

# ẢNH HƯỞNG CỦA CÔNG NGHỆ 4.0 ĐẾN QUYẾT ĐỊNH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH ONLINE CỦA SINH VIÊN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

## EFFECTING OF INDUSTRY 4.0 TO DECIDE TO START DOING BUSINESS ONLINE OF UNIVERSITIES' STUDENTS IN HO CHI MINH CITY

*Nguyễn Thị Liễu Điền<sup>1</sup>, Nguyễn Xuân Trường<sup>1</sup>*

Ngày nhận bài: 05/11/2018    Ngày chấp nhận đăng: 23/11/2018    Ngày đăng: 05/4/2019

### **Tóm tắt**

Nghiên cứu này được tiến hành nhằm mục đích xem xét ảnh hưởng của công nghệ 4.0 đến quyết định kinh doanh online của sinh viên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Dựa trên lý thuyết về sự kiện khởi nghiệp kinh doanh (SEE), thuyết hành động hợp lý TRA, mô hình hành vi dự định TPB, mô hình chấp nhận công nghệ TAM, mô hình nghiên cứu của Krueger – Brazeal, mô hình nghiên cứu của Shapero – Sokol và các nghiên cứu trước đó liên quan đến đề tài để xác định mô hình nghiên cứu gồm 9 yếu tố. Phương pháp nghiên cứu hỗn hợp đã được áp dụng, trong đó nghiên cứu chính thức tiến hành với phương pháp khảo sát cắt ngang (cross-sectional) bằng bảng khảo sát (questionnaire). Phương pháp lấy mẫu thuận tiện đã được áp dụng. Kết quả thu được 503 bảng khảo sát hợp lệ của 503 đáp viên. Kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá (EFA), nhân tố xác định (CFA) và phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) bằng phần mềm ứng dụng SPSS 22 và AMOS 20. Kết quả cho thấy các yếu tố: Mong đợi khởi nghiệp kinh doanh online; Sự tự tin với kinh doanh online và Xu hướng công nghệ có ảnh hưởng đến Ý định kinh doanh online của sinh viên. Kết quả nghiên cứu cũng khẳng định rằng các yếu tố: Chuẩn chủ quan; Thông tin về kinh doanh online trên Internet; Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 và Trải nghiệm bản thân về công nghệ 4.0 có tác động cùng chiều đến Sự mong đợi khởi nghiệp kinh doanh online và yếu tố Sự tự tin khi kinh doanh online.

*Từ khóa:* Công nghệ 4.0, khởi nghiệp, kinh doanh online, quyết định kinh doanh.

JEL Classification Code: M31, M37, M39.

### **Abstract**

This study was conducted to examine the impact of technology 4.0 on the online business decision of students in Ho Chi Minh City. Based on the theory of entrepreneurial start-ups - SEE, Theory of Reasoned Action – TRA, Theory of Planned Behavior – TPB, Technology Acceptance Model – TAM, Research Model of Krueger-Brazeal, Research Model of Shapero-Sokol and previous



studies related to the topic, the team developed a proposed model of nine factors including the “Business Decision” factor. The study of 503 validated samples, using EFA, CFA, and SEM, indicated that the expectation factor for starting an online business, Confidence factor for online business and Technological Trends influence the Intent of Online Business of Students. In addition, the study also confirmed that Subjective norms, Information about online business on the Internet, Knowledge platform 4.0 technology, and the 4.0 Technology experience have a positive impact on Expectation factor and Confidence factor in Online Business.

*Key words:* Technology 4.0, startup, online business, business decision.

## 1. Giới thiệu

Khởi nghiệp kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế trên toàn thế giới. Cuộc cách mạng công nghệ lần thứ tư hay còn gọi là cuộc cách mạng 4.0 đã tạo nên sự thay đổi lớn. Các công nghệ được nhắc đến trong cuộc cách mạng 4.0 hiện nay không hề mới, nhưng những năm gần đây, đặc biệt trong năm 2017 các công nghệ này hội tụ với nhau và ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động marketing trên toàn thế giới, xu hướng marketing sẽ dịch chuyển từ truyền thống sang công nghệ số để kịp thích nghi với những thay đổi của hành vi khách hàng trong thời đại công nghệ số. Tác động dễ thấy nhất của cuộc cách mạng 4.0 chính là sự bùng nổ của mạng Internet, thương mại điện tử và cách thức tiếp thị của các doanh nghiệp, chính sự thay đổi này đã tạo nên nhiều cơ hội kinh doanh trên toàn thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng. Cách thức tiếp thị thời đại 4.0 chủ yếu được phát triển dựa trên nền tảng Internet, đây cũng là động lực để thúc đẩy các cá nhân, nhóm quyết định khởi nghiệp kinh doanh online.

Việt Nam là nước đứng đầu thế giới về các chỉ số về tinh thần khởi nghiệp và đứng thứ 2 về thái độ tích cực đối với khởi nghiệp là kết quả khảo sát của tập đoàn Amway kết hợp cùng đại học Technische Universität München và công ty Nghiên cứu thị trường Gf. Đó là về tinh

thần khởi nghiệp, nhưng theo báo cáo về chỉ số khởi nghiệp của Theo diễn đàn Khởi nghiệp Việt Nam 2015, cứ 100 người Việt Nam thì có 18 người có ý định khởi nghiệp nhưng chỉ có 2 trong số đó là người triển khai ý định khởi nghiệp trên thực tế. Các doanh nghiệp startup chủ yếu hoạt động theo hình thức kinh doanh online. Hình thức này bùng nổ trong 5 năm trở lại đây và trở thành xu hướng khởi nghiệp của giới trẻ. Khởi nghiệp kinh doanh đã có lịch sử lâu đời nên theo sau đó cũng đã có nhiều lý thuyết và mô hình nghiên cứu về vấn đề khởi nghiệp xuất hiện. Tuy vậy các nghiên cứu này chỉ dừng lại ở việc khai thác các yếu tố tác động đến ý định/mong muốn/quyết định kinh doanh online, nhưng chưa khai thác sâu vào những vấn đề đặt trong bối cảnh cùng cuộc cách mạng công nghệ lần thứ tư (hay còn gọi là cách mạng 4.0).

Trước thực tiễn nêu trên, đề tài nghiên cứu **“Ảnh hưởng của công nghệ 4.0 đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh”** được thực hiện nhằm đo lường ảnh hưởng của chúng đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh, từ đó làm cơ sở đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao tinh thần khởi nghiệp của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh.



## 2. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Khái niệm công nghiệp (công nghệ) 4.0

Cách mạng Công nghiệp 4.0 bắt đầu từ khái niệm “Industrie 4.0” trong một báo cáo của Chính phủ Đức năm 2013. “Industrie 4.0” kết nối các hệ thống nhúng và cơ sở sản xuất thông minh để tạo ra sự hội tụ kỹ thuật số giữa công nghiệp, kinh doanh, chức năng và quy trình bên trong. (Gartner, 2015).

Theo Klaus Schwab, cách mạng Công nghiệp 4.0 diễn ra trên 3 lĩnh vực gồm Công nghệ sinh học, Kỹ thuật số và Vật lý. Yếu tố cốt lõi của Kỹ thuật số trong cách mạng công nghiệp 4.0 sẽ là: Trí tuệ nhân tạo (AI); Vạn vật kết nối - Internet of Things (IoT) và Dữ liệu lớn (Big Data).

Trong nghiên cứu này, Công nghệ 4.0 được đề cập ở lĩnh vực kỹ thuật được ứng dụng trong kinh doanh online.

### 2.2. Khái niệm quyết định khởi nghiệp kinh doanh online

Theo Neil Blumenthal, đồng giám đốc điều hành của Warby Parky được trích dẫn trên tạp chí Forbes thì: “A startup is a company working to solve a problem where the solution is not obvious and success is not guaranteed.” (tạm dịch: Startup là một công ty hoạt động nhằm giải quyết một vấn đề mà giải pháp (đối với vấn đề đó) chưa rõ ràng và sự thành công không được đảm bảo).

Còn Eric Ries, tác giả cuốn sách “The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses” - một cuốn sách được coi là “cẩm nang gối đầu giường” của mọi công ty startup, thì: A startup is “A human institution designed to create new products and services under conditions of

extreme uncertainty” (tạm dịch: startup “là một định chế/tổ chức con người được thiết kế nhằm mục đích tạo ra những sản phẩm và dịch vụ mới trong các điều kiện cực kỳ không chắc chắn”).

Trong bài nghiên cứu này, khởi nghiệp được hiểu là một động từ biểu thị cho hoạt động bắt đầu của một doanh nghiệp, kinh doanh một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó.

**Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online:** là một chuỗi các bước thực hiện, bắt đầu từ việc đưa ra thông tin, phân tích và cụ thể là lựa chọn bắt đầu kinh doanh trên những nền tảng được phát triển trên mạng Internet.

### 2.3. Các lý thuyết nền tảng liên quan đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online

#### ❖ Các lý thuyết khoa học hành vi:

Thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reasoned Action) được xem là học thuyết tiên phong trong lĩnh vực nghiên cứu tâm lý hành vi (Olson&Zanna, 1993).

Theo học thuyết TRA của Ajzen & Fishben, ý định hành vi (Behavior Intention – BI) là yếu tố quan trọng nhất dự đoán hành vi. Ý định hành vi chịu ảnh hưởng bởi hai yếu tố: Thái độ cá nhân (Attitude Toward Behavior – AB) và Chuẩn chủ quan (Subjective Norm – SN). Đến năm 1991, Ajzen đề xuất Thuyết hành vi dự định – TPB (Theory of Planned Behavior) bằng cách bổ sung thêm các yếu tố “Nhận thức kiểm soát hành vi” vào mô hình gốc ban đầu để dự đoán hành vi của con người. Yếu tố “Nhận thức kiểm soát hành vi” là việc mà các nhân cảm thấy dễ dàng hay khó khăn để thực hiện hành động dựa trên các nguồn lực và cơ hội có sẵn. Lý thuyết hành động hợp lý TRA và lý thuyết hành vi dự định TPB được chứng minh khác nhau của các cá nhân (Sheppard&ctg, 1998).



#### ❖ *Mô hình chấp nhận công nghệ TAM*

*(Technology Acceptance Model):*

Trong nửa cuối thế kỉ 20, nhiều lý thuyết đã được hình thành và được kiểm nghiệm nhằm nghiên cứu sự chấp nhận công nghệ của người sử dụng. Năm 1986, Davis đã đề xuất mô hình chấp nhận công nghệ TAM (Technology Acceptance Model). Lý thuyết này được công nhận là công cụ hữu ích trong việc dự đoán thái độ của người sử dụng. Đặc biệt, TAM được công nhận rộng rãi là một mô hình đáng tin cậy và mạnh trong việc mô hình hóa việc chấp nhận IT của người sử dụng. Mô hình TAM bao gồm, nhận thức sự hữu ích là cấp độ mà một người tin rằng sử dụng một hệ thống đặc thù sẽ nâng cao kết quả thực hiện của họ (Davis 1989, tr320), nhận thức tính dễ sử dụng, là cấp độ mà một người tin rằng sử dụng một hệ thống đặc thù sẽ không cần nỗ lực (Davis 1989, tr320) và thái độ hướng đến việc sử dụng là cảm giác tích cực hay tiêu cực có tính ước lượng về việc thực hiện hành vi vì mục tiêu (Fishbein và zen 1975, tr 216). Định nghĩa này lấy từ thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reasoned Action).

#### **2.4. Các nghiên cứu đã thực hiện về ý định và quyết định khởi nghiệp kinh doanh online**

Nhìn chung, số lượng nghiên cứu về ý định và quyết định khởi nghiệp của sinh viên vẫn còn khá hạn chế. Một số nghiên cứu tiêu biểu về chủ đề này được trình bày ở bảng 1.

#### **2.5. Các yếu tố tác động đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online**

Dựa vào các đề tài nghiên cứu tham khảo và nhân tố tác động làm cơ sở để xây dựng các biến cho mô hình đề xuất, gồm:

(1) Chuẩn chủ quan, (2) Thông tin về kinh doanh online, (3) Mong đợi lợi ích từ kinh doanh online, (4) Xu hướng công nghệ, (5) Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0, (6) Trải nghiệm công nghệ 4.0, (7) Sự tự tin khi kinh doanh online, (8) Ý định kinh doanh. Trong đó, biến độc lập là các biến Chuẩn chủ quan, Thông tin về kinh doanh online trên Internet, Xu hướng công nghệ, Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0, Trải nghiệm công nghệ 4.0. Biến trung gian là: Mong đợi lợi ích từ kinh doanh online, Sự tự tin khi kinh doanh online, Ý định kinh doanh online. Biến phụ thuộc là Quyết định kinh doanh online.

**Bảng 1. Một số nghiên cứu về ý định khởi nghiệp kinh doanh và quyết định khởi nghiệp kinh doanh trong và ngoài nước**

STT	Phạm vi	Hướng tiếp cận	Các yếu tố ảnh hưởng được xác định	Nguồn tham khảo
1	Ngoài nước	Những yếu tố có thể lôi kéo thúc đẩy cá nhân đi đến ý định khởi nghiệp	(1) (1) Cảm nhận sự khao khát, (2) Xu hướng hành động, (3) Cảm nhận tính khả thi.	Shapero & Sokol (1982)
2		Tiềm năng để tạo ra một công ty mới	(2) (1) Sự khao khát, (2) Tính khả thi, (3) Xu hướng hành động.	Krueger & Brazeal (1994)
3		Ý định khởi nghiệp của sinh viên	(3) (1) Cảm nhận sự khát khao, (2) Cảm nhận tính khả thi, (3) Chuẩn mực xã hội.	Linan (2004)
4		Tác nhân khuyến khích ý định khởi nghiệp	(4) (1) Cảm nhận môi trường giáo dục đại học, (2) Điều kiện thị trường và tài chính, (3) Tính cách cá nhân.	Luthje & Franke (2004)
5		Mô hình TPB	(5) (1) Thái độ, (2) Chuẩn chủ quan, (3) Nhận thức kiểm soát hành vi.	See Kwong Goh & Manjit Singh Sandhu (2012)
6		Mô hình TPB& 2 yếu tố cảm xúc cha nhân (niềm tin, sự cam kết)	(6) (1) Thái độ, (2) Chuẩn chủ quan, (3) Nhận thức kiểm soát hành vi, (4) Niềm tin tình cảm, (5) Cam kết cảm xúc.	See Kwong Goh & Manjit Singh Sandhu (2013)
7	Trong nước	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trường Đại học Lao động – Xã hội	(7) (1) Chuẩn mực xã hội, (2) Cảm nhận sự khát khao, (3) Cảm nhận tính khả thi, (4) Cảm nhận môi trường giáo dục đại học, (5) Điều kiện thị trường và tài chính, (6) Tính cách cá nhân.	Hoàng Thị Thương (2014)
8		Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên khởi ngành quản trị kinh doanh tại các trường đại học/cao đẳng ở TPHCM	(8) (1) Thái độ và sự đam mê đối với khởi sự kinh doanh, (2) Nguồn vốn, (3) Sự sẵn sàng kinh doanh, (4) kinh nghiệm làm việc, (5) Chuẩn chủ quan, giáo dục.	Nguyễn Quốc Nghi, Lê Thị Diệu Hiền, Mai Võ Ngọc Thanh (2016)
9		Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên khoa kinh tế và quản trị kinh doanh trường đại học Cần Thơ	(9) (1) Thái độ và sự hiệu quả có ảnh hưởng nhiều nhất, (2) Giáo dục và thời cơ khởi nghiệp, (3) Nguồn vốn, (4) Quy chuẩn chủ quan, (5) Nhận thức kiểm soát hành vi.	Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên (2015)
10		Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên kinh tế đã tốt nghiệp trên địa bàn thành phố Cần Thơ	(10) (1) Sự ham muốn kinh doanh, (2) Khả năng tài chính, (3) Khả năng tự chủ, (4) Tính sáng tạo, (5) Tính bền bỉ, (5) Tự duy làm chủ, (6) Khuynh hướng chấp nhận rủi ro, (7) Tính tự tin, (8) Nhu cầu thành đạt, (9) Nền tảng gia đình, (10) Giáo dục, (11) Chính sách Chính phủ và địa phương.	Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên kinh tế đã tốt nghiệp trên địa bàn thành phố Cần Thơ (2015)



## 2.6. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

### Giả thuyết

#### ❖ *Chuẩn chủ quan*

Thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action – TRA) được phát hiện và nghiên cứu bởi Fishbein (1967), áp dụng cho các nghiên cứu về thái độ và hành vi. Trong thuyết này, ý định hành vi là yếu tố quyết định đến hành vi cuối cùng và ý định hành vi bị tác động bởi hai yếu tố là thái độ và chuẩn chủ quan. Chuẩn chủ quan là người khác cảm thấy như thế nào khi bạn thực hiện hành vi đó (gia đình, bạn bè,...). Thuyết hành vi kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) được Ajzen (1991) nghiên cứu, Đây là sự mở rộng của thuyết hành động hợp lý (TRA). Trong thuyết này, Ajzen đã ra thêm yếu tố kiểm soát hành vi nhận thức là lòng tin của cá nhân về khả năng thực hiện hành vi, dự định thực hiện hành vi chịu tác động bởi 3 yếu tố: Thái độ, Chuẩn chủ quan, Kiểm soát hành vi và nhận thức. Với những lập luận trên, giả thuyết được đề xuất như sau:

**Giả thuyết H1:** Chuẩn chủ quan có mối tương quan đồng biến với mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

#### ❖ *Thông tin về kinh doanh online trên Internet*

Thông tin về kinh doanh online trên Internet trong nghiên cứu này được hiểu như là những dữ kiện và tin tức, tri thức có liên quan, phục vụ cho hoạt động kinh doanh online được truyền và cập nhật trên Internet.

Biến Thông tin về kinh doanh online được phát triển dựa trên lý thuyết về mô hình TPB, ở biến kiểm soát hành vi cảm nhận tác động đến ý định.

Với những lập luận trên giả thuyết về thông tin khởi nghiệp kinh doanh được đề xuất như sau:

**Giả thuyết H2:** Thông tin về kinh doanh online có mối tương quan đồng biến đến mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên thành phố Hồ Chí Minh.

#### ❖ *Xu hướng công nghệ*

Yếu tố Xu hướng công nghệ ảnh hưởng đến ý định tham gia vào các hoạt động khởi nghiệp kinh doanh. Những yếu tố hoàn cảnh có thể hỗ trợ hoặc ngăn cản quá trình khởi sự kinh doanh. Tầm quan trọng của yếu tố bên ngoài trong các quyết định khởi nghiệp được nhấn mạnh trong các mô hình của Bird (1993), Martin(1984), và mô hình SEE của Shapero & Sokol (1982) đề xuất. Xu hướng công nghệ 4.0 được đề cập trong bài là những xu hướng công nghệ mới 4.0 xuất phát từ môi trường bên ngoài. Kết quả này cũng tương tự với nghiên cứu của Reynolds

– 1995, khi chứng minh rằng điều kiện môi trường, xu hướng của xã hội không chỉ là động lực giúp cá nhân khởi nghiệp kinh doanh, mà nó còn ảnh hưởng tích cực đến ý định cũng như quyết định khởi nghiệp của một người. Biến Xu hướng công nghệ 4.0 được phát triển dựa trên lý thuyết về mô hình TPB, ở biến kiểm soát hành vi cảm nhận tác động đến ý định. Với những lập luận trên 2 giả thuyết về xu hướng công nghệ được đề xuất như sau:

**Giả thuyết H3a:** Xu hướng công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến với sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh.

**Giả thuyết H3b:** Xu hướng công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến với ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh.

❖ *Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0*

Các nghiên cứu về yếu tố giáo dục được công bố là nghiên cứu của Schwarz & cs (2009) và Turker & Selcuk (2009) đánh giá yếu tố “môi trường giáo dục” là xem xét môi trường giáo dục nói chung có khuyến khích ý tưởng, sáng kiến khởi nghiệp của sinh viên hay không hoặc kiến thức, nội dung của môn học mang lại ý tưởng khởi nghiệp và kỹ năng cho sinh viên. Kết quả trong nghiên cứu mô hình của nhóm nghiên cứu Vương Thanh Tuyền (2017); Phan Anh Tú (2015) cũng khẳng định điều đó. Với những nghiên cứu trên giả thuyết được đề xuất về nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 như sau:

**Giả thuyết H4:** Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến đến sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online.

❖ *Trải nghiệm công nghệ 4.0*

Các hoạt động, công việc đã làm trước đây, đặc biệt các trải nghiệm liên quan đến kinh doanh và khởi nghiệp kinh doanh có thể tạo ra cho các cá nhân vốn xã hội – một tài sản vô hình của doanh nhân giúp cung cấp, hỗ trợ cần thiết khi khởi nghiệp nên tác động tích cực đến sự tự tin của cá nhân về tính khả thi khởi nghiệp (Greve, A., & Salaff, J.W, 2003). Điều này cũng được chứng minh qua nghiên cứu về tiềm năng khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học do Nguyễn Thu Thủy thực hiện, kinh nghiệm lãnh đạo và kinh nghiệm thương mại ảnh hưởng rất lớn đến sự tự tin về tính khả thi khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên.

Dựa trên các nghiên cứu trước về các trải nghiệm liên quan đến kinh doanh và khởi nghiệp kinh doanh có thể tạo ra cho các cá nhân vốn xã hội – một tài sản vô hình của doanh nhân giúp cung cấp, hỗ trợ cần thiết khi khởi nghiệp kinh doanh (Greve, A., & Salaff, J. W, 2003)

để phát triển thang đo. Nghiên cứu của Nguyễn Quốc Nghi, Lê Thị Diệu Hiền, Mai Võ Ngọc Thanh (2016) cũng đề cập đến yếu tố này. Từ các lập luận trên giả thuyết về trải nghiệm công nghệ 4.0 của bản thân được đề xuất như sau:

**Giả thuyết H5:** Trải nghiệm bản thân về công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến với sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online.

❖ *Mong đợi lợi ích từ khởi nghiệp kinh doanh online*

Yếu tố Mong đợi lợi ích từ kinh doanh online được tham khảo từ kết quả của nghiên cứu của Alderson và Martin (1965) và ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khoa kinh tế và quản trị kinh doanh Đại học Cần Thơ của nhóm nghiên cứu Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên (2015). Từ các lập luận trên giả thuyết về mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online được đề xuất:

**Giả thuyết H6:** Mong đợi lợi ích khi khởi nghiệp kinh doanh online có mối tương quan đồng biến với ý định khởi nghiệp kinh doanh online.

❖ *Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online*

Shapero cho rằng sự tự tin khởi nghiệp liên quan đến nhận thức của con người về khả năng, năng lực của mình khi quyết định khởi nghiệp và cũng tương tự khái niệm “nhận thức kiểm soát hành vi” của Ajzen – 1991. Bên cạnh đó, nó cũng phản ánh niềm tin về khả năng thành công khi khởi nghiệp (Krueger N. &., 1994). Nghiên cứu về ý định khởi nghiệp của sinh viên trường Đại học Công nghệ ở Malaysia (MTU) do Amran Rasli và Bernard Wong – 2008 cho thấy có mối tương quan giữa tính khả thi khi khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp của sinh viên trường này. Điều đó cũng được chứng minh qua

cuộc nghiên cứu ảnh hưởng của tính cách cá nhân đến tiềm năng khởi nghiệp của sinh viên do Bùi Huỳnh Tuấn Duy và cộng sự thực hiện năm 2011.

Shapero cho rằng sự tự tin khởi nghiệp liên quan đến nhận thức của con người về khả năng, năng lực của mình khi quyết định khởi nghiệp và cũng tương tự khái niệm “nhận thức kiểm soát hành vi” của Ajzen – 1991. Mô hình sự kiện khởi sự kinh doanh – SEE cho thấy có mối tương quan giữa tính khả thi khi khởi nghiệp với ý định khởi nghiệp của sinh viên và nghiên cứu tại Việt Nam của nhóm nghiên cứu Phan Anh Tú, Nguyễn Thanh Sơn (2015). Từ các lập luận trên giả thuyết về sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online được đề xuất như sau:

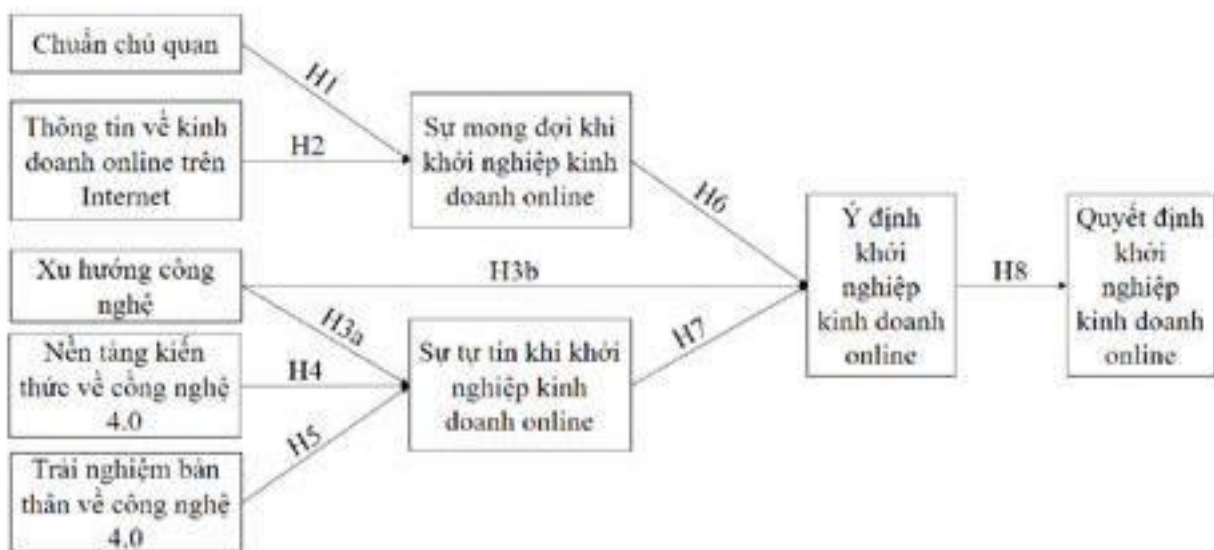
**Giả thuyết H7:** Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online có mối quan hệ tương quan đồng biến với ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh.

❖ *Ý định khởi nghiệp kinh doanh online*

Ý định khởi nghiệp là trạng thái của tâm trí để thúc đẩy sự sáng tạo kinh doanh hoặc liên doanh mới. Nghiên cứu về các yếu tố tác động

đến ý định có các thuyết hành động hợp lý (TRA), thuyết dự định hành vi (TPB), mô hình chấp nhận công nghệ (TAM). Gần đây nhất, có thêm một nghiên cứu của Kautomen 2015 đã xác nhận rằng, ý định khởi nghiệp dự đoán được hành vi trong hoạt động khởi nghiệp của con người. Trong đề tài này, ý định khởi nghiệp có thể được hiểu như là một dự định khám phá và phát triển những cơ hội kinh doanh để sản xuất ra những sản phẩm dịch vụ trong tương lai bằng việc thành lập một tổ chức kinh doanh/ công ty mới (Venkataraman, 1997). Trong nước các đề tài nghiên cứu về ý định có nghiên cứu: Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trường Đại học Lao động - Xã hội (2014) của Hoàng Thị Thương; Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên. Từ các lập luận trên giả thuyết về ý định khởi nghiệp kinh doanh online được đề xuất như sau:

**Giả thuyết H8:** Ý định khởi nghiệp kinh doanh online có mối quan hệ tương quan đồng biến với quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài được thực hiện bằng phương pháp hỗn hợp kết hợp giữa định tính và định lượng thông qua hai bước chính: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Từ mô hình đề xuất, áp dụng phương pháp hỗn hợp, thực hiện hai giai đoạn nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức để kiểm định mô hình và các giả thuyết.

Đề tài được thực hiện bằng phương pháp hỗn hợp kết hợp giữa định tính và định lượng thông qua hai bước chính: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Từ mô hình đề xuất, áp dụng phương pháp hỗn hợp, thực hiện hai giai đoạn nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức

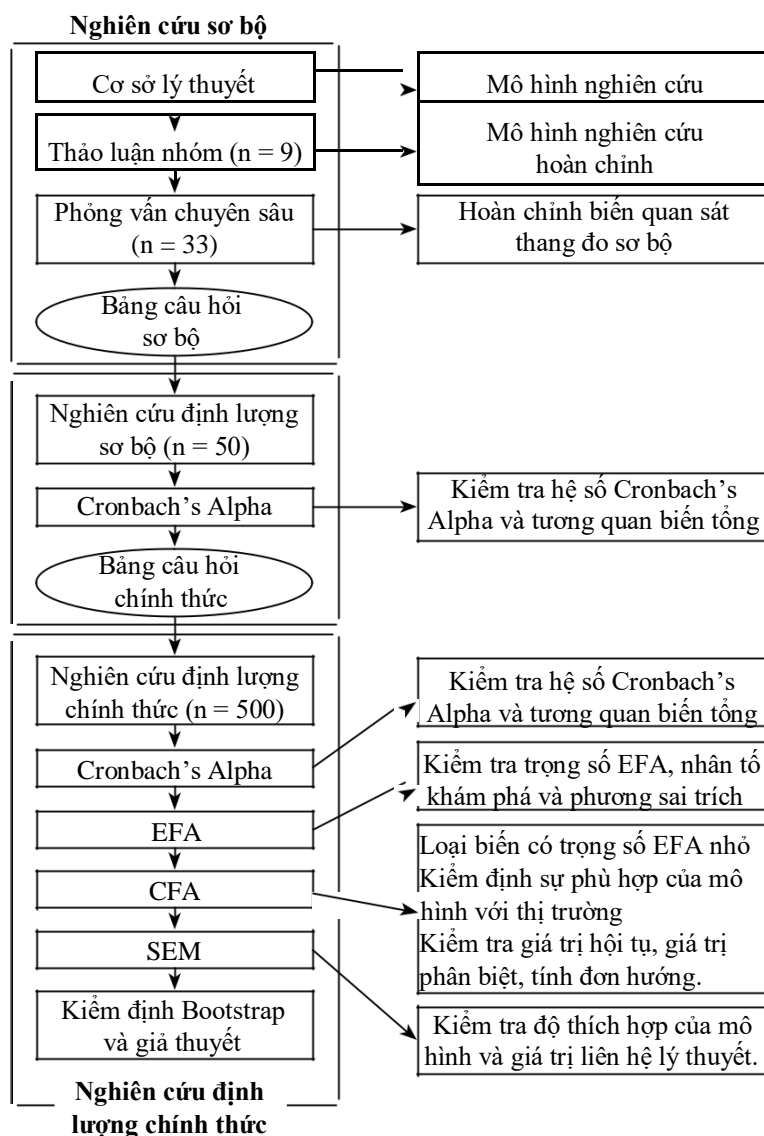
thức để kiểm định lại mô hình nghiên cứu và các giả thuyết trong mô hình.

#### 3.1. Quy trình nghiên cứu

##### 3.1.1. Nghiên cứu sơ bộ

##### ❖ Xây dựng thang đo

Thang đo được sử dụng cho 39 biến quan sát định lượng là thang đo Likert 5 điểm, thay đổi từ 1 là “Hoàn toàn không đồng ý” đến 5 là “Hoàn toàn đồng ý”, và bao gồm 10 thành phần sau đây: Chuẩn chủ quan (5 biến quan sát); Thông tin về kinh doanh online trên Internet (4 biến quan sát); Xu hướng công nghệ 4.0 (3 biến quan sát).



Hình 2. Sơ đồ quy trình nghiên cứu



Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 (4 biến quan sát); Trải nghiệm của bản thân về công nghệ 4.0 (5 biến quan sát); Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online (3 biến quan sát); Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online (4 biến quan sát); Ý định khởi nghiệp kinh doanh online (6 biến quan sát); và biến phụ thuộc Quyết định khởi nghiệp (5 câu hỏi).

#### ❖ *Nghiên cứu định tính*

Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng kỹ thuật thảo luận nhóm tập trung và phỏng vấn chuyên sâu.

#### ❖ *Nghiên cứu định lượng*

Nghiên cứu định lượng sơ bộ được tiến hành bằng phương pháp nghiên cứu cắt lát.

Dựa vào kết quả trả về nhờ kỹ thuật phân tích độ tin cậy Cronbach Alpha, không bỏ đi biến quan sát nào.

Thang đo chính thức được hình thành với 9 yếu tố và 39 biến quan sát.

#### 3.1.2. *Nghiên cứu định lượng chính thức*

Đề tài sử dụng hai phần mềm phân tích thống kê SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) và AMOS (Analysis of Moment Structures) để phân tích dữ liệu.

Tiến hành phân tích dữ liệu thực hiện qua các bước sau: (1) Chuẩn bị thông tin, thu nhận các bảng câu hỏi, tiến hành làm sạch thông tin, mã hóa các thông tin trong bảng trả lời, nhập liệu vào phần mềm SPSS; (2) Thực hiện nghiên cứu thống kê mô tả, tiến hành thống kê mô tả dữ liệu thu nhập được về các điều kiện nhân khẩu học và mức độ cảm nhận của các đối tượng khảo sát về các phát biểu; (3) Đánh giá độ tin cậy của thang đo, tiến hành đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha; (4) Thực hiện phân tích nhân tố khám phá, phân tích

các khái niệm đo lường bằng phân tích nhân tố khám phá EFA; (5) Kiểm định tính hội tụ, phân biệt, tính đơn nguyên và mức độ phù hợp của dữ liệu bằng phân tích nhân tố khẳng định CFA; (6) Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để kiểm định độ thích hợp của mô hình; (7) Phân tích cấu trúc đa nhóm giữa các nhóm.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. *Kiểm định độ tin cậy của thang đo*

Qua kết quả của kiểm định Cronbach's Alpha trên ta thấy 8 thang đo bao gồm đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3. Vì vậy, rút ra kết luận rằng các biến quan sát của thang đo đều đạt yêu cầu và không loại biến quan sát nào cả.

### 4.2. *Phân tích nhân tố khám phá EFA*

Phân tích EFA cho kết quả hệ số KMO = 0.882 nên dữ liệu phù hợp để phân tích EFA, kiểm định Barlett's đạt mức ý nghĩa là 0,000, vì vậy các biến quan sát có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể. Có 8 nhân tố được rút trích, giải thích được 71.884% sự biến thiên của dữ liệu. Các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.5. Kết luận được rằng thang đo được chấp nhận. Dữ liệu từ bảng Pattern Matrix được sử dụng. 8 nhân tố được rút trích đó là: Chuẩn chủ quan (CQ) được đo lường bởi các biến quan sát CQ1, CQ, CQ3, CQ4, CQ5. Thông tin về kinh doanh online trên Internet (TT) được đo lường bởi các biến quan sát TT1, TT2, TT3, TT4. Xu hướng công nghệ 4.0 (XH) được đo lường bởi các biến quan sát XH1, XH2, XH3. Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 (KT) đo lường bởi các biến quan sát KT1, KT2, KT3.

Trải nghiệm công nghệ 4.0 (TN) được đo lường bởi các biến quan sát TN1, TN2, TN3, TN4, TN5. Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online (MD) được đo lường bởi các biến



quan sát MD1, MD2, MD3. Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online (STT) được đo lường bởi các biến quan sát STT1, STT2, STT3, STT4. Ý định khởi nghiệp kinh doanh online (YD): YD1, YD3, YD4, YD5, YD6.

#### 4.3. Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Tiến hành kiểm định nhân tố khám phá (CFA) để kiểm định xem mô hình đo lường này có đạt được yêu cầu chưa. Kết quả CFA cho thấy rằng các giá trị đều thỏa điều kiện nên mô hình phù hợp với dữ liệu.

#### 4.4. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy mô hình có giá trị thống kê Chi-square là 1082.180 ( $p = 0,000$ ); Chi-square/df = 1.804; GFI = 0.895; CFI = 0.959; TLI = 0.963; RMSEA = 0.040. Theo Hair và cộng sự (2006) trong một số trường hợp  $0.8 < GFI < 0.9$  vẫn có thể chấp nhận khi phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, như vậy các chỉ tiêu đánh giá mức độ phù hợp với dữ liệu thị trường trong mức cho phép, có ý nghĩa thống kê vì P-value bé hơn 0,05.

Kết quả cho thấy các trọng số đều mang dấu dương, điều này có ý nghĩa như sau:

Chuẩn chủ quan có mối tương quan đồng biến với Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Thông tin về kinh doanh online có mối tương quan đồng biến với Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Xu hướng công nghệ 4.0 có mối quan hệ đồng biến với Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 có mối quan hệ đồng biến với Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Trải nghiệm công nghệ có mối tương quan đồng biến với Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online có mối tương quan đồng biến với Ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online có mối tương quan đồng biến với Ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh. Đây chính là nhân tố có tác động mạnh mẽ nhất đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh. (0.505)

Xu hướng công nghệ 4.0 có mối quan hệ đồng biến với Ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

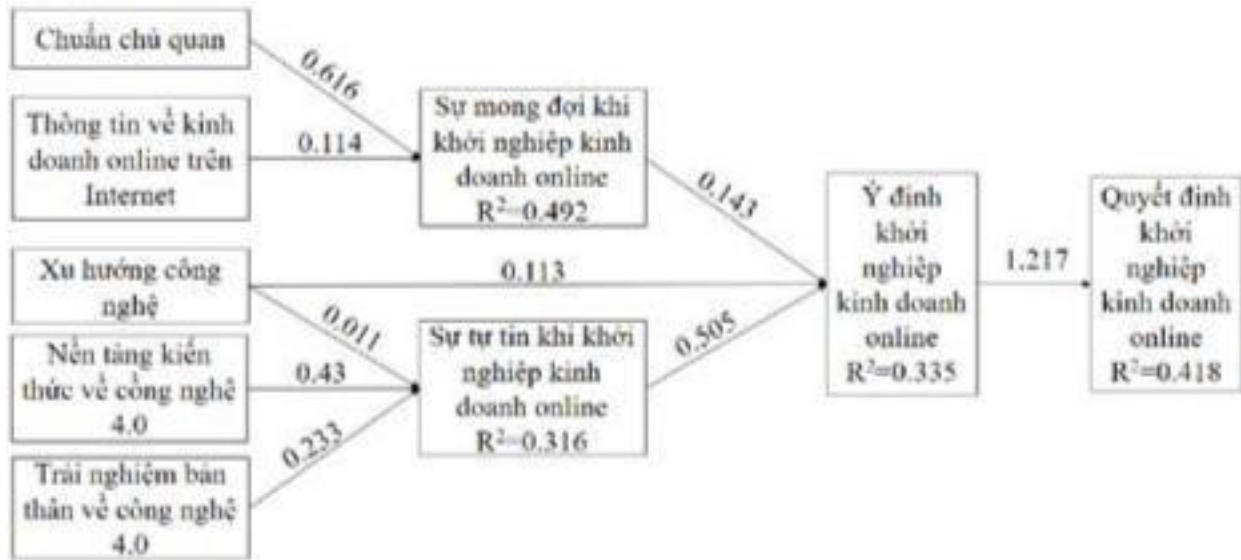
Ý định khởi nghiệp kinh doanh online có mối tương quan đồng biến với Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Đối với nhân tố Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online thì Chuẩn chủ quan có tác động mạnh hơn là Thông tin về kinh doanh online ( $0.616 > 0.114$ ).

Đối với nhân tố Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online thì yếu tố tác động xếp thứ tự từ mạnh đến yếu lần lượt là Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0, Trải nghiệm công nghệ 4.0 và Xu hướng công nghệ 4.0 ( $0.43 > 0.233 > 0.011$ ).

Trong các yếu tố tác động đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online thì yếu tố Sự tự tin tác động mạnh mẽ nhất (0.505).





**Hình 3. Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại TP.HCM sau khi chạy SEM**

**4.5. Kiểm định mô hình**

Sau khi thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích nhân tố khẳng định CFA và

phân tích mô hình hồi quy tuyến tính SEM, các giả thuyết ban đầu nhóm đưa ra đã hiện chỉ còn 8 nhân tố và được tóm tắt như bảng sau đây:

**Bảng 2. Kết quả kiểm định mô hình**

Ký hiệu	Giả thuyết	Kiểm định
H1	Chuẩn chủ quan có mối tương quan đồng biến với Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh.	Chấp nhận
H2	Thông tin về kinh doanh online có mối tương quan đồng biến đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	Chấp nhận
H3a	Xu hướng công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến với Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh.	Bác bỏ
H3b	Xu hướng công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến với Ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	Chấp nhận
H4	Nền tảng kiến thức về công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến đến Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online	Bác bỏ
H5	Trải nghiệm bản thân về công nghệ 4.0 có mối tương quan đồng biến với Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online	Chấp nhận
H6	Mong đợi lợi ích khi khởi nghiệp kinh doanh online có mối tương quan đồng biến với Ý định khởi nghiệp kinh doanh online	Chấp nhận
H7	Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online có mối quan hệ tương quan đồng biến với Ý định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	Chấp nhận
H8	Ý định khởi nghiệp kinh doanh online có mối quan hệ tương quan đồng biến với Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh	Chấp nhận

#### 4.6. Phân tích cấu trúc đa nhóm

##### ❖ Kiểm định sự khác biệt theo giới tính

Có sự khác biệt trong mối ảnh hưởng của mong đợi, sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online và ý định khởi nghiệp kinh doanh online đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online giữa sinh viên nam và sinh viên nữ.

Từ kết quả phân tích đa nhóm bằng AMOS, ta thấy được sự khác biệt giữa 2 nhóm, nhóm nam và nhóm nữ như sau: Nhóm nam, yếu tố Thông tin về kinh doanh online trên Internet có tác động đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online, do P-value = 0.063 (gần bằng 0.05). Ngược lại nhóm nữ thì gần như yếu tố này lại không ảnh hưởng đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên nữ, P-value = 0.727 ( $\gg$  0.05).

Ở cả 2 nhóm giới tính, yếu tố Trải nghiệm tác động đến Sự tự tin của sinh viên khi khởi nghiệp kinh doanh online, nhưng ở nhóm nam sự ảnh hưởng này không mạnh bằng nhóm nữ vì P-value = 0.023 ( $<$  0.05), trong khi nhóm nữ P-value bé hơn 0.05 nhiều.

Cả 2 nhóm nam và nhóm nữ, yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 đều không ảnh hưởng nhiều đến Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online ( P- value đều  $>$  0.05. Lần lượt P value của nhóm nam, nhóm nữ là 0.245 và 0.332.

Cả 2 nhóm đều cho thấy rằng Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online có ảnh hưởng mạnh đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online, do P-value nhỏ hơn 0.05 nhiều.

Yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 ảnh hưởng đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online ảnh hưởng như nhau ở cả 2 nhóm do P-value = 0.002 ( $<$  0.05 ).

##### ❖ Kiểm định sự khác nhau theo ngành học

Có sự khác biệt trong mối ảnh hưởng của Mong đợi, Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online và Ý định khởi nghiệp kinh doanh online đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online giữa nhóm sinh viên khối ngành kinh tế và nhóm sinh viên không phải khối ngành kinh tế.

Từ kết quả phân tích đa nhóm bằng AMOS, ta thấy được sự khác biệt giữa 2 nhóm, nhóm sinh viên khối ngành kinh tế và nhóm sinh viên thuộc các khối ngành khác như sau:

Nhóm sinh viên thuộc khối ngành kinh tế và nhóm không thuộc khối ngành kinh tế, yếu tố Chuẩn chủ quan đều tác động nhiều đến mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online, do P-value đều  $<$  0.05.

Ở nhóm sinh viên thuộc khối ngành kinh tế, yếu tố Thông tin về kinh doanh online trên Internet không ảnh hưởng đến mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online, do P-value = 0.475 ( $>$  0.05). Nhóm sinh viên không thuộc khối ngành kinh tế thì ngược lại, yếu tố Thông tin tác động mạnh đến mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online P-value = 0.005 ( $<$  0.05).

Ở cả 2 nhóm sinh viên, trải nghiệm công nghệ 4.0 đều không tác động đến Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online, P-value  $<$  0.05. Nhưng ở nhóm sinh viên khối ngành kinh tế sự ảnh hưởng này không mạnh mẽ bằng ở nhóm còn lại vì P-value = 0.013.

Cả 2 nhóm, yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 đều không tác động đến Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online, do P-value đều  $>$  0.05.

Ở cả 2 nhóm, yếu tố Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh đều tác động mạnh đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh, do P-value đều

$< 0.05$ . Tuy nhiên, ở nhóm sinh viên khối ngành kinh tế có vẻ như tác động mạnh hơn vì P-value nhóm này bé hơn nhóm còn lại.

Ở nhóm sinh viên khối ngành kinh tế, yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 không ảnh hưởng đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online do P-value  $< 0.05$ , ở nhóm sinh viên không thuộc khối ngành khác thì yếu tố Xu hướng hoàn toàn không ảnh hưởng đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online do P-value = 0.329 ( $>> 0.05$ ).

❖ *Kiểm định sự khác biệt theo năm học hiện tại*

Có sự khác biệt trong mỗi ảnh hưởng của Mong đợi, Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online và Ý định khởi nghiệp kinh doanh online đến Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online giữa nhóm sinh viên năm 1&2 và nhóm sinh viên năm 3&4.

Từ kết quả phân tích đa nhóm bằng Amos, ta thấy được sự khác biệt giữa 2 nhóm, nhóm sinh viên năm 1 & năm 2 và nhóm sinh viên năm 3 & năm 4 khác như sau: Nhóm sinh viên năm 3 & năm 4, yếu tố Chủ quan ảnh hưởng mạnh đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online do P-value  $<< 0.05$ . Nhóm sinh viên năm 1 & năm 2, ảnh hưởng của Chuẩn chủ quan đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online không lớn, P-value = 0.054 (xấp xỉ 0.05).

Ở nhóm sinh viên năm 1 & năm 2, Thông tin về kinh doanh online không ảnh hưởng đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online, P-value = 0.344 ( $> 0.05$ ). Nhóm sinh viên năm 3 năm & năm 4 thì thông tin có ảnh hưởng đến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online, P-value = 0.046 ( $< 0.05$ ).

Yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 hoàn toàn không ảnh hưởng đến Sự tự tin khi khởi nghiệp

kinh doanh của 2 nhóm sinh viên năm 3 & năm 4, P-value = 0.941 ( $>> 0.05$ ).

Ở cả 2 nhóm sinh viên, yếu tố Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh đều ảnh hưởng đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh, do P-value  $< 0.05$ . Nhưng ở nhóm sinh viên năm 1 & năm 2 thì yếu tố mong đợi ảnh hưởng đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online yếu hơn, do P-value = 0.02. Ở nhóm sinh viên năm 3 & năm 4 thì yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 tác động đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online, P-value  $< 0.05$ . Ở nhóm còn lại thì Xu hướng công nghệ 4.0 không ảnh hưởng đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online P-value = 0.146 ( $> 0.05$ ).

❖ *Kiểm định sự khác biệt theo thu nhập*

Có sự khác biệt trong mỗi ảnh hưởng của mong đợi, Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online và Ý định khởi nghiệp kinh doanh online đến Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online giữa nhóm sinh viên có thu nhập dưới 3 triệu hàng tháng và nhóm sinh viên có thu nhập trên 3 triệu hàng tháng. Từ kết quả phân tích đa nhóm bằng Amos, ta thấy được sự khác biệt giữa 2 nhóm, nhóm sinh viên có thu nhập dưới 3 triệu và nhóm sinh viên có thu nhập trên 3 triệu như sau:

Ở 2 nhóm này, yếu tố Thông tin về khởi nghiệp kinh doanh online đều không ảnh hưởng do P-value đều lớn hơn 0.05. Nhóm có thu nhập trên 3 triệu, trải nghiệm công nghệ 4.0 có ảnh hưởng đến Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online, nhưng không mạnh mẽ bằng nhóm có thu nhập thấp.

Ở cả 2 nhóm, yếu tố Xu hướng công nghệ đều không tác động đến Sự tự tin, do P-value lớn hơn 0.05.

Ở nhóm thu nhập nhận cao hơn, yếu tố Xu hướng công nghệ 4.0 có tác động đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online, nhưng ở nhóm thu nhập thấp lại không có sự ảnh hưởng nêu trên do  $P\text{-value} = 0.63 (> 0.05)$

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kinh doanh online đang là xu hướng vì đây là mô hình kinh doanh hạn chế được nhiều chi phí cho những người bắt đầu khởi nghiệp, đồng thời mô hình kinh doanh online cũng đã có những đóng góp nhất định đến nền kinh tế. Xu hướng kinh doanh online mang ý nghĩa rất quan trọng, nếu doanh nghiệp không xuất hiện trên Internet thì xem như doanh nghiệp đánh mất lợi thế so với đối thủ. Vì vậy, vấn đề khởi nghiệp kinh doanh online đang được rất nhiều cơ quan nhà nước quan tâm, đặc biệt là trong thời đại công nghệ 4.0 hiện nay. Cuộc cách mạng công nghệ lần thứ 4 đã giúp phát triển nhiều ngành trong nền kinh tế, chẳng hạn như ngành lẻ, vận chuyển, giáo dục, sức khỏe, tương tác xã hội... Công nghệ 4.0 dần trở thành một khái niệm quen thuộc, với tầm quan trọng trong tương lai, có ảnh hưởng sâu rộng đến đời sống cũng như các hoạt động kinh doanh trên toàn cầu.

Ngày càng có nhiều doanh nghiệp startup thành công do áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất và vận hành, tạo nên sự khác biệt mạnh mẽ. Không chỉ xuất hiện ở các công ty công nghệ mới, xu hướng công nghệ 4.0 cũng lan tỏa sâu rộng đến những công ty sản xuất truyền thống đơn thuần, họ áp dụng thành tựu của nền công nghệ 4.0 vào hoạt động sản xuất và marketing. Vì vậy, nghiên cứu về ảnh hưởng của công nghệ 4.0 đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên Thành phố Hồ Chí Minh là một nghiên cứu cần thiết.

Dự án được thiết kế dựa trên kết quả nghiên cứu của nhóm. Dựa trên kết quả khảo sát thực tiễn của đề tài cung cấp những số liệu khoa học cụ thể, trong tất cả những yếu tố tác động đến Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh, yếu tố Chuẩn chủ quan ảnh hưởng mạnh đến biến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online (0.616), yếu tố Nền tảng kiến thức công nghệ 4.0 ảnh hưởng mạnh đến biến Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online (0.43). Và yếu tố Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online ảnh hưởng mạnh mẽ hơn cả đến Ý định khởi nghiệp kinh doanh online với trị số cao (0.505).

Theo kết quả nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt giữa sinh viên nam và sinh viên nữ về những yếu tố tác động đến Ý định và Quyết định khởi nghiệp kinh doanh online, yếu tố Mong đợi, Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online, vì vậy phải thiết kế chương trình mang đặc thù riêng cho từng giới. Nhóm nam, yếu tố Thông tin về kinh doanh online trên Internet tác động đến biến Mong đợi khi khởi nghiệp kinh doanh online nhiều hơn. Ở cả 2 nhóm giới tính, yếu tố Trải nghiệm tác động đến sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online. Sinh viên khối ngành kinh tế và không thuộc ngành kinh tế: Sự khác biệt trong việc tiếp cận kiến thức, ảnh hưởng từ giảng đường đại học, vì vậy hành vi khởi nghiệp kinh doanh online cũng khác nhau. Theo kết quả khảo sát, có sự khác biệt trong mỗi ảnh hưởng của Mong đợi, Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online. Ở nhóm sinh viên thuộc khối ngành kinh tế, yếu tố Trải nghiệm công nghệ 4.0 tác động Sự tự tin khi khởi nghiệp kinh doanh online nhiều hơn nhóm sinh viên không thuộc khối ngành kinh tế. Ở nhóm sinh viên không thuộc khối ngành kinh



tế, yếu tố Thông tin công nghệ 4.0 tác động đến viên: sinh viên năm nhất, năm hai và sinh viên Mong đợi từ khởi nghiệp kinh doanh online năm ba, năm tư. Ở mỗi cấp sẽ có sự khác biệt nhiều hơn nhóm còn lại. Ngoài ra còn thiết kế rõ nét. chương trình phù hợp với từng đối tượng sinh

## Tài liệu tham khảo

### Tiếng Việt

- Hoàng Thị Phương Thảo, Bùi Thị Thanh Chi. (2013). “*Ý định khởi nghiệp của nữ học viên MBA tại TP.HCM*”, Tạp chí Phát triển kinh tế, số 271.
- Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang. (2007). *Nghiên cứu khoa học Marketing- Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP HCM.
- Nguyễn Quốc Nghi, Lê Thị Diệu Hiền và Mai Võ Ngọc Thanh. (2016). *Nghiên cứu khoa học - Các nhân tố ảnh hưởng đến đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên khối ngành quản trị kinh doanh tại các trường Đại học, Cao đẳng ở Thành phố Cần Thơ*.
- Nguyễn Thị Yến và cộng tác viên. (2011). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên ĐHQG TP.HCM - Đề tài nghiên cứu Khoa học Euréka*.
- Nguyễn Thu Thủy. (2015). *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học. Trong Luận án tiến sĩ kinh tế*. Trường Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- Dur Thị Chung. *Bài giảng Nghiên cứu Marketing- chương trình đào tạo chất lượng cao và đặc biệt*. Trường Đại học Tài chính- Marketing.
- Trần Thị Bích Đào. (2017). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp kinh doanh online của giới trẻ tại TP HCM*.

### Tiếng Anh

- Ajzen. (1991). The theory of planned behaviour: Organizational behavior and human decision processes. 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. &. (1975). Belief, Attitude, Intention and behaviour: An introduction to theory and research. 70-87.
- Benhardt, I. (1994). Comparative advantage in self-employment and paid work. *Canadian Journal of Economics*, 273-289.
- Dawson, C.Henley, A. & Latreille, P. (2009). Why do individuals choose self-employment? *Institute for study of Labor (IZA)*, 3974.
- Garavan, T. N., O’Cinneide, B., (1994). *Entrepreneurship education and training programs: a review and evaluation – Part 1*. Journal of European Industrial Training, 18(8), 3-12.
- Galloway, L., Brown, W. (2002). *Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms*. Education Training, 44(8-9).
- Krueger. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 18(1), pp.5-22.

- Krueger, N. &. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurial. *Entrepreneurship theory and practice*, 18, 91-104.
- Mueller, S.(2011). Increasing entrepreneurial intention: Effective entrepreneurship course characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 55–74.
- Shapero, A., & Sokol. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72 – 79.

#### Link website

- Nguyễn Thu Thủy. (2015). *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến tiềm năng khởi sự của sinh viên đại học*, Truy cập ngày 28/04/2018. <<https://www.slideshare.net/garmentspace/nghin-cu-cc-nhn-t-nh-hng-n-tim-nng-khi-s-kinh-doanh-ca-sinh-vin-i-hc>>.
- Hoàng Thị Thương. (2014). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trường đại học Lao động – Xã hội*, Truy cập ngày 29/04/2018 <<https://thegioiluat.vn/bai-viet-hoc-thuat/Luan-van-thac-si--Cac-yeu-to-anh-huong-den-y-dinh-khoi-nghiep-cua-sinh-vien-truong-Dai-hoc-Lao-dong--xa-hoi-10723/>>.
- Nguyễn Thanh Liêm, Nguyễn Văn Long. (2018). *Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi khởi sự doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn thành phố Đà Nẵng*, Truy cập ngày 29/04/2018. <[http://tapchikhcn.udn.vn/View.aspx?idbb=Cac\\_yeu\\_to\\_anh\\_huong\\_den\\_hanh\\_vi\\_khoi\\_su\\_doanh\\_nghiep\\_vua\\_va\\_nho\\_tren\\_dia\\_ban\\_thanh\\_pho\\_Da\\_Nang-5859&Nam=2013&id=87](http://tapchikhcn.udn.vn/View.aspx?idbb=Cac_yeu_to_anh_huong_den_hanh_vi_khoi_su_doanh_nghiep_vua_va_nho_tren_dia_ban_thanh_pho_Da_Nang-5859&Nam=2013&id=87)>.
- ThS. Đỗ Thị Xuân Lan. (2014). *Lý thuyết ra quyết định*, Truy cập ngày 01/05/2018. <<https://tailieu.vn/doc/bai-giang-chuong-1-ly-thuyet-ra-quyet-dinh-ths-do-thi-xuan-lan-1662657.html>>.
- John T.Roger. (2016). *Thuyết dự định hành vi TPB (Theory Plan of Behavior) của Aijen (1991)*, Truy cập ngày 01/05/2018 <<https://vneconomics.com/thuyet-du-dinh-hanh-vi-tpb-theory-plan-behavior-cua-aijen-1991/>>.
- Phan Anh Tú, Nguyễn Thanh Sơn. (2015). *Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên kinh tế đã tốt nghiệp trên địa bàn thành phố Cần Thơ*, Truy cập ngày 02/05/2018 <<https://123doc.org/document/3435581-cac-nhan-to-anh-huong-den-y-dinh-khoi-su-doanh-nghiep-cua-sinh-vien-kinh-te-da-tot-nghiep-tren-dia-ban-thanh-pho-can-tho.htm>>.
- Sven Ove Hansson. (2015). *Decision Theory*, Truy cập ngày 02/05/201.