiếp cận nhằm tìm kiếm những hiểu biết sâu sắc về lịch sử phát triển của các lĩnh vực, từ đó có thể hỗ trợ hoặc xác nhận các vấn đề nghiên cứu cho các nhà khoa học sử dụng thống kê để ghi lại các ấn phẩm trên các tạp chí nghiên cứu (Pritchard, 1969; Raina & Gupta, 1998). Hơn nữa, việc lập bản đồ và phân cụm trực quan hóa thư mục có tư duy tiên bộ có thể hỗ trợ cung cấp một cái nhìn tổng quan và tổ chức các tài liệu nghiên cứu một cách có hệ thống (Gillani và cộng sự, 2022). Bên cạnh đó, nghiên cứu tiến hành phân tích chuyên sâu nội dung các bài viết thông qua việc phân tích các từ khóa liên quan đến chủ đề nghiên cứu bằng việc thực hiện phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả.

Về trích dẫn, theo Xi và cộng sự (2013), tần suất trích dẫn là dấu hiệu cho thấy tầm quan trọng và giá trị định tính của tài liệu. Việc phân tích đồng trích dẫn cho thấy mối quan hệ tri thức giữa các tạp chí có số lượng đồng trích dẫn có mối liên hệ về cơ sở tri thức của lĩnh vực nghiên cứu, các ấn phẩm phù hợp nhất và mối liên hệ giữa chúng với nhau. Tuy nhiên, do số lượng bài viết liên quan đến ý định khởi nghiệp CNS không nhiều, và hầu hết các bài báo đều mới được xuất bản trong năm vừa qua nên tác giả không tập trung vào số lượng trích dẫn của từng bài báo, mà chủ ý xem xét tạp chí có uy tín cao khi phân tích tạp chí liên quan đến khởi nghiệp CNS. Việc phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả nhằm mục đích đánh giá tần suất xuất hiện của từ khóa và sự xuất hiện đồng thời của từ khóa tác giả trong cùng một tài liệu, giúp tìm hiểu tổng quan về một lĩnh vực nghiên cứu, điều chỉnh hướng nghiên cứu và khám phá các chủ đề nghiên cứu đang được quan tâm nhất (Bùi Nhất Vương và Hà Nam Khánh Giao, 2024). Bước đầu tiên trong phân tích là tác giả rà soát và loại bỏ các bài báo thiếu thông tin hoặc từ khóa tác giả không liên quan đến chủ đề nghiên cứu, đồng thời chuẩn hóa từ khóa. Nếu các từ khóa được sử dụng có cùng ý nghĩa thì từ khóa được chuẩn hóa để đưa về cùng một từ khóa có ý nghĩa tương tự. Sau bước phân tích sơ bộ, tác giả loại bỏ các tài liệu có từ khóa không liên

quan, tổng cộng tác giả thu thập được 650 bài phù hợp để đưa vào phân tích chính thức.

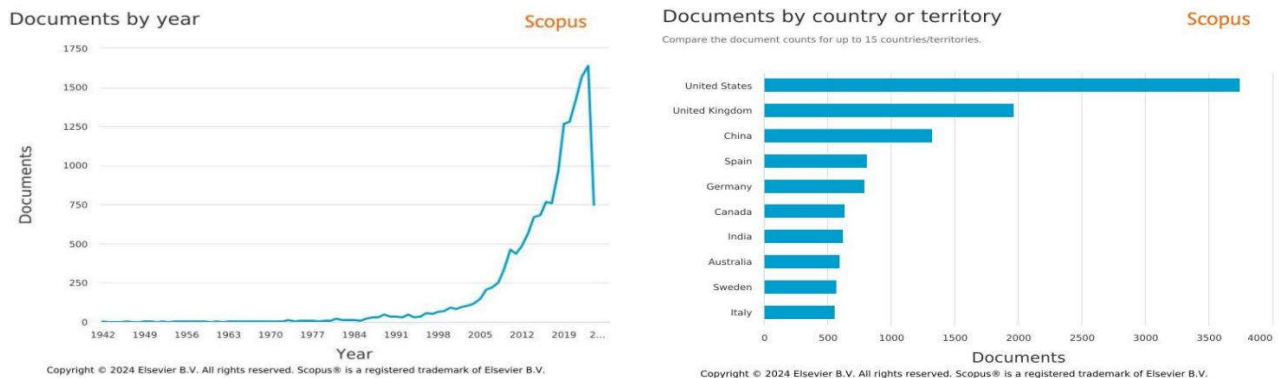


Hình 2.3. Quy trình lược khảo nghiên cứu bằng phương pháp trắc lượng thư mục

2.3.1.2. Kết quả lược khảo nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp

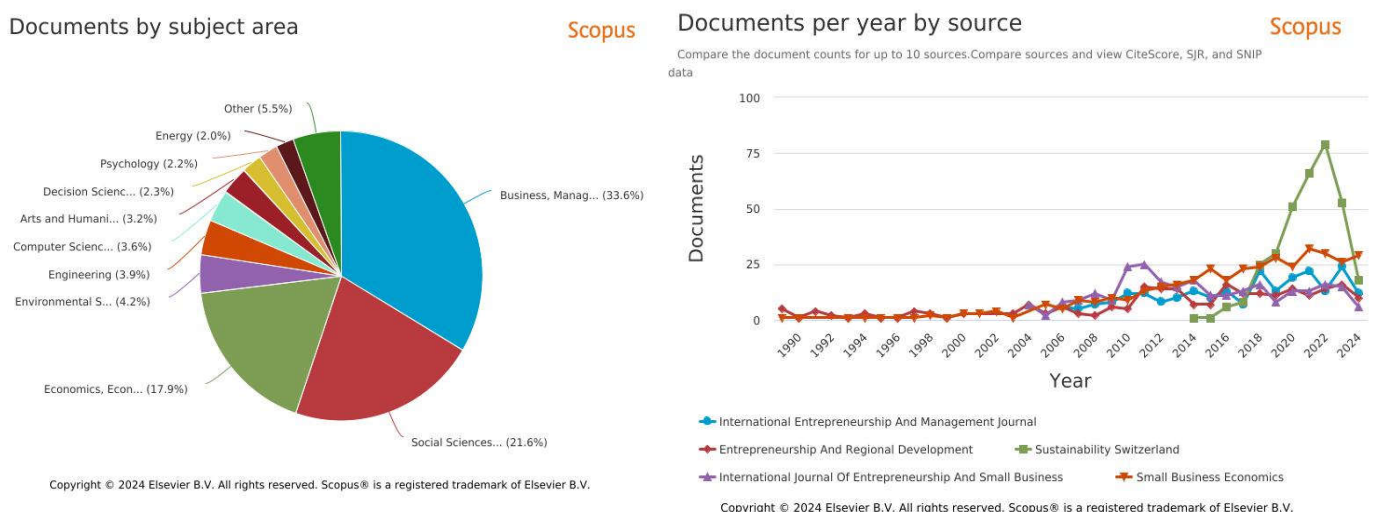
Nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp được thực hiện từ rất sớm, và có 02 công bố đầu tiên vào năm 1942. Kết quả tìm kiếm ban đầu cho ra 28.400 nghiên cứu bao gồm tạp chí, chương sách, bài hội thảo, ... và được công bố bởi nhiều ngôn ngữ khác nhau. Điều này cho thấy chủ đề về khởi nghiệp đã dành được sự quan tâm của giới học thuật từ rất sớm và không ngừng phát triển cho đến hiện tại. Sau khi giới hạn cụm từ khóa tìm kiếm là tạp chí và ngôn ngữ tiếng Anh, tác giả thu thập được 17.889 tạp chí. Giới hạn từ khóa tìm kiếm như sau: (TITLE(entrepreneurship OR

startup) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar")).



Hình 2.4. Thống kê tạp chí công bố về chủ đề khởi nghiệp (1) theo năm (2) theo quốc gia (Nguồn: Scopus, 2024).

Theo kết quả thống kê cho thấy giai đoạn từ năm 1942 - 1999 được cho là giai đoạn sơ khai của các nghiên cứu tập trung về chủ đề khởi nghiệp, chỉ có 700 bài nghiên cứu được công bố. Trong giai đoạn 10 năm tiếp theo (2000 - 2010) số lượng nghiên cứu tăng lên gấp 3 lần và đạt 2.110 bài. Đáng chú ý trong giai đoạn 2011 - 2020, số lượng nghiên cứu về chủ đề này tăng đáng kể lên đến 7.873 bài công bố. Riêng chỉ trong vòng 5 năm (2019 - 2023) đến tháng 4/2024 được cho là giai đoạn có công bố về chủ đề khởi nghiệp cao nhất từ trước đến nay với số lượng là 7.925 bài.

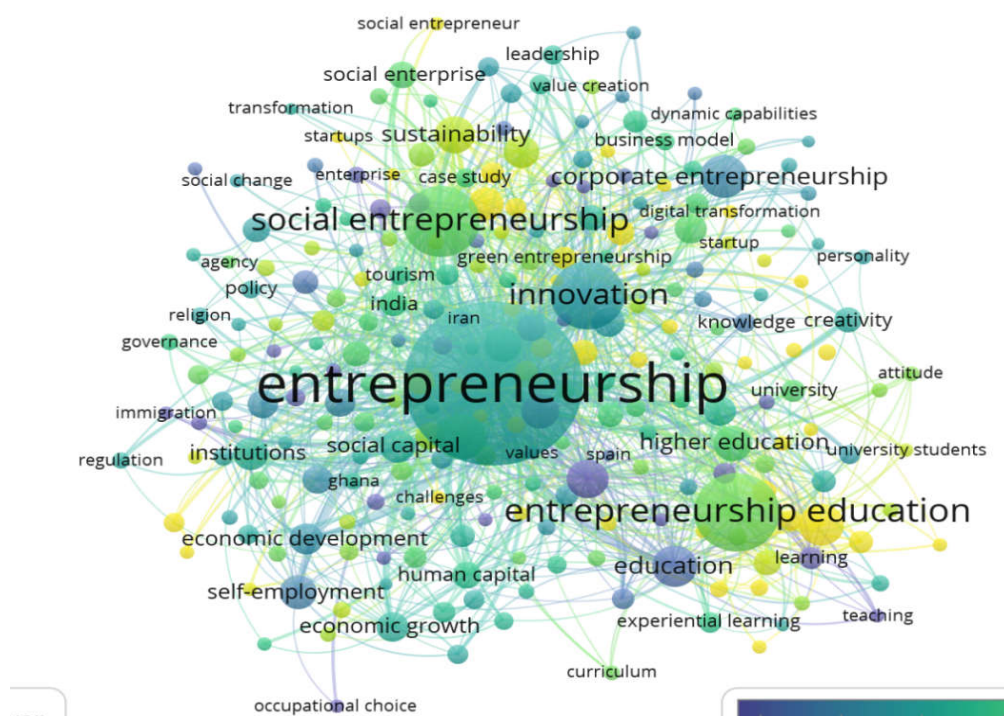


Hình 2.5. Thống kê tạp chí công bố về chủ đề khởi nghiệp (3) theo lĩnh vực (4) theo tạp chí công bố (Nguồn: Scopus, 2024).

Trong số đó có thể nói quốc gia có số lượng công bố cao nhất thuộc top 10 là châu Âu và Châu Mỹ, bao gồm Mỹ, Anh, Tây Ban Nha, Đức và Canada với số lượng lần lượt là 3.741 bài, 1.959 bài, 803 bài, 784 bài và 629 bài. Có 02 quốc gia Châu Á thuộc top 10 quốc gia có công bố về chủ đề khởi nghiệp cao nhất là Trung Quốc (1.316 bài) và Ấn Độ (619 bài). Các lĩnh vực nghiên cứu về khởi nghiệp tập trung chủ yếu vào Kinh doanh, Quản lý và Kế toán với số lượng 9.782 bài. Tiếp theo là lĩnh vực Khoa học xã hội (6.290 bài) và lĩnh vực Kinh tế, Kinh tế học và Tài chính (5.204 bài).

Để tiến hành phân tích nội dung, tác giả loại bỏ các tạp chí không đủ thông tin hoặc dữ liệu không hoàn chỉnh, kết quả còn lại 13.359 bài báo đạt chất lượng để tiến hành phân tích trắc lượng thư mục.

Kết quả phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả (Phụ lục 1.1) cho thấy các xu hướng nghiên cứu về Bối cảnh văn hóa - xã hội – chính trị của khởi nghiệp (Nhóm 1) tập trung vào các yếu tố bên ngoài, môi trường và bối cảnh tác động đến khởi nghiệp, bao gồm những thay đổi về thể chế, lý thuyết thể chế, chính sách công, các bên liên quan với mục tiêu phát triển bền vững và gắn với trách nhiệm xã hội. Nhóm thứ 2 tập trung nghiên cứu các nhóm đối tượng hoặc loại hình khởi nghiệp cụ thể bao gồm nữ doanh nhân, thanh niên, tại các vùng nông thôn, các loại hình doanh nghiệp vì nhu cầu thiết yếu, doanh nghiệp phi chính thức, doanh nghiệp công nghệ và đổi mới. Nhóm 3 tập trung vào giáo dục, đào tạo và phát triển năng lực cho khởi nghiệp. Tiếp đến là các nghiên cứu liên quan đến vai trò của đổi mới sáng tạo và công nghệ trong khởi nghiệp (Nhóm 4) như tinh thần khởi nghiệp công nghệ, chuyển đổi số, thương mại điện tử, công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo. Nhóm nghiên cứu thứ 5 đề cập đến các yếu tố trong hệ sinh thái khởi nghiệp và các chủ thể liên quan trong mạng lưới xã hội gắn với nguồn vốn con người và vốn đầu tư mạo hiểm. Nhóm thứ 6 liên quan đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ, quản trị và hiệu suất kinh doanh. Nhóm thứ 7 là các nghiên cứu tập trung vào một khu vực hoặc quốc gia cụ thể. Cuối cùng là các từ khóa liên quan đến phương pháp nghiên cứu, phân tích và đánh giá và các tiếp cận học thuật liên quan.



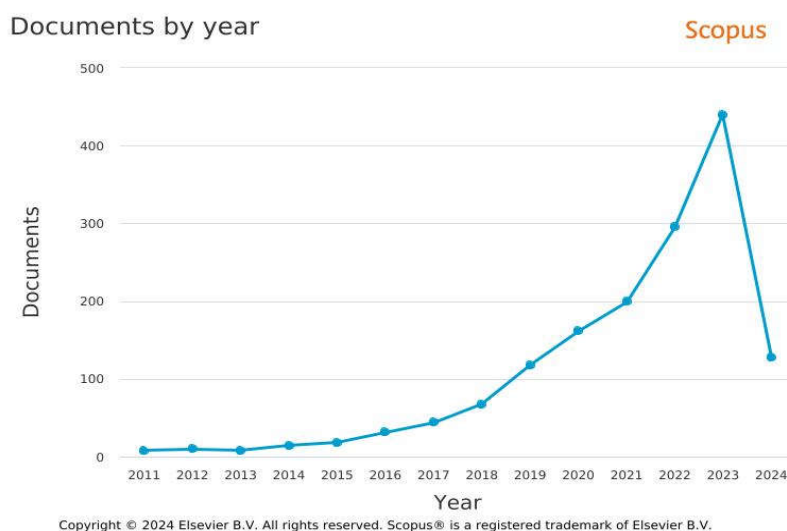
Hình 2.6. Bảng đồ mạng phân tích xuất hiện đồng từ khóa tác giả về khởi nghiệp

2.3.1.3. Kết quả lược khảo các nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số

Không gian tìm kiếm là các bài báo được công bố trong khoảng thời gian 15 năm gần nhất (giai đoạn 2010-2024), bao gồm các từ khóa tìm kiếm như “khởi nghiệp CNS/kỹ thuật*”, “ý định khởi nghiệp CNS/kỹ thuật*”, và “kinh doanh CNS*”, hay còn gọi là nghiên cứu thực địa (Cornelius và cộng sự, 2006). Kết quả chuỗi truy vấn dữ liệu như sau: (TITLE-ABS-KEY(digital entrepreneurship) OR (technology entrepreneurship) OR (digital entrepreneurial intention) AND PUBYEAR > 2010 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA,"BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"ECON"))).

Kết quả thống kê từ nguồn dữ liệu cho thấy trong giai đoạn 2010 - 2024 (đến tháng 4/2024) có tổng cộng 1.541 bài. Trong đó, số lượng tạp chí xuất bản nhiều nhất nằm trong giai đoạn 5 năm gần đây, cụ thể là giai đoạn 2019 - 2023, và ba tháng đầu năm 2024 chiếm tỷ lệ đến hơn 87%, tức 1.341 bài. Trong đó, đáng chú ý số bài xuất bản cao nhất trong năm 2023 với số lượng đạt tới 440 bài. Điều đó cũng cho thấy xu hướng nghiên cứu về lĩnh vực khởi nghiệp CNS đang dành được sự quan tâm của các học giả thời gian gần đây, và có khuynh hướng ngày càng gia tăng.

YEAR	Number of Articles
2024	128
2023	440
2022	295
2021	199
2020	161
2019	118
2018	67
2017	44
2016	31
2015	18
2014	14
2013	8
2012	10
2011	8



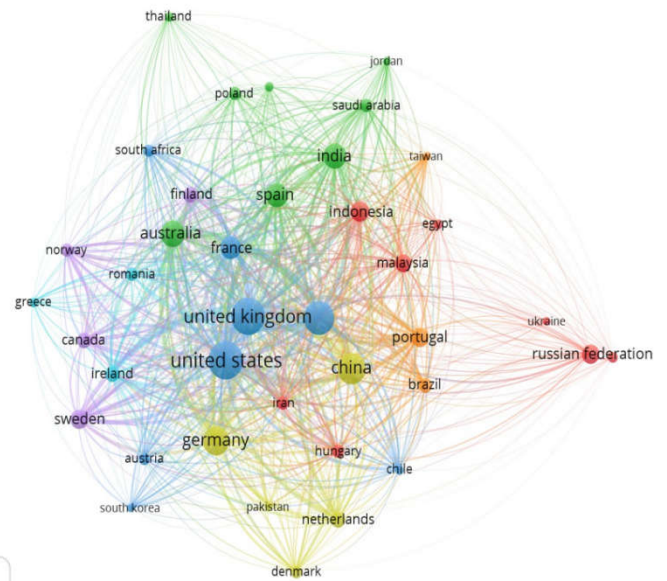
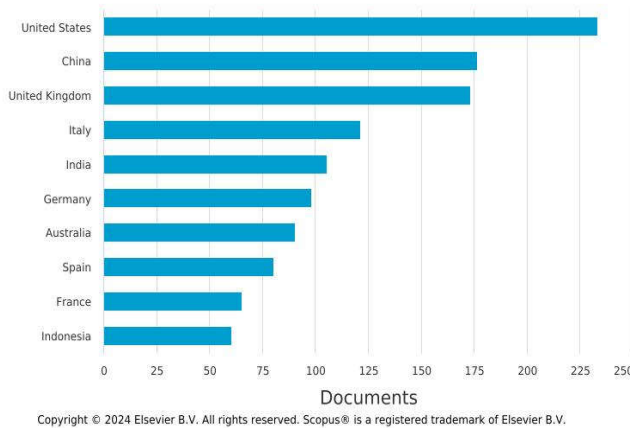
Hình 2.7: Sự phát triển của số lượng tạp chí qua các năm về chủ đề khởi nghiệp CNS

Bên cạnh đó, kết quả thống kê dữ liệu cũng cho thấy số nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp CNS đã thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu từ hơn 102 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong đó, tập trung chủ yếu ở khu vực châu Âu và Châu Mỹ như Hoa Kỳ đứng đầu với số lượng 233 bài, Anh quốc (173 bài), Ý (121 bài), Đức (98 bài) và Pháp (65 bài). Một số quốc gia Châu Á nằm trong top 10 các nghiên cứu nhiều nhất về chủ đề này có thể kể đến là Trung Quốc (176 bài) chỉ đứng sau Hoa Kỳ, Ấn Độ (105 bài) và Indonesia (60 bài).

Documents by country or territory

Compare the document counts for up to 15 countries/territories.

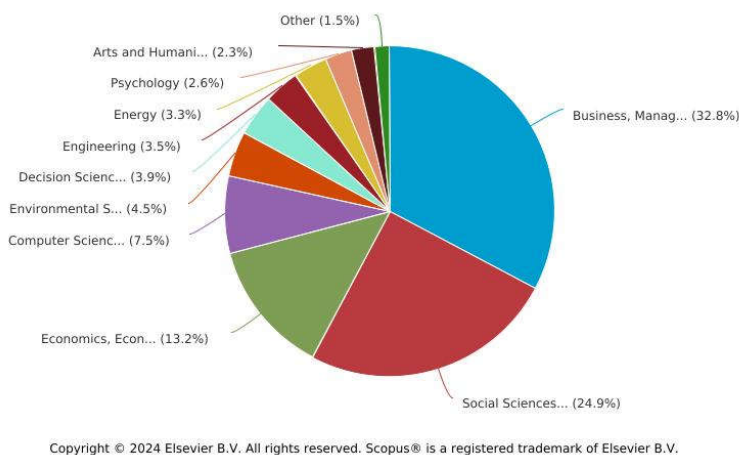
Scopus



Hình 2.8: Số lượng nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp CNS theo quốc gia

Documents by subject area

Scopus



Về lĩnh vực nghiên cứu của tạp chí, các bài báo được đăng liên quan đến khởi nghiệp CNS được đăng trong các tạp chí thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau nhưng đáng chú ý và phổ biến vẫn là 03 lĩnh vực trọng điểm thuộc về (1) Kinh doanh, quản lý và kế toán (chiếm tỷ lệ 32.8%), (2) Khoa học xã hội (24.9%) và (3) Kinh tế (13.2%).

Hình 2.9: Số lượng nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp CNS theo lĩnh vực tạp chí

Việc phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả nhằm mục đích đánh giá tần suất xuất hiện của từ khóa và sự xuất hiện đồng thời của từ khóa tác giả trong cùng một tài liệu, giúp tìm hiểu tổng quan về một lĩnh vực nghiên cứu, điều chỉnh hướng nghiên cứu và khám phá các chủ đề nghiên cứu đang được quan tâm nhất (Bùi Nhật Vương và Hà Nam Khánh Giao, 2024). Bước đầu tiên trong phân tích là tác giả rà soát và loại bỏ các bài báo thiếu thông tin hoặc từ khóa tác giả không liên quan đến chủ đề nghiên cứu, đồng thời chuẩn hóa từ khóa. Nếu các từ khóa được sử dụng có

cùng ý nghĩa thì từ khóa được chuẩn hóa để đưa về cùng một từ khóa có ý nghĩa tương tự. Sau bước phân tích sơ bộ, tác giả loại bỏ các tài liệu có từ khóa không liên quan, tổng cộng tác giả thu thập được 650 bài phù hợp để đưa vào phân tích chính thức. Từ phân tích ban đầu cho ra kết quả có tổng cộng 1000 từ khóa, trong đó số từ khóa xuất hiện từ 5 lần trở lên là 215 từ khóa. Tuy nhiên, sau khi chuẩn hóa từ khóa, số từ khóa còn lại để nghiên cứu là 75 từ (Phụ lục 1.2), 10 từ khóa xuất hiện nhiều nhất ở Bảng 2.3.

Bảng 2.3. Top 10 từ khóa có số lần xuất hiện nhiều nhất trong nghiên cứu về khởi nghiệp CNS

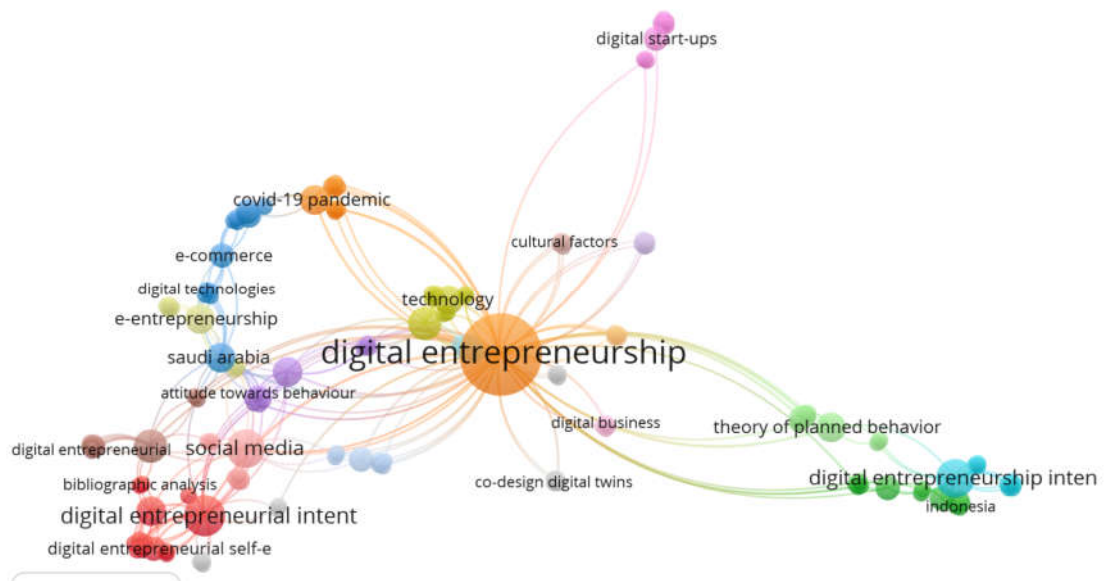
STT	Từ khóa chuẩn hóa	Dịch nghĩa	Số lần xuất hiện
1	startup/entrepreneurship	Khởi nghiệp	224
2	digital entrepreneurship	Khởi nghiệp CNS	214
3	digitalization	Số hóa	100
4	digital transformation	Chuyển đổi số	72
5	digital technology	CNS	62
6	innovation	Sáng tạo	49
7	covid-19 pandemic	Đại dịch Covid-19	37
8	digital platform	Nền tảng số	34
9	digital economy	Kinh tế số	30
10	business model	Mô hình kinh doanh	29

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ kết quả phân tích)

Phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả cho ra 11 nhóm (Phụ lục 1.3) và bảng đồ mạng đồng từ khóa tác giả như hình 2.10. Các nhóm này cũng cho thấy những nghiên cứu có cùng chủ đề hoặc lĩnh vực liên quan với nhau cũng như xu hướng nghiên cứu về lĩnh vực này. Nhóm 1 là các nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp CNS liên quan đến vấn đề truyền thông xã hội, đòi hỏi phải có nguồn lực về con người và nguồn vốn xã hội, dữ liệu lớn, công nghệ thông tin, sự hiểu biết về khởi nghiệp trong môi trường quốc tế hóa. Nhóm 2 là các nghiên cứu tập trung về hoạt động khởi nghiệp trên nền tảng CNS như trí tuệ nhân tạo, công nghệ blockchain, thành phố thông minh và marketing kỹ thuật số. Nhóm thứ 3 là các nghiên cứu về ý định

2.3.1.4. Kết quả lược khảo các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS

Trong nền kinh tế chuyển đổi số, tinh thần kinh doanh công nghệ bắt đầu thu hút sự chú ý của nhiều quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển (Nathani và Dwivedi, 2019). Nhận thức về sự phát triển công nghệ có thể ảnh hưởng đến người học dự định bắt đầu các dự án kinh doanh mới. Theo Maheshwari và cộng sự (2022), nghiên cứu trong tương lai có thể xem xét ý định khởi nghiệp công nghệ bằng cách điều tra các yếu tố kết hợp như yếu tố môi trường (khả năng tiếp cận công nghệ), các yếu tố ngữ cảnh (nhận thức về nền kinh tế gần đây/ thị trường, nhận thức về sự hỗ trợ của chính phủ, cơ hội) và các yếu tố xã hội (kinh nghiệm trước đây, vai trò của người ảnh hưởng) tác động đến YĐKN của người học, từ đó các tác động có thể được thực hiện để mang lại lợi ích cho các hoạt động kinh doanh của những người trẻ tuổi.



Hình 2.11: Bảng đồ mạng phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả về ý định khởi nghiệp CNS.

Tương tự đối phần lược khảo về khởi nghiệp CNS, tác giả sử dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục bằng kỹ thuật phân tích đồng xuất hiện từ khóa tác giả để lược khảo nghiên cứu về chủ đề ý định khởi nghiệp CNS. Trong số 650 bài nghiên cứu thuộc chủ đề khởi nghiệp CNS, tác giả tìm thấy có 44 bài nghiên cứu liên quan về chủ đề ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả phân tích đồng xuất hiện

từ khóa tác giả cho ra 10 nhóm (Phụ lục 1.4) và bảng đồ mạng đồng từ khóa tác giả như hình 2.11.

Qua kết quả phân tích các nhóm nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS cũng cho thấy thuật ngữ dùng trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS được sử dụng bao gồm khởi nghiệp CNS (digital), khởi nghiệp công nghệ và kỹ thuật số (digital technology) và thường liên quan đến các phương tiện truyền thông xã hội (social media) hoặc thương mại điện tử (e-commerce) nói chung. Hơn nữa, qua kết quả lược khảo các nghiên cứu liên quan về ý định khởi nghiệp CNS cho thấy lý thuyết được sử dụng thường xuyên nhất là lý thuyết TPB của Ajzen (1991) để giải thích ý định kinh doanh và ý định khởi nghiệp CNS (Nhóm 7) (Al Halbusi và cộng sự, 2023; Aloulou và cộng sự, 2024; Farani, 2017), ngoài ra các nghiên cứu còn sử dụng lý thuyết phù hợp (Ballerini và cộng sự, 2023), Lý thuyết sử dụng và hài lòng (Chakraborty & Biswal, 2023) và Mô hình chấp nhận công nghệ (Abaddi, 2023; Wibowo và cộng sự, 2024). Đồng thời các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS số tập trung nhiều nhất giai đoạn 2022-2024, tức thời gian gần đây. Đáng chú ý, rất nhiều nghiên cứu được thực hiện ở các nước châu Á như Indonesia, Malaysia, Ấn Độ và Trung Quốc (Nhóm 6). Các nhà nghiên cứu cũng sử dụng nhiều phương pháp khác nhau trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS như phương pháp định tính (Calandra và cộng sự, 2024; Schiavone và cộng sự, 2020), phương pháp định lượng (Sobaih & Elshaer, 2022) hoặc được kết hợp cả hai (Ballerini và cộng sự, 2023), phân tích mối quan hệ nhân quả (Ladeira và cộng sự, 2019) hoặc vai trò tác động trung gian (Singh và cộng sự, 2023; Sobaih & Elshaer, 2022), sử dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục cũng được các học giả quan tâm sử dụng trong thời gian gần đây (Gillani và cộng sự, 2022; Lungu và cộng sự, 2024; Paliwal và cộng sự, 2023).

Về bối cảnh nghiên cứu (Nhóm 9), các nghiên cứu tập trung vào bối cảnh của sự phát triển công nghệ (Paliwal và cộng sự, 2023; Yáñez-Valdés & Guerrero, 2024) và chuyển đổi số (Ballerini và cộng sự, 2023; Lungu và cộng sự, 2024), dựa trên các nền tảng CNS (Ballerini và cộng sự, 2023; Dicuonzo và cộng sự, 2022; Fernandes và cộng sự, 2022; Le Dinh và cộng sự, 2018; Abaddi, 2023; Akhter và

cộng sự, 2022; Alkhalaileh và cộng sự, 2023; Calandra và cộng sự, 2024; Dicuonzo và cộng sự, 2022), trí tuệ nhân tạo (Abaddi, 2023; Lungu và cộng sự, 2024), các phương tiện truyền thông (Abaddi, 2023; Al Halbusi và cộng sự, 2023; Chakraborty & Biswal, 2023; Lungu và cộng sự, 2024; Mir và cộng sự, 2023; Wibowo và cộng sự, 2023) với nhiều hoạt động như kinh doanh số, chăm sóc sức khỏe người bệnh (Calandra và cộng sự, 2024; Le Dinh và cộng sự, 2018; Schiavone và cộng sự, 2020; Schiavone và cộng sự, 2020; Sitaridis & Kitsios, 2024; Wibowo và cộng sự, 2023).

Đề cập đến yếu tố tạo động lực cho ý định bắt đầu kinh doanh CNS, một số nghiên cứu đã chỉ ra các yếu tố có thể giải thích động lực kinh doanh CNS như Yếu tố thuộc về môi trường (Nhóm 3) bao gồm sự hỗ trợ từ trường học (Alkhalaileh và cộng sự, 2023), Chính sách môi trường (Alzamel, 2024), Những hình mẫu lý tưởng (Aloulou và cộng sự, 2024; Mir, Hassan & Khan, 2023), Giáo dục khởi nghiệp CNS (Gillani và cộng sự, 2022; Wibowo và cộng sự, 2023), các chính sách và hỗ trợ từ xã hội (Xin & Ma, 2023; Al Halbusi và cộng sự, 2023).

Khi nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS, các học giả đã chứng minh rằng ba yếu tố của lý thuyết TPB được gọi là Thái độ cá nhân, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS (Mohammed và cộng sự, 2023; Aloulou và cộng sự, 2024; Sobaih & Elshaer, 2022; Al Halbusi và cộng sự, 2023; Aloulou và cộng sự, 2024; Younis và cộng sự, 2020) (Nhóm 2). Điều này chứng tỏ rằng cho dù là nghiên cứu về khởi nghiệp CNS hay khởi nghiệp nói chung đều giống nhau về quá trình của một cá nhân trong giai đoạn bắt đầu bất kỳ loại hình kinh doanh nào, lý tưởng của họ là tham gia vào việc hình thành và điều hành công việc kinh doanh của riêng họ từ các yếu tố tạo nên động lực. Cho dù là nghiên cứu về YĐKN hay khởi nghiệp CNS, ba thành tố của TPB đã được kiểm tra thường xuyên và có ý nghĩa tác động đến tinh thần khởi nghiệp. Zaheer và cộng sự (2019) đã định nghĩa ý định khởi nghiệp CNS là ý định của một cá nhân để bắt đầu một doanh nghiệp mới thông qua công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, Công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan. Do đó, những cá nhân có ý định bắt đầu kinh doanh CNS yêu cầu năng lực cá nhân bao gồm khả

năng kết hợp các nguồn lực độc đáo như Nguồn vốn con người, để đạt được hiệu quả kinh doanh cao hơn và đạt được lợi thế cạnh tranh (Mohd Salleh và cộng sự, 2017). Các năng lực khởi nghiệp nói chung và khởi nghiệp CNS nói riêng cũng như sự hiểu biết về khởi nghiệp cũng được nhiều nghiên cứu xem xét trong tác động của chúng đến ý định khởi nghiệp CNS (Akhter và cộng sự, 2022; Darmanto và cộng sự, 2022; Wibowo và cộng sự, 2023; Mir và cộng sự, 2023; Singh và cộng sự, 2023; Farani, 2017; Younis và cộng sự, 2020). Bên cạnh đó, các tài liệu nghiên cứu khác về khởi nghiệp và khởi nghiệp CNS chỉ ra rằng khởi nghiệp CNS là một hồ sơ nghiên cứu vẫn chưa được khám phá rộng rãi. Theo TPB, các biến ngoại sinh như nhân khẩu học nói về vai trò của nữ giới trong khởi nghiệp (Chakraborty & Biswal, 2023), hoặc các nhóm yếu tố khác (Nhóm 5) bao gồm các yếu tố kinh tế, văn hóa xã hội, sự hiểu biết về công nghệ, giáo dục khởi nghiệp có thể ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến ý định khởi nghiệp thông qua tác động của chúng lên ba tiền đề của ý định (Agarwal và cộng sự, 2023; Younis và cộng sự, 2020; Aloulou và cộng sự, 2024; Akhter và cộng sự, 2022; Alkhalailah và cộng sự, 2023; Sitaridis & Kitsios, 2024; Xin & Ma, 2023). Trong lĩnh vực khởi nghiệp, các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng ba tiền đề của ý định kinh doanh phần lớn được hình thành bởi các yếu tố ngoại sinh như đặc điểm tính cách, môi trường văn hóa xã hội và thể chế (Linan và ao, 2008; Karimi và cộng sự, 2005).

Ngoài ra, các nghiên cứu cũng đề cập đến sự phát triển của một tập hợp hệ sinh thái khởi nghiệp CNS (Nhóm 10) bao gồm nhiều chủ thể như các mô hình kinh doanh CNS (Fernandes và cộng sự, 2022) với các chiến lược kinh doanh đổi mới sáng tạo, chia sẻ CNS (Fernandes và cộng sự, 2022), phát triển kinh doanh (Le Dinh và cộng sự, 2018), khởi nghiệp chuyển đổi số (Ballerini và cộng sự, 2023; Dicuonzo và cộng sự, 2022) tập trung vào xu hướng marketing trong khởi nghiệp và giáo dục khởi nghiệp trò chơi trực tuyến để tạo nên một hệ sinh thái khởi nghiệp CNS như một thành phố thông minh (Fernandes và cộng sự, 2022; Dicuonzo và cộng sự, 2022; Xin & Ma, 2023).

2.3.2. Phương pháp tổng quan có hệ thống

Qua việc lược khảo nghiên cứu bằng phương pháp trắc lượng thư mục, tác giả

đã khái quát hóa được các chủ đề cũng như xu hướng nghiên cứu về khởi nghiệp và khởi nghiệp CNS. Tác giả tiếp tục việc lược khảo thông qua phương pháp tổng quan có hệ thống, đi sâu vào chi tiết từng nghiên cứu và phân tích trên góc độ kết quả đạt được cũng như hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo của từng nghiên cứu có liên quan đến chủ đề khởi nghiệp nói chung và khởi nghiệp CNS nói riêng. Kết quả chi tiết thể hiện tại Phụ lục 1.4 và 1.5.

Dựa trên các nghiên cứu liên quan đến ý định khởi nghiệp, Linan và Fayolle (2015) đã chia chúng thành (05) năm loại: Mô hình ý định khởi nghiệp cốt lõi, Các nhân tố ở cấp độ cá nhân, Giáo dục về tinh thần khởi nghiệp, Bối cảnh và thể chế, và Quy trình khởi nghiệp. Một số học giả trong nước nghiên cứu về ý định khởi nghiệp truyền thống đã đề cập đến các yếu tố có thể giải thích động lực thúc đẩy họ kinh doanh bao gồm *Thái độ đối với hành vi, Quy chuẩn chủ quan, Giáo dục khởi nghiệp, Kinh nghiệm, Đặc điểm tính cách, Nguồn vốn, Tính khả thi* (Định và cộng sự, 2021; Hiền & Trang, 2020; Thu & Nhung, 2020; Hien & Sung, 2018). Trong đó, giáo dục đóng một vai trò quan trọng trong việc định hình cho người học hướng tới tinh thần kinh doanh (hình thành mong muốn), và chuyển đổi mong muốn này thành hành động (thành lập công ty mới). Một số yếu tố khác như giá trị văn hóa và sự hỗ trợ (Begley và Tan, 2001), đặc điểm tính cách và thái độ bao gồm khả năng và sự tự tin của một người để thực hiện một nhiệm vụ nhất định (Kristiansen và Indarti, 2004), định hướng kinh doanh của người học và một số các yếu tố nhân khẩu học cũng như văn hóa xã hội (Nguyễn, 2018; Hutasuhut, 2018).

Bên cạnh đó, khi nghiên cứu về ý định khởi nghiệp, các học giả đã khám phá ra rất nhiều yếu tố có tác động đến ý định khởi nghiệp của một cá nhân. Từ việc lược khảo các nghiên cứu liên quan đến ý định khởi nghiệp (Phụ lục 1.4), tác giả có thể tổng hợp thành các nhóm yếu tố như sau:

Bảng 2.2. Tổng hợp các yếu tố thúc đẩy ý định khởi nghiệp

NHÓM YẾU TỐ	YẾU TỐ	TÁC GIẢ (NĂM)
1. Nhóm yếu tố về nhận thức	Thái độ, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi,	Diepolder và cộng sự (2025), Fan và cộng sự (2024), Dick-Sagoe và cộng sự (2023),

	Năng lực bản thân, Nhận thức mong muốn, Nhận thức về tính khả thi, Nhận thức về hỗ trợ và các rào cản, Nhận thức đa văn hóa, Nhận thức khả năng tiếp cận tài chính	Che Nawi và cộng sự (2022), Prabowo và cộng sự (2022), Ferreira và cộng sự (2022), Chang và cộng sự (2022), Tomal & Szromnik (2022), Phuong và cộng sự (2021), Doanh (2021), Elnadi và Gheith (2021), Ashari và cộng sự (2021), Zhang và Huang (2021), Wu và Rudnák (2021), Lực (2018), Nguyễn (2017)
2. Nhóm yếu tố về môi trường và xã hội	Kinh nghiệm, Gia đình doanh nhân, Hình mẫu Văn hóa/Quốc gia, Hỗ trợ của chính phủ, Cơ sở hạ tầng vật lý, Tiếp cận nguồn vốn, Văn hoá, Nguồn nhân lực, Cơ sở hạ tầng, Thể chế, Vai trò người cố vấn/hướng dẫn	Fan và cộng sự (2024), Inoubli & Gharbi (2024), van Ewijk và cộng sự (2023) Kobylińska (2022), Prabowo và cộng sự (2022), Bapoo và cộng sự (2022), Tomal và Szromnik (2022), Ayodele và cộng sự (2021), Doanh (2021), Shamsudin và cộng sự (2021)
3. Nhóm yếu tố về giáo dục	Môi trường khởi nghiệp của trường đại học, Giáo dục khởi nghiệp, Chương trình giảng dạy, Các khóa học khởi nghiệp, Các hoạt động ngoại khóa	Ismail và cộng sự (2025), Elbaz và cộng sự (2025), Ince và cộng sự (2023), Che Nawi và cộng sự (2022), Rusu và cộng sự (2022), Ferreira và cộng sự (2022), Chang và cộng sự (2022), Doanh (2021), Abdullahi và cộng sự (2021), Shamsudin và cộng sự (2021), Ashari và cộng sự (2021)
4. Nhóm yếu tố thuộc về bối cảnh	Thất nghiệp, Địa vị xã hội, Giá trị kỳ vọng của việc khởi nghiệp, Bất mãn với công việc hiện tại, Sự hài lòng,	van Ewijk và cộng sự (2023), Prabowo và cộng sự (2022), Alshebami và Seraj (2021), İlerisoy và cộng sự (2021)

	Những cơ hội mới, Khát vọng về sự độc lập, Sự đổi mới	
5. Nhóm yếu tố về tính cách cá nhân và động cơ	Xu hướng chấp nhận rủi ro, Lo ngại rủi ro, Ngưỡng kiểm soát, Động lực nội tại, Khả năng sáng tạo, Động lực bên ngoài, Khả năng chịu áp lực, Phong cách lãnh đạo, Nhu cầu thành đạt, Tính cách hướng nội và hướng ngoại, Tính cách cá nhân	Shen và cộng sự (2025), Ince và cộng sự (2023), Wiramihardja và cộng sự (2022), Qudus và cộng sự (2022), Phuong và cộng sự (2021), Vuong và cộng sự (2020), Herman (2019), Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo (2018)
6. Nhóm yếu tố về đặc điểm nhân khẩu học	Giới tính, Độ tuổi, Quốc tịch, Trình độ học vấn, Chuyên ngành	Diepolder và cộng sự (2025), van Ewijk và cộng sự (2023), Datta và cộng sự (2022), Che Nawi và cộng sự (2022), Kobylińska (2022), Chang và cộng sự (2022), Tomal và Szromnik (2022), Zhang và Huang (2021), Khương và An (2016)

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

Diepolder và cộng sự (2025) cho rằng Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp và Nhận thức kiểm soát hành vi là những yếu tố dự đoán về ý định khởi nghiệp khi nhân mạnh vào thái độ cá nhân. Trong khi đó, một số tác giả cho rằng các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của một người chịu ảnh hưởng mạnh từ gia đình, yếu tố hỗ trợ từ các mối quan hệ, và thể chế (Fan và cộng sự, 2024; van Ewijk và cộng sự, 2023; Kobylińska, 2022; Bapoo và cộng sự, 2022; Ayodele và cộng sự, 2021; Doanh, 2021; Shamsudin và cộng sự, 2021), hoặc là do tác động của yếu tố chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi, và các yếu tố ngữ cảnh khác (Krueger và Carsrud, 1993; Raijman, 2001; Kautonen và cộng sự, 2013; Ozarralli và Rivenburgh, 2016; Nowiński và Haddoud, 2019).

Ngoài ra, các nghiên cứu khác chỉ ra rằng vai trò quan trọng của giáo dục đối với ý định khởi nghiệp cũng như yếu tố thuộc về bối cảnh, động cơ và yếu tố nhân khẩu học khác (Ismail và cộng sự, 2025; Elbaz và cộng sự, 2025; Ince và cộng sự, 2023; Rusu và cộng sự, 2022; Chang và cộng sự, 2022; Abdullahi và cộng sự, 2021; Ashari và cộng sự, 2021); Vương và cộng sự, 2020; Herman, 2019; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2018; Khương & An, 2016).

Kết quả lược khảo các nghiên cứu trước đây liên quan đến chủ đề khởi nghiệp công nghệ số cho thấy việc khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS đã nhận được sự quan tâm đáng kể từ nhiều nhà nghiên cứu (Elnadi và Gheith, 2023) (Phụ lục 1.5). Một số nghiên cứu đã đưa ra bằng chứng cho thấy đặc điểm tính cách đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển ý định kinh doanh kỹ thuật số dựa trên việc áp dụng mô hình tính cách 5 yếu tố (Alkhalaileh và cộng sự, 2023; Yeh và cộng sự, 2020; Shimoli và cộng sự, 2020; Wang và cộng sự, 2016). Theo mô hình này, ý định khởi nghiệp có thể được dự đoán bằng năm đặc điểm tính cách chung theo nghĩa rộng, đó là tính hướng ngoại, sự dễ chấp thuận, tận tâm, loạn thần kinh và sẵn sàng trải nghiệm (Costa & McCrae, 1992). Tuy nhiên, các học giả khác lại lập luận rằng việc dự đoán ý định kinh doanh chỉ bằng cách sử dụng năm đặc điểm tính cách chung là không đủ vì những đặc điểm tính cách khác có thể có tác động đáng kể đến ý định kinh doanh (Laouiti và cộng sự, 2022; Postigo và cộng sự, 2021; Çelik và cộng sự, 2021; Leutner và cộng sự, 2014). Vì vậy, một số nghiên cứu trước đây đã chủ trương chia năm đặc điểm tính cách chung thành các đặc điểm riêng theo nghĩa hẹp để dự đoán chính xác hơn ý định khởi nghiệp (Elnadi và Gheith, 2023). Một số đặc điểm tính cách cụ thể theo nghĩa hẹp đã được xem xét trong các nghiên cứu trước đây về khởi nghiệp CNS, bao gồm Sự tỉnh táo và sự tò mò trong kinh doanh (Elnadi & Gheith, 2023), Niềm đam mê kinh doanh (Elnadi & Gheith, 2023), Tính đổi mới và sáng tạo của nhà khởi nghiệp (Akhter và cộng sự, 2022; Elnadi & Gheith, 2023). Cụ thể, nghiên cứu của Dutot và van Horne (2015) chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp liên quan đến lĩnh vực CNS là khả năng nhảy bèn, sự tỉnh táo và đặc điểm tính cách riêng của người khởi nghiệp. Mir và cộng sự (2023) xác định các tiền đề chính của ý định khởi nghiệp CNS, bằng

cách khám phá mối liên hệ của bốn tiền đề: năng lực kinh doanh CNS, nhận thức đổi mới, sự khéo léo trên mạng xã hội và các mô hình vai trò khởi nghiệp CNS về ý định mục tiêu và mối liên hệ giữa ý định mục tiêu và ý định thực hiện để bắt đầu một doanh nghiệp CNS. Kết quả chỉ ra Tính đổi mới có tác động lớn nhất đến mục tiêu tạo ra các dự án kinh doanh CNS mới, sau đó là sự hiện diện của các hình mẫu, Năng lực CNS là yếu tố góp phần đáng kể trong việc nâng cao xu hướng bắt đầu các dự án kinh doanh CNS trong khi kỹ năng CNS có tác động ít nhất đến xu hướng đó. Ngoài ra, khả năng truy cập vào internet, mạng điện thoại cố định và di động có ảnh hưởng tích cực đến kết quả khởi nghiệp CNS (Zhang & Li, 2018). Alkhalaileh và cộng sự (2023) đã khảo sát 399 sinh viên đại học ở Jordan, sử dụng mô hình bình phương nhỏ nhất từng phần để phân tích dữ liệu. Kết quả nghiên cứu cho thấy ý định khởi nghiệp CNS bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thái độ đối với ý định khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi, và gián tiếp bởi đặc điểm tính cách. Chuẩn chủ quan, trình độ CNS và nhận thức về hỗ trợ của trường đại học không tác động đáng kể đến nó.

Bên cạnh đó, sự hỗ trợ của công nghệ đóng vai trò trong mối quan hệ giữa ý định khởi nghiệp và sự chấp nhận rủi ro (Bandera và cộng sự, 2018). Abaddi (2023) đã khám phá tác động của chat GPT đối với ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên và các thể hệ am hiểu công nghệ. Nghiên cứu này sử dụng mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) kết hợp Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), thực hiện nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát 400 sinh viên ngành Quản trị kinh doanh. Sự kết hợp mạnh mẽ giữa TAM và TPB đã khám phá vai trò trung gian của mô hình GPT, đồng thời sức mạnh trung gian của tính hữu ích của GPT và tính dễ sử dụng của GPT của TAM đã được gợi mở, các cấu trúc thuộc TPB cũng có ảnh hưởng đến YĐKN của sinh viên.

Do đó, tác giả cho rằng nghiên cứu dựa trên ý định sẽ cung cấp những ý tưởng quan trọng cho bối cảnh nghiên cứu về ý định khởi nghiệp cũng như ý định khởi nghiệp CNS.

2.3.3. Tổng quan tình hình nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số trong nước

Trong bối cảnh nền kinh tế số phát triển mạnh mẽ và chuyển đổi số trở thành xu thế tất yếu, khởi nghiệp CNS đang nổi lên như một lĩnh vực nghiên cứu nhận được nhiều sự quan tâm tại Việt Nam. Các nghiên cứu thực nghiệm trong nước chủ yếu tập trung vào việc khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, đặc biệt trong nhóm đối tượng là sinh viên (Phụ lục 1.6). Các chủ đề nghiên cứu như tác động của giáo dục khởi nghiệp số và tâm lý tự tin của Dương và cộng sự (2024). Nghiên cứu thực hiện trên 1.665 sinh viên ứng Lý thuyết nhận thức nghề nghiệp xã hội. Kết quả khẳng định giáo dục khởi nghiệp số và sự tự tin vào khả năng khởi nghiệp số (self-efficacy) đều ảnh hưởng tích cực tới ý định khởi nghiệp CNS. Đáng chú ý hơn, việc lo lắng về CNS (digital technology anxiety) làm suy yếu tác động này. Bên cạnh đó, sự hỗ trợ giáo dục giúp phát triển ý tưởng kinh doanh từ trường đại học đều làm tăng mức độ mong muốn cảm nhận được của sinh viên đối với kinh doanh số (Ngo và cộng sự, 2025). Nghiên cứu 309 sinh viên từ các trường đại học ở Hà Nội nhằm khảo sát tác động của sự hỗ trợ từ trường đại học đối với ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên cho thấy mức độ mong muốn được cảm nhận là yếu tố trung gian giữa sự hỗ trợ được cảm nhận từ trường đại học và ý định kinh doanh số, làm sáng tỏ cách thức các trường đại học có thể truyền cảm hứng và nuôi dưỡng thể hệ doanh nhân số tiếp theo.

Về phương pháp tiếp cận, các mô hình lý thuyết phổ biến như TPB, Lý thuyết nhận thức nghề nghiệp xã hội (SCCT) để lý giải hành vi và YĐKN (Nguyễn và cộng sự, 2024; Dương và cộng sự, 2024; Vũ và cộng sự, 2024, Phạm và cộng sự, 2025). Chẳng hạn, nghiên cứu của Vũ và cộng sự (2024) áp dụng lý thuyết SCCT cho thấy năng lực tự chủ khởi nghiệp CNS có ảnh hưởng đáng kể đến thái độ, và kiến thức khởi nghiệp CNS lại đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao cả năng lực tự chủ lẫn thái độ, đồng thời nhấn mạnh tầm quan trọng của giáo dục khởi nghiệp CNS trong việc cải thiện kiến thức và năng lực tự chủ. Nghiên cứu của Nguyễn và Nguyễn (2024) ứng dụng Mô hình Sự kiện Khởi nghiệp (EEM) nhằm phân tích tác động của các yếu tố bao gồm Nhận thức tính khả thi (PF), Xu hướng hành động (PTA), Nhận thức mong muốn (PD), Niềm tin vào năng lực bản thân

(SEE) và Sự hỗ trợ của gia đình (FS) đối với ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả chỉ ra rằng cả PF, PTA, PD, SEE và FS đều có tác động tích cực và đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên đại học. Mặc dù FS không điều tiết mối quan hệ giữa PF và PTA với DEI, nhưng nó lại đóng vai trò quan trọng trong việc điều tiết mối quan hệ của PD và SEE với DEI, làm nổi bật vai trò phức tạp của FS trong việc hình thành ý định khởi nghiệp.

Một số nghiên cứu gần đây cũng bắt đầu mở rộng phạm vi phân tích, đưa vào các yếu tố mang tính bối cảnh như hệ sinh thái khởi nghiệp, chính sách hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, cũng như ảnh hưởng của xu thế công nghệ toàn cầu. Nghiên cứu của Nguyễn và cộng sự (2024) khám phá mối liên hệ giữa hiểu biết về Fintech và ý định khởi nghiệp CNS ở sinh viên đại học, cho thấy thái độ cá nhân và nhận thức kiểm soát hành vi là yếu tố quan trọng nhất thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS, đồng thời hiểu biết về blockchain, huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) và trí tuệ nhân tạo (AI) cũng có ảnh hưởng trực tiếp. Trần và Nguyễn (2023) cho rằng sự phát triển mạnh mẽ của CNS và sự chuyển đổi thị trường theo hướng số hóa đã tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động khởi nghiệp, đồng thời ảnh hưởng tích cực đến nhận thức và hành vi khởi nghiệp của người học Việt Nam. Việc ứng dụng công nghệ mới vào hoạt động khởi nghiệp cũng được Dương và cộng sự (2024) khám phá trong nghiên cứu về việc áp dụng ChatGPT và nhận thức về năng lực AI ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của các cá nhân. Nghiên cứu này thực hiện trên mẫu 604 sinh viên đại học từ sáu trường đại học thuộc miền Bắc và miền Nam đã cho thấy việc áp dụng ChatGPT trong kinh doanh có tác động tích cực đến thái độ của cá nhân đối với tinh thần khởi nghiệp, chuẩn chủ quan, nhận thức kiểm soát hành vi và ý định khởi nghiệp CNS. Mặt khác, ba thành phần cốt lõi của TPB (Thái độ đối với tinh thần kinh doanh CNS, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi) có vai trò trung gian trong mối quan hệ tác động của việc áp dụng ChatGPT trong kinh doanh đối với ý định khởi nghiệp CNS.

Mối quan hệ giữa việc ứng dụng chuyển đổi số và hiệu suất của các công ty khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam đã được kiểm chứng trong nghiên cứu của Trần & Pavelková (2024). Nghiên cứu này sử dụng Lý thuyết công nghệ-tổ

chức-môi trường (TOE) với mẫu thu thập từ 674 nhà quản lý cấp trung và cấp cao hoặc chủ sở hữu các công ty đổi mới sáng tạo chủ yếu ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng rằng các yếu tố từ bối cảnh công nghệ (dữ liệu lớn, thực tế tăng cường, trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, tiếp thị & quảng cáo kỹ thuật số trực tuyến), tổ chức (ảnh hưởng xã hội, sứ mệnh của tổ chức), và môi trường (khách hàng, đối thủ cạnh tranh, áp lực cạnh tranh) đều có ảnh hưởng tích cực đến sự chấp nhận chuyển đổi số trong các công ty sáng tạo tại Việt Nam. Sự chấp nhận chuyển đổi số tác động đáng kể đến hiệu suất của công ty, bao gồm sự tương tác của khách hàng, lợi nhuận, tăng trưởng doanh số, năng suất và đổi mới. Đặc biệt, các biến kiểm soát như quy mô công ty và lĩnh vực công nghiệp sáng tạo có ảnh hưởng đến kết quả, cho thấy sự khác biệt trong các mối quan hệ giữa các nhóm.

Bên cạnh đó, sự thành công của khởi nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam cũng được kiểm chứng bởi Phạm & Phạm (2021). Nghiên cứu đã thực hiện khảo sát trên 193 doanh nhân và nhà quản lý thương mại điện tử tại Việt Nam, chủ yếu ở Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Kết quả chỉ ra bốn yếu tố có đóng góp đáng kể vào sự thành công của các công ty khởi nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam, bao gồm: khuynh hướng chấp nhận rủi ro, định hướng thành tích, độ tin cậy của chất lượng dịch vụ điện tử, và mạng lưới điện tử. Tuy nhiên, khung khái niệm của nghiên cứu chỉ tập trung vào nhận thức của chủ sở hữu. Đây là các thước đo nội bộ chỉ thuộc về chủ sở hữu hoặc người sáng lập. Ngoài ra, việc thu thập dữ liệu dựa trên nhiều nguồn định nghĩa khởi nghiệp thương mại điện tử, dẫn đến việc có nhiều đối tượng mục tiêu phản hồi. Quá trình phản hồi từ những người thiếu kinh nghiệm có thể cung cấp đánh giá không chính xác về chất lượng dịch vụ của hình thức kinh doanh thương mại điện tử.

Mặc dù đã có nhiều đóng góp đáng kể của các nghiên cứu liên quan đến chủ đề khởi nghiệp CNS, tình hình nghiên cứu trong nước vẫn còn một số hạn chế nhất định. Cụ thể:

(1) Hạn chế về khung lý thuyết và biến nghiên cứu. Hầu hết các nghiên cứu tập trung vào các mô hình phổ biến như TPB, SCCT, TOE. Tuy vững chắc về lý thuyết

nhưng chưa tích hợp đầy đủ các yếu tố đặc thù của khởi nghiệp CNS như năng lực CNS, trải nghiệm về công nghệ, khả năng đổi mới sáng tạo số, mức độ sẵn sàng công nghệ, bảo mật dữ liệu, hay chính sách hỗ trợ kỹ thuật số. Chưa có sự xem xét tác động của yếu tố vĩ mô (môi trường pháp lý, chính sách thuế, đầu tư hạ tầng số) hoặc yếu tố ngành (fintech, edtech, thương mại điện tử...). Hơn nữa, một số nghiên cứu chưa kiểm tra các biến điều tiết (moderators) hoặc biến trung gian phức hợp, dẫn đến mô hình chưa phản ánh đầy đủ sự đa chiều của ý định khởi nghiệp CNS.

(2) Một số nghiên cứu thực nghiệm liên quan đến khởi nghiệp CNS quan tâm đến vai trò tác động của công nghệ đối với hoạt động khởi nghiệp, quy trình và cách thức để hoạt động khởi nghiệp CNS đạt được hiệu quả, nhưng rất ít nghiên cứu dành sự quan tâm đến việc làm thế nào để thúc đẩy YĐKN hình thành trong bối cảnh CNS. Mặt khác, các học giả đều dựa trên Lý thuyết TPB, ít có sự ứng dụng hoặc đưa ra quan điểm lý thuyết quan trọng khác trong lĩnh vực nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS. Do đó, nghiên cứu này sẽ bổ sung khoảng trống lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS dựa trên Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) của Davis (1986) và ứng dụng lý thuyết TPB. Có nghĩa là ý định khởi nghiệp CNS của một cá nhân không chỉ xuất phát từ hành vi có kế hoạch, chịu tác động bởi các yếu tố liên quan đến công nghệ bao gồm sự hiểu biết, năng lực và trải nghiệm về CNS, mà còn chịu tác động bởi sự chấp nhận các nền tảng công nghệ mới của cá nhân đó.

(3) Hơn nữa, các nghiên cứu thực nghiệm chủ yếu tập trung vào nhóm sinh viên, thiếu vắng các nghiên cứu liên quan đến nhóm người đã có kinh nghiệm thực tế như nhóm học viên sau đại học. Thực tế cho thấy tỷ lệ người Việt Nam khởi nghiệp thời gian gần đây thuộc nhóm tuổi từ 30 đến 34 tuổi (Báo cáo tại ngày hội Thanh niên khởi nghiệp - Future Founders Fest 2024 tại UEH, 2024). Do đó, nghiên cứu này sẽ lấp đầy khoảng trống này bằng việc cung cấp nguồn dữ liệu về khách thể nghiên cứu là người học tức học viên sau đại học.

Tóm lại, nghiên cứu về khởi nghiệp CNS tại Việt Nam đang trên đà phát triển với số lượng và chất lượng ngày càng tăng. Tuy nhiên, để hiểu rõ hơn về bản chất, động lực và rào cản trong hành vi khởi nghiệp CNS, cần có thêm các nghiên cứu

thực nghiệm, cũng như các phân tích theo ngành nghề và địa phương nhằm cung cấp các hàm ý thực tiễn hiệu quả hơn cho việc xây dựng chính sách và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp số bền vững.

2.4. Khoảng trống nghiên cứu

Qua lược khảo các nghiên cứu liên quan đến YĐKN nói chung và khởi nghiệp CNS nói riêng ở trong nước và trên thế giới, bên cạnh những mặt hạn chế về bối cảnh lý thuyết tác giả đã nêu ở mục 1.1.2, tác giả nhận thấy rằng:

Thứ nhất, chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm khám phá các yếu tố thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS. Các nghiên cứu đã kiểm tra các thành phần của ý định khởi nghiệp, tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu quan tâm đến vấn đề CNS. Những đóng góp mang tính học thuật cho chủ đề này phần lớn vẫn còn rất rời rạc (Fernandes và cộng sự, 2022). Mặc dù các kết quả nghiên cứu trước đó đã nêu được một số yếu tố động lực cho sự hình thành ý định kinh doanh nói chung, nhưng có rất ít các yếu tố thúc đẩy một cá nhân hướng tới lựa chọn con đường khởi nghiệp CNS cũng như những lý thuyết có liên quan để hình thành nên ý định khởi nghiệp CNS. Trong vài năm qua, khởi nghiệp CNS được coi là một lĩnh vực nghiên cứu đang phát triển nhanh chóng và nhận được sự quan tâm của nhiều học giả, các nhà thực thi và hoạch định chính sách (Beliaeva và cộng sự, 2019; Jafari-Sadeghi và cộng sự, 2021; Kraus và cộng sự, 2019). Tuy nhiên, bất chấp sự thừa nhận ngày càng tăng về tầm quan trọng của tinh thần kinh doanh CNS, khái niệm này vẫn mới ở giai đoạn đầu trong nghiên cứu khởi nghiệp và người ta biết rất ít về các yếu tố thúc đẩy hành vi này (Beliaeva và cộng sự, 2019; Darmanto và cộng sự, 2022; Farani và cộng sự, 2017; Jafari-Sadeghi và cộng sự, 2021; Mir và cộng sự, 2022; Nambisan, 2017).

Thứ hai, tác giả nhận thấy rằng các yếu tố cá nhân bao gồm Sự hiểu biết về khởi nghiệp, Năng lực và Trải nghiệm CNS chưa được khai thác triệt để trong các nghiên cứu trước đây có liên quan đến khởi nghiệp CNS. Đặc biệt, chưa có nhiều nghiên cứu kiểm định vai trò trung gian của “Thái độ đối với khởi nghiệp CNS” và “Nhận thức kiểm soát hành vi” trong mối quan hệ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số. Kết quả lược khảo các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp và

khởi nghiệp CNS (Phụ lục 1.4 và 1.5) đã chỉ ra nhiều yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp nhưng thiếu hẳn những nghiên cứu thực hiện trong bối cảnh CNS. Đồng thời, một số nghiên cứu thực nghiệm liên quan đến khởi nghiệp CNS quan tâm đến vai trò tác động của công nghệ đến hoạt động khởi nghiệp, quy trình và cách thức để hoạt động khởi nghiệp CNS đạt được hiệu quả, nhưng rất ít nghiên cứu dành sự quan tâm đến việc làm thế nào để thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS. Do vậy, dựa trên lý thuyết về hành vi có kế hoạch, nghiên cứu này cho rằng cần xem xét các yếu tố nào có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS mà các tác giả trước đây còn hạn chế nghiên cứu trong bối cảnh quốc gia đang phát triển như Việt Nam, thông qua hai thành tố của TPB (*Thái độ đối với hành vi và Nhận thức kiểm soát hành vi*) và các yếu tố cá nhân (bao gồm: *Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS, Năng lực CNS và Trải nghiệm CNS*) chưa được khai thác triệt để trong các nghiên cứu trước đây.

Thứ ba, chưa nêu được các lý thuyết quan trọng khác trong các nghiên cứu về khởi nghiệp CNS. Mặc dù các nghiên cứu đã có sử dụng các lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm đã chỉ ra rằng sự nhận thức có tác động thúc đẩy một cá nhân đưa ra quyết định về nghề nghiệp (Krueger và Carsrud, 1993). Một số ít các nhà nghiên cứu đã chỉ ra được các yếu tố ảnh hưởng đến ý định của một cá nhân để bắt đầu thành lập một doanh nghiệp liên quan đến CNS (Ben Youssef và cộng sự, 2020; Chang và cộng sự, 2019, 2022; Farani và cộng sự, 2017), hoặc có liên quan đến sự hình thành ý định kinh doanh trong bối cảnh số hóa. Tuy nhiên, các tài liệu nghiên cứu vẫn còn rất sơ khai và chỉ mang tính chất gợi mở. Hơn nữa, các học giả đều dựa trên Lý thuyết về Hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991), *ít có sự ứng dụng hoặc đề xuất quan điểm lý thuyết quan trọng khác trong lĩnh vực nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS.* Do đó, nghiên cứu này sẽ bổ sung khoảng trống lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS dựa trên hành vi chấp nhận công nghệ thông qua Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) của Davis (1986) kết hợp với Mô hình TPB. Có nghĩa là ý định khởi nghiệp CNS của một cá nhân không chỉ xuất phát từ hành vi có kế hoạch, chịu tác động bởi các yếu tố cá nhân liên quan đến công nghệ bao gồm Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS, Năng lực CNS và Trải

nghiệm về CNS, mà còn chịu tác động bởi sự chấp nhận các phương tiện, nền tảng công nghệ hay các loại hình công nghệ mới của cá nhân đó. Cụ thể, trong bối cảnh nền kinh tế công nghệ số, các chủ thể và tác nhân công nghệ số quyết định hành vi khởi nghiệp phụ thuộc vào ý định hành vi của cá nhân được xác định bởi thái độ của người đó đối với việc sử dụng hệ thống và cũng bởi nhận thức của mình về tiện ích của nó (thông qua hai thành tố của Mô hình chấp nhận công nghệ là *Nhận thức về tính hữu ích* và *Nhận thức về tính dễ sử dụng*).

Thứ tư, chưa có nhiều nghiên cứu thực nghiệm kiểm định vai trò điều tiết của nền tảng gia đình. Cụ thể là xuất phát từ quan điểm tranh luận về việc ý định khởi nghiệp là do đặc điểm bẩm sinh hay được hình thành thông qua đào tạo. Một cách tiếp cận liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS của người học là *Nền tảng gia đình*, đặc biệt là trong kỷ nguyên công nghệ số mà các nghiên cứu về khởi nghiệp nói chung, và khởi nghiệp CNS nói riêng chưa được quan tâm. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng sự hỗ trợ từ gia đình có ý nghĩa quan trọng trong việc định hình ý tưởng kinh doanh của một cá nhân dưới vai trò tác động trực tiếp (Nguyễn và Nguyễn, 2024; Diệu và cộng sự, 2022). Tuy nhiên, trong nghiên cứu này, tác giả kỳ vọng rằng yếu tố Nền tảng gia đình (Gia đình có nền tảng kinh doanh) có vai trò *điều tiết* trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS thông qua thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS và các mối quan hệ khác trong mô hình kiểm định.

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu về khởi nghiệp thiếu thực tiễn do đối tượng khảo sát chủ yếu là sinh viên. Do còn nhiều tranh cãi và sự chưa thống nhất trong việc sử dụng thuật ngữ CNS, sự phát triển đa ngành, phạm vi và kết quả nghiên cứu về khởi nghiệp còn thiếu liên quan đến thực tiễn mang lại nhiều cơ hội học thuật để tích hợp các lý thuyết và giúp hiểu rõ hơn hiện tượng khởi nghiệp CNS. Hơn nữa, các yếu tố quyết định sự thành công của tinh thần kinh doanh CNS vẫn chưa rõ ràng cũng như mối liên hệ giữa chúng với nhau như thế nào (Ladeira và cộng sự, 2019). Nghiên cứu hiện tại của tác giả bổ sung khoảng trống này bằng cách phát triển và đề xuất một mô hình về ý định kinh doanh CNS. Do đó, mục tiêu bao quát của nghiên cứu hiện tại là phát triển một mô hình về ý định khởi nghiệp CNS bao gồm tập hợp các

yếu tố góp phần hình thành nên ý định bắt đầu các dự án kinh doanh CNS của người học tại Việt Nam (cụ thể là học viên sau đại học tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh). Điểm mới khai thác khách thể nghiên cứu của luận án là học viên bậc sau đại học được xem là một trong những đóng góp mới quan trọng của luận án cho nghiên cứu về khởi nghiệp vì theo kết quả tổng quan các nghiên cứu trước đây, đối tượng khảo sát hầu hết là sinh viên đại học. Mặt khác, theo báo cáo tại ngày hội Thanh niên khởi nghiệp - Future Founders Fest 2024 tại UEH, cho thấy tỷ lệ người Việt Nam khởi nghiệp thời gian gần đây thuộc nhóm tuổi từ 30 đến 34 tuổi. Do vậy, khách thể nghiên cứu là học viên cao học phù hợp với nghiên cứu về khởi nghiệp hơn là sinh viên đại học.

2.5. Xây dựng các giả thuyết và Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.5.1. Xây dựng các giả thuyết

2.5.1.1. Thái độ đối với khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định khởi nghiệp CNS

Các nghiên cứu trên thế giới liên quan đến khởi nghiệp CNS chỉ ra rằng ba yếu tố của lý thuyết TPB được gọi là Thái độ đối với hành vi, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) có ảnh hưởng đến khởi nghiệp CNS (Aloulou và cộng sự, 2024; Al Halbusi và cộng sự, 2023; Younis và cộng sự, 2020; Farani và cộng sự, 2016; Dutot và cộng sự, 2015). Điều này chứng minh rằng dù là khởi nghiệp CNS hay khởi nghiệp nói chung cũng giống nhau về quá trình khởi nghiệp. Aloulou và cộng sự (2024) đã chứng minh thái độ đối với tinh thần khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi có liên quan đáng kể đến DEI. Đồng thời, ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên kinh doanh bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thái độ đối với ý định khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi (Alkhalaleh và cộng sự, 2023). Tương tự, các học giả đã nghiên cứu gần đây về chủ đề khởi nghiệp liên quan trong bối cảnh khởi nghiệp CNS cũng đưa ra cùng kết quả là yếu tố thúc đẩy khởi nghiệp CNS được tác động bởi các yếu tố của lý thuyết TPB (Ghatak và cộng sự, 2023; Widiasih & Darma, 2021).

Theo kết quả của phân tích tổng hợp do Armitage và Conner (2001) thực hiện, chuẩn chủ quan là một yếu tố dự báo yếu về ý định kinh doanh. Mặt khác chuẩn chủ

quan cũng không có tác động đáng kể lên ý định khởi nghiệp CNS (Alkhalailah và cộng sự, 2023). Bên cạnh đó, một số nghiên cứu trong bối cảnh tại Việt Nam đã chứng minh rằng *Chuẩn chủ quan* không liên quan đến YĐKN (Phuong và cộng sự, 2021; Doanh, 2021; Nguyễn và cộng sự, 2020; Lực, 2018; Nguyễn, 2017; Khương, & An, 2016). Vì lý do này, một số tác giả bao gồm Liñán và Chen (2009), Yurtkoru và cộng sự (2014), Dinc và Budic (2016) đã loại chuẩn chủ quan ra khỏi nghiên cứu. Vì vậy, trong nghiên cứu này, tác giả không xét đến vai trò của Chuẩn chủ quan trong mô hình nghiên cứu khi ứng dụng lý thuyết TPB để nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS.

Nghiên cứu này dựa vào TPB, phần mở rộng của mô hình do Türker và Sonmez Selçuk (2009) phát triển và được Yurtkoru cùng cộng sự tiếp tục phát triển năm 2014, có so sánh với những phát hiện trước đó, xem xét các yếu tố ảnh hưởng của công nghệ số và ý nghĩa của nó đối với hoạt động kinh doanh. Do đó, các giả thuyết đầu tiên được đề xuất như sau:

Giả thuyết H1: Thái độ đối với khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H2: Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.

2.5.1.2. Năng lực CNS và Ý định khởi nghiệp CNS

Khởi nghiệp CNS có liên quan đến các đặc điểm của khởi nghiệp truyền thống với các đặc trưng riêng của CNS, cùng với độ nhạy bén cao hơn về tính rủi ro, tính sáng tạo hoặc sự nhanh nhẹn (von Arnim & Mrozewski, 2020). Những cá nhân với năng lực về công nghệ số kết hợp với niềm đam mê khởi nghiệp và khả năng đổi mới CNS có mối liên hệ tích cực với khởi nghiệp CNS (Elnadi & Gheith, 2023). Mặt khác, khởi nghiệp CNS là việc tận dụng các cơ hội dựa trên việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật số, công nghệ internet và các phương tiện công nghệ thông tin - truyền thông khác (Farani và cộng sự, 2017). Các doanh nhân trong lĩnh vực CNS chủ yếu dựa vào khả năng của truyền thông kỹ thuật số và công nghệ thông tin để theo đuổi các cơ hội mới (Davidson & Vaast, 2010). So với kinh doanh truyền thống, kinh doanh CNS ngụ ý tinh thần kinh doanh hoặc tạo ra giá trị mới, liên quan

đến một mô hình kinh doanh mới dựa trên hàng hóa hoặc dịch vụ kỹ thuật số, phân phối kỹ thuật số, nơi làm việc kỹ thuật số, thị trường kỹ thuật số hoặc kết hợp chúng với nhau (Esmaeeli, 2011; Hafezieh và cộng sự, 2011). Một loạt các năng lực về CNS của cá nhân như kỹ thuật, hành vi, thể chất, quản lý và mối quan hệ đã được nghiên cứu trước đây (Garrison và cộng sự, 2015), nhưng hiếm khi được khai thác trong bối cảnh của ý định khởi nghiệp. Do đó, bằng năng lực ứng dụng công nghệ số, các cá nhân có thể có được sự hiểu biết thị trường đáng kể thông qua việc truy cập dễ dàng và khoa học vào dữ liệu thị trường trong và ngoài nước (Ross & Blumenstein, 2015). Hơn nữa, không gian kỹ thuật số cho phép họ giao tiếp xuyên biên giới với khách hàng tiềm năng (Glavas & Mathews, 2014) và nhà cung cấp (Jean, 2010; Kevin Tseng & Johnsen, 2011), từ đó xây dựng các mạng lưới liên quan (Bianchi & Mathews, 2016). Điều này nâng cao hiệu quả của việc ra quyết định kinh doanh và đánh giá thị trường cũng như khách hàng (Polo Peña và cộng sự, 2011), đồng thời cho phép xác định các ý tưởng kinh doanh đầy hứa hẹn (Chandra & Coviello, 2010). Vì vậy, có thể cho rằng những cá nhân có năng lực về CNS vượt trội sẽ là những người tiên phong khi tham gia vào các hoạt động kinh doanh trong môi trường CNS hiện đại. von Arnim & Mrozewski (2020) đã chỉ ra rằng Năng lực và sự hiểu biết về CNS ảnh hưởng tích cực đến thái độ đối với tinh thần kinh doanh quốc tế. Năng lực CNS là yếu tố góp phần đáng kể trong việc nâng cao xu hướng bắt đầu các dự án kinh doanh CNS trong khi kỹ năng CNS có tác động ít đến xu hướng đó (Mir và cộng sự, 2023).

Trong thế giới xã hội hóa của tri thức và thông tin, xu hướng đầu tư khởi nghiệp tập trung nhiều vào lĩnh vực Internet, khi đó khả năng nắm bắt các cơ hội kinh doanh đa dạng sẽ tăng lên khi sở hữu năng lực công nghệ số cao, từ đó sẽ làm gia tăng ý định khởi nghiệp (Kang và cộng sự, 2024). Kim và cộng sự (2020) lập luận rằng khả năng sử dụng các phương tiện công nghệ số là yếu tố thiết yếu để đảm bảo lợi thế cạnh tranh trên thị trường khởi nghiệp. Do khả năng tận dụng các thiết bị truyền thông đã được cải thiện, thái độ thân thiện với công nghệ số và sự tự tin được nâng cao do sự phổ biến của điện thoại thông minh, tạo điều kiện cho việc nắm bắt các cơ hội kinh doanh đa dạng hơn. Hwang (2019) cũng đã phân tích thực

nghiệm rằng năng lực CNS có tác động tích cực đến nhận thức khởi nghiệp. Thái độ đối với tinh thần khởi nghiệp là cần thiết để khám phá cơ hội và hiện thực hóa chúng để tạo ra giá trị mới. Những người có tố chất khởi nghiệp có thể tạo ra giá trị mới bằng cách khám phá cơ hội ngay cả trong những tình huống không chắc chắn. Thái độ đối với khởi nghiệp được cho là có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa năng lực CNS và ý định khởi nghiệp, dựa trên khả năng phát hiện cơ hội và tạo giá trị mới (Kang và cộng sự, 2024). Những người có kỹ năng CNS vượt trội sẽ tự tin hơn khi hoạt động trong bối cảnh quốc tế, nhờ nắm bắt thông tin thị trường tốt hơn và sử dụng hiệu quả các kênh trực tuyến để giao tiếp, hợp tác và bán hàng (Brouthers và cộng sự, 2018; Sinkovics và cộng sự, 2013). von Arnim và Mrozewski (2020) đã chứng minh năng lực CNS tác động tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi (PBC), đồng thời PBC có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp quốc tế.

Nghiên cứu này cũng lập luận rằng tác động của DC đối với ý định khởi nghiệp CNS là gián tiếp, được điều tiết bởi các biến thái độ của TPB. Do đó, nghiên cứu đề xuất đưa vào mô hình yếu tố Năng lực CNS có liên quan trực tiếp và gián tiếp đến khởi nghiệp CNS bằng cách thúc đẩy thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định khởi nghiệp CNS. Do vậy, dựa trên lý thuyết TPB, luận án xây dựng các giả thuyết tiếp theo, bao gồm:

Giả thuyết H3: Năng lực CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H3a: Năng lực CNS có tác động tích cực đến Thái độ đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H3b: Năng lực CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi.

2.5.1.3. Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS

Trong nền kinh tế hiện đại, tri thức được cho là nguồn lực chiến lược quan trọng nhất. Nghiên cứu cho thấy rằng việc tiếp cận các nguồn tri thức không chỉ ảnh hưởng đến hoạt động của công ty mới thành lập mà còn - và đặc biệt - sự tăng trưởng và tồn tại của các công ty (dựa trên tri thức) (Dohse & Walter, 2012; Unger và cộng sự, 2011). Sự hiểu biết và khả năng tiếp cận thích hợp là những nguồn lực

quan trọng nhất trong tinh thần kinh doanh, rất cần thiết cho các sáng kiến kinh doanh, sự thành công và phát triển kinh tế bền vững (Widding và cộng sự, 2009). Các nhà nghiên cứu cho rằng sự hiểu biết về khởi nghiệp là trung tâm của ý định khởi nghiệp (Jebarajakirthy và Thaichon, 2015) và ảnh hưởng đáng kể đến các quyết định và ý định sáng tạo kinh doanh (Kor và cộng sự., 2007; Lüthje và Franke, 2003). Hỗ trợ bổ sung cho lập luận này được cung cấp bởi một nghiên cứu đã được thực hiện giữa các người học của một trường đại học Na Uy, nơi Kolvereid và Moen (1997) chứng minh rằng những người học có sự hiểu biết khởi nghiệp sẽ có ý định kinh doanh mạnh mẽ hơn những người học khác. Một số nghiên cứu chỉ ra vai trò trực tiếp của kiến thức khởi nghiệp trong việc nhận diện cơ hội. Tuy nhiên, các nghiên cứu gần đây dựa trên quan điểm nhận thức, tin rằng kiến thức giúp doanh nhân hấp thụ thông tin mới và từ đó nhận diện cơ hội bằng cách củng cố cấu trúc nhận thức của bản thân (Baron, 2006; Shane & Venkataraman, 2000).

Kiến thức và kỹ năng khởi nghiệp cũng được xác định là những yếu tố hiệu quả trong việc nhận diện và tận dụng các cơ hội khởi nghiệp (Fuente và cộng sự, 2010). Nghiên cứu của Farani và cộng sự (2016) chỉ ra rằng kiến thức khởi nghiệp có tác động không đáng kể đến tư duy khởi nghiệp (entrepreneurial mindset). Sự khác biệt này có thể do người trả lời không phân biệt được giữa kiến thức khởi nghiệp, tư duy khởi nghiệp và định hướng khởi nghiệp. Mô hình TPB đã không xem xét tác động của kiến thức (sự hiểu biết) đối với việc nghiên cứu ý định kinh doanh, đó là một thiếu sót của lý thuyết này (Peterman và Kennedy, 2003). Do đó, cần xây dựng một mô hình ý định tổng hợp để giải thích tác động của sự hiểu biết về khởi nghiệp đối với ý định khởi nghiệp. Dựa trên kết quả của Roxas (2014) và Younis và cộng sự (2020), tác giả đề xuất bổ sung yếu tố sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS trong mô hình TPB. Các nghiên cứu thực nghiệm cũng chỉ ra rằng mối quan hệ trực tiếp được tìm thấy giữa sự hiểu biết về khởi nghiệp và ý định kinh doanh. Chẳng hạn, nghiên cứu của Linan (2004) chứng minh rằng sự hiểu biết về khởi nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định kinh doanh của các cá nhân. Sitaridis & Kitsios (2024) xem xét vai trò của sự hiểu biết và kỹ năng CNTT đối với ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên so với tác động của sự hiểu biết khởi nghiệp thu được từ các khóa học khởi

nghiệp. Nhóm tác giả còn cho rằng kết hợp sự hiểu biết CNTT với sự hiểu biết kinh doanh để thúc đẩy ý định khởi nghiệp, trong đó sự hiểu biết cốt lõi về CNTT cũng cần xem xét tác động của các công nghệ CNS đối với ý định khởi nghiệp của sinh viên (Sitaridis & Kitsios, 2024).

Trong nghiên cứu được thực hiện bởi Sommer và Haug (2010), sự hiểu biết về khởi nghiệp được tích hợp vào TPB như một yếu tố riêng biệt và có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến các ý định kinh doanh. Do đó, có thể mong đợi rằng sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS sẽ liên quan trực tiếp đến ý định của các cá nhân để bắt đầu một ý tưởng kinh doanh CNS (Farani và cộng sự, 2017). Nghiên cứu này cho thấy các yếu tố động lực (thái độ đối với khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi) có mối liên hệ đáng kể với ý định khởi nghiệp CNS. Ngoài ra, sự hiểu biết về khởi nghiệp có tác động gián tiếp lên ý định thông qua hai yếu tố động lực này. Aloulou và cộng sự (2024) cũng chỉ ra rằng sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS tác động gián tiếp đến ý định thông qua hai tiền đề của TPB. Vì vậy, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

Giả thuyết H4: Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H4a: Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H4b: Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi.

2.5.1.4. Trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS

Kinh nghiệm làm việc trước đây sẽ dẫn đến những ý định kinh doanh tích cực (Ghata và cộng sự, 2023). Tương tự, kinh nghiệm làm việc trước đây với một tổ chức liên quan đến CNS sẽ dẫn đến ý tưởng tốt hơn về cách giải quyết một vấn đề nhất định bằng cách sử dụng công nghệ số (Scuotto và Morellato, 2013). Điều này cũng sẽ cung cấp cho cá nhân ý tưởng về việc liệu có khả thi để giải quyết một vấn đề xã hội bằng công nghệ số hay không, hoặc phải làm gì để kế hoạch trở nên khả thi hơn thông qua công nghệ số. Sự hiểu biết và kinh nghiệm đó cũng sẽ tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS xã hội (Yáñez-Valdés và cộng sự, 2023).

Nghiên cứu này cũng đề xuất rằng hiệu ứng trên sẽ tăng thêm khi các cá nhân đã có những trải nghiệm trong các tổ chức có liên quan cả về mặt xã hội và CNS vì trải nghiệm liên ngành sẽ giúp họ xây dựng các giải pháp vượt trội cho các vấn đề xã hội bằng cách sử dụng công nghệ số. Mair và Noboa (2006) đã chỉ ra rằng kinh nghiệm trước đây về các vấn đề xã hội là yếu tố dự báo về ý định khởi nghiệp xã hội. Các nghiên cứu trước đây đã chứng minh kinh nghiệm tiếp xúc trước đây của gia đình (Carr & Sequeira, 2007; Chlosta và cộng sự, 2012) cũng như kinh nghiệm làm việc trước đây (Kautonen, Luoto, & Tornikoski, 2010) là những yếu tố dự đoán khả năng ý định khởi nghiệp. Nghiên cứu của Vining và Ebreo (1989) đã chỉ ra rằng kinh nghiệm trước đây dự đoán hành vi ủng hộ xã hội như tham gia vào chương trình tái chế. Ernst (2011) cũng cho rằng sự hiểu biết trước đây về các vấn đề xã hội có thể dự đoán thái độ đối với ý định kinh doanh xã hội cũng như nhận thức về kiểm soát hành vi. Người ta cho rằng những trải nghiệm trước đây tạo ra sự quen thuộc với các loại vấn đề mà doanh nghiệp hướng tới giải quyết, khiến cho việc hình thành ý định giải quyết những vấn đề này có nhiều khả năng xảy ra hơn. Các trải nghiệm học tập tập trung vào việc tích hợp CNS vào khởi nghiệp có thể giúp cá nhân tiếp thu các kỹ năng thực tế và kiến thức cần thiết để điều hành một doanh nghiệp số thành công (Dương và cộng sự, 2024). Nghiên cứu của Zhao và cộng sự (2005) xác định rằng kinh nghiệm làm việc trước đây dự đoán mức độ tự tin vào năng lực bản thân của doanh nhân, trong khi thời gian làm việc dự đoán tính hiệu quả của công việc (Tierney & Farmer, 2002). Cơ chế mà qua đó sự trải nghiệm tác động lên thái độ và nhận thức của bản thân như sau: Sự trải nghiệm cá nhân tạo ra thông tin có thể tiếp cận được để một cá nhân đánh giá về kiến thức và kỹ năng của chính mình cũng như tính hiệu quả của các chiến lược thực hiện khác nhau sử dụng những khả năng này (Gist & Mitchell, 1992). Do đó, mối liên hệ giữa trải nghiệm và ý định được điều tiết bởi Thái độ và nhận thức của bản thân của các nhà khởi nghiệp.

Hơn nữa, Yiu và cộng sự (2014) đã phát hiện ra rằng các doanh nhân tư nhân có nhiều khả năng có động lực tham gia vào các chương trình giảm nghèo từ thiện hơn nếu họ có kinh nghiệm cá nhân trước đó (chẳng hạn như cơ hội giáo dục hạn

chế, thất nghiệp và nghèo đói ở nông thôn). Mặt khác, kinh nghiệm làm việc trước đây có tác động tích cực đến mức độ mong muốn của một công việc hoặc công việc kinh doanh (Krueger 1993). Tương tự, trải nghiệm CNS cũng có thể tác động tích cực đến mức độ mong muốn của ý định khởi nghiệp CNS. Nhận thức ngày càng tăng về mức độ mong muốn như vậy có thể tác động đến ý định khởi nghiệp CNS. Vì lý do này, mô hình thử nghiệm trong nghiên cứu này được mở rộng bằng tập hợp giả thuyết sau:

Giả thuyết H5: Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H5a: Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H5b: Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi.

2.5.1.5. Hành vi chấp nhận công nghệ và ý định khởi nghiệp CNS

Nghiên cứu ý định hành vi của người dùng nhận được sự quan tâm của các học giả bởi vì chúng đại diện cho hành vi thực tế của con người (Lepoutre và cộng sự, 2011; Tausch & Becker, 2013). Theo TPB của Ajzen (1985), điều này được dựa trên thái độ, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Hành vi chấp nhận công nghệ được xác định dựa trên hai yếu tố: Nhận thức tính hữu ích (PU) và Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) của mô hình chấp nhận công nghệ, hay còn gọi là mô hình TAM (Davis, 1986). Có thể nói TAM là mô hình được nghiên cứu phổ biến nhất để kiểm chứng sự chấp nhận công nghệ trong môi trường doanh nghiệp (Davis và cộng sự, 1989), xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận công nghệ của người dùng (Muchran & Ahmar, 2019). Mô hình TAM cho rằng thái độ của một người đối với công nghệ quyết định việc họ sẽ sử dụng nó hay không (Davis & Venkatesh, 2004; Davis và cộng sự, 1989; Venkatesh và cộng sự, 2012). Nhiều nghiên cứu sử dụng mô hình TAM đã chứng minh rằng cả PU và PEU đều là những yếu tố quan trọng quyết định việc chấp nhận và sử dụng của người dùng. Cả PU và PEU cùng xác định thái độ của người dùng đối với hệ thống, điều này ảnh hưởng đến ý định hành vi của người dùng và Ý định hành vi xác định việc sử dụng hệ

thống thực tế (Jan & Contreras, 2016). PU và PEU của sinh viên đối với hệ thống danh mục đầu tư điện tử cũng như ý định hành vi của họ khi sử dụng hệ thống cho việc học, được kiểm tra để xác định tác động của Năng lực bản thân, Chuẩn mực chủ quan, Sự thích thú, Sự lo lắng khi sử dụng máy tính và Kinh nghiệm (Abdullah và cộng sự, 2016). Oumlil và Juiz (2018) đã sử dụng TAM để điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến việc đầu tư vào các dự án CNTT trong du lịch. Theo Matlay và Westhead (2005), đầu tư CNTT và cam kết khởi nghiệp CNS là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quá trình khởi nghiệp đổi mới. Việc sử dụng ChatGPT có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến cả ba yếu tố trung gian của TPB và trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS (Dương, 2024). Wibowo và cộng sự (2024) sử dụng mô hình chấp nhận công nghệ để điều tra ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên Indonesia. Các biến số của mô hình chấp nhận công nghệ có thể thúc đẩy ý định và hiệu quả kinh doanh CNS. Abaddi (2023) nhận thấy rằng tính hữu ích và dễ sử dụng của ChatGPT là những yếu tố dự báo mạnh mẽ về ý định khởi nghiệp kỹ thuật số.

Nhận thức về tính hữu ích (PU)

Các nghiên cứu trước đây về lĩnh vực này cho thấy nhận thức về tính hữu ích ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi sử dụng công nghệ của người dùng (Ilyas và cộng sự, 2023; Phương Dung và cộng sự, 2023; Chin & Todd, 1995; Davis, 1989). Ngoài ra, người dùng càng có cảm nhận hữu ích về công nghệ thì càng có nhiều khả năng người dùng chấp nhận nó (Adrian và cộng sự, 2005). Khi sử dụng mô hình TAM, Ma và cộng sự (2017) cũng lập luận rằng nhận thức về tính hữu ích có tác động tích cực đến ý định mua hàng của người tiêu dùng. Ngoài ra, Tsourela và Nerantzaki (2020) kết luận rằng nhận thức về tính hữu ích ảnh hưởng tích cực đến thái độ và hành vi. Việc trải nghiệm những lợi ích của ChatGPT trong kinh doanh (ví dụ: xây dựng kế hoạch, tìm kiếm thông tin thị trường) không chỉ góp phần vào việc nâng cao thái độ và nhận thức của cá nhân về hoạt động khởi nghiệp CNS nói chung mà còn thúc đẩy ý định tham gia vào các hoạt động kinh doanh CNS (Dương, 2024). Cho nên, giả thuyết được xây dựng bao gồm:

Giả thuyết H6: Nhận thức về tính hữu ích tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H6a: Nhận thức về tính hữu ích tác động tích cực đến Thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS.

Nhận thức về tính dễ sử dụng (PEU)

Nhiều nghiên cứu trước đây đã nhận thấy PEU là yếu tố góp phần hình thành nên thái độ (Moon & Kim, 2001; O’Cass & Fenech, 2003). PEU có tác động đáng kể đến nhận thức về tính tiện ích, thái độ và ý định mua hàng (Li và cộng sự, 2020). PEU giúp dự đoán thái độ, và sau đó thái độ sẽ dự đoán hành vi (Tsourela & Nerantzaki, 2020). PEU cũng ảnh hưởng đến thái độ và hành vi của người dùng cuối (Chin & Todd, 1995; Davis, 1989). Như vậy, PEU có tác động đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS của các doanh nhân công nghệ (Phương Dung và cộng sự, 2023). Nghiên cứu của Taufik và Hanafiah (2019) xác định rằng nhận thức của hành khách về tính dễ sử dụng và nhận thức về tính hữu ích của công nghệ có tác động lớn đến việc họ có chọn hay không sử dụng nó và cách họ ứng xử khi sử dụng nó ở sân bay. Trong khi đó, kết quả trái ngược đã phát hiện ra rằng PU không có tác động hoặc tác động ít đến thái độ hoặc ý định của một cá nhân (Tahar và cộng sự, 2020). Do đó, nghiên cứu này, dựa hành vi chấp nhận công nghệ của mô hình TAM, đề xuất các giả thuyết bổ sung sau:

Giả thuyết H7: Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H7a: Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động tích cực đến Thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS.

2.5.1.6. Vai trò trung gian của Thái độ đối với khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi

Sự hiểu biết là một yếu tố dự báo quan trọng vì nó thường được xem như là điều kiện tiên quyết để có được hành động thích hợp (Frick và cộng sự, 2004). Sự hiểu biết về hoạt động khởi nghiệp liên quan đến CNS giúp khắc phục sự bất cân xứng thông tin bằng cách cho phép truy cập thông tin ở thị trường nước ngoài, nhận thức rủi ro quốc tế hóa được giảm thiểu (Mathews & Healy, 2007). Có sự hiểu biết giúp cho người khởi nghiệp nhận biết được rằng khi rủi ro giảm, khả năng xuất hiện cơ hội sẽ tăng lên, và thái độ hành động theo cơ hội này cũng vậy sẽ bị tác động

theo. Nói chung, sự hiểu biết lớn hơn sẽ trực tiếp cung cấp nhận thức sâu sắc hơn về sự tồn tại của một lựa chọn nghề nghiệp chuyên nghiệp, làm cho ý định trở thành một doanh nhân đáng tin cậy hơn (Linan, 2004). Nghiên cứu của Farani và cộng sự (2017) cho rằng sự hiểu biết khởi nghiệp có ảnh hưởng gián tiếp đến ý định khởi nghiệp trực tuyến thông qua thái độ của sinh viên. Do đó, các giả thuyết được phát triển bao gồm:

Giả thuyết H8: Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS và Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H9: Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Hơn nữa, năng lực CNS sẽ làm tăng tính sẵn có của thông tin và hiểu biết thị trường, dẫn đến đánh giá về các cơ hội cho khởi nghiệp CNS thuận lợi hơn. Đây là một yếu tố quan trọng phản ánh mức độ hiểu biết và nhận thức mà cá nhân có về các khía cạnh khác nhau của việc thiết lập và quản lý một dự án kinh doanh mới, từ giai đoạn đầu tiên của việc xác định cơ hội, thông qua việc đánh giá các cơ hội mới, đến sự hiểu biết cần thiết để tìm ra liên doanh mới, cũng như môi trường kinh doanh và hệ thống hỗ trợ. Vì vậy, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết tiếp theo:

Giả thuyết H10: Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H11: Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Bằng cách nhận thức và quan sát các hoạt động kinh doanh của động nghiệp với kinh nghiệm kinh doanh trước đây, các cá nhân có thể hiểu những gì cần thiết để vận hành một doanh nghiệp, có thêm động lực để tham gia vào các hoạt động kinh doanh và nâng cao sự tự tin để hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh của họ (Meoli và cộng sự, 2020). Nghiên cứu của Zhao và cộng sự (2005) xác định rằng kinh nghiệm làm việc trước đây dự đoán mức độ tự tin vào năng lực bản thân của doanh nhân cao hơn, trong khi thời gian làm việc dự đoán tính hiệu quả của công việc (Tierney & Farmer, 2002). Cơ chế mà qua đó sự trải nghiệm tác động lên thái độ và nhận thức của bản thân như sau: Sự trải nghiệm cá nhân tạo ra thông tin có

thể tiếp cận được để một cá nhân đánh giá về sự hiểu biết và kỹ năng của chính mình cũng như tính hiệu quả của các chiến lược thực hiện khác nhau sử dụng những khả năng này (Gist & Mitchell, 1992). Thái độ đối với hoạt động khởi nghiệp được cho là đóng vai trò trung gian giữa các yếu tố thuộc về hỗ trợ đối với hoạt động khởi nghiệp (Youssef và cộng sự, 2021). Đồng thời, thái độ đối với khởi nghiệp có tác động đáng kể đến ý định khởi nghiệp trực tuyến, từ đó hình thành nên các hoạt động khởi nghiệp thực tế trong sinh viên (Badaruddin và cộng sự, 2012; Linan, 2004; Yurtkoru và cộng sự, 2014). Cho nên, các giả thuyết đề xuất tiếp theo:

Giả thuyết H12: Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H13: Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Dương (2024) đã chứng minh Nhận thức kiểm soát hành vi và Thái độ đối với khởi nghiệp đều làm trung gian đáng kể mối quan hệ giữa việc áp dụng ChatGPT và ý định kinh doanh CNS. Mặt khác, Jalil và cộng sự (2025) đã xác định Nhận thức về tính hữu ích, Nhận thức tính dễ sử dụng, thái độ, chuẩn mực chủ quan, và Nhận thức kiểm soát hành vi đều có ảnh hưởng tích cực đến việc chấp nhận blockchain, đồng thời hành vi chấp nhận công nghệ blockchain có ảnh hưởng tích cực đến định hướng khởi nghiệp xanh. Tính hữu ích của trí tuệ nhân tạo (AI) và Tính dễ sử dụng của công nghệ AI giúp tăng cường đáng kể thái độ khởi nghiệp của sinh viên trong nghiên cứu của Zulfiqar và cộng sự (2025) về tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) đối với thái độ và ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học. Do đó, có thể đưa ra các giả thuyết rằng:

Giả thuyết H14: Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Nhận thức tính hữu ích của công nghệ đến Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H15: Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ đến Ý định khởi nghiệp CNS.

2.5.1.7. Vai trò điều tiết của nền tảng gia đình

Theo quan điểm tranh luận về việc liệu ý định kinh doanh là do một đặc điểm bẩm sinh hay nó được hình thành thông qua đào tạo. Lara-Bocanegra và cộng sự

(2022) cho rằng sự hiện diện của một thành viên gia đình gắn gũi với cộng đồng khởi nghiệp có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của họ. Nếu cha mẹ là doanh nhân - hình mẫu cho các thành viên trong gia đình, họ sẽ trở thành nguồn cảm hứng và thúc đẩy con cái tiếp tục sự nghiệp trong tương lai, tạo ra bí quyết quản lý cá nhân trong quá trình trở thành doanh nhân trong tương lai (Papadaki & Chami, 2002). Điều này có thể là do sự hỗ trợ của gia đình với các nguồn lực cần thiết để khởi sự kinh doanh, kết quả của quá trình tự giáo dục từ bên trong gia đình và nâng cao nhận thức về khả năng đối mặt với những thách thức liên quan đến quá trình khởi nghiệp của doanh nghiệp. Nicholas và cộng sự (2015) cho rằng ý định kinh doanh không thể hình thành thông qua đào tạo, các doanh nhân thành công là do đặc điểm khác biệt bẩm sinh, trong khi những người khác không có khả năng nhìn thấy cơ hội và theo đuổi đam mê thông qua các phương tiện đổi mới và sáng tạo. Anderson và Miller (2003) đã chỉ ra rằng có một nền tảng gia đình tốt tạo ra một nguồn lực lớn, và nó cũng ảnh hưởng đến lợi nhuận và tiềm năng tăng trưởng của một công ty khởi nghiệp. Georgescu & Herman (2020) nhấn mạnh rằng sinh viên có xuất thân từ gia đình khởi nghiệp có ý định khởi nghiệp cao hơn sinh viên không có xuất thân từ gia đình khởi nghiệp.

Do đó, có những cách tiếp cận khác nhau liên quan đến ý định kinh doanh của những cá nhân xuất thân từ gia đình có nền tảng kinh doanh hoặc không có nền tảng này. Anderson và Miller (2003) chỉ ra rằng nếu một người có hoàn cảnh gia đình tốt sở hữu một nguồn lực khổng lồ, điều này có thể giúp họ về tiềm năng phát triển ở giai đoạn khởi nghiệp. McElwee và Al-Riyami (2003) cũng cho biết rằng những đứa trẻ lớn lên với cha mẹ là doanh nhân có nhiều khả năng chọn nghề tự kinh doanh hơn những đứa trẻ khác. Tương tự, Fairlie và Robb (2007) cho thấy xu hướng rằng lịch sử gia đình của các doanh nhân được bắt nguồn từ các bậc cha mẹ tự kinh doanh. Các nghiên cứu khác xem xét tác động của nền tảng gia đình đối với ý định kinh doanh đã cho thấy rằng cha mẹ tự kinh doanh có thể ảnh hưởng đến ý định kinh doanh của con cái họ (Anderson & Miller 2003; Georgellis và cộng sự, 2005; Bosma và cộng sự, 2012). Sau đó Ayodele (2014) ủng hộ quan điểm rằng nền tảng gia đình là nguồn kinh nghiệm tích cực và có tác động đáng kể đến ý định kinh

doanh của người học. Sivarajah và Achchunthan (2013) tìm thấy mối quan hệ tích cực giữa sự tham gia của cha mẹ vào kinh doanh và ý định kinh doanh của học sinh. Những yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp từ xuất thân và gia cảnh đóng vai trò quan trọng trong sự nghiệp khởi nghiệp của thanh niên. Nghiên cứu của Alsos và cộng sự (2011) cho thấy gia đình có nền tảng kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy và nâng cao tinh thần kinh doanh giữa các thành viên trong gia đình. Chaudhary (2017) cũng khẳng định rằng nền tảng gia đình trong việc tự kinh doanh sẽ có mối quan hệ tích cực với ý định kinh doanh trong khi Gordon & Davidsson (2013) cho rằng nền tảng gia đình không phải là yếu tố ảnh hưởng đến ý định kinh doanh của con cái họ. Nguyễn và Nguyễn (2024) cho rằng mặc dù Sự hỗ trợ từ gia đình không điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức tính khả thi và Xu hướng hành động với DEI, nhưng nó lại đóng vai trò quan trọng trong việc điều tiết mối quan hệ của Nhận thức mong muốn và Niềm tin vào năng lực bản thân với DEI, làm nổi bật vai trò phức tạp của Sự hỗ trợ từ gia đình trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS.

Về quan điểm liên quan đến giáo dục, Wibowo và cộng sự (2024) cho rằng giáo dục khởi nghiệp CNS ảnh hưởng đến năng lực bản thân và ý định khởi nghiệp CNS. Mặt khác, theo Trisno và cộng sự (2025), kiến thức CNS thông qua giáo dục đóng vai trò là yếu tố dự báo quan trọng cho ý định khởi nghiệp CNS, vì nó thúc đẩy thái độ tích cực đối với YĐKN của sinh viên. Giáo dục khởi nghiệp cho thấy tác động tích cực đến năng lực khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp (Singh và cộng sự, 2023). Hơn nữa, xuất thân từ gia đình khởi nghiệp cũng có vai trò điều tiết ảnh hưởng tiêu cực lên mối quan hệ giữa hiệu quả của giáo dục khởi nghiệp và YĐKN (Georgescu & Herman, 2020). Bên cạnh đó, nhận thức từ hỗ trợ của trường đại học không có vai trò tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên kinh doanh (Alkhalaleh và cộng sự, 2023). Như vậy, quan điểm về nhà khởi nghiệp xuất thân từ gia đình kinh doanh hay được nuôi dưỡng và thúc đẩy thông qua môi trường giáo dục vẫn còn là vấn đề gây sự tranh cãi. Thêm vào đó, tuy đã có đề cập đến yếu tố gia đình, nhưng các nghiên cứu trước đây chưa kiểm tra vai trò điều tiết của nền tảng gia đình trong các mối quan hệ giữa Thái độ, Nhận thức kiểm soát hành vi,

Năng lực CNS, Trải nghiệm CNS, Nhận thức tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ lên ý định khởi nghiệp CNS. Điều này tạo ra khoảng trống nghiên cứu cần kiểm định vai trò điều tiết của nền tảng gia đình ảnh hưởng lên các mối quan hệ từ biến độc lập đến biến phụ thuộc có sự khác biệt nhau. Cho nên, các giả thuyết đề xuất như sau:

Giả thuyết H16: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Thái độ đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H17: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức kiểm soát hành vi đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H18: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Năng lực CNS đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H19: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H20: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Trải nghiệm CNS đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H21: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

Giả thuyết H22: Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức tính hữu ích của công nghệ đối với Ý định khởi nghiệp CNS.

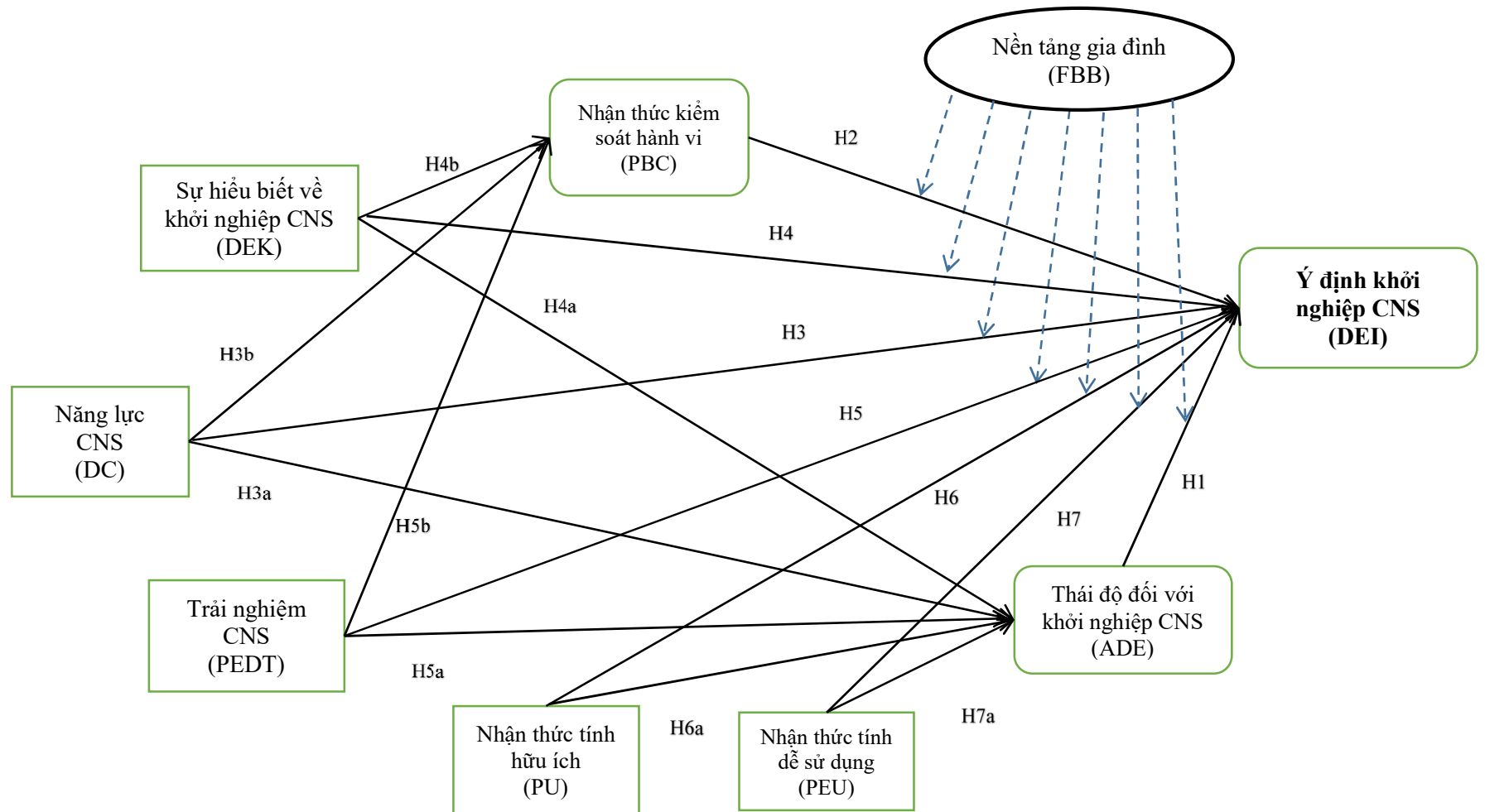
2.5.2. Mô hình nghiên cứu

Như tác giả đã luận giải ở phần lược khảo lý thuyết và khoảng trống nghiên cứu, luận án xây dựng mô hình nghiên cứu dựa trên hai lý thuyết nền là TPB và TAM để kiểm tra các yếu tố thúc đẩy ý định hành vi của cá nhân liên quan đến khởi nghiệp trên nền tảng CNS. Cả TPB và TAM đều có nguồn gốc từ lý thuyết TRA. Trong đó, TPB được sử dụng trong bối cảnh này để giải thích hành vi và ý định kinh doanh của con người khi sử dụng các nền tảng công nghệ khác nhau. Còn TAM được biết đến là mô hình có ảnh hưởng đáng kể trong việc dự đoán ý định chấp nhận công nghệ của người dùng. Theo Sujood và cộng sự (2024), TAM và TPB có liên quan cao vì chúng cung cấp những hiểu biết sâu sắc về các động lực nhận thức và hành vi của việc chấp nhận công nghệ, đồng thời nhấn mạnh các yếu

tổ ảnh hưởng xã hội và chuẩn mực định hình việc ra quyết định khởi nghiệp (Phuong Dung và cộng sự, 2023). Đồng thời, TPB bổ sung cho TAM bằng cách kết hợp các khía cạnh xã hội và hành vi, vốn rất quan trọng trong việc hiểu rõ việc áp dụng công nghệ trong các nhóm thể hệ (Wang và cộng sự, 2022). Các nghiên cứu gần đây đã có sự kết hợp TAM và TPB trong các nghiên cứu liên quan đến khởi nghiệp CNS. Cụ thể, nghiên cứu của Wibowo và cộng sự (2024) đã kết hợp TAM và TPB để đo lường thái độ và ý định khởi nghiệp của sinh viên bị ảnh hưởng bởi việc sử dụng các công cụ và phần mềm trí tuệ nhân tạo. Mặt khác, nghiên cứu của Jalil và cộng sự (2025) kiểm tra việc chấp nhận công nghệ blockchain ảnh hưởng đến định hướng khởi nghiệp xanh sử dụng mô hình TAM và Lý thuyết TPB. Sự kết hợp giữa TAM và TPB đã được kiểm tra nhằm khám phá tác động của chat GPT đối với ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên và các thể hệ am hiểu công nghệ (Abaddi, 2023). Mới đây nhất là nghiên cứu của Zulfiqar và cộng sự (2025) về tác động của trí tuệ nhân tạo (AI) đối với thái độ và ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học cũng đã sử dụng Mô hình TAM kết hợp Lý thuyết TPB để kiểm tra các tác nhân bao gồm giá trị nhận thức, tính hữu ích và tính dễ sử dụng của các công cụ AI.

Nhiều bằng chứng cho thấy TAM đã có tác động đáng kể đến việc áp dụng công nghệ vì nhiều nghiên cứu trước đây đã sử dụng nó để dự đoán ý định áp dụng công nghệ của người dùng (Davis, 1989). Các nhà nghiên cứu đã xem xét khả năng ứng dụng TAM để tìm hiểu thêm về ý định của sinh viên liên quan đến việc áp dụng công nghệ ở các quốc gia đang phát triển và đã đề xuất những thay đổi cho mô hình để phù hợp hơn theo quan điểm này (Sarosa, 2019; Rezvani và cộng sự, 2018). Mô hình TPB được áp dụng ở Ả Rập Saudi trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS nhằm giúp phát triển lĩnh vực khởi nghiệp trong người học Ả Rập nói chung và hỗ trợ Ý định khởi nghiệp CNS của người học (Al-Mamary & Alraja, 2022). Ứng dụng TPB trong các nghiên cứu gần đây về ý định khởi nghiệp CNS như Younis và cộng sự (2020), Alkhalailah và cộng sự (2023). Các nghiên cứu gần đây như Al-Mamary và Alraja (2022), Dương (2024) và Nguyễn và cộng sự (2025) đã khẳng định sự liên quan của TPB đối với tinh thần kinh doanh CNS, đặc biệt là trong người học ở các thị trường mới nổi như Việt Nam.

Bằng cách kết hợp hai mô hình trên, luận án đã tạo ra một khung lý thuyết chặt chẽ hơn bao gồm các khía cạnh nhận thức cá nhân (từ TAM) và các yếu tố xã hội (từ TPB) để giải thích ý định khởi nghiệp CNS. Do đó, việc tích hợp TAM và TPB phù hợp với nghiên cứu này vì nó kết hợp các điểm mạnh của các yếu tố định hướng hành vi và công nghệ, bằng cách tập trung vào các yếu tố riêng biệt về cảm nhận tính hữu ích, tính dễ sử dụng, thái độ, và nhận thức kiểm soát hành vi. TAM và TPB cung cấp những hiểu biết về cách công nghệ có thể được tận dụng để nâng cao định hướng kinh doanh trong bối cảnh CNS. Dựa trên kết quả lược khảo các nghiên cứu thực nghiệm liên quan đến YĐKN nói chung và ý định khởi nghiệp CNS nói riêng, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 2.5. Trong đó, các yếu tố được sử dụng để kiểm tra mối quan hệ tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS bao gồm: *Thái độ đối với khởi nghiệp CNS* và *Nhận thức kiểm soát hành vi* (dựa trên TPB), các yếu tố cá nhân (*Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS*, *Năng lực CNS* và *Trải nghiệm CNS*) và các yếu tố dựa trên TAM (*Nhận thức về tính hữu ích*, *Nhận thức về tính dễ sử dụng*). Quan trọng hơn, yếu tố *Nền tảng gia đình* (gia đình có nền tảng kinh doanh) được xem xét trong vai trò điều tiết mối quan hệ của các biến độc lập (*Nhận thức kiểm soát hành vi*, *Thái độ*, *Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS*, *Năng lực CNS*, *Trải nghiệm CNS*, *Nhận thức tính hữu ích* và *Nhận thức tính dễ sử dụng*) đến ý định khởi nghiệp CNS được bổ sung vào mô hình.



Hình 2.12. Mô hình nghiên cứu đề xuất

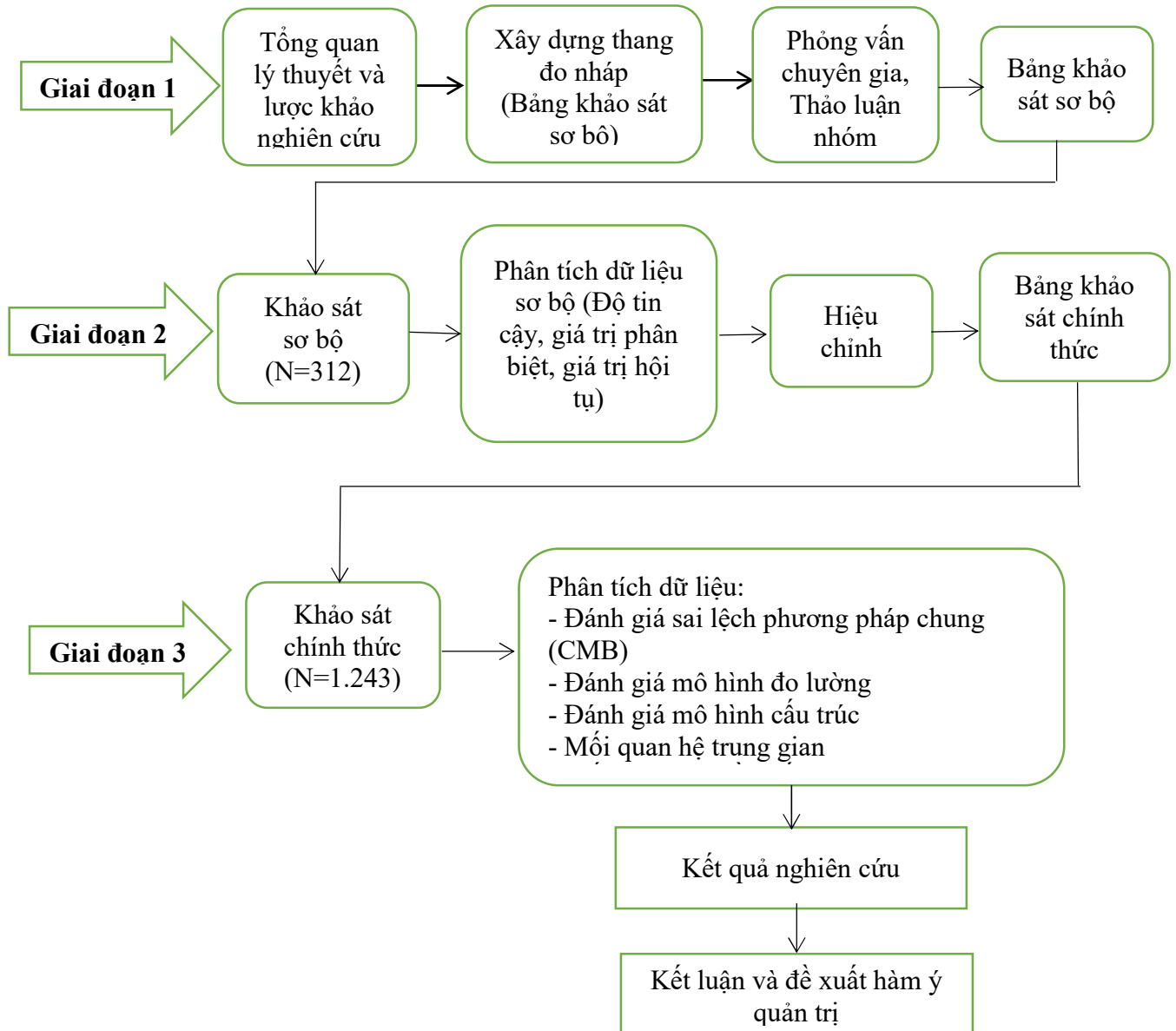
Tóm tắt chương 2

Chương này trình bày cơ sở lý thuyết làm nền tảng cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu và phát triển các giả thuyết kiểm định trong luận án. Trước hết, chương điểm qua các khái niệm cơ bản liên quan đến khởi nghiệp, khởi nghiệp công nghệ số và ý định khởi nghiệp. Tiếp theo, các học thuyết nền tảng được phân tích bao gồm Mô hình Chấp nhận công nghệ và Lý thuyết Hành vi có kế hoạch. Hai mô hình này được xem là khung lý thuyết chính giúp giải thích hành vi con người trong các bối cảnh liên quan đến công nghệ và ra quyết định hành động. Chương này cũng tổng hợp các công trình nghiên cứu trước đây liên quan đến ý định khởi nghiệp, ý định khởi nghiệp công nghệ số, cũng như các nghiên cứu vận dụng TAM và TPB trong lĩnh vực khởi nghiệp và công nghệ số. Trên cơ sở tổng quan tài liệu, chương này chỉ ra khoảng trống trong nghiên cứu hiện nay – cụ thể là việc còn thiếu các mô hình tích hợp có tính khái quát và kiểm chứng thực nghiệm trong bối cảnh khởi nghiệp CNS tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Cuối cùng, chương đề xuất mô hình nghiên cứu tích hợp giữa TAM và TPB, cùng với các giả thuyết cụ thể về mối quan hệ giữa các biến số trong mô hình. Đây là cơ sở để thực hiện các bước phân tích dữ liệu và kiểm định trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Quy trình nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu được triển khai qua ba giai đoạn. Giai đoạn 1, nghiên cứu tiến hành tổng quan lý thuyết và lược khảo các nghiên cứu trước nhằm xây dựng mô hình nghiên cứu và thang đo nháp. Giai đoạn 2, nghiên cứu thực hiện khảo sát sơ bộ với cỡ mẫu $N = 312$ để đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo. Kết quả phân tích được sử dụng để hiệu chỉnh và hoàn thiện bảng khảo sát chính thức. Giai đoạn 3, khảo sát chính thức được thực hiện với cỡ mẫu $N = 1.243$. Dữ liệu thu thập được phân tích nhằm kiểm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc, đồng thời kiểm định các mối quan hệ trung gian và điều tiết. Quy trình nghiên cứu như sau:



Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu

3.2. Giai đoạn 1: Tổng quan lý thuyết và lược khảo nghiên cứu

Dựa trên việc đã xác định được vấn đề nghiên cứu, tác giả tiến hành thực việc lược khảo tổng quan các công trình nghiên cứu trước đây liên quan đến nội dung nghiên cứu, xác định các khái niệm và lý thuyết sử dụng cũng như chọn lựa các biến nghiên cứu phù hợp với nội dung và mục đích nghiên cứu. Việc kế thừa các nghiên cứu trước đây chủ yếu thực hiện ở nước ngoài nên thang đo khi xây dựng phải đảm bảo được việc dịch thuật chuyển nghĩa từ tiếng Anh sang tiếng Việt và ngược lại. Phương pháp dịch ngược sẽ được sử dụng để đảm bảo độ chính xác cao của thang đo (Hà Nam Khánh Giao, Bùi Nhất Vương, 2019). Do đó, tác giả phải nhờ đến sự hỗ trợ của chuyên gia trong lĩnh vực kinh tế, từng làm việc hoặc đang làm việc ở nước ngoài để chuyển tải sát nghĩa và dễ hiểu nhất mà không làm thay đổi nội hàm các thang đo. Bảng thang đo được dịch từ tiếng Anh sang tiếng Việt, rồi dịch ngược lại. Sau đó sẽ đối chiếu bản dịch từ hai chuyên gia, nếu chưa có sự thống nhất thì hai chuyên gia sẽ thảo luận lại để đưa ra bảng thống nhất cuối cùng. Sau đó, tác giả tiến hành xây dựng bảng khảo sát sơ bộ. Quy trình xây dựng bảng khảo sát được tiến hành qua các bước như sau:

- Bước 1: Lược khảo nghiên cứu, khái niệm và lý thuyết liên quan, từ đó đề xuất mô hình nghiên cứu.
- Bước 2: Xây dựng thang đo nháp bằng tiếng Anh. Nhờ chuyên gia dịch thuật từ tiếng Anh sang tiếng Việt và ngược lại.
- Bước 3: Phỏng vấn, thảo luận nhóm để hiệu chỉnh hoặc bổ sung thang đo.
- Bước 4: Thiết kế bảng khảo sát sơ bộ.

3.2.1. Xây dựng thang đo:

3.2.1.1. Thang đo Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp CNS

Thang đo Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp CNS bao gồm có 05 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) được kế thừa nghiên cứu của Farani và cộng sự (2017), như trình bày ở Bảng 3.1.

Bảng 3.1. Thang đo Thái độ cá nhân với khởi nghiệp CNS

Ký hiệu	Biến đo lường
ADE1	Đối với tôi, việc khởi nghiệp CNS có rất nhiều thuận lợi
ADE2	Việc trở thành một doanh nhân CNS có sức hấp dẫn đối với tôi

Ký hiệu	Biến đo lường
ADE3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty CNS
ADE4	Tôi cực kỳ thích thú nếu trở thành một doanh nhân CNS
ADE5	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân CNS

[Nguồn: Kế thừa từ Farani và cộng sự (2017)]

3.2.1.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi

Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi được sử dụng từ kết quả nghiên cứu của Liñán và cộng sự (2013) bao gồm 06 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý), như trình bày ở Bảng 3.2.

Bảng 3.2. Thang đo Nhận thức kiểm soát hành vi

Ký hiệu	Biến đo lường
PBC1	Đối với tôi, việc thành lập và duy trì hoạt động của một công ty rất dễ dàng
PBC2	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi
PBC3	Tôi có khả năng kiểm soát việc thành lập một công ty mới
PBC4	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty
PBC5	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp
PBC6	Nếu tôi thành lập công ty thì khả năng thành công rất cao

[Nguồn: Kế thừa từ Liñán và cộng sự (2013)]

3.2.1.3. Thang đo Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS

Thang đo Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS được xây dựng dựa trên nghiên cứu của Wibowo và cộng sự (2023) bao gồm 05 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không biết gì đến 7- Biết rất rõ), như trình bày ở Bảng 3.3.

Bảng 3.3. Thang đo Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS

Ký hiệu	Biến đo lường
DEK1	Tôi có sự hiểu biết cần thiết về mặt pháp lý để khởi xướng một doanh nghiệp CNS
DEK2	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để khởi xướng một doanh nghiệp CNS
DEK3	Tôi có sự hiểu biết cần thiết để quản lý một doanh nghiệp CNS

Ký hiệu	Biến đo lường
DEK4	Tôi có sự hiểu biết về việc tiếp thị CNS cho một sản phẩm/dịch vụ
DEK5	Tôi có sự hiểu biết về thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh CNS

[Nguồn: Kế thừa từ Wibowo và cộng sự (2023)]

3.2.1.4. Thang đo Năng lực CNS

Thang đo về Năng lực CNS tác giả kế thừa từ nghiên cứu của von Arnim & Mrozewski (2020) bao gồm 09 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không phụ thuộc đến 7- Hoàn toàn phụ thuộc), như trình bày ở Bảng 3.4.

Bảng 3.4. Thang đo Năng lực CNS

Ký hiệu	Biến đo lường
DC1	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng
DC2	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, nguồn tài nguyên cần thiết)
DC3	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để tiết kiệm chi phí
DC4	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia vào thị trường quốc tế
DC5	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)
DC6	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để linh động trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)
DC7	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)
DC8	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để giao tiếp với các bên liên quan bên ngoài doanh nghiệp
DC9	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ

[Nguồn: Kế thừa từ von Arnim & Mrozewski (2020)]

3.2.1.5. Thang đo Ý định khởi nghiệp CNS

Thang đo về Ý định khởi nghiệp CNS được tác giả xây dựng dựa vào kết quả từ nghiên cứu của Farani và cộng sự (2017) bao gồm 06 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý), như trình bày ở Bảng 3.5.

Bảng 3.5. Thang đo Ý định khởi nghiệp CNS

Ký hiệu	Biến đo lường
DEI1	Tôi sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS
DEI2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS
DEI3	Tôi sẽ cố gắng hết sức để thành lập và điều hành công ty của riêng mình liên quan đến công nghệ số
DEI4	Tôi quyết tâm tạo ra một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai
DEI5	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số
DEI6	Tôi có ý định chắc chắn sẽ thành lập một công ty liên quan đến CNS vào một ngày nào đó

[Nguồn: Kế thừa từ von Arnim & Mrozewski (2020)]

3.2.1.6. Thang đo Trải nghiệm CNS

Tác giả dự kiến xây dựng thang đo về Trải nghiệm CNS bao gồm 03 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý), được tác giả kế thừa từ nghiên cứu của Ghatak và cộng sự (2023) như trình bày ở Bảng 3.6.

Bảng 3.6. Thang đo Trải nghiệm CNS

Ký hiệu	Biến đo lường
PEDT1	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc với công nghệ số
PEDT2	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến CNS
PEDT3	Tôi biết rất nhiều về công nghệ số

[Nguồn: Kế thừa từ Ghatak và cộng sự (2023)]

3.2.1.7. *Thang đo Nhận thức tính hữu ích*

Tác giả kế thừa thang đo về Nhận thức tính hữu ích của Davis (1989) bao gồm 04 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) như trình bày ở Bảng 3.7.

Bảng 3.7. Thang đo Nhận thức tính hữu ích

Ký hiệu	Biến đo lường
PU1	Sử dụng hệ thống sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi
PU2	Sử dụng hệ thống sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi
PU3	Sử dụng hệ thống sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi
PU4	Tôi thấy hệ thống rất hữu ích cho công việc của tôi

[Nguồn: Kế thừa từ Davis (1989)]

3.2.1.8. *Thang đo Nhận thức tính dễ sử dụng*

Tác giả dựa trên thang đo về Nhận thức tính dễ sử dụng bao gồm 04 biến quan sát (mức độ 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý), được tác giả kế thừa từ nghiên cứu của Davis (1989) như trình bày ở Bảng 3.8.

Bảng 3.8. Thang đo Nhận thức tính dễ sử dụng

Ký hiệu	Biến đo lường
PEU1	Sự tương tác của tôi với hệ thống rất rõ ràng và dễ hiểu
PEU2	Tôi thấy hệ thống thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn
PEU3	Tương tác với hệ thống không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần
PEU4	Tôi thấy hệ thống rất dễ sử dụng

[Nguồn: Kế thừa từ Davis (1989)]

3.2.2. *Phỏng vấn chuyên gia*

3.2.2.1. *Mục đích phỏng vấn*

Mục đích phỏng vấn chuyên gia nhằm đảm bảo thu thập dữ liệu có giá trị và phục vụ trực tiếp cho mục tiêu nghiên cứu. Từ việc xây dựng thang đo nháp, tác giả tiến hành phỏng vấn chuyên gia nhằm khám phá nội hàm các khái niệm nghiên cứu, mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình và thang đo các khái niệm. Phỏng vấn cá nhân là kỹ thuật được thực hiện với hình thức trao đổi trực tiếp mặt đối mặt hoặc qua điện thoại (Lý Thị Minh Châu và cộng sự, 2024). Mục đích cụ thể của việc phỏng vấn chuyên gia nhằm đạt được như sau:

- Xác định và hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu, hiểu rõ các khái niệm được sử dụng trong nghiên cứu. Phỏng vấn chuyên gia được thực hiện nhằm kiểm chứng cơ sở lý thuyết, xác định các yếu tố phù hợp với bối cảnh nghiên cứu và điều chỉnh khái niệm trong mô hình. Các chuyên gia với kinh nghiệm chuyên môn sâu sẽ giúp nhận diện các biến quan trọng, loại bỏ các yếu tố chưa phù hợp hoặc đề xuất bổ sung các biến mới. Điều này đảm bảo rằng mô hình nghiên cứu vừa có cơ sở lý thuyết vững chắc vừa phù hợp với thực tiễn (Creswell, 2018). Trong nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS, các chuyên gia có thể xác định những yếu tố đặc thù như trải nghiệm CNS hay năng lực CNS, vốn chưa được nhấn mạnh trong các mô hình khởi nghiệp truyền thống

- Xây dựng và hoàn thiện công cụ đo lường, xác định mối quan hệ, vai trò tác động trực tiếp, gián tiếp, trung gian của các yếu tố đo lường. Một mục đích quan trọng của phỏng vấn chuyên gia nhằm hỗ trợ xây dựng bộ câu hỏi khảo sát. Thông qua phỏng vấn, nhà nghiên cứu có thể đánh giá tính rõ ràng, phù hợp văn hóa, và khả năng đo lường của các biến quan sát. Ý kiến của chuyên gia giúp điều chỉnh câu hỏi, sắp xếp hợp lý các nội dung, từ đó nâng cao độ tin cậy và giá trị của công cụ khảo sát (Boateng và cộng sự, 2018).

- Hiệu chỉnh phát biểu các thang đo khi dịch nghĩa từ Tiếng Anh sang Tiếng Việt và ngược lại. Đồng thời bổ sung, điều chỉnh thang đo (nếu có) dựa trên mô hình đề xuất của tác giả. Mặt khác, việc phỏng vấn chuyên gia còn nhằm thu thập thông tin thực tiễn liên quan đến bối cảnh nghiên cứu, chẳng hạn như xu hướng khởi nghiệp CNS, các rào cản về vốn, chính sách, hoặc yếu tố xã hội tác động đến hoạt động khởi nghiệp. Những thông tin này giúp nhà nghiên cứu hiểu sâu hơn về môi trường nghiên cứu và giải thích kết quả định lượng sau này (Yin, 2018). Hơn nữa, phỏng vấn chuyên gia đóng vai trò xác thực các khái niệm, thang đo và quy trình nghiên cứu. Ý kiến phản biện từ chuyên gia góp phần nâng cao tính hợp lệ nội tại và ngoại tại của nghiên cứu, đồng thời đảm bảo rằng kết quả có thể ứng dụng trong thực tiễn (Lincoln & Guba, 1985).

3.2.2.2. Đối tượng và phương pháp chọn mẫu

Đối tượng phỏng vấn là các chuyên gia, là những cá nhân có kiến thức chuyên sâu và kinh nghiệm thực tiễn liên quan đến lĩnh vực khởi nghiệp CNS, giáo dục và hỗ

trợ khởi nghiệp. Việc lựa chọn các đối tượng này nhằm đảm bảo rằng dữ liệu thu thập được mang tính khách quan, chuyên sâu và phù hợp với bối cảnh nghiên cứu thực tiễn (Creswell & Poth, 2018). Các chuyên gia bao gồm:

(1) Các giảng viên, nhà nghiên cứu chuyên về khởi nghiệp, quản trị kinh doanh và đổi mới sáng tạo, có học vị tiến sĩ trở lên;

(2) Các chuyên gia, nhà quản lý làm việc tại các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp như vườn ươm khởi nghiệp, Câu lạc bộ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo;

(3) Các doanh nhân khởi nghiệp thành công hoặc đang điều hành các dự án khởi nghiệp.

Phương pháp chọn mẫu có chủ đích được sử dụng và phù hợp trong các nghiên cứu định tính khi mục tiêu nghiên cứu là khai thác thông tin từ những người am hiểu và có khả năng cung cấp dữ liệu có giá trị (Palinkas và cộng sự, 2015). Các tiêu chí lựa chọn như sau:

(1) Có ít nhất 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo hoặc liên quan CNS;

(2) Có công trình nghiên cứu, hoạt động giảng dạy, quản lý hoặc trực tiếp tham gia khởi nghiệp CNS;

(3) Sẵn sàng tham gia và chia sẻ thông tin một cách trung thực, khách quan và đầy đủ.

Quy mô mẫu được xác định dựa trên nguyên tắc đạt trạng thái bão hòa dữ liệu, tức là quá trình phỏng vấn dừng lại khi không còn xuất hiện thông tin hoặc khái niệm mới liên quan đến chủ đề nghiên cứu (Dworkin, 2012). Trong nghiên cứu này, số lượng chuyên gia dự kiến phỏng vấn là 5-8 người, được xem là phù hợp với nghiên cứu có phạm vi hẹp và mục tiêu khám phá (Marshall và cộng sự, 2013). Số lượng đạt bão hòa của nghiên cứu này là 06 chuyên gia (Phụ lục 3.1).

3.2.2.3. Quy trình thực hiện

Phỏng vấn chuyên gia không chỉ giúp định hình cơ sở lý thuyết và công cụ nghiên cứu mà còn đóng vai trò cầu nối giữa lý thuyết và thực tiễn, đảm bảo mô hình phù hợp với bối cảnh Việt Nam. Để đảm bảo tính khoa học, minh bạch và độ tin cậy của dữ liệu, quy trình phỏng vấn chuyên gia được tiến hành theo năm bước (Creswell & Poth, 2018), cụ thể:

- Bước 1: Xác định mục tiêu và tiêu chí lựa chọn chuyên gia

Trước hết, tác giả xác định rõ mục tiêu phỏng vấn là kiểm chứng mô hình nghiên cứu, hoàn thiện thang đo và thu thập thông tin thực tiễn liên quan đến ý định khởi nghiệp CNS. Dựa trên mục tiêu này, tác giả xác định tiêu chí lựa chọn chuyên gia (như đã nêu ở trên), bao gồm: có ít nhất 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo hoặc công nghệ số; có hoạt động giảng dạy, nghiên cứu hoặc điều hành doanh nghiệp liên quan đến CNS; và sẵn sàng chia sẻ thông tin một cách trung thực. Tiêu chí này giúp đảm bảo các chuyên gia được lựa chọn có kiến thức chuyên môn và trải nghiệm thực tế phù hợp (Palinkas và cộng sự, 2015).

- Bước 2: Thiết kế bộ câu hỏi phỏng vấn

Tác giả tiến hành tổng hợp lý thuyết, các nghiên cứu trước đây và tham khảo ý kiến hai nhà nghiên cứu độc lập để xây dựng bộ câu hỏi phỏng vấn bán cấu trúc. Bộ câu hỏi tập trung vào ba nhóm nội dung chính: (1) Đánh giá tính phù hợp của mô hình và các biến nghiên cứu (ví dụ: thái độ đối với khởi nghiệp, năng lực số, trải nghiệm công nghệ số); (2) Đề xuất bổ sung hoặc loại bỏ các biến chưa phù hợp với bối cảnh Việt Nam; (3) Phản hồi về tính rõ ràng và phù hợp của các biến quan sát trong bảng khảo sát định lượng. Các câu hỏi được trình bày theo dạng mở để khuyến khích chuyên gia chia sẻ thông tin chuyên sâu và đa chiều.

- Bước 3: Liên hệ và sắp xếp lịch phỏng vấn

Danh sách ứng viên tiềm năng được lập dựa trên đề xuất từ các trường đại học, vườn ươm khởi nghiệp, và hiệp hội doanh nghiệp CNS. Tác giả liên hệ trực tiếp để giới thiệu mục tiêu nghiên cứu, giải thích quyền lợi và nghĩa vụ của người tham gia, đồng thời xin ý kiến đồng thuận. Hình thức phỏng vấn được sắp xếp linh hoạt, có thể trực tiếp hoặc trực tuyến, tùy thuộc vào điều kiện của chuyên gia và tình hình thực tế. Sau đó, tác giả liên hệ và xin phép sự đồng ý của các chuyên gia về thời gian và địa điểm để thực hiện phỏng vấn. Những chuyên gia đồng ý tham gia sẽ được gửi trước nội dung dàn ý sẽ phỏng vấn.

- Bước 4: Tiến hành phỏng vấn và ghi nhận dữ liệu

Mỗi buổi phỏng vấn kéo dài trung bình 30–45 phút, được tiến hành trong không gian yên tĩnh, đảm bảo sự riêng tư. Trước khi bắt đầu, tác giả xin phép ghi âm và ghi chép để đảm bảo tính chính xác của dữ liệu. Trong quá trình phỏng vấn, người điều

phối duy trì tính trung lập, khuyến khích chuyên gia chia sẻ quan điểm, đồng thời đặt câu hỏi khai thác sâu khi cần thiết. Thời gian phỏng vấn chuyên gia được thực hiện từ tháng 02 đến tháng 03 năm 2024. Thông tin cá nhân của mỗi chuyên gia sẽ được giữ kín để đảm bảo sự riêng tư cũng như các nguyên tắc về học thuật. Phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc được lựa chọn, nghĩa là tác giả sử dụng một bộ câu hỏi đã được chuẩn bị theo thứ tự và cùng một cách thức phỏng vấn với các chuyên gia để có cơ sở đối chiếu, so sánh kết quả nghiên cứu với nhau. Trước khi tiến hành phỏng vấn, tác giả giới thiệu sơ lược về mục tiêu, nội dung nghiên cứu và dự kiến thời gian thực hiện. Đồng thời, tác giả cũng xin ý kiến chuyên gia để ghi âm đầy đủ cuộc phỏng vấn, dự phòng trong trường hợp ghi chép bị sai sót hoặc thiếu thông tin. Nội dung phỏng vấn chia làm 2 phần. Phần 1 tác giả trình bày các khái niệm nghiên cứu, phân dịch nghĩa các thang đo và nguồn tham khảo. Ý kiến của chuyên gia sẽ tập trung vào nội dung các khái niệm nghiên cứu, dịch nghĩa rõ ý và dễ hiểu, mối quan hệ giữa các khái niệm nghiên cứu và nguồn tham khảo của các thang đo là uy tín và phù hợp. Phần 2 sẽ là các ý kiến bổ sung hoặc tư vấn thêm của chuyên gia.

- Bước 5: Xử lý và phân tích dữ liệu

Sau khi kết thúc phỏng vấn, các tệp ghi âm được phiên âm đầy đủ và kiểm tra chéo với ghi chép hiện trường để đảm bảo tính chính xác, tác giả tiến hành gõ băng. Dựa trên phần ghi chép của tác giả, cùng với các đoạn băng ghi âm được nghe lại nhiều lần để đảm bảo các ý kiến đã được ghi nhận đầy đủ. Sau đó, tác giả tiến hành thống kê các ý kiến trao đổi và quan điểm của chuyên gia theo 04 mức độ là không đồng ý, trung lập, đồng ý và ý kiến trao đổi khác. Những ý kiến trung lập, không đồng ý hoặc ý kiến khác sẽ được tác giả dựa trên những quan điểm lập luận của chuyên gia để làm rõ hơn và nêu vấn đề ở cuộc phỏng vấn sau (nếu có). Dữ liệu định tính được phân tích theo phương pháp phân tích nội dung nhằm nhận diện các chủ đề chính, từ đó điều chỉnh mô hình và thang đo nghiên cứu. Quy trình này đảm bảo kết quả thu được mang tính minh bạch và có độ tin cậy cao (Lincoln & Guba, 1985).

3.2.2.4. Kết quả phỏng vấn chuyên gia:

Kết quả phỏng vấn chuyên gia được tóm tắt như sau

Về các khái niệm nghiên cứu và mối quan hệ giữa các khái niệm

Các chuyên gia đều cho rằng các khái niệm nghiên cứu là rõ ràng và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Hầu hết các khái niệm được dựa trên 02 lý thuyết rất phổ biến là TPB và TAM, và đã được minh chứng ở một số nghiên cứu, do đó sẽ không có sự điều chỉnh thêm về các khái niệm nghiên cứu. Hầu hết các chuyên gia cũng đều đồng thuận rằng các yếu tố như thái độ đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi vẫn giữ vai trò trung tâm trong việc dự đoán ý định khởi nghiệp, đặc biệt trong môi trường CNS. Chẳng hạn như *“Thái độ tích cực đối với khởi nghiệp, đặc biệt là trong môi trường CNS, là động lực then chốt thúc đẩy sinh viên và người học hình thành ý định khởi nghiệp CNS”*. Ngoài ra, các chuyên gia nhấn mạnh rằng năng lực CNS và Trải nghiệm CNS là hai biến mới mang tính đặc thù cho bối cảnh nghiên cứu này, cần được bổ sung để phản ánh đúng xu hướng khởi nghiệp trong thời đại chuyển đổi số.

Thay vào đó, mối quan hệ giữa các nghiên cứu cần có sự khám phá thêm để làm rõ hơn các yếu tố tác động. Trong đó, vai trò của nền tảng gia đình cần phải được xem xét kỹ lưỡng vì đây là yếu tố quan trọng liên quan đến văn hóa khởi nghiệp, mà văn hóa là điều rất khó thay đổi, bất di bất dịch và có ảnh hưởng sâu sắc đến tinh thần và hành vi của con người. Kết quả thể hiện tại Phụ lục 3.3.

Về nguồn tham khảo, dịch nghĩa các thang đo đo lường của các yếu tố

Bảng khảo sát gồm 08 yếu tố với 42 biến quan sát được xây dựng từ việc tiếp thu các nghiên cứu trước đây. Hầu hết chuyên gia đồng thuận và nhận định rằng nguồn tham khảo là uy tín, đáng tin cậy, thang đo tham khảo từ các nghiên cứu được công bố trên tạp chí chất lượng. Một số thuật ngữ chuyên ngành như *digital capability*, *technology acceptance*, *system* cần được diễn giải rõ hơn để người trả lời hiểu chính xác. Các biến quan sát trong thang đo năng lực CNS nên được tinh gọn lại, loại bỏ các nội dung trùng lặp hoặc khó đo lường, đặc biệt thuật ngữ *“New software”* nên được hiểu theo nghĩa rộng hơn. Điều chỉnh này giúp bộ câu hỏi đảm bảo tính dễ hiểu, phù hợp với bối cảnh Việt Nam và tăng cường độ tin cậy khi triển khai khảo sát quy mô lớn (Boateng và cộng sự, 2018).

Về kết quả xây dựng và phát triển thang đo, các thang đo không có điều chỉnh hoặc giữ nguyên sẽ tiếp tục được sử dụng để xây dựng bảng khảo sát. Thang đo điều chỉnh sẽ được thiết kế phù hợp theo ý kiến đa số chuyên gia.

- Thang đo về Thái độ đối với khởi nghiệp CNS (ADE) có 05 biến quan sát, trong đó có 03 biến: ADE2, ADE3 và ADE5 giữ nguyên. Có 02 biến điều chỉnh theo ý kiến chuyên gia để làm rõ nghĩa hơn câu hỏi là ADE1 và ADE4.

- Thang đo về Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) có 06 biến quan sát, trong đó có 03 biến là PBC1, PBC3 và PBC6 được giữ nguyên ý nghĩa. Hai biến quan sát là PBC2 và PBC4 có điều chỉnh để làm rõ nghĩa hơn câu hỏi. Ngoài ra, có ý kiến chuyên gia cho rằng biến quan sát PBC5 - “*Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp*” nên loại ra khỏi bảng câu hỏi vì nội dung có vẻ dư thừa. Tuy nhiên, theo tác giả đây là nghiên cứu khám phá và chưa có cơ sở để loại bỏ câu hỏi ra khỏi bảng khảo sát nên tác giả đề xuất được giữ nguyên.

- Thang đo về Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS (DEK) có 05 biến quan sát. Hai trên sáu (2/6) ý kiến chuyên gia cho rằng cần điều chỉnh nội dung câu hỏi để làm rõ ý nghĩa hơn. Do đó cả 05 biến quan sát phải điều chỉnh nội dung phù hợp hơn.

- Thang đo về Năng lực CNS (DC) có 09 biến quan sát. Trong đó, ba trên sáu (3/6) chuyên gia có ý kiến rằng thuật ngữ “*New software*” nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống hoặc phần mềm hoặc công nghệ mới. Vậy nên khi chuyển nghĩa các biến quan sát này sẽ được dịch thoáng hơn theo nghĩa rộng. Tác giả đã tiếp thu chỉnh sửa theo ý kiến các chuyên gia.

- Thang đo về Ý định khởi nghiệp CNS (DEI) có 06 biến quan sát. Trong đó có 02 biến được giữ nguyên do nhận được sự đồng thuận của hầu hết chuyên gia là DEI2 và DEI5. Các biến còn lại có hiệu chỉnh theo ý kiến của đa số chuyên gia.

- Thang đo về Trải nghiệm CNS (PEDT) được đo lường bởi 03 biến quan sát và đều được giữ nguyên phân dịch nghĩa.

- Thang đo về Nhận thức tính hữu ích (PU) và Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) đều có 04 biến quan sát. Ba trên sáu (3/6) chuyên gia cho rằng thuật ngữ “*System*” nên được hiểu thoáng ra là “*Hệ thống*” hoặc “*công nghệ*” để người được khảo sát dễ hiểu hơn trong việc đưa ra ý kiến của mình. Tác giả ghi nhận và điều chỉnh theo ý kiến của các chuyên gia.

Thông qua phỏng vấn, các chuyên gia cũng chỉ ra một số rào cản chính khiến ý định khởi nghiệp CNS chưa được hiện thực hóa, gồm: Thiếu vốn đầu tư và kỹ năng gọi vốn, đặc biệt là đối với startup giai đoạn đầu. Kinh nghiệm quản lý và hiểu biết về

thị trường còn hạn chế, dẫn đến mô hình kinh doanh thiếu tính khả thi. Tâm lý e ngại rủi ro và lo ngại thất bại, nhất là ở nhóm thanh niên mới ra trường. Khoảng cách về năng lực CNS, không đồng đều giữa các nhóm đối tượng khởi nghiệp. Các rào cản này là cơ sở để nhà nghiên cứu gợi ý các khuyến nghị chính sách và giải pháp hỗ trợ phù hợp trong chương kết luận.

Vai trò điều tiết của nền tảng gia đình

Kết quả phỏng vấn chuyên gia cho thấy, nền tảng gia đình kinh doanh có ảnh hưởng điều tiết rõ rệt trong mô hình ý định khởi nghiệp CNS. Các chuyên gia thống nhất rằng những cá nhân được nuôi dưỡng trong môi trường gia đình có hoạt động kinh doanh thường hình thành tư duy doanh nhân, khả năng chấp nhận rủi ro và khuynh hướng đổi mới sớm hơn so với những người không có nền tảng này. Yếu tố này góp phần khuếch đại tác động của năng lực công nghệ số đối với thái độ khởi nghiệp, cũng như thúc đẩy sự chuyển hóa thái độ tích cực thành ý định hành động khởi nghiệp CNS. Điều này cho thấy, trong bối cảnh văn hóa Việt Nam, nơi giá trị gia đình vẫn giữ vai trò trung tâm thì nền tảng gia đình là yếu tố mang tính xã hội – tâm lý đặc thù, có thể làm mạnh hơn các cơ chế tâm lý cá nhân dẫn đến hành vi khởi nghiệp.

Phần lớn chuyên gia cho rằng những cá nhân lớn lên trong môi trường có hoạt động kinh doanh của gia đình thường hấp thụ tinh thần doanh nhân, tư duy mạo hiểm và khả năng chấp nhận rủi ro cao hơn. Điều này giúp khuếch đại tác động của các yếu tố như năng lực CNS và thái độ tích cực đối với khởi nghiệp lên ý định khởi nghiệp CNS. *“Những bạn trẻ có cha mẹ hoặc người thân làm kinh doanh thường có niềm tin mạnh mẽ rằng khởi nghiệp là con đường khả thi, từ đó sẵn sàng tận dụng công nghệ để tạo lập doanh nghiệp”* - CG2.

Bên cạnh đó, các chuyên gia cũng nhấn mạnh vai trò của nguồn lực xã hội và sự hỗ trợ thực tế từ gia đình trong quá trình hình thành YĐKN. Gia đình có kinh nghiệm kinh doanh không chỉ truyền lại tri thức và kỹ năng mà còn mang đến mạng lưới quan hệ, nguồn vốn tài chính và sự cố vấn thực tế, giúp cá nhân cảm nhận mức độ kiểm soát hành vi cao hơn và giảm thiểu rủi ro nhận thức. *“Không chỉ là ảnh hưởng tâm lý, nền tảng gia đình còn là lợi thế thực tiễn, có lợi thế về người hướng dẫn, có nơi để thử nghiệm ý tưởng”* - CG5. Nhờ đó, tác động của nhận thức kiểm soát hành vi lên ý định khởi nghiệp CNS trở nên mạnh mẽ hơn. Tuy nhiên, cũng có ý kiến lưu ý rằng nếu gia

đình giữ tư duy kinh doanh truyền thống hoặc thiếu cởi mở với công nghệ, thì nền tảng này có thể kìm hãm động lực đổi mới và hạn chế ý định khởi nghiệp CNS của thế hệ trẻ.

Một số chuyên gia khác cho rằng tác động điều tiết của nền tảng gia đình không hoàn toàn đồng nhất, tùy thuộc vào tính chất ngành nghề và cách gia đình định hướng. CG1 - “*Nếu gia đình truyền thống thiên về kinh doanh truyền thống, họ có thể không khuyến khích con cái dấn thân vào con đường khởi nghiệp trên nền tảng công nghệ số, nhất là lĩnh vực mới và gặp nhiều rủi ro hơn*”.

Từ đó có thể khẳng định rằng nền tảng gia đình không phải là yếu tố thuần túy về mặt lợi thế kinh tế, mà còn là nguồn lực văn hóa – xã hội có khả năng điều tiết các mối quan hệ trong mô hình TAM và TPB đối với ý định khởi nghiệp CNS. Các chuyên gia khuyến nghị rằng nghiên cứu định lượng nên xây dựng thang đo nền tảng gia đình trong mối quan hệ điều tiết, phản ánh mức độ tiếp xúc, sự khuyến khích và định hướng giá trị từ gia đình. Hàm ý này mở ra hướng nghiên cứu mới trong việc kết hợp yếu tố văn hóa – xã hội với mô hình hành vi công nghệ, giúp lý giải toàn diện hơn cơ chế hình thành ý định khởi nghiệp CNS trong bối cảnh Việt Nam. Chi tiết về kết quả phỏng vấn chuyên gia được thể hiện ở Phụ lục 3.3.

Như vậy, thông qua bước phỏng vấn chuyên gia, kết quả phát triển thang đo có thể tóm lược như sau:

Bảng 3.9. Kết quả phát triển thang đo thông qua phỏng vấn chuyên gia

STT	Khái niệm nghiên cứu	Số biến quan sát				
		Đề xuất	Đồng ý	Hiệu chỉnh	Loại bỏ	Đã hiệu chỉnh
1	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS	5	3	2	0	5
2	Nhận thức kiểm soát hành vi	6	2	3	1	6
3	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS	5	4	2	0	5
4	Năng lực CNS	9	0	9	0	9
5	Ý định khởi nghiệp CNS	6	2	4	0	6
6	Trải nghiệm CNS	3	3	0	0	3
7	Nhận thức tính hữu ích	4	0	4	0	4
8	Nhận thức tính dễ sử dụng	4	0	4	0	4
Tổng		42	14	23	1	42

[Nguồn: Tác giả tổng hợp từ nghiên cứu định tính]

3.2.3. Thảo luận nhóm

3.2.3.1. Mục đích

Kỹ thuật thảo luận nhóm giúp nhà nghiên cứu tập hợp một nhóm cá nhân để thảo luận về một chủ đề cụ thể, nhằm rút ra những trải nghiệm, niềm tin, nhận thức và thái độ của những người tham gia thông qua sự tương tác được điều phối bởi nhà nghiên cứu (Morgan, 1996). Theo Nguyễn Đình Thọ (2014), một cuộc thảo luận nhóm giữa các đối tượng nghiên cứu dưới sự hướng dẫn của nhà nghiên cứu nhằm cung cấp thông tin về một chủ đề cụ thể. Kỹ thuật này có ưu điểm là có sự tương tác và trao đổi giữa các thành viên cho nên dữ liệu thu thập được thường rất đa dạng và phong phú hơn so với phỏng vấn sâu (Rabiee, 2004). Do những người tham gia có thể tranh luận với nhau, cố gắng thuyết phục nhau về quan điểm của mình, đồng ý hoặc không đồng ý, đặt câu hỏi cho nhau và thảo luận chung về một chủ đề một cách cởi mở và thân thiện (Boddy, 2005). Chủ đề nghiên cứu là ý định hành vi khởi nghiệp CNS, được xem là vấn đề không nhạy cảm, riêng tư nên phương pháp thảo luận nhóm được lựa chọn trong nghiên cứu này là phù hợp. Nhà nghiên cứu chỉ đóng vai trò trung lập, chỉ kiểm soát để giữ chủ đề thảo luận và có thể giới thiệu các yếu tố mới liên quan để thăm dò sâu hơn về quan điểm của người tham gia. Hướng tương tác là giữa các thành viên tham gia hoặc giữa các thành viên tham gia và người điều hành là nhà nghiên cứu. Mục tiêu của thảo luận nhóm nhằm đạt được như sau:

- Khám phá ý định hành vi của cá nhân đối với hoạt động khởi nghiệp CNS và xem xét mức độ hiểu biết của họ về các khái niệm nghiên cứu trên quan điểm của cá nhân.

- Điều chỉnh những phát biểu liên quan đến các thang đo thông qua việc bổ sung/bỏ bớt biến quan sát, từ ngữ và nội dung các biến quan sát cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu và đối tượng khảo sát.

3.2.3.2. Đối tượng tham gia

Đối tượng tham gia thảo luận nhóm là học viên cao học tại các Trường đại học khu vực thành phố Hồ Chí Minh. Các tiêu chí tuyển chọn, yêu cầu và quyền lợi của người tham gia thảo luận nhóm, cụ thể là:

- Học viên cao học được lựa chọn tại 03 Trường đại diện là Trường Đại học Tài chính -Marketing, Trường Đại học Mở và Trường Đại học Sài Gòn, đang theo học

ngành Quản trị kinh doanh (QTKD), Tài chính - Ngân hàng (TC-NH) và Công nghệ thông tin (CNTT).

- Người tham gia có thể nằm trong 03 nhóm đối tượng sau: (01) nhóm đang làm việc cho cơ quan nhà nước, (02) nhóm đang làm việc cho các công ty tư nhân và (03) nhóm tự kinh doanh hoặc làm việc cho công ty gia đình.

- Người tham gia được yêu cầu và khuyến khích sắp xếp thời gian cá nhân để tham gia vào cuộc thảo luận nhóm theo địa điểm và thời gian đã được thống nhất, được quyền chia sẻ ý kiến của mình một cách thoải mái, tự nguyện khi tham gia thảo luận. Họ có quyền từ chối hoặc bỏ qua việc trả lời một vài câu hỏi nào đó trong khi đang thảo luận hoặc có thể ngừng tham gia thảo luận nhóm nếu họ muốn. Người tham gia cũng được đảm bảo giữ bí mật về thông tin cá nhân, được xem toàn bộ ghi chép về nội dung trả lời của họ cũng như được quyền yêu cầu hủy bỏ kết quả liên quan đến ý kiến của họ trong báo cáo cuối cùng.

- Người tham gia được tặng quà sau khi hoàn thành thảo luận nhóm.

- Về cỡ mẫu người tham gia cho một nhóm cũng có nhiều quan điểm khác nhau, có thể dao động từ 6-8 người, hoặc từ 4 người và tối đa là 12 người, tốt nhất là từ 8-10 người (Nguyễn Đình Thọ, 2014). Creswell (2009) cũng cho rằng một nhóm thảo luận nên có từ 6 đến 8 thành viên tham gia. Theo Rabiee (2004) chỉ ra số lượng tham gia thảo luận nhóm là 10 người bởi được cho là số lượng đủ lớn để thu thập được nhiều quan điểm khác nhau, và cũng đủ nhỏ để cuộc thảo luận không mất trật tự hoặc rời rạc. Đồng thời số lượng cuộc thảo luận nhóm cũng được khuyến khích là cần tổ chức tối thiểu 03 lần cho các chủ đề nghiên cứu đơn giản và tuân theo nguyên tắc bảo hòa về mặt lý thuyết, nghĩa là phải thực hiện thảo luận nhóm cho đến khi đề ra được mô hình rõ ràng và các nhóm tiếp theo không tạo ra thông tin mới nào (Nymba và cộng sự, 2018). Khuyến nghị cho nghiên cứu này tác giả thực hiện 03 cuộc thảo luận với số lượng tham gia tối thiểu 15 người (Phụ lục 6.1). Để đảm bảo cỡ mẫu cho thảo luận nhóm, tác giả đã lựa chọn từ danh sách những người được phép liên hệ để tham gia vào 3 cuộc thảo luận. Kết quả, cuộc thảo luận nhóm lần 01 vào đầu tháng 4/2024 với 06 người tham gia, lần 02 vào cuối tháng 4/2024 diễn ra với 08 người tham gia, và thảo luận nhóm lần 03 vào tháng 5/2024 có 06 người tham gia. Như vậy tác giả thực

hiện 03 cuộc thảo luận với sự tham gia của 20 người đảm bảo về yêu cầu của cỡ mẫu cho cuộc thảo luận nhóm.

3.2.3.3. Quy trình thực hiện thảo luận nhóm

- Bước 1: Liên hệ và sắp xếp cuộc thảo luận

Để chuẩn bị cho thảo luận nhóm, bằng mối quan hệ cá nhân, tác giả xin phép thông tin liên hệ của học viên thuộc 03 Trường Đại học dự kiến tiến hành thảo luận nhóm đã nêu ở trên. Tác giả lựa chọn trong danh sách các học viên nhận được, xem qua thông tin về đơn vị công tác và chủ động liên hệ để sắp xếp thời gian và địa điểm. Với một số đối tượng không thể gọi điện trực tiếp (do người nhận không nghe máy), tác giả chủ động gửi tin nhắn và xin phép sự chấp thuận của họ để tham gia cuộc thảo luận một cách tự nguyện. Tác giả dự định sẵn thời gian và địa điểm, với mỗi đối tượng liên hệ đều đưa ra 03 phương án lựa chọn về thời gian và địa điểm để người tham gia sắp xếp. Như vậy, kết thúc đợt liên hệ, tác giả sẽ có danh sách 03 nhóm đối tượng phỏng vấn trong 03 khoảng thời gian và địa điểm đã được dự kiến trước.

- Bước 2: Tiến hành cuộc thảo luận

Trước tiên, tác giả giới thiệu về bản thân, mục đích và chủ đề của buổi thảo luận, cam kết về bảo mật thông tin của những người tham gia, đồng thời xin phép ghi âm cuộc thảo luận. Dàn bài chi tiết về buổi thảo luận được thể hiện ở Phụ lục 4. Những người tham gia cũng được đề nghị giới thiệu bản thân, làm quen, tạo không khí thoải mái cho buổi thảo luận. Người điều phối cũng nhấn mạnh tinh thần trao đổi thẳng thắn, tự do biểu đạt quan điểm cá nhân của buổi thảo luận để ghi nhận tất cả các ý kiến của người tham gia, sẽ không có ý kiến đúng hoặc sai và tất cả ý kiến được hoàn toàn bảo mật.

Các buổi thảo luận được diễn ra tại phòng kín, có sự hỗ trợ của một giảng viên có kinh nghiệm trong tổ chức thảo luận nhóm. Tác giả là người điều phối nhóm thảo luận trong khi người còn lại sẽ cùng tham gia quan sát, ghi chép những ý chính của buổi thảo luận và có thể trao đổi thêm với người tham gia khi cần thiết. Cuộc thảo luận được hỗ trợ với thiết bị ghi âm và được công khai với người tham gia. Người điều phối đặt câu hỏi và tương tác với đối tượng tham gia theo nguyên tắc “bão hòa” ý kiến, nghĩa là câu hỏi thảo luận sẽ dừng lại khi ghi nhận toàn bộ ý kiến của người tham gia cũng như người điều phối và người nghiên cứu hiểu rõ hết ý nghĩa của các câu trả lời

từ đáp viên (Nguyễn Đình Thọ, 2014). Trong quá trình thảo luận, người điều phối thảo luận nhóm đưa ra các câu hỏi theo dàn bài thảo luận nhóm, người tham gia có thể đưa ý kiến theo thứ tự hoặc bất kỳ khi nào họ có ý tưởng mới cho câu trả lời, đến khi hết ý kiến của người thảo luận thì sẽ chuyển sang câu hỏi khác. Người điều phối có thể linh động chuyển câu hỏi tùy theo câu trả lời của các đáp viên nhưng vẫn bám sát nội dung dàn bài thảo luận để cuộc thảo luận đi đúng hướng.

- Bước 3: Xử lý dữ liệu

Sau khi hoàn thành thảo luận nhóm, tác giả tiến hành gõ băng ghi âm kết hợp với các ghi chép trong buổi thảo luận để tổng hợp và phân loại các ý kiến, đối chiếu với những ghi chép trong buổi thảo luận với kết quả bản ghi âm. Tác giả là người trực tiếp điều phối cuộc thảo luận nhóm và diễn giải ý nghĩa của dữ liệu thu thập được. Trong nghiên cứu định tính, có một điểm đặc biệt là quá trình thu thập dữ liệu và phân tích không tách rời nhau, nghĩa là người điều phối chính là nhà nghiên cứu dường như đã hiểu hết ý nghĩa dữ liệu khi đang trong quá trình thu thập (Nguyễn Đình Thọ, 2014). Ngoài ra, với mục tiêu là làm rõ các khái niệm và hoàn thiện các thang đo, nội dung phân tích cũng tổng hợp và ghi nhận những ý kiến về nội dung, cách dùng từ ngữ của từng phát biểu được đưa ra, những ý kiến bổ sung chỉnh sửa biến quan sát.

3.2.3.4. Kết quả thảo luận nhóm

- Phần 1: Quan điểm về khái niệm khởi nghiệp CNS:

Khái niệm 1 cho rằng Khởi nghiệp CNS là việc “*Mua và bán các sản phẩm trực tuyến hoặc dịch vụ công nghệ số*”: có 8/20 người tham gia đồng ý về phát biểu này. Tuy nhiên, đa số người tham gia có ý kiến trung lập (12/20) và có 4/20 người không đồng ý về quan điểm này. Giải thích cụ thể hơn lý do trung lập hoặc không đồng ý vì cho rằng khái niệm này chưa rõ nghĩa, vì hầu hết các hoạt động kinh doanh đều có sử dụng công nghệ, chỉ bao hàm hoạt động mua bán chứ không tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan đến CNS là chưa bao quát ý hết hàm ý của hoạt động kinh doanh này.

Khái niệm 2 phát biểu rằng Khởi nghiệp CNS là hoạt động “*khởi nghiệp dựa trên các tài sản công nghệ như internet, công nghệ thông tin và truyền thông*”: có 12 ý kiến đồng ý và 8 ý kiến trung lập. Giải thích cho vấn đề này, những người trung lập cho rằng khái niệm này cũng chưa đầy đủ cũng như chưa làm rõ ý nghĩa hoạt động khởi nghiệp CNS vì hiện nay đã xuất hiện nhiều công nghệ mới hiện đại hơn như Chat GPT

hoặc AI. Trong khi đó, ChatGPT là phạm trù lĩnh vực xử lý ngôn ngữ tự nhiên trong AI, còn AI có thể bao gồm nhiều loại công nghệ và ứng dụng khác ngoài xử lý ngôn ngữ, như thị giác máy tính, robot, hoặc hệ thống khuyến nghị.

Khái niệm 3 phát biểu rằng Khởi nghiệp CNS là “*Hoạt động kinh doanh thông qua các phương tiện công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan*”. Đa số người tham gia đồng thuận với phát biểu này (18/20 người), họ cho rằng phát biểu này khá đầy đủ vì đã bao gồm hầu hết các loại công nghệ, liên quan đến hoạt động kinh doanh có sử dụng CNS, hoặc tạo ra sản phẩm/dịch vụ liên quan đến CNS. Nhìn chung, khởi nghiệp CNS là quá trình xây dựng và phát triển một doanh nghiệp mới dựa trên các nền tảng CNS, bao gồm việc sử dụng internet, phần mềm, ứng dụng di động, trí tuệ nhân tạo AI, dữ liệu lớn Big Data, công nghệ blockchain, và các công nghệ khác để cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ mới, cải tiến mô hình kinh doanh hoặc giải quyết các vấn đề trong xã hội.

- Phần 2: Phát triển thang đo:

Kết quả thảo luận về nội dung những biến quan sát đã được điều chỉnh, bổ sung sau phần phỏng vấn chuyên gia. Các biến quan sát được đảm bảo về giá trị nội dung và tính dễ hiểu của thang đo để tiến tới bước xây dựng bộ thang đo cơ bản nhằm chuẩn bị cho đánh giá thang đo sơ bộ. Các thang đo bao gồm 08 yếu tố với 42 biến quan sát.

- Thang đo Thái độ đối với khởi nghiệp CNS (ADE) có 05 biến quan sát nhận được sự đồng tình của tất cả những người tham gia rằng đã dễ hiểu, rõ nghĩa và không phải điều chỉnh hay bổ sung gì thêm.

- Thang đo về Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) có 06 biến quan sát, trong đó có biến PBC4 có điều chỉnh để làm rõ nghĩa hơn câu hỏi, được điều chỉnh như sau: “*Tôi biết những điều cần thiết để thành lập một công ty*”. Các biến quan sát khác được giữ nguyên.

- Thang đo về Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS (DEK) có 05 biến quan sát. Trong đó có 02 đề nghị bỏ biến DEK3 vì cho rằng nội dung có vẻ tương đồng với DEK1. Tuy nhiên tác giả cho rằng 02 phát biểu này khác nhau nên đề xuất giữ nguyên, và chưa có cơ sở để loại bỏ DEK3.

- Thang đo về Năng lực CNS (DC) có 09 biến quan sát. Trong đó, tám trên hai mươi (8/20) người tham gia có ý kiến rằng nên dùng từ *công nghệ* thay cho *hệ*

thống/phần mềm/ứng dụng để câu hỏi ngắn gọn và dễ hiểu hơn. Tác giả cho rằng thuật ngữ công nghệ mang tính bao quát hơn, bản gốc dùng từ “new software” nhằm ý nói tới phần mềm mới có thể chưa bao hàm hết ý nghĩa của CNS, nên tác giả đề xuất tiếp thu dùng từ “công nghệ” nói chung.

- Thang đo về Ý định khởi nghiệp CNS (DEI) có 06 biến quan sát. Trong đó có 02 ý kiến cho rằng phát biểu DEI4 trùng với nội dung câu hỏi DEI1, do đó đề xuất bỏ. Tuy nhiên, về bản gốc câu hỏi tiếng Anh 02 thuật ngữ “I am ready” và “I am determined” là hai thuật ngữ hoàn toàn khác nhau về mặt ý nghĩa. Do đó, tác giả tôn trọng bản gốc và cũng chưa có cơ sở để loại bỏ 1 trong 2 biến quan sát này. Tác giả đề xuất giữ nguyên.

- Thang đo về Trải nghiệm CNS (PEDT) có 03 biến quan sát và 100% ý kiến không có điều chỉnh hay bổ sung gì.

- Thang đo về Nhận thức tính hữu ích (PU) và Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) đều có 04 biến quan sát. Có 5/20 ý kiến người tham gia đề xuất dùng từ “công nghệ” để thay thế cho từ “hệ thống/công nghệ” vì sẽ bao hàm hết nội dung của từ công nghệ. Đối chiếu với bản gốc thuật ngữ trong câu hỏi là “system”, và theo từ điển tra cứu từ “system” có thể được dịch theo nhiều nghĩa khác nhau tùy thuộc vào ngữ cảnh: hệ thống, chế độ, phương pháp, cơ quan, quy trình, Tuy nhiên, trong bối cảnh đề tài nghiên cứu về CNS, tác giả đề xuất dùng thuật ngữ “công nghệ” sẽ mang tính khái quát nhất.

- Phần 3: Về vai trò của nền tảng gia đình:

Vai trò của nền tảng gia đình được xem xét trên khía cạnh 02 nội dung câu hỏi:

Câu hỏi thứ nhất về nền tảng gia đình có kinh doanh hay không, có thể là cha mẹ, ông bà, Anh Chị em hoặc những người thân khác trong gia đình có tham gia kinh doanh. Trong số 20 người được hỏi có 12 người trả lời rằng gia đình có nền tảng kinh doanh. Câu hỏi thứ 2 đánh giá về vai trò của nền tảng gia đình tác động đến ý định khởi nghiệp của một cá nhân, nhận được ý kiến đồng thuận của 12/20 người. Tuy nhiên, sự ảnh hưởng đó có thể là tích cực hoặc tiêu cực, trực tiếp hay gián tiếp đến ý định kinh doanh của một cá nhân. Nền tảng kinh doanh của gia đình có thể cung cấp nhiều lợi thế cho việc khởi nghiệp, từ tài nguyên tài chính, sự hiểu biết cho đến mạng lưới quan hệ. Mặc khác, nếu theo chiều hướng tiêu cực, bạn nhận thấy mình không thể

làm việc với công suất 1000% như những gì gia đình bạn đang trải qua khi làm kinh doanh, có thể bạn sẽ không chọn con đường khởi nghiệp. Tuy nhiên, bản thân cũng cân nhắc kỹ về đam mê và mục tiêu cá nhân để xác định con đường phù hợp với chính mình.

Hầu hết các đáp viên đều nhất trí rằng nền tảng gia đình kinh doanh có ảnh hưởng sâu sắc đến cách cá nhân nhìn nhận về khởi nghiệp, đặc biệt là trong việc hình thành niềm tin rằng khởi nghiệp là con đường khả thi và đáng theo đuổi. Nhiều người cho biết, việc lớn lên trong môi trường có cha mẹ hoặc người thân làm kinh doanh khiến họ “quen với tư duy chủ động”, “hiểu về rủi ro và lợi nhuận từ sớm” và “thấy khởi nghiệp là bình thường, không quá xa vời”. *“Từ nhỏ tôi đã nghe ba mẹ bàn chuyện khách hàng, đơn hàng, lãi lỗ. Lớn lên, tôi tự nhiên thấy kinh doanh là chuyện gần gũi. Khi học về công nghệ, tôi chỉ nghĩ cách áp dụng nó vào kinh doanh.”* – TL1. Điều này cho thấy nền tảng gia đình định hình tư duy và thái độ khởi nghiệp tích cực, từ đó tăng cường ảnh hưởng của năng lực CNS đến YĐKN.

Nhóm thảo luận cũng thống nhất rằng nền tảng gia đình không chỉ ảnh hưởng về mặt tư duy mà còn mang lại nguồn lực hỗ trợ thực tế, bao gồm hỗ trợ tài chính ban đầu, chia sẻ kinh nghiệm kinh doanh thực tiễn, hỗ trợ kết nối với đối tác hoặc khách hàng tiềm năng. *“Nếu có gia đình kinh doanh thì dễ thử ý tưởng hơn. Mình có chỗ dựa, có người hướng dẫn, và quan trọng là gia đình hiểu rủi ro là một phần của khởi nghiệp.”* TL5. Theo đó, những cá nhân có nền tảng gia đình kinh doanh cảm nhận được khả năng kiểm soát cao hơn, nên mối quan hệ giữa nhận thức kiểm soát hành vi và ý định khởi nghiệp CNS trở nên mạnh hơn. Ngược lại, những người không có nền tảng này thường chia sẻ rằng họ “cảm thấy rủi ro cao hơn” hoặc “thiếu người cố vấn đáng tin cậy”, khiến YĐKN có xu hướng giảm sút.

Một điểm đáng chú ý được nhiều đáp viên đề cập là không phải gia đình kinh doanh nào cũng khuyến khích khởi nghiệp CNS. Một số gia đình truyền thống coi trọng sự ổn định và ưu tiên công việc có thu nhập ổn định hơn là dấn thân vào lĩnh vực kinh doanh đầy rủi ro. *“Ba mẹ tôi làm kinh doanh nhỏ, nhưng lại muốn tôi làm công việc ổn định ở công ty lớn. Khi tôi nói muốn startup, họ bảo lựa chọn này nhiều rủi ro, khó sống lắm.”* Điều này cho thấy vai trò điều tiết của nền tảng gia đình có thể mang tính hai chiều: là tích cực nếu gia đình cởi mở và ủng hộ đổi mới, là tiêu cực nếu gia

định duy trì tư duy kinh doanh truyền thống. Do đó, độ cởi mở và định hướng giá trị của gia đình là biến bổ sung cần xem xét trong mô hình mở rộng.

Các thành viên đề xuất rằng, khi nghiên cứu về nền tảng gia đình, nên xem xét theo mức độ ảnh hưởng và tính chất tương tác. Một số gợi ý được đưa ra gồm: Mức độ tham gia của người được khảo sát vào công việc kinh doanh gia đình. Mức độ khuyến khích và ủng hộ khởi nghiệp từ gia đình. *“Tôi nghĩ không phải chỉ có hay không. Có người sinh ra trong gia đình kinh doanh nhưng chưa bao giờ tham gia, thì ảnh hưởng cũng ít thôi.”*

Kết quả thảo luận nhóm khẳng định rằng nền tảng gia đình kinh doanh là một yếu tố điều tiết quan trọng, có thể tăng cường hoặc làm suy yếu các mối quan hệ giữa các yếu tố tâm lý – nhận thức với ý định khởi nghiệp CNS. Những cá nhân có nền tảng gia đình tích cực sẽ tận dụng tốt năng lực công nghệ để hình thành thái độ khởi nghiệp tích cực; khả năng nhận thức kiểm soát hành vi cao hơn nhờ nguồn lực gia đình; Dễ dàng chuyển hóa ý định thành hành động khởi nghiệp thực tế. Ngược lại, nền tảng gia đình mang tính bảo thủ hoặc thiếu hiểu biết về công nghệ có thể giảm ý chí đổi mới và trì hoãn ý định khởi nghiệp CNS. Từ đó, nghiên cứu định lượng cần đưa biến nền tảng gia đình vào mô hình như yếu tố điều tiết đa chiều, đồng thời phân tích sự khác biệt giữa các nhóm có và không có nền tảng gia đình kinh doanh nhằm làm rõ hơn cơ chế ảnh hưởng trong bối cảnh Việt Nam. Kết quả chi tiết của thảo luận nhóm được thể hiện ở Phụ lục 4.

Qua thảo luận nhóm, kết quả phát triển thang đo có thể tóm lược như sau:

Bảng 3.10. Kết quả phát triển thang đo thông qua thảo luận nhóm

STT	Khái niệm nghiên cứu	Số biến quan sát				Đã hiệu chỉnh
		Đề xuất	Đồng ý	Hiệu chỉnh	Loại bỏ	
1	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS	5	5	0	0	5
2	Nhận thức kiểm soát hành vi	6	5	1	0	6
3	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS	5	4	0	1	5
4	Năng lực CNS	9	0	9	0	9
5	Ý định khởi nghiệp CNS	6	5	0	1	6
6	Trải nghiệm CNS	3	3	0	0	3
7	Nhận thức tính hữu ích	4	0	4	0	4

STT	Khái niệm nghiên cứu	Số biến quan sát				
		Đề xuất	Đồng ý	Hiệu chỉnh	Loại bỏ	Đã hiệu chỉnh
8	Nhận thức tính dễ sử dụng	4	0	4	0	4
	Tổng	42	22	18	2	42

[Nguồn: Tác giả tổng hợp từ nghiên cứu định tính]

Như vậy, qua kết quả phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm, thang đo chính thức được hoàn chỉnh để thực hiện quy trình thiết kế bảng khảo sát ở bước tiếp theo.

Bảng thang đo chính thức thể hiện như sau:

Bảng 3.11. Bảng thang đo chính thức

	Ký hiệu	Biến đo lường
Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp công nghệ số (ADE)	ADE1	Đối với tôi, việc khởi nghiệp công nghệ số có rất nhiều thuận lợi
	ADE2	Việc trở thành một doanh nhân công nghệ số có sức hấp dẫn đối với tôi
	ADE3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty công nghệ số
	ADE4	Tôi cực kỳ thích thú nếu trở thành một doanh nhân công nghệ số
	ADE5	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân công nghệ số
Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC)	PBC1	Đối với tôi, việc thành lập và duy trì hoạt động của một công ty rất dễ dàng
	PBC2	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi
	PBC3	Tôi có khả năng kiểm soát việc thành lập một công ty mới
	PBC4	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty
	PBC5	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp
	PBC6	Nếu tôi thành lập công ty thì khả năng thành công rất cao
Năng lực công nghệ số (DC)		<i>Vui lòng đánh dấu mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ</i>
	DC1	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng
	DC2	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, tài nguyên cần thiết)
	DC3	Mức độ nào bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để tiết kiệm chi phí
	DC4	Mức độ nào bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia thị trường quốc tế

	Ký hiệu	Biến đo lường
	DC5	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)
	DC6	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để tạo điều kiện linh hoạt trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)
	DC7	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để xử lý giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)
	DC8	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để xử lý giao tiếp với các bên liên quan của doanh nghiệp
	DC9	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ của bạn
Ý định khởi nghiệp công nghệ số (DEI)	DEI1	Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số
	DEI2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số
	DEI3	Tôi sẽ cố gắng hết sức để thành lập và điều hành công ty của riêng mình liên quan đến công nghệ số
	DEI4	Tôi quyết tâm tạo ra một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai
	DEI5	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số
	DEI6	Tôi có ý định chắc chắn sẽ thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số vào một ngày nào đó
Trải nghiệm công nghệ số (PEDT)	PEDT1	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc về công nghệ số
	PEDT2	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến công nghệ số
	PEDT3	Tôi biết rất nhiều về công nghệ số
Sự hiểu biết về khởi nghiệp công nghệ số (DEK)	DEK1	Tôi có sự hiểu biết cần thiết về mặt pháp lý để khởi xướng một doanh nghiệp công nghệ số
	DEK2	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để khởi xướng một doanh nghiệp công nghệ số
	DEK3	Tôi có sự hiểu biết cần thiết để quản lý một doanh nghiệp công nghệ số
	DEK4	Tôi có sự hiểu biết về tiếp thị công nghệ số cho một sản phẩm/dịch vụ
	DEK5	Tôi có sự hiểu biết về thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh công nghệ số

	Ký hiệu	Biến đo lường
Nhận thức tính hữu ích (PU)	PU1	Sử dụng công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi
	PU2	Sử dụng công nghệ sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi
	PU3	Sử dụng công nghệ sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi
	PU4	Tôi thấy công nghệ rất hữu ích cho công việc của tôi
Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU)	PEU1	Sự tương tác của tôi với công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu
	PEU2	Tôi thấy công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn
	PEU3	Tương tác với công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần
	PEU4	Tôi thấy công nghệ rất dễ sử dụng

[Nguồn: Tác giả tổng hợp từ nghiên cứu định tính]

3.3. Thiết kế nghiên cứu định lượng

3.3.1. Xây dựng bảng khảo sát

Qua kết quả thực hiện ở giai đoạn 1, tác giả xây dựng bảng khảo sát bao gồm các thang đo đã được phát triển. Như tác giả đã nêu ở phần lược khảo nghiên cứu, hầu hết các nghiên cứu liên quan đến khởi nghiệp CNS đều ở các quốc gia phát triển. Đối với các nghiên cứu ở quốc gia mà bối cảnh kinh tế, ngôn ngữ và thể chế khác biệt với các quốc gia phát triển thì cần phải tiến hành nghiên cứu sơ bộ trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Do đó, việc thực hiện nghiên cứu định lượng sơ bộ nhằm lựa chọn và kiểm tra các biến phù hợp và mối quan hệ giữa các biến phù hợp với bối cảnh quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Từ việc lược khảo nghiên cứu và tổng quan lý thuyết liên quan, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu và xây dựng thang đo dựa trên việc kế thừa kết quả của các nghiên cứu trước đây. Bảng thang đo đo lường các yếu tố tác động sử dụng thang đo Likert 7 mức đánh giá từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 7 (Hoàn toàn đồng ý). Riêng đối với yếu tố về Năng lực CNS có 7 mức độ đánh giá về sự phụ thuộc vào công nghệ nếu sử dụng từ 1 (Hoàn toàn không dựa vào công nghệ) đến 7 (Hoàn toàn dựa vào công nghệ). Ngoài ra, yếu tố nền tảng gia đình được tác giả bổ sung thêm vào mô hình thiết kế dưới dạng câu hỏi mở.

Ngoài nội dung câu hỏi gạt lọc để loại bỏ đối tượng khảo sát không phù hợp bao gồm câu hỏi về ngành học và sự quan tâm đến CNS, Bảng câu hỏi khảo sát được thiết kế bao gồm 03 phần. Phần mở đầu giới thiệu về tác giả, chủ đề nghiên cứu và mục

đích sử dụng kết quả khảo sát. Phần thứ 2 thu thập thông tin người khảo sát, bao gồm Giới tính, độ tuổi, thu nhập bình quân, lĩnh vực quan tâm, kinh nghiệm làm việc và thông tin về nền tảng gia đình. Phần 3 nội dung chính là ý kiến của người tham gia về các khái niệm nghiên cứu tương ứng với từng biến quan sát. Chi tiết bảng khảo sát chính thức ở Phụ lục 5.

3.3.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

Theo số liệu thống kê của Bộ GD&ĐT số lượng người học cao học năm học 2023 - 2024 sắp xỉ 98.000 người, tập trung chủ yếu ở khu vực Hà Nội và TP.HCM. Về người học khảo sát không giới hạn nơi sinh sống, mà những người đang học tại TP.HCM, nơi tập hợp rất nhiều đối tượng sinh sống và làm việc ở khắp mọi miền đất nước (Khảo sát được thực hiện cả trực tiếp và online). Do vậy đối tượng người học đa dạng từ các vùng miền, ngành nghề, xuất thân, ... có thể đại diện cho một đối tượng nghiên cứu nhất định nhằm mang lại kết quả khả thi nhất. Như vậy, quy mô mẫu tương đối lớn cũng như rất đa dạng về ngành học. Hơn nữa đối tượng khảo sát là học viên cao học. Đây là đối tượng đã có kinh nghiệm làm việc và có định hướng nghề nghiệp rõ ràng trong tương lai. Theo Reynolds và cộng sự (2002) nhấn mạnh rằng giai đoạn người học từ 25 đến 34 tuổi là những đối tượng có YĐKN cao nhất. Do vậy, đối tượng khảo sát trong luận án này là học viên cao học là lựa chọn phù hợp khi nghiên cứu cũng như kiểm định mô hình lý thuyết về ý định khởi nghiệp (MacMilan & Katz, 1992).

Về kích thước mẫu tối ưu phụ thuộc vào mức độ kỳ vọng về phương pháp và các tham số cần ước lượng, kỳ vọng về độ tin cậy và phương pháp phân tích số liệu. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), số lượng mẫu tối thiểu phải gấp 4 đến 5 lần số lượng quan sát đối với phân tích nhân tố khám phá (EFA). Nghiên cứu khác của Hair và cộng sự (1998) thì con số này phải gấp 5 lần. Đối với phân tích hồi quy, kích thước mẫu tốt nhất cần đạt được là $n \geq 8m + 50$, trong đó m là biến số độc lập (Tabachnick & Fidell, 1996). Riêng phân tích nhân tố khám phá, theo Cormrey & Lee (1992) đề xuất kích thước mẫu từ 300 là tốt, 500 là rất tốt và tuyệt vời hơn nếu con số này đạt trên 1000. Ngoài ra, Bollen (1989) cũng đề xuất rằng kích thước mẫu phải tuyến tính (tối thiểu gấp 5 lần) số biến quan sát. Nghiên cứu này sử dụng 42 biến quan sát, như vậy cỡ mẫu tối thiểu cần phải đạt là 210.

Về phương pháp lấy mẫu, tác giả sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện thông qua quy trình bốn giai đoạn:

Giai đoạn 1: Chọn khu vực chính để khảo sát là Tp.HCM. Lý do chọn Tp.HCM bởi vì đây là trung tâm kinh tế – tài chính lớn nhất, đóng góp trên 22% GDP cả nước và gần 1/3 tổng thu ngân sách quốc gia (Gia Cư, 2025). Đây cũng là nơi tập trung số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp nhiều nhất Việt Nam, chiếm hơn 50% tổng số startup trên toàn quốc (Ngọc Tấn, 2024). Ngoài ra, Tp.HCM là nơi có hệ sinh thái khởi nghiệp năng động với mạng lưới các trường đại học, trung tâm đổi mới sáng tạo, quỹ đầu tư mạo hiểm, vườn ươm doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp. Đặc biệt trong lĩnh vực khởi nghiệp CNS, Tp.HCM đi đầu về số lượng dự án, mức độ ứng dụng công nghệ và khả năng kết nối với thị trường quốc tế. Sự tập trung đông đảo của lực lượng lao động trẻ, có trình độ học vấn cao, am hiểu công nghệ giúp thành phố trở thành “điểm nóng” nghiên cứu hành vi, thái độ và YĐKN. Vì vậy, lựa chọn Tp.HCM làm khu vực khảo sát vừa đảm bảo tính đại diện cho môi trường khởi nghiệp năng động của Việt Nam, vừa giúp thu thập dữ liệu chất lượng, đa dạng và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu.

Giai đoạn 2: Chọn các Trường đại học có đào tạo cao học thuộc 02 khối ngành: Khối ngành Kinh tế (gồm các ngành: Quản trị kinh doanh, Tài chính – Ngân hàng và Kế toán - Kiểm toán) và Khối ngành Kỹ thuật (gồm các ngành: Công nghệ thông tin - Máy tính và Điện - Điện tử - Viễn thông). Việc lựa chọn học viên cao học thuộc khối ngành kinh tế và kỹ thuật làm đối tượng khảo sát xuất phát từ cả cơ sở lý thuyết và thực tiễn. Về lý thuyết, khởi nghiệp CNS đòi hỏi sự kết hợp giữa năng lực công nghệ và năng lực kinh doanh (Nambisan, 2017; Kraus và cộng sự, 2019). Trong đó, học viên ngành kỹ thuật thường có nền tảng về CNS, trong khi học viên ngành kinh tế, quản lý lại có kiến thức về thị trường, chiến lược và quản trị. Sự kết hợp này phản ánh đúng bản chất đa ngành của hệ sinh thái khởi nghiệp CNS. Về thực tiễn, học viên cao học là nhóm nhân lực chất lượng cao, có tiềm năng khởi nghiệp lớn nhờ nền tảng học thuật, kinh nghiệm và mạng lưới quan hệ. Hơn nữa, tại Việt Nam, nhiều startup thành công được hình thành từ các nhóm sáng lập bao gồm kỹ sư công nghệ và nhà quản trị, cho thấy tính phù hợp của việc lựa chọn hai khối ngành này làm mẫu khảo sát.

Giai đoạn 3: Lấy mẫu từ hai đến bốn lớp học từ mỗi trường đại học dựa trên ngành học.

Giai đoạn 4: Chọn một số lớp trong danh mục các lớp học đã được lựa chọn để thực hiện khảo sát trực tiếp, khảo sát online được thực hiện thông qua bảng câu hỏi được gửi trực tiếp cho người học với sự hỗ trợ của giảng viên, cố vấn học tập và bộ phận quản lý sau đại học của các Trường. Bằng mối quan hệ cá nhân, một phần tác giả tiến hành khảo sát trực tiếp tại một số Trường được sự cho phép của lãnh đạo đơn vị phối hợp với cố vấn học tập. Mặt khác, tác giả nhờ vào sự hỗ trợ của giảng viên trực tiếp tham gia giảng dạy trình độ sau đại học. Trước khi gửi phiếu khảo sát cho giảng viên, tác giả giải thích thêm để giảng viên nắm rõ nội hàm câu hỏi khảo sát, đảm bảo rằng giảng viên có thể hướng dẫn, giải thích lại cho học viên hiểu và trả lời đầy đủ các câu hỏi trong bảng khảo sát, tránh người học hiểu nhầm hoặc bỏ sót câu trả lời. Về khảo sát trực tuyến, thông qua mối quan hệ cá nhân, tác giả gửi link chứa bảng khảo sát cho bộ phận quản lý sau đại học của một số Trường để trực tiếp gửi đến người học qua email cá nhân, nhằm bảo mật dữ liệu của cơ sở đào tạo. Khảo sát không thu thập thông tin cá nhân người học nên thông tin dữ liệu hoàn toàn được bảo mật.

Thời gian thu thập dữ liệu được tiến hành từ tháng 05 đến tháng 08 năm 2024. Trong đó, khảo sát sơ bộ được thực hiện trong tháng 05/2024 với số lượng mẫu cần thu thập dự kiến là 300. Sau khi tiến hành phân tích định lượng sơ bộ đạt yêu cầu, nghiên cứu chính thức tiến hành khảo sát với cỡ mẫu mong đợi là 1.500, trong thời gian từ tháng 06 đến tháng 08 năm 2024, bao gồm cả thời gian làm sạch dữ liệu. Quá trình làm sạch dữ liệu đã được thực hiện kỹ lưỡng để loại bỏ các phản hồi không đầy đủ hoặc không chính xác, tất cả dữ liệu khảo sát có độ lệch chuẩn (giá trị STDEV) khác 0 được xem là đạt yêu cầu. Tổng số khảo sát thu về đã qua xử lý để đưa vào phân tích sơ bộ là 312 và chính thức là 1.243 như thể hiện ở Bảng 3.12.

Bảng 3.12 Dữ liệu khảo sát thu thập được

Giai đoạn KS	Trường	Trực tiếp		Online		Tổng
		Phát ra	Thu về	Gửi đi	Thu về	
Sơ bộ (312)	HCMUT	20	15	15	13	28
	HIU	20	15	20	18	33
	HUTECH	20	18	20	10	38
	IUH	20	18	20	20	38
	OU	25	20	25	20	40

Giai đoạn KS	Trường	Trực tiếp		Online		Tổng
		Phát ra	Thu về	Gửi đi	Thu về	
Chính thức (1.243)	TDTU	25	18	25	18	36
	UEH	25	20	20	14	34
	UFM	30	28	40	37	65
	HCMUT	55	44	65	53	97
	HIU	55	40	65	49	89
	HUIT	55	42	65	53	95
	HUFLIT	55	40	65	42	82
	HUTECH	60	50	80	69	119
	IUH	55	30	65	40	70
	OU	60	53	80	59	102
	TDTU	55	45	65	51	96
	UEF	55	38	65	40	78
	UEH	55	32	65	42	74
	UEL	55	20	65	40	60
	UFM	100	85	150	108	193
	IU-VNU	55	42	65	46	88

[Nguồn: Kết quả thu thập dữ liệu của tác giả]

3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu nghiên cứu

Phân tích dữ liệu nghiên cứu được thực hiện thông qua 02 phần mềm SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) và mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling), với kỹ thuật phân tích mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu một phần (PLS-SEM). Phân tích SPSS nhằm mục đích thu thập kết quả đánh giá thống kê về dữ liệu nghiên cứu và sai lệch phương pháp chung, trong khi đó phân tích PLS-SEM nhằm kiểm tra giả thuyết về mối quan hệ giữa các biến quan sát và biến tiềm ẩn (Hoyle, 1995), mối quan hệ định hướng và không điều hướng giữa một tập hợp quan sát và các biến không quan sát (MacCallum & Austin, 2000). Đặc biệt, mô hình SEM được sử dụng để ước lượng các mô hình đo lường và mô hình cấu trúc của bài toán lý thuyết đa biến, chỉ rõ mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn với nhau. Bên cạnh đó, SEM vượt trội hơn các phương pháp truyền thống trong việc kiểm tra hiệu ứng trung gian (Zhao và cộng sự, 2010). Theo Hair & cộng sự (2021), phân tích PLS-SEM có những ưu điểm như sau:

- Chấp nhận dữ liệu không phân phối chuẩn trong khi CB-SEM yêu cầu dữ liệu phân phối chuẩn, điều này rất khó vì các nghiên cứu thường khảo sát theo phương pháp thuận tiện, phi xác suất;

- Sử dụng cho các mô hình nghiên cứu phức tạp với nhiều biến trung gian và biến điều tiết. Đặc biệt là với các mô hình cấu trúc.

- Có khả năng phân tích đồng thời cấu trúc mô hình phản ánh (Reflective) và mô hình nguyên nhân (Formative);

Phân tích PLS-SEM tiến hành đánh giá một mô hình nghiên cứu bao gồm hai phần: (1) đánh giá mô hình đo lường và (2) đánh giá mô hình cấu trúc.

Việc đánh giá mô hình đo lường để xem xét độ tin cậy của thang đo. Các thang đo sẽ được kiểm tra độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Việc đánh giá mô hình cấu trúc bao gồm 4 bước: (1) đánh giá hiện tượng đa cộng tuyến của mô hình cấu trúc; (2) đánh giá mức ý nghĩa và sự liên quan của các mối liên hệ trong mô hình cấu trúc; (3) đánh giá độ phù hợp của mô hình (R^2 , Q^2 và chỉ số SRMR) và (4) Kiểm tra mối quan hệ trung gian và mối quan hệ điều tiết.

Về độ tin cậy của thang đo (Indicator reliability): được sử dụng để xem xét mức độ phù hợp của thang đo phản ánh một nhân tố cần nghiên cứu. Giá trị Cronbach's Alpha hoặc giá trị hệ số tải nhân tố (Outer loading) được sử dụng để đánh giá mức độ phù hợp của thang đo. Tuy nhiên giá trị hệ số tải nhân tố thường được sử dụng để đánh giá độ tin cậy hơn là giá trị Cronbach's alpha do những hạn chế nhất định của chỉ số Cronbach's alpha (Hair và cộng sự, 2021). Những thang đo có giá trị hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0.4 thì cần loại bỏ ra khỏi mô hình nghiên cứu. Những thang đo có giá trị hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.7 thì cần được giữ lại trong mô hình nghiên cứu. Với những thang đo có giá trị hệ số tải nhân tố từ 0.4 đến 0.7 thì việc loại bỏ khỏi thang đo chỉ được thực hiện nếu việc loại bỏ này làm tăng giá trị của hệ số tin cậy tổng hợp (CR-Composite reliability) hoặc giá trị phương sai trích trung bình (AVE-Average Variance Extracted) (Bagozzi và cộng sự, 1991; Hair và cộng sự, 2011).

Tiêu chí thứ hai để đánh giá mức độ phù hợp của thang đo chính là độ tin cậy nhất quán nội bộ của thang đo (Internal consistency reliability). Giá trị hệ số tin cậy tổng hợp (CR - Composite Reliability) là thông số được sử dụng để đánh giá độ tin cậy nhất quán nội bộ của thang đo. Các thang đo có giá trị $CR \geq 0.7$ được giữ lại trong mô hình nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2017). Giá trị hội tụ (Convergent validity) phản ánh mức độ tương quan của các thang đo trong việc cùng phản ánh một nhân tố được nghiên cứu. Giá trị phương sai trích trung bình (AVE - Average Variance Extracted) được sử

dụng để đánh giá giá trị hội tụ của một nhân tố được nghiên cứu. Khi đó $AVE \geq 0.5$ phản ánh giá trị hội tụ của các thang đo trong một nhân tố được nghiên cứu. Ngược lại, giá trị phương sai trích trung bình nhỏ hơn 0.5 cho thấy các thang đo có vấn đề trong việc phản ánh một nhân tố được nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2017). Giá trị phân biệt (Discriminant validity) thể hiện mức độ không tương quan của các thang đo khác nhau trong việc phản ánh các nhân tố được nghiên cứu khác nhau. Để có thể đánh giá giá trị phân biệt của các nhân tố được nghiên cứu trong một mô hình, các nhà nghiên cứu có thể sử dụng một trong bốn chỉ số: (1) chỉ số Cross-loading; (2) chỉ số Fornell-Larcker; (3) chỉ số tỷ lệ HTMT (heterotrait – monotrait ratio) và (4) chỉ số giá trị HTMT. Theo truyền thống, các chỉ số Cross-loading và chỉ số Fornell-Larcker được sử dụng để đánh giá giá trị phân biệt, tuy nhiên các chỉ số này có những hạn chế nhất định (Henseler và cộng sự, 2015). Hiện nay, các nhà nghiên cứu sử dụng chỉ số tỷ lệ HTMT (HTMT ratio) hoặc chỉ số giá trị HTMT (HTMT value) để đánh giá giá trị phân biệt của các nhân tố trong một mô hình nghiên cứu. Tỷ lệ HTMT có giá trị nhỏ hơn hoặc bằng 0.9 chứng minh được sự phân biệt giữa các nhân tố trong mô hình nghiên cứu (Henseler và cộng sự, 2015).

Việc đánh giá mô hình cấu trúc bao gồm 4 bước:

- Bước 1: Kiểm tra vấn đề đa cộng tuyến trong mô hình cấu trúc (Collinearity issues): Mối tương quan cao giữa các biến quan sát gọi là sự đa cộng tuyến. Mức độ cao của sự đa cộng tuyến giữa các biến quan sát là vấn đề quan trọng vì điều này ảnh hưởng đến việc ước lượng trọng số và mức ý nghĩa thống kê. Hệ số phóng đại phương sai (VIF) được sử dụng để đánh giá vấn đề đa cộng tuyến trong mô hình cấu trúc. Giá trị $VIF < 5$ cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa hai biến nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2019). Ngoài ra, theo Hair & Black (2019), $VIF \geq 5$ khả năng xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến rất cao và mô hình có thể bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

- Bước 2: Kiểm tra mức ý nghĩa và sự liên quan của các mối quan hệ trong mô hình cấu trúc (Structural Model Path Coefficients): Phương pháp bootstrapping được sử dụng để kiểm định mối quan hệ trong mô hình cấu trúc giữa các biến quan sát với nhau. Phương pháp này được sử dụng để đánh giá tầm quan trọng của thống kê t liên quan đến các yếu tố đường dẫn (Wong, 2013). Các giả thuyết nghiên cứu trong mô hình được đánh giá dựa vào hệ số đường dẫn và giá trị p . Các giá trị chuẩn hóa của hệ

số đường dẫn dao động từ -1 đến +1. Hệ số tác động mang dấu dương (+) thể hiện tác động thuận chiều và ngược lại. Giá trị hệ số đường dẫn càng gần 0 thì tác động của biến độc lập đến biến phụ thuộc càng yếu. Việc một hệ số có ý nghĩa hay không phụ thuộc vào lỗi tiêu chuẩn của nó được kiểm tra bằng các phương pháp khởi động. Việc sử dụng lỗi tiêu chuẩn bootstrap giúp tính toán các giá trị p cho hệ số đường dẫn. Khi giả định mức ý nghĩa 5%, điều đó có nghĩa giá trị $p < 0.05$ để kết luận rằng giả thuyết nghiên cứu có ý nghĩa ở mức 5%. Trong các nghiên cứu về lĩnh vực marketing, các nhà nghiên cứu thường sử dụng giá trị $p = 5\%$. Trong các nghiên cứu khám phá, các nhà nghiên cứu thường sử dụng giá trị $p = 10\%$ (Hair và cộng sự, 2021).

- Bước 3: Kiểm tra độ phù hợp của mô hình (R^2 , Q^2 , SRMR):

+ Hệ số xác định R^2 là một thông số phản ánh mức độ giải thích của biến độc lập lên biến phụ thuộc. Giá trị R^2 biến động từ 0 đến 1, càng tiến về gần về 1 thì mức độ giải thích cho biến phụ thuộc càng cao và ngược lại. Việc xác định giá trị R^2 bao nhiêu là chấp nhận được không dễ dàng bởi vì phụ thuộc vào mức độ phức tạp của mô hình nghiên cứu, bối cảnh, lĩnh vực nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2017). Do đó sẽ không có ngưỡng thuyết phục để đánh giá R^2 là đạt hay không. Tuy nhiên, theo Hair và cộng sự (2017), nghiên cứu trong lĩnh vực người tiêu dùng, $R^2 = 0.20$ được xem là cao. Ngoài ra, giá trị R^2 hiệu chỉnh (R^2_{adj}) được sử dụng thay cho R^2 để tránh sai lệch hoặc thổi phồng mức độ dự báo trong nghiên cứu này.

+ Đánh giá sự liên quan của dự báo Q^2 (Blindfolding and Predictive Relevance Q^2): Bên cạnh hệ số xác định R^2 , giá trị Q^2 được đề xuất bởi Geisser (1974) và Stone (1974) để đánh giá khả năng dự báo ngoài mẫu của mô hình nghiên cứu. Giá trị $Q^2 > 0$ cho thấy mô hình có ý nghĩa dự báo với các biến độc lập được nghiên cứu. Giá trị Q^2 càng lớn càng chứng tỏ mức độ ý nghĩa của mô hình nghiên cứu. Hơn nữa, theo Hair và cộng sự (2017), giá trị dự đoán Q^2 là 0.02, 0.15 và 0.35 tương ứng được cho là có giá trị dự báo yếu, trung bình và mạnh.

+ Đánh giá độ phù hợp tổng thể của mô hình nghiên cứu SRMR (Standardized Root Mean Square Residual): SRMR là một chỉ số đo lường mức độ sai lệch trung bình giữa ma trận hiệp phương sai quan sát và ma trận hiệp phương sai ước lượng từ mô hình. Giá trị SRMR càng nhỏ chứng tỏ mô hình có sự phù hợp tốt hơn với dữ liệu

thực tế. Hair và cộng sự (2022) khuyến nghị giá trị SRMR < 0.08 thì mô hình nghiên cứu được xem là phù hợp.

Bước 4: Đánh giá mối quan hệ trung gian và mối quan hệ điều tiết:

- Kiểm tra mối quan hệ trung gian:

Trong mô hình PLS-SEM, mối quan hệ trung gian (mediation effect) được kiểm tra nhằm xác định xem một biến trung gian có đóng vai trò truyền dẫn tác động từ biến độc lập đến biến phụ thuộc hay không. Việc xác định hiệu ứng trung gian không chỉ giúp làm rõ cơ chế ảnh hưởng giữa các biến, mà còn giúp củng cố giá trị lý thuyết của mô hình nghiên cứu (Hair và cộng sự, 2021). Mối quan hệ trung gian được kiểm định thông qua kỹ thuật bootstrapping với 5000 mẫu lặp lại, cùng với phương pháp ước lượng khoảng tin cậy ở mức ý nghĩa 95%. Theo Hair và cộng sự (2021) và Preacher & Hayes (2008), mối quan hệ trung gian được kiểm tra bằng cách đánh giá 03 đường tác động chính trong mô hình: (i) từ biến độc lập đến biến trung gian (đường a), (ii) từ biến trung gian đến biến phụ thuộc (đường b), và (iii) từ biến độc lập đến biến phụ thuộc (đường c') khi đã kiểm soát ảnh hưởng của biến trung gian. Hiệu ứng gián tiếp được xác định bằng tích số giữa hệ số của đường a và b. Nếu khoảng tin cậy của hiệu ứng gián tiếp không chứa giá trị 0, hiệu ứng này được xem là có ý nghĩa thống kê. Dựa trên mức độ ý nghĩa của các tác động trực tiếp và gián tiếp, loại hình trung gian được phân loại thành ba trường hợp: (i) trung gian hoàn toàn khi hiệu ứng gián tiếp có ý nghĩa nhưng tác động trực tiếp không có ý nghĩa, (ii) trung gian một phần khi cả hai tác động đều có ý nghĩa, và (iii) không có trung gian khi hiệu ứng gián tiếp không có ý nghĩa. Các kết quả kiểm định trung gian được báo cáo thông qua bảng “Specific Indirect Effects” trong phân tích SmartPLS. Xác định mức độ trung gian thông qua tỷ lệ giữa tác động gián tiếp và tổng tác động (indirect effect/total effect), giúp đánh giá độ mạnh của vai trò trung gian (Zhao và cộng sự, 2010).

- Kiểm tra mối quan hệ điều tiết

Mối quan hệ điều tiết giữa các biến được kiểm định nhằm đánh giá liệu tác động của biến độc lập lên biến phụ thuộc có thay đổi tùy thuộc vào mức độ của một biến điều tiết (moderator) hay không. Việc kiểm tra này được thực hiện trong khuôn khổ mô hình cấu trúc PLS-SEM bằng phần mềm SmartPLS. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích đa nhóm (Multigroup Analysis – MGA) để đánh giá ảnh hưởng của

biến điều tiết trong mô hình nghiên cứu. MGA là một kỹ thuật phân tích dữ liệu nhằm so sánh các mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn (latent variables) giữa các nhóm khác nhau. Mục tiêu chính của MGA là kiểm tra xem liệu các đường dẫn (path relationships) trong mô hình có khác biệt giữa các nhóm hay không. Vì SmartPLS được sử dụng cho mô hình phương trình cấu trúc, tác giả áp dụng quy trình MICOM (đo lường tính bất biến của các mô hình tổng hợp) ba bước để phân tích tính bất biến của các mô hình tổng hợp trước khi tiến hành phân tích đa nhóm (MGA) giữa các nhóm (Henseler & cộng sự, 2016). Quy trình MICOM bao gồm ba bước (Yang & cộng sự, 2022), (1) Kiểm tra tính bất biến cấu trúc (configural invariance) nhằm xem xét cấu trúc của mô hình có giống nhau giữa các nhóm không; (2) Kiểm tra tính bất biến thành phần (compositional invariance) nhằm xem xét trọng số giữa các chỉ số và cấu trúc tiềm ẩn có tương đương giữa các nhóm hay không, và (3) Kiểm tra sự bất biến của trung bình và phương sai (mean and variance invariance) nhằm kiểm tra giá trị trung bình và phương sai của các cấu trúc tiềm ẩn có giống nhau giữa các nhóm không.

3.5. Nghiên cứu định lượng sơ bộ

Nghiên cứu định lượng sơ bộ được tiến hành sau khi các thang đo được hoàn thiện từ kết quả nghiên cứu định tính, xây dựng bảng khảo sát và tiến hành thu thập dữ liệu. Bước này nhằm chuẩn hóa các thuật ngữ trong bảng khảo sát sơ bộ để đảm bảo truyền tải đúng nội hàm câu hỏi khảo sát và dễ hiểu, gần gũi nhất với người học. Hơn nữa, kết quả khảo sát sơ bộ dùng để kiểm định độ tin cậy và tính giá trị của thang đo. Tổng số khảo sát sơ bộ thu về là 312 mẫu hợp lệ.

Bảng 3.13. Kết quả thống kê sơ bộ nhân khẩu học

	N	%		N	%
<i>Giới tính</i>			<i>Tuổi</i>		
Nam	125	40,1	Dưới 25 tuổi	96	30,8
Nữ	187	59,9	Từ 25-30 tuổi	82	26,3
Tổng cộng	312	100,0	Từ 31-35 tuổi	62	19,9
			Từ 36-40 tuổi	44	14,1
<i>Thu nhập hàng tháng</i>			Trên 40 tuổi	28	9,0
Dưới 7 triệu đồng	46	14,7	Tổng cộng	312	100,0
Từ 7 đến 12 triệu đồng	68	21,8			
Từ 13 đến 18 triệu đồng	134	42,9			
Trên 18 triệu đồng	64	20,5			
Tổng cộng	312	100,0			
<i>Ngành học</i>			<i>Lĩnh vực quan</i>		

	N	%		N	%
			<i>tâm</i>		
Kinh doanh - Quản lý	144	46,2	Sản xuất	24	7,7
Tài chính - Ngân hàng - Bảo hiểm	104	33,3	Giáo dục	96	30,8
Kế toán - Kiểm toán	33	10,6	Nông nghiệp	31	9,9
Công nghệ thông tin - Máy tính	25	8,0	Khoa học công nghệ	76	24,4
Điện - Điện tử - Viễn thông	6	1,9	Dịch vụ	85	27,2
Tổng cộng	312	100,0	Tổng cộng	312	100,0
<i>Kinh nghiệm làm việc</i>			<i>Nền tảng gia đình kinh doanh</i>		
Dưới 1 năm	29	9,3	Không	152	48,7
Từ 1 đến 5 năm	106	34,0	Có	160	51,3
Từ 6 đến 10 năm	117	37,5	Tổng cộng	312	100,0
Từ 11 đến 15 năm	60	19,2			
Trên 15 năm	0	0			
Tổng cộng	312	100,0			

[Nguồn: Kết quả thống kê khảo sát sơ bộ]

Trong số 400 mẫu khảo sát phát đi đã thu về 312 mẫu đạt yêu cầu để đưa vào phân tích định lượng sơ bộ. Chi tiết kết quả thống kê thể hiện ở Bảng 3.13. Nghiên cứu tiếp tục thực hiện kiểm định tính giá trị và độ tin cậy của thang đo. Kết quả thể hiện chi tiết ở Bảng 3.14.

Bảng 3.14. Kết quả phân tích sơ bộ kiểm định độ tin cậy thang đo

Biến	Cronbach's alpha	Hệ số tải ngoài	Độ tin cậy tổng hợp (rho_a)	Độ tin cậy tổng hợp (rho_c)	Phương sai trích trung bình (AVE)
ADE	0,887	[0,802 - 0,838]	0,888	0,917	0,689
DC	0,949	[0,799 - 0,892]	0,952	0,957	0,713
DEI	0,943	[0,847 - 0,913]	0,947	0,954	0,778
DEK	0,903	[0,758 - 0,870]	0,907	0,925	0,675
PBC	0,927	[0,758 - 0,906]	0,931	0,943	0,736
PEDT	0,912	[0,905 - 0,932]	0,912	0,945	0,850
PEU	0,903	[0,861 - 0,897]	0,904	0,932	0,774
PU	0,890	[0,841 - 0,905]	0,896	0,924	0,752

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu sơ bộ]

Kết quả phân tích định lượng sơ bộ cho thấy các biến quan sát có hệ số tin cậy Cronbach' alpha đều lớn hơn 0,8, nghĩa là tất cả các cấu trúc đều đạt độ tin cậy tốt. Hệ số tải ngoài của các nhân tố dao động từ 0,758 đến 0,932, đều cao hơn ngưỡng tiêu chuẩn cho phép là 0,7, chứng tỏ sự phù hợp của các chỉ báo trong việc đo lường khái

niệm nghiên cứu. Ngoài ra, giá trị độ tin cậy tổng hợp cho tất cả các chỉ số đều lớn hơn 0,7 (Henseler & Sarstedt, 2015) thể hiện các thang đo đáng tin cậy. Bên cạnh đó, giá trị AVE đều cao hơn 0,5 (Chin, 1998; Hock & Ringle, 2010), chứng minh các cấu trúc đều đạt giá trị hội tụ tốt.

Kết quả Bảng 3.15 theo tiêu chí Fornell-Larcker cho thấy căn bậc hai của AVE lớn hơn giá trị hệ số tương quan trong cột và hàng chứa nó, do đó các thang đo đạt giá trị phân biệt. Hơn nữa, mỗi cấu trúc có chỉ số HTMT đều thấp hơn 0,9, dao động từ 0,574 đến 0,842. Vì vậy, có thể kết luận rằng các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt độ tin cậy và có giá trị tốt.

Bảng 3.15 Tiêu chí Fornell-Larcker và hệ số Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Hệ số HTMT	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE								
DC	0,766							
DEI	0,565	0,583						
DEK	0,740	0,823	0,574					
PBC	0,785	0,790	0,616	0,847				
PEDT	0,620	0,815	0,530	0,835	0,773			
PEU	0,738	0,868	0,623	0,753	0,788	0,759		
PU	0,722	0,856	0,526	0,688	0,703	0,758	0,842	
Tiêu chí Fornell-Larcker	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE	0,830							
DC	0,706	0,844						
DEI	0,520	0,556	0,882					
DEK	0,669	0,765	0,537	0,821				
PBC	0,713	0,747	0,580	0,783	0,858			
PEDT	0,558	0,758	0,495	0,758	0,713	0,922		
PEU	0,663	0,806	0,578	0,685	0,724	0,691	0,880	
PU	0,645	0,786	0,484	0,618	0,644	0,679	0,846	0,867

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu sơ bộ]

Kết quả định lượng sơ bộ đã cho thấy tính giá trị và độ tin cậy của thang đo. Do vậy, thang đo đạt yêu cầu để tiến hành nghiên cứu định lượng chính thức. Nghiên cứu định lượng chính thức được thực hiện với cỡ mẫu lớn hơn, đồng thời thực hiện các đánh giá mô hình đo lường, mô hình cấu trúc, và thực hiện kiểm định các mối quan hệ trong mô hình.

Tóm tắt chương 3

Chương này trình bày chi tiết thiết kế và quy trình nghiên cứu nhằm kiểm định mô hình lý thuyết được đề xuất trong chương trước. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp định lượng với thiết kế mô hình nghiên cứu dạng mô tả – kiểm định, nhằm xác định và đo lường mối quan hệ giữa các biến độc lập (theo TAM và TPB) và ý định khởi nghiệp công nghệ số. Đồng thời, chương này cũng trình bày kỹ thuật thu thập dữ liệu thông qua bảng hỏi khảo sát, được phân phối tới đối tượng nghiên cứu là học viên sau đại học. Dữ liệu được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện kết hợp điều kiện lọc phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Chương này cũng mô tả phương pháp phân tích dữ liệu, trong đó kỹ thuật phân tích dựa trên mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng để kiểm định độ tin cậy, giá trị của thang đo và mối quan hệ giữa các biến. Các kiểm định thống kê được thực hiện bằng phần mềm SPSS và PLS-SEM nhằm đảm bảo tính khách quan, chính xác và độ tin cậy trong kết luận nghiên cứu.

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Kết quả mẫu khảo sát

4.1.1. Kết quả thống kê đặc điểm nhân khẩu học

Số lượng mẫu khảo sát phát ra và gửi đi là 1.500 bảng, kết quả thu về được 1.388 bảng (đạt tỷ lệ phản hồi 92,5%), trong đó có 1.243 phản hồi đạt yêu cầu để đưa vào phân tích (đạt tỷ lệ 89,6%).

Bảng 4.1. Thống kê đặc điểm nhân khẩu học

	N	%		N	%
<i>Giới tính</i>			<i>Tuổi</i>		
Nam	504	40,5	Dưới 25 tuổi	130	10,5
Nữ	739	59,5	Từ 25-30 tuổi	495	39,8
Tổng cộng	1.243	100,0	Từ 31-35 tuổi	327	26,3
			Từ 36-40 tuổi	186	15,0
<i>Thu nhập hàng tháng</i>			Trên 40 tuổi	105	8,4
Dưới 7 triệu đồng	217	17,5	Tổng cộng	1.243	100,0
Từ 7 đến 12 triệu đồng	233	18,7			
Từ 13 đến 18 triệu đồng	568	45,7			
Trên 18 triệu đồng	225	18,1			
Tổng cộng	1.243	100,0			
<i>Ngành học</i>			<i>Lĩnh vực quan tâm</i>		
Kinh doanh - Quản lý	648	52,1	Sản xuất	73	5,9
Tài chính - Ngân hàng - Bảo hiểm	383	30,8	Giáo dục	355	28,6
Kế toán - Kiểm toán	82	6,6	Nông nghiệp	104	8,4
Công nghệ thông tin - Máy tính	98	7,9	Khoa học công nghệ	296	23,8
Điện - Điện tử - Viễn thông	32	2,6	Dịch vụ	351	28,2
Tổng cộng	1.243	100,0	Khác	64	5,1
<i>Kinh nghiệm làm việc</i>			Tổng cộng	1.243	100,0
Dưới 1 năm	112	9,0	<i>Nền tảng gia đình kinh doanh</i>		
Từ 1 đến 5 năm	391	31,5	Không	571	45,9
Từ 6 đến 10 năm	479	38,5	Có	672	54,1
Từ 11 đến 15 năm	258	20,8	Tổng cộng	1.243	100,0
Trên 15 năm	3	0,2			
Tổng cộng	1.243	100,0			

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Trong số 1.243 đáp viên có 504 người là nam (chiếm 40,5%), còn lại là nữ. Đáp viên thuộc nhóm tuổi từ 25-30 chiếm tỷ trọng cao nhất là 39,8% (495 người), tiếp theo là nhóm tuổi từ 31-35 tuổi, chiếm 26,3% (327 người), nhóm tuổi từ 36 đến 40 tuổi chiếm 15% (186 người), dưới 25 tuổi chiếm 23,7% (295 người), và thấp nhất là nhóm tuổi trên 40 tuổi chiếm 8,4% (105 người). Về thu nhập trung bình nhóm cao nhất từ 13 đến 18 triệu đồng chiếm 45,7% tương ứng với 576 người, tiếp theo có 233 người có thu nhập trung bình từ 7 đến 12 triệu đồng (chiếm 18,7%), nhóm có thu nhập trên 18 triệu đồng chiếm 18,1% tương ứng với 225 người, cuối cùng là nhóm có thu nhập thấp dưới 7 triệu đồng với 217 người chiếm 17,5%. Về ngành học, hầu hết đáp viên đang theo học Ngành Kinh doanh - Quản lý (chiếm 52,1%) với số lượng 648 người, trong khi đó có 383 người đang học ngành Tài chính - Ngân hàng - Bảo hiểm (chiếm 30,8%), nhóm ngành Kế toán - Kiểm toán chiếm 6,6% với 82 người, có 98 người đang theo học ngành Công nghệ thông tin - Máy tính (7,9%), còn lại là ngành Điện - Điện tử - Viễn thông (2,6%). Hơn nữa, đối với lĩnh vực được quan tâm, hầu hết đáp viên đều thể hiện sự quan tâm đến lĩnh vực Giáo dục (28,6%), tiếp theo là Dịch vụ và Khoa học Công nghệ với lần lượt là 28,2% và 23,8% chiếm số lượng tương đối lớn, thấp nhất là lĩnh vực Nông nghiệp có 104 người quan tâm (chiếm 8,4%) và chỉ có 73 người quan tâm đến lĩnh vực Sản xuất (chiếm 5,9%) và lĩnh vực khác là 64 người (5,1%). Về kinh nghiệm làm việc, cao nhất là số người có kinh nghiệm làm việc từ 6 đến 10 năm với 479 người (chiếm 38,5%), tiếp theo có 391 người có kinh nghiệm làm việc từ 1 đến 5 năm, và có 258 người trả lời có kinh nghiệm làm việc từ 11 đến 15 năm, số người làm việc dưới 1 năm tương đối ít là 112 người, ít nhất là chỉ có 3 người có kinh nghiệm làm việc trên 15 năm. Số người trả lời gia đình không có nền tảng kinh doanh là 571 người (chiếm 45,9%), như vậy số người cho biết gia đình có nền tảng kinh doanh chiếm tỷ lệ cao hơn với 54,1%, tức 672 người.

4.1.2. Kiểm tra sai lệch phương pháp chung

Việc đánh giá sai lệch phương pháp chung (Common Method Bias - CMB) nhằm đảm bảo tính toàn vẹn cũng như tính hợp lệ của kết quả nghiên cứu (Kock và cộng sự, 2021). CMB là hiện tượng sai lệch có hệ thống phát sinh từ phương pháp thu thập dữ liệu cắt ngang, rất phổ biến khi sử dụng một nguồn dữ liệu duy nhất hoặc cùng một công cụ đo lường (Kock, 2015). Đặc biệt, các nghiên cứu sử dụng mô hình PLS-SEM,

việc kiểm định CMB đóng vai trò quan trọng để đảm bảo độ tin cậy của kết quả nghiên cứu (Gupta và Shrivastava, 2022; Conway và Lance, 2010). Để phát hiện và đánh giá mức độ ảnh hưởng của CMB, phương pháp kiểm định một nhân tố Harman (Harman's one-factor test) được khuyến nghị sử dụng. Đây là kỹ thuật thống kê được sử dụng rộng rãi, trong đó tất cả các biến quan sát được phân tích cùng lúc thông qua phân tích nhân tố khám phá (EFA) với phương pháp trích xuất thành phần chính (PCA) không xoay (Gupta và Shrivastava, 2022; Fuller và cộng sự, 2016; Podsakoff và cộng sự, 2003). Kiểm định phân tích nhân tố khám phá của Harman cho thấy rằng nếu giải pháp chưa xoay (bao gồm tất cả các mục đã đo) tạo ra một nhân tố chiếm hơn 50% phương sai, thì có sự sai lệch phương pháp chung (Fuller và cộng sự, 2016). Mặt khác, các nghiên cứu cho rằng việc một yếu tố duy nhất chiếm hơn 50% tổng phương sai trong kiểm định Harman là bằng chứng thống kê cho thấy phương pháp thu thập dữ liệu chung đang gây ra một lượng lớn phương sai hệ thống, làm biến dạng mối quan hệ thực tế giữa các biến nghiên cứu và đe dọa đến tính hợp lệ của kết quả (Jakobsen & Jensen, 2015; Podsakoff và cộng sự, 2012). Kết quả phân tích cho thấy yếu tố chung duy nhất chỉ giải thích 43,113% tổng phương sai (Phụ lục 5.2), dưới ngưỡng 50%. Điều này chứng tỏ dữ liệu nghiên cứu không bị ảnh hưởng bởi sai lệch phương pháp chung, từ đó củng cố độ tin cậy cho các phân tích tiếp theo.

4.2. Kiểm định mô hình đo lường

4.2.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả thể hiện ở Bảng 4.2 cho thấy hệ số Cronbach' alpha của mỗi thang đo đều lớn hơn 0.8, nghĩa là tất cả các cấu trúc đều đạt độ tin cậy tốt. Hệ số tải ngoài (Outer Loading) các nhân tố dao động từ 0,701 đến 0,929, đều cao hơn ngưỡng tiêu chuẩn cho phép là 0,7, chứng tỏ sự phù hợp của các chỉ báo trong việc đo lường khái niệm nghiên cứu. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng độ tin cậy tổng hợp (CR) để đánh giá độ tin cậy nhất quán nội bộ. Kết quả phân tích cho thấy giá trị độ tin cậy tổng hợp cho tất cả các chỉ số dao động từ 0,839 đến 0,945, đều lớn hơn 0,7 (Henseler & Sarstedt, 2015), thể hiện các thang đo đáng tin cậy và đạt độ tin cậy nhất quán bên trong.

Bảng 4.2. Kết quả tóm tắt các hệ số tải trong mô hình đo lường

Yếu tố	Chỉ số	Hệ số tải ngoài	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích trung bình (AVE)
Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp CNS (ADE)	ADE1	0,835	0,886	0.890	0.688
	ADE2	0,840			
	ADE3	0,818			
	ADE4	0,890			
	ADE5	0,758			
Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC)	PBC1	0,764	0,920	0.921	0.717
	PBC2	0,890			
	PBC3	0,897			
	PBC4	0,820			
	PBC5	0,885			
	PBC6	0,814			
Năng lực CNS (DC)	DC1	0,800	0,943	0,945	0,688
	DC2	0,797			
	DC3	0,818			
	DC4	0,854			
	DC5	0,859			
	DC6	0,850			
	DC7	0,850			
	DC8	0,825			
	DC9	0,806			
Ý định khởi nghiệp CNS (DEI)	DEI1	0,880	0,939	0,943	0,767
	DEI2	0,897			
	DEI3	0,819			
	DEI4	0,868			
	DEI5	0,899			
	DEI6	0,888			
Sự hiểu biết về khởi nghiệp (DEK)	DEK1	0,842	0,909	0,914	0,732
	DEK2	0,889			
	DEK3	0,889			
	DEK4	0,810			
	DEK5	0,847			
Trải nghiệm CNS (PEDT)	PEDT1	0,908	0,911	0,912	0,849
	PEDT2	0,926			
	PEDT3	0,929			
Cảm nhận tính dễ sử dụng (PEU)	PEU1	0,867	0,897	0,897	0,764
	PEU2	0,897			
	PEU3	0,879			
	PEU4	0,853			
Cảm nhận tính	PU1	0,701	0,818	0,839	0,648

Yếu tố	Chỉ số	Hệ số tải ngoài	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích trung bình (AVE)
hữu ích (PU)	PU2	0,802			
	PU3	0,870			
	PU4	0,837			

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

4.2.2. Đánh giá giá trị hội tụ

Kết quả phân tích phương sai trích trung bình (AVE) được sử dụng để đánh giá giá trị hội tụ của các thang đo. Theo đó, giá trị AVE cho mỗi cấu trúc phải lớn hơn 0,5 (Wong 2013; Hock & Ringle, 2010; Chin, 1998). Như thể hiện ở Bảng 4.2, giá trị AVE của mỗi thang đo đều lớn hơn 0,5 (dao động từ 0,648 đến 0,849), chứng minh rằng các cấu trúc đều đạt giá trị hội tụ tốt.

4.2.3. Đánh giá giá trị phân biệt

Kết quả đánh giá tiêu chí Fornell-Larcker từ Bảng 4.3 cho thấy căn bậc hai của AVE lớn hơn giá trị hệ số tương quan trong cột và hàng chứa nó, do đó các thang đo đạt giá trị phân biệt. Hơn nữa, mỗi cấu trúc có chỉ số HTMT đều thấp hơn 0,9. Do đó, có thể kết luận rằng các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều đạt độ tin cậy và có giá trị tốt.

Bảng 4.3 Tiêu chí Fornell-Larcker và hệ số Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Tiêu chí Fornell-Larcker	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE	0,829							
DC	0,699	0,829						
DEI	0,542	0,585	0,876					
DEK	0,551	0,612	0,470	0,856				
PBC	0,665	0,715	0,592	0,648	0,846			
PEDT	0,563	0,763	0,525	0,611	0,698	0,921		
PEU	0,655	0,778	0,599	0,535	0,686	0,664	0,874	
PU	0,593	0,723	0,453	0,432	0,562	0,603	0,772	0,805
Hệ số Heterotrait-monotrait (HTMT)	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE								
DC	0,763							
DEI	0,591	0,618						
DEK	0,611	0,657	0,501					

PBC	0,737	0,765	0,632	0,705			
PEDT	0,629	0,824	0,563	0,672	0,762		
PEU	0,732	0,844	0,650	0,587	0,754	0,733	
PU	0,685	0,826	0,511	0,497	0,642	0,706	0,891

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

4.3. Kiểm định mô hình cấu trúc

4.3.1. Đánh giá vấn đề đa cộng tuyến

Nghiên cứu kiểm tra vấn đề đa cộng tuyến cho các cấu trúc sử dụng hệ số phương sai (VIF) phóng đại. Theo Lowry và Gaskin (2014), tồn tại vấn đề đa cộng tuyến giữa các biến ngoại sinh tương ứng và các biến nội sinh. Theo Hair và cộng sự (2019), khi $0.2 < VIF < 5$ sẽ không xảy ra vấn đề đa cộng tuyến.

Bảng 4.4. Kết quả đánh giá mức độ đa cộng tuyến của các biến quan sát (giá trị VIF)

	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE			2,326					
DC	3,910		4,264		2,606			
DEI								
DEK	1,763		1,975		1,735			
PBC			2,910					
PEDT	2,670		2,848		2,602			
PEU	3,404		3,646					
PU	2,764		2,799					

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Kết quả ở Bảng 4.4 cho thấy các giá trị VIF từ 1,735 đến 4,264, chứng minh không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

4.3.2. Đánh giá mối quan hệ trong mô hình cấu trúc

Tại mức ý nghĩa 5%, các giả thuyết H1, H2, H3, H3a, H3b, H4a, H4b, H5b, H6, H7 đều được chấp nhận, do giá trị p đều nhỏ hơn 0.05, cụ thể:

Thái độ đối với khởi nghiệp CNS tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,133$, $p = 0,001$), đồng thời Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,205$, $p = 0,000$). Giả thuyết H1 và H2 được chấp nhận.

Năng lực CNS tác động trực tiếp tích cực đến Thái độ đối với khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,381$, $p = 0,000$), nhận thức kiểm soát hành vi ($\beta = 0,340$, $p = 0,000$) và ý định khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,131$, $p = 0,009$). Như vậy giả thuyết H3, H3a và H3b đều được chấp nhận.

Kiến thức về khởi nghiệp CNS tác động tích cực trực tiếp đến Thái độ đối với khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,118$, $p = 0,000$), nhận thức kiểm soát hành vi ($\beta = 0,275$, $p = 0,000$). Cho nên các giả thuyết H4a và H4b được chấp nhận.

Trải nghiệm CNS tác động tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi ($\beta = 0,270$, $p = 0,000$). Giả thuyết H5b được chấp nhận.

Nhận thức tính hữu ích của công nghệ tác động trực tiếp đến Thái độ đối với khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,100$, $p = 0,004$) và ý định khởi nghiệp CNS ($\beta = -0,122$, $p = 0,001$). Vì vậy, các giả thuyết H6 và H6a được chấp nhận.

Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ tác động trực tiếp đến Thái độ đối với khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,207$, $p = 0,000$) và ý định khởi nghiệp CNS ($\beta = 0,308$, $p = 0,000$). Vì vậy, các giả thuyết H7 và H7a được chấp nhận.

Riêng các giả thuyết H4 ($p = 0,174$), H5 ($p = 0,205$) và H5a ($p = 0,244$) có giá trị $p\text{-value} > 0,05$. Do vậy, bác bỏ các giả thuyết H4, H5 và H5a.

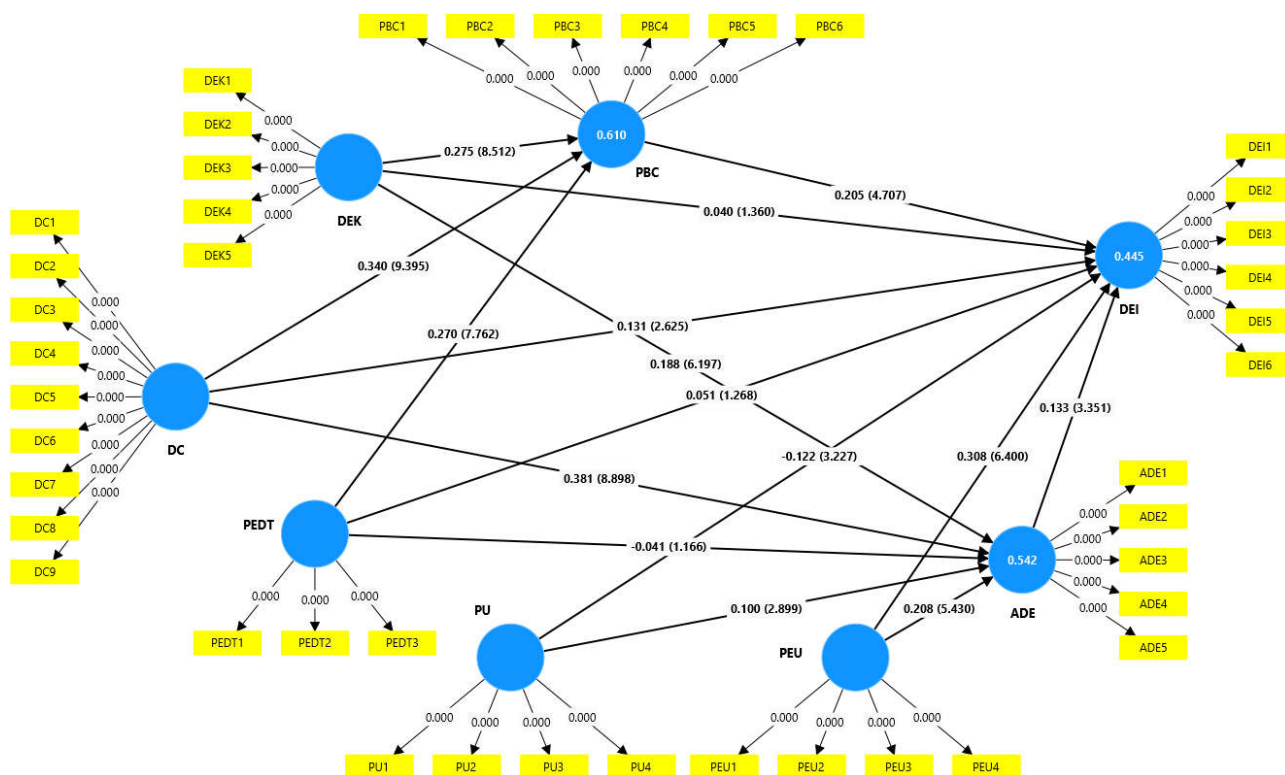
Bảng 4.5 Kết quả đánh giá mối quan hệ trực tiếp

Giả thuyết	Mối quan hệ	Giá trị trung bình	Hệ số tác động	Giá trị P	Kết luận
H1	ADE -> DEI	0,113	0,133	0,001	Chấp nhận
H2	PBC -> DEI	0,205	0,205	0,000	Chấp nhận
H3	DC -> DEI	0,251	0,131	0,009	Chấp nhận
H3a	DC -> ADE	0,381	0,381	0,000	Chấp nhận
H3b	DC -> PBC	0,340	0,340	0,000	Chấp nhận
H4	DEK -> DEI	0,122	0,040	0,174	Bác bỏ
H4a	DEK -> ADE	0,188	0,188	0,000	Chấp nhận
H4b	DEK -> PBC	0,275	0,275	0,000	Chấp nhận
H5	PEDT -> DEI	0,101	0,051	0,205	Bác bỏ
H5a	PEDT -> ADE	-0,041	-0,041	0,244	Bác bỏ
H5b	PEDT -> PBC	0,270	0,270	0,000	Chấp nhận
H6	PU -> DEI	-0,109	-0,122	0,001	Chấp nhận
H6a	PU -> ADE	0,100	0,100	0,004	Chấp nhận
H7	PEU -> DEI	0,336	0,308	0,000	Chấp nhận
H7a	PEU -> ADE	0,208	0,207	0,000	Chấp nhận

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Các hệ số tác động hầu hết mang dấu dương, chứng tỏ quan hệ tác động trong mô hình là thuận chiều. Ngoại trừ hệ số tác động PU → DEI mang dấu âm ($\beta = -0,122$) chứng tỏ tác động ngược chiều của cảm nhận tính hữu ích lên ý định khởi nghiệp CNS.

Đánh giá mức độ tác động của biến độc lập lên biến phụ thuộc bằng hệ số tác động (f^2). Theo đó, tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc là yếu (0,02) hoặc mạnh (trên 0,35) (Hair và cộng sự, 2022). Mức độ tác động lên biến DEI bởi các yếu tố theo thứ tự từ mạnh đến yếu là: PEU (0,308) > PBC (0,205) > ADE (0,133) > DC (0,131) > PU (0,122). Tương tự như vậy, mức độ tác động các yếu tố lên biến ADE lần lượt từ mạnh đến yếu là: DC (0,318) > PEU (0,208) > DEK (0,188) > PU (0,100), mức độ tác động các yếu tố lên biến PBC lần lượt là: DC (0,340) > DEK (0,275) > PEDT (0,270). (Phụ lục 6)



Hình 4.1. Kết quả phân tích PLS-SEM của mô hình nghiên cứu

4.3.3. Đánh giá độ phù hợp của mô hình nghiên cứu

4.3.3.1. Hệ số xác định R^2

Trong mô hình nghiên cứu có 03 biến phụ thuộc: (1) Ý định khởi nghiệp CNS, (2) Thái độ đối với khởi nghiệp và (3) Nhận thức kiểm soát hành vi. Kết quả bảng 4.6, R^2 hiệu chỉnh của ADE là 0,540 thể hiện các nhân tố trong mô hình (bao gồm Năng lực

CNS, Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS, Trải nghiệm CNS, Nhận thức tính hữu ích và nhận thức tính dễ sử dụng) giải thích được 54,0% biến thiên của biến phụ thuộc Thái độ đối với khởi nghiệp; R^2 hiệu chỉnh của DEI là 0,442 thể hiện các nhân tố trong mô hình (bao gồm Năng lực CNS, Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS, Trải nghiệm CNS, Thái độ đối với khởi nghiệp, Nhận thức kiểm soát hành vi, Cảm nhận tính hữu ích và Cảm nhận tính dễ sử dụng) giải thích được 44,2% biến thiên của biến phụ thuộc Ý định khởi nghiệp CNS; R^2 hiệu chỉnh của PBC là 0,609 thể hiện các nhân tố trong mô hình (bao gồm Năng lực CNS, Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS) giải thích được 60,9% biến thiên của biến phụ thuộc Nhận thức kiểm soát hành vi.

Bảng 4.6 Kết quả hệ số xác định R^2

Biến nội sinh	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Mức độ chính xác trong dự báo
Thái độ đối với ý định (ADE)	0,542	0,540	Cao
Ý định khởi nghiệp CNS (DEI)	0,445	0,442	Cao
Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC)	0,610	0,609	Cao

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

4.3.3.2. Đánh giá sự liên quan của dự báo Q^2

Kết quả ở Bảng 4.7 thể hiện giá trị Q^2 của các biến phụ thuộc đều lớn hơn 0. Theo đó, nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi có giá trị Q^2 cao nhất (0,607). Tiếp đến là Thái độ đối với hành vi (0,536) và cuối cùng là ý định khởi nghiệp CNS với giá trị $Q^2 = 0,408$. Như vậy chúng ta thấy sự liên quan dự báo của mô hình nghiên cứu đến các biến tiềm ẩn nội sinh. Hơn nữa, giá trị Q^2 đều lớn hơn 0,35 (Hair và cộng sự, 2017). Vì vậy, mô hình nghiên cứu mang lại hiệu suất dự báo cao.

Bảng 4.7 Kết quả hệ số dự báo Q^2

	Q^2 predict	RMSE	MAE
ADE	0,536	0,683	0,513
DEI	0,408	0,771	0,582
PBC	0,607	0,628	0,479

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

4.3.3.3. Đánh giá hệ số SRMR

Kết quả từ bảng 4.8 cho thấy hệ số SRMR thấp hơn ngưỡng 0.08 (Hair và cộng sự, 2021; Hu và Bentler, 1999), chứng tỏ sự phù hợp của mô hình nghiên cứu.

Bảng 4.8 Kết quả phân tích hệ số SRMR

	Mô hình chuẩn	Mô hình dự báo
SRMR	0,050	0,054
d_ULS	2,276	2,645
d_G	1,032	1,054
Chi-square	7956.108	8017.771
NFI	0,834	0,832

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Như vậy, qua phân tích các chỉ số liên quan về tính phù hợp của mô hình có thể kết luận khả năng dự đoán mạnh mẽ của mô hình, đánh dấu mô hình vừa đáng tin cậy vừa có giá trị đối với phạm vi của nghiên cứu này.

4.4. Kiểm định mối quan hệ trung gian

Kết quả phân tích ở Bảng 4.9 đã khẳng định mối quan hệ gián tiếp giữa thái độ đối với khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định khởi nghiệp CNS.

Bảng 4.9 Kết quả vai trò mối quan hệ trung gian

Giả thuyết	Mối quan hệ	Ước lượng	P-value	Kết luận	Loại trung gian
H8	DEK -> ADE	0,188	0,000	Chấp nhận	Toàn phần
	ADE -> DEI	0,133	0,001		
	DEK -> DEI	0,040	0,174		
	DEK -> ADE -> DEI	0,025	0,005		
H9	DEK -> DEI	0,040	0,174	Chấp nhận	Toàn phần
	DEK -> PBC	0,275	0,000		
	PBC -> DEI	0,205	0,000		
	DEK -> PBC -> DEI	0,057	0,000		
	DC -> ADE	0,381	0,000		

Giả thuyết	Mối quan hệ	Ước lượng	P-value	Kết luận	Loại trung gian
	ADE -> DEI	0,133	0,001		
	DC -> DEI	0,131	0,009		
H10	DC -> ADE -> DEI	0,051	0,002	Chấp nhận	Một phần
	DC -> PBC	0,340	0,000		
	PBC -> DEI	0,205	0,000		
	DC -> DEI	0,131	0,009		
H11	DC -> PBC -> DEI	0,070	0,000	Chấp nhận	Một phần
	PEDT -> ADE	-0,041	0,244		
	ADE -> DEI	0,133	0,001		
	PEDT -> DEI	0,051	0,205		
H12	PEDT -> ADE -> DEI	-0,005	0,283	Bác bỏ	-
	PEDT -> PBC	0,207	0,000		
	PBC -> DEI	0,205	0,000		
	PEDT -> DEI	0,051	0,205		
H13	PEDT -> PBC -> DEI	0,055	0,000	Chấp nhận	Một phần
	PU -> ADE	0,100	0,004		
	ADE -> DEI	0,133	0,001		
	PU -> DEI	-0,122	0,001		
H14	PU -> ADE -> DEI	0,013	0,036	Chấp nhận	Một phần
	PEU -> ADE	0,207	0,000		
	ADE -> DEI	0,133	0,001		
	PEU -> DEI	0,308	0,000		
H15	PEU -> ADE -> DEI	0,028	0,003	Chấp nhận	Một phần

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Các giả thuyết H8, H19, H10, H11, H13, H14 và H15 được chấp nhận với p-value < 0,05 tại mức ý nghĩa 5%. Đồng thời, với tại mức ý nghĩa 5%, giả thuyết H12 bị bác bỏ do giá trị p-value = 0,283 (> 0,05). Do vậy có thể kết luận rằng Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho mối quan hệ giữa Kiến thức về khởi nghiệp CNS,

Năng lực về CNS, Nhận thức tính hữu ích và Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ với ý định khởi nghiệp CNS. Tương tự, Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho mối quan hệ giữa Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS, Trải nghiệm CNS, Năng lực về CNS với ý định khởi nghiệp CNS. Bên cạnh đó, Thái độ đối với khởi nghiệp CNS không đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tác động giữa Trải nghiệm CNS và Ý định khởi nghiệp CNS.

4.5. Kiểm định mối quan hệ điều tiết

Để đánh giá vai trò điều tiết của Nền tảng kinh doanh gia đình (FBB) nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích đa nhóm MGA, để phân biệt sự khác nhau giữa nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh và nhóm không có. Trước khi thực hiện phân tích MGA, nghiên cứu thực hiện thủ tục kiểm tra tính bất biến đo lường của mô hình đo lường tổng hợp, được gọi là phân tích MICOM bằng quy trình ba bước, bao gồm: (1) đánh giá bất biến cấu hình; (2) thiết lập bất biến thành phần, và (3) kiểm tra bất biến trung bình và phương sai.

Bước 1 bất biến cấu hình trong SmartPLS 4 sẽ hiển nhiên được xác lập (Cheah & cộng sự, 2020), do cả hai nhóm đều sử dụng cùng mô hình đo lường, cùng chỉ số và quy trình ước lượng trong SmartPLS. Do đó, điều kiện về bất biến cấu hình được đảm bảo. Kết quả phân tích MICOM bước 2 thể hiện sự bất biến về mặt thành phần giữa các nhóm nền tảng gia đình đối với các chỉ báo. Giá trị hoán vị của tất cả các khái niệm hầu hết đều lớn hơn mức ý nghĩa 0,05, trừ biến PBC. Điều này chứng minh bất biến thành phần được xác lập. Tại bước 3a của phân tích MICOM đánh giá sự tương đương về trung bình của các biến đo lường giữa các nhóm. Kết quả ở Bảng 4.10 cho thấy sự khác biệt ban đầu một số biến nằm trong khoảng tin cậy được tạo từ phép hoán vị, bao gồm biến DC (0,094) nằm trong khoảng tin cậy từ [-0,092 - 0,100], biến DEK (-0,068) nằm trong khoảng tin cậy từ [-0,086 - 0,092], PEDT (0,078) nằm trong khoảng tin cậy từ [-0,086 - 0,097]. Điều này cho thấy không tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa về mặt thống kê về giá trị trung bình của các chỉ báo (DC, DEK, PEDT) giữa các nhóm nền tảng gia đình, thỏa điều kiện về bất biến giá trị trung bình, các biến còn lại thì không đạt. Bước 3b kiểm tra sự bất biến về phương sai giữa các nhóm.

Bảng 4.10 Kết quả kiểm định MICOM nền tảng gia đình (tổng hợp 3 bước)

Cấu trúc	Bước 1	Bước 2		Bất biến đo lường thành phần được thiết lập		
	Cấu hình bất biến	Biến thành phần				
		Giá trị hoán vị				
ADE	Có	0,112		Có		
DC	Có	0,083		Có		
DEI	Có	0,081		Có		
DEK	Có	0,415		Có		
PBC	Có	0,034		Không		
PEDT	Có	0,888		Có		
PEU	Có	0,778		Có		
PU	Có	0,553		Có		
Cấu trúc	Bước 3a			Bước 3b		
	Đánh giá trung bình bằng nhau			Đánh giá phương sai bằng nhau		
	Sự khác biệt ban đầu	Khoảng tin cậy	Kết quả	Sự khác biệt về phương sai	Khoảng tin cậy	Bất biến đo lường toàn phần được thiết lập
ADE	0,193	[-0,094 - 0,097]	Không	-0,040	[-0,149 - 0,147]	Có
DC	0,094	[-0,092 - 0,100]	Có	-0,092	[-0,156 - 0,158]	Có
DEI	0,352	[-0,091 - 0,093]	Không	-0,077	[-0,138 - 0,135]	Có
DEK	-0,068	[-0,086 - 0,092]	Có	-0,151	[-0,129 - 0,132]	Không
PBC	0,146	[-0,090 - 0,092]	Không	-0,083	[-0,133 - 0,132]	Có
PEDT	-0,078	[-0,086 - 0,097]	Có	0,056	[-0,130 - 0,127]	Có
PEU	0,252	[-0,089 - 0,095]	Không	0,088	[-0,141 - 0,136]	Có
PU	0,165	[-0,086 - 0,095]	Không	-0,118	[-0,167 - 0,177]	Có

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Kết quả từ Bảng 4.10 cho thấy giá trị chênh lệch phương sai ban đầu của các biến hầu hết nằm trong khoảng tin cậy thu được từ kiểm định hoán vị, ngoại trừ biến DEK. Như vậy có thể khẳng định phương sai của hầu hết các biến đo lường là tương đương nhau giữa các nền tảng gia đình, thỏa điều kiện bất biến phương sai. Kết quả phân tích MICOM cho thấy một phần các cấu trúc đạt tương đương giữa các nhóm, mô hình đạt tính bất biến đo lường một phần. Điều này chứng tỏ mô hình và dữ liệu vẫn đảm bảo tính hợp lệ để tiến hành phân tích cấu trúc đa nhóm MGA (Hair và cộng sự, 2017).

Kết quả phân tích MGA ở Bảng 4.11 cho thấy có sự khác biệt đáng kể trong mối quan hệ giữa Thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS, giữa Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ với ý định khởi nghiệp CNS, giữa hai nhóm có nền tảng gia đình khác

nhau. Cụ thể, đối với mối quan hệ giữa Thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS, sự khác biệt hệ số đường dẫn giữa nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh và nhóm không có nền tảng này là 0,155, với giá trị p (2-tailed) là 0,045 ($<0,05$). Hơn nữa, hệ số tác động của ADE đến DEI của nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh ($\beta = 0,180$) cao hơn nhóm không có nền tảng này ($\beta = 0,025$), và sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê. Điều này cho thấy đối với các cá nhân có nền tảng gia đình kinh doanh thì thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS sẽ mạnh hơn đối với nhóm không có nền tảng gia đình kinh doanh. Như vậy biến nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS. Cho nên nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H16.

Bảng 4.11 Kết quả phân tích đa nhóm MGA

Giả thuyết	Mối quan hệ	Original (Group_1)	Original (Group_2)	Difference (Group_1 - Group_2)	2-tailed (Group_1 vs Group_2) p value
H16	ADE -> DEI	0,025	0,180	-0,155	0,045
H17	DC -> DEI	0,236	0,087	0,149	0,117
H18	DEK -> DEI	0,049	0,059	-0,010	0,866
H19	PBC -> DEI	0,177	0,204	-0,027	0,745
H20	PEDT -> DEI	-0,005	0,146	-0,151	0,059
H21	PEU -> DEI	0,440	0,120	0,321	0,001
H22	PU -> DEI	-0,064	-0,138	0,074	0,324

[Nguồn: Kết quả phân tích số liệu]

Ghi chú: **Group 1:** Không có nền tảng gia đình kinh doanh, **Group 2:** Có nền tảng gia đình kinh doanh.

Mối quan hệ giữa nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) và ý định khởi nghiệp CNS khác biệt rất rõ. Ở nhóm không có nền tảng gia đình kinh doanh ($\beta = 0,440$) tác động mạnh hơn nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh ($\beta = 0,120$). Điều này gợi ý rằng nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh có xu hướng đề cao sự đơn giản, mức độ của sự dễ dàng áp dụng công nghệ trong các quyết định khởi nghiệp. Như vậy biến nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa nhận thức tính dễ sử dụng đối với ý định khởi nghiệp CNS. Do vậy, giả thuyết H21 được chấp nhận.

Các mối quan hệ còn lại không có sự khác biệt đáng kể do hệ số $p > 0,05$, do đó nền tảng gia đình không đóng vai trò điều tiết các mối quan hệ này. Do đó, các giả thuyết H17, H18, H19, H20, và H22 bị bác bỏ.

4.6. Thảo luận kết quả nghiên cứu

4.6.1. Kết quả về các mối quan hệ trực tiếp

Giả thuyết H1 và H2 được chấp nhận khi nghiên cứu đã chứng minh được Thái độ đối với khởi nghiệp và Nhận thức kiểm soát hành vi tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này tương đồng với một số nghiên cứu bao gồm của Aloulou và cộng sự (2024), Abaddi (2024), Mir và cộng sự (2023) trong các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS đều cho thấy tác động đáng kể của các tiền đề TPB lên ý định khởi nghiệp CNS. Thái độ tích cực đối với khởi nghiệp được xem là một yếu tố quan trọng thúc đẩy ý định khởi nghiệp. Nghiên cứu của Mishra và Singh (2022) đã chỉ ra rằng thái độ tích cực đối với khởi nghiệp có mối liên hệ mạnh mẽ với ý định khởi nghiệp ở sinh viên kỹ thuật. Điều này cho thấy khi sinh viên có thái độ tích cực về khởi nghiệp, khả năng họ có ý định khởi nghiệp sẽ cao hơn. Ý định khởi nghiệp CNS bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thái độ đối với ý định khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi (Alkhalaleh và cộng sự, 2023). Như vậy, một lần nữa nghiên cứu đã khẳng định cả hai yếu tố động lực thuộc TPB (thái độ đối với khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi) có liên quan đến ý định khởi nghiệp CNS.

Nghiên cứu không chấp nhận giả thuyết H3 khi chứng minh Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS không tác động trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này trái ngược với một số nghiên cứu của Sitaridis & Kitsios (2024), Younis và cộng sự (2020), Saptono và cộng sự (2020). Điều này hàm ý rằng, mặc dù cá nhân có thể hiểu rõ khái niệm, quy trình, hay cơ hội của khởi nghiệp CNS, song kiến thức đơn thuần chưa đủ để hình thành ý định hành động thực tế. Theo Ajzen (1991) và Davis (1986), ý định hành vi không chỉ phụ thuộc vào hiểu biết nhận thức mà còn chịu ảnh hưởng mạnh bởi thái độ, niềm tin bản thân và trải nghiệm cá nhân. Do đó, nếu cá nhân chỉ dừng lại ở mức “biết” mà chưa “trải nghiệm” hay “cảm nhận” được tính khả thi của khởi nghiệp, thì mức độ sẵn sàng hành động vẫn thấp. Trong bối cảnh CNS thay đổi nhanh chóng, kiến thức về khởi nghiệp có tính lý thuyết cao và dễ lỗi thời, nên người học có thể hiểu nhưng vẫn thiếu tự tin để chuyển hóa những hiểu biết đó thành hành vi khởi nghiệp thực tế. Điều này nhấn mạnh rằng kiến thức cần được gắn liền với ứng dụng và trải nghiệm thực tiễn thì mới có tác động rõ ràng đến YĐKN.

Bên cạnh đó, giả thuyết H3a và H3b được chấp nhận khi kết quả cho thấy Sự hiểu biết khởi nghiệp có tác động trực tiếp đến thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi. Kết luận về vai trò của việc nâng cao sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS khi nói đến vốn con người để khởi nghiệp thông qua làm tăng nhận thức và thái độ đối với khởi nghiệp. Phát hiện này phù hợp với lý thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB) của Ajzen (1991), theo đó hiểu biết và trải nghiệm nhận thức có thể định hình cả thái độ cảm xúc lẫn niềm tin về khả năng kiểm soát hành động của cá nhân. Sự hiểu biết về khởi nghiệp đã được công nhận là hỗ trợ sinh viên trong việc điều hành doanh nghiệp CNS, đàm phán, phát triển sản phẩm và đánh giá rủi ro (Xie và cộng sự, 2018; Shane & Nicolaou, 2013). Điều này cho thấy sự hiểu biết khởi nghiệp càng lớn càng góp phần vào nâng cao năng lực sáng tạo doanh nghiệp. Nói cách khác, sự hiểu biết khởi nghiệp giúp tăng cường sự tự tin và nhận thức hành vi có thể tham gia vào hoạt động kinh doanh và nhận thức được khả năng kiểm soát hành vi đó (Linan và cộng sự, 2013). Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, các doanh nhân có sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đầy đủ có xu hướng đánh giá tích cực hơn về giá trị và tính khả thi của việc khởi nghiệp, từ đó hình thành thái độ tích cực với khả năng phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ tốt hơn để đáp ứng thị hiếu và nhu cầu của thị trường, tận dụng các cơ hội, thực hiện thay đổi và sử dụng các nguồn lực một cách tối ưu và hiệu quả nhất. Tương tự như vậy, sự hiểu biết khởi nghiệp được xây dựng thông qua giáo dục khởi nghiệp hiệu quả và cung cấp cho sinh viên nhiều sự hiểu biết khác nhau về CNS (Secundo và cộng sự, 2021). Các nghiên cứu gần đây đã chứng minh sự hiểu biết khởi nghiệp ảnh hưởng đến sự ra đời của các công ty khởi nghiệp và sự phát triển của các doanh nghiệp CNS mới (Xie và cộng sự, 2018; Richter và cộng sự, 2017; Tshikovhi & Shambare, 2015).

Tiếp theo, nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H4 về năng lực CNS có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này phù hợp với kết luận của von Anirm & Mrozewski (2020), Bachmann và cộng sự (2024) đã chứng minh được năng lực CNS chính là yếu tố góp phần đáng kể trong việc nâng cao xu hướng bắt đầu các dự án kinh doanh CNS. Trong thế giới xã hội hóa của tri thức và thông tin, xu hướng đầu tư khởi nghiệp tập trung nhiều vào lĩnh vực Internet, khi đó khả năng nắm bắt các cơ hội kinh doanh đa dạng sẽ tăng lên khi cá nhân sở hữu năng lực CNS cao, từ đó sẽ làm gia tăng YĐKN (Kang và cộng sự, 2024). Kim và cộng sự (2020) cũng lập luận rằng khả năng

sử dụng các phương tiện công nghệ số là yếu tố thiết yếu để đảm bảo lợi thế cạnh tranh trên thị trường khởi nghiệp. Do khả năng tận dụng các thiết bị truyền thông đã được cải thiện một cách đáng kể, thái độ thân thiện với công nghệ số và sự tự tin ngày càng được nâng cao do sự phổ biến của điện thoại thông minh, tạo điều kiện cho việc nắm bắt các cơ hội kinh doanh trở nên đa dạng hơn trước.

Đồng thời, các giả thuyết H4a và H4b được chấp nhận khi năng lực CNS cũng có tác động tích cực đến thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi. Tương tự như Hwang (2019) cũng đã phân tích thực nghiệm rằng năng lực CNS có tác động tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi khởi nghiệp. Khám phá này cho thấy các chiều hướng nhận thức bị ảnh hưởng bởi tính khả dụng của thông tin cũng như khả năng sử dụng các CNS. Thái độ đối với tinh thần khởi nghiệp là điều kiện cần thiết để khám phá cơ hội kinh doanh và hiện thực hóa chúng để tạo ra giá trị mới. Những người có tố chất khởi nghiệp có thể tạo ra giá trị mới bằng cách khám phá cơ hội ngay cả trong những tình huống không chắc chắn. Do đó, năng lực CNS giúp các cá nhân xây dựng ý định bằng cách làm tăng thái độ đối với ý định và nhận thức và do đó khuyến khích họ tham gia tích cực vào hoạt động khởi nghiệp CNS. Cho nên, thị trường kinh doanh CNS không chỉ dành riêng cho những người có nguồn lực dồi dào mà ngày càng mở rộng cho những cá nhân có năng lực CNS vượt trội. Bằng cách ứng dụng lý thuyết TPB, kết quả này giải thích cơ chế dẫn đến việc hình thành ý định thành lập một doanh nghiệp CNS và chứng minh bằng thực nghiệm rằng năng lực CNS đóng vai trò chính bằng cách tác động tích cực đến thái độ đối với khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi, đây là những yếu tố quyết định quan trọng hình thành ý định khởi nghiệp CNS. Năng lực CNS là yếu tố góp phần đáng kể trong việc nâng cao xu hướng bắt đầu các dự án kinh doanh CNS (Mir và cộng sự, 2023). Xem xét đến việc trong các công ty khởi nghiệp CNS, các quyết định chiến lược chẳng hạn như hoạt động quốc tế hóa sản phẩm/dịch vụ được thúc đẩy bởi các cá nhân, do đó câu trả lời cho câu hỏi ý định khởi nghiệp CNS được hình thành như thế nào.

Ngược lại, nghiên cứu bác bỏ giả thuyết H5 và H5a về trải nghiệm CNS không ảnh hưởng đến nhận thức và ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này trái ngược với kết luận của Ghatak và cộng sự (2023). Đây là một trong những khám phá mang tính mới của nghiên cứu. Điều này có thể được giải thích như sau: Có trải nghiệm về CNS

không đồng nghĩa với việc hiểu được cách thức công nghệ đó vận hành như thế nào, hoặc nhận thấy được tiềm năng kinh doanh, hay cách khai thác nó để tạo ra giá trị, dẫn đến sự thiếu liên kết giữa trải nghiệm và hiểu biết thuộc về phạm trù chiến lược. Vì vậy, trải nghiệm CNS không nhất thiết dẫn đến nhận thức đúng đắn về khả năng khởi nghiệp trong lĩnh vực này. Hơn nữa, hoạt động trải nghiệm không đủ sâu hoặc không mang tính khơi dậy ý chí khởi nghiệp. Người học sử dụng CNS mỗi ngày, nhưng không phải ai cũng có trải nghiệm xây dựng hay quản trị một sản phẩm số, làm dự án công nghệ, hoặc làm việc trong môi trường startup. Do đó, trải nghiệm mang tính tiêu dùng không chuyển hóa thành động lực hoặc nhận thức khởi nghiệp. Ngoài ra, dù người học đã có trải nghiệm CNS tích cực, người dùng vẫn có thể bị ảnh hưởng bởi những rào cản khác mạnh hơn trải nghiệm như thiếu vốn hoặc sự hiểu biết kinh doanh, nỗi sợ sẽ bị thất bại hoặc thiếu sự hỗ trợ từ môi trường xung quanh. Những yếu tố này đều có thể làm giảm ý định khởi nghiệp, bất chấp họ đã có trải nghiệm CNS tích cực. Tuy kết quả kiểm định cho thấy mối quan hệ giữa trải nghiệm CNS với PBC và ý định khởi nghiệp CNS không có ý nghĩa thống kê, nhưng điều này chưa đủ cơ sở để kết luận rằng trải nghiệm CNS hoàn toàn không ảnh hưởng tới hai biến này. Vấn đề này có thể được giải thích bởi các lý do sau:

(1) Kết quả không có ý nghĩa thống kê khác với Không có ảnh hưởng (Gelman & Stern, 2006; Altman & Bland, 1996). Trong phân tích định lượng, khi một mối quan hệ không đạt ý nghĩa thống kê, điều đó chỉ phản ánh rằng chưa có đủ bằng chứng để khẳng định ảnh hưởng trong mẫu nghiên cứu hiện tại, không thể khẳng định ảnh hưởng không tồn tại trong thực tế. Sự ảnh hưởng của các yếu tố như kích thước mẫu, sai số đo lường, độ biến thiên của dữ liệu, hoặc cách đo lường yếu tố trải nghiệm CNS có thể làm suy yếu sức mạnh thống kê.

(2) Trải nghiệm CNS có thể tác động gián tiếp hoặc thông qua các biến khác. Baron & Kenny (1986) chỉ ra rằng có các mối quan hệ không xuất hiện trực tiếp nhưng có thể xuất hiện gián tiếp thông qua các biến trung gian. Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, trải nghiệm CNS có thể không tạo ra ảnh hưởng trực tiếp đến PBC hay ý định, mà tác động thông qua các cơ chế trung gian như: Nhận thức tính hữu ích, Thái độ đối với khởi nghiệp, Năng lực CNS và sự tự tin vào khả năng sử dụng công nghệ. Venkatesh và cộng sự (2003) đã chỉ ra rằng ảnh hưởng của trải nghiệm CNS có thể

tăng hoặc giảm tùy vào bối cảnh, giai đoạn sử dụng, và điều kiện thuận lợi. Mặt khác, trải nghiệm CNS trong khởi nghiệp mang tính phức hợp, thường chịu tác động gián tiếp thông qua năng lực CNS, sự tự tin vào khả năng CNS hoặc kiến thức CNS (Nambisan, 2017). Vấn đề kiểm định vai trò trung gian trong nghiên cứu này được kiểm soát ở bước kiểm định tiếp theo.

(3) Đặc điểm mẫu nghiên cứu và bối cảnh nghiên cứu có thể làm yếu đi tác động của trải nghiệm CNS. Fritz và cộng sự (2012) nhấn mạnh rằng khi đối tượng nghiên cứu có đặc điểm tương đồng, mối quan hệ giữa các yếu tố đo lường có thể làm giảm ý nghĩa thống kê. Đối tượng khảo sát của nghiên cứu này là học viên cao học thường đã có mức độ tiếp xúc công nghệ tương đối đồng đều. Khi mức độ biến thiên thấp, mối quan hệ giữa trải nghiệm và PBC cũng như ý định dễ trở nên không có ý nghĩa thống kê. Ngoài ra, trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, việc sử dụng công nghệ đã trở thành hoạt động phổ biến, nên trải nghiệm CNS không còn là yếu tố quyết định mạnh như trước.

Bên cạnh đó, nghiên cứu đã thực hiện phỏng vấn lại một số chuyên gia sau bước phân tích dữ liệu đối với các giả thuyết kiểm định không có ý nghĩa thống kê. Theo đó, hầu hết các chuyên gia đều nhận định rằng trải nghiệm CNS chủ yếu ảnh hưởng gián tiếp thông qua năng lực CNS, sự tự tin về công nghệ, hoặc thái độ đối với CNS. Do đó, mối quan hệ trực tiếp từ trải nghiệm đến ý định thường không mạnh. Ngoài ra, các chuyên gia cho rằng đối tượng khảo sát là học viên cao học, nhóm này vốn đã làm quen với môi trường công nghệ nên sự khác biệt về trải nghiệm CNS giữa họ rất nhỏ, khiến mối quan hệ trở nên khó phát hiện trong mô hình thống kê.

Ngoài ra, nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H6 và H7 khi đã chứng minh hai thành tố của hành vi chấp nhận công nghệ (nhận thức về tính hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng) đều có tác động đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này được khẳng định là tương đồng với nghiên cứu của Abaddi (2023), Phương Dung và cộng sự (2023) và Dương (2024). Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS nếu cá nhân tin rằng CNS có thể giúp giải quyết tốt vấn đề, tạo ra giá trị, mở rộng thị trường hoặc đổi mới sản phẩm, họ sẽ xem CNS là một công cụ có giá trị thực tiễn. Nhận thức này khiến họ thấy việc khởi nghiệp bằng CNS là xứng đáng đầu tư thời gian, công sức và vốn. Như vậy, khi càng thấy được tính hữu ích của công nghệ thì họ càng có động lực để khởi nghiệp. Mặt

khác, nhận thức về tính dễ sử dụng phản ánh mức độ mà cá nhân tin rằng CNS có thể được tiếp cận và vận hành một cách đơn giản, không gây khó khăn trong quá trình sử dụng (Davis, 1989). Nếu một cá nhân cảm thấy CNS không quá phức tạp, dễ thao tác, dễ tích hợp, họ sẽ có xu hướng giảm bớt lo lắng và cảm thấy tự tin hơn trong việc khởi sự kinh doanh dựa trên nền tảng CNS. Như vậy, cả hai yếu tố này đều tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS, trong đó tính hữu ích đóng vai trò như một động lực chiến lược, còn tính dễ sử dụng đóng vai trò giảm thiểu rào cản kỹ thuật và tâm lý, từ đó tạo nên sự sẵn sàng trong hành động và quyết định.

Hơn nữa, ngoài các yếu tố được khám phá tác động tích cực như đã nêu, nghiên cứu còn khám phá tác động ngược chiều của nhận thức tính hữu ích lên ý định khởi nghiệp CNS (hệ số tác động mang dấu âm). Đây được xem là một trong những khám phá mới của nghiên cứu. Bởi vì, như đã dẫn chứng ở trên, cảm nhận tính hữu ích được coi là yếu tố quan trọng thúc đẩy trong việc chấp nhận công nghệ, nhưng trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, mức độ hữu ích quá cao có thể dẫn đến những lo ngại về tính đổi mới, sự phụ thuộc và cạnh tranh, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến ý định khởi nghiệp CNS. Một khi công nghệ đó được đánh giá là rất hữu ích và dễ tiếp cận thì nguy cơ bị sao chép rất lớn, đồng thời sự phụ thuộc vào công nghệ đó quá lớn sẽ giảm khả năng đổi mới và sáng tạo và trở nên bão hòa trên thị trường. Các doanh nhân không còn có khả năng tạo ra sự khác biệt hoặc đổi mới, từ đó sẽ giảm ý định khởi nghiệp dựa trên CNS. Nghiên cứu của Phạm và cộng sự (2023) cho thấy rằng cảm nhận về tính hữu ích của CNS không ảnh hưởng trực tiếp đến ý định khởi nghiệp mà cần được kết hợp với yếu tố chấp nhận rủi ro để thúc đẩy ý định trong lĩnh vực này. Mặc dù nhận thức về tính hữu ích có thể ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, nhưng tác động này phụ thuộc vào các yếu tố trung gian như thái độ và niềm tin vào năng lực của bản thân nhà khởi nghiệp (Ilyas và cộng sự, 2023).

4.6.2. Kết quả mối quan hệ trung gian

Nghiên cứu chấp nhận các giả thuyết H8 và H9 về vai trò trung gian của thái độ đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi trong mối quan hệ tác động của Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS với ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Aloulou và cộng sự (2024) về những tiền đề của TPB đóng vai trò trung gian giữa sự hiểu biết kinh doanh CNS và ý định khởi nghiệp CNS. Điều này

hoàn toàn phù hợp với ý kiến của Fishbien và Ajzen (2010) cho rằng các biến ngoại sinh như sự hiểu biết về môi trường kinh doanh có thể gián tiếp ảnh hưởng đến ý định thông qua tác động của chúng đối với các tiền đề của ý định. Cụ thể, sự hiểu biết khởi nghiệp có liên quan đến thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi, cho thấy sự hiểu biết khởi nghiệp góp phần nâng cao cảm giác về năng lực sáng tạo doanh nghiệp. Nói cách khác, sự hiểu biết khởi nghiệp trực tiếp giúp tăng cường sự tự tin và cảm thấy có thể tham gia vào hành vi kinh doanh và nhận thức được khả năng kiểm soát hành vi đó (Linan và cộng sự, 2013; Roxas, 2014). Khi cá nhân có sự hiểu biết tốt về khởi nghiệp CNS, họ có khả năng đánh giá cao về lợi ích và cơ hội khởi nghiệp, từ đó phát triển thái độ tích cực đối với hành vi này, đồng thời giúp họ kiểm soát được quy trình, rủi ro và thử thách trong quá trình khởi nghiệp, góp phần gia tăng nhận thức hành vi này.

Các giả thuyết H10 và H11 được chấp nhận về vai trò trung gian của thái độ đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi trong mối quan hệ tác động của năng lực CNS với ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này tương đồng với kết luận rằng thái độ đối với khởi nghiệp được cho là có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa năng lực CNS và ý định khởi nghiệp, dựa trên khả năng phát hiện cơ hội và tạo giá trị mới (Kang và cộng sự 2024). Cá nhân có năng lực CNS cao sẽ cảm thấy tự tin và có khả năng kiểm soát tốt các nền tảng và công cụ số, thái độ tích cực đối với hoạt động khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi tốt vì họ tin rằng bản thân đủ năng lực để thực hiện hành vi này. Điều này chứng tỏ cả thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi đều đóng vai trò truyền dẫn ảnh hưởng của năng lực CNS đến ý định khởi nghiệp CNS.

Đồng thời, nghiên cứu cũng chấp nhận giả thuyết H13 về nhận thức kiểm soát hành vi đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa Trải nghiệm công nghệ và ý định khởi nghiệp CNS. Điều này phản ánh rằng trải nghiệm công nghệ có thể nâng cao sự tự tin và cảm nhận năng lực của cá nhân trong việc thực hiện hành vi khởi nghiệp. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Simamora và Sulisty (2023) cho rằng nhận thức kiểm soát hành vi đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa giáo dục khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp. Có nghĩa là khi người học cảm thấy họ có khả năng kiểm soát và thực hiện các hành vi liên quan đến khởi nghiệp, giáo dục khởi nghiệp sẽ có tác động mạnh mẽ hơn đến ý định khởi nghiệp của họ.

Ngược lại, nghiên cứu bác bỏ giả thuyết H12 vì thái độ đối với khởi nghiệp không đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này cho thấy trải nghiệm CNS không đủ để tạo ra sự thay đổi trong đánh giá tích cực hay tiêu cực của cá nhân đối với hành vi khởi nghiệp CNS. Điều này phù hợp với lý thuyết TPB (Ajzen, 1991), theo đó nhận thức kiểm soát hành vi là yếu tố then chốt trong các hành vi chịu ảnh hưởng bởi kỹ năng và năng lực công nghệ. Trải nghiệm công nghệ mang tính hành vi và thực tiễn, phản ánh sự tiếp xúc và thành thạo thực tế của cá nhân với công nghệ, qua đó tạo sự tự tin và cảm nhận năng lực cá nhân trong việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh. Khi cá nhân đã có trải nghiệm tích cực và khả năng kiểm soát công nghệ, họ có xu hướng chuyển hóa trải nghiệm này thành ý định hành động cụ thể mà không cần phải thông qua yếu tố cảm xúc là thái độ. Kết quả này cũng cho thấy rằng, trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, thái độ tích cực chưa đủ để thúc đẩy YĐKN, mà điều quan trọng hơn là trải nghiệm thực tế với công nghệ. Cá nhân có thể nhận thức được giá trị của công nghệ, nhưng chỉ khi họ từng trải qua các tình huống thực tế như triển khai dự án, sử dụng nền tảng số, phát triển sản phẩm thử nghiệm, họ mới hình thành niềm tin hành động và ý định rõ ràng hơn đối với việc khởi nghiệp. Kết quả này phù hợp với ý kiến nhận định của các chuyên gia cho rằng trải nghiệm CNS chỉ thúc đẩy thái độ khi đi kèm nhận thức cơ hội kinh doanh hoặc hỗ trợ thực tế về nguồn lực, vốn chưa hiện diện rõ trong nhóm người học là học viên cao học.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chấp nhận các giả thuyết H14 và H15 về vai trò trung gian của thái độ đối với khởi nghiệp trong mối quan hệ giữa nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này tương đồng với Putro & Takahashi (2024) và Wibowo và cộng sự (2024). Theo lập luận của Davis (1989), thái độ là yếu tố phản ánh mức độ thiện cảm hoặc tích cực của cá nhân đối với hành vi sử dụng công nghệ, đồng thời là cầu nối giữa các nhận thức công nghệ (PU, PEU) và ý định hành vi. Khi mở rộng mô hình này sang bối cảnh khởi nghiệp CNS, thái độ thể hiện cách cá nhân đánh giá và cảm nhận về việc khởi nghiệp dựa trên các nền tảng CNS. Kết quả cho thấy, nhận thức về tính hữu ích của công nghệ giúp cá nhân nhận thấy rằng việc ứng dụng CNS trong khởi nghiệp có thể mang lại lợi ích thiết thực như tiết kiệm chi phí, mở rộng thị trường, hay nâng cao năng suất. Nhận

thức này làm gia tăng cảm xúc và đánh giá tích cực đối với hoạt động khởi nghiệp CNS, từ đó thúc đẩy thái độ và dẫn tới ý định khởi nghiệp mạnh mẽ hơn. Tương tự, nhận thức về tính dễ sử dụng khiến cá nhân cảm thấy việc tiếp cận và vận hành công nghệ trong khởi nghiệp không quá phức tạp, giảm thiểu rào cản kỹ thuật, qua đó nâng cao sự tự tin và hình thành thái độ tích cực hơn với ý tưởng khởi nghiệp CNS. Như vậy, thái độ đóng vai trò trung gian về mặt tâm lý, giúp chuyển hóa các nhận thức công nghệ (nhận thức lý trí về hữu ích và dễ sử dụng) thành ý định hành động cụ thể (khởi nghiệp CNS). Nếu cá nhân chỉ nhận thức được lợi ích hoặc sự dễ dàng của công nghệ mà không hình thành thái độ tích cực, thì ý định khởi nghiệp có thể vẫn chưa xuất hiện mạnh mẽ. Vai trò trung gian của ADE vì thế nhấn mạnh tầm quan trọng của yếu tố cảm xúc – thái độ trong quá trình ra quyết định khởi nghiệp CNS, bổ sung cho các mô hình lý thuyết truyền thống vốn tập trung nhiều vào yếu tố nhận thức.

4.6.3. Kết quả vai trò điều tiết của nền tảng gia đình

Kết quả nghiên cứu cho thấy nền tảng gia đình kinh doanh (FFB) có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp CNS, do đó nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H16. Điều này gợi ý rằng nhóm này tự tin về khả năng khởi nghiệp CNS và có khuynh hướng hành động mạnh mẽ hơn. Kết quả này góp phần hỗ trợ cho nghiên cứu của Zhang và cộng sự (2022) đã chứng minh nền tảng kinh doanh của cha mẹ điều tiết cả mối quan hệ giữa sáng tạo xã hội và YĐKN; cụ thể, mối quan hệ này mạnh hơn ở những sinh viên có cha mẹ có kinh nghiệm khởi nghiệp. Mặt khác, nghiên cứu cũng cho thấy ở nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh, mối quan hệ giữa thái độ và YĐKN mạnh hơn đáng kể so với nhóm không có nền tảng này. Điều này cho thấy các cá nhân trưởng thành trong môi trường gia đình kinh doanh thường có xu hướng chuyển hóa thái độ tích cực thành ý định hành động cụ thể nhanh hơn, do họ được tiếp xúc sớm với tư duy kinh doanh, tinh thần chấp nhận rủi ro và niềm tin vào tính khả thi của khởi nghiệp. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước đó (Zapkau và cộng sự, 2015; Carr & Sequeira, 2007), cho rằng nền tảng gia đình đóng vai trò như “vốn xã hội và tâm lý” giúp hình thành thái độ tích cực và củng cố niềm tin vào khả năng thành công khi khởi nghiệp. Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, sự ảnh hưởng này càng rõ rệt khi các thành viên trong gia đình có kinh nghiệm kinh doanh giúp cá nhân nhận thức rõ hơn về cơ hội, thách thức và giá trị của việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động khởi

nghiệp. Do đó, thái độ tích cực đối với khởi nghiệp ở nhóm có nền tảng kinh doanh dễ dẫn đến hành vi dự định hơn.

Mặt khác, nền tảng gia đình kinh doanh có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức về tính dễ sử dụng của công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS, do đó nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H21. Ở nhóm không có nền tảng gia đình kinh doanh, mối quan hệ này mạnh hơn, phản ánh việc cá nhân chưa quen thuộc với hoạt động kinh doanh thường cần cảm nhận rằng công nghệ dễ sử dụng, dễ áp dụng thì mới sẵn sàng khởi nghiệp. Ngược lại, ở nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh, yếu tố “dễ sử dụng” ít ảnh hưởng hơn vì họ vốn có sẵn tự tin, nguồn lực và kinh nghiệm quản trị, giúp giảm bớt rào cản công nghệ. Kết quả này góp phần củng cố luận điểm rằng nền tảng gia đình không chỉ truyền tải vốn văn hóa và xã hội, mà còn điều chỉnh cách cá nhân tiếp cận công nghệ trong quá trình hình thành ý định khởi nghiệp CNS. Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, các bằng chứng thực nghiệm của Wibowo và cộng sự (2024) và Su & Li (2021) cho thấy yếu tố nhận thức tính dễ sử dụng công nghệ có thể thay đổi đáng kể tùy theo trải nghiệm, vốn xã hội và môi trường hỗ trợ mà cá nhân có được. Gia đình kinh doanh thường đóng vai trò là nguồn vốn xã hội đặc biệt, giúp cá nhân phát triển khả năng sử dụng công nghệ hiệu quả và tự tin hơn khi áp dụng vào mô hình kinh doanh mới. Do đó, nền tảng gia đình kinh doanh có thể làm giảm tầm quan trọng tương đối của yếu tố Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS.

Mặt khác, nghiên cứu bác bỏ các giả thuyết H17, H18, H19, và H20 về nền tảng gia đình kinh doanh không có vai trò điều tiết các mối quan hệ giữa Nhận thức kiểm soát hành vi, Năng lực CNS, Kiến thức về khởi nghiệp CNS, và Trải nghiệm CNS đối với ý định khởi nghiệp CNS. Điều này hàm ý rằng, dù cá nhân có xuất thân từ gia đình có truyền thống kinh doanh hay không, các yếu tố năng lực và nhận thức về công nghệ vẫn tác động đến YĐKN theo cơ chế tương tự. Trong bối cảnh chuyển đổi số và học tập công nghệ diễn ra phổ biến, năng lực và trải nghiệm công nghệ không còn phụ thuộc mạnh vào nền tảng gia đình. Các kỹ năng và tri thức CNS ngày nay chủ yếu được hình thành thông qua giáo dục chính quy, môi trường học thuật, và trải nghiệm cá nhân trên nền tảng số, hơn là qua kinh nghiệm truyền thống trong gia đình (Wibowo

và cộng sự, 2024). Do đó, nền tảng gia đình kinh doanh không còn là yếu tố khuếch đại hay làm suy giảm ảnh hưởng của năng lực và trải nghiệm công nghệ đến YĐKN.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng bác bỏ giả thuyết H22 về vai trò điều tiết của nền tảng gia đình kinh doanh đối với mối quan hệ giữa Nhận thức tính hữu ích của công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS. Nhận thức về tính hữu ích của công nghệ mang tính phổ biến và được hình thành thông qua việc tiếp xúc với công nghệ trong đời sống, nên ít chịu ảnh hưởng từ yếu tố nền tảng gia đình. Nghiên cứu như của Putro & Takahashi (2024) cũng chỉ ra rằng động lực nhận thức về công nghệ thường mang tính cá nhân, phản ánh niềm tin chủ quan hơn là tác động từ môi trường gia đình. Sahputri và cộng sự (2023) cho rằng định hướng kinh doanh của gia đình không có tác động điều tiết đáng kể lên mối quan hệ giữa giáo dục khởi nghiệp và YĐKN. Điều này chứng tỏ rằng mặc dù nền tảng gia đình kinh doanh có thể mang lại một môi trường thuận lợi cho việc phát triển kỹ năng và sự hiểu biết kinh doanh, nhưng trong một số trường hợp, nó không đóng vai trò điều tiết quan trọng. Mặt khác, một số nghiên cứu khác cho thấy nền tảng gia đình đóng vai trò tác động trực tiếp thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS (Nguyễn và Nguyễn, 2024; Diệu và cộng sự, 2022).

Về vấn đề vai trò điều tiết của nền tảng gia đình đối với các mối quan hệ không có ý nghĩa thống kê, nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn lại chuyên gia để tìm hiểu lý do. Một số chuyên gia cho rằng nền tảng gia đình kinh doanh thường ảnh hưởng mạnh đến yếu tố thái độ và định hướng giá trị nghề nghiệp, hơn là năng lực hay kỹ năng công nghệ. Hơn nữa, các chuyên gia khẳng định rằng nền tảng gia đình thường tác động gián tiếp thông qua các giá trị, sự tự tin hoặc định hướng dài hạn, thay vì can thiệp trực tiếp vào mối quan hệ giữa trải nghiệm công nghệ, năng lực CNS và ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này phù hợp với lập luận của Baron & Kenny (1986) về việc các hiệu ứng điều tiết thường mang tính tinh tế và phụ thuộc vào bối cảnh. Bên cạnh đó, bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ tại Việt Nam khiến vai trò của công nghệ được quy định nhiều bởi môi trường giáo dục và nghề nghiệp, hơn là nguồn lực từ gia đình, do đó làm suy yếu hiệu ứng điều tiết. Chuyên gia cũng nhấn mạnh đến đặc điểm mẫu khảo sát học viên cao học có điều kiện giáo dục và hỗ trợ gia đình tương đối đồng đều, có thể làm giảm độ biến thiên của biến điều tiết, từ đó hạn chế khả năng phát hiện tương tác

thống kê (Cohen, 1990). Điều này cho thấy kết quả “không có ý nghĩa” trong phân tích định lượng có thể bắt nguồn từ hạn chế của mẫu hơn là bản chất của mối quan hệ.

Vì vậy, kết quả nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng chỉ ra biến điều tiết của nền tảng gia đình lên các yếu tố mang tính tâm lý (như thái độ), nhưng không điều tiết rõ ràng các yếu tố mang tính kỹ thuật hoặc chức năng công nghệ. Kết quả này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phát triển thái độ tích cực và xây dựng các chương trình giáo dục khởi nghiệp chất lượng để thúc đẩy YĐKN, bất kể nền tảng gia đình của cá nhân. Do đó, việc tích hợp kết quả định tính giúp làm sáng tỏ rằng sự “không có ý nghĩa thống kê” trong phân tích không đồng nghĩa với việc nền tảng gia đình không có vai trò điều tiết, mà có thể xuất phát từ đặc điểm mẫu, từ bản chất gián tiếp của ảnh hưởng gia đình, hoặc do những yếu tố văn hóa - xã hội đang thay đổi.

Bảng 4.12. Tổng hợp kết quả kiểm định các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	Kết quả
H1	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H2	Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.	Chấp nhận
H3	Năng lực CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H3a	Năng lực CNS có tác động tích cực đến Thái độ đối với Ý định khởi nghiệp CNS.	Chấp nhận
H3b	Năng lực CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi	Chấp nhận
H4	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H4a	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H4b	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi	Chấp nhận
H5	Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H5a	Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H5b	Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi	Chấp nhận
H6	Nhận thức về tính hữu ích tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận

Giả thuyết	Mối quan hệ	Kết quả
H6a	Nhận thức về tính hữu ích tác động tích cực đến Thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H7	Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H7a	Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động tích cực đến Thái độ đối với ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H8	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS và Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H9	Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H10	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H11	Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H12	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H13	Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H14	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Nhận thức tính hữu ích của công nghệ đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H15	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ đến Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H16	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Thái độ đối với Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H17	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức kiểm soát hành vi đối với Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H18	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Năng lực CNS đối với Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H19	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đối với Ý định khởi nghiệp CNS.	Bác bỏ
H20	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Trải nghiệm CNS đối với Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ
H21	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ đối với Ý định khởi nghiệp CNS	Chấp nhận
H22	Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức tính hữu ích của công nghệ đối với Ý định khởi nghiệp CNS	Bác bỏ

Tóm tắt chương 4

Chương 4 trình bày kết quả phân tích dữ liệu thu thập được từ khảo sát thực tiễn nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu đã đề xuất. Trước tiên, mô tả đặc điểm mẫu nghiên cứu, bao gồm các thông tin về độ tuổi, giới tính, chuyên ngành, và mức độ quan tâm đến các lĩnh vực khác nhau của những người tham gia khảo sát. Tiếp theo, trình bày kết quả kiểm định tính giá trị và độ tin cậy của thang đo, sự phù hợp của mô hình đo lường. Sau khi xác nhận thang đo, mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả cho thấy hầu hết các giả thuyết đều được chấp nhận với ý nghĩa thống kê. Chương này cũng thực hiện kiểm định các mối quan hệ trung gian của các biến quan sát, vai trò điều tiết của nền tảng gia đình. Các phân tích này cung cấp cơ sở để đưa ra các khuyến nghị thực tiễn phù hợp trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

5.1. Kết luận

Nghiên cứu về ý định khởi nghiệp đã trở thành chủ đề thu hút sự quan tâm của giới học giả nhưng rất ít tài liệu về ý định khởi nghiệp CNS. Các tài liệu nghiên cứu về chủ đề này vẫn còn sơ khai và mang tính chất gợi ý. Một số bằng chứng thực nghiệm đã chứng minh mối quan hệ giữa kiến thức và ý định khởi nghiệp (Richter và cộng sự, 2017; Tshikovhi & Shambare, 2015). Kết quả từ nghiên cứu này đóng góp vào nguồn dữ liệu khai thác ý định khởi nghiệp CNS bằng cách nhấn mạnh tác động của các yếu tố ở cấp độ cá nhân, bao gồm năng lực CNS và trải nghiệm CNS. Do đó, nghiên cứu đã ứng dụng TPB kết hợp TAM để giải thích cơ chế dẫn đến việc hình thành ý định thành lập một doanh nghiệp hoạt động trên nền tảng CNS, và chứng minh bằng thực nghiệm rằng năng lực CNS và Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đóng vai trò tác động tích cực đến thái độ đối với ý định và nhận thức kiểm soát hành vi. Bên cạnh đó, nhận thức tính hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng có vai trò quan trọng trong việc định hình ý định khởi nghiệp CNS. Đây được xem là những yếu tố quyết định quan trọng của ý định khởi nghiệp. Kết quả này có ý nghĩa rất quan trọng từ góc độ hành vi ý định vì chúng cho thấy rằng năng lực CNS và sự hiểu biết là các yếu tố quyết định quan trọng về mặt chiến lược đối với việc ra quyết định kinh doanh. Do đó, việc thúc đẩy năng lực CNS và sự hiểu biết về khởi nghiệp không chỉ dẫn đến nguồn hỗ trợ cao hơn cho các chuyên gia CNTT trong thế giới số hóa, mà còn làm tăng khả năng xuất hiện các tập đoàn khổng lồ như Apple, Facebook hoặc Google trong tương lai. Do đó, để đánh giá tiềm năng mở rộng và khả năng tăng trưởng của một dự án kinh doanh mới, không chỉ xem xét ý tưởng và triển vọng thị trường mà còn ngày càng tập trung vào năng lực CNS của nhóm sáng lập để đánh giá ý định, động lực và do đó, quan điểm tăng trưởng về mặt quốc tế hóa.

Những phát hiện trên có một số ý nghĩa hữu ích về mặt cả lý thuyết và thực tiễn, mở rộng tài liệu tham khảo về khởi nghiệp bằng cách nghiên cứu ý định khởi nghiệp CNS. Nghiên cứu cũng giúp phát hiện vai trò của sự hiểu biết khởi nghiệp và năng lực trong việc định hình ý định nghề nghiệp kinh doanh CNS thông qua việc phát triển một mô hình ý định tích hợp dựa trên TPB và TAM. Kết quả xác nhận tác động mạnh mẽ của thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi đối với ý định khởi nghiệp CNS của

người học. Theo nghĩa này, các chính sách khuyến khích tinh thần khởi nghiệp CNS nên tập trung nhiều hơn vào việc cải thiện các yếu tố quyết định ý định kinh doanh. Liên quan đến vấn đề này, nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng các biện pháp can thiệp tập trung vào các đặc điểm tâm lý như được mô tả trong mô hình TPB có hiệu quả trong việc thay đổi ý định và hành vi ở những người tham gia, những người trước khi can thiệp, không nghĩ đến việc thực hiện hành vi hoặc không muốn thực hiện (Fishbein và Ajzen, 2005).

Kết quả của nghiên cứu đã chỉ ra mức độ ảnh hưởng của các tiền đề khác nhau của ý định khởi nghiệp CNS. Phát hiện này phù hợp với khẳng định của Fishbein và Ajzen (2010), những người cho rằng các tiền đề của hành vi có thể thay đổi đáng kể và đôi khi thậm chí không đáng kể tùy thuộc vào các yếu tố tình huống và bối cảnh. Trong số hai tiền đề của TPB được đưa vào mô hình, nhận thức kiểm soát hành vi và thái độ đóng vai trò quan trọng đối với việc dự đoán ý định khởi nghiệp CNS. Bên cạnh đó mối quan hệ trung gian của thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi cũng được chứng minh đối với việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS thông qua các yếu tố truyền dẫn khác. Hơn nữa, hai thành tố của TAM cũng đã chứng minh vai trò trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS, theo đó cảm nhận về tính hữu ích có tác động ngược chiều lên ý định. Do đó, có thể việc đưa ra quyết định về sự nghiệp kinh doanh liên quan đến CNS của người học có tầm quan trọng nếu dựa vào tính hữu ích của công nghệ có thể phản tác dụng. Ngoài ra, nền tảng gia đình kinh doanh đóng vai trò điều tiết quan trọng đối với mối quan hệ giữa thái độ đối ý định khởi nghiệp CNS, giữa nhận thức về tính dễ sử dụng của công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS. Điều này cũng chứng minh xuất thân gia đình kinh doanh làm nền tảng vững chắc cho việc định hình thái độ mạnh mẽ đối với ý định so với đối tượng không có nền tảng này.

Hơn nữa, kết quả chỉ ra rằng tinh thần khởi nghiệp có thể được thúc đẩy không chỉ thông qua các biện pháp cụ thể về thúc đẩy, nâng cao ý chí mà còn thông qua việc tăng cường năng lực cũng như sự hiểu biết về CNS. Điều này không chỉ có ý nghĩa đối với những người đã hiện thực hóa các ý tưởng mà còn đối với các nhà hoạch định quan tâm đến việc củng cố tinh thần và thái độ khởi nghiệp cũng như định hướng phát triển ra thế giới của doanh nghiệp. Cho nên, việc tăng cường năng lực CNS có thể là giải pháp hiệu quả để thực hiện lý tưởng này. CNS mở ra “ranh giới nội bộ và rào cản phân

cấp” (Bell & Loane, 2010) trong công ty, dẫn đến việc tiếp cận thông tin và sự hiểu biết quan trọng về thị trường nước ngoài dễ dàng hơn.

5.2. Đóng góp của luận án

5.2.1. Đóng góp về mặt lý luận

Thứ nhất, nghiên cứu vận dụng và tích hợp hai mô hình lý thuyết nền tảng là Mô hình Chấp nhận công nghệ và Lý thuyết hành vi có kế hoạch vào trong một mô hình nghiên cứu thống nhất nhằm giải thích ý định khởi nghiệp CNS. Sự tích hợp này đã khắc phục phần nào các hạn chế của từng mô hình đơn lẻ và nâng cao khả năng giải thích hành vi trong bối cảnh đặc thù của thời đại chuyển đổi số. Đây là một hướng tiếp cận có giá trị lý luận, phù hợp với xu hướng mở rộng mô hình hành vi trong nghiên cứu hiện đại (Ajzen, 1991; Venkatesh & Davis, 2000; Liñán & Fayolle, 2015).

Thứ hai, nghiên cứu đã kiểm định thực nghiệm mối quan hệ giữa các biến trong mô hình kết hợp, như nhận thức về tính hữu ích, nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ, thái độ đối với khởi nghiệp, nhận thức kiểm soát hành vi, các yếu tố khác bao gồm sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm CNS, từ đó làm rõ cơ chế tác động lẫn nhau giữa các yếu tố này trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS. Các kết quả này góp phần mở rộng kho tàng nghiên cứu về hành vi khởi nghiệp trong bối cảnh chuyển đổi số – một chủ đề còn khá mới tại các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

Thứ ba, nghiên cứu góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm trong lĩnh vực khởi nghiệp CNS tại Việt Nam – một thị trường đang có sự phát triển nhanh chóng về công nghệ nhưng còn thiếu các nghiên cứu học thuật chuyên sâu. Qua đó, luận án góp phần thu hẹp khoảng cách giữa lý thuyết quốc tế và bối cảnh địa phương, đồng thời tạo tiền đề cho việc xây dựng các mô hình lý thuyết đặc thù phù hợp với thực tiễn trong nước.

Thứ tư, nghiên cứu kiểm tra và góp phần cung cấp thêm bằng chứng về mối quan hệ trung gian và điều tiết của các tiền đề thuộc mô hình hành vi có kế hoạch là nhận thức kiểm soát hành vi và thái độ đối với khởi nghiệp trong bối cảnh khởi nghiệp CNS mà vẫn còn thiếu vắng trong các nghiên cứu trước đây. Đồng thời, nghiên cứu cũng góp phần củng cố thêm kết quả tác động của các yếu tố thuộc về công nghệ như năng

lực về CNS có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS mà các nghiên cứu trước đây chưa làm sáng tỏ.

Thứ năm, hầu hết đối tượng nghiên cứu trước đây về YĐKN là sinh viên. Nghiên cứu này bổ sung vào nguồn dữ liệu về đối tượng nghiên cứu là người học bậc sau đại học, những người đã có kinh nghiệm thực tiễn và hoàn toàn ý thức được về việc lựa chọn con đường sự nghiệp trong tương lai.

5.2.2. Đóng góp về mặt thực tiễn

Bên cạnh các đóng góp mang tính lý luận như đã nêu, luận án còn mang lại một số giá trị thực tiễn đáng kể.

Thứ nhất, kết quả nghiên cứu giúp nhận diện rõ các yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của cá nhân, từ đó cung cấp cơ sở khoa học để xây dựng các chương trình đào tạo, tư vấn, hay hỗ trợ khởi nghiệp, đặc biệt trong các cơ sở giáo dục đại học, trung tâm đổi mới sáng tạo, và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp.

Thứ hai, thông qua việc phân tích vai trò của yếu tố công nghệ (theo mô hình TAM) và yếu tố tâm lý – xã hội (theo TPB), nghiên cứu giúp các nhà hoạch định chính sách hiểu rõ hơn nhu cầu và rào cản mà những cá nhân khởi nghiệp gặp phải khi tiếp cận hoạt động khởi nghiệp CNS. Từ đó, có thể đề xuất các chính sách hỗ trợ phù hợp về vốn, đào tạo kỹ năng số, nâng cao nhận thức và khơi dậy tinh thần đổi mới sáng tạo.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu cũng có thể được sử dụng làm cơ sở tham chiếu cho các doanh nghiệp, tổ chức trung gian hoặc nhà đầu tư trong việc thiết kế các chương trình hỗ trợ, vườn ươm, hoặc cố vấn khởi nghiệp CNS sao cho phù hợp với tâm lý và kỳ vọng của các nhà khởi nghiệp tiềm năng. Trong đó, nghiên cứu chỉ ra tầm quan trọng của hành vi chấp nhận sử dụng các loại công nghệ có thể đóng góp tích cực vào việc nâng cao ý định khởi nghiệp CNS cùng với các yếu tố thúc đẩy quan trọng khác liên quan đến nâng cao năng lực CNS cho các nhà khởi nghiệp tương lai.

Từ đó, nghiên cứu tập trung đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy ý định khởi nghiệp công nghệ số của người học tại Việt Nam.

5.3. Hàm ý quản trị

5.3.1. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của thái độ tích cực đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng thái độ tích cực đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS. Do đó, các hàm ý quản trị cần tập trung vào việc định hình nhận thức, nâng cao năng lực và tạo môi trường thuận lợi nhằm thúc đẩy hành vi khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ. Trước hết, việc xây dựng thái độ tích cực đối với hoạt động khởi nghiệp CNS cần được thực hiện thông qua các chương trình giáo dục và truyền thông có hệ thống. Để nâng cao nhận thức kiểm soát hành vi, là yếu tố phản ánh niềm tin của cá nhân vào khả năng thực hiện hành vi khởi nghiệp, các chính sách cần hướng tới việc phát triển kỹ năng và tăng cường trải nghiệm thực tiễn. Giáo dục khởi nghiệp có thể thiết kế các nhiệm vụ và hoạt động học tập đặc biệt tập trung vào việc giúp sinh viên làm quen với các quan điểm tư duy thiết kế và phương pháp khởi nghiệp tinh gọn (Mir và cộng sự, 2023). Cụ thể, các chương trình đào tạo khởi nghiệp nên tập trung vào việc cung cấp kiến thức và kỹ năng thực hành liên quan đến CNS, như ứng dụng trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu, phát triển nền tảng kỹ thuật số, hoặc thương mại điện tử. Đồng thời, cần mở rộng các cơ hội tiếp cận nguồn lực khởi nghiệp như tài chính, cố vấn chuyên môn, và hỗ trợ pháp lý thông qua mạng lưới vườn ươm, trung tâm khởi nghiệp và các quỹ hỗ trợ đổi mới sáng tạo.

Các cơ quan hoạch định chính sách nên xây dựng các chương trình hỗ trợ có tính cá nhân hóa, phù hợp với năng lực và hoàn cảnh của từng nhóm đối tượng, bao gồm sinh viên, người chuyển đổi nghề, hoặc các nhóm yếu thế trong xã hội. Việc thiết kế chính sách phân tầng sẽ giúp tối ưu hóa hiệu quả hỗ trợ và tăng cường khả năng kiểm soát hành vi khởi nghiệp trong bối cảnh ngày càng số hóa của nền kinh tế Việt Nam.

Sự gia tăng trong ý định khởi nghiệp CNS đã dẫn đến sự hình thành các hệ sinh thái khởi nghiệp CNS, trong đó các trường đại học đóng vai trò là những trụ cột thể chế then chốt (Liang và cộng sự, 2025). Kết quả nghiên cứu chỉ ra thái độ tích cực đối với khởi nghiệp, nhận thức kiểm soát hành vi và năng lực CNS có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS. Do vậy, việc đầu tiên là các cơ sở giáo dục cần tăng cường nhận thức và kiến thức cơ bản về khởi nghiệp cho sinh viên. Theo Elia và cộng sự (2020), các trường đại học không chỉ cung cấp kiến thức và cơ sở hạ tầng mà còn đóng vai trò trung tâm trong việc định hình tư duy khởi nghiệp và năng lực số cho sinh viên. Bước đầu tiên để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp là tăng cường nhận thức và

kiến thức của sinh viên về các khái niệm cơ bản của khởi nghiệp và kinh doanh. Các nghiên cứu đã khẳng định sự hiểu biết khởi nghiệp ảnh hưởng đến sự ra đời của các công ty khởi nghiệp và sự phát triển của các doanh nghiệp CNS (Xie và cộng sự, 2018). Cần nỗ lực để tăng cường sự sẵn lòng của cá nhân đối với khởi nghiệp, nâng cao trình độ công nghệ thông tin và kiến thức của sinh viên sẽ làm tăng mức độ sẵn lòng của họ để bắt đầu kinh doanh CNS. Tại các cơ sở giáo dục đại học, nghiên cứu xem xét xây dựng các chương trình đào tạo đặc thù về khởi nghiệp. Bởi vì, sự hiểu biết và năng lực về CNS được xây dựng thông qua giáo dục khởi nghiệp hiệu quả và cung cấp cho sinh viên nhiều kiến thức về CNS khác nhau (Secundo và cộng sự, 2021). Thực tế cho thấy sinh viên gặp nhiều khó khăn trong quá trình khởi nghiệp. Các trường đại học còn trang bị cho sinh viên những sự hiểu biết cần thiết để chuẩn bị khởi nghiệp, tạo nhận thức và truyền cảm hứng khởi nghiệp, bồi dưỡng thái độ, xây dựng sự tự tin và coi khởi nghiệp là một lựa chọn nghề nghiệp (Amran và cộng sự, 2013). Các trường đại học cần thành lập các trung tâm hỗ trợ, cộng đồng tư vấn khởi nghiệp nhằm tạo môi trường thuận lợi hỗ trợ sinh viên hiện thực hóa các dự án khởi nghiệp. Hơn nữa, xem xét tổ chức các chương trình đào tạo khởi nghiệp, các chương trình cố vấn từ những doanh nhân thành công trong lĩnh vực công nghệ, giúp các nhà sáng lập mới có được sự hiểu biết thực tiễn và kỹ năng quản lý doanh nghiệp.

5.3.2. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của nhận thức tính hữu ích và nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng nhận thức về tính hữu ích (PU) không có tác động tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi (PBC). Phát hiện này cho thấy, mặc dù cá nhân có thể đánh giá cao lợi ích của CNS đối với hoạt động khởi nghiệp, điều đó không đồng nghĩa với việc họ cảm thấy đủ năng lực hoặc quyền kiểm soát để hiện thực hóa ý định đó. Điều này hàm ý rằng việc nâng cao nhận thức về lợi ích công nghệ, dù cần thiết, là chưa đủ để thúc đẩy hành vi khởi nghiệp nếu thiếu đi các điều kiện hỗ trợ về năng lực, kỹ năng và môi trường thực tiễn. Do đó, chính sách không nên chỉ dừng lại ở việc truyền thông về lợi ích của khởi nghiệp CNS, mà cần song hành với các chương trình tăng cường năng lực thực thi cá nhân. Cụ thể hơn, việc thiết kế các khóa đào tạo kỹ năng số chuyên sâu, hỗ trợ khởi sự doanh nghiệp công nghệ thông qua các nền tảng thực hành (labs, sandbox, incubators), và mở rộng tiếp cận các nguồn lực

tài chính – kỹ thuật sẽ giúp cá nhân gia tăng cảm nhận về khả năng làm chủ quá trình khởi nghiệp. Qua đó, dù cá nhân có nhận thức tích cực về công nghệ, họ mới có thể chuyển hóa nhận thức đó thành hành động khởi nghiệp thực tiễn.

Nhận thức về tính hữu ích cũng là yếu tố quan trọng thúc đẩy YĐKN. Vì vậy, các nhà quản lý cần tập trung vào việc giáo dục và đẩy mạnh truyền thông về lợi ích mà công nghệ mang lại cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Do đó, cần phải xây dựng các chương trình đào tạo, hội thảo chuyên sâu về cách ứng dụng CNS trong quản lý và vận hành doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nhận thức về tính dễ sử dụng cũng là yếu tố ảnh hưởng đến ý định và quyết định khởi nghiệp, do các doanh nhân thường bị cản trở bởi sự phức tạp trong việc tiếp cận và sử dụng công nghệ mới. Giải pháp đề xuất là cần phải thiết kế và cung cấp các nền tảng công nghệ thân thiện và dễ dàng tích hợp vào quy trình kinh doanh của các nhà khởi nghiệp. Đồng thời, nhà nước cần xây dựng chính sách nhất quán, đồng bộ từ các cấp, tạo môi trường thuận lợi nhất cho hoạt động khởi nghiệp. Về thực tiễn đòi hỏi phải nâng cấp, trang bị đầy đủ, toàn diện hệ thống CNTT so với sự phát triển của khoa học công nghệ. Hơn nữa, sự tin tưởng vào tính an toàn, ổn định và bảo mật của các loại công nghệ mới có ảnh hưởng đáng kể đến YĐKN. Do đó, các nhà hoạch định chính sách phải xây dựng và phổ biến các chính sách và quy định nhằm bảo đảm an ninh mạng, bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư cho các doanh nghiệp khởi nghiệp CNS. Ngoài các yếu tố liên quan trực tiếp đến công nghệ, môi trường hỗ trợ khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy YĐKN. Do đó, các quỹ đầu tư và cộng đồng hỗ trợ khởi nghiệp có thể tham gia tạo điều kiện thuận lợi cho việc khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ.

Nhận thức về tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc định hình tư duy và ý định khởi nghiệp CNS. Do đó, việc chú trọng trao dồi kiến thức bổ trợ và Kỹ năng thực hành các loại công nghệ trong hệ thống giáo dục đại học là cần thiết. Khi công nghệ số đang định hình lại nền kinh tế toàn cầu, việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS trong sinh viên đã trở thành một mục tiêu giáo dục cấp bách (Liang và cộng sự, 2025). Các tổ chức giáo dục, đặc biệt là các trường đại học, cần chú trọng đến việc cải thiện và phát triển loại kiến thức và kỹ năng liên quan đến công nghệ. Khởi nghiệp không chỉ đòi hỏi kiến thức (khoa học) mà còn cần những ý tưởng mới, kỹ năng mới, và những hành vi và nghệ thuật mới. Việc giảng dạy nhằm

nâng cao sự sáng tạo, kỹ năng giải quyết vấn đề, đồng thời tích cực tích hợp nội dung về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và công nghệ số vào chương trình đào tạo chính khóa, đưa các môn học liên quan đến công nghệ vào tất cả các ngành học tại các trường đại học có thể góp phần nâng cao kiến thức và kỹ năng khởi nghiệp CNS của sinh viên. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của chương trình giảng dạy khởi nghiệp trải nghiệm, tích hợp phát triển kỹ năng số và tham gia mạng xã hội có mục đích để nuôi dưỡng sự sẵn sàng khởi nghiệp trong thời đại số (Liang và cộng sự, 2025). Như Zulfiqar và cộng sự (2025) đã khẳng định việc tích hợp các công cụ AI vào phương pháp giảng dạy đã cải thiện đáng kể thái độ và khả năng học tập khởi nghiệp của sinh viên. Các chương trình giáo dục khởi nghiệp cần được thiết kế dựa trên cách tiếp cận toàn diện và tổng thể, đồng thời phải đáp ứng nhu cầu thay đổi của môi trường kinh doanh xung quanh. Hơn nữa, việc nâng cao kiến thức và kỹ năng cần thiết cho hoạt động khởi nghiệp trong không gian kỹ thuật số có thể giảm bớt rủi ro, từ đó giúp tăng cường ý định khởi nghiệp,

5.3.3. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS

Nghiên cứu đã chứng minh vai trò tác động của sự hiểu biết về khởi nghiệp đối với thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi, qua đó tác động gián tiếp lên ý định khởi nghiệp CNS. Điều này ngụ ý rằng các sáng kiến liên quan đến giáo dục nên cân nhắc vấn đề này để thúc đẩy sự xuất hiện của hoạt động kinh doanh trong không gian kỹ thuật số. Tầm quan trọng của sự hiểu biết có được từ giáo dục khởi nghiệp có thể thúc đẩy ý định khởi nghiệp (Karyaningsih và cộng sự, 2020). Sự hiểu biết về khởi nghiệp đã được chứng minh là nguồn hỗ trợ cho sinh viên trong việc điều hành doanh nghiệp CNS, đàm phán, phát triển sản phẩm và đánh giá rủi ro (Xie và cộng sự, 2018; Shane & Nicolaou, 2013). Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, có sự hiểu biết và năng lực về khởi nghiệp CNS đầy đủ có thể phát triển các sản phẩm/dịch vụ tốt hơn để đáp ứng thị hiếu và nhu cầu của thị trường. Các nhà hoạch định chính sách và nhà giáo dục nên cân nhắc những gì họ có thể làm để nâng cao trình độ năng lực kinh doanh của sinh viên, đặc biệt là kiến thức của họ về môi trường kinh doanh và các khía cạnh khác nhau của việc khởi nghiệp và quản lý một doanh nghiệp CNS. Các biện pháp có thể bao gồm nâng cao nhận thức của sinh viên về các hệ thống hỗ trợ thông qua phương

tiện truyền thông và tăng cường kiến thức cho họ về các khía cạnh khởi nghiệp kinh doanh CNS thông qua các hoạt động giáo dục khác nhau như hội nghị, hội thảo chuyên đề và các khóa đào tạo chính thức tại trường đại học (Linan và cộng sự, 2013; Souitaris và cộng sự, 2007). Điều này có ý nghĩa rất lớn đối với cả các nhà giáo dục và các nhà hoạch định chính sách. Khi hiểu được vai trò của sự hiểu biết về khởi nghiệp trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS thông qua việc phát triển mô hình ý định tích hợp dựa trên TPB và TAM. TPB đã tính toán đầy đủ các tác động gián tiếp của thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi trong mối quan hệ với các yếu tố ngoại cảnh khác (Farani, 2017).

5.3.4. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Năng lực CNS

Kết quả nghiên cứu đã chứng minh yếu tố năng lực CNS đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS. Cho nên chính sách của nhà nước bao gồm xem xét đưa nội dung giáo dục khởi nghiệp vào chương trình giáo dục càng sớm càng tốt để có thể nuôi dưỡng và hình thành tinh thần khởi nghiệp cho người học. Vì vậy, quá trình đổi mới hệ thống giáo dục theo hướng phải gắn giáo dục đào tạo với hoạt động thực tiễn, thúc đẩy tinh thần và văn hóa khởi nghiệp là điều kiện tiên quyết. Đồng thời, cần phải trang bị đầy đủ, hiện đại hệ thống thông tin về giáo dục khởi nghiệp, các chương trình giáo dục kỹ năng nhằm nâng cao năng lực cho người học về sự hiểu biết liên quan đến CNTT và CNS. Việc nâng cao kiến thức của sinh viên về môi trường khởi nghiệp và các khía cạnh khác nhau của việc bắt đầu và quản lý một doanh nghiệp kỹ thuật số được coi là quan trọng đối với các nhà hoạch định chính sách và giáo dục để thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp trong không gian kỹ thuật số.

Các trường đại học cũng cần tạo lập môi trường hỗ trợ và hướng dẫn thực hành nghề nghiệp thực tế cho sinh viên nhằm gia tăng thái độ hành vi này. Là những người của thế hệ công nghệ, sinh viên đại học được trang bị đầy đủ công nghệ độc đáo để khai thác môi trường linh hoạt trực tuyến cho việc học tập và thực hành hoạt động khởi nghiệp (Teo, 2016). Trường đại học cần chú trọng khuyến khích làm việc nhóm và thúc đẩy sự hợp tác, phối hợp giữa các cá nhân trong việc học tập phù hợp với điều kiện của các đối tượng người học, cung cấp các nền tảng và cơ sở hạ tầng cần thiết cho việc phát triển các ý tưởng kinh doanh có thể làm tăng mong muốn của cá nhân để tham gia vào hoạt động kinh doanh độc lập. Bên cạnh đó, còn mời các doanh nhân đến

nói chuyện tại các trường đại học hoặc thông qua các lớp đào tạo khởi nghiệp và tổ chức các buổi hỏi đáp với họ có thể củng cố kiểm soát hành vi nhận thức được ở sinh viên. Vinh danh và giới thiệu các doanh nhân thành công có thể tạo ra các yếu tố động lực cần thiết cho sinh viên và thể hiện sự coi trọng đối với các hoạt động khởi nghiệp. Các hoạt động ngoại khóa như cuộc thi khởi nghiệp, diễn đàn khởi nghiệp trẻ, và chia sẻ kinh nghiệm từ các doanh nhân thành công có thể góp phần nuôi dưỡng tinh thần dám nghĩ, dám làm và thúc đẩy thái độ tích cực đối với khởi nghiệp trong người học.

Bởi vì môi trường giáo dục đại học đóng vai trò quan trọng trong việc định hình động lực khởi nghiệp cho sinh viên (Ngo và cộng sự, 2025). Khuyến khích sinh viên tham quan các dự án khởi nghiệp thành công, mời doanh nhân chia sẻ kinh nghiệm về việc khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến và nghiên cứu các mô hình kinh doanh kỹ thuật số thành công. Các dịch vụ hỗ trợ và tư vấn cần được cung cấp bởi ban quản lý các trung tâm giáo dục để tạo cơ hội kết nối với những cá nhân thành công và doanh nhân, đồng thời tạo điều kiện cho các tương tác xã hội của sinh viên trong khuôn khổ làm việc nhóm, từ đó xây dựng nền tảng niềm tin và thái độ tích cực đối với khởi nghiệp.

5.3.5. Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò điều tiết của nền tảng gia đình

Một phát hiện đáng chú ý từ nghiên cứu là nền tảng gia đình kinh doanh có vai trò điều tiết quan trọng đối với mối quan hệ giữa thái độ khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp CNS. Các trường đại học, đặc biệt là bậc sau đại học, nên xây dựng chương trình đào tạo và tư vấn khởi nghiệp có tính cá nhân hóa, phản ánh sự khác biệt trong nền tảng gia đình. Điều này giúp giảm khoảng cách về nhận thức và thái độ giữa những người có và không có xuất thân từ gia đình kinh doanh. Hơn nữa, có nền tảng gia đình kinh doanh cũng không điều tiết lên mối quan hệ giữa năng lực công nghệ số, trải nghiệm công nghệ, nhận thức tính hữu ích của công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS. Điều này cho thấy rằng, mặc dù các cá nhân có thể xuất thân từ gia đình có truyền thống kinh doanh, yếu tố này không nhất thiết làm gia tăng (hay làm giảm) mức độ ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS. Phát hiện này có thể được lý giải bởi sự khác biệt giữa khởi nghiệp truyền thống và khởi nghiệp công nghệ số, trong đó yếu tố chuyên môn công nghệ, đổi mới sáng tạo và môi trường kỹ thuật số đóng vai trò quyết định hơn là kinh nghiệm kinh doanh thuần túy từ gia đình. Hơn nữa, sự phát

triển nhanh chóng của các mô hình kinh doanh số và nền tảng công nghệ mới đòi hỏi những kiến thức, kỹ năng và tư duy vượt ra khỏi phạm vi kinh nghiệm truyền thống mà các doanh nghiệp gia đình thường cung cấp. Về mặt chính sách, điều này hàm ý rằng các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp công nghệ số không nên giả định rằng những cá nhân có nền tảng gia đình kinh doanh sẽ có lợi thế nổi trội. Thay vào đó, chính sách cần được thiết kế hướng đến bình đẳng cơ hội, tập trung vào năng lực cá nhân, mức độ sẵn sàng công nghệ và khả năng học hỏi nhanh, đặc biệt trong người học. Việc tạo lập môi trường học tập trải nghiệm, hỗ trợ mentor công nghệ và kết nối mạng lưới chuyên môn sẽ có giá trị thiết thực hơn trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS.

Ngoài ra, nền tảng gia đình có thể ảnh hưởng sâu sắc đến YĐKN của các cá nhân, đặc biệt liên quan đến CNS. Các hàm ý quản trị từ vai trò của gia đình bao gồm việc hỗ trợ về mặt tài chính, tâm lý, đồng thời khuyến khích cá nhân về chấp nhận sự đổi mới và chịu những rủi ro có thể xảy ra. Từ đó, các nhà quản lý và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp cần xây dựng các chương trình và chính sách nhằm khuyến khích gia đình đóng vai trò tích cực trong việc hỗ trợ các cá nhân khởi nghiệp.

5.4. Hạn chế và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo

5.4.1. Hạn chế của luận án

Bên cạnh những đóng góp lý luận và thực tiễn, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định cần được nhìn nhận một cách khách quan.

Thứ nhất, mặc dù mô hình nghiên cứu kết hợp giữa Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) và Lý thuyết Hành vi có kế hoạch (TPB) đã cho thấy khả năng giải thích khá tốt đối với ý định khởi nghiệp CNS, song mô hình vẫn chưa bao quát hết các yếu tố mang tính bối cảnh như ảnh hưởng từ hệ sinh thái khởi nghiệp, môi trường pháp lý, sự hỗ trợ từ các tổ chức trung gian hay khả năng tiếp cận nguồn vốn. Việc chưa tích hợp các yếu tố này có thể khiến mô hình bị giới hạn về mặt ứng dụng trong các tình huống thực tế phức tạp hơn.

Thứ hai, đối tượng khảo sát trong nghiên cứu chủ yếu là người học tại Thành phố Hồ Chí Minh. Do đó, tính đại diện của mẫu còn hạn chế, có thể ảnh hưởng đến khả năng khái quát hóa kết quả nghiên cứu ra toàn bộ quần thể người có tiềm năng khởi nghiệp CNS tại Việt Nam.

Thứ ba, như Krueger và cộng sự (2000) đã nêu: “các mô hình nghiên cứu tập trung nhiều vào dự định mà bỏ qua quá trình khởi sự kinh doanh từ dự định tới hành vi tạo lập doanh nghiệp”. Nghiên cứu này chỉ dừng lại ở việc khám phá ý định hành vi khởi nghiệp, chưa phản ánh được hành động hay quyết định khởi nghiệp thực tế của cá nhân. Trong khi đó, thách thức lớn nhất trong nghiên cứu về khởi nghiệp là nghiên cứu quá trình khởi sự từ dự định cho tới hành vi khởi sự kinh doanh (Fayolle và Linan, 2014).

5.4.2. Đề xuất hướng nghiên cứu

Từ những hạn chế nêu trên, các hướng nghiên cứu tiếp theo có thể được đề xuất như sau:

Thứ nhất, mô hình nghiên cứu nên được mở rộng bằng cách tích hợp các yếu tố bối cảnh như năng lực đổi mới sáng tạo, mức độ số hóa tại địa phương, hoặc mức độ sẵn sàng công nghệ của thị trường (Autio và cộng sự, 2014). Việc mở rộng mô hình không chỉ giúp tăng độ bao phủ lý thuyết mà còn tạo nền tảng cho việc đề xuất các chính sách hỗ trợ phù hợp với thực tiễn Việt Nam.

Thứ hai, cần đa dạng hóa đối tượng nghiên cứu bằng cách khảo sát các nhóm đã và đang khởi nghiệp công nghệ số trong thực tế, chẳng hạn như các startup trong giai đoạn gọi vốn, vườn ươm khởi nghiệp hoặc các cá nhân trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Điều này sẽ giúp kiểm chứng mô hình trong bối cảnh thực tiễn, từ đó nâng cao độ tin cậy và tính ứng dụng của kết quả nghiên cứu (Liñán & Chen, 2009). Mặc dù tác giả đã nỗ lực kiểm soát các biến liên quan, tuy nhiên **các biến gây nhiễu tiềm năng có thể ảnh hưởng đến các mối quan hệ được quan sát**. Các nghiên cứu trong tương lai có thể xem xét toàn diện các biến kiểm soát để phân lập các tác động có liên quan.

Thứ ba, các nghiên cứu trong tương lai có thể đi sâu tìm hiểu cách thức và quá trình đi từ dự định cho đến hành động khởi nghiệp thực tế. Mặc dù khởi nghiệp thực tế cũng cần có một quá trình đủ dài hoặc ngắn để có thể phát triển thành hoạt động kinh doanh từ YĐKN (Shook và cộng sự 2003). Tuy nhiên, nghiên cứu về ý định hành vi vẫn được xem là giai đoạn nghiên cứu có ý nghĩa nhất định vì trên thực tế không có một quyết định hành động nào không được hình thành từ ý định ban đầu.

Tóm tắt chương 5

Chương 5 tổng kết những phát hiện quan trọng từ mô hình nghiên cứu. Trên cơ sở đó, nêu rõ đóng góp của nghiên cứu về mặt lý luận và cả thực tiễn. Tiếp theo, chương này đưa ra các hàm ý chính sách nhằm nâng cao ý định khởi nghiệp công nghệ số cụ thể tại Việt Nam. Cuối cùng, chương 5 đề cập đến hạn chế của nghiên cứu, đồng thời đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo từ giới hạn của nghiên cứu.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC ĐÃ CÔNG BỐ

1. Huỳnh Thị Mỹ Diệu, Huỳnh Thế Nguyễn, Trần Nguyễn Khánh Hải (2025). Nghiên cứu về ý định khởi nghiệp công nghệ số: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam. Tạp chí khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị kinh doanh, 20(7), 20-39.
<https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.20.7.3751.2025>
2. Huỳnh Thị Mỹ Diệu, Huỳnh Thế Nguyễn, Trần Nguyễn Khánh Hải (2025). Nghiên cứu ý định khởi nghiệp công nghệ số: Tiếp cận mô hình kết hợp giữa Lý thuyết hành vi có kế hoạch và Mô hình chấp nhận công nghệ. Tạp chí Kinh tế - Luật và Ngân hàng, 27(9), 88-102. <https://doi.org/10.59276/JELB.2025.08.2881>
3. Huynh Thi My Dieu, Huynh The Nguyen, Tran Nguyen Khanh Hai (2022). Digital Entrepreneurial Intention in Vietnam: From A Systematic Literature Review to build a conceptual research model. Proceedings The International Conference on Business Based on Digital Platform (BDP-2), pp: 280-303

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

- CESTI (2024). *Công bố báo cáo toàn cảnh hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Việt Nam*. Truy cập ngày 18 tháng 5 năm 2024, từ <https://cesti.gov.vn/bai-viet/CTDS1/cong-bo-bao-ca-toan-can-h-he-sinh-thai-khoi-nghiep-sang-tao-viet-nam-bf7578dd-afdd-4dfc-b4ef-c201f157e788>
- Lý Thị Minh Châu, Trần Mai Đông, & Nguyễn Đông Phong. (2024). *Cẩm nang phương pháp nghiên cứu định tính*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Văn Định, Lê Thị Mai Hương, & Cao Thị Sen. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của người học Trường Đại học Nam Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 17(2), 165–181.
- Hà Nam Khánh Giao, & Bùi Nhất Vương. (2019). *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh – Cập nhật SmartPLS*. TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tài Chính.
- GSO (2025). *Thông cáo báo chí tình hình lao động, việc làm quý IV và năm 2024*. Truy cập ngày 18 tháng 02 năm 2025, từ <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/01/thong-cao-bao-chi-ve-tinh-hinh-lao-dong-viec-lam-quy-iv-va-nam-2024/>
- GSO (2025). *Tình hình doanh nghiệp gia nhập và tái gia nhập thị trường năm 2024*. Truy cập ngày 19 tháng 01 năm 2025, từ <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2025/01/tinh-hinh-doanh-nghiep-gia-nhap-va-tai-gia-nhap-thi-truong-nam-2024/>
- NIC. (2023). *Báo cáo đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ Việt Nam 2023*. Truy cập ngày 10 tháng 3 năm 2024, từ https://nic.gov.vn/img/wpuploads/2023/03/VIE_Vietnam-Innovation-Tech-Investment-Report-2023-1.pdf
- Phạm Lâm. (2024). *Công nghiệp công nghệ số Việt Nam có dấu hiệu tăng trưởng ngoạn mục*. Truy cập ngày 18 tháng 1 năm 2024, từ <https://ictvietnam.vn/cong-nghiep-cong-nghe-so-viet-nam-co-dau-hieu-tang-truong-ngoan-muc-66525.html>

- Thùy Lê. (2018). *Khởi nghiệp phải bắt đầu từ giáo dục*. Truy cập ngày 15 tháng 6 năm 2024, từ <http://m.baokiemtoannhanuoc.vn/giao-duc/khoi-nghiep-phai-bat-dau-tu-giao-duc-139557>
- Trần Minh Thu, & Dương Thị Hoài Nhung (2020). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới năng lực khởi nghiệp của người học Trường Đại học Ngoại thương. *Tạp chí Quản lý Kinh tế Quốc tế (Journal of International Economics and Management)*, (130), 1–15.
- Võ Văn Hiền & Lê Hoàng Vân Trang (2021). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của người học Trường Đại học Tiền Giang. *Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 16(2), 170–192. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.16.2.578.2021>
- Võ Duy Khương. (2021). *Tinh thần khởi nghiệp – Động lực phát triển xã hội*. Truy cập ngày 11 tháng 10 năm 2024, từ <https://dnes.vn/khong-phan-loai/tinh-than-khoi-nghiep-dong-luc-phat-trien-xa-hoi/>

Tài liệu tiếng Anh

- Abdullah Al Mamun, Noorshella Binti Che Nawi, Muhammad Mohiuddin, Siti Farhah Fazira Binti Shamsudin & Syed Ali Fazal (2017). Entrepreneurial intention and startup preparation: A study among business students in Malaysia, *Journal of Education for Business*, 92:6, 296-314, <https://doi.org/10.1080/08832323.2017.1365682>.
- Abdullah F, Ward R, Ahmed E (2016) Investigating the influence of the most commonly used external variables of tam on students' perceived ease of use (PEOU) and perceived usefulness (PU) of e-portfolios. *Comput Hum Behav* 63:75–90. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.014>
- Abaddi, S. (2023). GPT revolution and digital entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(6), 1902-1929. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2023-0260>
- Acedo, F. J., & Jones, M. V. (2007). Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures,

- exporters and domestic firms. *Journal of world Business*, 42(3), 236-252.
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.012>
- Adrian, A. M., Norwood, S. H., & Mask, P. L. (2005). Producers' perceptions and attitudes toward precision agriculture technologies. *Computers and electronics in agriculture*, 48(3), 256-271.
- Aguinis, H., Beaty, J. C., Boik, R. J., & Pierce, C. A. (2005). Effect size and power in assessing moderating effects of categorical variables using multiple regression: a 30-year review. *Journal of applied psychology*, 90(1), 94.
- Ahmad, N., & Hoffmann, A. (2008). A framework for addressing and measuring entrepreneurship.
- Ahmed, I., Islam, T., & Usman, A. (2021). Predicting entrepreneurial intentions through self-efficacy, family support, and regret: A moderated mediation explanation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(1), 26-38.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2019-0093>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of business venturing*, 18(5), 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Alexei Tkachev & Lars Kolvereid (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, 11:3, 269-280.
<https://doi.org/10.1080/089856299283209>.
- Alferaih, A. (2022a). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information. Management Data Insights*, 2(2), Article 100087.
- Ali, Y. M., & Negasi, R. D. (2021). The differential impact of the experiential-entrepreneurial learning method on the entrepreneurial intentions of higher education students. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 20(9), 236-254.
- Alkhalaileh, M. (2021). Systematic Review: Digital Entrepreneurship Intention. *Network Intelligence Studies*, 9(17).

- Alkhalaileh, M. Y. (2021). The Role Of Universities In Promoting Digital Entrepreneurial Intention Among University Students In Jordan. *Network Intelligence Studies*, (18), 107-115.
- Alkhalaileh, M. Y., Kovács, S., & Kovács, J. K. (2023). Factors influencing digital entrepreneurship intention among undergraduate business students in Jordan. *Human Technology*, 19(3), 400-418. <http://dx.doi.org/10.14254/1795-6889.2023.19-3.5>
- Allen, J. P., Thomas, T. P., & Ford, J. (2019). Technology entrepreneurship in the digital age. In *Proceedings of the 2019 on Computers and People Research Conference* (pp. 10-11).
- Alshebami, A. S., & Seraj, A. H. A. (2021). The antecedents of saving behavior and entrepreneurial intention of Saudi Arabia University students. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 21(2), 67-84.
- Alsos, G. A., Carter, S., & Ljunggren, E. (Eds.). (2011). *The handbook of research on entrepreneurship in agriculture and rural development*. Edward Elgar Publishing.
- Altman, D. G., & Bland, J. M. (1996). Absence of evidence is not evidence of absence. 311(7003):485. <https://doi.org/10.1136/bmj.311.7003.485>.
- Anderson, A. R., & Miller, C. J. (2003). "Class matters": Human and social capital in the entrepreneurial process. *The journal of socio-economics*, 32(1), 17-36.
- Anwar, I., Thoudam, P., & Saleem, I. (2022). Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: Testing the hypotheses using mediation and moderation approach. *Journal of Education for Business*, 97(1), 8-20.
- Arshad, M., Farooq, O., Sultana, N., & Farooq, M. (2016). Determinants of individuals' entrepreneurial intentions: a gender-comparative study. *Career Development International*, 21(4), 318-339.
- Ashari, H., Abbas, I., Abdul-Talib, A. N., & Mohd Zamani, S. N. (2021). Entrepreneurship and sustainable development goals: a multigroup analysis of the moderating effects of entrepreneurship education on entrepreneurial intention. *Sustainability*, 14(1), 431.

- Audretsh D., Thurik R., Verheul I. and Wennekers S. (2002). Chapter 1: Understanding entrepreneurship across countries and over time. Presented in the Book: Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European - US Company. Kluwer Academic Publisher.
- Ayodele, I. (2014). Family Background and Entrepreneurial Intention of Fresh Graduates in Nigeria. *Journal of Poverty, Investment and Development*, 5(2012), 78–90.
- Bachmann, N., Rose, R., Maul, V., & Hölzle, K. (2024). What makes for future entrepreneurs? The role of digital competencies for entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 174, 114481. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481>
- Balli, A. (2020). Digital entrepreneurship and digital entrepreneurship approach in Turkey: Ankara case. *Journal of Business Research-Turk*, 12 (2), 1058-1071.
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., & Bajwa, N. U. H. (2020). Positive psychological attributes and entrepreneurial intention and action: the moderating role of perceived family support. *Frontiers in psychology*, 11, 546745. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.546745>
- Bandera, C., Collins, R., & Passerini, K. (2018). Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 16(2), 224-238. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.02.006>.
- Bandura, A. (1986). *The Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2019). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures* (6th ed.). Pearson Education Limited.
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *Academy of management perspectives*, 20(1), 104-119. <https://doi.org/10.5465/amp.2006.19873412>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical

- considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Barth, M., Godemann, J., Rieckmann, M., & Stoltenberg, U. (2007). Developing key competencies for sustainable development in higher education. *International Journal of sustainability in higher education*, 8(4), 416-430. <https://doi.org/10.1108/14676370710823582>
- Beeka, BH, & Rimmington, M. (2011). Entrepreneurship as a career option for African youths. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(01), 145–164.
- Bell, J., & Loane, S. (2010). ‘New-wave’ global firms: web 2.0 and SME internationalisation. *Journal of marketing management*, 26(3-4), 213-229. <https://doi.org/10.1080/02672571003594648>.
- Bellini, C. G. P., Isoni Filho, M. M., de Moura Junior, P. J., & de Faria Pereira, R. D. C. (2016). Self-efficacy and anxiety of digital natives in face of compulsory computer-mediated tasks: A study about digital capabilities and limitations. *Computers in Human Behavior*, 59, 49-57. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.015>
- Bianchi, C., & Mathews, S. (2016). Internet marketing and export market growth in Chile. *Journal of business research*, 69(2), 426-434. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.048>.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Boateng, G. O., Neilands, T. B., Frongillo, E. A., Melgar-Quinonez, H. R., & Young, S. L. (2018). Best practices for developing and validating scales for health, social, and behavioral research: a primer. *Frontiers in public health*, 6, 149. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00149>
- Boissin, J.-P., Branchet, B., Emin, S., & Herbert, J. I. (2009). Students and Entrepreneurship: A Comparative Study of France and the United States. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22(2), 101–122.

- Bouhalleb, A. (2020). Antecedents of entrepreneurial intention: the moderating effect of the family entrepreneurial background. *Journal of Enterprising Culture*, 28(02), 147-169. <https://doi.org/10.1142/S0218495820500077>
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63-77.
- Brouthers, K. D., Geisser, K. D., & Rothlauf, F. (2018). Explaining the internationalization of ibusiness firms. In *International entrepreneurship: The pursuit of opportunities across national borders* (pp. 217-264). Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1057/jibs.2015.20>
- Caiazza, R. (2016). A cross-national analysis of policies affecting innovation diffusion. *The Journal of Technology Transfer*, 41, 1406-1419.
- Cameron A, Pham T H, Atherton J, Nguyen D H, Nguyen T P, Tran S T, Nguyen T N, Trinh H Y & Hajkowicz S (2019). Vietnam's future digital economy – Towards 2030 and 2045. CSIRO, Brisbane.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of business research*, 60(10), 1090-1098. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9).
- Carretero, G. S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use. European Commission Joint Research Centre: Brussels, Belgium, 2017.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Çelik, A. K., Yıldız, T., Aykanat, Z., & Kazemzadeh, S. (2021). The impact of narrow personality traits on entrepreneurial intention in developing countries: A comparison of Turkish and Iranian undergraduate students using ordered discrete choice models. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100138.

- Chakraborty, U., & Biswal, S. K. (2023). Impact of social media participation on female entrepreneurs towards their digital entrepreneurship intention and psychological empowerment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 25(3), 374-392. <https://doi.org/10.1108/JRME-03-2021-0028>
- Chandra, Y., & Coviello, N. (2010). Broadening the concept of international entrepreneurship: 'Consumers as international entrepreneurs'. *Journal of world business*, 45(3), 228-236. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.09.006>
- Chaudhary, R. (2017). Demographic factors, personality and entrepreneurial inclination: A study among Indian university students. *Education+ Training*, 59(2), 171–187.
- Chen, J., Abdul-Hamid, A. Q., & Zailani, S. (2024). Blockchain adoption for a circular economy in the Chinese automotive industry: Identification of influencing factors using an integrated TOE-TAM model. *Sustainability*, 16(24), 10817. <https://doi.org/10.3390/su162410817>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern methods for business research*, 295(2), 295-336.
- Chin, W. W. (2010). *How to write up and report PLS analysis*, In Vinzi, V.E., Chin, W.W., Henseler, J. and Wang, H (Eds), *Handbook of Partial Least Squares*. Berlin: Springer.
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of caution. *MIS quarterly*, 19(2), 237-246. <https://doi.org/10.2307/249690>
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012). Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38, 121-138. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9270-y>
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2013). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*. Routledge.
- Commission of the European Communities (2003). Green paper: Entrepreneurship in Europe. Brussels: European Commission. http://www.smallbusiness.outreach.ou.edu/teleconference/green_paper_final_en.pdf

- Cornelius, B., Landström, H., & Persson, O. (2006). Entrepreneurial studies: The dynamic research front of a developing social science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(3), 375-398.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications.
- Dany, R.D.T., and Ewane, C. (2022). Effectiveness of the Digital and Technological Entrepreneurship Ecosystem in Cameroon. *Archives of Business Research*, 10(3). 1-20.
- Datta, A., Bazan, C., & Arnold, K. A. (2022). Effect of gender role identity on the entrepreneurial intention of university students. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 618-644.
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010, January). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. In 2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences (pp. 1-10). IEEE.
- Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for testing new end-user information systems: Theory and results. *Sloan School of Management*, 291.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (2004). Toward preprototype user acceptance testing of new information systems: implications for software project management. *IEEE Transactions on Engineering management*, 51(1), 31-46.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Denoo, L., & Yli-Renko, H. (2019). Entrepreneurship in a new digital industry: The emergence and growth of mobile health. In *Digital entrepreneurship* (pp. 79-98). Springer, Cham.
- DeSanctis, G., & Monge, P. (1999). Introduction to the special issue: Communication processes for virtual organizations. *Organization science*, 10(6), 693-703. <https://doi.org/10.1287/orsc.10.6.693>
- Díaz-Casero, J. C., Hernández-Mogollón, R., & Roldán, J. L. (2012). A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity. *International Small Business Journal*, 30(8), 850-872.

- Dieu, H.T.M., Fazal, S.A., Zainol, N.R., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Salameh, A.A. (2022). Entrepreneurial Intention Among Vietnamese Students: The Role of Family Background and Entrepreneurship Education. In: Alareeni, B., Hamdan, A. (eds) Financial Technology (FinTech), Entrepreneurship, and Business Development. ICBT 2021. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 486. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08087-6_71
- Dinc, M. S., & Budic, S. (2016). The impact of personal attitude, subjective norm, and perceived behavioural control on entrepreneurial intentions of women. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 9(17), 23-35.
- Doanh, D. C. (2021). The role of contextual factors on predicting entrepreneurial intention among Vietnamese students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(1), 169-188.
- Dohse, D., & Walter, S. G. (2012). Knowledge context and entrepreneurial intentions among students. *Small Business Economics*, 39, 877-895. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9324-9>
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90. <https://doi.org/10.1177/104225870202600305>.
- Dutot, V. (2015). Factors influencing near field communication (NFC) adoption: An extended TAM approach. *The Journal of High Technology Management Research*, 26(1), 45-57. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2015.04.005>.
- Dutot, V., & Van Horne, C. (2015). Digital entrepreneurship intention in a developed vs. emerging country: An exploratory study in France and the UAE. *Transnational Corporations Review*, 7(1), 79-96. <https://doi.org/10.5148/tncr.2015.7105>.
- Dvouletý, O. (2017). Determinants of Nordic entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24 No. 1, pp. 12-33. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2016-0104>.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>.

- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2017). Dynamic capabilities: what are they?. The SMS Blackwell handbook of organizational capabilities, 341-363. <https://doi.org/10.1002/9781405164054.ch21>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological forecasting and social change*, 150, 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100458. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- Ernst, K. (2011). Heart over mind-An empirical analysis of social entrepreneurial intention formation on the basis of the theory of planned behaviour (Doctoral dissertation, Universitätsbibliothek Wuppertal).
- Esmaeeli, H. (2011). The study of effecting factors on digital entrepreneurship (a case study), *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(12), 163-172.
- Fairlie, R. W., & Robb, A. M. (2007). Why are black-owned businesses less successful than white-owned businesses? The role of families, inheritances, and business human capital. *Journal of Labor Economics*, 25(2), 289-323.
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modeling*. University of Akron Press.
- Farani, A., Karimi, S., & Motaghd, M. (2017). The role of entrepreneurial knowledge as a competence in shaping Iranian students' career intentions to start a new digital business. *European Journal of Training and Development*, 41(1), 83-100.
- Farani, A., Motaghd, M., & Karimi, S. (2016). The role of entrepreneurial knowledge and skills in developing digital entrepreneurial intentions in public universities in Hamedan province. *Iranian Journal of Information Processing and Management*, 31(3), 785-802.
- Fellnhöfer, K. (2015). Changing entrepreneurial intention and behaviour: a digital game-based learning environment dedicated to entrepreneurship education.

Journal for International Business and Entrepreneurship Development, 8(4), 378-404.

- Fishbein, M., & Aizen I. (1975). Beliefs, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C. and Cha, J. (1994), Partial least squares. R.P. Bagozzi, ed., *Advanced Methods in Marketing Research*, 52-78, Cambridge, Blackwell.
- Fornell, C., & Larker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Frick, J., Kaiser, F. G., & Wilson, M. (2004). Environmental knowledge and conservation behavior: Exploring prevalence and structure in a representative sample. *Personality and Individual differences*, 37(8), 1597-1613.
- Fuller, C. M., Simmering, M. J., Atinc, G., Atinc, Y., & Babin, B. J. (2016). Common methods variance detection in business research. *Journal of business research*, 69(8), 3192-3198. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.008>
- Fritz, C. O., Morris, P. E., & Richler, J. J. (2012). Effect size estimates: Current use, calculations, and interpretation. *Journal of Experimental Psychology: General*, 141(1), 2–18. <https://doi.org/10.1037/a0024338>
- Garcez, A., Silva, R., & Franco, M. (2022). Digital transformation shaping structural pillars for academic entrepreneurship: A framework proposal and research agenda. *Education and Information Technologies*, 27(1), 1159-1182.
- Garrison, G., Wakefield, R. L., & Kim, S. (2015). The effects of IT capabilities and delivery model on cloud computing success and firm performance for cloud supported processes and operations. *International journal of information management*, 35(4), 377-393. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.03.001>
- Gelman, A., & Stern, H. (2006). The Difference Between “Significant” and “Not Significant” is not Itself Statistically Significant. *The American Statistician*, 60(4), 328–331. <https://doi.org/10.1198/000313006X152649>
- Georgellis, Y., & Wall, H. J. (2005). Gender differences in self-employment. *International review of applied economics*, 19(3), 321-342.

- Georgescu, M. A., & Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis. *Sustainability*, 12(11), 4775. <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Ghatak, A., Chatterjee, S., & Bhowmick, B. (2023). Intention towards digital social entrepreneurship: An integrated model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(2), 131-151. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1826563>
- Gillani, S. M., Senin, A. B. A., Bode, J., & Gillani, S. M. (2022). Bibliometric analysis of digital entrepreneurial education and student intention; reviewed and analyzed by VOSViewer from Google scholar. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 16(13), 48-65. <https://doi.org/10.3991/ijim.v16i13.30619>
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology innovation management review*, 7(5).
- Glavas, C., & Mathews, S. (2014). How international entrepreneurship characteristics influence Internet capabilities for the international business processes of the firm. *International Business Review*, 23(1), 228-245. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.04.001>
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM, (2018). Report Global Entrepreneurship Monitor Vietnam 2017/2018. (Executive Summary). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR VIETNAM 2017/2018
- Gordon, S., & Davidsson, P. (2013). Identifying important success factors in new venture creation. *Journal of Business Creation in Australia*, 978-1-921897-92-4.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Gunarso, M. T., & Selamat, F. (2020, December). The influence of entrepreneurial education, and family background on entrepreneurship intention with self-efficacy as a mediating variable in final year undergraduate students in Jakarta. In The 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020) (pp. 624-628). Atlantis Press.
- Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project in digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.

- Hafezieh, N., Akhavan, P., & Eshraghian, F. (2011). Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: a multiple case study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook* (p. 197). Springer Nature.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (9th Ed.). Andover, Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of small business and enterprise development*, 15(2), 304-320.
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159–1197. <https://doi.org/10.1111/joms.12639>
- Harvey, M., & Evans, R. (1995). Life after succession in the family business: Is it really the end of problems?. *Family business review*, 8(1), 3-16. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1995.00003.x>
- Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User experience – a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 25(2), 91–97. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>
- Henseler, J., & Fassott, G. (2010). *Testing moderating effects in PLS path models: An illustration of available procedures* (pp. 713-735). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8_31
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Hsieh, Y. J., & Wu, Y. J. (2019). Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities. *Computers in Human Behavior*, 95, 315-323.
- Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship.

- International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303.
<https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>.
- Hwang, S.Y. Study on the Effect of Digital Education and Digital Competency on the Entrepreneurial Intention in the Fourth Industrial Revolution Age: Based on the Perception of Elementary School Students. Master's Thesis, The Graduate School of Industrial & Entrepreneurial Management Chung-Ang University, Seoul, Republic of Korea, 2019.
- IBM (2023). Digital Experience. Truy cập ngày 20 tháng 4 năm 2024 tại <https://www.ibm.com/think/topics/digital-experience>.
- İlerisoy, Z. Y., Aycı, A., Aycı, H., & Kınacı, E. B. (2021). Impacts of architectural education on entrepreneurial intention: a case study of senior architects from six universities in Turkey. *Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research*, 15(3), 719-737.
- Ilomäki, L., Kantosalo, A., & Lakkala, M. (2011). What is digital competence. Linked portal, 1-12. https://digitalcompetenceforum.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/05/digital_competence_definition1.pdf
- Ilyas, M., ud din, A., Haleem, M., & Ahmad, I. (2023). Digital entrepreneurial acceptance: an examination of technology acceptance model and do-it-yourself behavior. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00268-1>.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of management*, 29(6), 963-989
- Iskandar, I., & Anggraeni, S. (2022). Effects Of Family Support Moderation On The Influence Of Attitudes, Subjective Norms, And Self-Efficacy On Entrepreneurship Intentions. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 361-366. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i1.4233>
- Ismail, A., Adnan, W. N., Masek, A., Hassan, R., Hashim, S., & Ismail, M. E. (2019). Effectiveness of entrepreneurship programmes in developing entrepreneurship skills towards quality TVET graduates. *Journal of Technical Education and Training*, 11(1).

- Ismail, N., Jaffar, N., Khan, S., & Leng, T. S. (2012). Tracking the cyber entrepreneurial intention of private universities students in Malaysia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 17(4), 538-546.
- Ita John, Pritam Singh & Sola Adesola (2014). Factors that Influence Entrepreneurial Intentions Among Undergraduates of South-South and Southeast Nigeria. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2506268> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2506268>.
- Jalil, M. F., Marikan, D. A. B. A., Ali, A., & bin Jais, M. (2025). The influence of blockchain technology on green entrepreneurial orientation through digital knowledge sharing among Gen Y and Gen Z entrepreneurs: A multigroup analysis. *Sustainable Futures*, 100636. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100636>
- James C. Hayton & Gabriella Cacciotti (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research, *Entrepreneurship & Regional Development*, 25:9-10, 708-731, DOI: 10.1080/08985626.2013.862962.
- Jan, A. U., & Contreras, V. (2016). Success model for knowledge management systems used by doctoral researchers. *Computers in Human Behavior*, 59, 258-264.
- Jaya Bhasin & Manvi Gupta (2019). Entrepreneurial Intention of students in higher education sector. *Amity Journal of Entrepreneurship*, 2 (2), 25-36.
- Jean, R. J. B., Sinkovics, R. R., & Cavusgil, S. T. (2010). Enhancing international customer–supplier relationships through IT resources: A study of Taiwanese electronics suppliers. *Journal of International Business Studies*, 41(7), 1218-1239. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.4>
- Jebarajakirthy, C., & Thaichon, P. (2015). A conceptual framework for understanding and developing entrepreneurial behaviour: implications for social marketers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(4), 299-311. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1532>
- Jie, S., & Harms, R. (2017). Cross-Cultural Competences and International Entrepreneurial Intention: A Study on Entrepreneurship Education. *Education Research International*, 2017(1), 9042132. <https://doi.org/10.1155/2017/9042132>

- Jonsson, S., & Lindbergh, J. (2013). The development of social capital and financing of entrepreneurial firms: From financial bootstrapping to bank funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 661-686.
- Kamble, S., Rana, N. P., Gupta, S., Belhadi, A., Sharma, R., & Kulkarni, P. (2023). An effectuation and causation perspective on the role of design thinking practices and digital capabilities in platform-based ventures. *Technological Forecasting and Social Change*, 193, Article 122646. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122646>
- Kang, G. L., Park, C. W., & Jang, S. H. (2024). A study on the impact of financial literacy and digital capabilities on entrepreneurial intention: Mediating effect of entrepreneurship. *Behavioral Sciences*, 14(2), 121. <https://doi.org/10.3390/bs14020121>.
- Karimi, S., Biemans, H. J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227-240.
- Karyaningsih, R.P.D., Wibowo, A., Saptono, A., & Narmaditya, B.S. (2020). Does entrepreneurial knowledge influences vocational students' intention? Lessons from Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 138-155. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080408>
- Kautonen, T., Luoto, S., & Tornikoski, E. T. (2010). Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study. *International small business journal*, 28(6), 583-601.
- Kevin Tseng, K. M., & Johnsen, R. E. (2011). Internationalisation and the internet in UK manufacturing SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 571-593. <https://doi.org/10.1108/14626001111155718>
- Khuong, M. N., & An, N. H. (2016). The factors affecting entrepreneurial intention of the students of Vietnam national university—a mediation analysis of perception toward entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 104-111.

- Kim, J., & Jin, W. (2024). Impact of digital capabilities on entrepreneurial performance in SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100609. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100609>
- Klofsten, M. 2000. *Management Entrepreneurship: Way A Head*. London: Routledge
Dissertation Abstract. The University of Texas at Arlington
- Kollmann, T., Stöckmann, C., Niemand, T., Hensellek, S., & de Cruppe, K. (2021). A configurational approach to entrepreneurial orientation and cooperation explaining product/service innovation in digital vs. non-digital startups. *Journal of Business Research*, 125, 508-519.
- Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 23–31.
- Kor, Y. Y., Mahoney, J. T., & Michael, S. C. (2007). Resources, capabilities and entrepreneurial perceptions. *Journal of management studies*, 44(7), 1187-1212. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00727.x>.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
- KrischananKampanthong, T. P. (2021). Antecedents of Digital Entrepreneurial Intention. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(13), 7099-7109.
- Krueger Jr., N.F., Day, M. (2010). Looking Forward, Looking Backward: From Entrepreneurial Cognition to Neuroentrepreneurship. In: Acs, Z., Audretsch, D. (eds) Handbook of Entrepreneurship Research. *International Handbook Series on Entrepreneurship*, vol 5. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_13
- Krueger, N. and Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18 No. 3, pp. 91-104.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>

- Kuckertz, A. and Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, v. 25, n. 5, p. 524-539.
- Ladzani, W. M., & Van Vuuren, J. J. (2002). Entrepreneurship training for emerging SMEs in South Africa. *Journal of small business management*, 40(2), 154-161. <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00047>
- Laouiti, R., Haddoud, M. Y., Nakara, W. A., & Onjewu, A. K. E. (2022). A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 142, 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.018>.
- Lara-Bocanegra, A., García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M., & Gómez-Millán, M. R. B. (2022). Does background matter? Analysis of the influence of sex, socioeconomic status and the existence of an entrepreneurial family member as a precursor to entrepreneurship in university students of Sport Sciences. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 31, 100394. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100394>
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
- Lee, C.H.; Jeon, J.O. Exploring Digital Competence for the Era of the 4th Industrial Revolution. *J. Learn. Centered Curric. Instr.* 2020, 20, 311–338. <https://doi.org/10.22251/jlcci.2020.20.14.311>
- Lee, S. M., Lim, S. B., Pathak, R. D., Chang, D., & Li, W. (2006), Influences on student's attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study, *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol.2, No. 3, pp. 351- 366.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lepoutre, J., Van den Berghe, W., Tilleuil, O., & Crijns, H. (2011). A new approach to testing the effects of entrepreneurship education among secondary school pupils. In *Entrepreneurship, growth and economic development*. Edward Elgar Publishing.

- Leydesdorff, L., Carley, S., & Rafols, I. (2013). Global maps of science based on the new Web-of-Science categories. *Scientometrics*, 94(2), 589–593. <https://doi.org/10.1007/s11192-012-0784-8>
- Li, Z., Sha, Y., Song, X., Yang, K., ZHao, K., Jiang, Z., & Zhang, Q. (2020). Impact of risk perception on customer purchase behavior: a meta-analysis. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(1), 76-96.
- Liang, Y., Chen, R., Hong, H., Li, S., & Han, L. (2025). Shaping digital entrepreneurial intention in higher education: The role of entrepreneurship education, creativity, and digital literacy among Chinese university students. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(5), 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100788>
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257–272.
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economía Mundial*, (33), 73-103.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications
- Lowry, P. B., & Gaskin, J. (2014). Partial least squares (PLS) structural equation modeling (SEM) for building and testing behavioral causal theory: When to choose it and how to use it. *IEEE transactions on professional communication*, 57(2), 123-146. <https://doi.org/10.1109/TPC.2014.2312452>
- Luc, P. T. (2018). The relationship between perceived access to finance and social entrepreneurship intentions among university students in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(1), 63-72. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2018.vol5.no1.63>
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&d Management*, 33(2), 135-147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>

- Ma, Y.J., Gam, H.J. & Banning, J. (2017). Perceived ease of use and usefulness of sustainability labels on apparel products: application of the technology acceptance model. *Fash Text* 4, 3 (2017). <https://doi.org/10.1186/s40691-017-0093-1>.
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). London: Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230625655_8
- Martinez Dy, A., Martin, L., & Marlow, S. (2018). Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis. Mathews, S., & Healy, M. (2007). The Internet and information capability reduces perceived risk of internationalisation: An Australian SME perspective. *International Journal of Organisational Behaviour*, 12(1), 71-87.
- Mathews, S., Healy, M., & Wickramasekera, R. (2012). The Internetalisation of information, knowledge, and interaction components of the firm's internationalisation process. *Journal of Marketing Management*, 28(5-6), 733-754. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2011.560887>
- Matlay, H., & Westhead, P. (2005). Virtual teams and the rise of e-entrepreneurship in Europe. *International Small Business Journal*, 23(3), 279-302.
- Mcelwee, G., & Al-Riyami, R. (2003). Women entrepreneurs in Oman: Some barriers to success. *Career Development International*, 8(7), 339–346.
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business venturing*, 35(3), 105982.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mir, A. A., Hassan, S., & Khan, S. J. (2022). Understanding digital entrepreneurial intentions: A capital theory perspective. *International Journal of Emerging Markets*, (ahead-of-print).
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European research on management and business economics*, 23(2), 113-122.

- Mishra, A., & Singh, P. (2022). Attitude, subjective norms, and perceived behavioural control as predictors of entrepreneurial intentions among engineering students. Prabandhan: *Indian Journal of Management*, 15(5), 43-58. <https://doi.org/10.17010/pijom/2022/v15i5/169580>
- Mohd Salleh, N. A., Rohde, F., & Green, P. (2017). Information systems enacted capabilities and their effects on SMEs' information systems adoption behavior. *Journal of Small Business Management*, 55(3), 332-364.
- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & management*, 38(4), 217-230.
- Muchran, M., & Ahmar, A. S. (2019). Application of TAM model to the use of information technology. *arXiv preprint arXiv:1901.11358*.
- Mugiono, M., Prajanti, S. D. W., & Wahyono, W. (2021). The Effect of Digital Literacy and Entrepreneurship Education towards Online Entrepreneurship Intention through Online Business Learning and Creativity at Marketing Department in Batang Regency. *Journal of Economic Education*, 10(1), 21-27.
- Muhammad, A. D., Aliyu, S., & Ahmed, S. (2015). Entrepreneurial intention among Nigerian university students. *American Journal of Business Education (AJBE)*, 8(4), 239-248.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1029-1055.
- Nambisan, S., & Baron, R. A. (2021). On the costs of digital entrepreneurship: Role conflict, stress, and venture performance in digital platform-based ecosystems. *Journal of Business Research*, 125, 520-532.
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital innovation management. *MIS quarterly*, 41(1), 223-238.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research policy*, 48(8), 103773. DOI: 10.1016/j.respol.2019.03.018.
- Nathani, N., & Dwivedi, G. (2019). Influence of technology entrepreneurship on entrepreneurial intentions: A cross country analysis. In *Proceedings of 10th*

- International Conference on Digital Strategies for Organizational Success.
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3319889>
- Nguyen C. (2018), Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: why?. *Journal of Global Entrepreneurship Research* (2018) 8:10
<https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>
- Nguyen, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam. *Children and Youth Services Review*, 99, 186-193.
- Nguyen, C. (2017). Entrepreneurial intention of international business students in Viet Nam: a survey of the country joining the Trans-Pacific Partnership. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 1-13.
- Nguyen, P. M., Dinh, V. T., Luu, T. M. N., & Choo, Y. (2020). Sociological and theory of planned behaviour approach to understanding entrepreneurship: Comparison of Vietnam and South Korea. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1815288.
- Nguyen, P. N. D., & Nguyen, H. H. (2024), 'Examining the Role of Family in Shaping Digital Entrepreneurial Intentions in Emerging Markets', *SAGE Open*, 14(1), 21582440241239493
- Nkwei, E.S., Rambe, P. & Simba, A., 2023, 'Entrepreneurial intention: The role of the perceived benefits of digital technology', *South African Journal of Economic and Management Sciences* 26(1), a4936. <https://doi.org/10.4102/sajems.v26i1.4936>
- Norris F. K., JR. and Alan L. C. (1994). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5 (1993). 315-330.
- O'cass, A., & Fenech, T. (2003). Web retailing adoption: exploring the nature of internet users Web retailing behaviour. *Journal of Retailing and Consumer services*, 10(2), 81-94.
- Oluwafunmilayo, A. M., Olokundun, M. A., Moses, C. L., & Grace, A. C. (2017). The role of prior family business background on entrepreneurial intentions. *Covenant Journal of Entrepreneurship*, 1(3).

- Oumlil, R., & Juiz, C. (2018). Acceptance of tourism e-entrepreneurship: Application to educational Balearic Islands Context. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(1), 1-16.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Paliwal, M., Chatradhi, N., Tripathy, S., & Jha, S. (2023). Growth of Digital Entrepreneurship in Academic Literature: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 18(6).
- Parida, V.; Örtqvist, D. Interactive Effects of Network Capability, ICT Capability, and Financial Slack on Technology-Based Small Firm Innovation Performance. *J. Small Bus. Manag.* 2015, 53, 278–298. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12191>.
- Permatasari, A., & Anggadwita, G. (2019). Digital entrepreneurship education in emerging countries: Opportunities and challenges. Opening up education for inclusivity across digital economies and societies, 156-169.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Pham, M., Nguyen, A. T. T., Tran, D. T., Mai, T. T., & Nguyen, V. T. (2023). The impact of entrepreneurship knowledge on students'e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 80. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00351-7>
- Phuong, N., Quoc, T., Cup, L., & Lien, L. (2021). The students' attitudes and entrepreneurial intention: Evidence from Vietnam universities. *Management Science Letters*, 11(3), 783-794.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Bachrach, D. G., & Podsakoff, N. P. (2005). The influence of management journals in the 1980s and 1990s. *Strategic Management Journal*, 26(5), 473-488.

- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B. and Podsakoff, N.P. (2012). Sources of Method Bias in Social Science Research and Recommendations on How to Control It. *Annual Review of Psychology*, 63, 539-569. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100452>
- Polo Peña, A. I., Frías Jamilena, D. M., & Rodríguez Molina, M. A. (2011). Impact of market orientation and ICT on the performance of rural smaller service enterprises. *Journal of Small Business Management*, 49(3), 331-360. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00332.x>.
- Popescu, C. C., Bostan, I., Robu, I. B., Maxim, A., & Diaconu, L. (2016). An analysis of the determinants of entrepreneurial intentions among students: a Romanian case study. *Sustainability*, 8(8), 771.
- Postigo, Á., Cuesta, M., García-Cueto, E., Prieto-Díez, F., & Muñiz, J. (2021). General versus specific personality traits for predicting entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 182, 111094. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111094>.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior research methods*, 40(3), 879-891.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography; An Interim Bibliography.
- Putro, A. K., & Takahashi, Y. (2024). Entrepreneurs' creativity, information technology adoption, and continuance intention: Mediation effects of perceived usefulness and ease of use and the moderation effect of entrepreneurial orientation. *Heliyon*, 10(3). <https://doi.org/10.17632/kcvpw2pxh6.1>
- Qudus, A., Mazhar, M., & Tabassum, M. F. (2022). The Role of Psychological Factors on Entrepreneurial Intentions among Business Students. *Journal of Behavioural Sciences*, 32(1).
- R. Barringer & D. W. Ireland (2019). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Pearson. New York. NY.

- Raina, D., & Gupta, B. M. (1998). Four aspects of the institutionalization of physics research in India (1990–1950): Substantiating the claims of historical sociology through bibliometrics. *Scientometrics*, 42, 17-40.
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of management learning & education*, 14(2), 187-204.
- Resurreccion, P. (2011). Determinants of entrepreneurial attitudes and intentions among high school students in Iligan City, Southern Philippines. *The Mindanao forum*, 24(2), 89-117.
- Reynolds, P., & Miller, B. (1992). New firm gestation: Conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, 7(5), 405-417. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(92\)90016-K](https://doi.org/10.1016/0883-9026(92)90016-K)
- Rezvani, Z., Jansson, J., & Bengtsson, M. (2018). Consumer motivations for sustainable consumption: The interaction of gain, normative and hedonic motivations on electric vehicle adoption. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1272–1283. <https://doi.org/10.1002/bse.2074>
- Richter, C., Kraus, S., & Syrjä, P. (2015). The shareconomy as a precursor for digital entrepreneurship business models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(1), 18-35.
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and innovation management*, 26(3), 300-310. <https://doi.org/10.1111/caim.12227>
- Rindova, V., Barry, D., & Ketchen Jr, D. J. (2009). Entrepreneurship as emancipation. *Academy of management review*, 34(3), 477-491.
- Rocha, V., & Pozzoli, D. (2021). Give It Another Shot: Startup Experience and the Mobilization of Human Resources in New Ventures.
- Rose, S., Clark, M., Samouel, P., & Hair, N. (2012). Online customer experience in e-retailing: An empirical model of antecedents and outcomes. *Journal of Retailing*, 88(2), 308–322. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2012.03.001>

- Ross, P. K., & Blumenstein, M. (2015). Cloud computing as a facilitator of SME entrepreneurship. *Technology Analysis & Strategic Management*, 27(1), 87-101. <https://doi.org/10.1080/09537325.2014.951621>
- Roxas, B. (2014). Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: A longitudinal study of selected South-east Asian business students. *Journal of Education and Work*, 27(4), 432-453.
- Rusu, V. D., & Roman, A. (2020). Assessing the role of access to finance for young potential entrepreneurs: The case of Romania. *KnE Social Sciences*, 301-324.
- Saha, N., Sáha, T., Sáha, P. (2023). Entrepreneurial University and Social Innovation Ecosystems: Do They Support HEIs' Knowledge-Based Economic Development?. In: Adams, R., Grichnik, D., Pundziene, A., Volkmann, C. (eds) Artificiality and Sustainability in Entrepreneurship. FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-11371-0_10.
- Sahputri, R. A. M., Mawardi, M. K., & Yumarni, T. (2023). Entrepreneurship education, family entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among students in Indonesia. *Journal of International Education in Business*, 16(3), 295-311. <https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2022-0010>
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159-1169.
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1), 1836728. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1836728>
- Sarosa, S. (2019). The role of brand reputation and perceived enjoyment in accepting compulsory device's usage: Extending UTAUT. *Procedia Computer Science*, 161, 115–122. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.106>
- Scuotto, V., & Morellato, M. (2013). Entrepreneurial knowledge and digital competence: Keys for a success of student entrepreneurship. *Journal of the Knowledge Economy*, 4, 293-303.

- Secundo, G., Gioconda, M. E. L. E., Del Vecchio, P., Gianluca, E. L. I. A., Margherita, A., & Valentina, N. D. O. U. (2021). Threat or opportunity? A case study of digital-enabled redesign of entrepreneurship education in the COVID-19 emergency. *Technological forecasting and social change*, 166, 120565. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120565>.
- Shane, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research. *Academy of Management Review*. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Shane, S., & Nicolaou, N. (2013). The genetics of entrepreneurial performance. *International Small Business Journal*, 31(5), 473-495. <https://doi.org/10.1177/0266242613485767>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>.
- Shapero, A.& Sokol (1982), Social Dimensions of Entrepreneurship, Prentice-Hall, Englewood Cliffs. NJ, 72-90.
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1992). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-46. <https://doi.org/10.1177/104225879201600204>
- Shepherd, D. A., Sattari, R., & Patzelt, H. (2020). A social model of opportunity development: Building and engaging communities of inquiry. *Journal of Business Venturing*, 106033. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106033>.
- Shepherd, D. A., Wennberg, K., Suddaby, R., & Wiklund, J. (2019). What are we explaining? A review and agenda on initiating, engaging, performing, and contextualizing entrepreneurship. *Journal of Management*, 45(1), 159-196.
- Shimoli, S. M., Cai, W., Abbas Naqvi, M. H., & Lang, Q. (2020). Entrepreneurship success traits. Do Kenyans possess the desired entrepreneur personality traits for enhanced E-entrepreneurship? Case study of Kenyan students in the people's republic of China. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1847863. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1847863>

- Shukla, A., Kushwah, P., Jain, E., & Sharma, S. K. (2021). Role of ICT in emancipation of digital entrepreneurship among new generation women. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.
- Simamora, A. L., & Sulistyo, A. P. (2023). The Role of Perceived Behavior Control in Mediating Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Education*, 2, 12. <https://doi.org/10.58806/ijirme.2023.v2i12n07>
- Singh, K. D., & Onahring, B. D. (2019). Entrepreneurial intention, job satisfaction and organisation commitment-construct of a research model through literature review. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, 1-18.
- Sinkovics, N., Sinkovics, R. R., & “Bryan” Jean, R. J. (2013). The internet as an alternative path to internationalization?. *International Marketing Review*, 30(2), 130-155. <https://doi.org/10.1108/02651331311314556>
- Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2023). Digital Entrepreneurial Intentions: The Role of IT Knowledge and Entrepreneurial Program Learning. In *Interactive Mobile Communication, Technologies and Learning* (pp. 178-187). Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54327-2_18
- Sivarajah, K., & Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial Intention among Undergraduates: Review of Literature. *European Journal of Business and Management*, 5(5) 172-186
- Solesvik, M.Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education + Training*, Vol. 55 No. 3, pp. 253-271. <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>
- Sommer, L., Kaufmann, H. R., Haug, M., & Durst, S. (2010). The impact of decision-maker's identity on SME internationalisation: Do origins matter?. *International Journal of Business and Globalisation*, 5(1), 90-113. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2010.034023>
- Souitaris V., Zerbinati S. & Laham A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 566-591.

- Srinivasan, A., & Venkatraman, N. (2018). Entrepreneurship in digital platforms: A network-centric view. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 54–71. <https://doi.org/10.1002/sej.1272>
- Su, Y., & Li, M. (2021). Applying technology acceptance model in online entrepreneurship education for new entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 12, 713239. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.713239>
- Sujood, Bano, N., & Siddiqui, S. (2024). Consumers' intention towards the use of smart technologies in tourism and hospitality (T&H) industry: A deeper insight into the integration of TAM, TPB and trust. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(3), 1412–1434. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2022-0267>
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49, 55-73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., & Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 537-547.
- Taufik, N., & Hanafiah, M. H. (2019). Airport passengers' adoption behaviour towards self-check-in Kiosk Services: the roles of perceived ease of use, perceived usefulness and need for human interaction. *Heliyon*, 5(12).
- Tausch, N., & Becker, J. C. (2013). Emotional reactions to success and failure of collective action as predictors of future action intentions: A longitudinal investigation in the context of student protests in Germany. *British Journal of Social Psychology*, 52(3), 525-542.
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management journal*, 45(6), 1137-1148.
- Tiessen, J. H. (1997). Individualism, collectivism, and entrepreneurship: A framework for international comparative research. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 367-384.
- Tomal, M., & Szromnik, A. (2022). Determinants of entrepreneurial intentions of university students in selected post-communist countries in Europe: investigating

- cross-cultural differences. *Journal of Business Economics and Management*, 23(1), 60-81.
- Tsai, K. H., Chang, H.C. Peng, C.Y. (2014). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 445–463.
- Tshikovhi, N., & Shambare, R. (2015). Entrepreneurial knowledge, personal attitudes, and entrepreneurship intentions among South African Enactus students. *Problems and Perspectives in Management*, (13, Iss. 1 (contin.)), 152-158.
- Tsourela, M., & Nerantzaki, D. M. (2020). An internet of things (Iot) acceptance model. assessing consumer's behavior toward iot products and applications. *Future Internet*, 12(11), 191.
- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European industrial training*, 33(2), 142-159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of business venturing*, 26(3), 341-358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- Van Gelderen, M, Brand, M, van Praag, M, Bodewes, W, Poutsma, E, Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559.
- Van Horne, C., Dutot, V., & Zhang, Y. (2016). Young entrepreneurs and the digital space: Case studies from the UAE. *International Journal of Business and Management Studies*, 5(02), 293-300.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.
- Vining, J., & Ebreo, A. (1989). An evaluation of the public response to a community recycling education program. *Society & Natural Resources*, 2(1), 23-36.
- von Arnim, L., & Mrozewski, M. (2020). Entrepreneurship in an increasingly digital and global world. Evaluating the role of digital capabilities on international

- entrepreneurial intention. *Sustainability*, 12(19), 7984. <https://doi.org/10.3390/su12197984>.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York, NY: Wiley & Sons.
- Vuong, B. N., Duy Phuong, N. N., Huan, D. D., & Quan, T. N. (2020). A model of factors affecting entrepreneurial intention among information technology students in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 461-472.
- Wallace, M. & Wray, A. (2021). *Critical reading and writing for postgraduates*. (4th ed.) London: Sage.
- Wahidmurni, W., & Baihaqi, J. (2019). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A Survey of student cooperative members in Indonesia. In *Advances in economics, business and management research*, 1st International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES): 101 (pp. 162–166). Maulana Malik Ibrahim Islamic State University Malang.
- Wang, J. H., Chang, C. C., Yao, S. N., & Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *Higher Education*, 72, 209-224. <https://doi.org/10.1007/s10734-015-9946-y>.
- Wang, K., van Hemmen, S. F., & Criado, J. R. (2022). The behavioural intention to use MOOCs by undergraduate students: Incorporating TAM with TPB. *International Journal of Educational Management*, 36(7), 1321–1342. <https://doi.org/10.1108/IJEM-11-2021-0446>
- Wang, S., & Zhang, H. (2024). Digital capabilities and metaverse entrepreneurial performance: Role of entrepreneurial orientation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100617. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100617>
- Wang, S., & Zhang, H. (2024). Green entrepreneurship success in the age of generative artificial intelligence: The interplay of technology adoption, knowledge management, and government support. *Technology in Society*, 79, 102744. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102744>
- Wang, W, Lu, W, Millington, JK. (2011). Determinants of entrepreneurial intention among college students in China and USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 35–44.
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students’

- digital entrepreneurial intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, 10(1), 2221164. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>
- Wibowo, A., Saptono, A., Narmaditya, B. S., Effendi, M. S., Mukhtar, S., Suparno, & Shafiai, M. H. M. (2024). Using technology acceptance model to investigate digital business intention among Indonesian students. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2314253. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2314253>
- Widding, L. O., Mathisen, M. T., & Madsen, O. (2009). University-affiliated venture capital funds: Funding of university spin-off companies. *International Journal of Technology Transfer and Commercialisation*, 8(2-3), 229-245. <https://doi.org/10.1504/IJTTC.2009.024387>
- Widiasih, N. P. S., & Darma, G. S. (2021). Millennial Digital Content Creator on New Normal Era: Factors Explaining Digital Entrepreneur Intention. *Asia Pacific Management and Business Application*, 10(2), 159-176.
- Winter, S. G. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10), 991–995. <https://doi.org/10.1002/smj.318>
- Wong. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24, 1-32.
- Wu, J., & Rudnák, I. (2021). Exploring the impact of studying abroad in Hungary on entrepreneurial intention among international students. *Sustainability*, 13(17), 9545.
- Xi, J. M., Kraus, S., Filser, M., & Kellermanns, F. W. (2015). Mapping the field of family business research: past trends and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(1), 113-132.
- Xie, Y., Xia, Y., Zhang, J., Song, Y., Feng, D., Fulham, M., & Cai, W. (2018). Knowledge-based collaborative deep learning for benign-malignant lung nodule classification on chest CT. *IEEE transactions on medical imaging*, 38(4), 991-1004. [10.1109/TMI.2018.2876510](https://doi.org/10.1109/TMI.2018.2876510).
- Yáñez-Valdés, C., & Guerrero, M. (2024). Determinants and impacts of digital entrepreneurship: A pre-and post-COVID-19 perspective. *Technovation*, 132, 102983. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.102983>.

- Yáñez-Valdés, C., Guerrero, M., Barros-Celume, S., & Ibáñez, M. J. (2023). Winds of change due to global lockdowns: Refreshing digital social entrepreneurship research paradigm. *Technological Forecasting and Social Change*, 190, 122454. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122454>.
- Yao, M., Ye, D., Yang, G., Shi, H., & Zheng, X. (2021). Are Entrepreneurial Capabilities and Prior Knowledge the Silver Bullet for the Generation of New Digital Venture Ideas in a Digital Context? *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 29(6), 1–17. <https://doi.org/10.4018/JGIM.20211101.0a12>
- Yeh, C., Perez, A., Driscoll, A., Azzari, G., Tang, Z., Lobell, D., ... & Burke, M. (2020). Using publicly available satellite imagery and deep learning to understand economic well-being in Africa. *Nature communications*, 11(1), 2583.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Younis, H., Katsioloudes, M., & Al Bakri, A. (2020). Digital entrepreneurship intentions of Qatar university students motivational factors identification: Digital entrepreneurship intentions. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEI)*, 10(1), 56-74. <https://doi.org/10.4018/IJEI.2020010105>
- Youssef, A. B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120043. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120043>
- Yurtkoru, E. S., Kuşcu, Z. K., & Doğanay, A. (2014). Exploring the antecedents of entrepreneurial intention on Turkish university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 841-850.
- Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 119735. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119735>
- Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity

- recognition and exploitation. *International business review*, 14(2), 129-146.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.005>
- Zahra, S.A. (1999). The challenging rules of global competitiveness in the 21st century. *Academy of Management Executive*, Vol. 13 No. 1, pp. 36-42.
- Zellweger, T. M., Nason, R. S., Nordqvist, M., & Brush, C. G. (2011). Why do family firms strive for nonfinancial goals? An organization identity perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2): 229-248
- Zhan, S., Uy, M. A., & Hong, Y. (2022). Missing the Forest for the Trees: Prior Entrepreneurial Experience, Role Identity, and Entrepreneurial Creativity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(6), 1469–1499.
<https://doi.org/10.1177/1042258720952291>.
- Zhang, F., & Li, D. (2018). Regional ICT access and entrepreneurship: Evidence from China. *Information & Management*, 55(2), 188-198.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2017.05.005>.
- Zhang, L., Li, Q., Zhou, T., Li, C., Gu, C., & Zhao, X. (2022). Social creativity and entrepreneurial intentions of college students: Mediated by career adaptability and moderated by parental entrepreneurial background. *Frontiers in Psychology*, 13, 893351. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.893351>.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.
- Zulfikar, S., Sarwar, B., Huo, C., Zhao, X., & ul Mahasbi, H. (2025). AI-powered education: Driving entrepreneurial spirit among university students. *The International Journal of Management Education*, 23(2), 101106.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101106>

PHỤ LỤC

1.1. Nhóm từ khóa đồng xuất hiện trong nghiên cứu về khởi nghiệp

Chủ đề	Từ khóa Tiếng Anh	Từ khóa Tiếng Việt
Bối cảnh văn hóa - xã hội – chính trị của khởi nghiệp	Agency, context, culture, discourse, globalization, identity, immigration, migration, neoliberalism, policy, institutional change, institutional entrepreneurship, institutional theory, legitimacy, governance, public policy, regulation, corruption, resilience, stakeholders, rural areas, regional development, religion, resources, poverty alleviation, sustainable development, sustainable development goals, social responsibility.	Cơ quan, bối cảnh, văn hóa, diễn ngôn, toàn cầu hóa, bản sắc, nhập cư, di cư, chủ nghĩa tân tự do, chính sách, thay đổi thể chế, tinh thần kinh doanh thể chế, lý thuyết thể chế, tính hợp pháp, quản trị, chính sách công, quy định, tham nhũng, khả năng phục hồi, các bên liên quan, khu vực nông thôn, phát triển khu vực, tôn giáo, tài nguyên, xóa đói giảm nghèo, phát triển bền vững, mục tiêu phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội.
Các loại hình khởi nghiệp đặc thù	Cultural entrepreneurship, ethnic entrepreneurship, indigenous entrepreneurship, immigrant entrepreneurship, migrant entrepreneurship, rural entrepreneurship, youth entrepreneurship, women entrepreneurship, women entrepreneurs, female entrepreneurship, necessity entrepreneurship, opportunity entrepreneurship, green entrepreneurship, sustainable entrepreneurship, informal entrepreneurship, digital entrepreneurship, technological entrepreneurship, innovative entrepreneurship, corporate entrepreneurship, strategic entrepreneurship, policy entrepreneurship.	Văn hóa khởi nghiệp, Triết lý khởi nghiệp, doanh nghiệp bản địa, doanh nghiệp nhập cư, doanh nghiệp di cư, doanh nghiệp nông thôn, doanh nghiệp thanh niên, doanh nghiệp phụ nữ, doanh nhân nữ, doanh nghiệp nữ, doanh nghiệp vì nhu cầu thiết yếu, doanh nghiệp vì cơ hội, doanh nghiệp xanh, doanh nghiệp bền vững, doanh nghiệp phi chính thức, doanh nghiệp kỹ thuật số, doanh nghiệp công nghệ, doanh nghiệp đổi mới, doanh nghiệp doanh nghiệp, doanh nghiệp chiến lược, doanh nghiệp chính sách.
Giáo dục và đào tạo khởi nghiệp	Education, entrepreneurial education, entrepreneurship education, curriculum, pedagogy, entrepreneurial learning, experiential learning, teaching, higher education, universities, university students, entrepreneurial university, students, entrepreneurial mindset, entrepreneurial behavior, entrepreneurial competencies, entrepreneurial skills, entrepreneurial orientation, self-efficacy, entrepreneurial	Giáo dục, giáo dục khởi nghiệp, giáo dục khởi nghiệp, chương trình giảng dạy, phương pháp sư phạm, học tập khởi nghiệp, học tập trải nghiệm, giảng dạy, giáo dục đại học, trường đại học, sinh viên đại học, trường đại học khởi nghiệp, sinh viên, tư duy khởi nghiệp, hành vi khởi nghiệp, năng lực khởi nghiệp, kỹ năng khởi nghiệp, định hướng khởi nghiệp, hiệu quả bản thân, hiệu quả bản thân của khởi nghiệp, ý định, ý định khởi

Chủ đề	Từ khóa Tiếng Anh	Từ khóa Tiếng Việt
	self-efficacy, intention, entrepreneurial intention, entrepreneurial intentions, theory of planned behavior, theory of planned behaviour, entrepreneurial motivation, motivation, learning, creativity, assessment, research, innovation and entrepreneurship education.	nghịệp, ý định khởi nghiệp, lý thuyết hành vi có kế hoạch, lý thuyết hành vi có kế hoạch, động lực khởi nghiệp, động lực, học tập, sáng tạo, đánh giá, nghiên cứu, đổi mới và giáo dục khởi nghiệp.
Đổi mới sáng tạo và công nghệ	Innovation, innovativeness, technology, technology entrepreneurship, technological entrepreneurship, innovation and entrepreneurship, innovative entrepreneurship, digital transformation, digitalization, e-commerce, information technology, intrapreneurship, artificial intelligence, green entrepreneurship, environmental entrepreneurship, sustainable entrepreneurship.	Đổi mới, tính sáng tạo, công nghệ, tinh thần khởi nghiệp công nghệ, tinh thần khởi nghiệp công nghệ, đổi mới và khởi nghiệp, tinh thần khởi nghiệp đổi mới, chuyển đổi số, số hóa, thương mại điện tử, công nghệ thông tin, tinh thần khởi nghiệp nội bộ, trí tuệ nhân tạo, tinh thần khởi nghiệp xanh, tinh thần khởi nghiệp môi trường, tinh thần khởi nghiệp bền vững.
Hệ sinh thái và môi trường khởi nghiệp	Ecosystem, entrepreneurial ecosystem, entrepreneurship ecosystem, entrepreneurship policy, institutions, entrepreneurial ecosystems, entrepreneurial process, dynamic capabilities, social capital, social networks, networks, knowledge, knowledge management, knowledge spillovers, opportunity recognition, human capital, venture capital.	Hệ sinh thái, hệ sinh thái khởi nghiệp, hệ sinh thái khởi nghiệp, chính sách khởi nghiệp, thể chế, hệ sinh thái khởi nghiệp, quy trình khởi nghiệp, năng lực động, vốn xã hội, mạng lưới xã hội, kiến thức, quản lý kiến thức, lan tỏa kiến thức, nhận biết cơ hội, vốn con người, vốn đầu tư mạo hiểm.
Doanh nghiệp và hiệu quả hoạt động	Business, enterprise, firm performance, organizational performance, business performance, competitive advantage, competitiveness, emerging markets, small business, small businesses, small and medium enterprises (SMEs), start-up, start-ups, startups, entrepreneurial activity, entrepreneurship development	Kinh doanh, doanh nghiệp, hiệu suất công ty, hiệu suất tổ chức, hiệu suất kinh doanh, lợi thế cạnh tranh, khả năng cạnh tranh, thị trường mới nổi, doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME), khởi nghiệp, các công ty khởi nghiệp, các công ty khởi nghiệp, hoạt động kinh doanh, phát triển tinh thần kinh doanh
Khu vực địa lý và so sánh quốc tế	China, Europe, Germany, Greece, Iran, Sweden, Brazil, Ghana, India, Indonesia, Malaysia, Nigeria, Russia, Spain, South Africa, Sub-Saharan Africa, Latin America, Vietnam, Africa, developing countries, emerging economies, united kingdom	Trung Quốc, Châu Âu, Đức, Hy Lạp, Iran, Thụy Điển, Brazil, Ghana, Ấn Độ, Indonesia, Malaysia, Nigeria, Nga, Tây Ban Nha, Nam Phi, Châu Phi cận Sahara, Mỹ Latinh, Việt Nam, Châu Phi, các nước đang phát triển, các nền kinh tế mới nổi, Vương quốc Anh
Phương pháp nghiên	Bibliometric analysis, systematic literature review, literature	Phân tích thư mục, tổng quan tài liệu có hệ thống, tổng quan tài

Chủ đề	Từ khóa Tiếng Anh	Từ khóa Tiếng Việt
cứu và tiếp cận học thuật	review, qualitative research, case study, bibliometrics, fsqca, gem, global entrepreneurship monitor, panel data, review, research, design thinking, effectuation, strategy, strategic management	liệu, nghiên cứu định tính, nghiên cứu điển hình, thư mục, fsqca, gem, giám sát tinh thần kinh doanh toàn cầu, dữ liệu bảng, tổng quan, nghiên cứu, tư duy thiết kế, thực hiện, chiến lược, quản lý chiến lược

1.2. Chuẩn hóa từ khóa tác giả nghiên cứu về lĩnh vực khởi nghiệp công nghệ số

STT	Từ khóa xuất hiện	Từ khóa chuẩn hóa	STT	Từ khóa xuất hiện	Từ khóa chuẩn hóa
1	3d printing	3d printing			
2	academic entrepreneurship	academic entrepreneurship	19	digital finance	digital finance
3	artificial intelligence	artificial intelligence	20	digital innovation	digital innovation
4	bibliometric analysis	bibliometric analysis	21	digital literacy	digital literacy
5	big data	big data	22	digital marketing	digital marketing
6	blockchain	blockchain			
	business model		23	digital platform	
7	business model innovation	business model		digital platforms	digital platform
			24	digital skills	digital skills
8	china	china			
	covid-19		25	digital start-up	digital start-up
9	covid-19 pandemic	covid-19 pandemic		digital startups	
	pandemic		26	digital strategy	digital strategy
10	creativity	creativity		digital technologies	
			27	digital technology	digital technology
11	crowdfunding	crowdfunding	28	digital transformation	digital transformation
12	design thinking	design thinking	29	disruptive innovation	disruptive innovation
	digital		30	e-commerce	e-commerce
	digital era		31	ecosystem	ecosystem
13	digitalisation		32	e-entrepreneurship	e-entrepreneurship
	digitalization	digitalization	33	emerging economies	emerging economies
	digitization			entrepreneurial	
			34	ecosystem	entrepreneurial ecosystem
14	digital academic entrepreneurship	digital academic entrepreneurship		entrepreneurial ecosystems	
15	digital competencies	digital competencies	35	entrepreneurial intention	entrepreneurial intention
16	digital disruption	digital disruption	36	entrepreneurial orientation	entrepreneurial orientation
17	digital economy	digital economy	37	entrepreneurial passion	entrepreneurial passion

STT	Từ khóa xuất hiện	Từ khóa chuẩn hóa	STT	Từ khóa xuất hiện	Từ khóa chuẩn hóa
	digital entrepreneur		38	entrepreneurial process	entrepreneurial process
18	digital entrepreneurs	digital entrepreneur	39	entrepreneurship education	entrepreneurship education
	digital entrepreneurship				
40	financial inclusion	financial inclusion		startup	
41	fintech	fintech	63	start-up	startup
42	gender	gender		startups	
43	higher education	higher education		start-ups	
44	human capital	human capital		entrepreneurship	
45	technology	technology	64	strategy	strategy
46	ict	ict		sustainability	
	innovation		65	sustainable development	sustainability
47	open innovation	innovation		sustainable development goals	
48	international entrepreneurship	international entrepreneurship	66	sustainable entrepreneurship	sustainable entrepreneurship
49	internationalization	internationalization	67	systematic literature review	systematic literature review
50	internet	internet	68	technological innovation	technological innovation
51	knowledge management	knowledge management	69	technology adoption	technology adoption
52	lean startup	lean startup	70	technology entrepreneurship	technology entrepreneurship
53	platform economy	platform economy		theory of planned behavior	
54	resilience	resilience	71	theory of planned behaviour	theory of planned behavior
55	rural entrepreneurship	rural entrepreneurship	72	transformational entrepreneurship	transformational entrepreneurship

STT	Từ khóa xuất hiện	Từ khóa chuẩn hóa	STT	Từ khóa xuất hiện	Từ khóa chuẩn hóa
56	saudi arabia	saudi arabia	73	value creation	value creation
57	sharing economy	sharing economy	74	venture capital	venture capital
58	smart city	smart city		women	
59	sme smes	sme	75	women entrepreneurs women entrepreneurship female entrepreneurship	female entrepreneurship
60	social capital	social capital			
61	social entrepreneurship	social entrepreneurship			
62	social media	social media			

1.3. Nhóm từ khóa đồng xuất hiện trong nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số

Nhóm	Từ Khóa (Gốc)	Từ khóa (Dịch nghĩa)	Độ mạnh liên kết	Độ mạnh xuất hiện
Nhóm 1: Ý định khởi ngành CNS	digital entrepreneurial intention	Ý định khởi nghiệp CNS	26	14
	digital start-ups	Khởi nghiệp CNS	5	1
	entrepreneurial career intentions	Ý định lựa chọn nghề nghiệp khởi ngành	5	1
Nhóm 2: Yếu tố thuộc về nhận thức	entrepreneurial self-efficacy/digital entrepreneurial self-efficacy	Năng lực tự khởi nghiệp/ Năng lực tự khởi nghiệp CNS	10	2
	entrepreneurial competence	Năng lực khởi nghiệp	6	1
	entrepreneurial knowledge/ digital entrepreneurship knowledge	sự hiểu biết khởi nghiệp/ sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS	3	1
	subjective norms	Chuẩn chủ quan	9	1
	digital competence	Năng lực CNS	8	2
	perceived behaviour control	Nhận thức kiểm soát hành vi	9	1
	perceived ease of use	Nhận thức tính dễ sử dụng	8	1
	perceived usefulness	Nhận thức tính hữu ích	8	1
	attitude-related variables	Các yếu tố thuộc về thái độ	3	1
	attitude towards behaviour	Thái độ đối với hành vi	9	1
	personal attitude	Thái độ cá nhân	5	1
	personal traits/personality traits	Đặc điểm cá nhân/ Tính cách cá nhân	5	1
	perceived university support	Nhận thức sự hỗ trợ từ trường học	4	1
Nhóm 3: Yếu tố môi trường	environmental policies	Chính sách môi trường	6	1
	role models/ digital entrepreneurial role models	Hình mẫu lý tưởng/ Hình mẫu lý tưởng về kinh doanh CNS	9	1
	digital entrepreneurship education	Giáo dục khởi nghiệp CNS	13	3
	digital policy cognition	Nhận thức chính sách CNS	3	1

Nhóm	Từ Khóa (Gốc)	Từ khóa (Dịch nghĩa)	Độ mạnh liên kết	Độ mạnh xuất hiện
Nhóm 4: Yếu tố đặc điểm tính cách cá nhân	perceived social support	Nhận thức hỗ trợ từ xã hội	4	1
	personality characteristics	Đặc điểm tính cách cá nhân	3	1
	entrepreneurial alertness/ digital entrepreneurial alertness	Sự tỉnh táo trong kinh doanh/ sự tỉnh táo trong kinh doanh CNS	5	1
	entrepreneurial curiosity	Sự tò mò về kinh doanh	5	1
	entrepreneurial digital innovativeness	Đổi mới kinh doanh CNS	5	1
	entrepreneurial exposure	Tiếp xúc với kinh doanh	4	1
	entrepreneurial passion	Niềm đam mê kinh doanh	5	1
	open innovation/innovativeness creativity	Sự đổi mới Sự sáng tạo	3 5	1 1
Nhóm 5: Các yếu tố khác	digital entrepreneurial knowledge/ entrepreneurial knowledge	sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS/ sự hiểu biết về khởi nghiệp	9	1
	cultural factors	Yếu tố văn hóa	4	1
	socio-economic factors	Yếu tố kinh tế - xã hội	4	1
	digital literacy/ IT knowledge	sự hiểu biết về công nghệ	9	2
	entrepreneurship education/ digital entrepreneurial education	Giáo dục khởi nghiệp/ Giáo dục khởi ngiệp CNS	3	1
Nhóm 6: Quốc gia nghiên cứu	jordan	Jordan	4	1
	indonesia	Indonesia	6	1
	malaysia	Malaysia	6	1
	saudi arabia	Ả rập Saudi	18	3
	india	Ấn Độ	5	1
	china	Trung Quốc	5	1
	france	Pháp	4	1
Nhóm 7: Phương pháp	theory of planned behaviour	TPB	17	3
	quantitative analysis	Phân tích định lượng	5	1
	smartpls	Phương pháp PLS	5	1

Nhóm	Từ Khóa (Gốc)	Từ khóa (Dịch nghĩa)	Độ mạnh liên kết	Độ mạnh xuất hiện
nhân cứu	affordance theory	Lý thuyết phù hợp	5	1
	content analysis	Phân tích nội dung	3	1
	technology acceptance model	Mô hình TAM	5	1
	uses and gratification theory	Lý thuyết sử dụng và hài lòng	5	1
	mediating effect	Tác động trung gian	6	1
	bibliometric analysis	Phân tích trắc lượng thư mục	6	2
	mixed method	Phương pháp hỗn hợp	5	1
	metaverse	Siêu dữ liệu	4	1
	qualitative study	Nghiên cứu định tính	4	1
	cause-and-effect relationships	Mối quan hệ nhân quả	4	1
	action design research	Nghiên cứu thiết kế hành động	4	1
Nhóm 8: Chủ đề nhân cứu	digital entrepreneurship	Khởi nghiệp CNS	84	23
	e-entrepreneurship	Khởi nghiệp trực tuyến	14	3
	digital social entrepreneurship	Khởi nghiệp CNS xã hội	5	1
	entrepreneurial intentions and actions	Ý định và hành động khởi nghiệp	5	1
	female empowerment	Vai trò của giới nữ	5	1
	women enterprises/women entrepreneurs/female entrepreneurship	Khởi nghiệp của giới nữ	4	1
	students	Sinh viên	4	1
	psychological empowerment	Trao quyền tâm lý	5	1
	user entrepreneurship	Khởi nghiệp người dùng	4	1
	competitive advantage	Năng lực cạnh tranh	3	1
	covid-19 pandemic	Đại dịch Covid-19	11	3
Nhóm 9: Bối cảnh	global lockdowns	Đóng cửa toàn cầu	5	1
	digital platforms/digital technologies/technology	Nền tảng CNS/công nghệ số/Kỹ thuật	7	2

Nhóm	Từ Khóa (Gốc)	Từ khóa (Dịch nghĩa)	Độ mạnh liên kết	Độ mạnh xuất hiện
ngiên cứu	e-commerce/e-business	Kinh doanh online/Thương mại điện tử	11	2
	economic development	Phát triển kinh tế	6	1
	social media	Phương tiện truyền thông	19	5
	digital innovation/digitisation	Sáng tạo CNS/Số hóa	4	1
	digital transformation	Chuyển đổi số	6	2
	technological development	Phát triển công nghệ	4	1
	economic paradigms	Hình thái kinh tế	5	1
	e-commerce education	Giáo dục thương mại điện tử	4	1
	living lab	Phòng thí nghiệm	4	1
	digital business	Kinh doanh số	4	1
	artificial intelligence	Trí tuệ nhân tạo	5	1
	healthcare	Chăm sóc sức khỏe	4	1
	patient innovation	Đổi mới khám bệnh	4	1
Nhóm 10: Hệ sinh thái khởi ngiệp CNS	digital entrepreneurial ecosystems smart cities	Hệ sinh thái khởi nghiệp CNS thành phố thông minh	5	1
	digital entrepreneurial models	Mô hình kinh doanh CNS	5	1
	digital entrepreneurship co-creation	Đồng sáng tạo khởi nghiệp CNS	5	1
	business strategy	Chiến lược kinh doanh	3	1
	sharing digital entrepreneurship	Khởi nghiệp chia sẻ CNS	5	1
	business development	Phát triển kinh doanh	4	1
	eco-system	Hệ sinh thái	5	1
	transformational entrepreneurship	Khởi nghiệp chuyển đổi	7	2
	entrepreneurial program learning	Học tập chương trình khởi nghiệp	3	1
	entrepreneurial marketing	Marketing khởi nghiệp	5	1
	gamifying online entrepreneurship education	Giáo dục khởi nghiệp trò chơi trực tuyến	3	1

1.4. Lược khảo nghiên cứu liên quan về ý định khởi nghiệp

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
Diepolder và cộng sự, 2025	Ảnh hưởng của giáo dục khởi nghiệp bền vững dựa trên năng lực (SEE) đối với ý định khởi nghiệp bền vững (SEI) của học sinh trung học phổ thông và các yếu tố tiền đề	TPB	Ý định Khởi nghiệp Bền vững (SEE) Thái độ đối với Khởi nghiệp Bền vững (AT) Chuẩn Chủ quan đối với Khởi nghiệp Bền vững (SN) Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) Giới tính Tiếp xúc với Hình mẫu Khởi nghiệp Bền vững	SEE (+) -> AT, SN, và PBC. Các hình mẫu khởi nghiệp bền vững không ảnh hưởng đến các cấu trúc đo lường (SEI, AT, SN, PBC) khi so sánh giữa nhóm can thiệp A (không có hình mẫu) và nhóm can thiệp B (có hình mẫu). Không có khác biệt giữa hai nhóm can thiệp A và B, nhóm có hình mẫu (Can thiệp B) cho thấy kích thước hiệu ứng lớn hơn đối với SEI, AT, và PBC. SN của nữ giới là cao hơn so với nam giới. Các yếu tố kiểm soát (kinh nghiệm trước đây về giáo dục và mối quan hệ với các doanh nhân) không có mối quan hệ với SEI, AT, SN, và PBC
Ismail và cộng sự, 2025	Nâng cao ý định khởi nghiệp Halal: Tác động của giáo dục khởi nghiệp Halal và nhận thức khởi nghiệp Halal	Lý thuyết Nhận thức Xã hội - SCT, PLS-SEM	Giáo dục khởi nghiệp Halal Nhận thức khởi nghiệp Halal Ý định khởi nghiệp Halal	Giáo dục khởi nghiệp Halal -> Ý định khởi nghiệp Halal (+) Giáo dục khởi nghiệp Halal -> Nhận thức khởi nghiệp Halal (+)
Elbaz và cộng sự,	Nghiên cứu tác động	TPB và Lý thuyết	Giáo dục khởi nghiệp (EE),	EE -> ESE (+)

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
2025	của giáo dục khởi nghiệp (EE) và tư duy khởi nghiệp (EM) lên ý định khởi nghiệp (EI)	Nhận thức Xã hội - SCT PLS-SEM	Tư duy khởi nghiệp (EM). Năng lực bản thân (ESE) Ý định khởi nghiệp (EI) Sự sáng tạo (CR) Hình mẫu (RM)	EM -> ESE (+) ESE -> EI (+) ESE đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa EE và EI ESE cũng đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa EM và EI CR có ảnh hưởng điều tiết tích cực lên mối quan hệ giữa ESE và EI RM có ảnh hưởng điều tiết tích cực lên mối quan hệ giữa ESE và EI CR và RM cũng điều tiết mối quan hệ gián tiếp (trung gian điều tiết) của EE và EM lên EI thông qua ESE
Shen và cộng sự, 2025	Khám phá tác động của sự tham gia của sinh viên vào các cuộc thi khởi nghiệp (EECs) đối với Ý định Khởi nghiệp (EI)	Lý thuyết Dấu ấn (Imprinting theory) và Lý thuyết Nhận thức Xã hội (Social Cognitive Theory - SCT)	Sự tham gia vào các cuộc thi khởi nghiệp (EECs) Năng lực bản thân (ESE) Định hướng Khởi nghiệp (EO) Ý định Khởi nghiệp (EI)	EECs có tương quan EI (+) Mối quan hệ giữa EECs và EI được trung gian bởi ESE EO điều tiết mối quan hệ giữa EECs và ESE EO điều tiết tác động trung gian của EECs lên EI thông qua ESE
Fan và cộng sự, 2024	Ảnh hưởng của giáo dục khởi nghiệp đối với ý định khởi nghiệp của sinh viên đại học,	Lý thuyết Nhận thức Xã hội, Mô hình Hành động khởi nghiệp	Giáo dục Khởi nghiệp (EE) Thái độ Khởi nghiệp (EA) Niềm tin vào năng lực tự thân Khởi nghiệp (ESE)	EE→ EI (+) EA và ESE đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa EE và EI Hiệu ứng trung gian qua EA

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
	lấy mẫu từ Trung Quốc	có chủ đích	Hỗ trợ Xã hội Khởi nghiệp (ESS) Ý định Khởi nghiệp (EI)	(EE→EA→EI) Hiệu ứng trung gian qua ESE (EE→ESE→EI) ESS điều tiết mối liên hệ giữa EE và EI
Inoubli & Gharbi, 2024	Điều tra cách thức bối cảnh xã hội điều tiết mối quan hệ giữa ý định và hành vi trong khởi nghiệp của sinh viên	TPB, AMOS	Hành vi khởi nghiệp (EB) Môi trường khởi nghiệp đại học (UEE) Hỗ trợ xã hội (SS) Chuẩn mực quốc gia được nhận thức (PNN) Ý định khởi nghiệp (EI)	Các yếu tố bối cảnh đóng vai trò quan trọng hơn trong việc điều tiết mối quan hệ giữa EI và EB. Sinh viên bày tỏ ý định mạnh mẽ theo đuổi khởi nghiệp và ý định này đã được chuyển thành hành động, đặc biệt nhờ môi trường thuận lợi được nuôi dưỡng bởi trường đại học. UEE có ảnh hưởng điều tiết một phần tích cực đối với mối quan hệ giữa EI và EB. UEE tạo ra một môi trường thuận lợi để nuôi dưỡng EI và ảnh hưởng đến PNN. SS điều tiết tích cực và củng cố mối quan hệ giữa EI và EB Bối cảnh xã hội (gia đình, bạn bè, người cố vấn) đóng vai trò là cơ chế để vượt qua các trở ngại bên ngoài. PNN có ảnh hưởng điều tiết một phần đối với mối quan hệ giữa EI và EB
Ince và cộng sự,	Tác động của thái độ	TPB,	Thái độ khởi nghiệp (gồm Sự phù hợp	Hiệu quả cảm nhận ảnh hưởng đáng kể

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
2023	và giáo dục khởi nghiệp đối với việc hình thành những nhà khởi nghiệp cần thiết cho lĩnh vực du lịch	SEM 377 sinh viên đang học ngành du lịch	cảm nhận, Sự nhất quán cảm nhận, Sự hiệu quả cảm nhận) và Giáo dục khởi nghiệp Ý định khởi nghiệp Tình trạng từng làm việc (đã từng làm việc tại nơi làm việc trước đây so với chưa từng làm việc)	đến ý định khởi nghiệp. Giáo dục khởi nghiệp có tác động dương lên ý định khởi nghiệp. Sự phù hợp cảm nhận, Sự nhất quán cảm nhận và Ý định khởi nghiệp khác biệt đáng kể giữa sinh viên đã và chưa từng làm việc. Sự phù hợp cảm nhận và Ý định khởi nghiệp khác biệt đáng kể có lợi cho nhóm đã từng làm việc. Sự nhất quán cảm nhận khác biệt đáng kể có lợi cho nhóm chưa từng làm việc.
van Ewijk và cộng sự, 2023	Tại sao việc thay đổi ý định khởi nghiệp (EI) của sinh viên lại khó khăn	Lý thuyết giảm thiểu bất hòa nhận thức (dissonance reduction theory)	Ý định khởi nghiệp trước khóa học (EI _{t1}) Cảm hứng khởi nghiệp mong đợi (EEI) Cảm hứng khởi nghiệp trải nghiệm (ExEI) Loại khóa học (Khởi nghiệp vs. Khác). Bối cảnh kinh tế (Quốc gia phát triển vs. Đang phát triển) Tuổi (Age) và Giới tính (Gender)	Mối liên hệ theo thời gian giữa EI trước và sau khóa học (EI _{t1} → EI _{t2}) là tích cực. EI _{t1} liên quan tích cực đến Cảm hứng mong đợi, Cảm hứng mong đợi dự đoán đáng kể Cảm hứng trải nghiệm, và Cảm hứng trải nghiệm liên quan tích cực đến EI _{t2} Cơ chế hòa giải nổi tiếp mạnh hơn đáng kể ở sinh viên học các khóa học khởi nghiệp Cơ chế hòa giải nổi tiếp không bị ảnh hưởng bởi bối cảnh kinh tế; nó có ý

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
				nghĩa tương đương ở cả quốc gia phát triển Mức EI tổng thể ở các nước phát triển thấp hơn đáng kể
Dick-Sagoe và cộng sự, 2023	Xác định các yếu tố thúc đẩy ý định khởi nghiệp (EI) của sinh viên đại học	TPB, SEM	Ý định khởi nghiệp (EI) Chương trình đại học/Khoa, Cấp độ giáo dục (Thạc sĩ/Đại học)	Thái độ và Nhận thức kiểm soát hành vi là các yếu tố dự đoán tích cực đối với EI. Chuẩn chủ quan là yếu tố dự đoán tiêu cực đối với EI Mô hình TPB giải thích 29% phương sai trong EI của sinh viên Các khoa có ý định khởi nghiệp cao nhất là Phát triển Kinh doanh và Quản lý (90.0%), Quản trị Kinh doanh (80.0%), Kinh tế (70.0%), Dinh dưỡng (70.0%), và Dược (63.3%). Các khoa có ý định khởi nghiệp thấp nhất là Lịch sử (10.0%), Triết học (16.6%), Luật Tố tụng và Phụ trợ (16.6%), và Tiếng Pháp (23.3%) Môi trường và sự hỗ trợ của trường đại học ảnh hưởng đến quyết định của sinh viên sau đại học (Thạc sĩ) nhiều hơn sinh viên đại học
Kobylińska,	Ý định khởi nghiệp	-	Yếu tố nhân khẩu học,	Yếu tố nhân khẩu học (+)

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
2022	của người học ngành công tác xã hội		Đặc điểm tính cách, Kinh nghiệm chuyên môn , Giáo dục khởi nghiệp	Đặc điểm tính cách (+) Kinh nghiệm chuyên môn (+) Giáo dục khởi nghiệp (+)
Che Nawi và cộng sự, 2022	Ý định khởi nghiệp lĩnh vực nông nghiệp	TPB	Thái độ đối với việc khởi nghiệp lĩnh vực nông nghiệp, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Hành vi chấp nhận khởi nghiệp lĩnh vực nông nghiệp, Sự hiểu biết về khởi nghiệp nông nghiệp, Yếu tố nhân khẩu học (Giới tính, chuyên môn)	Thái độ đối với việc khởi nghiệp lĩnh vực nông nghiệp (+) Chuẩn chủ quan Nhận thức kiểm soát hành vi (+) Sự chấp nhận khởi nghiệp lĩnh vực nông nghiệp (+) sự hiểu biết về khởi nghiệp nông nghiệp Nam **
Datta và cộng sự, 2022	Ảnh hưởng của giới đến ý định khởi nghiệp của người học đại học	TPB Lý thuyết vai trò xã hội	Xác định vai trò giới tính (GRI)	Các yếu tố liên quan đến giới tính được hình thành bởi các khía cạnh văn hóa và xã hội. Nghiên cứu về EI chịu ảnh hưởng của GRI dẫn đến sự hiểu biết sâu sắc hơn về hành vi kinh doanh vì cả nam giới và nữ giới đều có thể kết hợp các đặc điểm nam tính và nữ tính ở mức độ cao hơn hoặc thấp hơn vào bản sắc của họ
Rusu và cộng sự, 2022	Ý định khởi nghiệp: Vai trò của khả năng tiếp cận nguồn tài chính	-	Dễ dàng tiếp cận nguồn tài chính, sự hiểu biết về kinh doanh, Giáo dục khởi nghiệp	Dễ dàng tiếp cận nguồn tài chính (+) sự hiểu biết về kinh doanh (+) Giáo dục khởi nghiệp (+) Khởi nghiệp khu vực thành thị **

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
				Giới Nam **
Prabowo và cộng sự, 2022	Ý định khởi nghiệp xanh	TPB	Hiểu biết về nhận thức, Thái độ hướng đến hành vi, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi Giá trị văn hóa, Yếu tố hoàn cảnh	Hiểu biết về nhận thức (+) Nhận thức kiểm soát hành vi (+) Giá trị văn hóa (+) Yếu tố hoàn cảnh (***) Thái độ hướng đến hành vi (***) Chuẩn chủ quan (***)
Ferreira và cộng sự, 2022	Mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp	-	Thái độ với việc khởi nghiệp, Năng lực khởi nghiệp, Hướng dẫn lập kế hoạch	Thái độ với việc khởi nghiệp (+) Tự nhận thức về kỹ năng kinh doanh (+) Năng lực khởi nghiệp (***)
Bapoo và cộng sự, 2022	Ý định kinh doanh bền vững (SEI): Vai trò trung gian của nhận thức cơ hội kinh doanh	Lý thuyết tự quyết định (Self-Determination Theory)	Văn hóa bền vững (SC) Thực hành bền vững (SP) sự hiểu biết bền vững (SK) Cam kết bền vững về môi trường (CES) Nhận thức cơ hội kinh doanh (EOR)	SC -> EOR (+) SC -> EOR -> SEI (+) CES -> SEI (+) CES -> EOR (+) CES -> EOR -> SEI (+) EOR -> SEI (+)
Chang và cộng sự, 2022	Ý định kinh doanh xã hội	TPB	Thái độ đối với việc khởi nghiệp, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Giáo dục khởi nghiệp Chuyên ngành	Thái độ đối với việc khởi nghiệp (+), Chuẩn chủ quan +), Nhận thức kiểm soát hành vi +), Không phải chuyên ngành kinh doanh (***)
Wiramihardja và cộng sự, 2022	Ý định khởi nghiệp của người học đại học ở Malaysia	TPB	Thái độ đối với khởi nghiệp, Nhu cầu thành đạt, Xu hướng chấp nhận rủi ro	Nhu cầu thành đạt (+) Thái độ đối với tinh thần kinh doanh (+), Tính cách chủ động (+),

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
			Tính cách chủ động, Năng lực bản thân, Năng lực nhận biết cơ hội Giáo dục khởi nghiệp, Sự né tránh không chắc chắn, sự hiểu biết kinh doanh	Xu hướng chấp nhận rủi ro (+)
Qudus và cộng sự, 2022	Vai trò của các yếu tố tâm lý đối với ý định khởi nghiệp của người học kinh doanh	-	Ngưỡng kiểm soát, Mong muốn tự do và nhu cầu thành đạt, Chấp nhận thử thách, Trí tuệ cảm xúc	Ngưỡng kiểm soát (+) Mong muốn tự do và nhu cầu thành đạt (+) Chấp nhận thử thách (+) Trí tuệ cảm xúc (+)
Tomal & Szromnik, 2022	Ý định khởi nghiệp của người học đại học ở một số quốc gia hậu cộng sản ở Châu Âu: điều tra sự khác biệt giữa các nền văn hóa	TPB, EEM	Năng lực bản thân, Thái độ đối với khởi nghiệp, Hình mẫu cha mẹ khởi nghiệp, Sự khác biệt xuyên quốc gia: khía cạnh văn hóa, Giới tính	Mức độ sẵn sàng khởi nghiệp chủ yếu được xác định bởi năng lực bản thân của doanh nhân. Mức độ ảnh hưởng của năng lực bản thân đối với ý định khởi nghiệp của người học khác nhau giữa các quốc gia được nghiên cứu và phụ thuộc vào văn hóa đặc thù
Phuong và cộng sự, 2011	Thái độ của người học và ý định kinh doanh	EEM, DEM	Thái độ Tích cực và Tiêu cực; Chuẩn mực xã hội; Đặc điểm cá nhân của sự hướng ngoại và Sự tận tâm, Tình cảm ổn định, Cởi mở với trải nghiệm mới,	Cởi mở với trải nghiệm mới (-) (+) Đặc điểm cá nhân (-) (+) Chuẩn mực xã hội (-) (+)

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
Hợp ý				
Ayodele và cộng sự, 2021	Ý định khởi nghiệp của người học bất động sản ở Nigeria	-	Vai trò của cố vấn/người hướng dẫn	Sự thỏa mãn/sự thỏa mãn cá nhân (+), Tính linh hoạt/động cơ tài chính (+), Sự cố vấn/ảnh hưởng kinh tế (+), Sở thích/uy tín (+) Địa vị cá nhân (+)
Doanh, 2021	Ý định khởi nghiệp	TPB, Lý thuyết học tập xã hội	Yếu tố hoàn cảnh (Giáo dục đại học & Nguồn lực xã hội) Chuẩn chủ quan Nhận thức kiểm soát hành vi Thái độ với khởi nghiệp, Hỗ trợ về thể chế	Thái độ với khởi nghiệp (+) Chuẩn chủ quan (-) Giáo dục đại học (+) (-) Nguồn lực xã hội (*) Hỗ trợ về thể chế (*) Nhận thức kiểm soát hành vi (+)
Abdullahi và cộng sự, 2021	Ảnh hưởng của giáo dục khởi nghiệp đến ý định khởi nghiệp	TPB	Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ với khởi nghiệp, Giáo dục khởi nghiệp	Chuẩn chủ quan (+), Thái độ với khởi nghiệp (+), Giáo dục khởi nghiệp (+)
Elnadi & Gheith, 2021	Ảnh hưởng của nhận thức của người học về các yếu tố hệ sinh thái khởi nghiệp đối với ý định khởi nghiệp	TPB	Nhận thức của người học về hệ sinh thái khởi nghiệp, Năng lực bản thân của doanh nhân	Nhận thức của người học về hệ sinh thái khởi nghiệp ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp cả trực tiếp và gián tiếp thông qua năng lực bản thân của doanh nhân
Shamsudin và cộng sự, 2021	Vai trò của trường đại học đối với ý định khởi nghiệp của người học	-	Vai trò của Trường đại học Hệ thống hỗ trợ	Vai trò của Trường đại học (+) Hệ thống hỗ trợ (+)
Ashari và cộng sự,	Tác động điều tiết của	TPB	Thái độ cá nhân,	Thái độ cá nhân (+),

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
2021	giáo dục khởi nghiệp đối với ý định khởi ngiệp		Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Giáo dục khởi nghiệp (Các khóa học về khởi nghiệp)	Chuẩn chủ quan (+), Nhận thức kiểm soát hành vi (+), Giáo dục khởi nghiệp (Các khóa học về khởi nghiệp) (-)
Zhang & Huang, 2021	Vai trò trung gian của Năng lực bản thân của doanh nhân đối với ý định khởi nghiệp của người học đại học hậu covid-19	Lý thuyết về mô hình nhận thức xã hội	Môi trường khởi nghiệp hậu đại dịch (MT) Năng lực bản thân Giới tính Lịch sử gia đình Chuyên ngành Nền tảng giáo dục	Môi trường khởi nghiệp hậu đại dịch (+) Năng lực bản thân đóng vai trò trung gian mối quan hệ giữa MT và EI Nam (***) Ngành kỹ thuật (***) Nền tảng giáo dục (+) Lịch sử gia đình (+)
Alshebami & Seraj, 2021	Tiền đề của hành vi tiết kiệm và ý định kinh doanh của người học đại học Ả Rập Saudi	TPB	Hiểu biết về tài chính, Ảnh hưởng của cha mẹ, Ảnh hưởng của bạn bè, Sự tự chủ	Hiểu biết về tài chính, ảnh hưởng của cha mẹ và ảnh hưởng của bạn bè -> Hành vi tiết kiệm (+) Tính tự chủ có tác động tiêu cực đáng kể đến hành vi tiết kiệm. Hành vi tiết kiệm (+)
Wu & Rudnák, 2021	Khám phá tác động của việc đi du học ở Hungary đối với ý định kinh doanh của người học quốc tế	TPB EEM	Ý định kinh doanh trước (B-EI) và sau (A-EI) khi đến Hungary Xây dựng đa dạng mối quan hệ (MNC) Quan điểm khởi nghiệp ở nước ngoài (OEP) Nhận thức đa văn hóa (MC)	A-EI (***) OEP (+) MC (+)
İlerisoy và cộng sự,	Tác động của giáo dục kiến trúc đối với ý	-	Các khóa học thiết kế Động cơ học tập,	Động cơ học tập, thái độ và năng lực bản thân thông qua các khóa học thiết kế có

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
2021	định kinh doanh của các kiến trúc sư cao cấp từ sáu trường đại học ở Turke		Sự đổi mới, Thái độ, Năng lực bản thân	ảnh hưởng đến tinh thần kinh doanh. Sự đổi mới không có ảnh hưởng đến ý định kinh doanh.
Ali & Negasi, 2021	Tác động của phương pháp học tập trải nghiệm-kinh doanh đối với ý định kinh doanh	TPB	Kinh nghiệm học tập kinh doanh	Có sự khác biệt đáng kể về ý định khởi nghiệp và tiền đề của nó giữa phương pháp kinh doanh-kinh nghiệm và nhóm phương pháp giảng dạy kinh doanh truyền thống
Nguyễn và cộng sự, 2020	Ý định kinh doanh: so sánh giữa Việt Nam và Hàn Quốc	Lý thuyết xã hội, TPB	Thái độ cá nhân, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Giáo dục khởi nghiệp, Hỗ trợ từ gia đình, Hỗ trợ xã hội,	Giáo dục khởi nghiệp (-) Hỗ trợ từ gia đình (-) Hỗ trợ xã hội (-) Thái độ cá nhân (+) Chuẩn chủ quan (+) Nhận thức kiểm soát hành vi (+)
Vương và cộng sự, 2020	Ý định khởi nghiệp của người học ngành công nghệ thông tin	TPB, EEM	Nhận thức về tính khả thi, Thái độ đối với tinh thần kinh doanh, Tính cách cá nhân, Hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp, Môi trường giáo dục khởi nghiệp, Khả năng tiếp cận tài chính	Nhận thức về tính khả thi (+) Thái độ đối với tinh thần kinh doanh (+), Tính cách cá nhân (+), Hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp (+), Môi trường giáo dục khởi nghiệp (+), Khả năng tiếp cận tài chính (-)
Doanh & Bernat, 2019	Năng lực bản thân và ý định khởi nghiệp của người học Việt Nam	TPB	Chuẩn mực chủ quan, Năng lực bản thân, Thái độ đối với khởi nghiệp, Nhận thức kiểm soát hành vi	Năng lực bản thân (+), Thái độ đối với khởi nghiệp (+) Chuẩn mực chủ quan (-)

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
Herman, 2019	Ý định khởi nghiệp của người học ngành kỹ thuật ở Rumani	-	Giáo dục khởi nghiệp, Nền tảng gia đình khởi nghiệp Đặc điểm tính cách doanh nhân	Nền tảng gia đình khởi nghiệp (+) Đặc điểm tính cách doanh nhân (+)
Nguyễn, 2018	Ý định khởi nghiệp của người học ngành quản trị kinh doanh tại Việt Nam	TPB	Yếu tố nhân khẩu học (Giới tính, Độ tuổi, Trình độ học vấn); Kinh nghiệm làm chủ trước đây, Hoàn cảnh gia đình	Nam **, Trình độ học vấn*, Hoàn cảnh gia đình*, Kinh nghiệm làm chủ trước đây**
Lực, 2018	Ý định khởi nghiệp xã hội	TPB	Thái độ đối với hành vi, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi, Nhận thức khả năng tiếp cận tài chính	Thái độ đối với hành vi (+) Chuẩn chủ quan (-) Nhận thức kiểm soát hành vi (+) Nhận thức khả năng tiếp cận tài chính (-)
Barba-Sánchez & Atienza- Sahuquillo, 2018	Vai trò của giáo dục khởi nghiệp đối với Ý định khởi nghiệp của người học khối kỹ thuật	EEM TPB	Động cơ khởi nghiệp (Nhu cầu thành đạt, Nhu cầu độc lập, Động lực tài chính) Giáo dục khởi nghiệp	Nhu cầu độc lập (+) Giáo dục khởi nghiệp (+)
Nguyễn, 2017	Ý định khởi nghiệp của người học kinh doanh quốc tế	TPB	Thái độ đối với tinh thần kinh doanh (+), Chuẩn chủ quan (-), Nhận thức kiểm soát hành vi (+)	Thái độ đối với tinh thần kinh doanh (+), Chuẩn chủ quan (-), Nhận thức kiểm soát hành vi (+)
Rasul và cộng sự, 2017	Tác động của sự tự tin vào năng lực bản thân đối với ý định khởi ngiệp của người học quốc tế	-	Sự tự tin vào năng lực bản thân	Có mối quan hệ ngược chiều giữa sự tự tin vào năng lực bản thân và mong muốn địa vị giữa các doanh nhân.
Miranda và cộng	Ý định khởi nghiệp	TPB	Chuẩn chủ quan,	Tiền đề chính của ý định kinh doanh là

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
sự, 2017	học thuật ở các trường đại học Tây Ban Nha		Thái độ (Sự sáng tạo, Nhận thức lợi ích, Sự tự tin), Nhận thức kiểm soát hành vi (Kinh nghiệm kinh doanh, Đào tạo, Môi trường kinh doanh)	thái độ đối với tinh thần kinh doanh, lần lượt bị ảnh hưởng bởi sự sáng tạo, nhận thức lợi ích và kinh nghiệm kinh doanh
Do & Dadvari, 2017	Ảnh hưởng của bộ ba đen tối (the Dark Triad) đến mối quan hệ giữa định hướng thái độ khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp giữa các người học tại Đại học Đài Loan	EIM	Bộ ba đen tối (Machiavellianism, narcissism, and psychopathy) Định hướng thái độ kinh doanh Ý định kinh doanh	Thái độ kinh doanh (+) Bộ ba đen tối đóng vai trò trung gian của mối quan hệ định hướng thái độ kinh doanh của một cá nhân đối với ý định kinh doanh
Khuong & An, 2016	Ý định khởi nghiệp	EEM, TPB	Chuẩn mực xã hội, Tính khả thi, Môi trường bên ngoài, Kinh nghiệm khởi nghiệp, Đặc điểm cá nhân	Chuẩn mực xã hội (-), Tính khả thi (+), Môi trường bên ngoài (-) Kinh nghiệm kinh doanh (+), Đặc điểm cá nhân (-)
Arshad và cộng sự, 2016	Các yếu tố quyết định ý định kinh doanh của cá nhân: nghiên cứu so sánh giới tính	TPB	Nhận thức về năng lực bản thân, Chuẩn mực xã hội, Thái độ đối với khởi nghiệp	Nhận thức về năng lực đối với Nam (**) Chuẩn mực xã hội đối với Nữ (**) Thái độ đối với khởi nghiệp (+)
Popescu và cộng sự, 2016	Các yếu tố quyết định ý định kinh doanh của người học ở Rumani	TPB EEM	Đặc điểm tâm lý-hành vi của cá nhân (sáng tạo, khả năng kiểm soát, nhu cầu đạt được thành tích và xu hướng chấp	Nhu cầu đạt được thành tựu (+) Xu hướng chấp nhận rủi ro (+) Học sinh ở trường giáo dục kinh doanh ít

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Lý thuyết/ Phương pháp nghiên cứu	Các biến quan sát	Kết quả/Khám phá
			nhận rủi ro), Các loại hình giáo dục khác nhau	tham gia vào kinh doanh hơn ở trường giáo dục thông thường.

* Không ảnh hưởng đến EI

** Ảnh hưởng mạnh hơn

(+) Ảnh hưởng trực tiếp/ Tích cực đến EI

(-) Ảnh hưởng gián tiếp/ Ngược chiều đến EI

(***) Yếu tố kiểm soát/điều tiết

1.5. Lược khảo các nghiên cứu về ý định khởi nghiệp công nghệ số

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
Trisno và cộng sự, 2025	Bồi dưỡng các nhà khởi ngiệp CNS: Khám phá các yếu tố định hình ý định khởi nghiệp CNS ở sinh viên kỹ thuật trong giáo dục đại học	Sinh viên ngành kỹ thuật tại Trường Đại học Negeri Padang PLS-SEM	Kiến thức CNS và Thái độ khởi nghiệp CNS đóng vai trò là yếu tố dự báo cho Ý định khởi ngiệp CNS của sinh viên kỹ thuật. Ngưỡng kiểm soát không có tác động đến ý định chuyển đổi sang doanh nghiệp CNS của cá nhân. Nhận thức kiểm soát hành vi không có khả năng điều tiết đối với mối quan hệ giữa các biến số với Ý định khởi ngiệp CNS: Kiến thức CNS, Thái độ khởi ngiệp kỹ thuật số, hoặc Ngưỡng kiểm soát	Kiến thức CNS và Thái độ khởi nghiệp CNS đóng vai trò là yếu tố dự báo cho Ý định khởi ngiệp CNS của sinh viên kỹ thuật Các cơ sở giáo dục đại học được khuyến nghị ưu tiên việc trau dồi kiến thức CNS, thúc đẩy thái độ khởi nghiệp tích cực, và tích hợp các nghiên cứu điển hình về kinh doanh CNS vào chương trình giảng dạy Mẫu nghiên cứu bị giới hạn ở sinh viên của một trường đại học	Tư duy khởi ngiệp, Kiến thức CNS, Thái độ khởi ngiệp CNS, Ngưỡng kiểm soát, Ý định khởi ngiệp CNS, Nhận thức kiểm soát hành vi
Zulfiqar và cộng sự, 2025	Giáo dục được hỗ trợ bởi AI: Thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp trong sinh viên đại học: điều tra mức độ ảnh hưởng của các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI) đối với ý định và thái	Sinh viên đại học tại Pakistan, SPSS, Smart-PLS TPB, TAM	Việc tích hợp các công cụ AI đã cải thiện đáng kể thái độ và khả năng học tập về khởi ngiệp của sinh viên bằng cách cung cấp các giải pháp hữu ích và tự	Nghiên cứu đã áp dụng phương pháp tự báo cáo, liên quan đến việc thu thập dữ liệu dựa trên khảo sát thay vì đo lường mong muốn và ý định khởi nghiệp thực tế của	Giáo dục AI, Trí tuệ nhân tạo, Thái độ khởi ngiệp CNS, Ý định khởi ngiệp CNS

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	độ khởi nghiệp		động Giá trị được cảm nhận của việc sử dụng công nghệ AI tương quan tích cực và mạnh mẽ với tính hữu ích, tính dễ sử dụng của AI và thái độ đối với khởi nghiệp	sinh viên sau khi triển khai AI trong lớp học Phạm vi văn hóa và địa lý của nghiên cứu chỉ giới hạn ở sinh viên đại học trẻ tuổi, chủ yếu đến từ các thành phố lớn	
Jalil và cộng sự, 2025	Ảnh hưởng của công nghệ blockchain đến định hướng khởi nghiệp xanh (GEO) thông qua chia sẻ kiến thức số (DKS) giữa các doanh nhân Thế hệ Y (Gen Y) và Thế hệ Z (Gen Z)	Các doanh nhân thuộc Thế hệ Y (sinh từ năm 1981 đến 1996) và Thế hệ Z (sinh từ cuối thập niên 1990 trở đi/từ 1996 đến 2010) tại Malaysia, SEM (AMOS), TPB, TAM	Các yếu tố được xác định (cảm nhận tính hữu ích, cảm nhận tính dễ sử dụng, thái độ, chuẩn chủ quan, và Nhận thức kiểm soát hành vi) đều có ảnh hưởng tích cực đến việc chấp nhận blockchain Việc chấp nhận công nghệ blockchain có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến Định hướng Khởi ngiệp Xanh (GEO) Gen Z thể hiện sự phụ thuộc nhiều hơn vào các nền tảng kỹ thuật số dựa trên blockchain để trao đổi kiến thức, từ đó nâng cao các sáng kiến khởi ngiệp xanh của họ	Thiết kế nghiên cứu cắt ngang chỉ cung cấp cái nhìn tại một thời điểm, không thể nắm bắt được sự phát triển của thái độ và hành vi theo thời gian Nghiên cứu chưa xem xét các yếu tố bên ngoài quan trọng khác ảnh hưởng đến việc chấp nhận blockchain, như hạn chế kinh tế, thách thức về quy định, và cơ sở hạ tầng công nghệ	Cảm nhận tính hữu ích, Cảm nhận tính dễ sử dụng, Thái độ, Chuẩn chủ quan, và nhận thức kiểm soát hành vi, công nghệ blockchain
Aloulou và cộng sự,	Kiểm tra vai trò của sự hiểu biết khởi nghiệp	Khảo sát: 487 sinh viên từ các trường đại học công	Thái độ đối với tinh thần khởi nghiệp CNS và	Những tiền đề của TPB có thể đóng vai trò trung	Thái độ đối với hành vi; Ý định

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
2024	CNS và hình mẫu khởi nghiệp trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS (DEI) của thanh niên Ả Rập	lập Ả Rập, Ứng dụng lý thuyết: TPB; Phương pháp phân tích: SEM	nhận thức kiểm soát hành vi có liên quan đáng kể đến DEI. Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS cho thấy những tác động gián tiếp đến ý định thông qua hai tiền đề này. Vai trò hình mẫu khởi nghiệp chỉ gây ra tác động ngược chiều và điều tiết mối quan hệ giữa nhận thức kiểm soát hành vi và DEI.	gian giữa sự hiểu biết kinh doanh CNS và ý định. Không thể khái quát hóa các kết quả nghiên cứu	khởi nghiệp CNS; Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS; Nhận thức kiểm soát hành vi; Hình mẫu lý tưởng; Chuẩn chủ quan; Lý thuyết về hành vi có kế hoạch
Alzamel, 2024	Khám phá các động lực, thách thức và chiến lược mà các nữ doanh nhân Ả-rập sử dụng trong lĩnh vực thương mại điện tử và phân tích tác động của các hoạt động kinh doanh đối với nền kinh tế trong tương lai	Cách tiếp cận định lượng và hậu thực chứng. Dữ liệu được thu thập từ 388 phụ nữ làm việc trong các công ty khởi nghiệp ở các thành phố lớn của KSA	Khởi nghiệp trực tuyến tác động đến tăng trưởng kinh tế và tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ. Sự tự tin vào năng lực bản thân làm trung gian cho mối quan hệ giữa tinh thần khởi nghiệp của nữ và tăng trưởng kinh tế	Các khuyến nghị chính sách của nghiên cứu này yêu cầu giải quyết các rào cản văn hóa và thúc đẩy môi trường thuận lợi cho nỗ lực kinh doanh. Các nữ doanh nhân Ả-rập nhận được hỗ trợ tài chính và công nghệ để bắt đầu hoạt động kinh doanh của mình	CNS; Thương mại điện tử; Doanh nghiệp điện tử; Phát triển kinh tế; chính sách môi trường; Ả Rập Saudi; nữ doanh nhân
Bowen & Morris, 2024	Tổng hợp nghiên cứu để đánh giá các hoạt động khác nhau mà các doanh nghiệp nông sản thực phẩm thực hiện thông qua CNS và liệu các doanh	Thực hiện 22 cuộc phỏng vấn bán cấu trúc với đại diện các doanh nghiệp nông sản thực phẩm nhỏ	Có sự liên thông về thái độ giữa những người được hỏi đối với việc áp dụng CNS, từ thái độ thụ động đến chủ động. Chính sách marketing	Đóng góp cho nghiên cứu mới nổi về khởi nghiệp CNS, bản chất thụ động của các doanh nghiệp thực phẩm nông nghiệp đối với các cơ hội	Nông sản; ý định khởi nghiệp CNS; Bricolage tài nguyên; Công nghệ

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	ngành này có phát huy hết tiềm năng của mình từ các hoạt động này hay không		hiệu quả và có năng suất cũng như sự kết nối với nhau là những vấn đề trong việc áp dụng CNS của các doanh nghiệp thực phẩm nông nghiệp	tăng trưởng. Sự phát triển liên tục của việc áp dụng CNS cung cấp cho các doanh nghiệp và các nhà hoạch định chính sách sự hiểu biết sâu sắc hơn về cách khai thác các cơ hội kinh doanh CNS	
Calandra và cộng sự, 2024	Cung cấp sự hiểu biết về cách siêu dữ liệu có thể tác động đến tinh thần khởi nghiệp CNS và sự hồi sinh của công nghệ mới này có thể mang lại sự phát triển cho hoạt động khởi nghiệp như thế nào.	Phương pháp nghiên cứu định tính dựa trên việc áp dụng các nguồn siêu dữ liệu thực tiễn từ 533 cơ sở dữ liệu Nexis Uni, đánh giá nội dung và chủ đề hỗn hợp bằng cách sử dụng các công cụ như ATLAS.ti và Leximancer.	Ba chủ đề vĩ mô có liên quan cho doanh nghiệp siêu dữ liệu và CNS (công nghệ, nhập vai và thiết kế) Tám khái niệm (giải pháp riêng tư, bản sao CNS, trò chơi điện tử, giải pháp công cộng, thể giới kinh doanh mới, đồng thiết kế, không gian hợp tác và sự tham gia của các bên liên quan). Khám phá các mối quan hệ đang diễn ra để phát triển các nền tảng metaverse ngày càng phức tạp về mặt công nghệ và các dịch vụ dịch vụ khách hàng.	Việc lựa chọn cơ sở dữ liệu và cách tập trung vào các trường hợp có thể là động lực cho các nghiên cứu trong tương lai. Sự khác biệt về mặt khái niệm giữa đối mới hoặc chuyển đổi lớn hơn các mô hình kinh doanh thông qua siêu dữ liệu. Xác định mô hình áp dụng công nghệ mới nổi cho các doanh nhân CNS	CNS đồng thiết kế; ý định khởi nghiệp CNS; Metaverse; Giá trị công cộng; Nghiên cứu định tính
Lungu và cộng sự, 2024	Phân tích thư mục về ý định khởi nghiệp CNS, dựa trên nghiên cứu hiện có được công bố trên cơ	Phương pháp trắc lượng thư mục và review hệ thống các tài liệu học thuật đã được thực hiện trên	Tác động của việc áp dụng CNTT và truyền thông đối với các hoạt động kinh tế (kinh	Việc sử dụng một cơ sở dữ liệu duy nhất, không đủ không gian phân bổ cho các phép đo các khía	Phân tích trắc lượng thư mục; Việc kinh doanh; ý định khởi nghiệp

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	sở dữ liệu Web of Science để cung cấp đánh giá tổng hợp và có hệ thống về tài liệu	3366 ấn phẩm trên Web of Science đã trả về 178 thuật ngữ liên quan, được chia thành 6 cụm.	doanh truyền thống, kinh tế chia sẻ và hiệu suất) có liên quan đến khởi nghiệp CNS. Các công cụ CNS (nền tảng CNS, phương tiện truyền thông xã hội, Internet) và nhu cầu về năng lực năng động được coi là yếu tố thúc đẩy việc áp dụng các mô hình và chiến lược kinh doanh mới để tăng hiệu suất của công ty. Sự xuất hiện của hệ sinh thái khởi nghiệp CNS (thành phố thông minh, dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo)	ạnh. Mở rộng phân tích sang các cơ sở dữ liệu khác để đạt được cách tiếp cận toàn diện hơn và sẽ bao gồm một giai đoạn khác để so sánh kết quả. Tài liệu cập nhật về khởi nghiệp CNS được phân tích bằng phương pháp định lượng và định tính	CNS; Chuyển đổi CNS; ý định khởi nghiệp
Sitaridis & Kitsios, 2024	Xem xét vai trò của sự hiểu biết và kỹ năng CNTT đối với ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên so với tác động của sự hiểu biết khởi nghiệp thu được từ các khóa học khởi nghiệp	Khảo sát cắt ngang được sử dụng để thu thập dữ liệu từ mẫu sinh viên đại học CNTT và kinh doanh. Cách tiếp cận vốn con người	Mối tương quan giữa các cấu trúc CNS, sự khác biệt đáng kể được quan sát giữa các nhóm nhân khẩu học. Sự hiểu biết CNTT được kết nối với ý định DE của sinh viên, tạo ra mối liên hệ giữa lý thuyết vốn con người và lý thuyết chủ ý. Thiết kế khóa học liên tục thích ứng với yêu cầu của kinh doanh CNS	Kết hợp sự hiểu biết CNTT với sự hiểu biết kinh doanh để thúc đẩy DE. Sự hiểu biết cốt lõi về CNTT cũng cần xem xét tác động của các công nghệ CNS mới nổi đối với ý định DE của sinh viên	Ý định khởi nghiệp CNS; Khởi nghiệp CNS; Học tập chương trình khởi nghiệp; sự hiểu biết CNTT

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
Putro & Takahashi, 2024	Sự sáng tạo của doanh nhân, việc chấp nhận sử dụng công nghệ thông tin, và ý định tiếp tục sử dụng: Tác động trung gian của Nhận thức về tính hữu ích (PU) và Nhận thức tính dễ sử dụng (POEU) cùng với tác động điều tiết của Định hướng Khởi nghiệp	Các nhà quản lý cấp cao hoặc chủ sở hữu các doanh nghiệp vừa và nhỏ có doanh thu gộp hàng năm không vượt quá 32.000 USD, Bán thực nghiệm, TAM, SPSS	PU và PEOU đóng vai trò trung gian hoàn toàn trong mối quan hệ giữa sự sáng tạo và ý định tiếp tục sử dụng đối với dịch vụ thuế điện tử PU đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa sự sáng tạo và ý định tiếp tục sử dụng đối với sản phẩm giao dịch điện tử Tác động của sự sáng tạo lên ý định chấp nhận mạnh hơn tác động lên ý định tiếp tục sử dụng trong bối cảnh sản phẩm giao dịch điện tử Tác động của sự sáng tạo lên sản phẩm giao dịch điện tử mạnh hơn so với dịch vụ thuế điện tử trong bối cảnh ý định chấp nhận	Không thể thực hiện kiểm tra cân bằng giữa những người trả lời và những người không trả lời trong tổng thể do thiếu dữ liệu nhân khẩu học của những người không trả lời Mặc dù đã sử dụng CEM để giảm thiểu độ thiên lệch chọn lọc, phương pháp ghép cặp vẫn có hạn chế là có thể không giải quyết được các yếu tố hiệp biến không quan sát được	Nhận thức về tính hữu ích (PU), Nhận thức tính dễ sử dụng (POEU), ý định tiếp tục sử dụng
Wibowo và cộng sự, 2024	Điều tra ảnh hưởng của giáo dục khởi nghiệp CNS, nhận thức về tính hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng đối với ý định khởi nghiệp CNS. Tác động trung gian của	Khảo sát 309 sinh viên đại học ở Indonesia, phân tích dữ liệu bằng PLS-SEM	Giáo dục khởi nghiệp CNS ảnh hưởng đến năng lực bản thân và ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên. Các biến số của mô hình chấp nhận công nghệ có thể	Vai trò trung gian của năng lực bản thân CNS trong việc giải thích mối liên hệ giữa giáo dục khởi nghiệp CNS, nhận thức về tính dễ sử dụng và ý định khởi nghiệp	Ý định kinh doanh CNS; năng lực bản thân của doanh nhân CNS; giáo dục khởi nghiệp CNS; Nghiên cứu giáo dục; Tâm lý

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	tính tự tin vào năng lực bản thân của khởi nghiệp CNS dựa trên các nghiên cứu về tri thức.		thúc đẩy ý định và hiệu quả kinh doanh CNS.		giáo dục; nhận thức về tính dễ sử dụng; nhận thức về tính hữu ích
Yáñez-Valdés & Guerrero, 2024	Các yếu tố quyết định và tác động đến ý định khởi nghiệp CNS: Góc nhìn trước và sau COVID-19	Tổng hợp 208 bài báo được xuất bản trong thập kỷ qua để xác định các xu hướng liên quan đến khởi nghiệp CNS số trước và sau đại dịch COVID-19.	Mối quan hệ giữa các yếu tố bên ngoài và bên trong cho phép khám phá các CNS sẵn có cho các mô hình kinh doanh mới nổi và giá trị mà các doanh nhân CNS tạo ra cho sự phát triển xã hội, kinh tế và công nghệ.	Đề xuất một khuôn khổ đa chiều và thảo luận về những thách thức và cơ hội.	Đại dịch covid-19; Các yếu tố quyết định; khởi nghiệp CNS; Tác động; Lược khảo nghiên cứu
Abaddi, 2023	Khám phá tác động của GPT đối với ý định khởi nghiệp CNS (EI) của sinh viên và các thể hệ am hiểu công nghệ.	Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) và Lý thuyết hành vi dự kiến (TPB). Nghiên cứu định lượng từ khảo sát 400 sinh viên ngành Quản trị kinh doanh	Sức mạnh trung gian của tính hữu ích của GPT và tính dễ sử dụng của GPT của TAM nổi lên, cấu trúc TPB cũng ảnh hưởng đến EI của sinh viên.	Sự kết hợp mạnh mẽ giữa TAM và TPB, khám phá vai trò trung gian của mô hình GPT	Trí tuệ nhân tạo; Ý định khởi nghiệp CNS; khởi nghiệp CNS; GPT; Mô hình chấp nhận công nghệ; Lý thuyết về hành vi có kế hoạch
Agarwal và cộng sự, 2023	Xác định, đánh giá và làm rõ các yếu tố liên quan đến sự phát triển của doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ theo nghĩa đổi mới công nghệ	Tổng quan tài liệu một cách có hệ thống và toàn diện	Sự liên quan của các chính sách và chính sách pháp lý đối với sự phát triển của các doanh nghiệp CNS do nữ làm chủ, bên cạnh các thông tin công nghệ, chẳng hạn như nghề nghiệp của cha mẹ, hỗ trợ tài chính từ ngân hàng, chính phủ và	Làm rõ các yếu tố liên quan đến sự phát triển của doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ theo nghĩa đổi mới công nghệ.	yếu tố văn hóa; khởi nghiệp CNS; yếu tố động lực; các yếu tố về kinh tế xã hội; doanh nghiệp nữ

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
			các tổ chức phi lợi nhuận		
Al Halbusi và cộng sự, 2023	Xem xét tác động của từng khía cạnh (thái độ đối với ý định khởi nghiệp, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi) đối với ý định kinh doanh điện tử trong một mô hình tích hợp duy nhất, vai trò của việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội và nhận thức hỗ trợ xã hội điều tiết mối quan hệ giữa các thành phần TPB và ý định kinh doanh điện tử	TPB làm khung, mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM), 510 doanh nhân từ năm trường đại học công lập ở Iraq	Thái độ đối với tinh thần khởi nghiệp, chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp điện tử. Việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội củng cố đáng kể mối quan hệ giữa các thành phần TPB và ý định kinh doanh điện tử	Khi nhận thức hỗ trợ xã hội cao hơn, nó điều chỉnh tích cực mối quan hệ giữa thái độ đối với ý định khởi nghiệp và ý định kinh doanh điện tử, cũng như giữa nhận thức kiểm soát hành vi và ý định kinh doanh điện tử. Những đóng góp của công việc này có thể có giá trị đối với các doanh nhân mong muốn khám phá hoặc tận dụng các cơ hội trong nền kinh tế CNS	Kinh doanh điện tử; doanh nghiệp điện tử; Hỗ trợ xã hội được nhận thức; Truyền thông xã hội; Lý thuyết về hành vi có kế hoạch
Alkhalaileh và cộng sự, 2023	Những yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên kinh doanh tại Jordan	Khảo sát 399 sinh viên đại học ở Jordan. Mô hình bình phương nhỏ nhất từng phần được sử dụng để phân tích dữ liệu	Ý định khởi nghiệp CNS bị ảnh hưởng trực tiếp bởi thái độ đối với ý định khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi, và gián tiếp bởi đặc điểm tính cách. Chuẩn chủ quan, trình độ CNS và nhận thức về hỗ trợ của trường đại học không tác động đáng kể đến nó	Đóng góp vào kho sự hiểu biết ngày càng tăng về vai trò của sự hiểu biết CNS và các yếu tố tâm lý xã hội trong việc thúc đẩy ý định kinh doanh CNS, cung cấp cái nhìn sâu sắc có giá trị cho các sáng kiến chính sách và chiến lược giáo dục trong tương lai	Ý định khởi nghiệp CNS; trình độ CNS; khởi nghiệp ở Jordan; nhận được sự hỗ trợ của trường đại học; đặc điểm tính cách
Ballerini và	Nghiên cứu cách thức	Dựa trên lý thuyết khả	Mối quan hệ giữa cam	Việc phân tích các câu	Lý thuyết khả

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
cộng sự, 2023	cam kết sản xuất thương mại điện tử của SME và việc áp dụng nền tảng CNS kích thích hiện thực hóa ba khả năng chi trả cho thương mại điện tử: tạo ra sự hiểu biết cho người tiêu dùng, quốc tế hóa và đa dạng hóa khách hàng.	năng chi trả, cách tiếp cận theo phương pháp hỗn hợp, 165 nhà quản lý SME sản xuất	kết thương mại điện tử và hiệu suất thương mại điện tử được điều hòa bởi việc tạo ra sự hiểu biết của người tiêu dùng và quốc tế hóa chứ không phải bằng sự đa dạng hóa khách hàng. Phân tích của fsQCA phác thảo bảy cấu hình hiện thực hóa khả năng chi trả thương mại điện tử này bằng cách kết hợp các phương pháp tiếp cận thương mại điện tử khác nhau với mức độ cam kết thương mại điện tử.	hỏi mở từ 24 người trả lời sẽ bổ sung cho nghiên cứu và diễn giải sâu sắc bảy cấu hình độc đáo được nêu ra.	năng chi trả; Nền tảng CNS; thương mại điện tử; fsQCA; phương pháp hỗn hợp; Doanh nghiệp chuyển đổi
Chakraborty & Biswal, 2023	Tác động của việc tham gia mạng xã hội đối với các doanh nhân nữ đối với ý định khởi nghiệp CNS và trao quyền tâm lý của họ	Nghiên cứu cắt ngang tích hợp việc sử dụng lý thuyết đáp ứng kích thích và sự hài lòng	Tác động đáng kể của việc tham gia mạng xã hội đối với các doanh nhân nữ đối với ý định khởi nghiệp CNS, điều này ảnh hưởng hơn nữa đến việc trao quyền tâm lý cho họ.	Tầm quan trọng của ý định khởi nghiệp của nữ giới là điều cần thiết để đạt được sự tự lực bằng cách giảm bớt các rào cản kinh tế xã hội. Sự tham gia của các doanh nhân nữ vào cộng đồng truyền thông xã hội sẽ nâng cao mức độ trao quyền.	Tiếp thị kinh doanh; Trao quyền cho phụ nữ; Nữ doanh nhân; Trao quyền tâm lý; Truyền thông xã hội; Lý thuyết sử dụng và sự hài lòng
Elnadi & Gheith, 2023	Cung cấp cái nhìn sâu sắc về ý định khởi nghiệp	Năm cấu trúc của đổi mới CNS, sự tinh táo trong	Sự tinh táo của doanh nhân và khả năng đổi	Niềm đam mê khởi nghiệp, sự tò mò của	Năng lực CNS; ý định khởi nghiệp

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	CNS ở cấp độ cá nhân bằng cách phát triển mô hình khám phá các đặc điểm cá nhân ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên đại học quản trị kinh doanh ở Ả Rập Saudi.	kinh doanh, niềm đam mê kinh doanh, sự tò mò về kinh doanh và năng lực CNS, khảo sát 219 người tham gia, phân tích dữ liệu PLS-SEM	mới CNS của doanh nghiệp ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS.	doanh nhân và năng lực CNS có mối liên hệ tích cực với sự tinh táo của doanh nhân và tính đổi mới CNS.	CNS; Sự tinh táo của doanh nhân; Sự tò mò về kinh doanh; Đổi mới CNS trong kinh doanh; Đam mê khởi nghiệp
Mir và cộng sự, 2023	Xác định các tiền đề chính của ý định khởi nghiệp CNS, bằng cách khám phá mối liên hệ của bốn tiền đề: năng lực kinh doanh CNS, nhận thức đổi mới, sự khéo léo trên mạng xã hội và các mô hình vai trò khởi nghiệp CNS về ý định mục tiêu và mối liên hệ giữa ý định mục tiêu và ý định thực hiện để bắt đầu một doanh nghiệp CNS	Khảo sát 287 người, lý thuyết mô hình phương trình cấu trúc vốn, lý thuyết vốn	Tác động đáng kể của những tiền đề đã được xác định đối với ý chí khởi nghiệp CNS của các doanh nhân tiềm năng. Tính đổi mới có tác động lớn nhất đến mục tiêu tạo ra các dự án kinh doanh CNS mới, sau đó là sự hiện diện của các hình mẫu. Năng lực CNS là yếu tố góp phần đáng kể trong việc nâng cao xu hướng bắt đầu các dự án kinh doanh CNS trong khi kỹ năng CNS có tác động ít nhất đến xu hướng đó. Mối liên hệ giữa mục tiêu và ý định thực hiện.	Cung cấp thông tin thực tiễn về giáo dục khởi nghiệp, đặc biệt là vai trò của các chương trình giáo dục dựa trên kỹ năng nhằm nâng cao sự hiểu biết liên quan đến CNTT của sinh viên và hỗ trợ ươm tạo đào tạo thực hành trên các khía cạnh khác nhau của các dự án CNS. Giáo dục khởi nghiệp có thể thiết kế các nhiệm vụ và hoạt động học tập đặc biệt tập trung vào việc giúp sinh viên làm quen với các quan điểm tư duy thiết kế và phương pháp khởi nghiệp tinh gọn	Năng lực CNS; Mô hình vai trò doanh nhân CNS; ý định khởi nghiệp CNS; Tiếp xúc với doanh nhân; Truyền thông xã hội
Mohammed và cộng sự, 2023a	Giáo dục thương mại điện tử (EC), chênh lệch giới tính và ý định khởi nghiệp	Lý thuyết hành vi có kế hoạch, khảo sát 338 sinh viên trẻ Saudi Arabia	Mức độ giáo dục thương mại điện tử ảnh hưởng đến thái độ liên quan	Mong muốn thành lập một công ty internet của mọi người về cơ bản có	Giáo dục thương mại điện tử; Thương mại điện

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	CNS: Vai trò điều tiết của các thành phần thái độ; lợi thế cạnh tranh của vùng Ha'il		đến các thành phần trong quan điểm của người dân về ý định kinh doanh EC, tất cả đều ảnh hưởng đến ý định thành lập một công ty thương mại điện tử. Các thành phần thái độ và giáo dục thương mại điện tử là những yếu tố dự báo về ý định khởi nghiệp điện tử, mặc dù sự chênh lệch giữa nam và nữ không liên quan đến ý định này	mối liên hệ với các thành phần hành vi, nhận thức và cảm xúc	tự; Ha'il'; Ý định; Ả Rập Saudi Audi
Mohammed và cộng sự, 2023b	Vai trò điều tiết của các biến liên quan đến thái độ trong mối liên hệ giữa đặc điểm tính cách và mong muốn khởi nghiệp CNS: Nghiên cứu về nỗ lực của Ha'il nhằm đạt được lợi thế cạnh tranh ở Ả Rập Saudi	241 sinh viên đại học đăng ký vào Trường Cao đẳng Quản trị Kinh doanh tại Đại học Ha'il , sử dụng Smart PLS	Đặc điểm tính cách định hình đáng kể sự tương tác giữa thái độ và ý định kinh doanh.	Ý nghĩa tiềm năng để hiểu được lợi thế cạnh tranh của Ha'il và phù hợp với Tầm nhìn 2030 của Ả Rập Xê Út Kích thích mẫu và việc sử dụng thu thập dữ liệu điện tử, nghiên cứu trong tương lai có thể đi sâu vào các động lực thúc đẩy ý định kinh doanh CNS ở Ha'il, như một phương tiện chiến lược để đạt được lợi thế cạnh tranh bờ rìa	các biến liên quan đến thái độ; Lợi thế cạnh tranh; ý định khởi nghiệp CNS; Đặc điểm tính cách Ha'il
Paliwal và	Sự phát triển của khởi	Trắc lượng thư mục và hệ	Các giả định năm trong	Theo hướng phân tích đi	Phân tích trắc

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
cộng sự, 2023	ngành CNS trong tài liệu học thuật: Phân tích tần lượng thư mục	thông 122 bài viết từ cơ sở dữ liệu Scopus, từ năm 1970 đến năm 2022.	đó, thiết kế của nghiên cứu cùng với phân tích về những gì đã đóng góp cho lĩnh vực này và lộ trình định hướng chỉ ra các lĩnh vực chủ đề để nghiên cứu thêm. Nghiên cứu khởi nghiệp CNS đã nhận được sự khuyến khích sau năm 2018, ba cụm tiết lộ một số từ khóa có liên quan chặt chẽ. Các phát hiện còn tiết lộ thêm rằng việc tổng hợp các chủ đề gần đây được các học giả quan tâm đã dẫn đến sự phát triển của một số lượng lớn các cụm chủ đề cùng với việc xác định sự thay đổi về mối quan tâm trong những ngày qua.	sâu các yếu tố dẫn đến một số yếu tố góp phần phát triển nền tảng khởi nghiệp số	lượng thư mục; khởi nghiệp CNS; đổi mới CNS; chuyển đổi CNS; phát triển công nghệ
Sarah và cộng sự, 2023a	Xem xét các đặc điểm cá nhân bao gồm khả năng phục hồi tâm lý, niềm hạnh phúc chủ quan, đặc điểm nhân khẩu học và chất lượng dịch vụ giáo dục đại học là những yếu tố môi trường có thể ảnh	305 câu trả lời được thu thập từ sinh viên đại học và sau đại học ở Yogyakarta, Indonesia, sử dụng SmartPLS.	Chất lượng dịch vụ, niềm hạnh phúc chủ quan của sinh viên và khả năng phục hồi ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS. Tác động điều tiết của giai đoạn nghiên cứu về	Các trường đại học và các nhà hoạch định chính sách nên tập trung vào việc cung cấp các dịch vụ và hỗ trợ xuất sắc để cải thiện ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên và xem xét sự khác	Ý định khởi nghiệp CNS; Khả năng phục hồi tâm lý; Hạnh phúc chủ quan; Lý thuyết hành vi có kế hoạch

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên		chất lượng dịch vụ và cảm giác hạnh phúc chủ quan đã bị bác bỏ, tác động điều tiết của giới tính được ủng hộ.	biệt về giới trong việc thiết kế các chương trình phù hợp.	
Sarah và cộng sự, 2023b	Các yếu tố quyết định có thể tác động đến mong muốn tham gia khởi nghiệp CNS, tập trung cụ thể vào đặc điểm cá nhân, khả năng phục hồi và mức độ dịch vụ giáo dục.	517 dữ liệu mẫu (212 người Malaysia, 305 người Indonesia) được thu thập thông qua khảo sát trực tuyến đối với sinh viên ở Malaysia và Indonesia. Năm đặc điểm tính cách lớn, thang đo khả năng phục hồi CD-RISC, thang đo ý định khởi nghiệp của Liñán & Chen và Parasuraman, Zeithaml, Berry SERVQUAL để thu thập dữ liệu, mô hình cấu trúc tuyến tính.	Ý định theo đuổi các dự án khởi nghiệp CNS bị ảnh hưởng bởi cả sự cởi mở trong trải nghiệm và khả năng phục hồi của một cá nhân. Chất lượng dịch vụ là yếu tố ảnh hưởng đến cả ý định khởi nghiệp CNS và khả năng phục hồi.	Cung cấp hiểu biết mới về tiền đề của ý định khởi nghiệp CNS và ngụ ý rằng việc cải thiện chất lượng dịch vụ giáo dục có thể thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên và khả năng phục hồi.	Ý định khởi nghiệp CNS; Indonesia; Malaysia; Đặc điểm tính cách; Khả năng phục hồi; Chất lượng phục vụ; Học sinh
Sakhteh và cộng sự, 2023	Các yếu tố ảnh hưởng đến Đổi mới mở trong ý định khởi nghiệp CNS ở Iran và trên thế giới	Phương pháp phân tích nội dung, phân tích chuyên đề đã được sử dụng. Mười chuyên gia trong lĩnh vực đổi mới mở và khởi nghiệp CNS ở Iran, tổng cộng 25 giờ phỏng vấn bán cấu trúc đã được thực hiện, mỗi nhóm trong số hai nhóm được ưu tiên sử dụng entropy Shannon, được so	Bốn nhóm chính và 27 yếu tố, 17 yếu tố trong bốn loại chính.	Yếu tố quan trọng nhất trên thế giới là việc áp dụng các chiến lược dựa trên sự đổi mới, sự hiểu biết và đặc điểm khởi nghiệp ở mỗi cá nhân, trong khi yếu tố quan trọng nhất ở Iran là có tầm nhìn và chương trình phù hợp với đặc điểm kinh doanh và khởi	Phân tích nội dung; ý định khởi nghiệp CNS; Khởi nghiệp CNS; Đổi mới mở

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
		sánh là các yếu tố ảnh hưởng đến đổi mới mở ở Iran và trên toàn thế giới		nghiep ở mỗi cá nhân.	
Singh và cộng sự, 2023	Nghiên cứu tác động của giáo dục khởi nghiệp CNS và tác động của nó đến ý định khởi nghiệp CNS (EI) thông qua đặc tính trung gian của năng lực kinh doanh	391 câu trả lời khảo sát được thu thập từ nhân viên bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện và lấy mẫu quầ cầu tuyết.	Giáo dục khởi nghiệp CNS cho thấy tác động tích cực đến năng lực khởi nghiệp và EI, trong đó năng lực khởi nghiệp làm trung gian cho mối quan hệ giữa giáo dục và thực hành đào tạo khởi nghiệp CNS và EI.	Hỗ trợ sự phát triển của các doanh nhân CNS. Hữu ích cho các chính phủ, doanh nhân, nhà đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần và các tổ chức phát triển quốc tế khác nhau. Tính mới của nghiên cứu này liên quan đến việc khám phá mối quan hệ giữa giáo dục khởi nghiệp CNS, năng lực khởi nghiệp và EI CNS.	Khởi nghiệp CNS; Giáo dục; Năng lực khởi nghiệp; Ý định khởi nghiệp; Hiệu ứng trung gian; Đào tạo
Wibowo và cộng sự, 2023a	Giáo dục khởi nghiệp CNS có quan trọng đối với sinh viên không? Ý định khởi nghiệp CNS? Vai trò trung gian của sự tinh táo trong khởi nghiệp	Khảo sát cắt ngang với phương pháp định lượng, khảo sát tự thực hiện của các trường đại học ở Indonesia PLS-SEM	Giáo dục khởi nghiệp CNS và sự hiểu biết khởi nghiệp CNS có thể thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên. Sự tinh táo của doanh nhân CNS như một biến điều tiết cho giáo dục khởi nghiệp CNS, sự hiểu biết khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên.	Cung cấp những hiểu biết sâu sắc liên quan đến các khía cạnh tâm lý dưới dạng sự hiểu biết kinh doanh CNS và sự tinh táo về kinh doanh CNS như một trong những biến dự báo, cũng như các yếu tố trung gian để nâng cao ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên	Sự tinh táo trong kinh doanh CNS; ý định khởi nghiệp CNS; sự hiểu biết khởi nghiệp số; giáo dục khởi nghiệp
Wibowo và	Xem xét mối liên hệ giữa	Một cuộc khảo sát tự thực	Giáo dục khởi nghiệp	Cung cấp những đóng	Ý định kinh doanh

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
cộng sự, 2023b	giáo dục khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên Indonesia bằng cách xem xét vai trò trung gian của trực giác khởi nghiệp và việc sử dụng mạng xã hội.	hiện với 270 sinh viên đại học ở Indonesia, PLS-SEM	CNS ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS và việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội. Có mối tương quan đáng kể giữa phương tiện truyền thông xã hội, trực giác khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên. Vai trò trung gian của truyền thông xã hội trong mối quan hệ giữa giáo dục khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS, cũng như vai trò trung gian của trực giác khởi nghiệp trong mối quan hệ này, phương tiện truyền thông xã hội có thể làm trung gian cho mối quan hệ giữa trực giác kinh doanh và ý định kinh doanh CNS.	góp về mặt lý thuyết và thực tiễn về tầm quan trọng của số hóa và phương tiện truyền thông xã hội trong việc kích thích ý định kinh doanh CNS. Sự cần thiết của hoạt động khởi nghiệp liên quan đến số hóa đối với ý định và hành vi khởi nghiệp của sinh viên	CNS; Giáo dục khởi nghiệp CNS; Trực giác kinh doanh; Truyền thông xã hội
Xin & Ma, 2023	Tác động của việc ứng dụng giáo dục khởi nghiệp trực tuyến lên ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên.	Lý thuyết hành vi có kế hoạch, lý thuyết nhận thức xã hội. Một mô hình phương trình cấu trúc.	Nhận thức về chính sách CNS và tính hiệu quả của doanh nghiệp CNS là hai yếu tố chính. Trò chơi giáo dục khởi nghiệp trực tuyến có thể	Thúc đẩy hơn nữa và cải thiện giáo dục khởi nghiệp CNS	Ý định kinh doanh CNS; Năng lực bản thân của doanh nhân CNS; Nhận thức chính sách CNS; Giáo

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
			ảnh hưởng trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS. Nhận thức về chính sách CNS và năng lực bản thân của doanh nhân CNS đóng vai trò trung gian giữa giáo dục khởi nghiệp trực tuyến và ý định khởi nghiệp CNS		dục khởi nghiệp trực tuyến bằng trò chơi
Xu và cộng sự, 2023	Ý định và hành vi của các doanh nhân này liên quan đến khởi nghiệp CNS và tác động do những thay đổi ngoại sinh gây ra đòi hỏi phải điều tra sâu hơn	Quan điểm nhận thức xã hội dựa trên ý định, xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và hành động của các doanh nhân CNS trong việc quản lý công ty khởi nghiệp	Một khuôn khổ tổng thể liên quan đến hành vi kinh doanh đang thay đổi và ý nghĩa chính sách đối với sự phát triển của các công ty khởi nghiệp CNS	ý nghĩa chính sách đối với sự phát triển của các công ty khởi nghiệp CNS	Trung Quốc; môi trường theo ngữ cảnh; COVID-19; khởi nghiệp CNS; ý định và hành động kinh doanh; hàm ý chính sách
Yáñez-Valdés và cộng sự, 2023	Đưa ra giả thuyết về các nền tảng vi mô của việc tạo ra giá trị xã hội CNS và khám phá sự phát triển mạnh mẽ của hiện tượng DSE trong/sau các đợt đóng cửa toàn cầu	Tổng quan tài liệu tổng hợp và nghiên cứu trường hợp chuyên đề	Đóng góp cho tài liệu bằng cách mở rộng định nghĩa DSE và xác định các điều kiện bồi dưỡng (vi mô, trung bình và vĩ mô) liên quan đến quá trình tạo ra giá trị xã hội CNS.	Một số ý nghĩa nổi lên từ các chiến lược/thực hành học tập, thích ứng và đồng sáng tạo DSE	Đại dịch covid-19; ý định khởi nghiệp CNS; Doanh nghiệp xã hội CNS; Các mô hình kinh tế; Khóa cửa toàn cầu; Cộng đồng doanh nhân
Akhter và cộng sự, 2022	Xem xét các yếu tố quyết định ý định khởi nghiệp CNS: Trường hợp của sinh viên tốt nghiệp đại học ở Bangladesh	358 sinh viên đại học tại thành phố Dhaka, Bangladesh, Định lượng sử dụng SPSS	Năng lực bản thân của doanh nhân CNS, hiểu biết về CNS, giáo dục khởi nghiệp, tính đổi mới và sáng tạo tác động tích cực và đáng kể đến việc sinh viên đại học	Giáo dục đổi mới và khởi nghiệp của sinh viên có tác động nhiều hơn đến ý định khởi nghiệp CNS, ngụ ý rằng các nhà hoạch định chính sách và các trường đại học nên thiết	Sáng tạo; khởi nghiệp CNS; trình độ CNS; ý định khởi nghiệp; tính đổi mới; năng lực bản thân

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
			trở thành doanh nhân CNS.	kế chính sách học thuật của mình để thúc đẩy các hoạt động đổi mới và khởi nghiệp trong phương pháp sư phạm học thuật	
Al-Mamary & Alraja, 2022	Hiểu ý định và hành vi khởi nghiệp dưới góc độ mô hình TPB từ góc độ khởi nghiệp CNS	248 sinh viên trong bốn ngành MIS, Quản lý, Kế toán và Tài chính tại Đại học Hail, sử dụng Amos, TPB	Mô hình TPB được áp dụng ở Ả Rập Saudi, trong lĩnh vực Ý định khởi nghiệp nhằm giúp phát triển lĩnh vực khởi nghiệp trong người học Ả Rập Xê Út nói chung và hỗ trợ Ý định khởi nghiệp CNS của người học ở cấp đại học.	Sự đóng góp của doanh nhân trẻ vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước	Ý định khởi nghiệp CNS; Ý định khởi nghiệp; Ả Rập Saudi; Sinh viên; TPB
Darmanto và cộng sự, 2022a	Phân tích tác động của giáo dục khởi nghiệp CNS, xu hướng rủi ro và hỗ trợ môi trường đối với năng lực tự khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên đại học ở Semarang.	khảo sát 90 sinh viên từ một số trường đại học ở thành phố Semarang đã tham gia học tập về khởi nghiệp CNS. Mô hình phương trình cấu trúc.	Xu hướng rủi ro, giáo dục khởi nghiệp và hỗ trợ môi trường tác động tích cực cho tính tự chủ của doanh nghiệp. Xu hướng rủi ro và giáo dục khởi nghiệp cũng cho thấy tác động đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS, nhưng hỗ trợ môi trường cho thấy tác động không đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS.	Đại học, chính phủ và khu vực tư nhân được kỳ vọng sẽ tăng cường ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên thông qua các chương trình đào tạo và học tập cả trong lớp học hoặc bên ngoài lớp học.	Giáo dục khởi nghiệp CNS; Ý định khởi nghiệp CNS; Năng lực tự doanh của doanh nghiệp; Thời đại biến đổi không lường
Dicuonzo và cộng sự,	Vai trò của ý định khởi nghiệp chuyển đổi trong	Phương pháp nghiên cứu tình huống. Phỏng vấn	Việc triển khai các nền tảng CNS đã hỗ trợ	Cung cấp thông tin hữu ích về khả năng của các	Chiến lược kinh doanh; Đại dịch

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
2022b	việc quản lý nền tảng CNS: trường hợp của Yamamay	được so sánh để phân tích công ty nổi bật nhờ sử dụng nền tảng CNS như một công cụ để tăng giá trị thương hiệu. Các tác giả đã thực hiện một cuộc phỏng vấn bán cấu trúc, mở với doanh nhân và người sáng lập Yamamay - công ty hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ.	doanh nhân đưa ra các lựa chọn chiến lược cho phép công ty tiếp tục cung cấp dịch vụ bất chấp việc đóng cửa hàng do đại dịch gây ra. Toàn bộ khái niệm bán lẻ truyền thống đã và đang tiếp tục được sửa đổi, hợp lý hóa và tích hợp nó với logic đa kênh hơn, trong đó nền tảng CNS đóng vai trò cơ bản.	loại hình công nghệ hỗ trợ các doanh nhân trong bối cảnh khủng hoảng. Kết quả cũng có thể là ví dụ cho các công ty bán lẻ khác về cách quản lý do hậu quả của đại dịch. Đóng góp này thể hiện sự mở rộng của tài liệu hiện có nhằm hiểu sâu hơn về mối quan hệ giữa nền tảng CNS và TE trong một kịch bản cụ thể, chẳng hạn như đại dịch COVID-19.	covid-19; Nền tảng CNS; Doanh nghiệp chuyển đổi
Fernandes và cộng sự, 2022a	Nền tảng khởi nghiệp CNS: Lập bản đồ về lĩnh vực và hướng tới cách tiếp cận toàn diện	Nghiên cứu này kết hợp các phương pháp phân tích trắc lượng thư mục để kiểm tra tài liệu về nền tảng khởi nghiệp CNS, tạo thành một bức tranh tổng thể về các khía cạnh và xu hướng khác nhau của lĩnh vực này. Nội dung và phân tích chuyên đề của 97 ấn phẩm	Xác định năm cách tiếp cận: i) Các yếu tố thành công của khởi nghiệp CNS, ii) Hệ sinh thái khởi nghiệp CNS và thành phố thông minh, iii) Mô hình kinh doanh CNS, iv) Chia sẻ nền tảng khởi nghiệp, v) Nền tảng CNS về Đồng sáng tạo khởi nghiệp.	Làm nổi bật những lỗ hổng khác nhau trong tài liệu về khởi nghiệp CNS và nêu ra một số câu hỏi nghiên cứu đảm bảo cho nghiên cứu học thuật trong tương lai. Mô hình tổng thể có một số ý nghĩa đối với lý thuyết và thực tiễn về các khía cạnh khác nhau của ý định khởi nghiệp CNS.	Hệ sinh thái khởi ngiệp số thành phố thông minh; Mô hình khởi ngiệp CNS; ý định khởi nghiệp CNS; Đồng sáng tạo khởi nghiệp CNS; Chia sẻ ý định khởi nghiệp CNS; Yếu tố thành công
Ferreira và cộng sự, 2022b	Tác động của hệ thống khởi nghiệp quốc gia (NES) đối với cái được gọi là quá trình chuyển	Thông qua việc sử dụng các công nghệ kinh tế lượng bằng động được áp dụng cho các cơ sở dữ liệu	Các tương tác tích cực được thiết lập bởi thái độ, khả năng và khát vọng khởi nghiệp, với tư	Mức độ phát triển kinh tế quốc gia mang lại tác động điều tiết tích cực lên mối quan hệ giữa các	Khả năng; Khát vọng; Thái độ; Điện tử; Hệ thống khởi nghiệp quốc

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	đổi kép, đánh giá tác động của thái độ, khả năng và nguyện vọng khởi nghiệp cũng như các thành phần của NES đối với quá trình chuyển đổi kép (CNS và môi trường).	khác nhau (Eurostat, FAO, GEM, UN và Ngân hàng Thế giới)	cách là trụ cột của NES, với quá trình chuyển đổi CNS và môi trường.	thành phần NES và quá trình chuyển đổi kép.	gia; Sự bền vững; Chuyển đổi kép
Gillani và cộng sự, 2022	Phân tích trắc lượng thư mục về giáo dục khởi nghiệp CNS và ý định của sinh viên; Được xem xét và phân tích bởi VOSViewer từ Google Scholar	Google Scholar thông qua công cụ Xuất bản hoặc Perish, chứa 1000 tài liệu được xuất bản từ năm 2007 đến năm 2022. Phân tích trắc lượng thư mục để phân tích từ khóa đồng xuất hiện và đồng tác giả và VOSViewer được sử dụng để trực quan hóa.	Phân tích trắc lượng thư mục bao gồm mạng trích dẫn, lĩnh vực nghiên cứu của tác giả và nội dung bài viết liên quan đến chủ đề mong muốn.	Tạo ra mối liên kết mạnh mẽ hơn với nghiên cứu giáo dục khởi nghiệp CNS; mặt khác, nó phải đứng trong hiệp hội nghiên cứu quốc tế để thúc đẩy cả giáo dục khởi nghiệp CNS liên ngành và ảnh hưởng của nó trên cơ sở phổ quát.	Phân tích thư mục; Giáo dục khởi nghiệp CNS; Ý định kinh doanh; Vosviewer
Sobaih & Elshaer, 2022	Xem xét mức độ ảnh hưởng của năm đặc điểm cá nhân lớn (cởi mở với trải nghiệm, tận tâm, hướng ngoại, dễ chịu và tinh thần linh hoạt) và CNS bản xứ đến ý định khởi nghiệp CNS, tác động gián tiếp thông qua thái độ cá nhân	Một bảng câu hỏi được kiểm tra trước đã được gửi đến các sinh viên năm cuối của các trường cao đẳng khoa học máy tính và công nghệ thông tin tại các trường đại học công lập ở Vương quốc Ả Rập Saudi (KSA). phân tích bằng SmartPLS	Tác động tích cực và trực tiếp của năm đặc điểm cá nhân lớn đến thái độ cá nhân, tác động của năm đặc điểm cá nhân lớn (ngoại trừ tính dễ chịu) đến ý định khởi nghiệp CNS là tích cực nhưng không đáng kể. Tác động trung gian của thái độ cá nhân trong mối liên hệ giữa đặc điểm cá nhân và ý định khởi nghiệp CNS của	Góp phần lấp đầy khoảng trống nghiên cứu liên quan đến đặc điểm cá nhân và tác động của nó đến thái độ cá nhân và cuối cùng là ý định khởi nghiệp CNS, đặc biệt là ở những người bản địa sử dụng CNS. Một số tác động đã được tổng hợp và thảo luận giữa các học giả, nhà hoạch định chính sách và nhà giáo dục trong các cơ sở giáo	ý định khởi nghiệp CNS; Vương Quốc Ả Rập; thái độ cá nhân; đặc điểm cá nhân; phân tích định lượng; SmartPLS

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
Su & Li, 2021	Áp dụng Mô hình Chấp nhận Công nghệ (TAM) trong Giáo dục Khởi nghiệp Trực tuyến cho Các Nhà Khởi nghiệp Mới. Mục tiêu là làm giàu nghiên cứu về giáo dục khởi nghiệp trực tuyến, cải thiện mức độ và khả năng dịch vụ khởi nghiệp ở Trung Quốc, và cải thiện tỷ lệ thành công chung của khởi nghiệp	Các nhà khởi nghiệp mới là người dùng của nền tảng giáo dục khởi nghiệp trực tuyến, Định lượng, PLS-SEM, TPB, TAM	sinh viên năm cuối tại trường đại học KSA.	dục đại học.	Tính dễ sử dụng, Tính hữu ích, giáo dục khởi nghiệp trực tuyến, ý định sử dụng
			Tính dễ sử dụng và tính hữu ích là hai yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng các nền tảng giáo dục khởi nghiệp trực tuyến của các nhà khởi nghiệp mới Giáo dục khởi nghiệp trực tuyến ảnh hưởng đến cảm nhận tính dễ sử dụng và độ tin cậy của người dùng Chất lượng của giáo dục khởi nghiệp trực tuyến có tác động tích cực trực tiếp đến cảm nhận tính hữu ích của người dùng	Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) chỉ xác minh tính hợp lệ và độ tin cậy của mô hình lý thuyết, nhưng chưa cung cấp mô tả chi tiết về các mối quan hệ đường dẫn tiềm năng của các biến Mô hình TAM ban đầu được phát triển cho hệ thống phần mềm máy tính doanh nghiệp, và sự điều chỉnh cho nền tảng chương trình giáo dục khởi nghiệp trực tuyến có thể chưa xem xét đầy đủ yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng	
Schiavone và cộng sự, 2020	Khám phá cách các doanh nhân người dùng định hình và triển khai quy trình thành lập các công ty mới nhằm thương mại hóa các cải tiến CNS của riêng họ	Nghiên cứu định tính báo cáo một trường hợp duy nhất	Quá trình khởi nghiệp CNS được thực hiện bởi một nhà đổi mới kiên nhẫn, người đã thành lập một công ty mới để thương mại hóa giải pháp đổi mới chăm sóc sức khỏe của mình.	Các đề xuất lý thuyết khác nhau về tính vật chất xã hội của quá trình khởi nghiệp của những người đổi mới người dùng CNS được đưa ra	Kinh doanh CNS; khởi nghiệp CNS; chăm sóc sức khỏe; sự đổi mới của bệnh nhân; Doanh nghiệp của người dùng
Tandon và cộng sự, 2020	Nghiên cứu tác động của số hóa đối với hệ sinh thái khởi nghiệp ở Ấn Độ,	Được chia thành các phần khác nhau tập trung vào việc tìm hiểu hệ sinh thái	Thảo luận chi tiết về hệ sinh thái khởi nghiệp của Ấn Độ, đặc biệt là	Thảo luận chi tiết về hệ sinh thái khởi nghiệp của Ấn Độ, đặc biệt là sự hỗ	Số hóa; Hệ sinh thái; ý định khởi nghiệp; Ấn Độ;

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	cùng với sự nổi lên của các doanh nhân CNS, đặc biệt là trong bối cảnh các công ty khởi nghiệp	khởi nghiệp và CNS cũng như sự xuất hiện của lĩnh vực giao nhau của khởi nghiệp CNS.	sự hỗ trợ của chính phủ và nỗ lực rút ra những tác động đối với các doanh nhân Ấn Độ đang hy vọng xây dựng các công ty khởi nghiệp dựa trên công nghệ thành công.	trợ của chính phủ và nỗ lực rút ra những tác động đối với các doanh nhân Ấn Độ đang hy vọng xây dựng các công ty khởi nghiệp dựa trên công nghệ thành công.	Khởi nghiệp; Công nghệ
Younis và cộng sự, 2020	Khám phá mối quan hệ giữa đặc điểm tính cách và các yếu tố bối cảnh với mối liên hệ của chúng với thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi và chuẩn chủ quan, những yếu tố quyết định ý định kinh doanh CNS (DEI) của sinh viên tại Đại học Qatar. Kiểm tra mối liên hệ giữa sự hiểu biết kinh doanh và DEI cho nhóm sinh viên được nghiên cứu.	Ứng dụng lý thuyết TPB. Khảo sát 203 sinh viên về ý định kinh doanh CNS.	Thái độ của sinh viên đối với ý định khởi nghiệp CNS không liên quan đến xu hướng chấp nhận rủi ro và vị trí kiểm soát của họ. Quan điểm văn hóa xã hội không liên quan đến DEI của sinh viên. Nhận thức về sự hỗ trợ và nhận thức về rào cản có mối quan hệ chặt chẽ với nhận thức về kiểm soát hành vi của sinh viên Đại học Qatar.	Nghiên cứu này góp phần xác định các yếu tố động lực quan trọng liên quan đến tinh thần khởi nghiệp CNS của sinh viên đại học và cung cấp thông tin có thể hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách và ra quyết định.	Ý định khởi nghiệp CNS; Doanh nhân CNS; sự hiểu biết khởi nghiệp; Lý thuyết về hành vi dự kiến
Ladeira và cộng sự, 2019	Khám phá các yếu tố quyết định ý định khởi nghiệp CNS bằng cách sử dụng bản đồ nhận thức mờ	Thảo luận nhóm đã được tổ chức với một nhóm gồm những người ra quyết định giải quyết hiện tượng khởi nghiệp CNS hàng ngày. Dựa trên kinh nghiệm và sự hiểu biết được chia sẻ của họ, FCM đã được phát	Quy trình phương pháp luận này cho phép phân tích khách quan các động lực đằng sau hoạt động khởi nghiệp CNS. Những ưu điểm và hạn chế của khuôn khổ chủ nghĩa kiến tạo cũng	Các phân tích tĩnh và động tạo điều kiện cho sự hiểu biết sâu sắc hơn về mối quan hệ nhân quả giữa các yếu tố quyết định hoạt động khởi nghiệp CNS, tạo ra một khuôn khổ đầy đủ thông	Mối quan hệ nhân quả; ý định khởi nghiệp CNS; ý định khởi nghiệp; Bản đồ nhận thức mờ (FCM); Công nghệ

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
		triển và xác nhận cho bối cảnh nghiên cứu này.	được thảo luận.	tin đã được các thành viên hội đồng xác nhận.	
Lê Đình và cộng sự, 2018	Hướng tới một phòng thí nghiệm sống để thúc đẩy quá trình khởi nghiệp CNS	Phát triển khuôn khổ cho một loại Phòng thí nghiệm sống cụ thể để thúc đẩy quá trình khởi nghiệp CNS, được gọi là PDEP-LL (Phòng thí nghiệm sống thúc đẩy quá trình khởi nghiệp CNS) bắt đầu bằng việc tạo ra ý tưởng và tiếp tục với các giai đoạn quản lý kinh doanh khác nhau.	Living Lab này đóng vai trò là nền tảng cho các hoạt động và hiện vật CNS liên quan đến từng giai đoạn khởi nghiệp, cho các nền tảng CNS liên quan khác nhau và cho các dịch vụ hỗ trợ chuyên nghiệp.	Để thúc đẩy quan hệ đối tác đại học-doanh nhân, mục tiêu của PDEP-LL là cung cấp dịch vụ cho một số loại bên liên quan về học thuật và công nghiệp trong hệ sinh thái kinh doanh CNS để hỗ trợ các doanh nhân và doanh nghiệp khởi nghiệp.	Nghiên cứu thiết kế hành động; Phát triển kinh doanh; ý định khởi nghiệp CNS; Phòng thí nghiệm sống; Khởi nghiệp
Farani và cộng sự, 2017	Vai trò của sự hiểu biết khởi nghiệp như một năng lực trong việc hình thành ý định nghề nghiệp để bắt đầu một doanh nghiệp CNS mới của sinh viên Iran	Khảo sát 150 sinh viên khoa học máy tính từ bốn trường đại học công lập của Iran sử dụng bảng câu hỏi, TPB	Hai yếu tố động lực (thái độ đối với khởi nghiệp CNS và nhận thức kiểm soát hành vi) có liên quan đến ý định khởi nghiệp CNS. Sự hiểu biết khởi nghiệp chỉ ra những tác động gián tiếp đến ý định thông qua hai yếu tố động lực này.	Ý nghĩa đối với cả các nhà giáo dục và các nhà hoạch định chính sách. Hiểu vai trò của sự hiểu biết kinh doanh trong việc hình thành ý định kinh doanh CNS thông qua việc phát triển mô hình ý định tích hợp dựa trên TPB. TPB tính toán đầy đủ các tác động gián tiếp của sự hiểu biết khởi nghiệp	Năng lực; ý định khởi nghiệp CNS; Ý định nghề nghiệp của doanh nhân; sự hiểu biết khởi nghiệp; ý định khởi nghiệp; Lý thuyết về hành vi có kế hoạch
Dutot & van Horne, 2015	Ý định khởi nghiệp CNS ở một quốc gia phát triển và mới nổi: Một nghiên cứu khám phá ở Pháp và	10 cuộc phỏng vấn bán cấu trúc của cả doanh nhân CNS Pháp và Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất	Sự nhanh nhẹn, tinh táo trong kinh doanh và đặc điểm kinh doanh ảnh hưởng đến ý định.	Các chuyên gia có thể xác định các mục sẽ giúp họ thành lập công ty của mình khi các học giả tìm	ý định khởi nghiệp CNS; ý định kinh doanh; Pháp; truyền thông xã

Tác giả, Năm	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng/ Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Ý nghĩa/Hạn chế	Các yếu tố/ từ khóa chính
	UAE			ra các lĩnh vực nghiên cứu mới liên quan đến khởi nghiệp CNS. Lấp đầy khoảng trống trong tài liệu về ý định khởi nghiệp và CNS, một mô hình khái niệm về ý định khởi nghiệp CNS.	hội; Các tiêu chuẩn quốc Ả Rập thống nhất

1.6. Tổng quan nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số trong nước

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
Phạm và cộng sự (2025)	Nghiên cứu tác động của kiến thức tài chính công nghệ (FinTech literacy) đến ý định khởi nghiệp công nghệ số	978 sinh viên đại học	lý thuyết SCCT, SEM	Niềm tin vào năng lực bản thân (DESE) và Kỳ vọng kết quả khởi nghiệp CNS (DEOE) có tác động tích cực và đáng kể đến DEI. DESE có tác động tích cực và đáng kể đến DEOE. Các khía cạnh của trình độ hiểu biết về FinTech (gây quỹ cộng đồng, blockchain, và AI) đều có tác động trực tiếp đáng kể đến DESE và DEOE của cá nhân về khởi nghiệp CNS. DESE và DEOE đóng vai trò trung gian nối tiếp trong mối quan hệ giữa hiểu biết về gây quỹ cộng đồng, blockchain, AI và DEI	Nghiên cứu chỉ tập trung vào ba khía cạnh cụ thể của trình độ hiểu biết về FinTech là gây quỹ cộng đồng, blockchain và trí tuệ nhân tạo, bỏ qua các yếu tố quan trọng khác như tiền điện tử và thanh toán kỹ thuật số. Mẫu nghiên cứu chỉ bao gồm sinh viên đại học, điều này có thể hạn chế khả năng khái quát hóa kết quả
Nguyễn và cộng sự (2025)	Tác động của gọi vốn cộng đồng và hỗ trợ môi trường – bao gồm giáo dục đại học và hỗ trợ cơ cấu – đến ý định khởi nghiệp kỹ thuật số của sinh	466 sinh viên	TPB	Các kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng huy động vốn cộng đồng và hỗ trợ môi trường (đặc biệt là hỗ trợ giáo dục đại học) có mối tương quan đáng kể với ý định khởi nghiệp kỹ thuật số, chủ yếu thông qua kiểm soát hành vi nhận thức. Thái độ đối với khởi nghiệp kỹ thuật số cũng đóng vai trò trung gian quan trọng	Bối cảnh công nghệ ở Việt Nam: là một quốc gia đang phát triển, do đó, công nghệ và các doanh nhân CNS vẫn còn khá mới mẻ đối với sinh viên nên kết quả của các nghiên cứu trong tương lai có thể khác so với kết quả của nghiên cứu này khi bối cảnh thay đổi.

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
	viên đại học Việt Nam.			đối với huy động vốn cộng đồng và hỗ trợ giáo dục đại học, nhưng không phải đối với hỗ trợ cơ cấu	Đối tượng khảo sát chưa đa dạng, chủ yếu là sinh viên từ các trường kinh tế. Điều này có thể ảnh hưởng đến tính tổng quát của kết quả. Giới hạn về phương thức tiếp cận tài chính: Nghiên cứu này chỉ tập trung vào việc tiếp cận tài chính thông qua huy động vốn cộng đồng (crowdfunding). Vì vậy, nghiên cứu chưa bao quát hết các phương thức tài chính tiềm năng
Ngo và cộng sự (2025)	Khảo sát tác động của sự hỗ trợ từ trường đại học đối với ý định khởi nghiệp công nghệ số của sinh viên	309 sinh viên từ các trường đại học ở Hà Nội, Việt Nam, bao gồm Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Trường Đại học Ngoại thương và Trường Đại học Bách khoa Hà Nội	SEM	Mức độ mong muốn cảm nhận được ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến ý định kinh doanh số của sinh viên. Sự hỗ trợ giáo dục, phát triển ý tưởng và phát triển kinh doanh từ trường đại học đều làm tăng mức độ mong muốn cảm nhận được của sinh viên đối với kinh doanh số. Mặc dù hai trong ba khía cạnh của sự hỗ trợ từ trường đại học (giáo dục và phát triển ý tưởng) không có tác động trực tiếp đáng kể đến ý định kinh doanh số, nghiên cứu xác nhận vai trò trung gian của mức độ mong muốn cảm nhận được. Mức độ mong muốn cảm nhận được là yếu tố trung gian giữa sự hỗ trợ cảm nhận được từ trường đại học và ý định kinh doanh số, làm sáng tỏ cách các	Việc dựa vào các khảo sát trực tuyến có thể dẫn đến phản hồi ngẫu nhiên, điều này có khả năng ảnh hưởng đến độ tin cậy của dữ liệu. Nghiên cứu này chỉ khảo sát sinh viên, điều này tạo ra sự khác biệt giữa nhận thức và thực tế có thể che khuất việc liệu những cá nhân có ý định kinh doanh số có thực sự thành lập doanh nghiệp mới hay không. Nghiên cứu chỉ xem xét tác động trung gian của mức độ mong muốn cảm nhận được, bỏ qua hai yếu tố khác trong mô hình Sự kiện Khởi nghiệp (Entrepreneurial Event Model - EEM)

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
				trường đại học có thể truyền cảm hứng và nuôi dưỡng thế hệ doanh nhân số tiếp theo	
Phạm và cộng sự (2025)	Khám phá tác động của môi trường và sự đổi mới đối với ý định kinh doanh CNS của sinh viên, đặc biệt thông qua lăng kính giáo dục	960 sinh viên	PLS-SEM, lý thuyết SCCT	Niềm tin vào năng lực bản thân và kỳ vọng kết quả đóng vai trò trung tâm trong hình thành Ý định Khởi nghiệp CNS của sinh viên. Môi trường khởi nghiệp và sự đổi mới cũng ảnh hưởng tích cực đến nhận thức chủ quan. Quan trọng hơn, giáo dục khởi nghiệp tại các trường đại học giúp chuẩn hóa ảnh hưởng của môi trường và tăng cường Niềm tin vào năng lực bản thân sang ý định, nhưng chưa đủ mạnh để thay đổi đáng kể mối quan hệ giữa kỳ vọng kết quả và ý định khởi nghiệp CNS trong bối cảnh văn hóa Việt Nam	Khả năng đại diện cho toàn bộ đối tượng sinh viên khi nghiên cứu về ý định khởi nghiệp kỹ thuật số bị hạn chế. Chưa xem xét sự chuyển đổi từ ý định sang hành vi khởi nghiệp thực tế
Dương và cộng sự (2025)	Khám phá các yếu tố liên quan đến Trí tuệ Nhân tạo (AI), cụ thể là việc áp dụng ChatGPT và nhận thức về năng lực AI, ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp xã hội kỹ thuật số của các cá nhân.	986 sinh viên tại chín trường đại học và học viện ở Việt Nam	Mô hình Sự kiện Khởi nghiệp (EEM) và Lý thuyết Kích thích-Cơ thể-Phản ứng (SOR)	Việc áp dụng ChatGPT và năng lực nhận thức AI đều tác động tích cực đến nhận thức tính khả thi và nhận thức mong muốn. Hai yếu tố nhận thức này tác động độc lập và tương tác để thúc đẩy ý định khởi nghiệp công nghệ số xã hội. Hơn nữa, sự phù hợp và không cân bằng giữa nhận thức tính khả thi và nhận thức mong muốn cũng định hình đáng kể ý định khởi nghiệp	Mặc dù việc sử dụng sinh viên cung cấp những hiểu biết có giá trị về các doanh nhân tiềm năng trong tương lai, nhưng nó có thể không nắm bắt đầy đủ động cơ và ý định của những cá nhân có khát vọng khởi nghiệp cụ thể hoặc những người hiện đang tham gia vào các hoạt động khởi nghiệp. Nghiên cứu tập trung vào việc áp dụng ChatGPT và năng lực AI nhận thức được, có thể đã bỏ qua các yếu

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
					tổ kích thích liên quan khác có thể tác động đáng kể đến khởi nghiệp xã hội kỹ thuật số
Lâm và cộng sự (2025)	Mối quan hệ giữa năng lực số, giáo dục khởi nghiệp, và ý định khởi nghiệp công nghệ số ở sinh viên đại học	327 sinh viên đại học	PLS-SEM, lý thuyết SCCT	Giáo dục khởi nghiệp tăng cường niềm tin vào khả năng và kỳ vọng kết quả, nhưng năng lực số lại có tác động hai mặt. Cụ thể, năng lực số tích cực điều tiết mối quan hệ giữa kỳ vọng kết quả và ý định, trong khi điều tiết tiêu cực mối quan hệ giữa niềm tin vào khả năng và ý định, cho thấy sự cân bằng tự điều chỉnh của cá nhân	Cỡ mẫu nhỏ này đã làm giảm mức độ khái quát hóa và tính đại diện của kết quả nghiên cứu. Nghiên cứu này không phân tích tác động trung gian của Giáo dục Khởi nghiệp (EE) đối với DEI thông qua các cấu trúc nhận thức nội sinh như Tự hiệu quả (SE) và Kỳ vọng kết quả (OE). Nghiên cứu tập trung quá sâu vào cơ chế của giáo dục mà bỏ qua các yếu tố ngữ cảnh khác. Các yếu tố như môi trường kinh doanh, văn hóa, hoặc các rào cản có thể can thiệp vào các mối quan hệ này. Việc khắc phục những hạn chế này có thể mang lại những kết quả sâu sắc hơn trong tương lai
Vũ và cộng sự (2024)	Khám phá các yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, bao gồm thái độ đối với khởi nghiệp kỹ thuật số, niềm tin vào khả năng bản	345 sinh viên ngành kỹ thuật từ 3 trường đại học hàng đầu về đào tạo kỹ thuật tại Hà Nội, Việt Nam: Đại học Bách khoa Hà	Lý thuyết SCCT, SPSS và AMOS	Thái độ tích cực và niềm tin vào khả năng bản thân là những yếu tố quan trọng nhất trong việc thúc đẩy ý định khởi CNS. Kiến thức và giáo dục về khởi nghiệp CNS cũng đóng vai trò thiết yếu trong việc củng cố niềm tin và thái độ của sinh viên.	Nghiên cứu chỉ tập trung vào sinh viên kỹ thuật đại học có ý định khởi nghiệp CNS, dữ liệu thu thập từ ba trường đại học ở Việt Nam. Dữ liệu cắt ngang, gây ra thách thức trong việc thiết lập các mối quan hệ nhân quả một cách dứt khoát

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
	thân, kiến thức, và giáo dục	Nội, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông và Đại học Công nghệ			
Dương và cộng sự (2024)	Ảnh hưởng của giáo dục khởi nghiệp số (DEE) đến ý định khởi nghiệp số (DEI) của sinh viên.	1665 sinh viên đại học	lý thuyết SCCT (nhận thức nghề nghiệp xã hội), SPSS	Giáo dục khởi nghiệp số (DEE) tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp số (DEI), Giáo dục khởi nghiệp số tác động tích cực đến Sự tự tin khởi nghiệp số (DESE), Sự tự tin khởi nghiệp số tác động tích cực đến DEI, DESE đóng vai trò trung gian một phần giữa DEE và DEI, Lo lắng về công nghệ số (DTA) điều tiết tiêu cực mối quan hệ giữa DEE và DESE, DTA điều tiết tiêu cực tác động gián tiếp của DEE lên DEI thông qua DESE.	Dữ liệu cắt ngang nên việc thiết lập các mối quan hệ nhân quả chưa rõ ràng. Nghiên cứu chỉ được thực hiện tại các trường đại học Việt Nam, đối tượng là sinh viên đại học, đây là nhóm đối tượng được cho là chưa có nhận thức và định hình về nghề nghiệp tương lai. Hơn nữa, nên xem xét các yếu tố quyết định ý định khởi nghiệp số (DEI) trong các bối cảnh văn hóa và ngữ cảnh đa dạng
Dương (2024)	Tác động của việc áp dụng ChatGPT trong lĩnh vực khởi nghiệp đối với ý định khởi nghiệp kỹ thuật số của các cá nhân,	604 sinh viên giáo dục đại học từ sáu trường đại học thuộc miền Bắc và miền Nam	Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), SPSS và AMOS	Việc áp dụng ChatGPT trong kinh doanh có tác động đáng kể và tích cực đến thái độ của cá nhân đối với tinh thần kinh doanh kỹ thuật số, chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi nhận thức được, và ý định kinh doanh kỹ thuật số. Ba thành phần cốt lõi của TPB (Thái độ đối với tinh thần kinh doanh CNS - ATD, Chuẩn chủ quan - SN, và Nhận thức kiểm soát hành vi - PBC) có vai trò trung gian trong mối quan hệ tác động của việc áp dụng ChatGPT trong kinh	Tính tổng quát của kết quả có thể bị hạn chế bởi bối cảnh văn hóa và giáo dục, cụ thể là mẫu nghiên cứu chủ yếu bao gồm sinh viên đại học ở hai khu vực Miền Bắc và Miền Nam của Việt Nam. Các phương pháp tiếp cận định tính như phỏng vấn hoặc nhóm tập trung có thể bổ sung cho nghiên cứu định lượng, mang lại cái nhìn sâu sắc hơn về các yếu tố tinh tế ảnh hưởng đến nhận thức và ý định của sinh viên

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
				doanh đối với ý định khởi nghiệp CNS.	đối với việc áp dụng ChatGPT trong khởi nghiệp. Việc mở rộng đối tượng tham gia nghiên cứu ngoài sinh viên đại học để bao gồm các chuyên gia, doanh nhân và cá nhân từ các nhóm tuổi khác nhau sẽ góp phần hiểu biết toàn diện hơn về ý nghĩa rộng hơn.
Nguyễn và Nguyễn (2024)	Phân tích tác động của các yếu tố bao gồm Nhận thức tính khả thi (PF), Xu hướng hành động (PTA), Nhận thức mong muốn (PD), Niềm tin vào năng lực bản thân (SEE) và Sự hỗ trợ của gia đình (FS) đối với DEI	344 sinh viên	Mô hình Sự kiện Khởi nghiệp (EEM), PLS-SEM	PF, PTA, PD, SEE và FS đều có tác động tích cực và đáng kể đến ý định khởi nghiệp CNS của sinh viên đại học. Mặc dù FS không điều tiết mối quan hệ giữa PF và PTA với DEI, nhưng nó lại đóng vai trò quan trọng trong việc điều tiết mối quan hệ của PD và SEE với DEI, làm nổi bật vai trò phức tạp của FS trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS	Nghiên cứu chỉ tập trung vào sinh viên đại học từ một quốc gia duy nhất, gây hạn chế khả năng áp dụng rộng rãi các kết luận do tính đặc thù về văn hóa và địa lý của khu vực nghiên cứu. Nghiên cứu không đánh giá sự thành thạo về công nghệ của các thành viên trong gia đình trong bối cảnh hỗ trợ gia đình (FS). Nghiên cứu không phân biệt giữa những người trả lời là doanh nhân lần đầu và những người có kinh nghiệm khởi nghiệp trước đó
Nguyễn và cộng sự (2024)	Nghiên cứu ảnh hưởng của hiểu biết về công nghệ tài chính (Fintech) đến ý định khởi nghiệp kỹ thuật số của sinh viên đại học Việt	466 sinh viên đại học Việt Nam tại Hà Nội, khu vực tập trung nhiều trường đại học nhất miền Bắc Việt Nam	Mô hình Hành vi có Kế hoạch (TPB)	Tác động trực tiếp và gián tiếp của kiến thức về blockchain, huy động vốn cộng đồng, và trí tuệ nhân tạo (AI) lên ý định khởi nghiệp kỹ thuật số. Nền tảng gia đình có kinh doanh được xác định là yếu tố điều tiết, làm tăng cường tác động của hiểu biết Fintech.	Các loại hình AI, blockchain và crowdfunding khác nhau chưa được khám phá, và tiền điện tử chưa được xem xét trong nghiên cứu. Nên xem xét sự khác biệt giữa các nhóm mẫu ở các xã hội hoặc quốc gia khác nhau

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
	Nam			Nghiên cứu kết luận rằng nâng cao hiểu biết về Fintech là yếu tố then chốt để thúc đẩy ý định khởi nghiệp kỹ thuật số trong bối cảnh các nền kinh tế đang phát triển	
Trần & Pavelková (2024)	Mối quan hệ giữa việc áp dụng chuyển đổi số và hiệu suất của các công ty sáng tạo tại Việt Nam	674 quản lý cấp trung và cấp cao hoặc chủ sở hữu các công ty sáng tạo chủ yếu ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh	Lý thuyết công nghệ-tổ chức-môi trường (TOE), SPSS, AMOS, SEM	Nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng rằng các yếu tố từ bối cảnh công nghệ (dữ liệu lớn, thực tế tăng cường, trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, tiếp thị & quảng cáo kỹ thuật số trực tuyến), tổ chức (ảnh hưởng xã hội, sứ mệnh của tổ chức), và môi trường (khách hàng, đối thủ cạnh tranh, áp lực cạnh tranh) đều có ảnh hưởng tích cực đến sự chấp nhận chuyển đổi số trong các công ty sáng tạo tại Việt Nam. Sự chấp nhận chuyển đổi số tác động đáng kể đến hiệu suất của công ty, bao gồm sự tương tác của khách hàng, lợi nhuận, tăng trưởng doanh số, năng suất và đổi mới. Đặc biệt, các biến kiểm soát như quy mô công ty và lĩnh vực công nghiệp sáng tạo có ảnh hưởng đến kết quả, cho thấy sự khác biệt trong các mối quan hệ giữa các nhóm	Nghiên cứu dựa vào quan điểm chủ quan của các quản lý cấp cao trong các công ty được khảo sát về chuyển đổi số. Chỉ các yếu tố được chọn trong khuôn khổ lý thuyết đề xuất mới được đưa vào nghiên cứu này. Mẫu khảo sát chủ yếu bao gồm các công ty sáng tạo hoạt động ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh
Nguyễn và cộng sự (2023)	Sự chuyển đổi kỹ thuật số của các công ty khởi nghiệp ở Việt Nam trong bối cảnh đại dịch	230 nhà quản lý khởi nghiệp	lý thuyết mạng xã hội, PLS-SEM	Vốn xã hội có mối quan hệ tích cực với chuyển đổi số, Vốn xã hội có mối quan hệ tích cực với vốn con người, Vốn con người có mối quan hệ tích cực với chuyển đổi số, Tiếp cận nguồn lực đóng	Mẫu khảo sát bao gồm các doanh nghiệp hoạt động trong nhiều ngành khác nhau. Do đó, nghiên cứu chưa thể tìm ra tính đặc thù của từng ngành đối với quá trình chuyển đổi

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
	COVID-19, khám phá các yếu tố tác động đến quá trình này, mối quan hệ giữa vốn xã hội, vốn con người và khả năng tiếp cận các nguồn lực			vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và chuyển đổi số. Vốn con người đóng vai trò trung gian một phần trong mối quan hệ giữa vốn xã hội và chuyển đổi số	số. Chuyển đổi số có thể phụ thuộc vào từng loại hình ngành, đặc biệt là các ngành kỹ thuật, công nghệ cao và công nghệ thông tin có thể đòi hỏi mức độ chuyển đổi số mạnh mẽ hơn so với các ngành khác. Các nghiên cứu tiếp theo cần kiểm tra lại mối quan hệ đã nghiên cứu cho một ngành cụ thể để có cái nhìn sâu sắc hơn
Ghi và cộng sự (2022)	Tác động của nguồn nhân lực lên sự chuyển đổi kỹ thuật số và hiệu quả hoạt động của các công ty khởi nghiệp ở Việt Nam	230 doanh nghiệp (những đơn vị áp dụng các công nghệ số như dữ liệu lớn (big data), phân tích (analytics), điện toán đám mây (cloud), nền tảng di động (mobile) và mạng xã hội (social media)	PLS-SEM	nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp thúc đẩy quá trình chuyển đổi số và nâng cao hiệu quả hoạt động, đặc biệt trong bối cảnh ứng phó với khủng hoảng đại dịch Covid-19. Chuyển đổi số đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ tích cực giữa nguồn nhân lực và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp	Mẫu khảo sát bao gồm các doanh nghiệp khởi nghiệp hoạt động trong nhiều ngành khác nhau, do đó nghiên cứu chưa tìm thấy được tính đặc thù của từng ngành. Điều này có nghĩa là tác động của chuyển đổi số và vai trò của nguồn nhân lực có thể khác nhau đáng kể giữa các lĩnh vực như kỹ thuật, công nghệ cao, công nghệ thông tin so với các ngành khác, nhưng nghiên cứu này chưa làm rõ được sự khác biệt đó. Quá trình chuyển đổi số sẽ phụ thuộc vào từng loại hình ngành nghề, đặc biệt là các ngành như kỹ thuật, công nghệ cao, công nghệ thông tin đòi hỏi chuyển đổi số mạnh mẽ hơn các ngành khác, nhưng nghiên cứu hiện tại chưa đi sâu vào khía cạnh này.

Tác giả (năm)	Chủ đề nghiên cứu	Đối tượng nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu	Hạn chế
Phạm & Phạm (2021)	Các yếu tố tác động đến sự thành công của các công ty khởi nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam	193 doanh nhân và nhà quản lý thương mại điện tử tại Việt Nam, chủ yếu ở Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội	Định tính + Khảo sát định lượng	Bốn yếu tố có đóng góp đáng kể vào sự thành công của các công ty khởi nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam: khuynh hướng chấp nhận rủi ro, định hướng thành tích, độ tin cậy của chất lượng dịch vụ điện tử, và mạng lưới điện tử	Khung khái niệm chỉ tập trung vào nhận thức của chủ sở hữu. Đây là các thước đo nội bộ chỉ thuộc về chủ sở hữu hoặc người sáng lập. Việc thu thập dữ liệu dựa trên nhiều nguồn định nghĩa khởi nghiệp thương mại điện tử, dẫn đến việc có nhiều đối tượng mục tiêu phản hồi. Phản hồi từ những người thiếu kinh nghiệm có thể cung cấp đánh giá không chính xác về chất lượng dịch vụ điện tử. Đo lường biến phụ thuộc về sự thành công của công ty khởi nghiệp thương mại điện tử hoặc doanh nhân trong nghiên cứu này chỉ là một nhận thức

2. Bảng tổng hợp thang đo các yếu tố đo lường

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Nguồn
Thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp CNS	Đối với tôi, việc khởi nghiệp CNS có rất nhiều thuận lợi	Being an digital entrepreneur implies more advantages than disadvantages to me	Farani và cộng sự (2017)
	Việc trở thành một doanh nhân CNS có sức hấp dẫn đối với tôi	A career as digital entrepreneur is attractive for me	Farani và cộng sự (2017)
	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty CNS	If I had the opportunity and resources, I'd like to start a digital firm	Farani và cộng sự (2017)
	Tôi cực kỳ thích thú nếu trở thành một doanh nhân CNS	Being an digital entrepreneur would entail great satisfactions for me	Farani và cộng sự (2017)
	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân CNS	Among various options, I would rather be a digital entrepreneur	Farani và cộng sự (2017)
Nhận thức kiểm soát hành vi	Đối với tôi, việc thành lập và duy trì hoạt động của một công ty rất dễ dàng	To start a firm and keep it working would be easy for me	Liñán và cộng sự (2013)
	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi	I am prepared to start a viable firm	Liñán và cộng sự (2013)
	Tôi có khả năng kiểm soát việc thành lập một công ty mới	I can control the creation process of a new firm	Liñán và cộng sự (2013)
	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty	I know the necessary practical details to start a firm	Liñán và cộng sự (2013)
	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp	I know how to develop an entrepreneurial project	Liñán và cộng sự (2013)
Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS	Nếu tôi thành lập công ty thì khả năng thành công rất cao	If I tried to start a firm, I would have a high probability of succeeding	Liñán và cộng sự (2013)
	Tôi có sự hiểu biết cần thiết về mặt pháp lý để khởi xướng một doanh nghiệp công nghệ số	I have adequate knowledge of the legal necessity to initiate a digital entrepreneurship	Wibowo và cộng sự (2023)
	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để khởi xướng một doanh nghiệp công nghệ số	I can find the resources (e.g., financial, economic) to initiate a digital entrepreneurship	Wibowo và cộng sự (2023)
	Tôi có sự hiểu biết cần thiết để quản lý một doanh nghiệp công nghệ số	I have adequate knowledge to manage a digital entrepreneurship	Wibowo và cộng sự (2023)

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Nguồn
	Tôi có sự hiểu biết về tiếp thị công nghệ số cho một sản phẩm/dịch vụ	I have adequate knowledge in digital marketing a product/service	Wibowo và cộng sự (2023)
	Tôi có sự hiểu biết về thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh công nghệ số	I have adequate knowledge in commercializing a digital business idea	Wibowo và cộng sự (2023)
	Vui lòng đánh dấu mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới	Please mark the extent to which you would rely on the new software	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng	To which extent would you rely on the new software to access information about foreign markets and customer needs?	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, tài nguyên cần thiết)	To which extent would you rely on the new software to enable strategic planning (for example, market entry strategy, resources needed)?	von Arnim & Mrozewski (2020)
Năng lực CNS	Mức độ nào bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để tiết kiệm chi phí	To which extent would you rely on the new software to enable cost savings?	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ nào bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia thị trường quốc tế	To which extent would you rely on the new software to enable competence/skills development for international engagement?	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)	To which extent would you rely on the new software to collaborate with business partners (for example, suppliers)?	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để tạo điều kiện linh hoạt trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)	To which extent would you rely on the new software to enable work flexibility (for example, work outside the office)?	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để xử lý giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)	To which extent would you rely on the new software to handle communication within the business (with co-founder, employs)?	von Arnim & Mrozewski (2020)

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Nguồn
	Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để xử lý giao tiếp với các bên liên quan của doanh nghiệp	To which extent would you rely on the new software to handle external communication with the business stakeholder?	von Arnim & Mrozewski (2020)
	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ của bạn	To which extent would you rely on the new software to promote your product and service?	von Arnim & Mrozewski (2020)
Ý định khởi nghiệp CNS	Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS	I am ready to do anything to be an Digital entrepreneur	Farani và cộng sự (2017)
	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS	My professional goal is to become an digital entrepreneur	Farani và cộng sự (2017)
	Tôi sẽ cố gắng hết sức để thành lập và điều hành công ty của riêng mình liên quan đến công nghệ số	I will make every effort to start and run my own firm related to digital technology	Farani và cộng sự (2017)
	Tôi quyết tâm tạo ra một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai	I am determined to create a firm related to digital technology in the future	Farani và cộng sự (2017)
	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số	I have very seriously thought of starting a firm related to digital technology	Farani và cộng sự (2017)
	Tôi có ý định chắc chắn sẽ thành lập một công ty liên quan đến CNS vào một ngày nào đó	I have the firm intention to start a firm related to digital technology some day	Farani và cộng sự (2017)
Trải nghiệm CNS	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc với công nghệ số	I have some experience working with digital technology	Ghatak và cộng sự, (2023)
	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến CNS	I have worked with organisations or in project related to digital technology	Ghatak và cộng sự, (2023)
	Tôi biết rất nhiều về công nghệ số	I know a lot about digital technology	Ghatak và cộng sự, (2023)
Cảm nhận tính hữu ích	Sử dụng công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi	Using the system improves my job performace	Davis (1989) có điều chỉnh
	Sử dụng công nghệ sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi	Using the system in my job increase my productivity	Davis (1989) có điều chỉnh

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Nguồn
	Sử dụng công nghệ sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi	Using the system enhances my effectiveness in my job	Davis (1989) có điều chỉnh
	Tôi thấy công nghệ rất hữu ích cho công việc của tôi	I find the system usefull in my job	Davis (1989) có điều chỉnh
Cảm nhận tính dễ sử dụng	Sự tương tác của tôi với công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu	My interaction with the system is clear and understandable	Davis (1989) có điều chỉnh
	Tôi thấy công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn	I find it easy to get the system to do what I want to do	Davis (1989) có điều chỉnh
	Tương tác với công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần	Interacting with the system does not require a lot of mental effort	Davis (1989) có điều chỉnh
	Tôi thấy hệ công nghệ rất dễ sử dụng	I find the system easy to use	Davis (1989) có điều chỉnh

3. Phỏng vấn sâu chuyên gia

3.1. Danh sách chuyên gia tham gia phỏng vấn

STT	TÊN VIẾT TẮT	Trình độ	Giới tính	Nghề nghiệp	Lĩnh vực công tác	Thâm niên công tác
CG1	Hà N K G	Giáo sư, Tiến sĩ	Nam	Phó giám đốc, Giảng viên	Giáo dục	Trên 25 năm
CG2	Trần H L	Phó giáo sư, Tiến sĩ	Nam	Trưởng Khoa, Giảng viên	Giáo dục	Trên 20 năm
CG3	Phùng T B	Tiến sĩ	Nữ	Trưởng khoa, Giảng viên	Giáo dục	Trên 20 năm
CG4	Bùi N V	Tiến sĩ	Nam	Phó trưởng Khoa	Giáo dục, kinh doanh	Trên 10 năm
CG5	Huỳnh Đ T L	Tiến sĩ	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ	Trên 10 năm
CG6	Phạm T T H	Tiến sĩ	Nữ	Giám đốc	Dịch vụ	Trên 10 năm

3.2. Dàn bài Phỏng vấn chuyên gia

Kính thưa Quý Ông/Bà,

Tác giả hiện đang là Nghiên cứu sinh ngành Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Tài chính - Marketing, tác giả đang thực hiện luận án với chủ đề về: “***Ý định khởi nghiệp CNS***”. Sự tham gia tự nguyện của Ông/Bà có ý nghĩa vô cùng to lớn đối với luận án của tác giả. Tác giả rất mong nhận được ý kiến đóng góp của Quý Ông/Bà. Sẽ không có ý kiến đúng hoặc sai. Tất cả đều sử dụng cho mục đích học thuật và ý kiến của Ông/Bà hoàn toàn được bảo mật. Và để không bỏ sót bất kỳ ý kiến nào của quý vị, tác giả xin phép được ghi âm toàn bộ cuộc phỏng vấn hôm nay.

Xin trân trọng cảm ơn Quý chuyên gia!

Phần 1: Xin Ông/Bà cho ý kiến về nội dung khái niệm các biến đo lường được chuyển nghĩa từ tiếng Anh sang tiếng Việt, số lượng câu hỏi khảo sát, vai trò tác động của từng yếu tố, nguồn tham khảo:

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
1. Thái độ đối với khởi nghiệp CNS (ADE) (Thang đo 7 likert: 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) Nguồn tham khảo: Farani và cộng sự (2017)	ADE1. Đối với tôi, việc khởi nghiệp CNS có rất nhiều thuận lợi	Being an digital entrepreneur implies more advantages than disadvantages to me	- Thái độ được định nghĩa là cảm giác tích cực hoặc tiêu cực liên quan đến việc đạt được mục tiêu. Thái độ đối với hành vi là đánh giá của một cá nhân về kết quả thu được từ việc thực hiện một hành vi cụ thể, ám chỉ mức độ đánh giá <i>thuận lợi hay bất lợi</i> về một hành vi của một cá nhân (Fishbein và Azjen, 1975). - <i>Thái độ đối với khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.</i>	- Sự đồng thuận của chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của Thái độ đến Ý định khởi nghiệp CNS. - Dịch nghĩa các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp. - Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
	ADE2. Việc trở thành một doanh nhân CNS có sức hấp dẫn đối với tôi	A career as digital entrepreneur is attractive for me		
	ADE3. Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty CNS	If I had the opportunity and resources, I'd like to start a digital firm		
	ADE4. Tôi cực kỳ thích thú nếu trở thành một doanh nhân CNS	Being an digital entrepreneur would entail great satisfactions for me		
	ADE5. Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi thích trở thành một doanh nhân hơn	Among various options, I would rather be a digital entrepreneur		
2. Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC) (Thang đo 7 likert: 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) Nguồn tham khảo: Liñán và cộng sự	PBC1. Đối với tôi, việc thành lập và duy trì hoạt động của công ty rất dễ dàng	To start a firm and keep it working would be easy for me	Nhận thức kiểm soát hành vi là nhận thức của một cá nhân về sự <i>dễ dàng hoặc khó khăn</i> trong việc thực hiện hành vi cụ thể; điều này phụ thuộc vào sự sẵn có của các nguồn lực và các cơ hội để thực hiện hành vi, phản ánh kinh nghiệm trong quá khứ	- Sự đồng thuận của chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của <i>Nhận thức kiểm soát hành vi</i> đến Ý định khởi nghiệp CNS. - Góp ý về dịch nghĩa
	PBC2. Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty mang tính khả thi	I am prepared to start a viable firm		
	PBC3. Tôi có thể kiểm soát	I can control the creation		

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
(2013)	quá trình thành lập một công ty mới	process of a new firm	cũng như những trở ngại dự kiến (Ajzen, 1991)	các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp
	PBC4. Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty	I know the necessary practical details to start a firm	Nhận thức của một người về khả năng kiểm soát đối với việc thực hiện hành vi, cùng với ý định, được cho là có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi, đặc biệt khi nhận thức kiểm soát được xem là đánh giá chính xác về khả năng kiểm soát thực tế đối với hành vi và khi khả năng kiểm soát theo ý chí không cao	- Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
	PBC5. Tôi biết cách phát triển một dự án kinh doanh	I know how to develop an entrepreneurial project	<i>Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS</i>	
	PBC6. Nếu cố gắng thành lập một công ty, tôi có khả năng sẽ đạt thành công cao	If I tried to start a firm, I would have a high probability of succeeding		
3. Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS (Digital entrepreneurial knowledge - DEK) (Thang đo 7 mức độ: 1-Hoàn toàn không có hiểu biết gì đến 7-Rất hiểu biết) Nguồn tham khảo: Wibowo và cộng sự, 2023.	DEK1. Tôi có sự hiểu biết cần thiết về mặt pháp lý để khởi xướng một doanh nghiệp CNS	I have adequate knowledge of the legal necessity to initiate a digital entrepreneurship	Sự hiểu biết về khởi nghiệp phản ánh mức độ hiểu biết và nhận thức mà cá nhân có về các khía cạnh khác nhau của việc thiết lập và quản lý một dự án kinh doanh mới, từ giai đoạn đầu tiên của việc xác định cơ hội, thông qua việc đánh giá các cơ hội mới, đến sự hiểu biết cần thiết để tìm ra liên doanh mới, cũng như môi trường kinh doanh và hệ thống hỗ trợ (Liñán và cộng sự (2013) và Roxas (2014))	- Sự đồng thuận của chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của <i>sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS, Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi đối với hoạt động khởi nghiệp CNS</i>
	DEK2. Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để khởi xướng một doanh nghiệp CNS	I can find the resources (e.g., financial, economic) to initiate a digital entrepreneurship		
	DEK3. Tôi có sự hiểu biết cần thiết để quản lý một doanh nghiệp CNS	I have adequate knowledge to manage a digital entrepreneurship		
	DEK4. Tôi có sự hiểu biết về việc tiếp thị CNS cho	I have adequate knowledge in digital marketing a		- Góp ý về dịch

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
	một sản phẩm/dịch vụ	product/service	- Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS. - Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Thái độ. - Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi.	nghĩa các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp - Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
4. Trải nghiệm CNS (PEDT) (Thang đo 7 likert: 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) Nguồn tham khảo: Ghatak và cộng sự, (2023)	PEDT1. Tôi có một số kinh nghiệm làm việc với công nghệ số	I have some experience working with digital technology	<i>Trải nghiệm CNS</i> Là sự tương tác của người dùng với một tổ chức được thực hiện nhờ CNS. Kinh nghiệm làm việc trước đây với một tổ chức liên quan đến CNS sẽ dẫn đến ý tưởng tốt hơn về cách giải quyết một vấn đề nhất định bằng cách sử dụng công nghệ số (Scuotto và Morellato, 2013). - <i>Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.</i> - <i>Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS.</i> - <i>Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi.</i>	- Sự đồng thuận của chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của <i>Trải nghiệm CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS, Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi đối với hoạt động khởi nghiệp CNS</i> - Góp ý về dịch nghĩa các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp - Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
	PEDT2. Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến CNS	I have worked with organisations or in project related to digital technology		
	PEDT3. Tôi biết rất nhiều về công nghệ số	I know a lot about digital technology		
5. Năng lực CNS	Vui lòng đánh dấu mức độ	Please mark the extent to	Năng lực CNS là “ <i>tiềm năng</i> ”	- Sự đồng thuận của

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
(DC) (Thang đo 7 likert: 1- Hoàn toàn không phụ thuộc đến 7- Hoàn toàn phụ thuộc) Nguồn tham khảo: von Arnim và Mrozewski (2020)	mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới	which you would rely on the new software	<i>được nhận thức của những người ra quyết định để sử dụng hợp lý công nghệ thông tin - truyền thông” cho mục đích kinh doanh (Bellini và cộng sự, 2016). Những cá nhân có năng lực về CNS vượt trội sẽ là những người tiên phong khi tham gia vào các hoạt động kinh doanh trong môi trường CNS hiện đại.</i>	chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của Năng lực CNS, có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS, Thái độ với hoạt động khởi nghiệp CNS và Nhận thức kiểm soát hành vi đối với hoạt động khởi nghiệp CNS
	DC1. Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng	To which extent would you rely on the new software to access information about foreign markets and customer needs?	<i>hợp lý công nghệ thông tin - truyền thông” cho mục đích kinh doanh (Bellini và cộng sự, 2016). Những cá nhân có năng lực về CNS vượt trội sẽ là những người tiên phong khi tham gia vào các hoạt động kinh doanh trong môi trường CNS hiện đại.</i>	- Góp ý về dịch nghĩa các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp
	DC2. Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, tài nguyên cần thiết)	To which extent would you rely on the new software to enable strategic planning (for example, market entry strategy, resources needed)?	<i>- Năng lực CNS có tác động tích cực đến Ý định khởi nghiệp CNS.</i>	- Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
	DC3. Mức độ nào bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để tiết kiệm chi phí	To which extent would you rely on the new software to enable cost savings?	<i>- Năng lực CNS có tác động tích cực đến Thái độ đối với Ý định khởi nghiệp CNS</i>	
	DC4. Mức độ nào bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia thị trường quốc tế	To which extent would you rely on the new software to enable competence/skills development for international engagement?	<i>- Năng lực CNS có tác động tích cực đến Nhận thức kiểm soát hành vi.</i>	
	DC5. Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)	To which extent would you rely on the new software to collaborate with business partners (for example, suppliers)?		
	DC6. Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để tạo điều kiện linh	To which extent would you rely on the new software to enable work flexibility (for		

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
	hoạt trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)	example, work outside the office)?		
	DC7. Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để xử lý giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)	To which extent would you rely on the new software to handle communication within the business (with co-founder, employs)?		
	DC8. Mức độ mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để xử lý giao tiếp với các bên liên quan của doanh nghiệp	To which extent would you rely on the new software to handle external communication with the business stakeholder?		
	DC9. Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào phần mềm mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ của bạn	To which extent would you rely on the new software to promote your product and service?		
6. Nhận thức tính hữu ích (PU) (Thang đo 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) Nguồn tham khảo: Davis (1989)	PU1. Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi	Using the system improves my job performace	<i>Nhận thức tính hữu ích (PEU)</i> được định nghĩa là mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống sẽ cải thiện hiệu suất của mình. Người dùng càng có cảm nhận hữu ích về công nghệ thì càng có nhiều khả năng người dùng chấp nhận nó. - <i>Nhận thức về tính hữu ích có tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS</i>	- Sự đồng thuận của chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của PEU, <i>có tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS</i> - Góp ý về dịch nghĩa các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp - Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
	PU2. Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi	Using the system in my job increase my productivity		
	PU3. Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi	Using the system enhances my effectiveness in my job		
	PU4. Tôi thấy hệ	I find the system usefull in		

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
	thống/công nghệ rất hữu ích cho công việc của tôi	my job		
7. Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) (Thang đo 7-likert từ 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) Nguồn tham khảo: Davis (1989)	PEU1. Sự tương tác của tôi với hệ thống/công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu	My interaction with the system is clear and understandable	<i>Nhận thức tính dễ sử dụng (PU)</i> đề cập đến mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống sẽ dễ dàng. <i>- Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS</i>	- Sự đồng thuận của chuyên gia về Khái niệm, vai trò tác động của PU, có tác động đến Ý định khởi nghiệp CNS - Góp ý về dịch nghĩa các biến quan sát dễ hiểu và phù hợp - Nguồn tham khảo phù hợp, có giá trị.
	PEU2. Tôi thấy hệ thống/công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn	I find it easy to get the system to do what I want to do		
	PEU3. Tương tác với hệ thống/công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần	Interacting with the system does not require a lot of mental effort		
	PEU4. Tôi thấy hệ thống/công nghệ rất dễ sử dụng	I find the system easy to use		
8. Ý định khởi nghiệp CNS (DEI) (Thang đo 7 likert: 1- Hoàn toàn không đồng ý đến 7- Hoàn toàn đồng ý) Nguồn tham khảo: Farani và cộng sự (2017)	DEI1. Tôi sẵn sàng làm bất cứ điều gì để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS	I am ready to do anything to be an Digital entrepreneur	1. Khởi nghiệp CNS là quá trình khởi nghiệp dựa trên các tài sản công nghệ như internet, công nghệ thông tin và truyền thông (Lê Đình và cộng sự, 2018). 2. Ý định khởi nghiệp CNS là “ý định của một cá nhân để bắt đầu một công việc kinh doanh mới thông qua các phương tiện công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan” (Zaheer và cộng sự,	Ý kiến của chuyên gia về các khái niệm liên quan đến khởi nghiệp công nghệ số và ý định khởi nghiệp công nghệ số
	DEI2. Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS	My professional goal is to become an digital entrepreneur		
	DEI3. Tôi sẽ cố gắng hết sức để thành lập và điều hành công ty của riêng mình liên quan đến CNS	I will make every effort to start and run my own firm related to digital technology		
	DEI4. Tôi quyết tâm tạo ra	I am determined to create a		

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
	một công ty liên quan đến CNS trong tương lai DEI5. Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến CNS DEI6. Tôi có ý định chắc chắn sẽ thành lập một công ty liên quan đến CNS vào một ngày nào đó	firm related to digital technology in the future I have very seriously thought of starting a firm related to digital technology I have the firm intention to start a firm related to digital technology some day	2019) 3. Ý định khởi nghiệp CNS là mức độ sẵn sàng và cam kết có ý thức của một cá nhân trong việc khởi sự và phát triển doanh nghiệp mới dựa trên việc ứng dụng CNS nhằm tạo ra giá trị kinh tế và xã hội.	
Nền tảng gia đình	Cha mẹ của bạn hiện có đang hoặc đã từng kinh doanh không? (1. Có/ 2. Không)	Câu hỏi mở bổ sung	Nếu cha mẹ là doanh nhân - hình mẫu cho các thành viên trong gia đình, họ sẽ trở thành nguồn cảm hứng và thúc đẩy con cái tiếp tục sự nghiệp trong tương lai, tạo ra bí quyết quản lý cá nhân trong quá trình trở thành doanh nhân trong tương lai. Kỳ vọng rằng yếu tố nền tảng gia đình (Gia đình có nền tảng kinh doanh) sẽ có tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS của người học thông qua thúc đẩy thái độ hành vi đối với ý định khởi nghiệp. <i>- Nền tảng gia đình kinh doanh điều tiết ảnh hưởng của Thái độ đối với khởi nghiệp CNS, Nhận thức kiểm soát hành vi, Năng</i>	Sự đồng thuận của chuyên gia về vai trò tác động của nền tảng gia đình kinh doanh.

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
Về vai trò trung gian của Thái độ đối với khởi nghiệp CNS			<i>lực CNS, Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS, Trải nghiệm CNS, Nhận thức tính dễ sử dụng, Nhận thức tính hữu ích của công nghệ và Ý định khởi nghiệp CNS của người học</i>	Sự đồng thuận của chuyên gia về vai trò về vai trò trung gian của Thái độ đối với khởi nghiệp CNS
			- Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của sự hiểu biết khởi nghiệp CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS - Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS - Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS - Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Nhận thức tính hữu ích đến Ý định khởi nghiệp CNS - Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Nhận thức tính dễ sử dụng đến Ý định khởi nghiệp CNS	

Yếu tố	Biến đo lường	Bản gốc	Câu hỏi dành cho chuyên gia	Kết quả mong đợi
Về vai trò trung gian của Nhận thức kiểm soát hành vi			- Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của sự hiểu biết khởi nghiệp CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS - Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS - Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	Sự đồng thuận của chuyên gia về vai trò về vai trò trung gian của Nhận thức kiểm soát hành vi

Phần 2: Các ý kiến khác của chuyên gia (nếu có)

.....

Chữ ký:

Ngày tháng năm 2024

Xin chân thành cảm ơn Quý chuyên gia!

3.3. Kết quả phỏng vấn chuyên gia

Phần 1: Về khái niệm nghiên cứu và mối quan hệ giữa các khái niệm

STT	Mối quan hệ/ vai trò của khái niệm nghiên cứu	Ý kiến chuyên gia			
		Không đồng thuận	Trung lập	Đồng ý	Ý kiến khác/Giải thích thêm
1	Ảnh hưởng tích cực của thái độ đến ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
2	Ảnh hưởng tích cực của nhận thức kiểm soát hành vi đến ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
3	Ảnh hưởng tích cực của sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đến ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
4	Ảnh hưởng tích cực của sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đối với thái độ khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
5	Ảnh hưởng tích cực của sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS đối với nhận thức kiểm soát hành vi	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
6	Ảnh hưởng tích cực của năng lực CNS đối với ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
7	Ảnh hưởng tích cực của năng lực CNS đối với thái độ khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
8	Ảnh hưởng tích cực của năng lực CNS đối với nhận thức kiểm soát hành vi	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
9	Ảnh hưởng của trải nghiệm CNS đối với ý định khởi nghiệp CNS	0/6	1/6	5/6	Thường có kinh nghiệm làm việc có thể làm giảm ý định tham gia vào hoạt động khởi nghiệp do những rào cản về sự hiểu biết và tài chính

STT	Mối quan hệ/ vai trò của khái niệm nghiên cứu	Ý kiến chuyên gia			
		Không đồng thuận	Trung lập	Đồng ý	Ý kiến khác/Giải thích thêm
10	Ảnh hưởng tích cực của trải nghiệm CNS đối với thái độ khởi nghiệp CNS	0/6	1/6	5/6	Không chắc vì có kinh nghiệm hay không có kinh nghiệm không ảnh hưởng đến việc ra quyết định khởi nghiệp
11	Ảnh hưởng tích cực của trải nghiệm CNS đối với nhận thức kiểm soát hành vi	1/6	0/6	5/6	Có kinh nghiệm làm việc trước đây về CNS có thể làm giảm hoặc tăng động lực và nhận thức cá nhân
12	Ảnh hưởng tích cực của Nhận thức tính hữu ích đối với ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
13	Ảnh hưởng tích cực của Nhận thức tính dễ sử dụng đối với ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Không có ý kiến khác
14	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của sự hiểu biết khởi nghiệp CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	1/6	0/6	5/6	Ở trên đã kiểm tra vai trò tác động tích cực (có hoặc không) thì vấn đề trung gian chắc chắn xảy ra, có cần thiết kiểm tra nữa không.
15	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	1/6	0/6	5/6	Ở trên đã kiểm tra vai trò tác động tích cực (có hoặc không) thì vấn đề trung gian chắc chắn xảy ra, có cần thiết kiểm tra nữa không.
16	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	2/6	0/6	4/6	Kiểm tra vai trò của các biến kiểm soát như Giới tính, chuyên ngành, độ tuổi, kinh nghiệm làm việc, ...

STT	Mối quan hệ/ vai trò của khái niệm nghiên cứu	Ý kiến chuyên gia			Ý kiến khác/Giải thích thêm
		Không đồng thuận	Trung lập	Đồng ý	
17	Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của sự hiểu biết khởi nghiệp CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	1/6	0/6	5/6	Ở trên đã kiểm tra vai trò tác động tích cực (có hoặc không) thì vấn đề trung gian chắc chắn xảy ra, có cần thiết kiểm tra nữa không.
18	Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Năng lực CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	1/6	0/6	5/6	Ở trên đã kiểm tra vai trò tác động tích cực (có hoặc không) thì vấn đề trung gian chắc chắn xảy ra, có cần thiết kiểm tra nữa không.
19	Nhận thức kiểm soát hành vi làm trung gian cho ảnh hưởng của Trải nghiệm CNS đến Ý định khởi nghiệp CNS	1/6	0/6	5/6	Ở trên đã kiểm tra vai trò tác động tích cực (có hoặc không) thì vấn đề trung gian chắc chắn xảy ra, có cần thiết kiểm tra nữa không.
20	Vai trò điều tiết của nền tảng gia đình trong mối quan hệ giữa các yếu tố đối với ý định khởi nghiệp CNS	0/6	0/6	6/6	Vai trò của nền tảng gia đình cần phải được xem xét kỹ vì đây là yếu tố quan trọng liên quan đến văn hóa khởi nghiệp. Có thể vừa đóng vai trò trực tiếp vừa có vai trò trung gian hoặc điều tiết mối quan hệ này. Những bạn trẻ có cha mẹ hoặc người thân làm kinh doanh thường có niềm tin mạnh mẽ rằng khởi nghiệp là con đường khả thi, từ đó sẵn sàng tận dụng

STT	Mối quan hệ/ vai trò của khái niệm nghiên cứu	Ý kiến chuyên gia			
		Không đồng thuận	Trung lập	Đồng ý	Ý kiến khác/Giải thích thêm
					công nghệ để tạo lập doanh nghiệp Không chỉ là ảnh hưởng tâm lý, nền tảng gia đình còn là lợi thế thực tiễn – họ có người hướng dẫn, có nơi thử nghiệm ý tưởng Nếu gia đình truyền thống thiên về kinh doanh truyền thống, họ có thể không khuyến khích con cái dấn thân vào công nghệ số, nhất là lĩnh vực mới và rủi ro

Phần 2: Kết quả phỏng vấn chuyên gia về dịch nghĩa thang đo

STT	Ký hiệu	Biến quan sát được dịch thuật	Ý kiến chuyên gia			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
I	ADE	Thái độ đối với khởi nghiệp CNS				
1	ADE1	Đối với tôi, việc khởi nghiệp CNS có rất nhiều thuận lợi	5/6	0/6	1/6	Tôi cho rằng hoạt động khởi nghiệp CNS sẽ mang lại cho tôi nhiều thuận lợi hơn là bất lợi
2	ADE2	Việc trở thành một doanh nhân CNS có sức hấp dẫn đối với tôi	6/6	0/6	0/6	

STT	Ký hiệu	Biến quan sát được dịch thuật	Ý kiến chuyên gia			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
3	ADE3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty CNS	6/6	0/6	0/6	
4	ADE4	Tôi cực kỳ thích thú nếu trở thành một doanh nhân CNS	4/6	0/6	2/6	Tôi vô cùng hài lòng nếu trở thành một doanh nhân CNS
5	ADE5	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân CNS	6/6	0/6	0/6	
II	PBC	Nhận thức kiểm soát hành vi				
6	PBC1	Đối với tôi, việc thành lập và duy trì hoạt động của một công ty rất dễ dàng	5/6	0/6	1/6	Việc thành lập và duy trì hoạt động công ty rất dễ dàng với tôi
7	PBC2	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi	6/6	0/6	1/6	
8	PBC3	Tôi có khả năng kiểm soát việc thành lập một công ty mới	5/6	0/6	1/6	Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập một công ty mới
9	PBC4	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty	6/6	0/6	0/6	
10	PBC5	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp	5/6	1/6	0/6	<i>Nội dung câu hỏi có vẻ dư thừa</i>
11	PBC6	Nếu tôi thành lập công ty thì khả năng thành công rất cao	3/6	0/6	3/6	Nếu tôi cố gắng thành lập một công ty thì khả năng thành công rất cao
III	DEK	Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS				
12	DEK1	Tôi có sự hiểu biết cần thiết về mặt pháp lý để khởi xướng một doanh nghiệp CNS	4/6	0/6	2/6	Tôi có đủ sự hiểu biết về mặt pháp lý để bắt đầu hoạt động

STT	Ký hiệu	Biến quan sát được dịch thuật	Ý kiến chuyên gia			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
						kinh doanh CNS
13	DEK2	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để khởi xướng một doanh nghiệp CNS	4/6	0/6	2/6	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để bắt đầu hoạt động kinh doanh CNS
14	DEK3	Tôi có sự hiểu biết cần thiết để quản lý một doanh nghiệp CNS	4/6	0/6	2/6	Tôi có đủ sự hiểu biết để quản lý một doanh nghiệp CNS
15	DEK4	Tôi có sự hiểu biết về việc tiếp thị CNS cho một sản phẩm/dịch vụ	4/6	0/6	2/6	Tôi có đủ sự hiểu biết về hoạt động tiếp thị CNS cho một sản phẩm/dịch vụ
16	DEK5	Tôi có sự hiểu biết về thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh CNS	4/6	0/6	2/6	Tôi có đủ sự hiểu biết về cách thức thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh CNS
IV	DC	Năng lực CNS				
17	DC1	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)
18	DC2	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, nguồn tài nguyên cần thiết)	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)

STT	Ký hiệu	Biến quan sát được dịch thuật	Ý kiến chuyên gia			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
19	DC3	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để tiết kiệm chi phí	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)
20	DC4	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia vào thị trường quốc tế	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)
21	DC5	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới
22	DC6	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để linh động trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)
23	DC7	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới
24	DC8	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để giao tiếp với các bên liên quan bên ngoài doanh nghiệp	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)
25	DC9	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để quảng	3/6	0/6	3/6	new software nên được hiểu

STT	Ký hiệu	Biến quan sát được dịch thuật	Ý kiến chuyên gia			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
		cáo sản phẩm và dịch vụ				theo nghĩa rộng là Hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới (gọi chung là công nghệ)
V	DEI	Ý định khởi nghiệp CNS				
26	DEI1	Tôi sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS	5/6	0/6	1/6	Tôi đã sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS
27	DEI2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực CNS	6/6	0/6	0/6	
28	DEI3	Tôi sẽ cố gắng hết sức để thành lập và điều hành công ty của riêng mình liên quan đến CNS	5/6	0/6	1/6	Tôi sẽ nỗ lực hết mình để thành lập và điều hành công ty của riêng tôi liên quan đến CNS
29	DEI4	Tôi quyết tâm tạo ra một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai	4/6	0/6	2/6	Tôi quyết tâm thành lập một công ty liên quan đến CNS trong tương lai
30	DEI5	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến CNS	6/6	0/6	0/6	
31	DEI6	Tôi có ý định chắc chắn sẽ thành lập một công ty liên quan đến CNS vào một ngày nào đó	4/6	0/6	2/6	Tôi có ý định sẽ thành lập một công ty liên quan đến CNS vào một ngày nào đó
VI	PEDT	Trải nghiệm CNS				
32	PEDT1	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc với CNS	6/6	0/6	0/6	

STT	Ký hiệu	Biến quan sát được dịch thuật	Ý kiến chuyên gia			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
33	PEDT2	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến CNS	6/6	0/6	0/6	
34	PEDT3	Tôi biết rất nhiều về CNS	6/6	0/6	0/6	
VII	PU	Nhận thức tính hữu ích				
35	PU1	Sử dụng hệ thống sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
36	PU2	Sử dụng hệ thống sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
37	PU3	Sử dụng hệ thống sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
38	PU4	Tôi thấy hệ thống rất hữu ích cho công việc của tôi	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
VIII	PEU	Nhận thức tính dễ sử dụng				
39	PEU1	Sự tương tác của tôi với công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
40	PEU2	Tôi thấy công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
41	PEU3	Tương tác với công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ
42	PEU4	Tôi thấy công nghệ rất dễ sử dụng	3/6	0/6	3/6	System nên được hiểu thoáng ra là hệ thống hoặc công nghệ

4. Thảo luận nhóm

4.1. Danh sách tham gia thảo luận nhóm

STT	Họ và Tên	Ngành học	Giới tính	Cơ quan công tác	Thâm niên công tác
1	Nguyễn H Y C	QTKD	Nữ	Dịch vụ- Nhà nước	3 năm
2	Nguyễn T K C	QTKD	Nữ	Kinh doanh - Tư nhân	5 năm
3	Nguyễn H D	QTKD	Nam	Dịch vụ- Nhà nước	5 năm
4	Trần T H	KHMT	Nam	Kinh doanh - Tư nhân	8 năm
5	Thân N D	TC-NH	Nữ	Dịch vụ - Nước ngoài	5 năm
6	Thái T H D	TC-NH	Nữ	Dịch vụ - Nước ngoài	3 năm
7	Thái H H	KHMT	Nam	Sản xuất - Tư nhân	4 năm
8	Bùi D T K	KHMT	Nam	Sản xuất - Tư nhân	4 năm
9	Phan H T K	KHMT	Nam	Dịch vụ - Nước ngoài	5 năm
10	Trần T T	KHMT	Nam	Kinh doanh - Tư nhân	10 năm
11	Nguyễn V H L	QTKD	Nữ	Tự doanh	3 năm
12	Phạm C L	QTKD	Nữ	Dịch vụ- Nhà nước	8 năm
13	Triệu T T	TC-NH	Nữ	Dịch vụ - Nước ngoài	8 năm
14	Nguyễn H N	TC-NH	Nữ	Kinh doanh - Tư nhân	5 năm
15	Tô P V	CNTT	Nam	Tự doanh	6 năm
16	Bùi T Q N	CNTT	Nam	Dịch vụ - Nước ngoài	8 năm

17	Châu G P	CNTT	Nữ	Dịch vụ - Tư nhân	5 năm
18	Đàm K P	QTKD	Nam	Sản xuất - Tư nhân	3 năm
19	Nguyễn H P	CNTT	Nam	Tự doanh	3 năm
20	Lê N Q	CNTT	Nữ	Dịch vụ - Nước ngoài	6 năm

4.2. Dàn bài thảo luận nhóm

Kính chào Anh/Chị,

Tác giả hiện đang là Nghiên cứu sinh ngành Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Tài chính - Marketing, tác giả đang thực hiện luận án với chủ đề về: “***Ý định khởi nghiệp công nghệ số***”. Sự tham gia thảo luận và cho ý kiến tự nguyện của Anh/Chị có ý nghĩa vô cùng to lớn đối với luận án của tác giả. Tác giả rất mong nhận được ý kiến đóng góp của Anh/Chị thông qua việc trao đổi, chia sẻ ý kiến một cách chân thành và cởi mở nhất. Anh/Chị có thể không trả lời câu hỏi mà Anh/Chị cho là không phù hợp với mình, hoặc có thể rời bỏ tham gia thảo luận bất cứ khi nào. Sẽ không có ý kiến đúng hoặc sai. Tất cả đều sử dụng cho mục đích học thuật và ý kiến của Anh/Chị hoàn toàn được bảo mật. Và để không bỏ sót bất kỳ ý kiến nào của Anh/Chị, tác giả xin phép được ghi âm toàn bộ cuộc trao đổi hôm nay.

Xin trân trọng cảm ơn Anh/Chị rất nhiều!

(Dành thời gian khoảng 15 phút để trò chuyện cởi mở, giới thiệu về bản thân và công việc của những người tham gia)

Phần 1:

- Anh/Chị hiểu như thế nào về cụm từ “khởi nghiệp công nghệ số”?
 - Trong số các khái niệm sau, theo Anh/Chị khái niệm nào dễ hiểu và mang ý nghĩa khái quát nhất về khởi nghiệp công nghệ số?
1. *Mua và bán các sản phẩm trực tuyến hoặc dịch vụ công nghệ số.*
 2. *Khởi nghiệp dựa trên các tài sản công nghệ như internet, công nghệ thông tin và truyền thông*

3. Hoạt động kinh doanh thông qua các phương tiện công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan.

Phần 2: Anh/Chị vui lòng cho ý kiến về nội dung các biến quan sát có dễ hiểu hoặc chưa hiểu, cần điều chỉnh hoặc thay đổi như thế nào (Điều chỉnh thang đo)?

STT	Ký hiệu	Nội dung biến quan sát	Ý kiến		
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh
I	ADE	Thái độ đối với khởi nghiệp công nghệ số			
1	ADE1	Tôi cho rằng hoạt động khởi nghiệp công nghệ số sẽ mang lại cho tôi nhiều thuận lợi hơn là bất lợi			
2	ADE2	Việc trở thành một doanh nhân công nghệ số có sức hấp dẫn đối với tôi			
3	ADE3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty công nghệ số			
4	ADE4	Tôi vô cùng hài lòng nếu trở thành một doanh nhân công nghệ số			
5	ADE5	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân công nghệ số			
II	PBC	Nhận thức kiểm soát hành vi			
6	PBC1	Việc thành lập và duy trì hoạt động công ty rất dễ dàng với tôi			
7	PBC2	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi			
8	PBC3	Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập một công ty mới			
9	PBC4	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty			
10	PBC5	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp			
11	PBC6	Nếu tôi cố gắng thành lập một công ty thì khả năng thành công rất cao			
III	DEK	Sự hiểu biết về khởi nghiệp công nghệ số			

STT	Ký hiệu	Nội dung biến quan sát	Ý kiến		
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh
12	DEK1	Tôi có đủ sự hiểu biết về mặt pháp lý để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số			
13	DEK2	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số			
14	DEK3	Tôi có đủ sự hiểu biết để quản lý một doanh nghiệp công nghệ số			
15	DEK4	Tôi có đủ sự hiểu biết về hoạt động tiếp thị công nghệ số cho một sản phẩm/dịch vụ			
16	DEK5	Tôi có đủ sự hiểu biết về cách thức thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh công nghệ số			
IV	DC	Năng lực công nghệ số			
17	DC1	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng			
18	DC2	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, nguồn tài nguyên cần thiết)			
19	DC3	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để tiết kiệm chi phí			
20	DC4	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia vào thị trường quốc tế			
21	DC5	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)			
22	DC6	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để linh động trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)			

STT	Ký hiệu	Nội dung biến quan sát	Ý kiến		
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh
23	DC7	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)			
24	DC8	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để giao tiếp với các bên liên quan bên ngoài doanh nghiệp			
25	DC9	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ			
V	DEI	Ý định khởi nghiệp công nghệ số			
26	DEI1	Tôi đã sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số			
27	DEI2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số			
28	DEI3	Tôi sẽ nỗ lực hết mình để thành lập và điều hành công ty của riêng tôi liên quan đến công nghệ số			
29	DEI4	Tôi quyết tâm thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai			
30	DEI5	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số			
31	DEI6	Tôi có ý định sẽ thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số vào một ngày nào đó			
VI	PEDT	Trải nghiệm công nghệ số			
32	PEDT1	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc với công nghệ số			
33	PEDT2	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến công nghệ số			

STT	Ký hiệu	Nội dung biến quan sát	Ý kiến		
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh
34	PEDT3	Tôi biết rất nhiều về công nghệ số			
VII	PU	Nhận thức tính hữu ích			
35	PU1	Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi			
36	PU2	Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi			
37	PU3	Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi			
38	PU4	Tôi thấy hệ thống/công nghệ rất hữu ích cho công việc của tôi			
VIII	PEU	Nhận thức tính dễ sử dụng			
39	PEU1	Sự tương tác của tôi với hệ thống/công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu			
40	PEU2	Tôi thấy hệ thống/công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn			
41	PEU3	Tương tác với hệ thống/công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần			
42	PEU4	Tôi thấy hệ thống/công nghệ rất dễ sử dụng			

Phần 3: Về vai trò của Nền tảng gia đình.

- Anh/Chị cho biết gia đình mình có ai (bao gồm Cha, Mẹ hoặc các thành viên khác trong gia đình) đã hoặc đang làm kinh doanh (Có hoặc Không).
- Theo Anh/Chị, gia đình có nền tảng kinh doanh có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của mình hay không? (Có hoặc không ảnh hưởng).

Xin chân thành cảm ơn sự tham gia của Anh/Chị!

4.3. Kết quả thảo luận nhóm

Phần 1: Quan điểm về Khái niệm khởi nghiệp công nghệ số

STT	Khái niệm khởi nghiệp công nghệ số	Ý kiến			
		Không đồng thuận	Trung lập	Đồng ý	Ý kiến khác/Giải thích thêm
1	Mua và bán các sản phẩm trực tuyến hoặc dịch vụ công nghệ số	4/20	10/20	6/20	Chưa rõ nghĩa vì hầu hết các hoạt động kinh doanh đều có sử dụng công nghệ, chỉ bao hàm hoạt động mua bán chứ không tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ liên quan đến công nghệ số
2	Khởi nghiệp dựa trên các tài sản công nghệ như internet, công nghệ thông tin và truyền thông	0/20	8/20	12/20	Chưa đầy đủ vì hiện nay có nhiều loại công nghệ mới như Chat GPT hoặc AI
3	Hoạt động kinh doanh thông qua các phương tiện công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan	0/20	2/20	18/20	Phát biểu này khá đầy đủ vì đã bao gồm hầu hết các loại công nghệ, liên quan đến hoạt động kinh doanh có sử dụng công nghệ số, hoặc tạo ra sản phẩm/dịch vụ liên quan đến công nghệ số. Nhìn chung, khởi nghiệp công nghệ số là quá trình xây dựng và phát triển một doanh nghiệp mới dựa trên các nền tảng công nghệ số, bao gồm việc sử dụng internet, phần mềm, ứng dụng di động, trí tuệ nhân tạo AI, dữ liệu lớn Big Data, công nghệ blockchain, và các công nghệ khác để cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ mới, cải tiến mô hình kinh doanh hoặc giải quyết các vấn đề trong xã hội

Phần 2: Phát triển thang đo

STT	Ký hiệu	Biến quan sát	Ý kiến			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
I	ADE	Thái độ đối với khởi nghiệp công nghệ số				
1	ADE1	Tôi cho rằng hoạt động khởi nghiệp công nghệ số sẽ mang lại cho tôi nhiều thuận lợi hơn là bất lợi	20/20	0/20	0/20	
2	ADE2	Việc trở thành một doanh nhân công nghệ số có sức hấp dẫn đối với tôi	20/20	0/20	0/20	
3	ADE3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
4	ADE4	Tôi vô cùng hài lòng nếu trở thành một doanh nhân công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
5	ADE5	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
II	PBC	Nhận thức kiểm soát hành vi				
6	PBC1	Việc thành lập và duy trì hoạt động công ty rất dễ dàng với tôi	20/20	0/20	0/20	
7	PBC2	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi	20/20	0/20	0/20	
8	PBC3	Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập một công ty mới	20/20	0/20	0/20	
9	PBC4	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty	16/20	0/20	4/20	Tôi biết những điều cần thiết để thành lập một công ty
10	PBC5	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp	20/20	0/20	0/20	

STT	Ký hiệu	Biên quan sát	Ý kiến			Biên quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
11	PBC6	Nếu tôi cố gắng thành lập một công ty thì khả năng thành công rất cao	20/20	0/20	0/20	
III	DEK	Sự hiểu biết về khởi nghiệp công nghệ số				
12	DEK1	Tôi có đủ sự hiểu biết về mặt pháp lý để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
13	DEK2	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
14	DEK3	Tôi có đủ sự hiểu biết để quản lý một doanh nghiệp công nghệ số	18/20	2/20	0/20	Bị trùng với câu: Tôi có đủ sự hiểu biết về mặt pháp lý để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số
15	DEK4	Tôi có đủ sự hiểu biết về hoạt động tiếp thị công nghệ số cho một sản phẩm/dịch vụ	20/20	0/20	0/20	
16	DEK5	Tôi có đủ sự hiểu biết về cách thức thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
IV	DC	Năng lực công nghệ số				
17	DC1	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
18	DC2	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, nguồn tài nguyên cần thiết)	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
19	DC3	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho

STT	Ký hiệu	Biến quan sát	Ý kiến			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
		dụng mới để tiết kiệm chi phí				hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
20	DC4	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia vào thị trường quốc tế	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
21	DC5	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
22	DC6	Mức độ nào mà bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để linh động trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
23	DC7	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
24	DC8	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để giao tiếp với các bên liên quan bên ngoài doanh nghiệp	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
25	DC9	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào hệ thống/phần mềm/ứng dụng mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ	12/20	0/20	8/20	Nên dùng từ công nghệ thay cho hệ thống/phần mềm/ứng dụng để ngắn gọn và dễ hiểu hơn
V	DEI	Ý định khởi nghiệp công nghệ số				
26	DEI1	Tôi đã sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
27	DEI2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh	20/20	0/20	0/20	

STT	Ký hiệu	Biến quan sát	Ý kiến			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
		nhân trong lĩnh vực công nghệ số				
28	DEI3	Tôi sẽ nỗ lực hết mình để thành lập và điều hành công ty của riêng tôi liên quan đến công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
29	DEI4	Tôi quyết tâm thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai	18/20	2/20	0/20	Có vẻ trùng nội dung câu hỏi với câu 1: Tôi đã sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số
30	DEI5	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
31	DEI6	Tôi có ý định sẽ thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số vào một ngày nào đó	20/20	0/20	0/20	
VI	PEDT	Trải nghiệm công nghệ số				
32	PEDT1	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc với công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
33	PEDT2	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
34	PEDT3	Tôi biết rất nhiều về công nghệ số	20/20	0/20	0/20	
VII	PU	Nhận thức tính hữu ích				
35	PU1	Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
36	PU2	Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi	15/20	0/20	5/20	Tăng hiệu suất với cải thiện hiệu suất có vẻ giống nhau về ý nghĩa,

STT	Ký hiệu	Biến quan sát	Ý kiến			Biến quan sát hiệu chỉnh/bổ sung
			Đồng ý	Không đồng ý	Hiệu chỉnh	
						giống câu 1 Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
37	PU3	Sử dụng hệ thống/công nghệ sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
38	PU4	Tôi thấy hệ thống/công nghệ rất hữu ích cho công việc của tôi	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
VIII	PEU	Nhận thức tính dễ sử dụng				
39	PEU1	Sự tương tác của tôi với hệ thống/công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
40	PEU2	Tôi thấy hệ thống/công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
41	PEU3	Tương tác với hệ thống/công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...
42	PEU4	Tôi thấy hệ thống/công nghệ rất dễ sử dụng	15/20	0/20	5/20	Tương tự như trên, dùng từ công nghệ là bao hàm cả hệ thống/công nghệ/ứng dụng...

Phần 3: Về vai trò của nền tảng gia đình kinh doanh

STT	Nội dung câu hỏi	Có	Không	Ý kiến khác/Giải thích thêm
1	Anh/Chị cho biết gia đình mình có ai (bao gồm Cha, Mẹ hoặc các thành viên khác trong gia đình) đã hoặc đang làm kinh doanh (Có hoặc Không).	12	8	12 người trả lời gia đình có nền tảng kinh doanh, trong đó: - 03 người trả lời cha mẹ đang kinh doanh, - 02 người trả lời Ông bà trước đây có làm kinh doanh, - 03 người trả lời có Anh/Chị và người thân khác trong gia đình có kinh doanh, - 04 người đang tự kinh doanh
2	Theo Anh/Chị, gia đình có nền tảng kinh doanh có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của mình hay không? (Có hoặc không ảnh hưởng).	14	6	Nền tảng gia đình, cụ thể là gia đình có nền tảng kinh doanh thường có thể ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của một cá nhân. Bởi vì, môi trường gia đình là yếu tố quan trọng trong việc hình thành tư duy, thái độ và kỹ năng liên quan đến kinh doanh, chẳng hạn như: - Gia đình là nguồn cảm hứng và hình mẫu lý tưởng: Nếu trong gia đình có người đã thành công trong kinh doanh, điều này có thể tạo động lực mạnh mẽ cho bạn. Việc nhìn thấy cách họ đối mặt với khó khăn và quản lý công việc có thể truyền cảm hứng và giúp bạn tin tưởng hơn vào khả năng khởi nghiệp của mình. - Gia đình sẽ hỗ trợ tài chính và mạng lưới mối quan hệ: Gia đình kinh doanh có thể hỗ trợ tài chính hoặc giúp bạn kết nối với các đối tác, nhà đầu tư, hay những người có kinh nghiệm khác trong ngành. Đây là lợi thế lớn giúp bạn vượt qua những khó khăn ban đầu khi khởi nghiệp. - Cung cấp cho bạn nhiều kiến thức và kỹ năng kinh doanh mà trường học không hề dạy bạn: Những người trong gia đình có nền tảng kinh doanh thường có sẵn kinh nghiệm và kiến thức. Họ có thể chia sẻ những bài học, kỹ năng quan trọng về quản lý tài chính, chiến lược phát triển, hoặc cách giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình kinh doanh.

- Trang bị cho bạn tư duy của một doanh nhân: Sống trong một môi trường kinh doanh có thể giúp bạn phát triển tư duy doanh nhân sớm, học cách nhìn nhận cơ hội kinh doanh và chấp nhận rủi ro. Gia đình cũng có thể khuyến khích tính kiên nhẫn và sự sáng tạo, những yếu tố cần thiết cho thành công trong khởi nghiệp.

- Tạo nên áp lực từ chính gia đình bạn: Sự ảnh hưởng không phải lúc nào cũng tích cực. Đôi khi, gia đình có thể tạo áp lực cho bạn về việc phải theo đuổi sự nghiệp kinh doanh, ngay cả khi bạn không cảm thấy phù hợp hoặc đam mê. Việc so sánh bản thân với thành công của các thành viên trong gia đình cũng có thể gây ra căng thẳng.

Nền tảng kinh doanh của gia đình có thể cung cấp nhiều lợi thế cho việc khởi nghiệp, từ tài nguyên tài chính, kiến thức cho đến mạng lưới quan hệ. Mặc khác, nếu theo chiều hướng tiêu cực, bạn nhận thấy mình không thể làm việc với công suất 1000% như những gì gia đình bạn đang trải qua khi làm kinh doanh, có thể bạn sẽ không chọn con đường khởi nghiệp. Tuy nhiên, bản thân cũng cần nhắc kỹ về đam mê và mục tiêu cá nhân để xác định con đường phù hợp với chính mình.

Như vậy nền tảng gia đình kinh doanh sẽ có ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực, trực tiếp hay gián tiếp đến ý định kinh doanh của một cá nhân.

5. Bảng khảo sát chính thức

Kính chào Anh/Chị.

Tôi hiện là Nghiên cứu sinh của Trường Đại học Tài chính - Marketing. Tôi đang thực hiện đề tài luận án tiến sĩ chủ đề về ý định khởi nghiệp công nghệ số. Tác giả rất biết ơn sự tham gia tự nguyện của bạn khi thực hiện bảng khảo sát này. Kết quả nghiên cứu chỉ sử dụng cho mục đích học thuật nên mọi thông tin bạn cung cấp là tuyệt đối an toàn và bảo mật.

* Ý định khởi nghiệp công nghệ số được định nghĩa là “*ý định của một cá nhân để bắt đầu một công việc kinh doanh mới dựa trên các nền tảng công nghệ số bao gồm Internet, World Wide Web, công nghệ di động, Web 2.0 và các công nghệ liên quan.*”

Câu hỏi gọn lọc

1. Anh/Chị có quan tâm đến công nghệ số không?

☐ Có ☐ Không

Nếu Không, xin dừng khảo sát tại đây.

2. Ngành bạn đang theo học trình độ sau đại học?

☐ Kinh doanh và quản lý

☐

Tài chính – Ngân hàng – Bảo hiểm

☐ Kế toán – Kiểm toán

☐

Công nghệ thông tin - Máy tính

☐ Điện – Điện tử - viễn thông

☐ Khác

Nếu là ngành Khác, xin dừng khảo sát tại đây.

Phần A: Hồ sơ nhân khẩu học

1. Giới tính: ☐ Nam

☐ Nữ

☐

Khác

2. Bạn thuộc nhóm tuổi nào?

☐ Dưới 25 tuổi

☐

Từ 25-30 tuổi

☐ Từ 31-35 tuổi

☐

Từ 36-40 tuổi

☐

Trên 40 tuổi

3. Thu nhập bình quân hàng tháng?

☐ Dưới 7tr ☐ Từ 7tr - 12tr ☐ Từ 13tr - 18tr ☐ Trên 18tr

4. Trường bạn đang theo học:

5. Lĩnh vực nào bạn đang quan tâm nhất?

☐ Sản xuất ☐ Giáo dục ☐ Nông nghiệp
☐ Khoa học công nghệ ☐ Dịch vụ ☐ Khác

7. Cha/ Mẹ của bạn hiện có đang kinh doanh không?

☐ Không
☐ Có (Nêu rõ lĩnh vực kinh doanh:)

8. **Kinh nghiệm làm việc**

☐ Dưới 1 năm ☐ Từ 1 - 5 năm
☐ Từ 6 - 10 năm ☐ Từ 11 - 15 năm Trên 15 năm

Phần B:

Anh/Chị vui lòng đánh dấu vào lựa chọn thích hợp nhất với Anh/Chị đối với từng nội dung sau:

1. Thái độ cá nhân với khởi nghiệp công nghệ số		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
ADE1	Tôi cho rằng hoạt động khởi nghiệp công nghệ số sẽ mang lại cho tôi nhiều thuận lợi hơn là bất lợi							
ADE2	Việc trở thành một doanh nhân công nghệ số có sức hấp dẫn đối với tôi							
ADE3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi sẽ thành lập công ty công nghệ số							
ADE4	Tôi vô cùng hài lòng nếu trở thành một doanh nhân công nghệ số							
ADE5	Trong số rất nhiều lựa chọn, tôi muốn trở thành một doanh nhân công nghệ số							
2. Nhận thức kiểm soát hành vi		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
PBC1	Đối với tôi, việc thành lập và duy trì hoạt động của một công ty rất dễ dàng							
PBC2	Tôi đã sẵn sàng để bắt đầu xây dựng công ty có tính khả thi							
PBC3	Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập một công ty mới							
PBC4	Tôi biết những điều thực tiễn cần thiết để thành lập một công ty							

2. Nhận thức kiểm soát hành vi		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
PBC5	Tôi biết cách xây dựng một dự án khởi nghiệp							
PBC6	Nếu tôi cố gắng thành lập một công ty thì khả năng thành công rất cao							

3. Kiến thức về khởi nghiệp công nghệ số		Hoàn toàn Không biết	Không biết	Hơi không biết	Bình thường	Biết chút ít	Có biết	Biết rất rõ
DEK1	Tôi có đủ sự hiểu biết về mặt pháp lý để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số							
DEK2	Tôi có thể tìm được các nguồn lực (ví dụ: tài chính, kinh tế) để bắt đầu hoạt động kinh doanh công nghệ số							
DEK3	Tôi có đủ sự hiểu biết để quản lý một doanh nghiệp công nghệ số							
DEK4	Tôi có đủ sự hiểu biết về hoạt động tiếp thị công nghệ số cho một sản phẩm/dịch vụ							
DEK5	Tôi có đủ sự hiểu biết về cách thức thương mại hóa một ý tưởng kinh doanh công nghệ số							

4. Trải nghiệm công nghệ số		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
PEDT1	Tôi có một số kinh nghiệm làm việc về công nghệ số							

PEDT2	Tôi đã từng làm việc với các tổ chức hoặc dự án liên quan đến công nghệ số							
PEDT3	Tôi biết rất nhiều về công nghệ số							

5. Năng lực công nghệ số		Hoàn toàn Không phụ thuộc	Không phụ thuộc	Hơi không phụ thuộc	Bình thường	Hơi phụ thuộc	Phụ thuộc	Hoàn toàn phụ thuộc
DC1	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để truy cập thông tin về thị trường nước ngoài và nhu cầu của khách hàng							
DC2	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để triển khai kế hoạch chiến lược (ví dụ: chiến lược gia nhập thị trường, nguồn tài nguyên cần thiết)							
DC3	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để tiết kiệm chi phí							
DC4	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để phát triển năng lực/kỹ năng cho việc tham gia vào thị trường quốc tế							
DC5	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để hợp tác với đối tác kinh doanh (ví dụ: nhà cung cấp)							
DC6	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để linh động trong công việc (ví dụ: làm việc ngoài văn phòng)							

DC7	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để giao tiếp bên trong doanh nghiệp (với người sáng lập, nhân viên)							
DC8	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để giao tiếp với các bên liên quan bên ngoài doanh nghiệp							
DC9	Mức độ bạn sẽ phụ thuộc vào công nghệ mới để quảng cáo sản phẩm và dịch vụ							

6. Nhận thức tính hữu ích		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
PU1	Sử dụng công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc của tôi							
PU2	Sử dụng công nghệ sẽ giúp tăng năng suất công việc của tôi							
PU3	Sử dụng công nghệ sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc của tôi							
PU4	Tôi thấy công nghệ rất hữu ích cho công việc của tôi							

7. Nhận thức tính dễ sử dụng		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
PEU1	Sự tương tác của tôi với công nghệ rất rõ ràng và dễ hiểu							
PEU2	Tôi thấy công nghệ thật dễ dàng thực hiện những điều tôi muốn							

PEU3	Tương tác với công nghệ không cần nhiều sự nỗ lực về tinh thần							
PEU4	Tôi thấy công nghệ rất dễ sử dụng							

8. Ý định khởi nghiệp công nghệ số		Hoàn toàn Không đồng ý	Không đồng ý	Hơi không đồng ý	Bình thường	Hơi đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn Đồng ý
DEI1	Tôi đã sẵn sàng để trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số							
DEI2	Mục tiêu nghề nghiệp của tôi là trở thành một doanh nhân trong lĩnh vực công nghệ số							
DEI3	Tôi sẽ nỗ lực hết mình để thành lập và điều hành công ty của riêng tôi liên quan đến công nghệ số							
DEI4	Tôi quyết tâm thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số trong tương lai							
DEI5	Tôi đã rất nghiêm túc nghĩ đến việc thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số							
DEI6	Tôi có ý định sẽ thành lập một công ty liên quan đến công nghệ số vào một ngày nào đó							

6. Kết quả phân tích dữ liệu

6.1. Kết quả sơ bộ

6.1.1. Thống kê sơ bộ

		Gioitinh			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	125	40.1	40.1	40.1
	2	187	59.9	59.9	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

		Dotuoi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	96	30.8	30.8	30.8
	2	82	26.3	26.3	57.1
	3	62	19.9	19.9	76.9
	4	44	14.1	14.1	91.0
	5	28	9.0	9.0	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

		Thunhap			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	46	14.7	14.7	14.7
	2	68	21.8	21.8	36.5
	3	134	42.9	42.9	79.5
	4	64	20.5	20.5	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

Chuyennganh					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	144	46.2	46.2	46.2
	2	104	33.3	33.3	79.5
	3	33	10.6	10.6	90.1
	4	25	8.0	8.0	98.1
	5	6	1.9	1.9	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

Linhvuc					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	7.7	7.7	7.7
	2	96	30.8	30.8	38.5
	3	31	9.9	9.9	48.4
	4	76	24.4	24.4	72.8
	5	85	27.2	27.2	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

Nentanggiadin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	152	48.7	48.7	48.7
	2	160	51.3	51.3	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

		Kinhnghiem			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	29	9.3	9.3	9.3
	2	106	34.0	34.0	43.3
	3	117	37.5	37.5	80.8
	4	60	19.2	19.2	100.0
	Total	312	100.0	100.0	

6.1.2. Kết quả phân tích sơ bộ PLS-SEM

Construct reliability and validity

Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
ADE	0.887	0.888	0.917	0.689
DC	0.949	0.952	0.957	0.713
DEI	0.943	0.947	0.954	0.778
KOE	0.903	0.907	0.925	0.675
PBC	0.927	0.931	0.943	0.736
PEDT	0.912	0.912	0.945	0.850
PEU	0.903	0.905	0.932	0.774
PU	0.890	0.897	0.924	0.752

Fornell-Larcker criterion

	ADE	DC	DEI	KOE	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE	0.830							
DC	0.706	0.844						
DEI	0.520	0.556	0.882					
KOE	0.669	0.765	0.537	0.821				
PBC	0.714	0.746	0.580	0.783	0.858			
PEDT	0.559	0.758	0.495	0.758	0.712	0.922		
PEU	0.663	0.807	0.578	0.685	0.724	0.692	0.880	
PU	0.645	0.786	0.483	0.619	0.644	0.680	0.845	0.867

Cross loadings

	ADE	DC	DEI	KOE	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE1	0.829	0.555	0.419	0.524	0.562	0.436	0.504	0.481
ADE2	0.838	0.585	0.462	0.506	0.584	0.422	0.562	0.511
ADE3	0.806	0.579	0.392	0.561	0.569	0.471	0.528	0.545
ADE4	0.871	0.589	0.455	0.558	0.632	0.425	0.623	0.584
ADE5	0.804	0.620	0.427	0.623	0.610	0.561	0.529	0.551
DC1	0.576	0.811	0.451	0.641	0.620	0.618	0.675	0.641
DC2	0.524	0.799	0.424	0.635	0.565	0.577	0.616	0.586
DC3	0.601	0.853	0.439	0.625	0.623	0.588	0.676	0.659
DC4	0.626	0.892	0.453	0.641	0.624	0.608	0.708	0.680
DC5	0.660	0.885	0.543	0.713	0.723	0.695	0.726	0.696
DC6	0.632	0.860	0.528	0.673	0.685	0.645	0.710	0.681
DC7	0.644	0.860	0.496	0.679	0.668	0.670	0.703	0.672
DC8	0.558	0.832	0.463	0.621	0.593	0.697	0.646	0.645
DC9	0.520	0.799	0.407	0.572	0.540	0.658	0.658	0.712
DEI1	0.488	0.491	0.867	0.481	0.553	0.453	0.492	0.439

DEI2	0.474	0.501	0.913	0.475	0.539	0.444	0.527	0.429
DEI3	0.426	0.495	0.847	0.455	0.454	0.411	0.481	0.433
DEI4	0.423	0.404	0.869	0.394	0.458	0.337	0.461	0.397
DEI5	0.514	0.542	0.911	0.538	0.571	0.504	0.581	0.454
DEI6	0.412	0.497	0.882	0.483	0.477	0.452	0.502	0.399
KOE1	0.640	0.606	0.432	0.798	0.684	0.629	0.549	0.495
KOE2	0.616	0.660	0.503	0.858	0.721	0.639	0.602	0.530
KOE3	0.509	0.632	0.425	0.870	0.644	0.646	0.551	0.521
KOE4	0.462	0.564	0.324	0.796	0.561	0.617	0.459	0.450
KOE5	0.509	0.677	0.458	0.842	0.638	0.680	0.571	0.536
KOE6	0.530	0.622	0.480	0.758	0.581	0.521	0.628	0.509
PBC1	0.590	0.558	0.510	0.538	0.759	0.505	0.565	0.451
PBC2	0.605	0.626	0.501	0.633	0.901	0.589	0.617	0.549
PBC3	0.635	0.672	0.508	0.688	0.906	0.609	0.644	0.588
PBC4	0.545	0.614	0.387	0.672	0.826	0.632	0.581	0.522
PBC5	0.658	0.702	0.551	0.710	0.897	0.640	0.674	0.634
PBC6	0.630	0.658	0.519	0.768	0.848	0.679	0.638	0.557
PEDT1	0.541	0.737	0.423	0.658	0.646	0.905	0.627	0.636
PEDT2	0.483	0.654	0.485	0.701	0.653	0.932	0.642	0.628
PEDT3	0.521	0.705	0.462	0.738	0.672	0.929	0.647	0.617
PEU1	0.537	0.657	0.489	0.543	0.579	0.511	0.872	0.775
PEU2	0.594	0.698	0.494	0.570	0.644	0.596	0.896	0.781
PEU3	0.603	0.737	0.532	0.643	0.656	0.631	0.888	0.697
PEU4	0.594	0.740	0.516	0.648	0.664	0.686	0.863	0.727
PU1	0.521	0.696	0.382	0.552	0.530	0.694	0.646	0.843
PU2	0.520	0.689	0.427	0.526	0.508	0.595	0.700	0.870
PU3	0.622	0.713	0.434	0.576	0.631	0.567	0.772	0.905
PU4	0.566	0.629	0.433	0.490	0.554	0.514	0.807	0.850

Collinearity statistics (VIF)

Outer model - List

	VIF
ADE1	2.241
ADE2	2.472
ADE3	2.060
ADE4	2.792
ADE5	1.920
DC1	2.721
DC2	2.804
DC3	3.291
DC4	4.277
DC5	4.508
DC6	3.817
DC7	3.632
DC8	4.465
DC9	3.848
DEI1	3.974
DEI2	6.066
DEI3	3.501
DEI4	3.812
DEI5	5.498
DEI6	4.208
KOE1	1.973
KOE2	2.755
KOE3	3.288
KOE4	2.408

KOE5	2.531
KOE6	1.864
PBC1	2.195
PBC2	4.599
PBC3	4.501
PBC4	2.850
PBC5	3.553
PBC6	2.709
PEDT1	2.663
PEDT2	3.592
PEDT3	3.423
PEU1	2.713
PEU2	2.991
PEU3	2.665
PEU4	2.294
PU1	2.493
PU2	2.921
PU3	3.210
PU4	2.517

Inner model - Matrix

	ADE	DC	DEI	KOE	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE			2.442					
DC	2.940		3.579		4.438			
DEI								
KOE	2.944		3.619		3.025			
PBC			3.431					
PEDT	2.865		3.002		3.002			
PEU					4.467			
PU					4.046			

6.2. Kết quả phân tích chính thức

6.2.1. Thống kê

		Giới tính			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	504	40.5	40.5	40.5
	2	739	59.5	59.5	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

		Tuổi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	130	10.5	10.5	10.5
	2	495	39.8	39.8	50.3
	3	327	26.3	26.3	76.6
	4	186	15.0	15.0	91.6
	5	105	8.4	8.4	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

		Thunhap			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	217	17.5	17.5	17.5
	2	233	18.7	18.7	36.2
	3	568	45.7	45.7	81.9
	4	225	18.1	18.1	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

		Nganh			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	648	52.1	52.1	52.1
	2	383	30.8	30.8	82.9
	3	82	6.6	6.6	89.5
	4	98	7.9	7.9	97.4
	5	32	2.6	2.6	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

		Linhvucquantam			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	73	5.9	5.9	5.9
	2	355	28.6	28.6	34.4
	3	104	8.4	8.4	42.8
	4	296	23.8	23.8	66.6
	5	351	28.2	28.2	94.9
	6	64	5.1	5.1	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

FBB					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	571	45.9	45.9	45.9
	2	672	54.1	54.1	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

Kinhnghiem					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	112	9.0	9.0	9.0
	2	391	31.5	31.5	40.5
	3	479	38.5	38.5	79.0
	4	258	20.8	20.8	99.8
	5	3	.2	.2	100.0
	Total	1243	100.0	100.0	

6.2. Kết quả kiểm định sai lệch phương pháp chung

Total Variance Explained						
Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	21.556	43.113	43.113	21.556	43.113	43.113
2	3.083	6.167	49.280			
3	2.526	5.051	54.331			
4	2.019	4.038	58.368			
5	1.672	3.344	61.712			
6	1.454	2.909	64.621			
7	1.293	2.586	67.207			

8	1.130	2.260	69.467			
9	1.014	2.028	71.495			
10	.958	1.916	73.410			
11	.838	1.676	75.087			
12	.746	1.492	76.578			
13	.693	1.387	77.965			
14	.661	1.322	79.287			
15	.647	1.294	80.581			
16	.556	1.112	81.693			
17	.545	1.090	82.783			
18	.506	1.013	83.795			
19	.485	.971	84.766			
20	.451	.902	85.668			
21	.414	.827	86.495			
22	.405	.809	87.304			
23	.391	.782	88.086			
24	.354	.709	88.795			
25	.340	.681	89.476			
26	.324	.647	90.123			
27	.315	.630	90.753			
28	.290	.580	91.333			
29	.276	.552	91.885			
30	.268	.535	92.420			
31	.263	.527	92.947			
32	.257	.514	93.461			

33	.249	.498	93.959			
34	.236	.473	94.432			
35	.227	.455	94.887			
36	.216	.432	95.318			
37	.210	.421	95.739			
38	.207	.414	96.153			
39	.196	.392	96.545			
40	.190	.380	96.925			
41	.188	.377	97.302			
42	.180	.361	97.663			
43	.175	.351	98.014			
44	.167	.335	98.348			
45	.158	.317	98.665			
46	.154	.309	98.974			
47	.144	.288	99.262			
48	.136	.272	99.534			
49	.131	.262	99.796			
50	.102	.204	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

6.3. Độ tin cậy của thang đo

Construct reliability and validity

Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (ρ_a)	Composite reliability (ρ_c)	Average variance extracted (AVE)
ADE	0.886	0.890	0.917	0.688
DC	0.943	0.945	0.952	0.688
DEI	0.939	0.943	0.952	0.767
DEK	0.909	0.914	0.932	0.732
PBC	0.920	0.921	0.938	0.717
PEDT	0.911	0.912	0.944	0.849
PEU	0.897	0.897	0.928	0.764
PU	0.818	0.839	0.880	0.648

6.4. Hệ số tải ngoài

Outer loadings

Matrix

	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE1	0.835							
ADE2	0.840							
ADE3	0.818							
ADE4	0.890							
ADE5	0.758							
DC1		0.800						
DC2		0.797						
DC3		0.818						
DC4		0.854						

DC5		0.859						
DC6		0.850						
DC7		0.850						
DC8		0.825						
DC9		0.806						
DEI1			0.880					
DEI2			0.897					
DEI3			0.819					
DEI4			0.868					
DEI5			0.899					
DEI6			0.888					
DEK1				0.842				
DEK2				0.889				
DEK3				0.889				
DEK4				0.810				
DEK5				0.847				
PBC1					0.764			
PBC2					0.890			
PBC3					0.897			
PBC4					0.820			
PBC5					0.885			
PBC6					0.814			
PEDT1						0.908		
PEDT2						0.926		
PEDT3						0.929		
PEU1							0.867	
PEU2							0.897	
PEU3							0.879	

PEU4							0.853	
PU1								0.701
PU2								0.802
PU3								0.870
PU4								0.837

6.5 Hệ số Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE								
DC	0.763							
DEI	0.591	0.618						
DEK	0.611	0.657	0.501					
PBC	0.737	0.765	0.632	0.705				
PEDT	0.629	0.824	0.563	0.672	0.762			
PEU	0.732	0.844	0.650	0.587	0.754	0.733		
PU	0.685	0.826	0.511	0.497	0.642	0.706	0.891	

6.6. Hệ số Fornell-Larcker criterion

Fornell-Larcker criterion

	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE	0.829							
DC	0.699	0.829						
DEI	0.542	0.586	0.876					
DEK	0.551	0.612	0.470	0.856				
PBC	0.665	0.715	0.592	0.648	0.846			
PEDT	0.563	0.763	0.525	0.611	0.698	0.921		
PEU	0.655	0.778	0.599	0.535	0.686	0.664	0.874	

PU	0.593	0.723	0.453	0.432	0.563	0.604	0.772	0.805
----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

6.7. Giá trị VIF

	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE			2.326					
DC	3.910		4.264		2.606			
DEI								
DEK	1.763		1.975		1.735			
PBC			2.910					
PEDT	2.670		2.848		2.602			
PEU	3.404		3.646					
PU	2.764		2.799					

6.8. Hệ số R^2 , f^2 , SRMR và Q^2

R-square

Overview

	R-square	R-square adjusted
ADE	0.542	0.540
DEI	0.445	0.442
PBC	0.610	0.609

f-square

Matrix

	ADE	DC	DEI	DEK	PBC	PEDT	PEU	PU
ADE			0.014					
DC	0.081		0.007		0.114			
DEI								

DEK	0.044		0.001		0.112			
PBC			0.026					
PEDT	0.001		0.002		0.072			
PEU	0.028		0.047					
PU	0.008		0.010					

Model fit

Fit summary

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.050	0.054
d_ ULS	2.276	2.640
d_ G	1.032	1.054
Chi-square	7956.108	8017.771
NFI	0.834	0.832

PLSpredict LV summary

PLS-SEM

	Q ² predict	RMSE	MAE
ADE	0.536	0.683	0.513
DEI	0.408	0.771	0.582
PBC	0.607	0.628	0.479

6.9. Mối quan hệ trong mô hình

Path coefficients

Path coefficients

Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
ADE -> DEI	0.133	0.133	0.040	3.351	0.001
DC -> ADE	0.381	0.379	0.043	8.898	0.000
DC -> DEI	0.131	0.134	0.050	2.625	0.009
DC -> PBC	0.340	0.340	0.036	9.395	0.000
DEK -> ADE	0.188	0.189	0.030	6.197	0.000
DEK -> DEI	0.040	0.039	0.030	1.360	0.174
DEK -> PBC	0.275	0.276	0.032	8.512	0.000
PBC -> DEI	0.205	0.206	0.044	4.707	0.000
PEDT -> ADE	-0.041	-0.043	0.035	1.166	0.244
PEDT -> DEI	0.051	0.051	0.040	1.268	0.205
PEDT -> PBC	0.270	0.269	0.035	7.762	0.000
PEU -> ADE	0.208	0.207	0.038	5.430	0.000
PEU -> DEI	0.308	0.309	0.048	6.400	0.000
PU -> ADE	0.100	0.103	0.035	2.899	0.004
PU -> DEI	-0.122	-0.125	0.038	3.227	0.001

Confidence intervals

	Original sample (O)	Sample mean (M)	2.5%	97.5%
ADE -> DEI	0.133	0.133	0.055	0.209
DC -> ADE	0.381	0.379	0.294	0.463

DC -> DEI	0.131	0.134	0.039	0.233
DC -> PBC	0.340	0.340	0.272	0.411
DEK -> ADE	0.188	0.189	0.132	0.250
DEK -> DEI	0.040	0.039	-0.019	0.098
DEK -> PBC	0.275	0.276	0.214	0.343
PBC -> DEI	0.205	0.206	0.119	0.290
PEDT -> ADE	-0.041	-0.043	-0.112	0.026
PEDT -> DEI	0.051	0.051	-0.027	0.131
PEDT -> PBC	0.270	0.269	0.200	0.336
PEU -> ADE	0.208	0.207	0.133	0.282
PEU -> DEI	0.308	0.309	0.215	0.404
PU -> ADE	0.100	0.103	0.036	0.174
PU -> DEI	-0.122	-0.125	-0.200	-0.050

Total indirect effects

Total indirect effects

Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
DC -> DEI	0.121	0.120	0.020	6.020	0.000
DEK -> DEI	0.082	0.082	0.016	5.200	0.000
PEDT -> DEI	0.050	0.050	0.016	3.143	0.002
PEU -> DEI	0.028	0.027	0.009	2.957	0.003
PU -> DEI	0.013	0.014	0.006	2.093	0.036

Specific indirect effectsSpecific indirect effectsMean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
DEK -> PBC -> DEI	0.057	0.057	0.014	4.037	0.000
DC -> ADE -> DEI	0.051	0.050	0.016	3.170	0.002
PEDT -> PBC -> DEI	0.055	0.055	0.014	3.867	0.000
DEK -> ADE -> DEI	0.025	0.025	0.009	2.815	0.005
PEDT -> ADE -> DEI	-0.005	-0.006	0.005	1.074	0.283
PEU -> ADE -> DEI	0.028	0.027	0.009	2.957	0.003
PU -> ADE -> DEI	0.013	0.014	0.006	2.093	0.036
DC -> PBC -> DEI	0.070	0.070	0.016	4.412	0.000

Total effectsTotal effectsMean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
ADE -> DEI	0.133	0.133	0.040	3.351	0.001
DC -> ADE	0.381	0.379	0.043	8.898	0.000
DC -> DEI	0.251	0.254	0.049	5.179	0.000
DC -> PBC	0.340	0.340	0.036	9.395	0.000
DEK -> ADE	0.188	0.189	0.030	6.197	0.000
DEK -> DEI	0.122	0.122	0.031	3.962	0.000

DEK -> PBC	0.275	0.276	0.032	8.512	0.000
PBC -> DEI	0.205	0.206	0.044	4.707	0.000
PEDT -> ADE	-0.041	-0.043	0.035	1.166	0.244
PEDT -> DEI	0.101	0.101	0.040	2.512	0.012
PEDT -> PBC	0.270	0.269	0.035	7.762	0.000
PEU -> ADE	0.208	0.207	0.038	5.430	0.000
PEU -> DEI	0.336	0.337	0.049	6.876	0.000
PU -> ADE	0.100	0.103	0.035	2.899	0.004
PU -> DEI	-0.109	-0.112	0.038	2.868	0.004

6.10 Phân tích MICOM và MGA

Phân tích MICOM

Step 2

	Original correlation	Correlation permutation mean	5.0%	Permutation p value
ADE	1.000	1.000	1.000	0.112
DC	1.000	1.000	1.000	0.083
DEI	1.000	1.000	1.000	0.081
DEK	1.000	1.000	1.000	0.415
PBC	1.000	1.000	1.000	0.034
PEDT	1.000	1.000	1.000	0.888
PEU	1.000	1.000	1.000	0.778
PU	0.996	0.996	0.994	0.553

Step 3a (mean)

	Original difference	Permutation mean difference	5.0%	95.0%	Permutation p value
ADE	0.193	0.001	-0.094	0.097	0.000
DC	0.094	0.001	-0.092	0.100	0.058
DEI	0.352	0.000	-0.091	0.093	0.000
DEK	-0.068	0.001	-0.086	0.092	0.097
PBC	0.146	0.002	-0.090	0.092	0.003
PEDT	-0.078	0.000	-0.086	0.097	0.068
PEU	0.252	0.001	-0.089	0.095	0.000
PU	0.165	0.002	-0.086	0.095	0.005

Step 3b (variance)

Original difference	Permutation mean difference	5.0%	95.0%	Permutation p value
---------------------	-----------------------------	------	-------	---------------------

ADE	-0.040	-0.003	-0.149	0.147	0.343
DC	-0.092	-0.001	-0.156	0.158	0.170
DEI	-0.077	0.000	-0.138	0.135	0.172
DEK	-0.151	0.003	-0.129	0.132	0.026
PBC	-0.083	0.001	-0.133	0.132	0.153
PEDT	0.056	0.001	-0.130	0.127	0.251
PEU	0.088	0.001	-0.141	0.136	0.161
PU	-0.118	0.004	-0.167	0.177	0.132

Phân tích MGA

Bootstrap MGA

	Difference (Group_1 - Group_2)	1-tailed (Group_1 vs Group_2) p value	2-tailed (Group_1 vs Group_2) p value
ADE -> DEI	-0.155	0.978	0.045
DC -> ADE	0.037	0.335	0.670
DC -> DEI	0.149	0.058	0.117
DC -> PBC	0.098	0.103	0.206
DEK -> ADE	-0.164	0.996	0.008
DEK -> DEI	-0.010	0.567	0.866
DEK -> PBC	-0.009	0.554	0.892
PBC -> DEI	-0.027	0.628	0.745
PEDT -> ADE	-0.097	0.912	0.177
PEDT -> DEI	-0.151	0.971	0.059
PEDT -> PBC	-0.082	0.879	0.242
PEU -> ADE	0.163	0.016	0.032
PEU -> DEI	0.321	0.000	0.001
PU -> ADE	0.021	0.384	0.767

PU -> DEI	0.074	0.162	0.324
-----------	-------	-------	-------

Bootstrapping results

	Original (Group 1)	Original (Group 2)	Mean (Group 1)	Mean (Group 2)	STDEV (Group 1)	STDEV (Group 2)	t value (Group 1)	t value (Group 2)	p value (Group 1)	p value (Group 2)
ADE -> DEI	0.025	0.180	0.027	0.180	0.053	0.054	0.477	3.350	0.633	0.001
DC -> ADE	0.403	0.366	0.404	0.360	0.062	0.061	6.525	5.983	0.000	0.000
DC -> DEI	0.236	0.087	0.236	0.095	0.061	0.073	3.888	1.200	0.000	0.230
DC -> PBC	0.383	0.285	0.383	0.284	0.061	0.046	6.232	6.174	0.000	0.000
DEK -> ADE	0.101	0.265	0.103	0.266	0.041	0.046	2.453	5.807	0.014	0.000
DEK -> DEI	0.049	0.059	0.049	0.056	0.033	0.048	1.481	1.228	0.139	0.220
DEK -> PBC	0.273	0.282	0.275	0.284	0.051	0.043	5.326	6.609	0.000	0.000
PBC -> DEI	0.177	0.204	0.176	0.204	0.053	0.061	3.321	3.350	0.001	0.001
PEDT -> ADE	-0.087	0.011	-0.089	0.010	0.052	0.050	1.674	0.209	0.094	0.834
PEDT -> DEI	-0.005	0.146	-0.006	0.143	0.047	0.064	0.111	2.284	0.912	0.022
PEDT -> PBC	0.236	0.319	0.235	0.317	0.049	0.050	4.788	6.345	0.000	0.000
PEU -> ADE	0.276	0.113	0.274	0.114	0.054	0.052	5.134	2.162	0.000	0.031
PEU -> DEI	0.440	0.120	0.440	0.126	0.060	0.073	7.338	1.646	0.000	0.100
PU -> ADE	0.117	0.097	0.118	0.102	0.048	0.051	2.418	1.892	0.016	0.058
PU -> DEI	-0.064	-0.138	-0.062	-0.146	0.047	0.058	1.351	2.360	0.177	0.018

7. Phỏng vấn chuyên gia sau kết quả phân tích các giả thuyết không có ý nghĩa thống kê

7.1. Dàn bài Phỏng vấn chuyên gia

Kính thưa Quý Ông/Bà,

1. Trong nghiên cứu này, kết quả kiểm định vai trò điều tiết của nền tảng gia đình trong các mối quan hệ giữa Nhận thức kiểm soát hành vi, Năng lực CNS, Kiến thức về khởi nghiệp CNS, và Trải nghiệm CNS đối với ý định khởi nghiệp CNS không có ý nghĩa thống kê.

2. Một số mối quan hệ được kiểm chứng không có ý nghĩa thống kê, bao gồm: Trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS, Kiến thức Khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS, vai trò trung gian của Thái độ trong mối quan hệ giữa Trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS.

Theo ông/bà, lý do nào dẫn đến những kết quả trên?

3. Mẫu khảo sát là học viên cao học có phải đã khiến cho ảnh hưởng của các mối quan hệ này trở nên mờ nhạt?

4. Xin Ông/Bà chia sẻ thêm về việc ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài, như môi trường xã hội và kinh tế, đến mối quan hệ giữa các biến nghiên cứu. Liệu có thể những yếu tố này đã chi phối sự nhận thức của học viên về ý định khởi nghiệp CNS, ngay cả khi vai trò điều tiết của gia đình không rõ ràng?

Chữ ký:

Ngày tháng năm 2025

Xin chân thành cảm ơn Quý chuyên gia!

7.2. Kết quả phỏng vấn chuyên gia sau phân tích dữ liệu

Chủ đề	Kết quả phỏng vấn chuyên gia	Trả lời của chuyên gia
Lý do dẫn đến kết quả không có ý nghĩa thống kê	Sự đồng nhất về nền tảng gia đình trong nhóm khảo sát: Các học viên cao học thường có điều kiện tiếp xúc, giáo dục và hỗ trợ gia đình tương đối tương đồng, làm giảm phương sai và khó thể hiện tác động điều tiết	<i>Nhóm học viên đều đã trưởng thành và có môi trường gia đình khá ổn định, nên sự khác biệt không đủ lớn để tạo ra kết quả kiểm định có ý nghĩa thống kê</i>
	Vai trò nền tảng gia đình thể hiện gián tiếp, không phải trực tiếp: Gia đình ảnh hưởng thông qua hình thành giá trị cá nhân, tư duy độc lập hoặc tinh thần kiên trì hơn là tác động trực tiếp vào quan hệ giữa các biến CNS	<i>Gia đình hỗ trợ về định hướng và tinh thần, chứ không trực tiếp làm thay đổi việc người học cảm nhận về công nghệ</i>
	Bối cảnh xã hội số làm giảm vai trò của truyền thống gia đình: Công nghệ và tri thức số hiện nay được tiếp cận chủ yếu qua trường học, Internet và môi trường nghề nghiệp – không phải từ gia đình	<i>Ảnh hưởng của gia đình đối với công nghệ giảm dần, vì công nghệ là thứ người trẻ học từ trường lớp và xã hội</i>
	Mối quan hệ điều tiết có thể tồn tại nhưng khó đo lường bằng khảo sát: Các ảnh hưởng mang tính tinh tế, khó đo bằng thang Likert, đặc biệt với các khái niệm liên quan tới gia đình và văn hoá	<i>Gia đình tác động mạnh về mặt tâm lý, nhưng để đo lường bằng câu hỏi định lượng thì rất khó</i>
	Các yếu tố khác “che mờ” vai trò điều tiết: Năng lực cá nhân, trải nghiệm công nghệ và môi trường đào tạo có ảnh hưởng mạnh hơn, lấn át tác động của nền tảng gia đình	<i>Đối với khởi nghiệp công nghệ số, năng lực và trải nghiệm chiếm ưu thế, nên vai trò gia đình dễ bị lu mờ</i>

Trải nghiệm CNS và ý định khởi nghiệp CNS không có ý nghĩa thống kê	Trải nghiệm CNS chủ yếu ảnh hưởng gián tiếp thông qua năng lực CNS, sự tự tin về công nghệ, hoặc thái độ đối với CNS. Cho nên mối quan hệ trực tiếp từ trải nghiệm đến ý định thường không mạnh.	<i>Người có nhiều trải nghiệm công nghệ không nhất thiết muốn khởi nghiệp. Họ có thể dùng công nghệ để phục vụ công việc, nghiên cứu, hay giải trí. Ý định khởi nghiệp phụ thuộc nhiều vào động lực cá nhân hơn là trải nghiệm.</i> <i>Trải nghiệm công nghệ chỉ là nền tảng; nó không đủ để thúc đẩy ai đó khởi nghiệp trừ khi họ có nhu cầu giải quyết vấn đề hoặc mong muốn tạo sản phẩm</i>
	Đối tượng khảo sát là học viên cao học, nhóm vốn quen với môi trường công nghệ nên sự khác biệt về trải nghiệm CNS giữa họ rất nhỏ, khiến mối quan hệ trở nên khó phát hiện trong mô hình thống kê	<i>Học viên cao học gần như ai cũng dùng công nghệ thành thạo, nên trải nghiệm CNS không khác biệt đủ lớn để tạo ra tác động mạnh đến ý định</i>
Kiến thức khởi nghiệp CNS và ý định khởi nghiệp CNS không có ý nghĩa thống kê	Kiến thức khởi nghiệp mang tính học thuật hoặc “biết về khởi nghiệp” chưa chắc thúc đẩy hành động hay ý định.	<i>Biết về quy trình khởi nghiệp và muốn khởi nghiệp là hai chuyện hoàn toàn khác nhau. Ý định phần lớn do động lực nội tại, nhu cầu tự chủ và cơ hội thị trường. Nhiều học viên có kiến thức khởi nghiệp thông qua trường lớp hoặc môn học liên quan khởi nghiệp, nhưng chưa từng trải nghiệm thực tế hoặc chưa có vấn đề thực tiễn để giải quyết. Vì vậy ý định không cao</i>
	Kiến thức đơn thuần thường tăng nhận thức về rủi ro, từ đó thậm chí làm giảm ý định khởi nghiệp CNS	<i>Khi hiểu rõ khó khăn, rủi ro, chi phí khởi nghiệp, nhiều người cân nhắc kỹ và... không muốn khởi nghiệp nữa. Kiến thức không phải lúc nào cũng khuyến khích ý định</i>

Ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài	Tác động mạnh của các yếu tố khác “lấn át” trải nghiệm và kiến thức: các yếu tố như: Năng lực CNS, Thái độ đối với khởi nghiệp CNS, Nhận thức kiểm soát hành vi, Cơ hội thị trường ...mới là các biến thúc đẩy ý định khởi nghiệp. Vì vậy trải nghiệm và kiến thức vốn chỉ đóng vai trò nền tảng dễ bị “che mờ”	<i>Trong khởi nghiệp công nghệ số, năng lực thực hiện mới là điểm mấu chốt. Người có năng lực mạnh mới có ý định cao. Thị trường, cơ hội và nguồn lực ảnh hưởng mạnh hơn nhiều so với kiến thức lý thuyết.</i>
	Việc đo lường kiến thức và trải nghiệm có thể chưa nắm bắt đúng bản chất, không có ý nghĩa thống kê có thể đến từ cách đo lường: Các thang đo về trải nghiệm công nghệ thường thiên về tần suất, chưa đo chiều sâu. Kiến thức khởi nghiệp đo bằng tự đánh giá (self-report) nên thiếu chính xác.	<i>Kinh nghiệm CNS cần đo qua năng lực thực hành, không chỉ hỏi mức độ trải nghiệm. Nếu đo chưa đúng bản chất thì kết quả sẽ yếu</i>
	Mối quan hệ không có ý nghĩa thống kê không đồng nghĩa với việc chúng không tồn tại, mà có thể bị ảnh hưởng bởi: bản chất gián tiếp của các tác động, sự đồng nhất về trải nghiệm công nghệ trong mẫu, tính học thuật của kiến thức không phản ánh động cơ thực tiễn, sự chi phối của các biến khác mạnh hơn, hạn chế trong đo lường.	

Việc khảo sát học viên cao học khiến một số quan hệ không có ý nghĩa thống kê	Nhóm học viên cao học thường có nền tảng kinh nghiệm và nhận thức cao hơn trung bình: Hầu hết học viên cao học đã có kinh nghiệm làm việc, thậm chí từng tiếp xúc công nghệ số trong công việc, nên biến động về trải nghiệm CNS không lớn. Điều này làm giảm phương sai, dẫn đến quan hệ thống kê yếu. Họ cũng thường đã có nhận thức rõ ràng về định hướng nghề nghiệp (đi làm, thăng tiến, ổn định...). Ý định khởi nghiệp không dễ bị tác động bởi trải nghiệm công nghệ mới.	<i>Học viên cao học có mức độ chín chắn và định hướng nghề nghiệp ổn định hơn, nên trải nghiệm CNS chỉ đóng vai trò bổ trợ chứ không đủ mạnh để thay đổi ý định của họ</i>
	Kiến thức khởi nghiệp không đủ để chuyển hóa thành ý định: Dù có kiến thức, học viên cao học vẫn thận trọng hơn sinh viên đại học. Họ quan tâm nhiều hơn đến rủi ro, nguồn lực tài chính, trách nhiệm gia đình. Vì vậy, kiến thức khởi nghiệp không đủ để kích hoạt ý định, nếu thiếu các yếu tố mạnh hơn như: cơ hội kinh doanh cụ thể, sự hỗ trợ tài chính, mạng lưới chuyên môn.	<i>Kiến thức giúp họ hiểu đúng về khởi nghiệp, nhưng không đảm bảo họ sẵn sàng làm. Nhất là với những người đã có công việc ổn định.</i>
	Ý định khởi nghiệp CNS bị ảnh hưởng mạnh bởi yếu tố ngoại vi hơn nội tại: học viên cao học thường xem xét yếu tố như: mức độ ổn định thu nhập, trách nhiệm gia đình, áp lực tài chính sau học phí cao học, tính khả thi của mô hình kinh doanh. Các yếu tố này lấn át ảnh hưởng của trải nghiệm CNS và kiến thức khởi nghiệp.	<i>Ở độ tuổi trung bình 25–35, ý định khởi nghiệp chịu tác động nhiều bởi rủi ro tài chính hơn là bởi trải nghiệm CNS</i>

	Tính đồng nhất của mẫu khiến mô hình khó tìm ra ý nghĩa thống kê: học viên cao học thường có trình độ học vấn cao, am hiểu công nghệ, và có mức độ đồng đều về năng lực nhận thức. Điều này gây hiện tượng biến độc lập không còn phân hóa đủ để tạo ra quan hệ mạnh hơn	<i>Mẫu ít phân hóa khiến một số mối quan hệ bị mờ nhạt, không rõ nét như trong mẫu sinh viên hoặc người lao động phổ thông</i>
	Đặc thù học viên cao học trong môi trường học thuật cũng ảnh hưởng: Chương trình cao học mang tính nghiên cứu, phân tích lý luận, tăng tính thận trọng, suy xét kỹ trước hành động. Điều này làm “độ nhạy” của họ với các yếu tố tâm lý và hành vi giảm	<i>Sinh viên đại học có thể bị trải nghiệm CNS kích thích ngay lập tức; học viên cao học thì không. Họ phân tích nhiều hơn hành động</i>
Thái độ không đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa Trải nghiệm CNS và Ý định khởi nghiệp CNS	Trải nghiệm CNS chủ yếu tác động đến năng lực và nhận thức kỹ thuật, không đủ mạnh để hình thành thái độ khởi nghiệp: Trải nghiệm CNS là trải nghiệm kỹ thuật, trong khi thái độ khởi nghiệp là thái độ kinh doanh.	Hai nhóm trải nghiệm này không trùng nhau, dẫn đến tác động truyền qua ADE bị suy yếu.
	Nhóm học viên cao học thiên về phân tích, thận trọng, ít bị ảnh hưởng cảm xúc: học viên cao học có kinh nghiệm làm việc và tiếp xúc CNS khá đồng đều, biến động trải nghiệm thấp. Họ đưa ra quyết định dựa trên phân tích rủi ro và tính khả thi hơn là cảm tính. Điều này khiến trải nghiệm CNS không tạo ra sự thay đổi đáng kể về cảm xúc hay thái độ đối với khởi nghiệp.	<i>Học viên cao học có trải nghiệm CNS là điều bình thường trong công việc. Nó không đủ tạo cảm xúc tích cực để hình thành thái độ khởi nghiệp.</i>

	Thái độ bị lấn át bởi các yếu tố mạnh hơn trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp: đối với học viên cao học thì rủi ro về mặt tài chính, cơ hội việc làm ổn định, trách nhiệm gia đình, ưu tiên thăng tiến nghề nghiệp, có ảnh hưởng mạnh hơn nhiều lên ý định khởi nghiệp so với thái độ hình thành từ trải nghiệm CNS. Thái độ không phải là yếu tố cốt lõi trong mối quan hệ này, nên không thể đóng vai trò trung gian.	<i>Thái độ tích cực chưa đủ để khởi nghiệp, nhất là với người đã đi làm. Họ cần điều kiện thực tế hơn là cảm xúc tích cực từ công nghệ</i>
--	---	---

QUYẾT ĐỊNH

Về việc thành lập Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp trường
ngành Quản trị kinh doanh.

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

Căn cứ Quyết định số 1138/QĐ-TTg ngày 04 tháng 8 năm 2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc sáp nhập Trường Cao đẳng Tài chính - Hải quan vào Trường Đại học Tài chính - Marketing;

Căn cứ Thông tư số 18/2021/TT-BGDĐT ngày 28 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 1847/QĐ-ĐHTCM-SĐH ngày 25 tháng 10 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính - Marketing ban hành Quy định tuyển sinh và đào tạo trình độ tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 178/QĐ-ĐHTCM-ĐTSĐH ngày 21 tháng 01 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính - Marketing về việc công nhận nghiên cứu sinh và người hướng dẫn nghiên cứu sinh năm 2021;

Theo đề nghị của Viện trưởng Viện Đào tạo sau đại học.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Thành lập Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp trường cho nghiên cứu sinh **Huỳnh Thị Mỹ Diệu**, ngành Quản trị kinh doanh với tên luận án: “Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số”, danh sách thành viên hội đồng kèm theo.

Điều 2. Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp trường có trách nhiệm thực hiện các công việc liên quan theo đúng Quy định đào tạo trình độ tiến sĩ hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và quy định của Trường Đại học Tài chính - Marketing.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực kể từ ngày ký. Viện trưởng Viện Đào tạo sau đại học, Trưởng đơn vị thuộc Trường, các ông (bà) thành viên hội đồng và nghiên cứu sinh có tên tại Điều 1 chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Lưu: VT, ĐTSĐH (2b).



Phạm Tiến Đạt

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

**DANH SÁCH HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ LUẬN ÁN TIẾN SĨ
CẤP TRƯỜNG**

(Ban hành kèm theo Quyết định số ~~4009~~ /QĐ-ĐHTCM ngày 03 / 12 /2025
của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing)

STT	Họ và tên	Đơn vị công tác	Chức danh HĐ
1	PGS.TS. Nguyễn Minh Ngọc	Trường ĐH Tài chính - Marketing	Chủ tịch
2	PGS.TS. Nguyễn Kim Quốc Trung	Trường ĐH Tài chính - Marketing	Phản biện 1
3	PGS.TS. Lê Thanh Tiệp	ĐH Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh	Phản biện 2
4	PGS.TS. Vũ Tuấn Hưng	Viện Khoa học xã hội Vùng Nam Bộ	Phản biện 3
5	TS. Vũ Quảng	Trường Cán bộ quản lý giáo dục Thành phố Hồ Chí Minh	Ủy viên
6	PGS.TS. Nguyễn Phan Thu Hằng	Trường ĐH Sài Gòn	Ủy viên
7	TS. Nguyễn Thị Thùy Giang	Trường ĐH Tài chính - Marketing	Ủy viên Thư ký

Tổng cộng danh sách: 07 người./.

uu✓

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Đề tài: Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số.

Ngành: Quản trị kinh doanh, Mã số: 9340101

Họ tên nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Người nhận xét: TS.Nguyễn Thị Thùy Giang

Chức danh trong hội đồng: Ủy viên - thư ký

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1) Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án.

Luận án đặt vấn đề từ xu thế vĩ mô (CMCN 4.0, chuyển đổi số), chứng minh tính thời sự bằng số liệu, báo cáo từ nguồn tin cậy, đồng thời liên hệ chính sách hỗ trợ khởi nghiệp (đề án 844; các nghị định/chính sách ưu đãi), qua đó tạo được “lý do thực tiễn” cho việc nghiên cứu ý định khởi nghiệp công nghệ số. Bên cạnh đó luận án tạo nền móng chắc từ các lý thuyết gốc Ajzen & Fishbein (1980), Bandura (1997), Shapero (1984) và Bird (1988) liên quan đến mô hình ý định hành vi.

Các nghiên cứu nổi bật liên quan gần đây cũng được đề cập để làm rõ tính cấp thiết của vấn đề nghiên cứu, luận án chỉ ra cụ thể là "thiếu các yếu tố cá nhân trong bối cảnh CNS", "thiếu sự kết hợp TAM và TPB", và "thiếu vai trò nền tảng gia đình".

Thực tế cho thấy, mặc dù khởi nghiệp công nghệ số đang được xem là động lực quan trọng của tăng trưởng và chuyển đổi số quốc gia, tuy nhiên nhóm người học, đặc biệt ở bậc sau đại học, vẫn gặp “điểm nghẽn” lớn trong việc chuyển hóa ý tưởng thành ý định khởi nghiệp thực sự. Trong khi hệ sinh thái khởi nghiệp biến động mạnh (nguồn vốn và cơ hội đầu tư suy giảm theo chu kỳ, yêu cầu năng lực quản trị và kết nối tăng), trong khi người học còn thiếu trải nghiệm kinh doanh, kỹ năng huy động nguồn lực, và mạng lưới hỗ trợ. Đồng thời, khởi nghiệp công nghệ số có đặc thù phụ thuộc cao

vào công nghệ và hạ tầng số, khiến niềm tin về tính hữu ích và tính dễ sử dụng của công nghệ trở thành điều kiện then chốt để cá nhân “dám” lựa chọn con đường khởi nghiệp, thay vì dịch chuyển sang hướng làm thuê an toàn hơn. Bên cạnh đó, bối cảnh Việt Nam còn nổi bật bởi ảnh hưởng của chuẩn mực gia đình và tâm lý e ngại rủi ro, có thể làm suy yếu hoặc khuếch đại tác động của các yếu tố công nghệ lên ý định. Vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố hình thành ý định khởi nghiệp CNS của người học không chỉ có giá trị học thuật, mà còn có ý nghĩa thực tiễn trực tiếp cho thiết kế chương trình đào tạo khởi nghiệp.

2) Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo.

Luận án phù hợp ngành Quản trị kinh doanh.

3) Sự trùng lặp của đề tài luận án so với công trình khoa học khác đã công bố.

Với tính mới như trên luận án không thấy sự trùng lặp so với công trình khoa học khác đã công bố

4) Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được.

Với mục tiêu giải thích ý định khởi nghiệp CNS ở cấp độ cá nhân (người học) và kiểm định các quan hệ giữa nhận thức công nghệ (TAM) và ý định, thiết kế định lượng cắt ngang bằng khảo sát là lựa chọn hợp lý, vận dụng phương pháp phân tích hiện đại (PLS-SEM, MGA). Cỡ mẫu 1.243 đủ lớn để đảm bảo độ tin cậy.

5) Những đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu của luận án.

Luận án mở rộng hướng nghiên cứu ý định khởi nghiệp bằng cách tích hợp góc nhìn chấp nhận công nghệ (TAM) vào bối cảnh khởi nghiệp công nghệ số (CNS), làm rõ vai trò của các niềm tin nhận thức trong hình thành ý định. Kết quả cung cấp cơ sở bằng chứng để thiết kế chương trình đào tạo/ươm tạo khởi nghiệp theo hướng tăng “tính hữu ích” và “tính dễ sử dụng” của công nghệ, gắn với nhu cầu thực hành của người học. Kết quả cung cấp cơ sở bằng chứng để thiết kế chương trình đào tạo/ươm tạo khởi nghiệp theo hướng tăng “tính hữu ích” và “tính dễ sử dụng” của công nghệ, gắn với nhu cầu thực hành của người học.

6) Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu.

Luận án sử dụng nguồn tài liệu thứ cấp và sơ cấp tin cậy. Tài liệu tham khảo được trích dẫn cân đối giữa quốc tế và trong nước, cho thấy sự cập nhật và phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Định dạng tham khảo được trình bày nhất quán, tất cả bảng biểu đều ghi rõ nguồn.

7) Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án mà nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung.

-Luận án nên làm rõ hơn nữa sự khác biệt tâm lý giữa học viên sau đại học và sinh viên đại học ngay trong phần lập luận lý do chọn đề tài.

-Kiểm tra lại lỗi chính tả hoặc lỗi đánh máy nhỏ trong các bảng biểu hoặc trích dẫn (ví dụ: hình 3 trang 14 viết "Mô hình TBP" thay vì "TPB").

- Liên quan đến đề cập sự nhầm lẫn thuật ngữ theo Nambisan (2017). Luận án nên tận dụng để phát triển điểm mạnh ở nội dung phát triển giả thuyết nhằm làm rõ ràng giữa "Khởi nghiệp kinh doanh thông thường" và "Khởi nghiệp CNS". Khẳng định Liệu Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) của công nghệ có thực sự quan trọng với một nhà sáng lập CNS (người vốn dĩ phải rành công nghệ) hay không, hay Tính hữu ích (PU) mới là yếu tố quyết định?

- Điểm rất thú vị trong luận án khi đề cập vai trò điều tiết của “Nền tảng gia đình” và kết quả cho thấy nó tác động vào "thái độ" và "niềm tin", phát hiện này mang lại đóng góp đáng kể nên cần được nhấn mạnh hơn nữa trong phần thảo luận.

Kết luận: - Luận án đạt yêu cầu của luận án tiến sĩ.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét



TS. Nguyễn Thị Thùy Giang

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Họ và tên người nhận xét: Nguyễn Phan Thu Hằng

Chức danh trong Hội đồng: Ủy viên Học vị: PGS. TS.

Cơ quan công tác: Trường ĐH Sài Gòn

Điện thoại: 0903840193

Email: npthang@sgu.edu.vn

Tên đề tài được nhận xét: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số**

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1. Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án

Đề tài sử dụng phương pháp trắc lượng thu mục với nguồn dữ liệu từ Scopus và phương pháp tổng quan có hệ thống đã cho thấy bức tranh tổng quát về ý định khởi nghiệp nhất là trong lĩnh vực công nghệ số. Tuy nhiên cần tổng quan nghiên cứu trước theo các mối quan hệ, từ đó làm cơ sở lập luận giả thuyết nghiên cứu.

2. Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

Luận án đã nêu lên bối cảnh thực tiễn và bối cảnh lý thuyết của việc thực hiện đề tài. Các doanh nghiệp khởi nghiệp thường tập trung vào giải quyết các vấn đề thực tiễn và cung cấp các sản phẩm, dịch vụ mới, do đó sẽ thúc đẩy đổi mới trong nền kinh tế, cải tiến chất lượng sản phẩm và dịch vụ, cải thiện chất lượng cuộc sống và giúp tăng trưởng kinh tế tổng thể của quốc gia. Đặc biệt trong bối cảnh Chính phủ Việt Nam xác định chuyển đổi số là một trong những chiến lược trọng tâm để nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và phát triển kinh tế số. Nghiên cứu về Khởi nghiệp công nghệ số là cần thiết để hiểu được động lực, rào cản và định hướng chính sách, từ đó tăng cường hỗ trợ và thúc đẩy thể hệ khởi nghiệp trẻ hiện nay.

Đề tài luận án phù hợp chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Mục tiêu nghiên cứu phù hợp với đề tài nghiên cứu.

3. Sự trùng lặp của đề tài so với các công trình khoa học đã công bố

Theo tìm hiểu của người nhận xét, chưa thấy sự trùng lặp so với các đề tài nghiên cứu trước. Bản check trùng lặp đáp ứng yêu cầu.

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được

Phương pháp nghiên cứu kết hợp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng là phù hợp để đạt được các mục tiêu nghiên cứu. Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng phương pháp phỏng vấn chuyên gia (6 chuyên gia) và thảo luận nhóm (20 học viên) với mục đích là kiểm chứng mô hình đề xuất, điều chỉnh thang đo, phát triển bộ câu hỏi phục vụ khảo sát định lượng sơ bộ. Nghiên cứu định lượng được thực hiện qua 2 bước: nghiên cứu sơ bộ với số mẫu 315 quan sát và nghiên cứu chính thức với 1243 quan sát.

Các phương pháp nghiên cứu thực hiện đầy đủ các kiểm định nên kết quả nghiên cứu đạt độ tin cậy.

5. Những đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu của luận án

Về lý luận: Nghiên cứu góp phần bổ sung vào lý thuyết liên quan đến ý định khởi nghiệp của người học sau đại học trong bối cảnh sự tác động của công nghệ số. Đề xuất mô hình mở rộng của TPB và TAM với bối cảnh nghiên cứu khởi nghiệp công nghệ số, nghiên cứu kiểm định vai trò trung gian của thái độ cá nhân, nhận thức kiểm soát hành vi và vai trò điều tiết của Nền tảng gia đình.

Về thực tiễn: kết quả nghiên cứu cung cấp thêm cơ sở khoa học cho các nhà hoạch định chính sách, nhà trường trong việc xây dựng chương trình đào tạo khởi nghiệp và bản thân người học về các yếu tố thúc đẩy ý định khởi nghiệp trong bối cảnh công nghệ số.

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án, chất lượng của các bài báo và uy tín của tạp chí đăng bài

Nghiên cứu sinh có 2 bài báo đăng trên tạp chí khoa học có uy tín ngành kinh tế và 1 bài đăng trong kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế, cả 3 bài có liên quan đến nội dung và kết quả chủ yếu của luận án.

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

Trích dẫn đầy đủ và đúng quy định.

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

Tóm tắt luận án thể hiện được các nội dung chủ yếu của luận án.

9. Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án mà nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung

- Cần đặt lại các câu hỏi nghiên cứu
- Bổ sung đối tượng khảo sát.
- Phân trắc lượng thư mục cần tìm theo các mối quan hệ, phần tổng quan nghiên cứu trước cũng nên tổng quan theo các mối quan hệ.
- Bảng 2.2 cần làm dưới dạng ma trận.
- Khái niệm Năng lực công nghệ được sử dụng đo lường Mức độ sẵn sàng sử dụng một loại phần mềm hoặc công nghệ mới nhằm hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh, tuy nhiên thang đo dùng là “mức độ phụ thuộc” có thể gây hiểu sai cho đáp viên về việc sử dụng là tích cực hay tiêu cực.

- Các thang đo cũng cần thống nhất trong sử dụng thuật ngữ “ công nghệ số” hay “công nghệ kỹ thuật số”.
- Cần giải thích thêm về tác động của PU->DEI (giả thuyết H6) đang giả thuyết là tác động tích cực nhưng kết quả chạy số liệu lại là dấu âm.

Luận án đáp ứng yêu cầu của luận án tiến sĩ và có thể đưa ra bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp trường.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 01 năm 2026..

Người nhận xét



PGS. TS. Nguyễn Phan Thu Hằng

BẢN NHẬN XÉT

PHẢN BIỆN LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Về đề tài: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số**

Ngành: **Quản trị kinh doanh** Mã số: 9340101

NCS: **Huỳnh Thị Mỹ Diệu**

Người nhận xét: **PGS.TS Vũ Tuấn Hưng**

Cơ quan công tác: **Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ**

Vị trí trong hội đồng: **Ủy viên Phản biện 3**

Nội dung của bản nhận xét phản biện tập trung đánh giá các vấn đề sau:

1. Lý do chọn đề tài, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

Đề tài luận án "*Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số*" là một nghiên cứu có tính cấp thiết cao trong bối cảnh hiện nay, đặc biệt đối với xu hướng chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp lần thứ Tư như hiện nay.

Việc thúc đẩy khởi nghiệp công nghệ số trở thành yêu cầu cấp bách trong bối cảnh kinh tế số phát triển mạnh tại Việt Nam. Tuy nhiên, nhiều người trẻ dù có ý tưởng nhưng chưa đủ hiểu biết về khởi nghiệp và thiếu năng lực công nghệ cần thiết. Hành vi chấp nhận công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành ý định bắt đầu các dự án số nhưng hiện chưa được nghiên cứu sâu. Bên cạnh đó, khoảng cách giữa kiến thức lý thuyết và trải nghiệm thực tế về công nghệ số khiến nhiều startup gặp khó khăn. Các nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào khởi nghiệp nói chung, thiếu các phân tích chuyên sâu cho môi trường số. Trong khi đó, chiến lược chuyển đổi số quốc gia tạo áp lực phải có nguồn nhân lực đổi mới sáng tạo và sẵn sàng khởi nghiệp. Do vậy, việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp công nghệ số là cần thiết để đề xuất giải pháp hiệu quả. Đề tài góp phần bổ sung cơ sở khoa học cho giáo dục, chính sách hỗ trợ và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp số.

Với những lý do trên, đề tài "*Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số*" là một nghiên cứu hết sức cấp thiết trong bối cảnh hiện nay. Nghiên cứu sinh lựa chọn và nghiên cứu nội dung trên là rất cần thiết và ý nghĩa.

2. Sự không trùng lặp của đề tài nghiên cứu so với các công trình khoa học, luận án đã công bố

Nghiên cứu về "*Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số*" theo góc độ cá nhân người nhận xét phản biện, theo các tài liệu mà tôi được tiếp cận, tôi nhận thấy đề tài không bị trùng lặp với các đề tài, công trình nghiên cứu khác mà tôi được biết.

2. Chất lượng phần tổng quan nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài

Phần tổng quan nghiên cứu của đề tài luận án hiện nay được đề cập bổ sung nhưng chưa thực sự tương xứng với số lượng trong danh mục tài liệu tham khảo mà đề tài liệt kê. (Luận án liệt kê tới khoảng 30 trang A4 tài liệu tham khảo). Cần phân tích đánh giá để xem các công trình nghiên cứu có liên quan đến chủ đề luận án để xem xét những điểm đã được, chưa được, khoảng trống nghiên cứu về mặt khoa học để từ đó phát lộ ra những vấn đề để Luận án tập trung nghiên cứu. Yêu cầu đối với một luận án tiến sĩ thì tổng quan tài liệu có ý nghĩa lớn và trên cơ sở tổng quan các công trình nghiên cứu có liên quan đề tài luận án mới có thể xác định được khoảng trống nghiên cứu cụ thể và xác thực. Theo tôi, Luận án có bản thực hiện khá tốt ở các phần khác, nên do đó cần bổ sung nghiêm túc phần này trong cơ cấu của Luận án để nâng cao chất lượng và độ tin cậy, tính logic, khoa học của Luận án.

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được

Phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của kết quả đã đạt được cho thấy cơ bản việc sử dụng các phương pháp này phù hợp với tên đề tài, các kết quả nghiên cứu sau khi được phân tích, đánh giá kèm theo các minh chứng, chứng cứ, số liệu cụ thể làm cho độ tin cậy của kết quả nghiên cứu được thể hiện. Tôi đánh giá cao tính logic, độ tin cậy và cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu của Luận án "*Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số*"

5. Đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu.

Luận án với tiêu đề "*Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số*" cho thấy giá trị về mặt lý thuyết và ý nghĩa thực tiễn cấp thiết của vấn đề nghiên cứu. Với kết quả nghiên cứu sẽ góp thêm vào việc nhìn nhận và xem xét giá trị của việc hệ thống hóa và giới thiệu các lý thuyết về tác động trong thực tiễn lĩnh vực nghiên cứu.

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và luận án, chất lượng bài tạp chí

Các công trình khoa học đã công bố liên quan đến luận án cơ bản đáp ứng các yêu cầu của bài tạp chí uy tín, đồng thời các vấn đề nghiên cứu, công bố phù hợp với tên tiêu đề của Luận án.

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

Trong phần nội dung luận án, tác giả đã phân tích và trích nguồn tài liệu khá rõ ràng, minh bạch và khoa học. Điều này thể hiện tính trung thực, khách quan khoa học của nghiên cứu, đồng thời qua đây cũng thể hiện độ tin cậy của luận án.

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án cơ bản đáp ứng yêu cầu theo quy định hiện hành về đào tạo nghiên cứu sinh. Tóm tắt đã nêu được đầy đủ một cách khái quát các nội dung chính của Luận án.

9. Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án, yêu cầu chỉnh sửa, bổ sung.

Về cơ bản tôi đánh giá cao kết quả nghiên cứu của Luận án. Luận án đáp ứng các yêu cầu đề ra, nhưng để nâng cao chất lượng luận án tốt hơn tôi đề nghị nghiên cứu sinh cần tiếp thu hoàn thiện một số nội dung sau:

9.1. Về hình thức:

- Về diễn đạt hiện còn một số chỗ chưa theo văn phong chính luận, còn một số lỗi đánh máy, chính tả trong lời mở đầu và nội dung. Cần rà soát và hoàn thiện lại toàn bộ phần viết tắt trong các tên chương, mục trong luận án (không viết tắt đối với tên chương, mục).

- Các phần cuối của các chương ghi là “Tóm tắt chương” nhưng thực chất phải là “*tiểu kết chương*” chứ không phải là tóm tắt nếu không phải là khung mẫu chung của Trường, NCS nên điều chỉnh cho phù hợp với thực tế, tạo logic của Luận án.

- Danh mục tài liệu tham khảo phần tài liệu tiếng Việt cần bổ sung thêm các tài liệu khoa học, đặc biệt là các luận án tiến sĩ đã bảo vệ trước có liên quan gần với đề tài Luận án.

- Phần chương 5 bị nhảy ngắt quãng giữa các phần, đặc biệt lẫn lộn với các mục về tài liệu tham khảo, phụ lục... Đây là lỗi kỹ thuật cho công tác photo in ấn nhưng cần rà soát trước khi nộp quyền cho Đơn vị đào tạo đảm bảo cho việc hoàn thiện của Luận án.

9.2. Về nội dung:

Thứ nhất, chương 1:

Xem xét tổng quan, tên đề tài là "*Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số*" đây là một chủ đề có tính thời sự và có giá trị trong bối cảnh hiện nay việc thúc đẩy khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số đang là một trong những trụ cột quan trọng trong thúc đẩy sự phát triển của Việt Nam cũng như các nước trên thế giới. Trong phần lời mở đầu Luận án còn một số điểm cần hoàn thiện thêm như sau:

- Trong bối cảnh thực tiễn (trang 1) Luận án cần bổ sung thêm một số thông tin và dữ liệu bám sát tên đề tài, nên phân chia bối cảnh quốc tế, bối cảnh trong nước và các vấn đề gắn sát với tên đề tài để làm nổi bật khoảng trống và tính cấp thiết từ bối cảnh thực tiễn.

- Phần mục tiêu chung: cần viết ngắn gọn tập trung vào tên đề tài chứ không nên viết giải thích nhiều sẽ mất trọng tâm cần xem xét của Luận án. Phần mục tiêu cụ thể nên bổ sung thêm mục tiêu đầu tiên về: Nghiên cứu cơ sở lý luận và khung phân tích nghiên cứu để làm nền tảng cho việc triển khai nghiên cứu của Luận án.

Phạm vi nghiên cứu về nội dung cần bổ sung và làm rõ hơn các giới hạn mà Luận án không triển khai được để cho vào phần giới hạn phạm vi nghiên cứu tạo cơ sở và logic của nghiên cứu. Về phạm vi không gian hiện nay còn viết có chưa rõ Đại học kinh tế nào? Để cụ thể hóa rõ hơn và nên chia đối tượng khảo sát ra thành mục riêng không để trong phần phạm vi nghiên cứu.

Thứ hai, chương 2:

- Trong mục các khái niệm: (2.1.1.2) trang 25, trong phần khái niệm Khởi nghiệp: Luận án đưa ra kết luận tóm lại về khởi nghiệp: *“Có thể hiệu khởi nghiệp là quá trình nhận diện và khai thác cơ hội kinh doanh thông qua việc sáng tạo sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình mới, đồng thời huy động và quản lý các nguồn lực để hình thành và phát triển doanh nghiệp. Khởi nghiệp luôn gắn liền với đổi mới sáng tạo, tinh thần chấp nhận rủi ro và tạo ra giá trị cho sự phát triển kinh tế - xã hội”*. Trong ý này theo người phản biện cần nhìn nhận khái niệm khởi nghiệp đầy đủ hơn. Khởi nghiệp không phải chỉ là trong hoạt động kinh doanh, mà bao gồm cả trong sản xuất, kinh doanh. Bản thân khởi nghiệp luôn đi kèm và theo nó là sự sáng tạo trí tuệ và có tính mới trong sản phẩm, dịch vụ, mô thức kinh doanh. Đây là căn cốt để phân biệt giữa khởi nghiệp và lập nghiệp. Luận án cần có bảng phân biệt giữa hai khái niệm này từ đó để làm nổi bật nội hàm của khái niệm khởi nghiệp. Hiện nay chưa có bảng này.

- Phần tổng quan nghiên cứu và khoảng trống nghiên cứu như phân tích và đánh giá ở trên, NCS cần làm lại bổ sung bám vào khung phân tích nghiên cứu để làm rõ hơn khoảng trống nghiên cứu và cần đưa đầy đủ phân tích sâu hơn các tài liệu, công trình khoa học mà Luận án đã đề cập trong phần danh mục tài liệu tham khảo. Cần bổ sung thêm một số công trình khoa học là tài liệu tham khảo của Việt Nam để đảm bảo tính sát thực và bám sát địa bàn nghiên cứu là ở Việt Nam. Cần bổ sung thêm phần nghiên cứu khái quát về địa bàn khảo sát, nghiên cứu để từ đó sẽ có thể nhìn nhận tổng thể hơn về địa bàn nghiên cứu của Luận án.

Chương 5: Phần kết luận và hàm ý quản trị cần tiếp tục phân tích và đánh giá sâu kết nối chặt chẽ hơn với kết quả nghiên cứu được đánh giá trong phần thực trạng và kết quả nghiên cứu. Dung lượng cần phân tích và gia cố thêm cho đảm bảo cân đối với nội dung

và những giá trị rút ra trong nghiên cứu. Hàm ý quản trị cần xem xét các ý kết nối với phần thực trạng, với từng vấn đề, từng đối tượng sẽ là khác nhau, không nên chung chung. Cần xác định hàm ý quản trị cho các chủ thể liên quan đến đề tài và các đối tượng đã khảo sát để từ đó mới kết nối được các ý nghĩa và thiết thực của đề tài. Từng hàm ý quản trị cần có gắn với từng ý đánh giá, kết quả của Luận án ở phía trên và sẽ đúc rút ra các kiến nghị tư vấn chính sách cho từng chủ thể như: Bộ Tài chính (Trung tâm Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo quốc gia); Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Giáo dục và Đào tạo,.... Để tăng hàm lượng và tính ý nghĩa thực tiễn của đề tài Luận án.

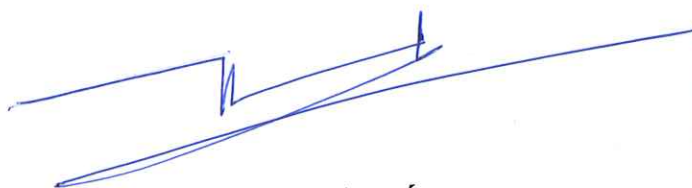
II Kết luận:

Mặc dù còn một số hạn chế như nêu trên, cơ bản với kết quả trên tôi nhận thấy Luận án đáp ứng rất tốt yêu cầu của một luận án tiến sĩ. NCS đã nỗ lực và hoàn thành luận án. Bên cạnh đó, để hoàn thiện hơn, NCS cần nhắc tham khảo và cần chỉnh sửa, hoàn thiện thêm theo góp ý của phản biện để chất lượng Luận án được tốt hơn.

Kết luận: Đồng ý thông qua và đề nghị hoàn thiện thủ tục để cấp bằng tiến sĩ cho Nghiên cứu sinh.

TPHCM, ngày 08 tháng 01 năm 2026

NGƯỜI NHẬN XÉT



PGS.TS. Vũ Tuấn Hưng

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Họ và tên người nhận xét: ...*Nguyễn Minh Ngọc*...

Chức danh trong Hội đồng: ...*Chủ tịch*... Học vị: ...*Tiến sĩ*...

Cơ quan công tác: ...*Đại học Tài chính - Marketing*...

Điện thoại: ...*0912359472*... Email: ...*nmngoc@u.fma.edu.vn*...

Tên đề tài được nhận xét: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số**

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1. Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án

...*Tổng quan nghiên cứu đã đề cập và so sánh tương đối đầy đủ những nghiên cứu trước và các cơ sở lý thuyết liên quan đến cái vấn đề nghiên cứu chính. Vì vậy có thể kết luận rằng chất lượng phần tổng quan đáp ứng yêu cầu khoa học.*

2. Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

...*Đề tài cần thiết cả ở phương diện lý thuyết và thực tiễn.*

3. Sự trùng lặp của đề tài so với các công trình khoa học đã công bố

Khiến có sự trùng lặp với những nghiên cứu khác

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được

Các phương pháp được sử dụng tại bài phù hợp với vấn đề và mức tiến nghiên cứu. Quy mô và cách thức thực hiện nghiên cứu đảm bảo tin cậy. Kết quả nghiên cứu là tin cậy.

5. Những đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu của luận án

..... Luận án đã đóng góp một số vấn đề mới về lý luận và thực tiễn. Về lý thuyết, điểm mới là sự kết hợp hai mô hình: Chặt nhám công nghệ và hành vi cá thể hoạch toán khởi nghiệp công nghệ số.
..... Về thực tiễn, đóng góp mới trên là phát hiện và kết luận về những yếu tố cho người khởi nghiệp công nghệ số.

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án, chất lượng của các bài báo và uy tín của tạp chí đăng bài

..... NCS có 03 công trình khoa học đã công bố trên tạp chí chuyên ngành. Cả 03 bài báo đều liên quan chặt chẽ đến kết quả luận án.

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

..... Đảm bảo yếm cần

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

Nội dung luận án có tính toàn diện, bao trùm vấn đề nghiên cứu, các vấn đề thành phần đảm bảo có sở lý luận và thực tiễn.
Hình thức trình bày phù hợp.

9. Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án mà nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung

Các kết luận, điểm mới của luận án là có giá trị cho thực tiễn. Tuy nhiên cần phân tích sâu hơn, gần đạt thực tiễn hơn hoạt động khởi nghiệp ở các cấp độ thái khác nhau cho các đối tượng khác nhau. Đây phải là vấn đề chính tuy chưa đủ.

Kết luận: Luận án đáp ứng yêu cầu của luận án tiến sĩ, có thể bảo vệ cấp trường.
Mức độ đáp ứng yêu cầu của luận án tiến sĩ. Khẳng định luận án có thể đưa ra bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp trường hay không?

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 12 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét



Nguyễn Minh Ngọc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Họ và tên người nhận xét: Ts. Vũ Quảng

Chức danh trong Hội đồng: Ủy viên Học vị: Tiến sĩ, GVCC

Cơ quan công tác: Trường Cán bộ Quản lý giáo dục Tp Hồ Chí Minh

Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Điện thoại: 0987 99 1368

Email: vquanghpu2@gmail.com

Tên đề tài được nhận xét: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số**

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1. Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án

Đề tài luận án được lựa chọn có tính thời sự và thực tiễn cao, xuất phát từ bối cảnh chuyển đổi số, phát triển kinh tế số và hệ sinh thái khởi nghiệp công nghệ số đang diễn ra mạnh mẽ tại Việt Nam cũng như trên thế giới. Việc tập trung nghiên cứu ý định khởi nghiệp công nghệ số trong nhóm người học sau đại học là một hướng tiếp cận mới, có ý nghĩa chính sách và giáo dục, đáp ứng yêu cầu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho nền kinh tế số.

Luận án có cấu trúc tổng quan tương đối đầy đủ: có phần trắc lượng thư mục, tổng quan có hệ thống, và tổng quan trong nước trước khi đi đến khoảng trống nghiên cứu (Chương 2, mục 2.3–2.4). Khung lý thuyết lựa chọn TPB và TAM phù hợp với hướng tiếp cận ý định/hành vi và được đặt như “lý thuyết nền tảng” trong chương cơ sở lý thuyết. Tuy nhiên luận án vẫn còn những điểm cần phải chỉnh sửa:

Mục lục cho thấy NCS triển khai đồng thời trắc lượng thư mục và tổng quan có hệ thống (2.3.1 và 2.3.2) nhưng nội dung thiên về mô tả kết quả nhiều hơn là tổng hợp từ đó phân tích đánh giá ... chỉ ra mâu thuẫn và khoảng trống.

Thiếu sự một khung phân loại nhất quán cho toàn bộ tổng quan nhất quán cho toàn bộ tổng quan: ví dụ phân loại theo (i) dòng nghiên cứu (ý định khởi nghiệp/ khởi nghiệp kỹ thuật số / áp dụng công nghệ), (ii) cấp độ phân tích (cá nhân/nhóm/tổ chức), (iii) bối cảnh (giáo dục/khởi nghiệp số/đổi mới), (iv) khu vực (Việt Nam/ASEAN/Thế giới). Nếu không có khung phân loại, tổng quan dễ thành liệt kê.

Về Khoảng trống nghiên cứu: Luận án có mục riêng “Khoảng trống nghiên cứu” (2.4) nhưng yêu cầu khoảng trống phải có đối chứng (ai đã làm gì, trong bối cảnh nào, đo lường ra sao, kết quả mâu thuẫn/thiếu nhất quán ở đâu, tại sao còn thiếu, và luận án bổ sung cái gì). Vì luận án tự nêu dùng trắc lượng thư mục và tổng quan có hệ thống (2.3.1–2.3.2), thì bắt buộc phải có: nguồn dữ liệu, chuỗi từ khóa, tiêu chí chọn-loại, quy trình sàng lọc, số lượng bài qua từng bước, tiêu chí chất lượng, cách mã hóa/chủ đề hóa, công cụ (VOSviewer/Bibliometrix/Scopus/WoS...), và khả năng tái lập. Nếu thiếu các thành tố này, phần tổng quan dễ bị coi là thống kê mô tả chưa phải luận giải phân tích đánh giá....

Lỗi cấu trúc/đánh số và mô tả lý thuyết nền làm giảm tính chuẩn mực: Ngay trong mục lục xuất hiện bất nhất: phần “Các lý thuyết nền tảng” có “2.2.1” rồi lại “2.2.1. Mô hình chấp nhận công nghệ...” (đáng ra là 2.2.2). Đây là lỗi hình thức nhưng phản ánh việc biên tập chưa chuẩn và có thể kéo theo lỗi trích dẫn trong nội dung. Luận án có mục “Tổng quan tình hình nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số trong nước” (2.3.3). Tuy nhiên, NCS cần bổ sung phần trong nước phải: (i) nêu tiêu chí chọn công trình VN (tạp chí/hội thảo/luận án/đề tài), (ii) chỉ ra đóng góp và hạn chế theo cùng phân loại với quốc tế, (iii) chỉ rõ khác biệt của bối cảnh VN làm phát sinh khoảng trống. Cần chuẩn hóa nguồn trong phần bối cảnh có nhiều con số và khẳng định chính sách/đề án (ví dụ nội dung liên quan chuyển đổi số, hệ sinh thái khởi nghiệp, viện dẫn nghị quyết/chính sách). Các đoạn này phải chuẩn hóa nguồn, tránh dùng nguồn thứ cấp mơ hồ....

2. Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

Đây là một đề tài có tính cần thiết rõ ràng phù hợp với chuyên ngành Quản trị kinh doanh, không trùng lặp đơn thuần so với các nghiên cứu mà người đọc có được, luận án kế thừa có chọn lọc từ các nghiên cứu trước đó đồng thời mở rộng bổ sung các vấn đề lý thuyết và thực nghiệm đặc biệt trong việc chấp nhận công nghệ, khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số

3. Sự trùng lặp của đề tài so với các công trình khoa học đã công bố

Đề tài luận án không trùng lặp trực tiếp với bất kỳ công trình khoa học cụ thể nào đã được công bố. Tuy nhiên, do sử dụng các khung lý thuyết và phương pháp nghiên cứu phổ biến (TPB, TAM, SEM), luận án vẫn tồn tại nguy cơ trùng lặp về mô hình lý thuyết, cấu trúc biến và cách tiếp cận phương pháp nếu không làm rõ đầy đủ điểm khác biệt cốt lõi. Nghiên cứu sinh cần bổ sung so sánh trực tiếp với các công trình tiêu biểu, làm rõ đóng góp lý thuyết và cơ chế tác động mới nhằm khẳng định tính không trùng lặp và giá trị khoa học độc lập của luận án.

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được

Luận án lựa chọn cách tiếp cận định lượng, sử dụng khảo sát bằng bảng hỏi và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (PLS-SEM) để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Xét về mặt định hướng, phương pháp nghiên cứu là phù hợp với mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu, đặc biệt trong việc: Phân tích ý định hành vi (khởi nghiệp công nghệ số); Kiểm định mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn; Đánh giá đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc.

Việc lựa chọn PLS-SEM là chấp nhận được trong bối cảnh: Mô hình có nhiều biến tiềm ẩn; Dữ liệu thu thập từ khảo sát; Mục tiêu nghiên cứu thiên về dự báo và khám phá mối quan hệ.

Luận án đã tiến hành các bước kiểm định cơ bản của SEM: Độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha, Composite Reliability); Giá trị hội tụ (AVE); Giá trị phân biệt (HTMT/Fornell-Larcker); Kiểm định các giả thuyết trong mô hình cấu trúc. Cỡ mẫu đáp ứng yêu cầu tối thiểu của phân tích PLS-SEM. Các bước này cho thấy kết quả nghiên cứu có độ tin cậy kỹ thuật nhất định, phù hợp với chuẩn nghiên cứu định lượng.

Luận án tập trung nhiều vào chỉ số kỹ thuật, nhưng: Chưa thảo luận đủ ý nghĩa học thuật của các hệ số; Chưa lý giải các kết quả không có ý nghĩa thống kê hoặc trái kỳ vọng. Điều này làm cho kết quả có nguy cơ bị đánh giá là lập luận chưa đủ mạnh.

Phương pháp nghiên cứu mà luận án lựa chọn nhìn chung là phù hợp với mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu, đặc biệt trong việc kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp công nghệ số. Các bước phân tích dữ liệu được thực hiện tương đối đầy đủ theo chuẩn SEM, qua đó cho thấy kết quả nghiên cứu có độ tin cậy kỹ thuật nhất định. Tuy nhiên, luận án vẫn còn một số hạn chế về lập luận phương pháp luận, kiểm soát sai lệch phương pháp chung và thảo luận độ tin cậy suy luận của kết quả. Nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung các nội dung này để bảo đảm giá trị khoa học và sức thuyết phục của luận án tiến sĩ.

5. Những đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu của luận án

Luận án đã có những đóng góp nhất định về mặt lý thuyết và thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu ý định khởi nghiệp công nghệ số, đặc biệt thông qua việc đề xuất và kiểm định mô hình tích hợp các yếu tố tâm lý, công nghệ và năng lực số trong bối cảnh Việt Nam. Tuy nhiên, các đóng góp lý thuyết hiện nay chủ yếu mang tính mở rộng và bổ sung bối cảnh, chưa được khái quát thành các luận điểm lý thuyết mới một cách rõ ràng. Các đóng góp thực tiễn có giá trị tham khảo, song còn mang tính tổng quát và cần được gắn kết chặt chẽ hơn với các kết quả nghiên cứu cụ thể. Nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung để làm nổi bật hơn giá trị khoa học và thực tiễn của các đóng góp mới của luận án.

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án, chất lượng của các bài báo và uy tín của tạp chí đăng bài

NCS có 03 công trình công bố trên tạp chí khoa học trong nước có nội dung liên quan đến đề tài luận án, các tạp chí nằm trong danh mục khoa học được tính điểm của hội đồng chức danh giáo sư Nhà nước.

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

Luận án nhìn chung có ý thức tuân thủ các nguyên tắc trích dẫn và sử dụng tài liệu tham khảo trong nghiên cứu khoa học. Tuy nhiên, tính trung thực và minh bạch trong trích dẫn tư liệu vẫn còn một số hạn chế, thể hiện ở việc chưa phân biệt thật rõ giữa nội dung kế thừa và đóng góp của tác giả, việc sử dụng trích dẫn thứ cấp, cũng như sự chưa thống nhất trong chuẩn trích dẫn và trình bày tài liệu tham khảo. Nghiên

cứu sinh cần rà soát, chỉnh sửa và chuẩn hóa toàn văn để bảo đảm đầy đủ các yêu cầu về trung thực học thuật và khả năng kiểm chứng của luận án tiến sĩ.

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

Về nội dung và hình thức tóm tắt luận án, bản tóm tắt trình bày khá đầy đủ các thành phần cơ bản (mục tiêu, phương pháp, kết quả), tuy nhiên còn mang tính mô tả, liệt kê, chưa làm nổi bật rõ vấn đề khoa học cốt lõi, khoảng trống nghiên cứu và đóng góp học thuật thực sự của luận án.

9. Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án mà nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung

Luận án đầy đủ các chương theo quy định, khối lượng công việc lớn và thấy rõ sự nỗ lực của NCS.

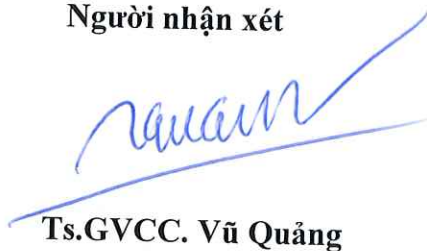
Tuy nhiên Luận án còn tồn tại một số thiếu sót về cả hình thức và nội dung. Về hình thức, cần chỉnh sửa các vấn đề liên quan đến cấu trúc, đánh số, trình bày bảng biểu, ngôn ngữ học thuật và chuẩn trích dẫn. Về nội dung, cần bổ sung và làm sâu hơn tổng quan nghiên cứu, khoảng trống nghiên cứu, cơ sở lý thuyết, lập luận mô hình, thảo luận kết quả và làm rõ các đóng góp khoa học của luận án. Nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung các nội dung nêu trên một cách nghiêm túc và hệ thống để luận án đáp ứng đầy đủ yêu cầu của một luận án tiến sĩ.

Kết luận:

Luận án có thể đưa ra bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp trường tuy nhiên NCS cần phải chỉnh sửa các góp ý.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 04 tháng 1 năm 2026

Người nhận xét



Ts.GVCC. Vũ Quảng

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Họ và tên người nhận xét: Lê Thanh Tiệp

Chức danh trong Hội đồng: Phản biện 2 Học hàm, học vị: Phó Giáo sư, Tiến sĩ

Cơ quan công tác: Trường Kinh doanh, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Điện thoại: 0906 946 968

Email: tieplt@ueh.edu.vn

Tên đề tài được nhận xét: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số**

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1. Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án

Nghiên cứu đã tổng quan các nghiên cứu trước dựa trên hai phương pháp tiếp cận đó là phương pháp trắc lượng thư mục và phương pháp tổng quan có hệ thống. Bên cạnh đó, tác giả cũng đã thực hiện tổng quan tình hình nghiên cứu khởi nghiệp công nghệ số trong nước. Trên cơ sở lược khảo và tổng quan, tác giả đã chọn lọc 2 lý thuyết nền đó là Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) và Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) để làm cơ sở lập luận cho các mối quan hệ của các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu. Đặc biệt, kết quả tổng quan có hệ thống ở bảng 2.2, tác giả đã trình bày tóm lược các yếu tố thúc đẩy ý định khởi nghiệp từ các nghiên cứu gần đây (2021-2025). Điều này cho thấy, nghiên cứu của tác giả có tính cập nhật rất cao, thể hiện luận án có chất lượng lược khảo nhất định. Trên cơ sở đó, luận án đã đề xuất những yếu tố hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp công nghệ số. Luận án đã đề xuất "nền tảng gia đình" có vai trò điều tiết các mối quan hệ từ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số. Bên cạnh đó, luận án cũng đã đề xuất kiểm định vai trò trung gian của "Thái độ đối với khởi nghiệp CNS" và "nhận thức kiểm soát hành vi", người nhận xét cho rằng đây là những điểm mới của luận án.

2. Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

Trước những thay đổi nhanh chóng của kinh tế toàn cầu, dưới sự tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, nhiệm vụ đặt ra là luôn tìm kiếm những hướng phát triển cho các doanh nghiệp phù hợp mô hình tăng trưởng bền vững tạo động lực mới cho sự phát triển, trong đó không thể thiếu phần khởi nghiệp trong kỷ nguyên công nghệ số. Đây là xu hướng phát triển tất yếu góp phần đưa công nghệ số vào để giải quyết các vấn đề thực tiễn trong các lĩnh vực chuyên môn có liên quan. Hiện nay, xu hướng vận động kinh tế và xã hội chủ yếu dựa trên nền tảng số như kinh tế số, thương mại số và tài chính số; từ đó đặt ra yêu cầu cho hoạt động khởi nghiệp nói chung và đặc biệt là khởi nghiệp trên nền tảng công nghệ số. Vì vậy, luận án chọn đề tài nghiên cứu về ý định khởi nghiệp công nghệ số là cần thiết nhằm có những định hướng, chính sách tăng cường hỗ trợ và thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp hiện nay và trong tương lai.

Tên đề tài luận án phù hợp với nội dung cũng như mục tiêu nghiên cứu của luận án, nội dung phù hợp với chuyên ngành đào tạo.

3. Sự trùng lặp của đề tài so với các công trình khoa học đã công bố

Người nhận xét chưa phát hiện sự trùng lặp với các công trình khoa học công bố trước đó.

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được

Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu phù hợp, kết hợp cả nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng, phù hợp cho một luận án tiến sĩ.

5. Những đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu của luận án

Nghiên cứu đã góp phần bổ sung vào lý thuyết liên quan đến ý định khởi nghiệp của người học sau đại học trong bối cảnh tác động của công nghệ số, xây dựng mô hình lý thuyết thông qua xác định các biến mới để bổ sung vào khung lý thuyết về ý định khởi nghiệp chuyển đổi số. Mặt khác, nghiên cứu đã mở rộng khung lý thuyết TPB và TAM trong bối cảnh khởi nghiệp thông qua việc áp dụng và điều chỉnh các khái niệm về cảm nhận tính hữu ích, cảm nhận tính dễ sử dụng, nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp, năng lực công nghệ số, Từ đó, nghiên cứu đã đề xuất mô hình mở rộng của TPB và TAM phù hợp với đặc thù bối cảnh nghiên cứu khởi nghiệp công nghệ số.

Bên cạnh đó, nghiên cứu đã kiểm định "nền tảng gia đình" như một vai trò điều tiết các mối quan hệ từ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số. Bên cạnh đó, luận án cũng đã đề xuất kiểm định vai trò trung gian của "Thái độ đối với khởi nghiệp CNS" và "nhận thức kiểm soát hành vi" trong mối quan hệ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số.

Về mặt thực tiễn, nghiên cứu đã đưa ra các hàm ý quản trị có ý nghĩa nhất định góp phần thúc đẩy ý định khởi nghiệp công nghệ số thành công từ các yếu tố cảm nhận tính hữu ích, cảm nhận tính dễ sử dụng, nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ cá nhân đối với khởi nghiệp, năng lực công nghệ số,... Từ đó, cung cấp cho các nhà hoạch định chính sách có những định hướng và chương trình đào tạo khởi nghiệp phù hợp, nhằm nâng cao nhận thức và tinh thần khởi nghiệp cho các tầng lớp nhân dân trong xã hội.

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án, chất lượng của các bài báo và uy tín của tạp chí đăng bài

Tác giả có 02 bài nghiên cứu đăng trên các tạp chí: Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Tạp chí Kinh tế - Luật và Ngân hàng và 01 bài đang trên kỷ yếu Hội thảo quốc tế Business Based on Digital Flatfom. Các nghiên cứu này có liên quan đến nội dung và chủ đề nghiên cứu của luận án. Các tạp chí này nằm trong danh sách tạp chí được tính điểm theo quy định của Hội đồng GSNN.

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

Nghiên cứu được trích dẫn trung thực, minh bạch.

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án phù hợp với quy định.

9. Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án mà nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung

Chương 1:

- (1) Trong phần mục tiêu tổng quát, nếu được tác giả nên chỉnh sửa lại mục tiêu đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy ý định khởi nghiệp công nghệ số cho phù hợp với nội dung nghiên cứu.
- (2) Tác giả xem xét bổ sung thêm đối tượng khảo sát sau đối tượng nghiên cứu. Phần này tác giả lấy từ phần nội dung nghiên cứu về không gian bỏ qua và điều chỉnh lại về không gian nghiên cứu.

- (3) Tác giả có thể xem xét bổ sung thêm phần giới thiệu chương để giúp người đọc thuận tiện theo dõi.

Chương 2:

- (4) Khoảng trống nghiên cứu ở mục 2.4 trang 75, tác giả nên bổ sung thêm về kiểm định vai trò trung gian của "Thái độ đối với khởi nghiệp CNS" và "nhận thức kiểm soát hành vi" trong mối quan hệ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số để làm tăng thêm giá trị cho nghiên cứu. Bởi lẽ, đây là một trong những điểm mới của luận án mà luận án đã đề xuất và kiểm định.
- (5) Trong phần câu dẫn đề xuất giả thuyết nghiên cứu, tác giả tránh dùng đại từ nhân xưng như "tác giả" và nên thay bằng "luận án" hay "nghiên cứu" sẽ phù hợp hơn.
- (6) Tác giả xem xét hành văn theo phân đoạn ngắn giúp người đọc thuận tiện theo dõi hơn, mỗi phân đoạn từ 250-280 từ sẽ thuận lợi hơn.
- (7) Phần phát triển giả thuyết, nếu được tác giả cân nhắc cải thiện thêm bằng cách trình bày phát triển giả thuyết theo từng đầu mục theo từng mối quan hệ cho mỗi giả thuyết và đề xuất mỗi lần tối đa 1-2 giả thuyết sẽ tốt hơn nữa.
- (8) Bổ sung vẽ thêm các giả thuyết trung gian vào mô hình bằng đường nét đứt, đồng thời thêm các hiệu giả thuyết Hxx của các giả thuyết trung gian và điều tiết vào mô hình, ở hình.12 trang 95 – chú ý bổ sung số trang cho liên tục.

Chương 3:

- (9) Trước khi trình bày quy trình nghiên cứu hình 3.1 tác giả cần trình bày tóm tắt quy trình nghiên cứu, sau đó trích quy trình nghiên cứu hình 3.1 này vào.
- (10) Các bảng ở trong bài cần ghi nguồn dưới chân mỗi bảng.

Chương 4:

- (11) Xem xét bổ sung khoảng tin cậy CI 97.5% và 2,5% vào bảng 4.5
- (12) Kết quả đánh giá vai trò trung gian trong bảng 4.9 chỉ dừng lại xem có ý nghĩa hay không thông qua chỉ số P-value chứ chưa xác định được mức độ trung gian của các biến này. Nếu được tác giả có thể kiểm định thông qua chỉ số VAF% (Variance Accounted For) để đánh giá mức độ trung gian bán phần hay toàn phần thì luận án sẽ có giá trị hơn và cũng đáp ứng được mục tiêu đã xác định ở đầu bài.
- (13) Bổ sung thêm kết quả giá trị trung bình của từng biến quan sát vào để làm cơ sở đưa hàm ý quản trị ở chương 5 sát thực tế hơn.
- (14) Nếu được tác giả xem xét kiểm định sai lệch phương pháp chung (Common Method Bias - CMB) cho mô hình, dữ liệu nghiên cứu.

Chương 5:

(15) Hàm ý quản trị tác giả xem xét gia cố thêm bằng cách kết hợp thêm với giá trị trung bình biến quan sát đã bổ sung ở chương 4.

Một số góp ý khác:

(16) Tác giả có thể xem xét bổ sung thêm giới thiệu đầu mỗi chương của luận án để dẫn dắt người đọc tốt hơn.

(17) Rà soát tỷ lệ trích và dẫn đảm bảo tỷ lệ 1:1

Kết luận:

Tuy còn một vài thiếu sót, người nhận xét nhận thấy luận án là một công trình nghiên cứu thực hiện một cách tường minh và công phu của tác giả, phù hợp với yêu cầu của một luận án tiến sĩ. Kính đề nghị Hội đồng cho phép nghiên cứu sinh được bảo vệ luận án tiến sĩ ở cấp Trường.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 12 tháng 01 năm 2025

Người nhận xét



PGS.TS. Lê Thanh Tiệp

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Họ và tên người nhận xét: NGUYỄN KIM QUỐC TRUNG

Chức danh trong Hội đồng: Phản biện 1 Học hàm, học vị: PGS. TS

Cơ quan công tác: Trường Đại học Tài chính - Marketing

Điện thoại: 0905.852.335

Email: nkq.trung@ufm.edu.vn

Tên đề tài được nhận xét: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số**

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh

NỘI DUNG NHẬN XÉT

1. Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án

– Tổng quan tình hình nghiên cứu được tác giả cấu trúc hợp lý:

+ Dựa trên hệ thống hóa khi kết hợp trắc lượng thư mục (bibliometric) để khái quát hóa chủ đề/xu hướng rồi mới chuyển sang tổng quan có hệ thống để phân tích chi tiết kết quả – hạn chế – hướng nghiên cứu.

+ Quy trình sử dụng trắc lượng thư mục bibliometric được trình bày theo bước tương đối rõ (chọn mẫu → phân tích sơ bộ → phân tích nội dung), có nêu nguồn dữ liệu (Scopus) và công cụ phân tích (VOSviewer).

+ Bám sát chủ đề luận án khi “khoanh” sang ý định khởi nghiệp công nghệ số: tác giả cho biết từ 650 bài về khởi nghiệp CNS, chỉ có 44 bài liên quan trực tiếp đến “ý định khởi nghiệp CNS”, đây là bằng chứng tốt để lập luận về tính “thiếu hụt nghiên cứu” (nếu được diễn giải rõ).

+ Phần tổng quan trong nước nêu được hạn chế theo hướng “khoảng trống” phù hợp: chưa tích hợp đủ yếu tố đặc thù của khởi nghiệp CNS.

– Hạn chế:

+ Dù có nêu các bước (loại trùng lặp, loại thiếu thông tin...), phần trình bày chưa cho biết “bao nhiêu bài bị loại ở mỗi bước”, tiêu chí loại là gì, và “Số lượng bài báo được đưa vào phân tích” cụ thể là bao nhiêu.

+ Chuỗi truy vấn minh họa có lỗi/khả năng gây sai lệch: (TITLE(entrepreneurship OR startup)...) (từ “startup” có thể là lỗi đánh máy “startup”), và việc chỉ tìm trong TITLE có nguy cơ bỏ sót nhiều bài quan trọng (nhiều nghiên cứu nằm ở abstract/keywords).

+ Đồng thời, tác giả: cần bổ sung

- Nguồn dữ liệu: tìm ở đâu? (ví dụ: Scopus, Web of Science, Google Scholar...; hay chỉ một cơ sở dữ liệu?)

- Từ khóa và câu lệnh tìm kiếm: dùng từ khóa nào, kết hợp ra sao (AND/OR), tìm ở TITLE hay TITLE-ABS-KEY...

- Thời gian bao phủ: lấy nghiên cứu giai đoạn nào? (2010–2024, hay 2000–2024).

- Đánh giá chất lượng nghiên cứu: có chấm chất lượng không? tiêu chí gì? (ví dụ: thang đo, độ tin cậy, thiết kế mẫu, phương pháp...)

- Kết quả lọc ra bao nhiêu bài.

2. Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

– Sự cần thiết của đề tài luận án: đề tài có tính cần thiết vì

+ Bám sát bối cảnh CDS và chính sách hỗ trợ khởi nghiệp, có dẫn chứng chính sách mới và ưu đãi thuế cho khu vực khởi nghiệp, giúp làm nổi bật tính thời sự của đề tài.

+ Chỉ ra đồng thời “cơ hội” và “rào cản” trong khởi nghiệp công nghệ số, không chỉ mô tả xu hướng; tác giả nêu rõ công nghệ số có thể trở thành rào cản đối với người có ý định khởi nghiệp và liệt kê các rào cản thực tế (vốn, kinh nghiệm quản lý, kỹ năng gọi vốn...).

+ Lập luận rõ lý do chọn nhóm đối tượng (người học bậc sau ĐH): nhóm này có nền tảng tri thức/chuyên môn và trải nghiệm thực tiễn, được nhìn nhận là lực lượng tiềm năng trong hệ sinh thái khởi nghiệp công nghệ số.

+ Nêu được “khoảng trống” mang tính học thuật: (i) nhiều nghiên cứu về ý định khởi nghiệp nhưng ít nghiên cứu về cách thức đẩy ý định trên nền tảng công nghệ số; (ii) dòng nghiên cứu YĐKN có dấu hiệu lặp lại, thiếu hệ thống hóa và “lỗi thời”, do đó cần cách tiếp cận/lý thuyết và bằng chứng mới.

- Đề tài của luận án phù hợp với chuyên ngành đào tạo.

3. Sự trùng lặp của đề tài so với các công trình khoa học đã công bố

- Đến thời điểm nhận xét, người đọc chưa phát hiện trùng lặp hoàn toàn về nội dung so với các công trình nghiên cứu trước đây.

- Tuy nhiên để tránh bị đạo văn chính các công trình công bố của tác giả, tác giả cần bổ sung: một câu xác nhận (Acknowledgment) một phần kết quả của luận án đã được tác giả công bố dưới dạng bài báo/tham khảo hội thảo (xem Danh mục công trình đã công bố).

- Các công trình này phản ánh một số nội dung cốt lõi của luận án, tuy nhiên luận án không trùng lặp hoàn toàn vì:

- + (1) luận án xây dựng mô hình nghiên cứu đầy đủ hơn theo hướng tích hợp TPB–TAM và bổ sung các yếu tố bối cảnh;

- + (2) luận án triển khai nghiên cứu với cỡ mẫu 1.243 và thực hiện thêm các kiểm định trung gian/điều tiết (MGA), giúp mở rộng và làm sâu kết quả so với các bài đã công bố; và (3) các phần còn lại của luận án chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào, đúng như cam đoan của tác giả.

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đã đạt được

- Phương pháp nghiên cứu sử dụng phù hợp: nghiên cứu định tính, kết hợp với nghiên cứu định lượng.

- + Thiết kế nghiên cứu phù hợp với mục tiêu kiểm định mô hình: Luận án dùng thiết kế định tính kết hợp định lượng, theo hướng mô tả – kiểm định để đo lường và kiểm định các mối quan hệ giữa các biến (TAM/TPB) và ý định khởi nghiệp công nghệ số.

- + Quy trình phát triển thang đo giúp tăng tính phù hợp bối cảnh Việt Nam: Tác giả có bước dịch ngược (back-translation) và tham vấn 06 chuyên gia nhằm đảm bảo thang đo kế thừa từ nghiên cứu nước ngoài nhưng phù hợp ngôn ngữ/bối cảnh.

- + Cỡ mẫu và cách tổ chức khảo sát hỗ trợ tốt cho phân tích SEM: Dữ liệu thu thập 05–08/2024, có khảo sát sơ bộ 312 và chính thức 1.243, sau bước làm sạch dữ liệu.

- + Kỹ thuật phân tích phù hợp với mô hình phức hợp và mục tiêu dự báo/kiểm định: Luận án dùng PLS-SEM (SmartPLS), kiểm định ý nghĩa đường dẫn bằng bootstrapping và diễn giải theo hệ số đường dẫn, p-value.

– Độ tin cậy của các kết quả đạt được: phù hợp

+ Đã xử lý rủi ro sai lệch phương pháp chung (CMB): Kiểm định Harman cho thấy một nhân tố chung chỉ giải thích 43,113% tổng phương sai, dưới 50%, nên có cơ sở kết luận CMV không phải vấn đề lớn cho các phân tích tiếp theo.

+ Kết quả về biến trung gian/điều tiết được kiểm định theo đúng quy trình PLS-SEM

5. Những đóng góp mới có giá trị về lý thuyết hoặc thực tiễn trong lĩnh vực nghiên cứu của luận án

– Đóng góp của luận án về mặt lý thuyết

+ Tích hợp TPB và TAM trong một mô hình thống nhất để giải thích ý định khởi nghiệp CNS, cách tiếp cận này giúp khắc phục hạn chế khi dùng từng mô hình đơn lẻ và tăng năng lực giải thích trong bối cảnh chuyển đổi số.

+ Nội dung luận án cho thấy tác giả không chỉ dừng ở khung khái niệm mà còn triển khai kiểm định thực nghiệm với mẫu 1.243 và các bước kiểm định thang đo, mô hình cấu trúc, đồng thời có xét vai trò trung gian/điều tiết.

+ Kiểm định thực nghiệm cơ chế tác động giữa các biến thuộc TAM (tính hữu ích, tính dễ sử dụng), TPB (thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi) và các yếu tố bối cảnh/cá nhân (hiểu biết khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm CNS).

– Đóng góp của luận án về mặt thực tiễn

+ Nhận diện các yếu tố cốt lõi ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, cung cấp cơ sở khoa học để thiết kế chương trình đào tạo–tư vấn–hỗ trợ khởi nghiệp (đặc biệt ở cơ sở giáo dục, trung tâm đổi mới sáng tạo, tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp).

+ Gợi ý cho nhà hoạch định chính sách.

+ Gợi ý cho doanh nghiệp/tổ chức trung gian/nhà đầu tư: dùng kết quả làm tham chiếu để thiết kế vườn ươm, chương trình hỗ trợ/cố vấn phù hợp tâm lý và kỳ vọng của nhà khởi nghiệp tiềm năng

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án, chất lượng của các bài báo và uy tín của tạp chí đăng bài

– Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án: Các công trình khoa học đã công bố của tác giả có mức độ liên quan tốt với chủ đề

luận án, tập trung vào ý định khởi nghiệp công nghệ số và đóng vai trò hỗ trợ hình thành cơ sở lý thuyết cũng như bằng chứng thực nghiệm cho luận án

- + Các công trình đã công bố liên quan trực tiếp đến hướng nghiên cứu của luận án (ý định khởi nghiệp công nghệ số/digital entrepreneurial intention), gồm 01 bài hội thảo định hướng tổng quan hệ thống – mô hình khái niệm và 02 bài tạp chí (năm 2025).

- + Tuy nhiên, trong nội dung luận án nên làm rõ: bài nào tương ứng chương/mục nào, phần nào “đã công bố”, phần nào “mở rộng mới” (mẫu lớn hơn/biến mới/kiểm định trung gian – điều tiết/so sánh nhóm...). Để tránh các nội dung bị đánh giá tự đạo văn.

- Chất lượng bài báo:

- + Bài hội thảo (2022) có vai trò hợp lý: giúp “đặt nền” bằng tổng quan hệ thống và đề xuất mô hình khái niệm.

- + Hai bài tạp chí (2025) có giá trị vì gắn với “bằng chứng thực nghiệm” và “khung tích hợp TPB–TAM” và phù hợp với phần kết quả trọng tâm của luận án.

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

- Trích dẫn phù hợp quy định APA7, ngoại trừ một số lỗi sẽ nêu ở Mục 9 (bản nhận xét).

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

- Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án phù hợp: Luận án trình bày 5 chương phù hợp với kết cấu của nghiên cứu định tính kết hợp với nghiên cứu định lượng.

9. Góp ý các thiếu sót về hình thức, nội dung của luận án mà nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung

- Chương 1:

- + Bằng chứng thực tiễn chưa hướng đến vấn đề của luận án: phần thực tiễn có số liệu về doanh nghiệp/doanh thu ngành CNS và chính sách ưu đãi, nhưng chưa làm rõ mâu thuẫn/vấn đề trung tâm liên quan trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS của người học sau ĐH (ví dụ: mức độ/ tỷ lệ ý định thấp? khoảng cách ý định – hành vi? thiếu năng lực số? thiếu hỗ trợ ở cơ sở đào tạo?).

- + Chưa gắn kết chặt chẽ từ chính sách đến câu hỏi nghiên cứu: có chính sách/ưu đãi (bối cảnh vĩ mô) nhưng cần thêm 1 đoạn ngắn giải thích vì sao nghiên cứu cơ chế hình thành ý định lại giúp chính sách/nhà trường can thiệp hiệu quả (ví dụ: muốn thiết kế hỗ trợ thì phải biết yếu tố nào là rào cản/chất xúc tác).

+ Phần “khoảng trống học thuật” nên cụ thể hóa thành 2–3 khe hở đo lường được: hiện đã nêu thiếu nghiên cứu về “thúc đẩy YĐKN trên nền tảng CNS”.

+ Khoảng trống nghiên cứu nên dựa lên nội dung chương 1.

– Chương 2:

+ Định nghĩa “Trải nghiệm công nghệ số” còn quá rộng.

+ Nguồn định nghĩa “Trải nghiệm công nghệ số” dựa vào tài liệu doanh nghiệp (“Theo IBM (2023) → nên bổ sung/ưu tiên nguồn học thuật (bài ISI/Scopus) để tăng độ tin cậy lý luận và nhất quán học thuật.

+ Trang 41: Trải nghiệm số còn được mô tả liên quan trực tiếp đến “dễ sử dụng” và “hữu ích”: “không chỉ phản ánh... dễ sử dụng và tính hữu ích → kiểm tra lại để tránh trùng với PU/PEU (TAM).

+ Năng lực công nghệ số (DC)” nghiêng về cấp tổ chức nhưng đo lường lại giống “chấp nhận/sẵn sàng dùng công nghệ”: phân định nghĩa nhấn mạnh năng lực doanh nghiệp

+ Lược khảo trắc lượng thư mục có lỗi/thiếu chặt chẽ ở chuỗi tìm kiếm: ví dụ dùng “starup” trong truy vấn tiêu đề và “digital entrepreneurial intention” → lỗi chính tả có thể làm bỏ sót nghiên cứu, ảnh hưởng tính đầy đủ của tổng quan.

+ TPB được giới thiệu gồm 3 thành phần, nhưng phần giả thuyết trực tiếp chỉ thấy 2 biến (Attitude, PBC): tác giả nêu TPB gồm “Thái độ, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi”, nhưng khi đề xuất giả thuyết lại chỉ có H1 (Attitude) và H2 (PBC) → cần giải thích rõ vì sao loại Chuẩn chủ quan.

– Chương 3:

+ Khả năng khái quát hóa: Tính đại diện mẫu chưa mạnh (mẫu thuận tiện, tập trung một khu vực/nhóm tuổi/ngành), khiến khả năng khái quát hóa bị hạn chế.

+ Chương 3: NCS đã trình bày tổng người học cao học khoảng 98.000 và tập trung ở Hà Nội/TP.HCM, nhưng việc trình bày mẫu nghiên cứu chủ yếu thể hiện “thu theo trường” (Bảng 3.12), do đó để tăng tính đại diện mẫu, cần mô tả rõ khung chọn mẫu/tiếp cận danh sách lớp/tiêu chí phân bổ.

+ Trang 104: “...số lượng đạt bão hòa... 06 chuyên gia”: số chuyên gia khá ít, “bão hòa” cần tiêu chí rõ (bão hòa chủ đề, bão hòa mã?)

+ Các thang đo: Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC), để phù hợp với khái niệm PBC trong khởi nghiệp CNS, nên chuẩn hoá cách diễn đạt để tất cả item đều hướng vào bối cảnh CNS; Đồng thời rà soát lại thang đo DC.

+ Ý định khởi nghiệp CNS (DEI) – sử dụng nhất quán nguồn tham khảo cho thang đo này.

+ Vì yếu tố điều tiết “Nền tảng gia đình” được tác giả đo lường bằng câu hỏi mở” nên NCS phải mô tả rõ cách mã hóa/chuẩn hóa dữ liệu sang biến định lượng nhằm tính hợp lệ phép đo.

– Chương 4:

+ mô tả mẫu lớn nhưng không kèm lập luận về sai lệch chọn mẫu (do thuận tiện/đô thị/online từ chương 3), nên khi diễn giải kết quả cần thận trọng khái quát hóa.

+ ...phát ra... 1.500... có 1.243 phản hồi đạt yêu cầu...” → Hạn chế: chương 4 mô tả mẫu lớn nhưng không kèm lập luận về sai lệch chọn mẫu (do thuận tiện/đô thị/online từ chương 3), nên khi diễn giải kết quả cần thận trọng khái quát hóa

+ Trang 142, “R² hiệu chỉnh của PBC là 0,609 thể hiện các nhân tố trong mô hình (bao gồm Năng lực CNS, Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS) giải thích được 60,9% biến thiên của biến phụ thuộc Nhận thức kiểm soát hành vi. Cho nên kết luận rằng mô hình nghiên cứu là phù hợp” → chưa chính xác. R² là mức độ giải thích của một biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập tác động đến nó thế nào.

– Chương 5

+ Trong Chương 5 (mục 5.4.1 – Hạn chế của luận án), tác giả thừa nhận rằng dù mô hình kết hợp TAM và TPB giải thích khá tốt ý định khởi nghiệp công nghệ số, nhưng chưa bao quát các yếu tố bối cảnh như ảnh hưởng từ hệ sinh thái khởi nghiệp, môi trường pháp lý, sự hỗ trợ của tổ chức trung gian và khả năng tiếp cận vốn, nên mức độ áp dụng mô hình vào các tình huống thực tế phức tạp có thể còn bị giới hạn.

+ Đồng thời, mẫu khảo sát chủ yếu là người học tại TP.HCM, vì vậy tính đại diện của mẫu còn hạn chế và có thể làm giảm khả năng khái quát hóa kết quả cho toàn bộ nhóm người có tiềm năng khởi nghiệp công nghệ số tại Việt Nam.

– Hình thức trình bày và lỗi chính tả:

+ Một số tài liệu tham khảo cần trích dẫn theo APA7: ví dụ ghi rõ họ tên tác giả người Việt trong các nghiên cứu xuất bản bằng tiếng Việt:

Định, N. V., Hương, L. T. M., & Sen, C. T. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của người học Trường Đại học Nam Cần Thơ. ...

Hiền, V. V., & Trang, L. H. V. (2021). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của người học Trường Đại học Tiền Giang. Kinh tế và Quản trị kinh doanh, 16(2), 170–192.

+ Một số trích dẫn chưa có trong TLTK: Abaddi (2023); (Polo Peña và cộng sự, 2011) thay vì (Polo Peña, 2011), Barringer & D. W. Ireland (2019).

+ Rà soát lỗi chính tả: Các chính **cách** hỗ trợ khởi nghiệp (Trang 1)...

+ Lỗi dùng thuật ngữ/viết tắt

Kết luận:

Mức độ đáp ứng yêu cầu của luận án tiến sĩ. Khẳng định luận án có thể đưa ra bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp trường hay không?

Mặc dù vẫn tồn tại một số sai sót, đề tài vẫn đáp ứng yêu cầu của luận án tiến sĩ, kính đề nghị cho phép NCS bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp trường.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét



PGS. TS. Nguyễn Kim Quốc Trung

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 01 năm 2026

BIÊN BẢN HỌP HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ LUẬN ÁN CẤP TRƯỜNG

Đề tài: Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh;

Mã số: 9340101

Cơ sở đào tạo: Trường Đại học Tài chính - Marketing

Thời gian: ngày 14 tháng 01 năm 2026

Thành phần Hội đồng:

Chủ tịch: PGS.TS. Nguyễn Minh Ngọc

Phản biện 1: PGS.TS. Nguyễn Kim Quốc Trung

Phản biện 2: PGS.TS. Lê Thanh Tiệp

Phản biện 3: PGS.TS. Vũ Tuấn Hưng

Ủy viên Thư ký: TS. Nguyễn Thị Thùy Giang

Ủy viên: TS. Vũ Quảng

Ủy viên: PGS.TS. Nguyễn Phan Thu Hằng

Số thành viên vắng mặt: 00

- 1) Đại diện Viện Đào tạo sau đại học công bố Quyết định thành lập Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường.
- 2) Chủ tịch hội đồng bắt đầu điều khiển buổi họp, công bố thành viên có mặt và các điều kiện về đánh giá luận án cấp trường theo quy định.
- 3) Thư ký hội đồng đọc lý lịch khoa học, bảng điểm các học phần, các chuyên đề tiến sĩ.
- 4) Nghiên cứu sinh trình bày tóm tắt nội dung luận án.
- 5) Các thành viên hội đồng nhận xét và đặt câu hỏi (**ghi chi tiết**).

- Vấn đề lý thuyết nêu chính xác.
- phương pháp nghiên cứu phù hợp.
- hàm ý chính xác, chặt chẽ, rõ ràng.
Luận án xây dựng phương pháp phù hợp.
Đề xuất các biện pháp và nêu lý thuyết để
xây dựng mô hình phù hợp với thực tiễn.
Ghi nguồn và các bảng, biểu.

Đáp ứng yêu cầu của công tác luận án
Sở chức năng, xuyên suốt trong quá trình
liên lạc.

* Các nhà/bộ sưu tập/liên lạc của Cục SHTTN
liên quan đến tài sản/cơ sở.

Trang 3, liên lạc, Sở liên minh thuận
không hết tất yếu mục:

~ Chức năng liên lạc tại

Bộ sưu tập liên lạc tham khảo Tổng Việt

+ Trục liên lạc mục, theo mô quan
hệ sẽ tốt hơn so với đi từng khối
niệm.

+ (Phần chương 4 nêu bộ sưu tập/liên lạc
cấp nhận chức năng liên lạc).

6) Những người tham dự đặt câu hỏi hoặc góp ý về nội dung luận án, các kết quả đạt được, những đóng góp mới của luận án, những vấn đề cần bổ sung sửa chữa. (ghi chi tiết nếu có).

7) Nghiên cứu sinh trả lời các câu hỏi và các ý kiến trao đổi. (ghi chi tiết)

NCS tiếp thu chỉnh sửa nghiêm túc theo
ý người đóng góp của Hội đồng.

8) Người hướng dẫn khoa học phát biểu ý kiến

PGS. TS. Huỳnh Thế Nguyễn.....phát biểu ý kiến và cảm ơn Hội đồng.

9) Hội đồng họp riêng bầu Ban kiểm phiếu, tiến hành bỏ phiếu kín và thảo luận Nghị quyết
Ban kiểm phiếu gồm 3 thành viên:

PGS. TS. Nguyễn Minh Ngọc.....: Trưởng ban

TS. Vũ Đăng.....: Thành viên

PGS. TS. Nguyễn Phan Thu Hằng.....: Thành viên

10) Trưởng ban kiểm phiếu công bố biên bản kiểm phiếu.

- Số phiếu tán thành: 08 / 08, trong đó số phiếu xếp loại xuất sắc là:

- Số phiếu không tán thành: 00.....

11) Chủ tịch Hội đồng công bố nghị quyết của Hội đồng.

Kiến nghị của Hội đồng về việc công nhận trình độ và cấp bằng tiến sĩ cho nghiên cứu sinh **(ghi chi tiết theo Nghị quyết)**

- Luận án thực hiện công phu, có giá trị nghiên cứu.

- NCS đạt cấp độ văn hóa, có năng lực chuyên môn, là một quan tâm của các thầy cô tạo nên nay.

12) Tác giả luận án phát biểu ý kiến

Nghiên cứu sinh **Huỳnh Thị Mỹ Diệu** cảm ơn các góp ý của Hội đồng và sẽ thực hiện việc chỉnh sửa, bổ sung theo các góp ý của Hội đồng.

13) Chủ tịch hội đồng tuyên bố kết thúc buổi bảo vệ luận án cấp Trường.

THƯ KÝ HỘI ĐỒNG


Nguyễn Thị Thùy Giang.

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG


Nguyễn Minh Ngọc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 01 năm 2026

NGHỊ QUYẾT VỀ LUẬN ÁN

Đề tài: Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số

Nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Ngành: Quản trị kinh doanh **Mã số:** 9340101

Cơ sở đào tạo: Trường Đại học Tài chính – Marketing

Ngày 14 tháng 01 năm 2026

(Ghi chi tiết các nội dung sau):

– **Những kết luận khoa học cơ bản, những điểm mới, đóng góp mới của luận án:**

- ✓ Luận án xây dựng được khung nghiên cứu vững chắc trên cơ sở kết hợp hai lý thuyết nền tảng là TAM và TPB, qua đó mở rộng và làm sâu sắc cách tiếp cận nghiên cứu về ý định khởi nghiệp công nghệ số.
- ✓ Bổ sung đối tượng nghiên cứu là người học sau đại học, góp phần làm phong phú thêm bức tranh nghiên cứu về ý định khởi nghiệp, một nhóm đối tượng còn ít được quan tâm trong các nghiên cứu trước đây.
- ✓ Kết quả nghiên cứu góp phần rút ngắn khoảng cách giữa nghiên cứu quốc tế và nghiên cứu trong nước, thông qua việc kế thừa có chọn lọc và kiểm định thực nghiệm các mô hình, thang đo đã được công bố trên thế giới trong bối cảnh Việt Nam.
- ✓ Luận án chứng minh rõ vai trò của biến trung gian và biến điều tiết “Nền tảng gia đình”, làm sáng tỏ cơ chế tác động của các yếu tố cá nhân và môi trường đến ý định khởi nghiệp công nghệ số.
- ✓ Khẳng định vai trò trung gian của thái độ, đồng thời làm rõ mối quan hệ giữa nhận thức kiểm soát hành vi và ý định khởi nghiệp, qua đó củng cố giá trị giải thích của mô hình nghiên cứu.

- ✓ Phần tổng quan nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp lược khảo có hệ thống, cập nhật nhiều công trình nghiên cứu gần đây, đảm bảo tính toàn diện và hiện đại của cơ sở lý luận.
- ✓ Kết quả nghiên cứu cung cấp các hàm ý khoa học và thực tiễn, hỗ trợ các nhà hoạch định chính sách, các cơ sở giáo dục và tổ chức liên quan trong việc xây dựng và triển khai chính sách thúc đẩy khởi nghiệp công nghệ số.
- ✓ Việc tiếp cận nghiên cứu ý định khởi nghiệp công nghệ số phù hợp với nhu cầu và xu thế phát triển hiện nay, từ đó đảm bảo giá trị đóng góp và tính mới cao của luận án.

– Cơ sở khoa học, độ tin cậy của những luận điểm và những kết luận nêu trong luận án:

- ✓ Các luận điểm và kết luận của luận án được xây dựng trên hệ thống tài liệu tham khảo có nguồn gốc rõ ràng, trích dẫn chính xác, đáng tin cậy, bao gồm nhiều công trình khoa học trong và ngoài nước.
- ✓ Luận án đã tăng cường nội dung tổng quan nghiên cứu, giúp làm rõ bối cảnh nghiên cứu, khoảng trống nghiên cứu và sự cần thiết của đề tài.
- ✓ Phương pháp nghiên cứu được trình bày mạch lạc, logic, có tính tường minh cao, các bước phân tích và kiểm định được thực hiện nghiêm túc, đảm bảo độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.
- ✓ Hàm ý quản trị rõ ràng, bám vào kết quả nghiên cứu. Nên cân nhắc làm rõ với đối tượng sinh viên hay học viên để đảm bảo sự liên quan chính xác.

– Những thiếu sót về nội dung và hình thức của luận án:

- ✓ Bên cạnh những kết quả đạt được, luận án vẫn còn một số hạn chế nhất định cần tiếp tục chỉnh sửa, hoàn thiện, cụ thể như sau:
- ✓ Mục tiêu nghiên cứu cần được rà soát lại nhằm đảm bảo sự nhất quán, rõ ràng và phù hợp chặt chẽ với câu hỏi nghiên cứu và mô hình nghiên cứu đã đề xuất.
- ✓ Khoảng trống nghiên cứu cần được sắp xếp và trình bày rõ ràng hơn, đặt sau phần tổng quan nghiên cứu để làm nổi bật tính cần thiết và giá trị khoa học của đề tài.
- ✓ Khung chọn mẫu cần được làm rõ hơn, bao gồm tiêu chí lựa chọn đối tượng khảo sát, phạm vi nghiên cứu và tính đại diện của mẫu nghiên cứu.
- ✓ Luận án cần giải thích rõ cơ sở khoa học của việc không đưa biến “chuẩn chủ quan” vào mô hình nghiên cứu, nhằm đảm bảo tính logic và đầy đủ khi vận dụng lý thuyết TPB.

- ✓ Phần hàm ý liên quan đến công nghệ số cần được làm mạnh hơn, làm rõ hơn mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu và thực tiễn phát triển khởi nghiệp công nghệ số.
- ✓ Cần thay thế và thống nhất cách sử dụng đại từ nhân xưng, đảm bảo văn phong khoa học, khách quan và phù hợp với quy định về hình thức của luận án tiến sĩ.
- ✓ Các giả thuyết trung gian cần được thể hiện rõ ràng hơn trong mô hình nghiên cứu, đề nghị bổ sung bằng đường nét đứt để phân biệt với các mối quan hệ trực tiếp.
- ✓ Cần sắp xếp lại phần trình bày bối cảnh nghiên cứu theo trình tự logic hơn, theo hướng từ bối cảnh quốc tế đến bối cảnh Việt Nam, nhằm nâng cao tính hệ thống và dễ theo dõi.

– Mức độ đáp ứng các yêu cầu của luận án:

Luận án đáp ứng yêu cầu nhưng cần hoàn thiện, chỉnh sửa, bổ sung.

– Những điểm cần bổ sung, sửa chữa (nếu có):

Nghiên cứu sinh cần bổ sung, hoàn thiện các điểm dưới đây:

- ✓ Bên cạnh những kết quả đáng ghi nhận lược khảo nghiên cứu rõ ràng, một số vấn đề cần xem xét:
- ✓ Cần làm rõ hơn các mục tiêu nghiên cứu cụ thể, đồng thời làm sâu sắc cơ sở lý luận nhằm tăng tính liên kết giữa lý thuyết, mô hình nghiên cứu và các giả thuyết đề xuất.
- ✓ Liên quan đến phạm vi không gian nghiên cứu, cần tách bạch rõ đối tượng nghiên cứu, đối tượng khảo sát và giới hạn nghiên cứu tại khu vực TP. Hồ Chí Minh, qua đó làm rõ tính đại diện và khả năng khái quát của kết quả nghiên cứu.
- ✓ Câu hỏi nghiên cứu cần được xây dựng rõ ràng và có tính gợi mở hơn, chẳng hạn làm nổi bật vai trò của các biến nghiên cứu dưới góc độ trung gian hoặc điều tiết, nhằm nâng cao giá trị học thuật của đề tài.
- ✓ Cần thảo luận sâu hơn đối với các giả thuyết bị bác bỏ, phân tích nguyên nhân, so sánh với kết quả của các nghiên cứu trước và rút ra những hàm ý khoa học phù hợp.
- ✓ Cần biện luận rõ hơn về sự hạn chế trong mức độ hiểu biết của các biến kiểm soát, làm rõ ảnh hưởng của yếu tố này đến kết quả nghiên cứu và độ tin cậy của mô hình.

– Kết quả bỏ phiếu đánh giá luận án của Hội đồng:

Tổng số thành viên Hội đồng tham gia đánh giá: 07/07

Tổng số phiếu phát ra: 07

Tổng số phiếu thu về: 07

Tổng số phiếu hợp lệ: 07/07

Số phiếu tán thành: 07/07, tỷ lệ 100%

– **Kiến nghị của Hội đồng về việc công nhận trình độ và cấp bằng tiến sĩ cho nghiên cứu sinh:**

Hội đồng đề nghị Trường Đại học Tài chính – Marketing tiến hành các thủ tục hành chính cần thiết để công nhận trình độ tiến sĩ và cấp bằng tiến sĩ cho nghiên cứu sinh.

– **Số thành viên Hội đồng nhất trí thông qua Nghị quyết:** 07/07 (Nghị quyết đã được các thành viên Hội đồng nhất trí thông qua bằng biểu quyết công khai).

THƯ KÝ HỘI ĐỒNG



TS. Nguyễn Thị Thùy Giang

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG



PGS.TS Nguyễn Minh Ngọc

4

4

TP. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 01 năm 2026

BẢN GIẢI TRÌNH CHỈNH SỬA SAU BẢO VỆ CẤP TRƯỜNG

Họ tên nghiên cứu sinh: Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Khóa: 2021

Ngành: Quản trị kinh doanh

Tên đề tài: **Ý định khởi nghiệp công nghệ số: Vai trò của hành vi chấp nhận công nghệ, sự hiểu biết về khởi nghiệp, năng lực và trải nghiệm công nghệ số.**

Người hướng dẫn khoa học 1: PGS.TS. Huỳnh Thế Nguyễn

Người hướng dẫn khoa học 2: PGS.TS. Trần Nguyễn Khánh Hải

Ngày bảo vệ: 14/01/2026

NỘI DUNG GIẢI TRÌNH

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Góp ý của Phản biện 1: PGS.TS. Nguyễn Kim Quốc Trung		
Tổng quan tình hình nghiên cứu:		
Dù có nêu các bước (loại trùng lặp, loại thiếu thông tin ...), phần trình bày chưa cho biết “bao nhiêu bài bị loại ở mỗi bước”, tiêu chí loại là gì, và “Số lượng bài báo đưa vào phân tích” cụ thể là bao nhiêu	Nội dung này được thể hiện ở Kết quả lược khảo nghiên cứu theo phương pháp trắc lượng thư mục. Cụ thể: - Mục 2.3.1.2: Kết quả tìm kiếm ban đầu cho ra 28.400 nghiên cứuSau khi giới hạn cụm từ khóa tìm kiếm là tạp chí và ngôn ngữ tiếng Anh, tác giả thu thập được 17.889 tạp chí. Để tiến hành phân tích nội dung, tác giả loại bỏ các tạp chí không đủ thông tin hoặc dữ liệu không hoàn chỉnh, kết quả còn lại 13.359 bài báo đạt chất lượng để tiến hành phân tích trắc lượng thư mục. - Mục 2.3.1.3: Kết quả thống kê từ nguồn dữ liệu cho thấy trong giai đoạn 2010 - 2024 (đến tháng 4/2024) có tổng cộng 1.541 bài...Sau bước phân tích sơ bộ, tác giả loại bỏ các tài liệu có từ khóa không liên quan, tổng cộng tác giả thu thập được 650 bài phù hợp để đưa vào phân tích chính thức	Trang 55-61 Mục 2.3.1.2 Mục 2.3.1.3
Chuỗi truy vấn minh họa có lỗi/khả năng sai lệch” (TITLE(entrepreneursip OR starup) ...) (từ	Chuỗi truy vấn chia làm 02 khái niệm: - Khởi nghiệp: (TITLE(entrepreneurship OR startup) AND (LIMIT-TO	Trang 55-58 Mục 2.3.1.2 Mục 2.3.1.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
“strarup” có thể là lỗi đánh máy “stratup”) và việc chỉ tìm trong TITLE có nguy cơ bỏ sót nhiều bài quan trọng (nhiều nghiên cứu nằm ở abstract/keywords)	(LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))). - Khởi nghiệp CNS: (TITLE-ABS-KEY(digital entrepreneurship) OR (technology entrepreneurship) OR (digital entrepreneurial intention) AND PUBYEAR > 2010 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA,"BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"ECON")))). Chuỗi truy vấn tập trung vào 02 khái niệm chính cho mục đích nghiên cứu, giới hạn tìm kiếm là tiêu đề, loại tạp chí, ngôn ngữ Tiếng Anh và lĩnh vực kinh tế và kinh doanh. Trong đó, loại tạp chí đã bao gồm các abstract hoặc keywords chính tập trung cho 02 khái niệm nghiên cứu cần tìm kiếm. Do đó, đảm bảo độ bao phủ tất cả các tài liệu có chung topic và từ khóa tìm kiếm quan trọng phục vụ cho nghiên cứu. Tác giả đã chỉnh lại lỗi đánh máy từ khóa tìm kiếm là “stratup” thay vì “strarup”.	
Đồng thời tác giả cần bổ sung: - Nguồn dữ liệu: tìm ở đâu? (ví dụ scopus, web of science, google scholar,...) hay chỉ một cơ sở dữ liệu - Từ khóa và câu lệnh tìm kiếm: dùng từ khóa nào, kết hợp ra sao (AND/OR), tìm ở TITLE hay TITLE-ABS-KEY... - Thời gian bao phủ: lấy nghiên cứu giai đoạn nào? (2010-2024, hay 2000-2024) - Đánh giá chất lượng nghiên cứu: có chất lượng không? Tiêu chí gì? (ví dụ: thang đo, độ tin cậy, thiết kế mẫu, phương pháp...)	- Về nguồn dữ liệu, trong bài đã nêu “Cơ sở dữ liệu được lựa chọn từ nguồn Scopus bởi vì đây được cho là nguồn dữ liệu bao phủ rộng hơn, sâu hơn và toàn diện hơn các nguồn dữ liệu khác (Mishra và cộng sự, 2021)” - Từ khóa và câu lệnh tìm kiếm đã nêu tại Mục Mục 2.3.1.2 và Mục 2.3.1.3, cụ thể: Chủ đề Khởi nghiệp: (TITLE(entrepreneurship OR startup) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))). - Chủ đề Khởi nghiệp CNS: (TITLE-ABS-KEY(digital entrepreneurship) OR (technology entrepreneurship) OR (digital entrepreneurial intention) AND PUBYEAR > 2010 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA,"BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"ECON")))). - Thời gian bao phủ: Chủ đề khởi nghiệp tìm kiếm tất cả các công bố cho đến năm 2024. Kết quả cho	Trang 55-61 Mục 2.3.1.2 Mục 2.3.1.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	thấy Nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp được thực hiện từ rất sớm, và có 02 công bố đầu tiên vào năm 1942. Riêng chủ đề khởi nghiệp công nghệ số, thời gian bao phủ trong vòng 15 năm: “Không gian tìm kiếm là các bài báo được công bố trong khoảng thời gian 15 năm gần nhất (giai đoạn 2010-2024)”. - Chất lượng các bài nghiên cứu tìm kiếm là các bài báo đã được đăng có trên dữ liệu Scopus ... “bởi vì đây được cho là nguồn dữ liệu bao phủ rộng hơn, sâu hơn và toàn diện hơn các nguồn dữ liệu khác (Mishra và cộng sự, 2021)”.	
Để tránh đạo văn chính các công trình công bố của tác giả, tác giả cần bổ sung: một câu xác nhận (Acknowledgment) một phần kết quả của luận án đã được tác giả công bố dưới dạng bài báo/tham khảo hội thảo.	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện. Tác giả đã thể hiện nội dung này tại Mục Lời cam đoan	Trang i Mục Lời cam đoan
Chương 1		
Bằng chứng thực tiễn chưa hướng đến vấn đề của luận án: phần thực tiễn có số liệu về doanh nghiệp/doanh thu ngành CNS và chính sách ưu đãi, nhưng chưa làm rõ mâu thuẫn/ vấn đề trung tâm liên quan trực tiếp đến ý định khởi nghiệp CNS của người học sau ĐH (ví dụ: mức độ/ tỷ lệ ý định thấp? Khoảng cách ý định - hành vi? Thiếu hỗ trợ ở cơ sở đào tạo?)	Từ vấn đề thực tiễn đã nêu, tác giả viện dẫn rằng:... “Tuy nhiên, việc hiện thực hóa ý tưởng khởi nghiệp CNS ở nước ta đang gặp phải nhiều rào cản như thiếu vốn, kinh nghiệm quản lý, kỹ năng gọi vốn đầu tư, hiểu biết hạn chế về thị trường và tâm lý e ngại rủi ro. Hoạt động khởi nghiệp đang trở thành xu hướng và có ảnh hưởng trong bối cảnh thực tiễn hiện nay. Cùng với đó là sự tiến bộ của công nghệ, sự thay đổi quan điểm kinh doanh và sự hỗ trợ của các tổ chức và chính phủ, phi chính phủ đã tạo ra những cơ hội và thách thức cho những ai muốn tham gia sân chơi khởi nghiệp này.” Xu hướng vận động kinh tế - xã hội hiện nay và tương lai chủ yếu diễn ra trên nền tảng số như kinh tế số, thương mại số, tài chính số và xã hội số, ...đặt ra yêu cầu không chỉ cho hoạt động khởi nghiệp và còn khởi nghiệp trên nền tảng CNS. Chính vì vậy, nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS là hết sức cần thiết để hiểu được động lực, rào cản và định hướng chính sách, từ đó tăng cường hỗ trợ và thúc đẩy thể hệ khởi nghiệp trẻ hiện nay	Trang 5 Mục 1.1

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Khoảng trống nghiên cứu nên đưa lên nội dung chương 1	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện. Tuy nhiên đây là kết cấu quy định của luận án, phần khoảng trống nghiên cứu được rút ra sau phần tổng quan các nghiên cứu trước đây nên phải nằm ở đoạn cuối của chương 2	
Chương 2:		
Định nghĩa “Trải nghiệm công nghệ số” còn quá rộng, nguồn định nghĩa dựa vào tài liệu doanh nghiệp (Theo IBM” nên bổ sung nguồn học thuật (bài ISI/scopus) để tăng độ in cây lý luận và nhất quán học thuật	Tác giả đã viện dẫn một số quan điểm về khái niệm Trải nghiệm công nghệ số, trong đó theo IBM chỉ là một trong các khái niệm liên quan. Trong giới hạn của luận án, tác giả đã sử dụng khái niệm của Ghatak và cộng sự (2023) làm cơ sở cho khái niệm về Trải nghiệm CNS, nghiên cứu của Ghatak và cộng sự (2023) là bài học thuật được đăng trên tạp chí <i>Journal of Social Entrepreneurship</i> là Tạp chí thuộc danh mục Scopus Q1 uy tín.	Trang 41-42 Mục 2.1.5
TPB được giới thiệu gồm 3 thành phần, nhưng phần giả thuyết trực tiếp chỉ thấy 2 biến (Attitude, PBC): tác giả nêu TPB gồm “Thái độ, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi”, nhưng khi đề xuất giả thuyết lại chỉ có H1 (Attitude) và H2 (PBC) -> cần giải thích rõ vì sao loại chuẩn chủ quan	Trong phần Giả thuyết nghiên cứu, tác giả đã giải thích lý do không bao gồm Chuẩn chủ quan khi ứng dụng TPB trong mô hình nghiên cứu: “Theo kết quả của phân tích tổng hợp do Armitage và Conner (2001) thực hiện, chuẩn chủ quan là một yếu tố dự báo yếu về ý định kinh doanh. Mặt khác chuẩn chủ quan cũng không có tác động đáng kể lên ý định khởi nghiệp CNS (Alkhalaileh và cộng sự, 2023). Bên cạnh đó, một số nghiên cứu trong bối cảnh tại Việt Nam đã chứng minh rằng <i>Chuẩn chủ quan</i> không liên quan đến YĐKN (Phuong và cộng sự, 2021; Doanh, 2021; Nguyễn và cộng sự, 2020; Lực, 2018; Nguyễn, 2017; Khương, & An, 2016). Vì lý do này, một số tác giả bao gồm Liñán và Chen (2009), Yurtkoru và cộng sự (2014), Dinc và Budic (2016) đã loại chuẩn chủ quan ra khỏi nghiên cứu. Vì vậy, trong nghiên cứu này, tác giả không xét đến vai trò của Chuẩn chủ quan trong mô hình nghiên cứu khi ứng dụng lý thuyết TPB để nghiên cứu về ý định khởi nghiệp CNS”.	Trang 79-80 Mục 2.5.1.1
Chương 3:		
NCS đã trình bày tổng người học cao học khoảng 98.000 và tập trung ở Hà Nội/Tp.HCM, nhưng việc	Nội dung phương pháp chọn mẫu và lấy mẫu tác giả đã thể hiện ở mục 3.3.2. Phương pháp thu thập dữ liệu, và được bổ sung hoàn chỉnh như sau: Tác giả	Trang 123 Mục 3.3.2

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
trình bày mẫu nghiên cứu chủ yếu thể hiện “thu theo trường” (Bảng 3.12), do đó để tăng tính đại diện mẫu, cần mô tả rõ khung chọn mẫu/tiếp cận danh sách lớp/tiêu chí phân bố	sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện thông qua quy trình bốn giai đoạn: - Giai đoạn 1: Chọn khu vực chính để khảo sát là Tp.HCM. Lý do chọn Tp.HCM bởi vì đây là trung tâm kinh tế – tài chính lớn nhất, đóng góp trên 22% GDP cả nước và gần 1/3 tổng thu ngân sách quốc gia (Gia Cư, 2025). Đây cũng là nơi tập trung số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp nhiều nhất Việt Nam, chiếm hơn 50% tổng số startup trên toàn quốc (Ngọc Tấn, 2024). Ngoài ra, Tp.HCM là nơi có hệ sinh thái khởi nghiệp năng động với mạng lưới các trường đại học, trung tâm đổi mới sáng tạo, quỹ đầu tư mạo hiểm, vườn ươm doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp. Đặc biệt trong lĩnh vực khởi nghiệp CNS, Tp.HCM đi đầu về số lượng dự án, mức độ ứng dụng công nghệ và khả năng kết nối với thị trường quốc tế. Sự tập trung đông đảo của lực lượng lao động trẻ, có trình độ học vấn cao, am hiểu công nghệ giúp thành phố trở thành “điểm nóng” nghiên cứu hành vi, thái độ và YĐKN. Vì vậy, lựa chọn Tp.HCM làm khu vực khảo sát vừa đảm bảo tính đại diện cho môi trường khởi nghiệp năng động của Việt Nam, vừa giúp thu thập dữ liệu chất lượng, đa dạng và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. - Giai đoạn 2: Chọn các Trường đại học có đào tạo cao học thuộc 02 khối ngành: Khối ngành Kinh tế (gồm các ngành: Quản trị kinh doanh, Tài chính – Ngân hàng và Kế toán - Kiểm toán) và Khối ngành Kỹ thuật (gồm các ngành: Công nghệ thông tin - Máy tính và Điện - Điện tử - Viễn thông). Việc lựa chọn học viên cao học thuộc khối ngành kinh tế và kỹ thuật làm đối tượng khảo sát xuất phát từ cả cơ sở lý thuyết và thực tiễn. Về lý thuyết, khởi nghiệp CNS đòi hỏi sự kết hợp giữa năng lực công nghệ và năng lực kinh doanh (Nambisan, 2017; Kraus và cộng sự, 2019). Trong đó, học viên ngành kỹ thuật thường có nền tảng về CNS, trong khi học viên ngành kinh tế, quản lý lại có kiến thức về thị trường, chiến lược và quản trị. Sự kết hợp này phản ánh đúng bản chất đa ngành của hệ sinh thái khởi nghiệp CNS. Về thực tiễn, học viên cao học là nhóm nhân lực chất lượng cao, có tiềm năng khởi nghiệp lớn nhờ nền tảng học thuật, kinh nghiệm và mạng lưới quan hệ. Hơn nữa, tại Việt Nam, nhiều	

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	startup thành công được hình thành từ các nhóm sáng lập bao gồm kỹ sư công nghệ và nhà quản trị, cho thấy tính phù hợp của việc lựa chọn hai khối ngành này làm mẫu khảo sát. - Giai đoạn 3: Lấy mẫu từ hai đến bốn lớp học từ mỗi trường đại học dựa trên ngành học. - Giai đoạn 4: Chọn một số lớp trong danh mục các lớp học đã được lựa chọn để thực hiện khảo sát trực tiếp, khảo sát online được thực hiện thông qua bảng câu hỏi được gửi trực tiếp cho người học với sự hỗ trợ của giảng viên, cố vấn học tập và bộ phận quản lý sau đại học của các Trường. Bằng mối quan hệ cá nhân, một phần tác giả tiến hành khảo sát trực tiếp tại một số Trường được sự cho phép của lãnh đạo đơn vị phối hợp với cố vấn học tập. Mặt khác, tác giả nhờ vào sự hỗ trợ của giảng viên trực tiếp tham gia giảng dạy trình độ sau đại học. Trước khi gửi phiếu khảo sát cho giảng viên, tác giả giải thích thêm để giảng viên nắm rõ nội hàm câu hỏi khảo sát, đảm bảo rằng giảng viên có thể hướng dẫn, giải thích lại cho học viên hiểu và trả lời đầy đủ các câu hỏi trong bảng khảo sát, tránh người học hiểu nhầm hoặc bỏ sót câu trả lời. Về khảo sát trực tuyến, thông qua mối quan hệ cá nhân, tác giả gửi link chứa bảng khảo sát cho bộ phận quản lý sau đại học của một số Trường để trực tiếp gửi đến người học qua email cá nhân, nhằm bảo mật dữ liệu của cơ sở đào tạo. Khảo sát không thu thập thông tin cá nhân người học nên thông tin dữ liệu hoàn toàn được bảo mật.	
Trang 104: "...số lượng bảo hòa ...06 chuyên gia:" số lượng chuyên gia khá ít, bảo hòa cần tiêu chí rõ (bảo hòa chủ đề, bảo hòa mã?)	Tác giả xin ghi nhận ý kiến của phản biện. Nội dung này được trình bày như sau: Trong nghiên cứu này, số lượng chuyên gia dự kiến phỏng vấn là 5-8 người, được xem là phù hợp với nghiên cứu có phạm vi hẹp và mục tiêu khám phá (Marshall và cộng sự, 2013). Số lượng đạt bảo hòa của nghiên cứu này là 06 chuyên gia. Quy mô mẫu được xác định dựa trên nguyên tắc đạt trạng thái bảo hòa dữ liệu, tức là quá trình phỏng vấn dừng lại khi không còn xuất hiện thông tin hoặc khái niệm mới liên quan đến chủ đề nghiên cứu (Dworkin, 2012).	Trang 105, Mục 3.2.2.2

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Các thang đo: Nhận thức kiểm soát hành vi (PBC), để phù hợp với khái niệm PBC trong khởi nghiệp CNS, nên chuẩn hóa cách diễn đạt để tất cả các item đều hướng vào bối cảnh CNS; đồng thời rà soát thang đo DC	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện, xin phép điều chỉnh ở những nghiên cứu tiếp theo trong tương lai	Trang 120 Bảng 3.11
Ý định khởi nghiệp CNS (DEI) - sử dụng nhất quán nguồn tham khảo cho thang đo này	Tác giả chỉ sử dụng nhất quán một nguồn tham khảo của Farani và cộng sự (2017) bao gồm 06 biến quan sát.	Trang 102 Bảng 3.5
Vì yếu tố điều tiết “Nền tảng gia đình” được tác giả đo lường bằng câu hỏi mở nên NCS phải mô tả rõ mã hóa/chuẩn hóa dữ liệu sang biến định lượng nhằm tính hợp phép đo	Trong bảng khảo sát đã thể hiện cách thu thập dữ liệu cho biến “nền tảng gia đình” và được quy ước như sau: Group 1: Không có nền tảng gia đình kinh doanh (mã hóa số 1), Group 2: có nền tảng gia đình kinh doanh (mã hóa số 2). Khi phân tích biến điều tiết, bảng kết quả 4.11 tác giả đã ghi chú nội dung này	Trang 148, Bảng 4.11, Mục 4.5
Chương 4		
Trang 142, “ R^2 hiệu chỉnh của PBC là 0,609 thể hiện các nhân tố trong mô hình (bao gồm Năng lực CNS, Sự hiểu biết khởi nghiệp CNS) giải thích được 60,9% biến thiên của biến phụ thuộc Nhận thức kiểm soát hành vi. Cho nên kết luận rằng mô hình nghiên cứu là phù hợp -> chưa chính xác. R^2 là mức độ giải thích của một biến phụ thuộc được giải thích bởi biến độc lập tác động đến nó như thế nào	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện. Tác giả đã chỉnh sửa lại cách viết cho phù hợp tại nội dung này	Trang 142, Mục 4.3.3.1

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Chương 5		
Mục 5.4.1 - hạn chế của luận án, tác giả thừa nhận rằng dù mô hình kết hợp TAM và TPB giải thích khá tốt ý định khởi nghiệp công nghệ số, nhưng chưa bao quát các yếu tố bối cảnh như ảnh hưởng từ hệ sinh thái khởi nghiệp, môi trường pháp lý, sự hỗ trợ của tổ chức trung gian và khả năng tiếp cận nguồn vốn, nên mức độ áp dụng mô hình vào các tình huống phức tạp có thể còn bị giới hạn	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện. Đây là hạn chế của luận án mà tác giả đã nêu trong mục hạn chế của luận án	Trang 174, Mục 5.4.1
Đồng thời mẫu khảo sát chủ yếu là người học tại Tp.HCM, vì vậy tính đại diện của mẫu còn hạn chế và có thể làm giảm khả năng khái quát hóa kết quả cho toàn bộ nhóm người có tiềm năng khởi nghiệp công nghệ số tại Việt Nam	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện. Đây cũng là hạn chế của luận án mà tác giả đã nêu trong mục hạn chế của luận án	Trang 174, Mục 5.4.1
<i>Hình thức trình bày và lỗi chính tả:</i>		
Một số tài liệu tham khảo cần trích dẫn theo APA 7: ví dụ ghi rõ họ tên tác giả người Việt trong các nghiên cứu xuất bản bằng tiếng Việt	Tác giả đã rà soát và bổ sung đầy đủ danh mục Tài liệu tham khảo	Trang 178 Tài liệu tham khảo
Một số trích dẫn chưa có trong TLTK, rà soát lỗi chính tả, lỗi dùng thuật ngữ, viết tắt	Tác giả đã rà soát và bổ sung đầy đủ danh mục Tài liệu tham khảo, lỗi chính tả, thuật ngữ và viết tắt trong toàn bài	Toàn bài
Góp ý của Phản biện 2: PGS.TS. Lê Thanh Tiệp		
Chương 1:		

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Trong phần mục tiêu tổng quát, nếu được tác giả nên chỉnh sửa lại mục tiêu đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy ý định khởi nghiệp công nghệ số cho phù hợp với nội dung nghiên cứu	Tác giả đã bổ sung nội dung này trong phần mục tiêu tổng quát	Trang 15, Mục 1.3.1
Tác giả xem xét bổ sung thêm đối tượng khảo sát sau đối tượng nghiên cứu. Phần này tác giả lấy từ phần nội dung nghiên cứu về không gian bỏ qua và điều chỉnh lại về không gian nghiên cứu	Tác giả đã bổ sung nội dung này	Trang 16, Mục 1.4.2
Tác giả có thể xem xét bổ sung thêm phần giới thiệu chương để giúp người đọc thuận tiện theo dõi	Tác giả ghi nhận ý kiến của Phản biện. Tuy nhiên do kết cấu cuối mỗi chương đều có phần tóm tắt, và quy định về kết cấu luận án không yêu cầu phải có nội dung này.	-
Chương 2:		
Khoảng trống nghiên cứu ở mục 2.4 trang 75, tác giả nên bổ sung thêm về kiểm định vai trò trung gian của “Thái độ đối với khởi nghiệp CNS” và “nhận thức kiểm soát hành vi” trong mối quan hệ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số để làm tăng thêm giá trị cho nghiên cứu. Bởi lẽ, đây là một trong những điểm mới của luận án mà luận án đã đề xuất và kiểm định	Tác giả đã bổ sung thêm nội dung: “ <i>Đặc biệt, chưa có nhiều nghiên cứu kiểm định vai trò trung gian của “Thái độ đối với khởi nghiệp CNS” và “Nhận thức kiểm soát hành vi” trong mối quan hệ các yếu tố đến ý định khởi nghiệp công nghệ số.</i> ”	Trang 76, Mục 2.4.
Trong phần câu dẫn đề xuất giả thuyết nghiên cứu, tác giả tránh dùng đại từ nhân xưng như "tác giả" và nên thay bằng "luận án" hay "nghiên cứu" sẽ phù hợp hơn	Tác giả đã điều chỉnh dùng từ “tác giả” bằng từ “nghiên cứu” hoặc “luận án” thay thế nhau.	Trang 79 - 93, Mục 2.5

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Phân phát triển giả thuyết, nếu được tác giả cân nhắc cải thiện thêm bằng cách trình bày phát triển giả thuyết theo từng đầu mục theo từng mối quan hệ cho mỗi giả thuyết và đề xuất mỗi lần tối đa 1-2 giả thuyết sẽ tốt hơn nữa	Tác giả đã điều chỉnh phân phát triển giả thuyết	Trang 79 - 93, Mục 2.5
Bổ sung vẽ thêm các giả thuyết trung gian vào mô hình bằng đường nét đứt, đồng thời thêm các hiệu giả thuyết Hxx của các giả thuyết trung gian và điều tiết vào mô hình ở hình.12 trang 95 – chú ý bổ sung số trang cho liên tục	Tác giả cảm ơn nhận xét của phản biện. Tuy nhiên, để người đọc dễ nhìn và giảm sự rắc rối khi đọc mô hình, tác giả không thể hiện các đường giả thuyết trung gian. Nhưng các giả thuyết được đề xuất đã diễn giải cụ thể trong phần xây dựng giả thuyết nghiên cứu	Trang 96, Hình 2.12
Chương 3		
Trước khi trình bày quy trình nghiên cứu hình 3.1 tác giả cần trình bày tóm tắt quy trình nghiên cứu, sau đó trích quy trình nghiên cứu hình 3.1 này vào	Tác giả đã bổ sung nội dung tóm tắt quy trình nghiên cứu	Trang 98, Mục 3.1
Các bảng ở trong bài cần ghi nguồn dưới chân mỗi bảng	Tác giả đã bổ sung trong toàn bài	Toàn bài
Chương 4:		
Xem xét bổ sung khoảng tin cậy CI 97,5% và 2,5% vào bảng 4.5	Khoảng tin cậy 2,5% và 97,2% đã được tác giả trình bày ở Phụ lục 6.9	Trang -119- Phụ lục 6.9
Kết quả đánh giá vai trò trung gian trong bảng 4.9 chỉ dừng lại xem có ý nghĩa hay không thông qua chỉ số P-value chứ chưa xác định được mức độ trung gian của các biến này. Nếu được tác giả có thể kiểm định thông qua chỉ số VAF% (Variance	Trong nội dung Bảng 4.9, các mối quan hệ trung gian được xác định bán phần hay toàn phần căn cứ trên kết quả kiểm định. Các mối quan hệ trung gian toàn phần xảy ra khi mối quan hệ trực tiếp không có ý nghĩa thống kê, nhưng mối quan hệ trung gian có ý nghĩa thống kê. Bên cạnh đó, mối quan hệ trung gian một phần xảy ra khi mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp đều có ý nghĩa thống kê	Trang 145-146, Mục 4.4. Bảng 4.9

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Accounted For) để đánh giá mức độ trung gian bán phần hay toàn phần thì luận án sẽ có giá trị hơn và cũng đáp ứng được mục tiêu đã xác định ở đầu bài		
Bổ sung thêm kết quả giá trị trung bình của từng biến quan sát vào để làm cơ sở đưa hàm ý quản trị ở chương 5 sát thực tế hơn	Tác giả đã bổ sung giá trị trung bình vào Bảng 4.5	Trang 142 Mục 4.3.2
Nếu được tác giả xem xét kiểm định sai lệch phương pháp chung (Common Method Bias - CMB) cho mô hình, dữ liệu nghiên cứu	Tác giả đã thực hiện kiểm định CMB ở Mục 4.1.2	Trang 136, Mục 4.1.2
Chương 5:		
Hàm ý quản trị tác giả xem xét gia cố thêm bằng cách kết hợp thêm với giá trị trung bình biến quan sát đã bổ sung ở chương 4.	Tác giả đã bổ sung nội dung hàm ý quản trị	
Góp ý của Phản biện 3: PGS.TS. Vũ Tuấn Hưng		
Về diễn đạt hiện còn một số chỗ chưa theo văn phong chính luận, còn một số lỗi đánh máy, chính tả trong lời mở đầu và nội dung. Cần rà soát và hoàn thiện lại toàn bộ phần viết tắt trong các tên chương, mục trong luận án (không viết tắt đối với tên chương, mục).	Tác giả đã rà soát và chỉnh sửa toàn bài	Toàn bài
Các phần cuối của các chương ghi là “Tóm tắt chương” nhưng thực chất phải là “ <i>tiểu kết chương</i> ” chứ không phải là tóm tắt nếu không phải là khung	Tác giả ghi nhận ý kiến của Phản biện. Nội dung Tóm tắt chương, NCS giữ nguyên theo format quy định trình bày luận án	Toàn bài

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
mẫu chung của Trường, NCS nên điều chỉnh cho phù hợp với thực tế, tạo logic của Luận án		
Danh mục tài liệu tham khảo phần tài liệu tiếng Việt cần bổ sung thêm các tài liệu khoa học, đặc biệt là các luận án tiến sĩ đã bảo vệ trước có liên quan gần với đề tài Luận án.	Tác giả đã chỉnh sửa theo góp ý của phản biện	Trang 178 - 213 Danh mục tài liệu tham khảo
Phần chương 5 bị nhảy ngắt quãng giữa các phần, đặc biệt lẫn lộn với các mục về tài liệu tham khảo, phụ lục... Đây là lỗi kỹ thuật cho công tác photo in ấn nhưng cần rà soát trước khi nộp quyền cho Đơn vị đào tạo đảm bảo cho việc hoàn thiện của Luận án	Tác giả ghi nhận ý kiến của Phản biện. Tác giả sẽ chú ý hơn khi in ấn đóng quyển.	Toàn bài
Chương 1		
Trong bối cảnh thực tiễn (trang 1) Luận án cần bổ sung thêm một số thông tin và dữ liệu bám sát tên đề tài, nên phân chia bối cảnh quốc tế, bối cảnh trong nước và các vấn đề gắn sát với tên đề tài để làm nổi bật khoảng trống và tính cấp thiết từ bối cảnh thực tiễn	Tác giả đã bổ sung thêm một số nội dung thuộc bối cảnh thực tiễn trong nước và quốc tế, bao gồm: - Trong nước: Các chính sách hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo như đề án 844, chương trình quốc gia phát triển công nghệ số (CNS) và các vườn ươm khởi nghiệp đang được triển khai rộng rãi. Đáng chú ý, Nghị quyết 198/2025/QH15 mới được Quốc hội ban hành về cơ chế, chính sách đặc biệt nhằm phát triển kinh tế tư nhân đã quy định miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa trong 03 năm kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu. Đồng thời, miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong thời hạn 02 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 04 năm tiếp theo đối với thu nhập từ hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, công ty quản lý quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo, tổ chức trung gian hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Năm 2016, dịch vụ gia công phần mềm công nghệ thông tin đạt doanh thu khoảng 3 tỷ USD, đưa Việt Nam vượt qua Ấn Độ để trở thành quốc gia có ngành công nghiệp phần mềm lớn thứ	Trang 3-5 Mục 1.1.2

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	hai, sau Trung Quốc (Bộ Tài chính, 2017). Công nghệ Thông tin và Truyền thông (ICT) là một trong những lĩnh vực phát triển nhanh nhất tại Việt Nam, bằng chứng là trong năm 2022, Việt Nam có hơn 40.000 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin, doanh thu xuất khẩu phần mềm và dịch vụ ICT đạt 2,2 tỷ USD (Tạp chí điện tử, 2023). Theo báo cáo của Cameron và cộng sự (2019), tính đến giữa năm 2018, đã có tổng cộng 9.500 doanh nghiệp tại Việt Nam tạo ra phần mềm số trong các lĩnh vực như tài chính, viễn thông, nông nghiệp thông minh và chính phủ, đạt tổng doanh thu toàn ngành ICT là 98,9 tỷ USD, gấp 13 lần doanh thu năm 2010 (7,6 tỷ đô la Mỹ) - Quốc tế: Theo báo cáo của CB Insights về xu hướng khởi nghiệp năm 2021 cho thấy ngành công nghệ vẫn là lĩnh vực được quan tâm nhất. Trong số 677 nhà đầu tư khởi nghiệp được thăm dò ý kiến thì có hơn một nửa (53%) cho rằng các công ty công nghệ sẽ là ngành phát triển nhanh nhất trong 5 năm tới. Hơn nữa, thống kê của Starup Genome (2021) cũng cho thấy sự tăng trưởng đáng kể của lĩnh vực này, trong số 250 thành phố khởi nghiệp đáng chú ý trên thế giới thì đã có 80% đang phát triển trong các lĩnh vực công nghệ, bao gồm trí tuệ nhân tạo, chăm sóc sức khỏe và bảo mật thông tin	
Phần mục tiêu chung: cần viết ngắn gọn tập trung vào tên đề tài chứ không nên viết giải thích nhiều sẽ mất trọng tâm cần xem xét của Luận án. Phần mục tiêu cụ thể nên bổ sung thêm mục tiêu đầu tiên về: Nghiên cứu cơ sở lý luận và khung phân tích nghiên cứu để làm nền tảng cho việc triển khai nghiên cứu của Luận án.	NCS đã viết lại phần mục tiêu chung theo hướng tập trung tinh gọn theo góp ý của phản biện: Mục tiêu tổng quát của luận án là xác định và kiểm định thành phần các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, nhằm nâng cao hiểu biết về cách thức các yếu tố thuộc về nhận thức, yếu tố cá nhân liên quan đến công nghệ và hành vi chấp nhận công nghệ, có thể kích thích ý định khởi nghiệp CNS. Từ đó luận án đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy tinh thần và hành vi khởi nghiệp trong bối cảnh hiện nay. Về nội dung bổ sung Nghiên cứu cơ sở lý luận và khung phân tích nghiên cứu để làm nền tảng cho việc triển khai nghiên cứu của Luận án vào mục tiêu cụ thể, tác giả cho rằng đây là điều bắt buộc mà bất kỳ một công trình nghiên cứu nào cũng phải thực hiện nên không đưa vào mục tiêu cụ thể	Trang 15, Mục 1.3.1

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Phạm vi nghiên cứu về nội dung cần bổ sung và làm rõ hơn các giới hạn mà Luận án không triển khai được để cho vào phần giới hạn phạm vi nghiên cứu tạo cơ sở và logic của nghiên cứu. Về phạm vi không gian hiện nay còn viết có chưa rõ Đại học kinh tế nào? Để cụ thể hóa rõ hơn và nên chia đối tượng khảo sát ra thành mục riêng không để trong phần phạm vi nghiên cứu	Tác giả đã viết lại phần Phạm vi nghiên cứu, bao gồm các nội dung: Về nội dung, về đối tượng khảo sát và thời gian khảo sát	Trang 16, Mục 1.4.2
Chương 2		

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Trong mục các khái niệm: (2.1.1.2) trang 25, trong phần khái niệm Khởi nghiệp: Luận án đưa ra kết luận tóm lại về khởi nghiệp: “<i>Có thể hiểu khởi nghiệp là quá trình nhận diện và khai thác cơ hội kinh doanh thông qua việc sáng tạo sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình mới, đồng thời huy động và quản lý các nguồn lực để hình thành và phát triển doanh nghiệp. Khởi nghiệp luôn gắn liền với đổi mới sáng tạo, tinh thần chấp nhận rủi ro và tạo ra giá trị cho sự phát triển kinh tế - xã hội</i>”. Trong ý này theo người phản biện cần nhìn nhận khái niệm khởi nghiệp đầy đủ hơn. Khởi nghiệp không phải chỉ là trong hoạt động kinh doanh, mà bao gồm cả trong sản xuất, kinh doanh. Bản thân khởi nghiệp luôn đi kèm và theo nó là sự sáng tạo trí tuệ và có tính mới trong sản phẩm, dịch vụ, mô thức kinh doanh. Đây là căn cốt để phân biệt giữa khởi nghiệp và lập nghiệp. Luận án cần có bảng phân biệt giữa hai khái niệm này từ đó để làm nổi bật nội hàm của khái niệm khởi nghiệp. Hiện nay chưa có bảng này	Khởi nghiệp gắn liền với sáng tạo giá trị mới, đổi mới mô hình kinh doanh, sản phẩm, công nghệ, có khả năng tăng trưởng nhanh. Còn lập nghiệp là quá trình mở ra một hoạt động kinh doanh nhằm duy trì thu nhập ổn định, thường theo mô hình quen thuộc. Trong khái niệm tổng quát về khởi nghiệp đã nêu “<i>khởi nghiệp là quá trình nhận diện và khai thác cơ hội kinh doanh thông qua việc sáng tạo sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình mới, đồng thời huy động và quản lý các nguồn lực để hình thành và phát triển doanh nghiệp</i>”, chính là đã bao gồm cả trong sản xuất, kinh doanh, sự cải tiến sáng tạo tạo ra tính mới trong sản phẩm hoặc dịch vụ. NCS đã tóm lược theo ý chung nhất khái niệm về khởi nghiệp dựa trên các quan điểm khác nhau nhưng vẫn đảm bảo tính khái quát và nổi bật đặc điểm cốt lõi của khởi nghiệp, chứ không phải lập nghiệp. NCS đã viết lại Khái niệm khởi nghiệp: “Tóm lại, có thể hiểu khởi nghiệp là quá trình nhận diện và khai thác cơ hội kinh doanh thông qua việc sáng tạo, tạo ra sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình sản xuất - kinh doanh mới, đồng thời huy động và quản lý các nguồn lực để hình thành và phát triển doanh nghiệp. Khởi nghiệp luôn gắn liền với đổi mới sáng tạo, tinh thần chấp nhận rủi ro và tạo ra giá trị cho sự phát triển kinh tế - xã hội”.	Trang 23, Mục 2.1.1.2

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Phần tổng quan nghiên cứu và khoảng trống nghiên cứu như phân tích và đánh giá ở trên, NCS cần làm lại bổ sung bám vào khung phân tích nghiên cứu để làm rõ hơn khoảng trống nghiên cứu và cần đưa đầy đủ phân tích sâu hơn các tài liệu, công trình khoa học mà Luận án đã đề cập trong phần danh mục tài liệu tham khảo. Cần bổ sung thêm một số công trình khoa học là tài liệu tham khảo của Việt Nam để đảm bảo tính sát thực và bám sát địa bàn nghiên cứu là ở Việt Nam. Cần bổ sung thêm phần nghiên cứu khái quát về địa bàn khảo sát, nghiên cứu để từ đó sẽ có thể nhìn nhận tổng thể hơn về địa bàn nghiên cứu của Luận án	Đối với phần tổng quan nghiên cứu, NCS thực hiện 02 phương pháp: phân tích trắc lượng thư mục và tổng quan có hệ thống, cụ thể: - Phân lược khảo nghiên cứu bằng phương pháp trắc lượng thư mục, tác giả đã khái quát hóa được các chủ đề cũng như xu hướng nghiên cứu về khởi nghiệp và khởi nghiệp CNS. - Phân lược khảo thông qua phương pháp tổng quan có hệ thống, đi sâu vào chi tiết từng nghiên cứu và phân tích trên góc độ kết quả đạt được cũng như hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo của từng nghiên cứu có liên quan đến chủ đề khởi nghiệp nói chung và khởi nghiệp CNS nói riêng. Kết quả tổng quan chi tiết thể hiện tại Phụ lục 1.4 và 1.5. đã có phân tích về điểm mạnh, điểm yếu và ưu nhược điểm của từng nghiên cứu để đưa ra khoảng trống nghiên cứu. Do giới hạn về số trang luận án nên toàn bộ nội dung lược khảo có hệ thống để sau phần phụ lục. Tuy nhiên, nghiên cứu sinh ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện và đã bổ sung nội dung chi tiết những kết quả đạt được và hạn chế của từng nghiên cứu. Chi tiết tại Phụ lục 1.4 và 1.5	Trang 53 - 76 Mục 2.3
Chương 5		
Phần kết luận và hàm ý quản trị cần tiếp tục phân tích và đánh giá sâu kết nối chặt chẽ hơn với kết quả nghiên cứu được đánh giá trong phần thực trạng và kết quả nghiên cứu. Dung lượng cần phân tích và gia cố thêm cho đảm bảo cân đối với nội dung và những giá trị rút ra trong nghiên cứu. Hàm ý quản trị cần xem xét các ý kết nối với phần thực trạng, với từng vấn đề, từng đối tượng sẽ là	NCS đã viết lại toàn bộ các nội dung, bao gồm: Kết luận, hàm ý quản trị, đóng góp về mặt lý luận và thực tiễn.	Trang 164 - 175 Mục 5.1 - 5.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
khác nhau, không nên chung chung		
Cần xác định hàm ý quản trị cho các chủ thể liên quan đến đề tài và các đối tượng đã khảo sát để từ đó mới kết nối được các ý nghĩa và thiết thực của đề tài. Từng hàm ý quản trị cần có gắn với từng ý đánh giá, kết quả của Luận án ở phía trên và sẽ đúc rút ra các kiến nghị tư vấn chính sách cho từng chủ thể như: Bộ Tài chính (Trung tâm Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo quốc gia); Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Giáo dục và Đào tạo,... Để tăng hàm lượng và tính ý nghĩa thực tiễn của đề tài Luận án	NCS đề xuất các hàm ý quản trị dựa trên kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, cụ thể: - Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của thái độ tích cực đối với khởi nghiệp và nhận thức kiểm soát hành vi - Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của nhận thức tính hữu ích và nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ - Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Sự hiểu biết về khởi nghiệp CNS - Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Năng lực CNS - Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò điều tiết của nền tảng gia đình Đồng thời gắn liền với hàm ý quản trị cho các bên liên quan, ví dụ: Hàm ý từ kết quả kiểm định vai trò tác động của Năng lực CNS: Kết quả nghiên cứu đã chứng minh yếu tố năng lực CNS đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp CNS. Cho nên chính sách của nhà nước bao gồm xem xét đưa nội dung giáo dục khởi nghiệp vào chương trình giáo dục càng sớm càng tốt để có thể nuôi dưỡng và hình thành tinh thần khởi nghiệp cho người học. Vì vậy, quá trình đổi mới hệ thống giáo dục theo hướng phải gắn giáo dục đào tạo với hoạt động thực tiễn, thúc đẩy tinh thần và văn hóa khởi nghiệp là điều kiện tiên quyết. Đồng thời, cần phải trang bị đầy đủ, hiện đại hệ thống thông tin về giáo dục khởi nghiệp, các chương trình giáo dục kỹ năng nhằm nâng cao năng lực cho người học về sự hiểu biết liên quan đến CNTT và CNS. Việc nâng cao kiến thức của sinh viên về môi trường khởi nghiệp và các khía cạnh khác nhau của việc bắt đầu và quản lý một doanh nghiệp kỹ thuật số được coi là quan trọng đối với các nhà hoạch định chính sách và giáo dục để thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp trong không gian kỹ thuật số. Các trường đại học cũng cần tạo lập môi trường hỗ trợ và hướng dẫn thực hành nghề nghiệp thực tế cho sinh viên nhằm gia tăng thái độ hành vi này. Là những người của thế hệ công nghệ, sinh	Trang 167 - 174, Mục 5.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	viên đại học được trang bị đầy đủ công nghệ độc đáo để khai thác môi trường linh hoạt trực tuyến cho việc học tập và thực hành hoạt động khởi nghiệp (Teo, 2016). Trường đại học cần chú trọng khuyến khích làm việc nhóm và thúc đẩy sự hợp tác, phối hợp giữa các cá nhân trong việc học tập phù hợp với điều kiện của các đối tượng người học, cung cấp các nền tảng và cơ sở hạ tầng cần thiết cho việc phát triển các ý tưởng kinh doanh có thể làm tăng mong muốn của cá nhân để tham gia vào hoạt động kinh doanh độc lập. Bên cạnh đó, còn mời các doanh nhân đến nói chuyện tại các trường đại học hoặc thông qua các lớp đào tạo khởi nghiệp và tổ chức các buổi hỏi đáp với họ có thể củng cố kiểm soát hành vi nhận thức được ở sinh viên. Vinh danh và giới thiệu các doanh nhân thành công có thể tạo ra các yếu tố động lực cần thiết cho sinh viên và thể hiện sự coi trọng đối với các hoạt động khởi nghiệp. Các hoạt động ngoại khóa như cuộc thi khởi nghiệp, diễn đàn khởi nghiệp trẻ, và chia sẻ kinh nghiệm từ các doanh nhân thành công có thể góp phần nuôi dưỡng tinh thần dám nghĩ, dám làm và thúc đẩy thái độ tích cực đối với khởi nghiệp trong người học. Bởi vì môi trường giáo dục đại học đóng vai trò quan trọng trong việc định hình động lực khởi nghiệp cho sinh viên (Ngo và cộng sự, 2025). Khuyến khích sinh viên tham quan các dự án khởi nghiệp thành công, mời doanh nhân chia sẻ kinh nghiệm về việc khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến và nghiên cứu các mô hình kinh doanh kỹ thuật số thành công. Các dịch vụ hỗ trợ và tư vấn cần được cung cấp bởi ban quản lý các trung tâm giáo dục để tạo cơ hội kết nối với những cá nhân thành công và doanh nhân, đồng thời tạo điều kiện cho các tương tác xã hội của sinh viên trong khuôn khổ làm việc nhóm, từ đó xây dựng nền tảng niềm tin và thái độ tích cực đối với khởi nghiệp.	
Góp ý của Ủy viên: TS. Vũ Quảng		
Luận án tự nêu dùng trắc lượng thư mục và tổng quan có hệ thống (2.3.1–2.3.2), thì bắt buộc phải có: nguồn dữ liệu, chuỗi từ khóa, tiêu chí chọn	Chuỗi truy vấn chia làm 02 khái niệm: - Khởi nghiệp: (TITLE(entrepreneurship OR startup) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English"))) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))).	Trang 55-61 Mục 2.3.1.2 Mục 2.3.1.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
loại, quy trình sàng lọc, số lượng bài qua từng bước, tiêu chí chất lượng, cách mã hóa/chủ đề hóa, công cụ (VOSviewer/Bibliometrix/Scopus/WoS...), và khả năng tái lập	- Khởi nghiệp CNS: (TITLE-ABS-KEY(digital entrepreneurship) OR (technology entrepreneurship) OR (digital entrepreneurial intention) AND PUBYEAR > 2010 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA,"BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"ECON"))) Chuỗi truy vấn tập trung vào 02 khái niệm chính cho mục đích nghiên cứu, giới hạn tìm kiếm là tiêu đề, loại tạp chí, ngôn ngữ Tiếng Anh và lĩnh vực kinh tế và kinh doanh. Trong đó, loại tạp chí đã bao gồm các abstract hoặc keywords chính tập trung cho 02 khái niệm nghiên cứu cần tìm kiếm. Do đó, đảm bảo độ bao phủ tất cả các tài liệu có chung topic và từ khóa tìm kiếm quan trọng phục vụ cho nghiên cứu. Tác giả đã chỉnh lại lỗi đánh máy từ khóa tìm kiếm là “stratup” thay vì “strarup” - Về nguồn dữ liệu, trong bài đã nêu “Cơ sở dữ liệu được lựa chọn từ nguồn Scopus bởi vì đây được cho là nguồn dữ liệu bao phủ rộng hơn, sâu hơn và toàn diện hơn các nguồn dữ liệu khác (Mishra và cộng sự, 2021)” - Từ khóa và câu lệnh tìm kiếm đã nêu tại Mục Mục 2.3.1.2 và Mục 2.3.1.3, cụ thể: Chủ đề Khởi nghiệp: (TITLE(entrepreneurship OR startup) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English"))) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))). Chủ đề Khởi nghiệp CNS: (TITLE-ABS-KEY(digital entrepreneurship) OR (technology entrepreneurship) OR (digital entrepreneurial intention) AND PUBYEAR > 2010 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE,"ar"))) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE,"English")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA,"BUSI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA,"ECON"))) - Thời gian bao phủ: Chủ đề khởi nghiệp tìm kiếm tất cả các công bố cho đến năm 2024. Kết quả cho thấy Nghiên cứu về chủ đề khởi nghiệp được thực hiện từ rất sớm, và có 02 công bố đầu tiên vào năm	

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	1942. Riêng chủ đề khởi nghiệp công nghệ số, thời gian bao phủ trong vòng 15 năm: “Không gian tìm kiếm là các bài báo được công bố trong khoảng thời gian 15 năm gần nhất (giai đoạn 2010-2024)”. - Chất lượng các bài nghiên cứu tìm kiếm là các bài báo đã được đăng có trên dữ liệu Scopus ... “bởi vì đây được cho là nguồn dữ liệu bao phủ rộng hơn, sâu hơn và toàn diện hơn các nguồn dữ liệu khác (Mishra và cộng sự, 2021)”	
Lỗi cấu trúc/đánh số và mô tả lý thuyết nền làm giảm tính chuẩn mực: Ngay trong mục lục xuất hiện bất nhất: phần “Các lý thuyết nền tảng” có “2.2.1” rồi lại “2.2.1. Mô hình chấp nhận công nghệ...” (đáng ra là 2.2.2). Đây là lỗi hình thức nhưng phản ánh việc biên tập chưa chuẩn và có thể kéo theo lỗi trích dẫn trong nội dung	Tác giả đã điều chỉnh nội dung này	Trang 48 Mục 2.2.2
Luận án có mục “Tổng quan tình hình nghiên cứu về khởi nghiệp công nghệ số trong nước” (2.3.3). Tuy nhiên, NCS cần bổ sung phần trong nước phải: (i) nêu tiêu chí chọn công trình VN (tạp chí/hội thảo/luận án/đề tài), (ii) chỉ ra đóng góp và hạn chế theo cùng phân loại với quốc tế, (iii) chỉ rõ khác biệt của bối cảnh VN làm phát sinh khoảng trống	Việc tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước được thực hiện theo phương pháp tổng quan có hệ thống. Các bài tổng quan chủ yếu là các bài công bằng tiếng Anh được đăng trên tạp chí uy tín thuộc danh mục Scopus, không lược khảo các bài báo bằng tiếng Việt để thống nhất nguồn dữ liệu trong quá trình tổng quan tài liệu. Do số lượng nghiên cứu trong nước về topic này khá ít nên việc tổng quan cũng chỉ dừng lại ở việc phân tích các nghiên cứu được xuất bản gần đây gắn với chủ đề nghiên cứu. Tuy vậy, nghiên cứu cũng thấy được rằng: Mặc dù đã có nhiều đóng góp đáng kể của các nghiên cứu liên quan đến chủ đề khởi nghiệp CNS, tình hình nghiên cứu trong nước vẫn còn một số hạn chế nhất định (1) Hạn chế về khung lý thuyết và biến nghiên cứu; (2) rất ít nghiên cứu dành sự quan tâm đến việc làm thế nào để thúc đẩy YĐKN hình thành trong bối cảnh CNS và (3) các nghiên cứu thực nghiệm chủ yếu tập trung vào nhóm sinh viên, thiếu vắng các nghiên cứu liên quan đến nhóm người đã có kinh nghiệm thực tế như nhóm học viên sau đại học	Trang 72 Mục 2.3.3 Phụ lục 1.6

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
Luận án tập trung nhiều vào chỉ số kỹ thuật, nhưng: Chưa thảo luận đủ ý nghĩa học thuật của các hệ số; Chưa lý giải các kết quả không có ý nghĩa thống kê hoặc trái kỳ vọng	Tác giả đã có phần giải thích kỹ hơn các kết quả về hệ số tại mục 4.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu. Trong đó, nội dung về một số kết quả không có ý nghĩa thống kê hoặc bác bỏ cũng được giải thích tại phần này. Ví dụ: Tuy kết quả kiểm định cho thấy mối quan hệ giữa trải nghiệm CNS với PBC và ý định khởi nghiệp CNS không có ý nghĩa thống kê, nhưng điều này chưa đủ cơ sở để kết luận rằng trải nghiệm CNS hoàn toàn không ảnh hưởng tới hai biến này. Vấn đề này có thể được giải thích bởi các lý do sau: (1) Kết quả không có ý nghĩa thống kê khác với Không có ảnh hưởng (Gelman & Stern, 2006; Altman & Bland, 1996). Trong phân tích định lượng, khi một mối quan hệ không đạt ý nghĩa thống kê, điều đó chỉ phản ánh rằng chưa có đủ bằng chứng để khẳng định ảnh hưởng trong mẫu nghiên cứu hiện tại, không thể khẳng định ảnh hưởng không tồn tại trong thực tế. Sự ảnh hưởng của các yếu tố như kích thước mẫu, sai số đo lường, độ biến thiên của dữ liệu, hoặc cách đo lường yếu tố trải nghiệm CNS có thể làm suy yếu sức mạnh thống kê. (2) Trải nghiệm CNS có thể tác động gián tiếp hoặc thông qua các biến khác. Baron & Kenny (1986) chỉ ra rằng có các mối quan hệ không xuất hiện trực tiếp nhưng có thể xuất hiện gián tiếp thông qua các biến trung gian. Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, trải nghiệm CNS có thể không tạo ra ảnh hưởng trực tiếp đến PBC hay ý định, mà tác động thông qua các cơ chế trung gian như: Nhận thức tính hữu ích, Thái độ đối với khởi nghiệp, Năng lực CNS và sự tự tin vào khả năng sử dụng công nghệ. Venkatesh và cộng sự (2003) đã chỉ ra rằng ảnh hưởng của trải nghiệm CNS có thể tăng hoặc giảm tùy vào bối cảnh, giai đoạn sử dụng, và điều kiện thuận lợi. Mặt khác, trải nghiệm CNS trong khởi nghiệp mang tính phức hợp, thường chịu tác động gián tiếp thông qua năng lực CNS, sự tự tin vào khả năng CNS hoặc kiến thức CNS (Nambisan, 2017). Vấn đề kiểm định vai trò trung gian trong nghiên cứu này được kiểm soát ở bước kiểm định tiếp theo. Đặc điểm mẫu nghiên cứu và bối cảnh nghiên cứu có thể làm yếu đi tác động của trải nghiệm CNS. Fritz và cộng sự (2012) nhấn mạnh rằng khi	Trang 149 Mục 4.6

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	đối tượng nghiên cứu có đặc điểm tương đồng, mối quan hệ giữa các yếu tố đo lường có thể làm giảm ý nghĩa thống kê. Đối tượng khảo sát của nghiên cứu này là học viên cao học thường đã có mức độ tiếp xúc công nghệ tương đối đồng đều. Khi mức độ biến thiên thấp, mối quan hệ giữa trải nghiệm và PBC cũng như ý định dễ trở nên không có ý nghĩa thống kê. Ngoài ra, trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, việc sử dụng công nghệ đã trở thành hoạt động phổ biến, nên trải nghiệm CNS không còn là yếu tố quyết định mạnh như trước. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đã thực hiện phỏng vấn lại một số chuyên gia sau bước phân tích dữ liệu đối với các giả thuyết kiểm định không có ý nghĩa thống kê	
Luận án vẫn còn một số hạn chế về lập luận phương pháp luận, kiểm soát sai lệch phương pháp chung và thảo luận độ tin cậy suy luận của kết quả	Vấn đề về phương pháp luận của luận án được tác giả thực hiện theo phương pháp hỗn hợp kết hợp định tính và định lượng. Đặc biệt, phương pháp phân tích dữ liệu được trình bày chi tiết tại nội dung 3.4. Trong đó, luận án đã thực hiện kiểm định sai lệch phương pháp chung, thể hiện tại mục 4.1.2 Thảo luận độ tin cậy của các thang đo là yêu cầu bắt buộc và cần thiết, là tiền đề quan trọng cho các phân tích về sau. Vấn đề này đã được kiểm soát kỹ và tác giả thực hiện trước khi phân tích dữ liệu. Đánh giá độ tin cậy của thang đo và dữ liệu nghiên cứu thể hiện chi tiết tại Mục 4.2.1	Trang 136-137 Mục 4.1.2 Mục 4.2.1
Các đóng góp lý thuyết hiện nay chủ yếu mang tính mở rộng và bổ sung bối cảnh, chưa được khái quát thành các luận điểm lý thuyết mới một cách rõ ràng. Các đóng góp thực tiễn có giá trị tham khảo, song còn mang tính tổng quát và cần được gắn kết chặt chẽ hơn với các kết quả nghiên cứu cụ thể. Nghiên cứu sinh cần chỉnh sửa, bổ sung để làm nổi bật hơn giá trị khoa học và thực tiễn của các	Tác giả đã bổ sung và hiệu chỉnh nội dung này	Trang 166 Mục 5.2

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
đóng góp mới của luận án.		
Về hình thức, cần chỉnh sửa các vấn đề liên quan đến cấu trúc, đánh số, trình bày bảng biểu, ngôn ngữ học thuật và chuẩn trích dẫn	Tác giả đã hiệu chỉnh trong toàn bài	Toàn bài
Về nội dung, cần bổ sung và làm sâu hơn tổng quan nghiên cứu, khoảng trống nghiên cứu, cơ sở lý thuyết, lập luận mô hình, thảo luận kết quả và làm rõ các đóng góp khoa học của luận án	Tác giả đã rà soát, bổ sung và hiệu chỉnh trong toàn bài	Toàn bài
Góp ý của Ủy viên: PGS.TS. Nguyễn Phan Thu Hằng		
Cần đặt lại các câu hỏi nghiên cứu	Tác giả đã hiệu chỉnh nội dung này	Trang 15 Mục 1.3.3
Bổ sung đối tượng khảo sát	Tác giả đã bổ sung nội dung này: Về đối tượng khảo sát: Học viên đang theo học trình độ sau đại học khối ngành kinh tế, công nghệ và kỹ thuật của các Trường đại học khu vực TP.HCM. Theo Reynolds và Miller (1992), những người có độ tuổi từ 25 đến 34 tuổi là những đối tượng có ý định khởi nghiệp cao nhất. Hơn nữa, theo kết quả báo cáo của Đại học Kinh tế tại ngày hội Thanh niên khởi nghiệp - Future Founders Fest 2024, thực tế cho thấy tỷ lệ người Việt Nam khởi nghiệp thời gian gần đây thuộc nhóm tuổi từ 30 đến 34 tuổi	Trang 16 Mục 1.4.2
Phần trắc lượng thư mục cần tìm theo các mối quan hệ, phần tổng quan nghiên cứu trước cũng nên tổng quan theo các mối quan hệ	Tác giả ghi nhận ý kiến đóng góp của ủy viên. Tuy nhiên, phần tổng quan được thực hiện trên 2 khái niệm lớn là khởi nghiệp và khởi nghiệp công nghệ số. Đối với phần tổng quan nghiên cứu, NCS thực hiện 02 phương pháp: phân tích trắc lượng thư mục và tổng quan có hệ thống, cụ thể: - Phần lược khảo nghiên cứu bằng phương pháp trắc lượng thư mục, tác giả đã khái quát hóa được các chủ đề cũng như xu hướng nghiên cứu về khởi nghiệp và khởi nghiệp CNS.	Trang 53 Mục 2.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	- Phân lược khảo thông qua phương pháp tổng quan có hệ thống, đi sâu vào chi tiết từng nghiên cứu và phân tích trên gốc độ kết quả đạt được cũng như hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo của từng nghiên cứu có liên quan đến chủ đề khởi nghiệp nói chung và khởi nghiệp CNS nói riêng. Kết quả tổng quan chi tiết thể hiện tại Phụ lục 1.4 và 1.5. đã có phân tích về điểm mạnh, điểm yếu và ưu nhược điểm của từng nghiên cứu để đưa ra khoảng trống nghiên cứu. Do giới hạn về số trang luận án nên toàn bộ nội dung lược khảo có hệ thống để sau phần phụ lục. Tuy nhiên, nghiên cứu sinh ghi nhận ý kiến đóng góp của phản biện và đã bổ sung nội dung chi tiết những kết quả đạt được và hạn chế của từng nghiên cứu. Chi tiết tại Phụ lục 1.4 và 1.5	
Khái niệm Năng lực công nghệ số được sử dụng đo lường Mức độ sẵn sàng sử dụng một loại phần mềm hoặc công nghệ mới nhằm hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh, tuy nhiên thang đo dùng là “mức độ phụ thuộc” có thể gây hiểu sai cho đáp viên về việc sử dụng là tích cực hay tiêu cực	Trong nghiên cứu, tác giả dùng định nghĩa Năng lực công nghệ số của một cá nhân được đo lường bằng mức độ sẵn sàng của họ để sử dụng một loại phần mềm hoặc công nghệ mới nhằm hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh. Khi đó, yêu cầu rằng những cá nhân tham gia khảo sát đánh giá mức độ họ sẽ dựa vào một loại phần mềm hoặc ứng dụng công nghệ mới bên cạnh việc sử dụng các nguồn lực khác. Do vậy, đáp viên được giả thích cụ thể nếu bất kỳ nội dung câu hỏi nào chưa hiểu rõ.	Trang 36 Mục 2.1.3
Các thang đo cũng cần thống nhất trong sử dụng thuật ngữ “ công nghệ số” hay “công nghệ kỹ thuật số”	Tác giả đã điều chỉnh nội dung này, thống nhất thuật ngữ là “công nghệ số”	Trang 120 Bảng 3.11
Cần giải thích thêm về tác động của PU->DEI (giả thuyết H6) đang giả thuyết là tác động tích cực nhưng kết quả chạy số liệu lại là dấu âm	Tác giả ghi nhận ý kiến của nhận xét. Tác giả thừa nhận đây là lỗi kỹ thuật trong đánh máy. Như mục tiêu chung của luận án đã nêu là xác định và kiểm định thành phần các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, nhằm nâng cao hiểu biết về cách thức các yếu tố thuộc về nhận thức, yếu tố cá nhân liên quan đến công nghệ và hành vi chấp nhận công nghệ, có thể kích thích ý định khởi nghiệp CNS. Cho nên giả thuyết đặt ra nhằm kiểm định vai trò tác động của PU đến DEI, còn tác động cùng chiều hay ngược chiều thì sau kết quả phân tích mới thể	Trang 86 Mục 2.5.1.5 Trang 154 Mục 4.6.1

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	hiện ra. Do vậy, mục đích kiểm tra vai trò PU có tác động đến DEI đã được chứng minh là có ý nghĩa thống kê. Mặt khác, về hệ số tác động mang dấu âm đã được tác giả biện luận ở phần Thảo luận kết quả nghiên cứu. Cụ thể: “Hơn nữa, ngoài các yếu tố được khám phá tác động tích cực như đã nêu, nghiên cứu còn khám phá tác động ngược chiều của nhận thức tính hữu ích lên ý định khởi nghiệp CNS (hệ số tác động mang dấu âm). Đây được xem là một trong những khám phá mới của nghiên cứu. Bởi vì, như đã dẫn chứng ở trên, cảm nhận tính hữu ích được coi là yếu tố quan trọng thúc đẩy trong việc chấp nhận công nghệ, nhưng trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, mức độ hữu ích quá cao có thể dẫn đến những lo ngại về tính đổi mới, sự phụ thuộc và cạnh tranh, từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến ý định khởi nghiệp CNS. Một khi công nghệ đó được đánh giá là rất hữu ích và dễ tiếp cận thì nguy cơ bị sao chép rất lớn, đồng thời sự phụ thuộc vào công nghệ đó quá lớn sẽ giảm khả năng đổi mới và sáng tạo và trở nên bão hòa trên thị trường. Các doanh nhân không còn có khả năng tạo ra sự khác biệt hoặc đổi mới, từ đó sẽ giảm ý định khởi nghiệp dựa trên CNS. Nghiên cứu của Phạm và cộng sự (2023) cho thấy rằng cảm nhận về tính hữu ích của CNS không ảnh hưởng trực tiếp đến ý định khởi nghiệp mà cần được kết hợp với yếu tố chấp nhận rủi ro để thúc đẩy ý định trong lĩnh vực này. Mặc dù nhận thức về tính hữu ích có thể ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp CNS, nhưng tác động này phụ thuộc vào các yếu tố trung gian như thái độ và niềm tin vào năng lực của bản thân nhà khởi nghiệp (Ilyas và cộng sự, 2023)”	
Góp ý của Ủy viên thư ký: TS. Nguyễn Thị Thùy Giang		
Luận án nên làm rõ hơn nữa sự khác biệt tâm lý giữa học viên sau đại học và sinh viên đại học ngay trong phần lập luận lý do chọn đề tài	Tác giả đã bổ sung nội dung này ở phần lý do chọn đề tài. Cụ thể như sau: “...Về <i>tiềm năng và đóng góp cho nền kinh tế</i>. Học viên cao học là lực lượng lao động tiềm năng trẻ tuổi và năng động, đại diện cho tương lai của đất nước. Theo Hafezieh và cộng sự (2011), độ tuổi trung bình của người học khởi nghiệp liên quan đến lĩnh vực CNS là từ 25 đến 35 tuổi. Nghiên cứu ý định khởi nghiệp của người học cao học tại Việt Nam có thể xác định được tiềm năng sáng tạo, ý tưởng kinh doanh và động lực cá	Trang 12 Mục 1.2

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	nhân của họ để tham gia vào lĩnh vực khởi nghiệp. Trong khi đó, những ý tưởng này có thể phản ánh xu hướng và tham vọng của tương lai về việc tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới hoặc giải pháp sáng tạo để giải quyết các vấn đề của nền kinh tế và cho xã hội. Nếu được khuyến khích và hỗ trợ thích hợp, ý định khởi nghiệp của người học có thể dẫn đến việc thành lập các công ty mới, tạo thêm nhiều công ăn việc làm, đóng góp vào thuế thu nhập và thúc đẩy sự phát triển kinh tế”	
Kiểm tra lại lỗi chính tả hoặc lỗi đánh máy nhỏ trong các bảng biểu hoặc trích dẫn (ví dụ: hình 3 trang 14 viết "Mô hình TBP" thay vì "TPB")	Tác giả đã rà soát và hiệu chỉnh toàn bài	Toàn bài
Liên quan đến đề cập sự nhầm lẫn thuật ngữ theo Nambisan (2017). Luận án nên tận dụng để phát triển điểm mạnh ở nội dung phát triển giả thuyết nhằm làm rõ ràng giữa "Khởi nghiệp kinh doanh thông thường" và "Khởi nghiệp CNS". Khẳng định liệu Nhận thức tính dễ sử dụng (PEU) của công nghệ có thực sự quan trọng với một nhà sáng lập CNS (người vốn dĩ phải rành công nghệ) hay không, hay Tính hữu ích (PU) mới là yếu tố quyết định?	Tác giả ghi nhận ý kiến của người nhận xét. Theo đó, các giả thuyết xây dựng đều hướng đến khởi nghiệp công nghệ số thay vì khởi nghiệp thông thường. Điều này thể hiện rõ ở nội dung các giả thuyết được đề xuất và kiểm định. Mặc khác, Nambisan (2017) chỉ ra rằng nhiều nghiên cứu có xu hướng sử dụng lẫn lộn các thuật ngữ entrepreneurship, technology entrepreneurship và digital entrepreneurship. Trong khi đó, việc áp dụng các mô hình khởi nghiệp truyền thống cho bối cảnh công nghệ số chưa làm nổi bật sự khác biệt về bản chất. Cho nên cơ chế hình thành ý định khởi nghiệp công nghệ số có khác biệt đáng kể so với khởi nghiệp thông thường do đặc trưng của công nghệ số. Do vậy, tác giả bổ sung thêm vai trò tác động của hành vi chấp nhận công nghệ dựa trên ý tưởng của Mô hình chấp nhận công nghệ để chứng minh hành vi chấp nhận công nghệ đi trước và định hình ý định khởi nghiệp, khác với trong hành vi khởi nghiệp thông thường, công nghệ chỉ đóng vai trò hỗ trợ. Kết quả nghiên cứu đã chứng minh hai thành tố của hành vi chấp nhận công nghệ (nhận thức về tính hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng) đều có tác động đến ý định khởi nghiệp CNS. Kết quả này được khẳng định là tương đồng với nghiên cứu của Abaddi (2023), Phương Dung và cộng sự (2023) và Dương (2024). Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS nếu cá nhân tin rằng CNS có thể giúp giải quyết tốt	Trang 153 Mục 4.6.1

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	vấn đề, tạo ra giá trị, mở rộng thị trường hoặc đổi mới sản phẩm, họ sẽ xem CNS là một công cụ có giá trị thực tiễn. Nhận thức này khiến họ thấy việc khởi nghiệp bằng CNS là xứng đáng đầu tư thời gian, công sức và vốn. Như vậy, khi càng thấy được tính hữu ích của công nghệ thì họ càng có động lực để khởi nghiệp. Mặt khác, nhận thức về tính dễ sử dụng phản ánh mức độ mà cá nhân tin rằng CNS có thể được tiếp cận và vận hành một cách đơn giản, không gây khó khăn trong quá trình sử dụng (Davis, 1989). Nếu một cá nhân cảm thấy CNS không quá phức tạp, dễ thao tác, dễ tích hợp, họ sẽ có xu hướng giảm bớt lo lắng và cảm thấy tự tin hơn trong việc khởi sự kinh doanh dựa trên nền tảng CNS. Như vậy, cả hai yếu tố này đều tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp CNS, trong đó tính hữu ích đóng vai trò như một động lực chiến lược, còn tính dễ sử dụng đóng vai trò giảm thiểu rào cản kỹ thuật và tâm lý, từ đó tạo nên sự sẵn sàng trong hành động và quyết định	
Điểm rất thú vị trong luận án khi đề cập vai trò điều tiết của “Nền tảng gia đình” và kết quả cho thấy nó tác động vào "thái độ" và "niềm tin", phát hiện này mang lại đóng góp đáng kể nên cần được nhấn mạnh hơn nữa trong phần thảo luận	Tác giả đã rà soát và bổ sung biện luận vai trò điều tiết của “nền tảng gia đình”. Cụ thể: Kết quả nghiên cứu cho thấy nền tảng gia đình kinh doanh (FFB) có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa thái độ và ý định khởi nghiệp CNS. Điều này gợi ý rằng nhóm này tự tin về khả năng khởi nghiệp CNS và có khuynh hướng hành động mạnh mẽ hơn. Kết quả này góp phần hỗ trợ cho nghiên cứu của Zhang và cộng sự (2022) đã chứng minh nền tảng kinh doanh của cha mẹ điều tiết cả mối quan hệ giữa sáng tạo xã hội và YĐKN; cụ thể, mối quan hệ này mạnh hơn ở những sinh viên có cha mẹ có kinh nghiệm khởi nghiệp. Mặt khác, nghiên cứu cũng cho thấy ở nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh, mối quan hệ giữa thái độ và YĐKN mạnh hơn đáng kể so với nhóm không có nền tảng này. Điều này cho thấy các cá nhân trưởng thành trong môi trường gia đình kinh doanh thường có xu hướng chuyển hóa thái độ tích cực thành ý định hành động cụ thể nhanh hơn, do họ được tiếp xúc sớm với tư duy kinh doanh, tinh thần chấp nhận rủi ro và niềm tin vào tính khả thi của khởi nghiệp. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước đó (Zapkau và cộng sự, 2015; Carr & Sequeira, 2007), cho rằng nền tảng gia đình đóng vai trò như “vốn xã	Trang 157 Mục 4.6.3

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	hội và tâm lý” giúp hình thành thái độ tích cực và củng cố niềm tin vào khả năng thành công khi khởi nghiệp. Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, sự ảnh hưởng này càng rõ rệt khi các thành viên trong gia đình có kinh nghiệm kinh doanh giúp cá nhân nhận thức rõ hơn về cơ hội, thách thức và giá trị của việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động khởi nghiệp. Do đó, thái độ tích cực đối với khởi nghiệp ở nhóm có nền tảng kinh doanh dễ dẫn đến hành vi dự định hơn. Mặt khác, nền tảng gia đình kinh doanh có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa Nhận thức về tính dễ sử dụng của công nghệ đối với ý định khởi nghiệp CNS, do đó nghiên cứu chấp nhận giả thuyết H21. Ở nhóm không có nền tảng gia đình kinh doanh, mối quan hệ này mạnh hơn, phản ánh việc cá nhân chưa quen thuộc với hoạt động kinh doanh thường cần cảm nhận rằng công nghệ dễ sử dụng, dễ áp dụng thì mới sẵn sàng khởi nghiệp. Ngược lại, ở nhóm có nền tảng gia đình kinh doanh, yếu tố “dễ sử dụng” ít ảnh hưởng hơn vì họ vốn có sẵn tự tin, nguồn lực và kinh nghiệm quản trị, giúp giảm bớt rào cản công nghệ. Kết quả này góp phần củng cố luận điểm rằng nền tảng gia đình không chỉ truyền tải vốn văn hóa và xã hội, mà còn điều chỉnh cách cá nhân tiếp cận công nghệ trong quá trình hình thành ý định khởi nghiệp CNS. Trong bối cảnh khởi nghiệp CNS, các bằng chứng thực nghiệm của Wibowo và cộng sự (2024) và Su & Li (2021) cho thấy yếu tố nhận thức tính dễ sử dụng công nghệ có thể thay đổi đáng kể tùy theo trải nghiệm, vốn xã hội và môi trường hỗ trợ mà cá nhân có được. Gia đình kinh doanh thường đóng vai trò là nguồn vốn xã hội đặc biệt, giúp cá nhân phát triển khả năng sử dụng công nghệ hiệu quả và tự tin hơn khi áp dụng vào mô hình kinh doanh mới. Do đó, nền tảng gia đình kinh doanh có thể làm giảm tầm quan trọng tương đối của yếu tố Nhận thức tính dễ sử dụng của công nghệ trong việc hình thành ý định khởi nghiệp CNS. Vì vậy, kết quả nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng chỉ ra biến điều tiết của nền tảng gia đình lên các yếu tố mang tính tâm lý (như thái độ), nhưng không điều tiết rõ ràng các yếu tố mang tính kỹ thuật hoặc chức năng công nghệ. Kết	

Nội dung góp ý	Giải trình chỉnh sửa	Trang, Mục
	quả này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc phát triển thái độ tích cực và xây dựng các chương trình giáo dục khởi nghiệp chất lượng để thúc đẩy YĐKN, bất kể nền tảng gia đình của cá nhân. Do đó, việc tích hợp kết quả định tính giúp làm sáng tỏ rằng sự “không có ý nghĩa thống kê” trong phân tích không đồng nghĩa với việc nền tảng gia đình không có vai trò điều tiết, mà có thể xuất phát từ đặc điểm mẫu, từ bản chất gián tiếp của ảnh hưởng gia đình, hoặc do những yếu tố văn hóa - xã hội đang thay đổi	
Góp ý của Chủ tịch: PGS.TS. Nguyễn Minh Ngọc		
Các kết luận, điểm mới của luận án là có giá trị cho thực tiễn. Tuy nhiên cần phân tích sâu hơn, gắn chặt thực tiễn với hoạt động khởi nghiệp ở các cấp độ khác nhau, cho các đối tượng khác nhau. Đây phải là nội dung chính trong chương 5	Tác giả đã rà soát, bổ sung nội toàn bộ nội dung chương 5. Kết luận và hàm ý quản trị	Trang 163 Chương 5

NGƯỜI HƯỚNG DẪN 1



PGS.TS. Huỳnh Thế Nguyễn

NGƯỜI HƯỚNG DẪN 2



PGS.TS. Trần Nguyễn Khánh Hải

NGHIÊN CỨU SINH



Huỳnh Thị Mỹ Diệu

Chủ tịch hội đồng



PGS.TS. Nguyễn Minh Ngọc