



Working Paper 2021.1.3.06
- Vol 1, No 3

TÌNH THẦN KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH KINH TẾ: ĐIỂM MẠNH, ĐIỂM YẾU, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Nguyễn Trang Anh¹, Nguyễn Hương Giang, Phùng Trang Linh, Đỗ Hoàng Phương Nhi

Sinh viên CTĐT KT - K57 – Viện KT & KDQT
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Nguyễn Thị Hải Yến

Giảng viên Khoa Kinh tế Quốc tế
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Những năm gần đây, khuyến khích tinh thần khởi nghiệp đã trở thành một trong những ưu tiên hàng đầu của chính phủ Việt Nam bởi đó là chiến lược hiệu quả để phát triển nền kinh tế, tăng cường khả năng cạnh tranh trên trường quốc tế. Dựa trên lý thuyết hành vi hoạch định, nghiên cứu tại bàn và phỏng vấn chuyên sâu mười sinh viên từ các trường kinh tế, nghiên cứu này đưa ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với sinh viên khởi nghiệp. Kết quả cho thấy thái độ tích cực, sự ủng hộ từ xã hội, cũng như nhận thức về mức độ khả thi trong việc khởi nghiệp đều là những điểm mạnh và cơ hội thúc đẩy ý định khởi nghiệp ở sinh viên. Trong khi thiếu tự tin về khả năng thành công là điểm yếu lớn nhất. Bên cạnh đó là những cơ hội từ bối cảnh như nền kinh tế ổn định, việc hội nhập, và hỗ trợ mạnh mẽ từ chính phủ và xã hội. Tuy nhiên, sinh viên cũng phải đối mặt với nhiều thách thức đặc biệt về vốn, kinh nghiệm và tâm lý chấp nhận rủi ro. Từ đó, bài nghiên cứu đưa ra những gợi ý cho sinh viên và một số đề xuất về chính sách, giáo dục nhằm thúc đẩy sinh viên khởi nghiệp.

Từ khóa: Dự định khởi nghiệp, lý thuyết hành vi hoạch định, phân tích SWOT, sinh viên khởi nghiệp.

ENTREPRENEURSHIP INTENTION AMONG ECONOMICS STUDENTS: A SWOT ANALYSIS

Abstract

In recent years, entrepreneurship has become one of the top priorities of the Vietnamese government because of its benefits to the economy and the country as a whole. The purpose of this paper is to analyze strengths, weaknesses, opportunities, and challenges for students starting a business using the theory of planned behavior, desk research, and in-depth interviews with 10 students from different economic universities. The results show a positive attitude, subjective norms, and perceived behavioral control create strengths and opportunities for motivation and entrepreneurship intention in students. Meanwhile, lack of confidence is a significant obstacle. Additionally, while

¹ Tác giả liên hệ. Email: anhntrg57.hrc@gmail.com

the context and strong support from the government and society create a favorable environment for entrepreneurship, students still have to face the problem of capital, lack of experience, and willingness to take risks. This study then suggests some practical implications for students, universities, and the government.

Keywords: Entrepreneurship intention, students' entrepreneurship, SWOT analysis, theory of planned behavior.

1. Mở đầu

Trong thời đại phát triển kinh tế, khởi nghiệp chính là đòn bẩy kích thích sự đổi mới, phát triển các giải pháp nâng cao đời sống con người. Tại Việt Nam hiện có khoảng gần 1 triệu doanh nghiệp vừa và nhỏ, tạo ra gần 60% việc làm mới, đóng góp khoảng 40% GDP và 29,3% cho ngân sách nhà nước (VCCI, 2020). Nhận thức tầm quan trọng của khởi nghiệp, nhiều trường đại học đã đưa giáo dục khởi nghiệp vào chương trình, thậm chí xây dựng thành chuyên ngành đào tạo. Tuy nhiên, tại Hà Nội, trung tâm kinh tế văn hóa của cả nước, số lượng và tỷ lệ sinh viên sau tốt nghiệp khởi nghiệp còn rất thấp, ngay cả với sinh viên khối ngành kinh tế. Điều này cho thấy tầm quan trọng của việc thúc đẩy và tạo động cơ mạnh cho hoạt động khởi nghiệp của sinh viên.

Hành trình khởi nghiệp không chỉ đơn giản là việc thành lập doanh nghiệp mới mà cần được nhìn nhận trong cả một quá trình từ ý định đến hành động (Hisrich & cộng sự, 2013). Một vài nhà nghiên cứu trên thế giới như Usman & Yennita (2019), Kautonen, van Gelderen & Tornikoski (2013) đã chỉ ra rằng thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Thế nhưng tính đến nay, có rất ít những nghiên cứu đi sâu nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng ý định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam, đặc biệt là sinh viên khối ngành kinh tế tại Hà Nội. Đây chính là lý do để nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu này. Dưới lăng kính lý thuyết hành vi hoạch định, nghiên cứu bàn giấy và mô hình SWOT, bài nghiên cứu hướng tới mục tiêu tìm hiểu những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức với tuổi trẻ khởi nghiệp trên cơ sở lý thuyết hành vi có kế hoạch. Từ đó đưa ra những lời khuyên hữu ích giúp các bạn sinh viên có cái nhìn rõ hơn về bức tranh khởi nghiệp hiện tại và sẵn sàng hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh của mình.

Mở đầu nghiên cứu là cơ sở lý thuyết và cái nhìn chung về những nghiên cứu đã thực hiện, sau đó là phương pháp và kết quả nghiên cứu. Bài viết cũng đưa ra một số đề xuất thực tiễn dành cho từng đối tượng: sinh viên, nhà trường và nhà nước trong việc nâng cao nhận thức, thái độ của sinh viên khi khởi nghiệp trên ghế nhà trường.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu đã thực hiện

2.1. Cơ sở lý thuyết

Trong nghiên cứu này, lý thuyết hành vi hoạch định (Theory of Planned Behavior) của Ajzen (1991) được áp dụng để tìm hiểu điểm mạnh, điểm yếu cũng như những thuận lợi và khó khăn trong việc sinh viên khởi nghiệp. Lý thuyết này bao gồm ba yếu tố: thái độ cá nhân, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức.

Thái độ cá nhân (Personal attitude): nói lên sự đánh giá của cá nhân đối với việc khởi nghiệp. Việc này bao gồm cảm xúc đối với việc khởi nghiệp (có thích hay không) và xem xét việc khởi nghiệp có khả thi hay không.

Chuẩn mực chủ quan (Subjective norms): là áp lực xã hội một người nhận thức để thực hiện hay không thực hiện việc khởi nghiệp (“người tham khảo”). Nói cách khác, chuẩn mực chủ quan nói về việc một người nghĩ người khác có ủng hộ việc họ khởi nghiệp không.

Kiểm soát hành vi nhận thức (Perceived behavioural control): đề cập đến mức độ dễ dàng hoặc khó khăn trong việc thực hiện hành vi khởi nghiệp. Yếu tố này phản ánh kinh nghiệm trong quá khứ cũng như việc dự đoán những trở ngại phía trước.

Dựa trên lý thuyết hành vi hoạch định của Ajzen, nhiều nghiên cứu trên thế giới đã được thực hiện với mục đích tìm hiểu động lực thúc đẩy sinh viên khởi nghiệp. Usman & Yennita (2019) chỉ ra rằng thái độ, chuẩn mực chủ quan và nhận thức đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Kautonen, van Gelderen & Tornikoski (2013) trước đó cũng đưa ra kết luận như vậy và nhấn mạnh vai trò của thái độ và nhận thức về tính khả thi đối với hành động khởi nghiệp.

Bên cạnh đó, giáo dục khởi nghiệp và sự trợ giúp của chính phủ cũng là những động lực thúc đẩy hành động khởi nghiệp ở sinh viên (Teixeira, Casteleiro, Rodrigues & Guerra, 2018). Cụ thể, Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo (2018) và Sánchez (2013) cung cấp bằng chứng cho mối quan hệ trực tiếp giữa giáo dục với dự định và hành động khởi nghiệp. Kết quả nghiên cứu của van Gelderen và cộng sự (2008), Kilonzo & Nyambegera (2014) nhấn mạnh tầm quan trọng của vốn và tài chính với việc khởi nghiệp.

2.2. Thực trạng hoạt động khởi nghiệp tại Việt Nam và các nghiên cứu đã thực hiện

2.2.1. Thực trạng hoạt động khởi nghiệp ở Việt Nam

Việc hội nhập quốc tế sâu rộng trong những năm gần đây đã thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam phát triển mạnh mẽ, giúp Việt Nam trở thành “một trong những quốc gia năng động nhất Đông Á Thái Bình Dương” (World Bank).

StartupBlink, một tổ chức nghiên cứu về hệ sinh thái khởi nghiệp, đánh giá môi trường khởi nghiệp của Việt Nam đứng thứ 59 trên tổng số 100 đất nước nghiên cứu vào 2020, tăng 13 bậc so với năm trước. Lượng vốn đầu tư mạo hiểm tại Việt Nam cũng tăng 5% so với năm 2018, chiếm 17% tổng số vốn đầu tư trong khu vực.

Cùng với đó, theo kết quả báo cáo giai đoạn 2017/2018 của Nghiên cứu Khởi nghiệp toàn cầu (GEM), tỷ lệ người tham gia vào giai đoạn khởi sự kinh doanh cao nhất là nằm trong nhóm tuổi 25-34, chiếm hơn 30%, tiếp đến là ở nhóm tuổi từ 18-24 với 22%. Điều này cho thấy tỉ lệ thanh niên tham gia vào giai đoạn khởi sự kinh doanh chiếm tỉ lệ cao (hơn 50%) cho thấy tầm quan trọng của sinh viên khởi nghiệp.

Tuy Việt Nam là một trong những nước đứng đầu Đông Nam Á về tinh thần khởi nghiệp, theo đánh giá của Cơ quan Thương mại và Đầu tư của Chính phủ Australia, nước ta cũng nằm trong số 20 quốc gia có khả năng thực hiện các kế hoạch kinh doanh thấp nhất với chỉ khoảng 3% kế hoạch thành công. Vì vậy, đối tượng thanh niên cần được khuyến khích khởi nghiệp và quan tâm hơn nữa nhằm tăng tỷ lệ khởi nghiệp thành công.

2.2.2. Các nghiên cứu đã thực hiện tại Việt Nam

Trong bối cảnh đó, những năm gần đây đã có nhiều nghiên cứu về ý định khởi nghiệp của sinh viên. Nguyễn (2017), Luc (2018) và Doanh và Bernat (2019) đều thấy tính ứng dụng thực tế của lý thuyết hành vi hoạch định đối với bối cảnh kinh tế Việt Nam.

Bên cạnh nền lý thuyết hành vi hoạch định, hỗ trợ từ giáo dục cũng là yếu tố quan trọng không kém (Nguyễn, 2019). Ngoài ra, Nguyễn và cộng sự (2019) thấy vai trò của môi trường và chính sách của Nhà nước trong việc thúc đẩy sinh viên khởi nghiệp. Mai và Nguyễn (2016) nhấn mạnh vấn đề về vốn cũng như tính thực tiễn trong giáo dục và Nguyễn (2018) cho thấy kinh nghiệm kinh doanh trước đó cũng thúc đẩy hành động khởi nghiệp của sinh viên sau này.

Việc áp dụng lý thuyết về hành vi hoạch định vào việc tìm hiểu những động lực cho mong muốn khởi nghiệp của sinh viên khá là phổ biến. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu chỉ ra những thuận lợi, thách thức cho sinh viên. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm góp phần giúp sinh viên có một cái nhìn toàn diện hơn về những điểm mạnh, điểm yếu cũng như cơ hội và thách thức để có sự chuẩn bị đầy đủ nhất cho việc khởi nghiệp.

Thông qua lý thuyết về hành vi hoạch định, có thể thấy thái độ, mức độ ủng hộ của xã hội và nhận thức về tính khả thi đều có thể tạo thành điểm mạnh hoặc điểm yếu cho sinh viên trong việc khởi tạo kinh doanh, tùy vào những yếu tố đẩy có tích cực hay không. Các tác động bên ngoài như chính sách trợ giúp của nhà nước, các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp và môi trường giáo dục cũng có đóng góp không nhỏ trong việc cung cấp đầy đủ kiến thức và tạo cơ hội cho sinh viên. Bên cạnh những cơ hội, sinh viên cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn, đặc biệt là về vốn và vị thế cạnh tranh, nhất là trong bối cảnh Việt Nam hội nhập sâu rộng hiện nay (Trần, 2016).

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu khoa học, có hai loại phương pháp nghiên cứu là phương pháp nghiên cứu định lượng và định tính. Trong khi phương pháp định lượng được cho là tiết lộ thông tin ít hơn và chỉ ra những dữ liệu trên bề mặt (Snider, 2010), phương pháp định tính được ưa chuộng hơn khi mục tiêu của bài viết là để giải thích chi tiết những yếu tố bên trong dữ liệu mà mình thu được, giúp cung cấp cái nhìn sâu về vấn đề (Meyer, Bernier, 2010). Do vậy, bài nghiên cứu này sử dụng phương pháp định tính để tìm hiểu về nhận thức của sinh viên về điểm mạnh, điểm yếu bản thân, cũng như cơ hội và thách thức đối với ý định khởi nghiệp.

Dữ liệu sử dụng là dữ liệu thứ cấp và sơ cấp. Dữ liệu thứ cấp được thu thập bằng phương pháp nghiên cứu tại bàn, yêu cầu người nghiên cứu xem xét các tài liệu có sẵn liên quan đến chủ đề nghiên cứu (Meyer, Bernier, 2010). Những dữ liệu trong đây là từ các bài nghiên cứu được đăng trong tạp chí uy tín, phát hành trong vòng 5 năm trở lại.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập qua phỏng vấn cá nhân. Mười bạn sinh viên năm ba đến từ các trường đại học kinh tế, kinh doanh trên địa bàn Hà Nội đã được chọn phỏng vấn thông qua hình thức gọi điện thoại hoặc nhắn tin. Thời gian phỏng vấn trong 3 ngày, từ 31/05/2021 đến 02/06/2021. Cả mười bạn đều được phỏng vấn bằng tiếng Việt về mục tiêu, động lực thúc đẩy, điểm mạnh, điểm yếu của bản thân, cơ hội và thách thức của việc khởi nghiệp. Bộ câu hỏi được điều chỉnh từ Lorz (2011), Linan & Chen (2009) và Malenbana (2013). Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài từ 45 phút đến 60 phút và đều được ghi âm hoặc lưu lại dưới dạng tin nhắn.

Sau khi thu thập đầy đủ thông tin, nghiên cứu áp dụng mô hình SWOT, viết tắt của điểm mạnh (strength), điểm yếu (weakness), cơ hội (opportunity) và thách thức (threat). Mô hình này được giới thiệu bởi Learned và cộng sự (1969) để tìm hiểu những yếu tố bên trong của chủ thể trên nền các yếu tố tác động từ bên ngoài. Mặc dù mô hình ngắn gọn và đơn giản, nhưng tính ứng dụng của nó để phân tích những trường hợp phức tạp thì được coi trọng rộng rãi. Bài nghiên cứu này sẽ sử dụng mô hình SWOT để khai thác những điểm mạnh của sinh viên, cải thiện những điểm yếu của

sinh viên đại học Việt Nam để giúp họ tận dụng cơ hội và vượt qua thách thức trong môi trường khởi nghiệp cạnh tranh.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Những điểm mạnh của sinh viên trong việc khởi nghiệp

Về thái độ đối với khởi nghiệp, cả 10 sinh viên bày tỏ mục tiêu trở thành chủ doanh nhân cho công ty của riêng mình và nếu có cơ hội và đủ nguồn lực thì phần lớn sẽ muốn khởi nghiệp. Động lực thúc đẩy ý định khởi nghiệp của từng sinh viên cũng đa dạng. Trong số đó, tài chính được coi là động lực lớn nhất đối với hầu hết các sinh viên. “Tôi muốn làm chủ về tài chính, không phải xin tiền bố mẹ” (Huyền Trang, FTU). Động lực lớn thứ hai là muốn giành quyền tự chủ. “Tài chính, tự làm chủ, ko bị đè ép, chia bè phái, thị phi” (Linh Trang, NEU). Ngoài ra, một vài sinh viên coi khởi nghiệp là một cách để sống với đam mê, sở thích của mình. Phương và Lan Anh yêu thích nghệ thuật và sắc đẹp nên muốn tự mở kinh doanh trong lĩnh vực thời trang bán lẻ và mỹ phẩm. Trong khi đó, Thịnh và Vân muốn tạo nên những giá trị của bản thân gắn liền với giá trị xã hội.

Về yếu tố chuẩn mực chủ quan, những người tham gia phỏng vấn đều có nhận thức tốt về độ khả thi của khởi nghiệp nhờ có sự hỗ trợ từ gia đình, bạn bè và thầy cô. Đa số sinh viên có bố mẹ đang làm kinh doanh nên họ có tư duy làm chủ từ nhỏ. Đối với một số bạn không sinh ra trong gia đình làm kinh doanh hay bố mẹ không ủng hộ thì bạn bè từ trường đại học và nơi làm việc có tầm ảnh hưởng quan trọng. “Minh quyết định mở bán dụng cụ thể hình là nhờ có sự động viên từ bạn bè trong Câu lạc bộ. Bố mẹ mình không tham gia nhiều trong việc kinh doanh của mình” (Mai Anh, FTU). Ngoài ra, thầy cô giáo cũng là những người quan trọng, truyền cảm hứng tới sinh viên. “Thầy giáo tôi, mặc dù trình độ học vấn không bằng giáo sư, tiến sĩ, nhưng thầy dày dặn kinh nghiệm, nên tôi rất ngưỡng mộ và học được nhiều từ Thầy” (Lộc, FTU-Meiho).

Về kiểm soát hành vi nhận thức, các sinh viên được phỏng vấn nhận thấy rằng họ có điểm mạnh với một số những kỹ năng mềm nhất định mà họ cho rằng là quan trọng trong khởi nghiệp, ví dụ như kỹ năng giao tiếp, hiểu tâm lý người khác, đàm phán thương lượng, lên kế hoạch chiến lược, đặt mục tiêu và quản lý công việc. Các sinh viên cũng tự cho rằng mình có thái độ tích cực, sự nhiệt tình, sự kiên trì và tính quyết tâm, phù hợp với việc khởi nghiệp.

4.2. Điểm yếu của sinh viên trong việc khởi nghiệp

Trong cuộc phỏng vấn, 1/10 đối tượng phỏng vấn (Vân) coi việc khởi nghiệp “rủi ro cao”. Do vậy không sẵn sàng làm tất cả để khởi nghiệp và khi có đầy cơ hội và đủ nguồn lực, chưa muốn khởi nghiệp.

Ngoài ra, đa số cảm thấy chưa sẵn sàng và thiếu tự tin về khả năng khởi nghiệp và thành công của mình. Đây là những biểu hiện của điểm yếu trong kiểm soát hành vi nhận thức, làm giảm mong muốn khởi nghiệp. Sau khi ra trường, họ muốn đi làm tại các công ty trước để học hỏi, trau dồi các kỹ năng, kiến thức, lấy vốn và tạo mối quan hệ cần thiết cho khởi nghiệp trong tương lai. “Mình muốn đi làm thuê lấy vốn và kinh nghiệm mở kinh doanh” (Phương, FTU), “Cần phải học tác phong chuyên nghiệp, làm việc nhóm, cách tiếp khách chuyên nghiệp, và cải thiện mindset làm việc” (Lộc, FTU-Meiho).

4.3. Cơ hội cho sinh viên khởi nghiệp

Có nhiều cơ hội giúp sinh viên nâng cao thái độ tích cực với khởi nghiệp khi *chính phủ Việt Nam có những chính sách khuyến khích* thúc đẩy tinh thần “quốc gia khởi nghiệp”. Đó là Đề án

“Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” hay cuộc thi tìm kiếm tài năng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia TECHFEST.

Những chính sách này cũng tạo nên cơ hội phát triển chuẩn mực chủ quan. Ngoài ra, các chỉ số năng động của thị trường nội địa và văn hóa và chuẩn mực xã hội (GEM, 2017) cũng ảnh hưởng tích cực đến yếu tố này. Chỉ số năng động cho thấy *thị trường nội địa của Việt Nam được đánh giá là có tiềm năng phát triển* so với các nước trong khu vực. Trong khi đó, văn hoá và chuẩn mực xã hội nói lên *xã hội Việt Nam có thái độ khá tích cực với việc khởi nghiệp*. Các sinh viên được phỏng vấn hầu hết cũng nhận được sự đồng thuận từ những người xung quanh. Sự ủng hộ mạnh mẽ này là tiền đề cho việc mở rộng các cơ hội khởi nghiệp của sinh viên.

Về kiểm soát hành vi nhận thức, trong những năm gần đây, Việt Nam đã nắm giữ những vai trò quan trọng hơn trong các tổ chức trên thế giới, trở thành Chủ tịch ASEAN năm 2020 và gần đây nhất là Chủ tịch Hội đồng Bảo an Liên Hợp Quốc trong tháng 4, 2021. Việc này đã mang đến cho Việt Nam nhiều nhà đầu tư uy tín từ nước ngoài, tạo cơ hội cho *cơ sở hạ tầng phát triển và nâng cao chất lượng phục vụ cho hoạt động khởi nghiệp*. Không chỉ vậy, những hiệp định thương mại mới như TPP và EVFTA còn tạo *cơ hội học hỏi, hợp tác với các công ty nước ngoài*. Những điều này giúp sinh viên nhận được *nhiều sự trợ giúp về vốn và các nguồn lực khác*, phát triển về kiểm soát hành vi nhận thức.

4.4. Thách thức đối với sinh viên khởi nghiệp

Tuy nhiên, để có thể khởi nghiệp, sinh viên cũng phải đối mặt với không ít thách thức khi đang ở độ tuổi còn ở giảng đường đại học.

Thứ nhất, mặc dù thái độ tích cực với khởi nghiệp và mong muốn làm chủ doanh nghiệp trong tương lai, khi được phỏng vấn, các bạn sinh viên không quên đề cập đến *sự kiên trì, bền bỉ, phấn đấu đến cùng cũng là một thách thức*. Các bạn nhận ra để điều hành doanh nghiệp cần phải có thần kinh thép, độ nhanh nhạy và tư duy hướng đến giải pháp. “*Mình cần học thêm kiến thức về vận hành để công ty có được lợi nhuận cao, học cách quản lý tài chính chặt chẽ, rèn luyện tâm lý chấp nhận rủi ro.*” (Thịnh, FTU).

Thứ hai, về chuẩn mực chủ quan, nhiều nhà đầu tư chưa có cái nhìn thiện cảm và đủ niềm tin để quyết định đầu tư cho sinh viên; tạo nên khó khăn về mặt *tài chính, thiếu vốn kinh doanh và tiếp cận các nguồn đầu tư*. “*Khó khăn về khoản vay vốn mình nghĩ là nhiều nhất vì không phải ai cũng dễ dàng giao tiền cho sinh viên*” (Trang, FTU).

Thứ ba là mức độ kiểm soát hành vi nhận thức thấp, nghĩa là các bạn *thiếu kinh nghiệm* để giải quyết các tình huống kinh doanh cũng như dự đoán những trở ngại phía trước. Các bạn sinh viên sẽ phải xây dựng dự án từ đầu, khó khăn nhất trong khâu lên ý tưởng và đánh giá được tính khả thi của ý tưởng để có thể bắt đầu thực hiện. Bên cạnh đó, các bạn sinh viên cần tìm những người cộng sự, người đồng hành tốt, đúng thời điểm. Hơn nữa, “*cạnh tranh*” là thách thức chúng ta cần đề cập đến. Với mỗi startup, khi đưa sản phẩm ra thị trường, hầu hết sẽ gặp phải khó khăn cạnh tranh với sản phẩm của cả đối thủ trong nước và các đối thủ mạnh ở nước ngoài.

5. Một số gợi ý và đề xuất

5.1. Đối với sinh viên

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng sinh viên kinh tế có thái độ rất tích cực với việc khởi nghiệp và hầu hết có dự định khởi nghiệp sau này. Tuy nhiên, bên cạnh những điểm mạnh về tính cách, sinh viên còn cần cải thiện nhiều về kỹ năng và kỹ năng phù hợp để khởi nghiệp thành công. Sinh

viên có thể trau dồi kiến thức của bản thân bằng việc *học các khoá học về kinh doanh và kinh tế* ở trên trường và chủ động *tham gia các khoá học online* từ những trường đại học hàng đầu qua Coursera hay EdX. Ngoài ra, *tích cực tham gia các hoạt động kinh doanh*. Từ đó, sinh viên có thể học hỏi và rút ra bài học để nâng cao kiểm soát hành vi nhận thức.

Bên cạnh đó, *việc tham gia các câu lạc bộ và các tập thể ủng hộ ý tưởng khởi nghiệp* cũng là một cách để sinh viên nâng cao chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức. Ở hầu hết các trường đại học, đặc biệt là các trường kinh tế, đều có câu lạc bộ về khởi nghiệp như Tomorrow Entrepreneurs Club của Đại học Ngoại Thương hay Dynamic Club của Đại học Kinh tế Quốc Dân.

Việc chủ động học hỏi, tích cực tham gia vào các hoạt động kể trên không chỉ giúp sinh viên có thái độ tích cực với khởi nghiệp mà còn tăng nhận thức về tính khả thi và sự ủng hộ của xã hội; từ đó thúc đẩy mạnh mẽ dự định và hoạt động khởi nghiệp.

5.2. Đối với các trường đại học

Bên cạnh bản thân sinh viên, các trường đại học có tác động tích cực đến cả ba yếu tố thái độ tích cực, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức trong lý thuyết hành vi hoạch định qua một số thay đổi và hành động sau đây.

Thứ nhất, từ những nhận xét của sinh viên, *thay đổi các khoá đào tạo gắn thực tiễn*, đề cao tinh thần làm chủ, thúc đẩy văn hóa khởi nghiệp là việc cần thiết. Các trường đại học nên mời chuyên gia về trao đổi hoặc mời những chủ doanh nghiệp về giảng dạy để sinh viên có cái nhìn thực tế về môi trường kinh doanh, thay đổi thái độ và tăng nhận thức về tính khả thi với khởi nghiệp.

Thứ hai, *giảng dạy bằng việc phân tích dự án, chiến dịch hoặc công ty (case study)* là một cách hiệu quả để tăng tính thực tiễn cho bài học. Đây là cách dạy chủ yếu của các trường đại học nổi tiếng tại Mỹ bao gồm Harvard hay MIT. Qua phương pháp dạy này, sinh viên có thể nâng cao tư duy phân tích và đề xuất giải pháp, cũng như học cách áp dụng được lý thuyết vào thực tế kinh doanh.

Thứ ba, không chỉ nâng cao tính thực tiễn trong giảng dạy, các trường đại học còn nên *hình thành những trung tâm hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp, các câu lạc bộ khởi nghiệp* đảm bảo về kênh thông tin cung cấp các tài liệu về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Các sinh viên được phỏng vấn đều ghi nhận việc học hỏi và truyền cảm hứng từ các câu lạc bộ. Ở Học viện Tài chính, “Trung tâm đổi mới sáng tạo và Hỗ trợ khởi nghiệp HVTC” được thành lập cung cấp các khoá học miễn phí và liên kết với các doanh nghiệp để đào tạo các kỹ năng cần thiết cho việc khởi nghiệp.

Thứ tư, *cần xây dựng mối quan hệ chặt chẽ với các doanh nghiệp, các tổ chức quốc tế, các quỹ hỗ trợ nghiên cứu khởi nghiệp*. Hệ thống giáo dục của các quốc gia phát triển trên thế giới đều cho thấy mối liên kết giữa các trường đại học với các công ty và tập đoàn lớn. Việc liên kết không chỉ giải quyết vấn đề về tính thực tiễn trong giáo dục mà còn giúp sinh viên phát triển kiểm soát hành vi nhận thức.

5.3. Đối với nhà nước

Kết quả phỏng vấn cho thấy phần lớn các bạn sinh viên chưa quan tâm và chưa nhận thức rõ tầm quan trọng của nhà nước trong việc hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp. Do vậy, nghiên cứu đề xuất chính phủ cần *tăng cường thông tin truyền thông* các chính sách như đề án 844, đề án 1665, chương trình OCOP - mỗi xã phường một sản phẩm... qua các trường đại học và các phương tiện đại chúng

gần gũi với sinh viên. Bằng việc làm này, chính phủ có thể góp phần tăng thái độ tích cực về khởi nghiệp của sinh viên, từ đó gia tăng ý định khởi nghiệp trong thế hệ trẻ.

Ngoài ra, vấn đề khác mà nhiều bạn sinh viên gặp phải khi được hỏi về chế độ cấp vốn là tâm lý e ngại lãi suất cao và thủ tục pháp lý tốn nhiều thời gian, mối lo sợ nguồn vốn cạnh tranh cao và không thể tiếp cận được nếu không có các mối quan hệ sẵn có. Về vấn đề này, nhóm nghiên cứu đề xuất chính phủ *giảm bớt thủ tục pháp lý, hỗ trợ sinh viên đăng ký thành lập doanh nghiệp, tinh gọn các bước và phổ biến, hướng dẫn chi tiết kiến thức luật doanh nghiệp* tới các bạn sinh viên. Hơn nữa, cần *đảm bảo công bằng, minh bạch, cộng đồng giám sát với các gói hỗ trợ tài chính*, giúp sinh viên nâng cao kiểm soát hành vi nhận thức.

Nhóm nghiên cứu cũng ghi nhận các bạn sinh viên mong muốn nhà nước *tăng cường vai trò xúc tiến thương mại, hỗ trợ lưu thông hàng hóa*, tổ chức các hội chợ khởi nghiệp để các sản phẩm mới tiếp cận đến nhiều khách hàng. Như vậy, xét về yếu tố chuẩn mực chủ quan, xã hội sẽ có cái nhìn thiện cảm hơn với sản phẩm sản xuất bởi startup sinh viên để đón nhận sản phẩm của họ tích cực hơn.

Cuối cùng, đảm bảo *ổn định và phát triển kinh tế*, nhất là trong giai đoạn dịch bệnh Covid 19. Bài viết đề xuất sự phản ứng nhanh chóng, kịp thời của chính phủ trong việc kiểm soát dịch bệnh, đảm bảo thực hiện mục tiêu chống dịch nhưng không cấm đoán các hoạt động kinh tế. Với sự quan tâm từ Chính phủ cũng như Trung Ương Đoàn, các bạn sinh viên sẽ có động lực, nhiệt huyết để quyết tâm thực hiện dự án kinh doanh của mình.

6. Kết luận

Mặc dù trước đây đã có nhiều nghiên cứu định lượng áp dụng lý thuyết hành vi hoạch định kết luận thái độ cá nhân, mức độ ủng hộ của xã hội và nhận thức về tính khả thi ảnh hưởng tỉ lệ thuận với ý định khởi nghiệp của sinh viên Việt Nam. Bài nghiên cứu không chỉ một lần nữa khẳng định kết quả trên mà còn sáng tạo áp dụng phương pháp định tính để phản ánh thực trạng, quan điểm và thái độ của các bạn sinh viên kinh tế trong vấn đề khởi nghiệp, cung cấp cái nhìn sâu hơn về vấn đề.

Trên góc độ lý thuyết hành vi hoạch định, áp dụng mô hình SWOT kết hợp với thu thập thông tin sơ cấp và thứ cấp, nhóm nghiên cứu chỉ ra những điểm mạnh của sinh viên trong khởi nghiệp. Đó là thái độ tích cực về vấn đề khởi nghiệp, động lực tự chủ về tài chính và sống với sở thích, thỏa mãn đam mê. Họ cũng nhận được sự ủng hộ tích cực từ bạn bè, gia đình, thầy cô. Điểm yếu là đa số cảm thấy chưa sẵn sàng và thiếu tự tin về khả năng khởi nghiệp và thành công của mình. Đây là những biểu hiện của điểm yếu trong kiểm soát hành vi nhận thức, làm giảm mong muốn khởi nghiệp. Nghiên cứu nhìn nhận sinh viên có nhiều cơ hội rất lớn như kinh tế nước nhà ổn định, nhà nước quan tâm tạo điều kiện, lợi ích từ việc hội nhập kinh tế đến từ các hiệp định tự do thương mại. Tuy nhiên cần kể đến các thách thức đối với sinh viên khi khởi nghiệp, đó là vốn, khó khăn tiếp cận nguồn đầu tư, sự non nớt thiếu kinh nghiệm và thiếu tâm lý chấp nhận rủi ro.

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất những giải pháp thực tế để tăng cường sự phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp trẻ ở Việt Nam. Với các bạn sinh viên cần chủ động học hỏi, biết nắm bắt cơ hội và tích cực tham gia các hoạt động kinh doanh, tham gia các câu lạc bộ để nâng cao chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức. Các trường đại học có tác động tích cực đến cả ba yếu tố trong lý thuyết hành vi hoạch định qua thay đổi giáo trình gắn với thực tiễn, xây dựng những trung tâm hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp, các câu lạc bộ khởi nghiệp sinh viên, và là cầu nối chặt chẽ với các doanh nghiệp, các tổ chức quốc tế. Bên cạnh đó, nhà nước đóng vai

trò quan trọng trong việc giảm bớt thủ tục pháp lý, hỗ trợ sinh viên đăng ký thành lập doanh nghiệp, xúc tiến thương mại và ổn định, phát triển kinh tế vĩ mô, tạo đà cho sinh viên khởi nghiệp.

Bài viết vẫn còn một vài điểm hạn chế. Đầu tiên đó là tính chất và quy mô của mẫu còn nhỏ, đối tượng nghiên cứu chưa đa dạng. Đối tượng phỏng vấn là 10 bạn sinh viên từ các trường Đại học Ngoại thương, Kinh tế quốc dân, Học viện tài chính,... Một số sinh viên được hỏi không hiểu rõ về kinh doanh, ảnh hưởng đến độ chính xác của các kết quả nghiên cứu. Những hạn chế này đưa ra những đề xuất cho hướng nghiên cứu trong tương lai. Đó là các nghiên cứu sau này sẽ thực hiện trên quy mô lớn hơn, nhiều đối tượng sinh viên ở các trường đại học ở trong và ngoài nước để có cái nhìn toàn diện trong tương quan so sánh.

Hơn hết, nghiên cứu này đóng góp vào các nghiên cứu hiện có về ý định kinh doanh của các công dân trẻ, đặc biệt là sinh viên Việt Nam. Với những đề xuất thực tiễn, nhóm tác giả hy vọng sẽ là nguồn tham khảo tin cậy cho các nhà hoạch định chính sách khi đưa ra các giải pháp thúc đẩy khởi nghiệp sinh viên và thúc đẩy tới các bạn sinh viên đang có ý định khởi nghiệp thông qua áp dụng tăng 3 yếu tố tác động đến tinh thần khởi nghiệp, đó là thái độ cá nhân, mức độ ủng hộ của xã hội và nhận thức về tính khả thi. Nếu bạn có ý tưởng kinh doanh, các bạn hãy cứ mạnh dạn bắt tay vào việc khởi nghiệp, giống như một câu nói của shark Lê Đăng Khoa “Muốn khởi nghiệp, hãy cứ dân thân, hãy cứ đam mê và hãy cứ liều một cách có tính toán”.

Tài liệu tham khảo

Ajzen, I. (1991), “The Theory of Planned Behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179 – 211.

Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2018), “Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education”, *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 24 No. 1, pp. 53 - 61.

Doanh, D. & Bernat, T. (2019), “Entrepreneurial self-efficacy and intention among vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior”, *Procedia Computer Science*, No. 159, pp. 2447 - 2460.

Global Entrepreneurship Monitor. (2019), *Báo cáo chỉ số khởi nghiệp 2017/2018*, Nhà xuất bản Thanh Niên.

Kautonen, T., van Gelderen, M. & Tornikoski, E. (2013), “Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour”, *Applied Economics*, Vol. 45 No. 6, pp. 697 - 707.

Kilonzo, P. & Nyambegera, S. (2014), “Determinants of entrepreneurial intention among university business students in Kenya: lessons from Kenyatta University”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 22 No. 2, p. 231.

Luc, P. (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*, Vol. 5 No. 1, pp. 63 - 72.

Learned, E.P., Christiansen, C.R., Andrews, K.E. & Guth, W.D. (1969), *Business Policy: Text and Cases*, Irwin, Homewood, IL.

Liñán, F. & Chen, Y. (2006), *Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample*. Documents de Treball, Universitat Autònoma de Barcelona, Departament d'Economia de l'Empresa. 7/06.

Lorz, M. (2011), *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention*, Ph.D. University of St. Gallen, Switzerland.

Malebana, M.J. (2013), *Entrepreneurial intent of final-year commerce students in the rural provinces of South Africa*, Doctoral dissertation, University of South Africa, Pretoria.

Meyer, E., & Bernier, I. (2010), *Standardizing or adapting the marketing mix across culture: a study case: Agatha*, Available at: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hh:diva-4932> (Accessed 1 Jun 2021).

Mai, N.K. & Nguyễn, H.A. (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*, Vol. 4 No. 2, pp. 104 - 111.

Nguyễn, A., Đỗ, T., Vũ, T., Đặng, K. & Nguyễn, H. (2019), “Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam”, *Children and Youth Services Review*, No. 99, pp. 186 - 193.

Nguyễn, C. (2018), “Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: why?”, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Vol. 8 No. 1.

Nguyễn, 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*, Vol. 6 No. 1.

Phan, V. (2020), “Overview of The National Program 844 to "Supporting the National Innovation Initiative to 2025" (ISEV)”, *Cổng thông tin khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia*, <http://startup.gov.vn/Pages/chi-tiet-tin-tuc.aspx?l=Tintucsukien&ItemID=288>, truy cập ngày 14/05/2021.

Sánchez, J. (2013), “The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention”, *Journal of Small Business Management*, Vol. 51 No. 3, pp. 447 - 465.

StartupBlink. (2021), *The Global Startup Ecosystem Index Report 2020*.

Suter, W.N. (2012), “Qualitative Data, Analysis, and Design”, *Introduction to Educational Research: A Critical Thinking Approach* (2nd ed.), Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. pp. 342-386.

Teixeira, S., Casteleiro, C., Rodrigues, R. & Guerra, M. (2018), “Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries”, *International Journal of Innovation Science*, Vol. 10 No. 1, pp. 22 - 42.

Trần, N. (2016), “Cơ hội và thách thức đối với hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam trong bối cảnh tăng cường hội nhập quốc tế”, *Journal of International Economics and Management*, Vol. 88 No. 88.

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*, Vol. 13 No. 6, pp. 538 - 559.

Usman, B. & Yennita. (2019), “Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey”, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Vol. 9 No. 1.

World Bank. (2021), “Tổng Quan về Việt Nam”, <https://www.worldbank.org/vi/country/vietnam/overview>, truy cập ngày 01/06/2021.