

# VAI TRÒ CỦA KINH NGHIỆM VÀ SỰ HỖ TRỢ CỦA XÃ HỘI ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP KINH DOANH XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM

● LÂM QUỐC BẢO - NGUYỄN THÚY LAN ANH - NGUYỄN DƯƠNG QUỲNH ANH

## TÓM TẮT:

Nghiên cứu vận dụng Lý thuyết nhận thức nghề nghiệp xã hội (SCCT) và Lý thuyết hành vi kế hoạch (TPB) để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định thành lập doanh nghiệp xã hội (DNXH) của sinh viên Việt Nam. Các yếu tố được đề cập bao gồm: nhận thức hỗ trợ xã hội, thái độ, trải nghiệm, sự tự tin vào năng lực bản thân, kinh nghiệm và hỗ trợ xã hội. Kết quả cho thấy, thái độ có tác động mạnh mẽ nhất đến ý định khởi nghiệp xã hội (KNXH). Bên cạnh đó, kinh nghiệm và hỗ trợ xã hội cũng đóng vai trò quan trọng trong việc giải thích và tăng cường niềm tin vào năng lực KNXH của cá nhân. Kết quả này là cơ sở khẳng định vai trò của nguồn lực hỗ trợ từ cả trường đại học và bản thân sự trải nghiệm của sinh viên đối với sự hình thành ý định KNXH.

**Từ khóa:** ý định khởi nghiệp, khởi nghiệp xã hội, sinh viên.

## 1. Đặt vấn đề

DNXH là loại hình doanh nghiệp tạo ra giá trị xã hội thông qua quá trình kinh doanh của mình [19], mang theo sứ mạng phụng sự cộng đồng [4]. Tương tự, doanh nhân xã hội đưa ra phương pháp giải quyết sáng tạo các vấn đề xã hội [19]. Đây là cơ sở để giải quyết vấn đề y tế, giáo dục, môi trường... mà không dựa vào các khoản thuế hay ngân sách, từ đó tạo ra giá trị xã hội bền vững và lâu dài [9].

Việc tăng cường KNXH là yếu tố then chốt cho sự phát triển bền vững của mỗi quốc gia [16], do đó, các nhà chính sách cùng nhà giáo dục đang nỗ lực để thúc đẩy phát triển KNXH [8]. Để có thể

phát triển các chiến lược kinh doanh xã hội một cách hiệu quả, cần phải hiểu rõ về bản chất của KNXH thông qua nghiên cứu thực tiễn và lý thuyết. Các lý do hình thành nghiên cứu về ý định thường dựa theo phát biểu Ajzen và Fishbein (1980) rằng: “ý định là chỉ báo tốt nhất cho hành vi kinh doanh”, là tiền đề và yếu tố quyết định hành vi kinh doanh [10,4]. Đặc biệt, các nghiên cứu về ý định KNXH thường lựa chọn đối tượng sinh viên, vì đây là nguồn doanh nhân xã hội tiềm năng bởi họ sở hữu đủ lượng kiến thức cho hành vi KNXH [18]. Tiếp theo, việc kết nối với sinh viên thông qua trường đại học sẽ đảm bảo tính hệ thống và khoa học hơn cho nghiên cứu.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### 2.1. Ý định khởi nghiệp xã hội

Ý định kinh doanh là tiền đề và yếu tố quyết định hành vi kinh doanh [10], là điều kiện tiên quyết trong việc bắt đầu một công việc kinh doanh mới. Theo đó, ý định KNXH đề cập đến ý định thành lập một DNXH [16] và được xem là một nhánh trong nghiên cứu ý định khởi nghiệp.

Hai lý thuyết nền tảng được áp dụng rộng rãi trong việc nghiên cứu về ý định khởi nghiệp là Lý thuyết hành vi kế hoạch [1] và Lý thuyết nhận thức nghề nghiệp xã hội [12]. Việc áp dụng 2 lý thuyết này đối với việc giải thích ý định trở thành doanh nhân xã hội của sinh viên là hợp lý, vì nó bắt nguồn từ sự phát triển nghề nghiệp [20].

### 2.2. Giả thuyết và mô hình đề xuất

Theo SCCT, “niềm tin năng lực bản thân” (Self-efficacy - SEF) là sự tự tin của cá nhân vào khả năng bắt đầu kinh doanh của họ [15]. Trong bài báo này, giáo dục KNXH trang bị cho sinh viên kiến thức lý thuyết và thực tiễn cho việc KNXH, giúp hình thành thái độ, hành vi và tư duy của một doanh nhân tiềm năng [21]. Từ đó sinh viên có nhiều kỹ năng để KNXH thông qua các hoạt động phỏng theo thực tiễn [21] như: lập kế hoạch kinh doanh, giải quyết tình huống kinh doanh, ra quyết định, nhận thức cơ hội.

*H1: Giáo dục tác động tích cực đến niềm tin vào năng lực bản thân đối với KNXH (SEF).*

Theo Hockerts (2017), cá nhân sở hữu kinh nghiệm về kinh doanh, đặc biệt là xử lý các vấn đề xã hội [9] có xu hướng trở thành doanh nhân xã hội cao. Theo Ip và cộng sự (2021), kinh nghiệm tạo ra sự quen thuộc và các nguồn lực cần thiết cho thành lập DNXH, từ đó tác động tích cực đến SEF. Sinh viên, khi tiếp xúc thực tế với các vấn đề xã hội, họ có thể rèn giũa, phát triển và thuần thục với trang bị đó hơn. Tuy nhiên, quan trọng nhất là sự kiểm chứng thực tế, khi áp dụng lý thuyết vào thực tiễn, họ đạt được những thành tựu tích cực, từ đó làm tăng SEF đối với KNXH.

*H2: Kinh nghiệm tác động tích cực đến niềm tin vào năng lực bản thân đối với KNXH (SEF).*

Trước khi hình thành ý định KNXH, cá nhân cần có niềm tin tích cực vào kết quả của doanh nghiệp đó [9]. Theo Tran & Von Korfflesch (2016), kỳ vọng vào kết quả (OE) - niềm tin hoặc sự hình dung của cá nhân vào kết quả có thể xảy ra sau khi thực hiện hành vi [11] - phụ thuộc phần lớn vào đánh giá chủ quan về những gì họ có thể làm để đạt được mục tiêu. Từ đó cho thấy SEF có mối liên hệ chặt chẽ với OE [13]. Kinh nghiệm và giáo dục là sự trang bị kiến thức và sự kiểm chứng mức độ thành công khi áp dụng thực tiễn. Mỗi người có thể gia tăng kỳ vọng của họ: với giáo dục, họ có những kỹ năng và họ tin họ sẽ thành công khởi nghiệp với những kỹ năng đó, cùng với kinh nghiệm mà cá nhân sở hữu, sự quen thuộc trong xử lý và giải quyết các vấn đề xã hội cũng làm tăng độ tự tin trong việc thực hiện hiệu quả các hành vi liên quan đến vấn đề xã hội.

*H3: Kinh nghiệm và giáo dục tác động đến kỳ vọng kết quả (OE) thông qua trung gian niềm tin vào năng lực bản thân đối với KNXH (SEF).*

Hỗ trợ xã hội, theo Hobfoll (1988), là tương tác hoặc quan hệ xã hội cung cấp cho các cá nhân sự trợ giúp thực sự [7]. Trong nhiều nghiên cứu, SEF được xem như một yếu tố bên trong (thuộc về cá nhân), và Nhận thức hỗ trợ xã hội đóng vai trò là “nhận thức về các yếu tố kiểm soát bên ngoài” [8]. Hỗ trợ xã hội được nhận thức sẽ là chỉ báo quan trọng cho ý định kinh doanh [17]. Bởi vì khi họ nhận thức rằng họ sẽ nhận được sự hỗ trợ cần thiết, việc thực hiện hành vi sẽ có độ khả thi cao hơn. Hockerts (2017) nhận định, khi cá nhân được hỗ trợ bởi mạng lưới quen thuộc như chính phủ, gia đình, bạn bè... thì họ có xu hướng KNXH cao hơn [8]. Sự hỗ trợ xã hội mang lại tài chính, nhân lực, kinh nghiệm từ người đi trước,... giảm thiểu và san sẻ rủi ro với họ. Điều này dẫn tới việc niềm tin vào kết quả hành vi là tích cực. Đây là cơ sở để xuất giả thuyết:

*H4: Nhận thức hỗ trợ xã hội tác động tích cực đến kỳ vọng kết quả (OE).*

Trong lý thuyết hành vi kế hoạch, yếu tố thái độ đối với hành vi (ATB) được cho là tác động mạnh mẽ đối với ý định kinh doanh [3]. Theo Armitage &

Conner (2001), ATB là tích cực khi kết quả hành vi được kỳ vọng là khả thi và tích cực. Tương tự, khi sở hữu kỳ vọng tích cực về kết quả kinh doanh, cá nhân có xu hướng thể hiện ý định kinh doanh cao hơn [2, 14]. OE là sự đánh giá mức độ tích cực hay tiêu cực của kết quả nếu thực hiện hành vi, còn thái độ là cảm giác tích cực hay tiêu cực khi thực hiện hành vi, hay: “thái độ được hình thành bằng cách đánh giá tiềm năng kết quả của hành vi mục tiêu” [5]. Khi người ta có sự mong đợi về kết quả hành vi là tốt, ít nhất là thỏa mãn được họ với những gì họ có hiện tại (Kinh nghiệm, kỹ năng và kiến thức, sự hỗ trợ xã hội). Chúng tôi đề xuất 2 giả thuyết:

*H5: Kỳ vọng kết quả (OE) tác động đến thái độ đối với hành vi KNXH (ATB).*

*H6: Kỳ vọng kết quả (OE) tác động đến ý định KNXH trung gian bởi thái độ đối với hành vi KNXH (ATB).*

### **3. Kết quả nghiên cứu**

#### **3.1. Chọn mẫu và thang đo**

Các khái niệm nghiên cứu được đo lường với thang đo Likert 5 điểm. Khảo sát thực hiện thông qua Google biểu mẫu với 1.000 mẫu sinh viên trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh (từ tháng 10 - 11/2021). Dữ liệu được phân tích bằng phần mềm SmartPLS để kiểm định giả thuyết và mô hình SEM.

Các thang đo độ tin cậy cao ( $CA_{min}=0.70$ ,  $CR_{min}=0.7$ ) [6]. Tính hội tụ của khái niệm nghiên cứu đạt độ phù hợp cao với  $AVE>0.50$  [6]. Hệ số tải ngoài đạt yêu cầu với  $min > 0.708$  [6]. Giá trị phân biệt của mỗi cấu trúc cũng phù hợp với tiêu chí Fornell và Larcker (Bảng 1, 2).

Đa cộng tuyến không xảy ra với  $VIF<5$  [6]. Hệ số xác định  $R^2 = 0.518$  cho thấy SEI thuộc mức dự đoán tốt, các mối quan hệ trong nghiên cứu có mức độ giải thích phù hợp với sự thay đổi của ý định khởi sự kinh doanh xã hội (SEI). Tiếp theo, Q2 của SEF là cao nhất (0.363), SEI (0.179) có mức độ dự đoán yếu nhất. Vì vậy, có sự liên quan dự báo của mô hình tới các biến tiềm ẩn nội sinh [6]. Sau kiểm định Bootstrapping (N=5000), các giả thuyết đều được chấp nhận với Pvalue max < 0.05.

### **4. Kết luận**

Nghiên cứu sử dụng lý thuyết nhận thức xã hội nghề nghiệp (SCCT) và Lý thuyết hành vi kế hoạch (TPB) để lý giải các mối quan hệ giữa nhận thức hỗ trợ xã hội, thái độ, trải nghiệm, sự tự tin vào năng lực bản thân và ý định KNXH của sinh viên Việt Nam. Kết quả kiểm định cho thấy, thái độ có tác động mạnh mẽ nhất lên ý định KNXH ( $\beta = 0,720$ ), góp phần khẳng định kết quả các nghiên cứu trước đây. Tiếp theo, cá nhân có niềm

**Bảng 1. Kết quả đánh giá thang đo**

	ATT	EDU	OUT	PSS	EXP	SEF	SEI
ATT	0.878						
EDU	0.478	0.794					
OUT	0.548	0.501	0.828				
PSS	0.553	0.488	0.519	0.802			
EXP	0.511	0.453	0.420	0.603	0.812		
SEF	0.560	0.482	0.530	0.634	0.547	0.764	
SEI	0.720	0.428	0.485	0.507	0.530	0.584	0.868

*Nguồn: Kết quả nghiên cứu*

Bảng 2. Độ tin cậy của thang đo - Độ phù hợp của mô hình

	CA	Hệ số tải ngoài	CR	AVE	VIF	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>
ATT	0.852	0.865 - 0.896	0.910	0.772	1.984 - 2.324	0.301	0.249
EDU	0.804	0.736 - 0.826	0.872	0.631	1.422 - 1.922		
OUT	0.885	0.804 - 0.854	0.916	0.685	1.938 - 2.379	0.337	0.313
PSS	0.722	0.720 - 0.859	0.844	0.644	1.286 - 1.645		
EXP	0.741	0.782 - 0.856	0.852	0.659	1.357 - 1.701		
SEF	0.822	0.724 - 0.795	0.875	0.583	1.443 - 2.173	0.368	0.363
SEI	0.891	0.858 - 0.891	0.925	0.754	2.294 - 2.569	0.518	0.179

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Bảng 3. Kết quả kiểm định mô hình và giả thuyết

Giả thuyết	Mối quan hệ	Original Sample	Sample Mean	Độ lệch chuẩn	t-value	p-value
H1	ATT → SEI	0.720	0.720	0.020	36.871	0.000
H2	EDU → SEF	0.295	0.296	0.030	9.828	0.000
H3	OUT → ATT	0.548	0.549	0.026	20.893	0.000
H4	PSS → OUT	0.305	0.305	0.041	7.526	0.000
H5	EXP → SEF	0.414	0.414	0.029	14.480	0.000
H6	SEF → OUT	0.337	0.338	0.039	8.620	0.000

Nguồn: Kết quả nghiên cứu

tin vào năng lực KNXH lớn sẽ xây dựng kỳ vọng về việc khởi sự kinh doanh xã hội một cách hiệu quả hơn ( $\beta = 0,337$ ).

Ngoài ra, những người được tiếp xúc với giáo dục về khởi nghiệp trước đó sẽ có ảnh hưởng tích cực đến nhận thức về năng lực của họ ( $\beta = 295$ ). Niềm tin vào năng lực khởi sự kinh doanh xã hội bị ảnh hưởng trực tiếp từ kinh nghiệm của cá nhân đối với các tổ chức trong xã hội ( $\beta = 414$ ), nó giúp mỗi người có thêm nhiều niềm tin, động lực cũng như sức mạnh hơn bằng cách cung cấp các kiến

thức, kinh nghiệm thực tế mà trong giáo dục không thể cung cấp được. Sự tác động mạnh mẽ của nhận thức năng lực lên thái độ đối với ý định trở thành doanh nhân xã hội cũng được xác nhận từ kết quả nghiên cứu trên ( $\beta = 0.185$ ), kết quả này đồng nhất với các nghiên cứu trước đây [8, 16]. Điều này lần nữa khẳng định những kiến thức, kỹ năng được học kết hợp với kiến thức khởi nghiệp và thái độ tích cực với việc kinh doanh sẽ là động lực thôi thúc ý chí khởi sự kinh doanh xã hội của sinh viên Việt Nam ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
2. Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499.
3. Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise & Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
4. Ernst, K. (2011). *Heart over mind - An empirical analysis of social entrepreneurial intention formation on the basis of the theory of planned behaviour*. Masters Thesis, University of Wuppertal - Bergische Universität Wuppertal, Berlin, Germany.
5. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behaviour - An introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley Publishing Company, USA.
6. Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
7. Hobfoll, S. E. (1988). *The ecology of stress*. Taylor & Francis, UK.
8. Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
9. Ip, C. Y., Liang, C., Lai, H. J., & Chang, Y. J. (2021). Determinants of social entrepreneurial intention: An alternative model based on social cognitive career theory. *Nonprofit Management and Leadership*, 31(4), 737-760.
10. Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
11. Lent, R. W., & Brown, S. D. (2008). Social cognitive career theory and subjective well-being in the context of work. *Journal of Career Assessment*, 16(1), 6-21.
12. Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of vocational behavior*, 45(1), 79-122.
13. Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67-78.
14. Liguori, E. W., Winkler, C., Vanevenhoven, J., Winkel, D., & James, M. (2020). Entrepreneurship as a career choice: intentions, attitudes, and outcome expectations. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(4), 311-331.
15. Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students entrepreneurial intention. *Frontiers in psychology*, 10, 869.
16. Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. *In Social entrepreneurship* (pp. 121-135). Palgrave Macmillan, London.
17. Stirzaker, R., Galloway, L., Muhonen, J., & Christopoulos, D. (2021). The drivers of social entrepreneurship: agency, context, compassion and opportunism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(6), 1381-1402.
18. Teixeira, A. A. C., & Forte, R. P. (2009). *Unbounding entrepreneurial intents of university students: A multidisciplinary perspective* [Working Paper - 322]. Porto: University of Porto.
19. Thompson, J., Alvy, G., & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship - a new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38, 328-338.

20. Tran, A. T. P., & Von Korflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38.

21. Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922.

**Ngày nhận bài: 5/5/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/5/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 11/6/2022**

*Thông tin tác giả:*

**1. LÂM QUỐC BẢO<sup>1</sup>**

**2. NGUYỄN THÚY LAN ANH<sup>1</sup>**

**3. NGUYỄN DƯƠNG QUỲNH ANH<sup>1</sup>**

**Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh**

## THE ROLE OF EXPERIENCE AND SOCIAL SUPPORT IN THE SOCIAL BUSINESS START-UP INTENTION OF VIETNAMESE STUDENTS

● LAM QUOC BAO<sup>1</sup>

● NGUYEN THUY LAN ANH<sup>1</sup>

● NGUYEN DUONG QUYNH ANH<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ho Chi Minh City Open University

### ABSTRACT:

Based on the Social Cognitive Career Theory and the Planned Behavior Theory, this study examines the factors affecting the social business start-up intention of Vietnamese students. These factors are the perceived social support, attitude, experience, self-efficacy, experience and social support. The study's results show that the factor of attitude has the strongest impact on the intention to develop a social enterprise of Vietnamese students. In addition, the factors of experience and social support also play an important role in explaining and strengthening the self-efficacy of students when he or she has a social business start-up intention. This study's results affirm the support role of resources from the university and the students' own experience in his or her social business start-up intention.

**Keywords:** start-up intentions, social business, student.