



CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ SẴN SÀNG KHỞI NGHIỆP CỦA CỬ NHÂN TỐT NGHIỆP NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC LAO ĐỘNG – XÃ HỘI (CƠ SỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH)

Đỗ Thị Hoa Liên*

Trường Đại học Lao động –Xã hội (CS II), 1018 Tô Ký, Tân Chánh Hiệp, Quận 12, TP. Hồ Chí Minh,
Việt Nam

* Tác giả liên hệ: Đỗ Thị Hoa Liên <dohoalien@yahoo.com.vn>
(Ngày nhận bài: 14-9-2021; Ngày chấp nhận đăng: 14-5-2022)

Tóm tắt. Nghiên cứu phân tích các yếu tố quyết định sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân tốt nghiệp ngành quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Lao động - Xã hội (cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh) trên cơ sở các yếu tố hành vi kinh doanh. Nghiên cứu được thực hiện thông qua điều tra bằng bảng hỏi trực tuyến và các phân tích dữ liệu đa biến. Kết quả phân tích dữ liệu từ 271 cử nhân tốt nghiệp ngành quản trị kinh doanh tại Nhà trường cho thấy sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân ngành quản trị kinh doanh bị tác động bởi các yếu tố (1) Động lực; (2) Nhận biết cơ hội; và (3) Năng lực khởi nghiệp. Trên cơ sở đó, tác giả bài viết đề xuất những kiến nghị về xây dựng văn hóa khởi nghiệp; giáo dục kiến thức, kỹ năng kinh doanh nhằm thúc đẩy tinh thần doanh nhân trong sinh viên và cử nhân ngành quản trị kinh doanh của trường đại học.

Từ khóa: sẵn sàng khởi nghiệp, nhận biết cơ hội, động lực khởi nghiệp, năng lực khởi nghiệp

Exploring determinants of entrepreneurial readiness of graduates of business administration - a case study at the university of labor and social affairs (Ho Chi Minh city campus)

Do Thi Hoa Lien*

University of Labour and Social Affairs (campus II), 1018 To Ky, Tan Chanh Hiep,
12 district, Ho Chi Minh city, Vietnam

* Correspondence to Do Thi Hoa Lien <dohoalien@yahoo.com.vn>
(Received: September 14, 2022; Accepted: May 14, 2022)

Abstract. The study analyzes the determinants of entrepreneurial readiness of graduates in Business Administration at the University of Labor and Social Affairs (Ho Chi Minh City campus) on the basis of the business behavioral perspective. Data was collected through online questionnaire surveys from 271 Business administration graduates, and the data was processed by Moderated Regression Analysis. The results show that the willingness of these graduates is affected by (1) Motivation; (2) opportunity identification; and (3) entrepreneurial ability. The study then proposes several recommendations building a start-up culture: Knowledge and business skills' education to improve entrepreneurship among the students at the University.

Keywords: willingness to start a business, opportunities identification, start-up motivation, entrepreneurial ability

1 Đặt vấn đề

Vai trò quan trọng của tăng trưởng khởi nghiệp với tăng trưởng kinh tế, tạo ra việc làm mới, phát triển công nghệ, đổi mới và tăng cường sự cạnh tranh đã được trình bày trong một số nghiên cứu [1, 2]. Một số tác giả khác cũng đã xem xét mối quan hệ giữa tinh thần doanh nhân và tăng trưởng kinh tế [3, 4]. Họ tin rằng số lượng doanh nhân càng nhiều thì tăng trưởng kinh tế càng cao. Niềm tin này khiến nhiều quốc gia, bao gồm cả Việt Nam đã và đang đẩy nhanh tốc độ phát triển của hoạt động khởi nghiệp.

Những yêu cầu trong bối cảnh phát triển mới đã tạo ra nhu cầu phát triển các kỹ năng, các hoạt động đào tạo khởi nghiệp phù hợp để người trẻ nhận biết và khai thác cơ hội kinh doanh. Các câu hỏi khác nhau đã được đặt ra là những người trẻ đã sẵn sàng nắm bắt các cơ hội kinh doanh hay chưa và những yếu tố nào ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của họ, cũng như làm sao thúc đẩy những người trẻ sẵn sàng khởi nghiệp.

Tại Việt Nam, đóng góp của các doanh nghiệp mới, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa từ khu vực tư nhân tới gần 40% GDP. Các doanh nghiệp tư nhân có những đóng góp quan trọng trong những giai đoạn có tính bất định như dịch bệnh COVID-19 hiện nay. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện số lượng doanh nghiệp vẫn còn ít. Năm 2019, tỷ lệ doanh nghiệp so với dân số bình quân là khoảng 140 người có một doanh nghiệp, trong khi đó, tỷ lệ này ở ASEAN là 80–100 người có một doanh nghiệp. Hơn nữa, hiện nay tỷ lệ thất nghiệp cả nước là 2,37%, khu vực thành thị là 3,68%, của thanh niên là 7,05%, trong đó chỉ riêng quý I/ 2019 số người thất nghiệp có trình độ cao đẳng là có 55,1 nghìn người và nhóm trình độ đại học trở lên có 124,5 nghìn người [5]. Khi so sánh các năm gần đây thì thấy rõ tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp đại học ra trường không có việc

làm tăng liên tục qua các năm. Có thực tế này, một phần là những người sử dụng lao động có xu hướng chọn những người lao động có kinh nghiệm, có năng lực để tạo điều kiện thuận lợi cho công việc, trong khi đó, những cử nhân mới tốt nghiệp có xu hướng lựa chọn công việc mà họ cho rằng “phù hợp” và hứa hẹn thu nhập phù hợp với trình độ học vấn của họ. Thêm vào đó, năm 2021 nền kinh tế Việt Nam có thể tiếp tục chịu ảnh hưởng từ dịch COVID-19. Song cách mạng công nghiệp lần thứ tư, cùng với những chuyển đổi số nhanh và hội nhập quốc tế ngày càng sâu sẽ có tác động tích cực, mở ra nhiều cơ hội cho khởi nghiệp của người trẻ. Kỹ năng và kiến thức của sinh viên tốt nghiệp không được sử dụng để đóng góp cho sự phát triển của cá nhân và xã hội nếu họ không tìm được việc làm, cũng như không có việc làm phù hợp với trình độ, ngành nghề được đào tạo. Do đó, sự tham gia của cử nhân, đặc biệt là cử nhân ngành quản trị kinh doanh vào lĩnh vực khởi nghiệp không chỉ có khả năng giảm thiểu tình trạng thất nghiệp, mà còn cung cấp cơ hội việc làm cho những người khác, làm tăng tính năng động của nền kinh tế.

Hầu hết các cách tiếp cận về khởi nghiệp cho cho thấy năng lực của nhà khởi nghiệp không phải bẩm sinh mà được hình thành thông qua quá trình đào tạo và học tập. Các nghiên cứu đã cho thấy rằng tại nhiều nước như Mỹ và châu Âu thực sự có một mối quan hệ tích cực giữa giáo dục khởi nghiệp và hành vi khởi nghiệp, sự gia tăng các doanh nghiệp khởi nghiệp. Khởi nghiệp và giáo dục khởi nghiệp đang ngày càng được nhìn nhận như là một cách để thúc đẩy sự phát triển bền vững của các nền kinh tế.

Trường Đại học Lao động – Xã hội (Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh) là trường đào tạo đa ngành, hàng năm có hơn 1000 cử nhân tốt nghiệp ở các ngành đào tạo, trong đó cử nhân ngành Quản trị kinh doanh là hơn 200 tham gia vào thị trường lao động. Vì vậy, những cử nhân tốt nghiệp ngành Quản trị kinh doanh tại Trường được khuyến khích khởi nghiệp, cũng như có động lực, có năng lực nhận biết cơ hội, có khả năng quản trị và có nguồn lực khởi nghiệp có ý nghĩa đối với công việc đào tạo của nhà trường và xã hội.

2 Cơ sở lý thuyết

2.1 Khái niệm khởi nghiệp

Khởi nghiệp không phải là quyết định tại một thời điểm mà là kết quả của một quá trình, là việc cá nhân có khả năng sắp xếp các nguồn lực để nắm bắt được cơ hội, trên tinh thần đổi mới, sáng tạo nhằm tạo việc làm, thu nhập và các giá trị cho riêng mình, đồng thời, tạo ra giá trị có lợi

cho nhóm khởi nghiệp, người lao động, cộng đồng và nhà nước, hay là việc mở một doanh nghiệp mới. Trong lĩnh vực kinh tế và quản trị kinh doanh, khởi nghiệp gắn với thuật ngữ “Tinh thần doanh nhân”, “... khả năng và sự sẵn sàng của các cá nhân, một mình, hoặc một nhóm bên trong và bên ngoài các tổ chức hiện có, để nhận thức và tạo ra các cơ hội kinh tế mới (sản phẩm mới, phương pháp sản xuất mới, phương án tổ chức mới) và giới thiệu ý tưởng của họ trên thị trường, đối mặt với sự không chắc chắn và những trở ngại khác, bằng cách đưa ra quyết định về địa điểm, hình thức, việc sử dụng các nguồn lực và tổ chức các hoạt động [6]; là một hoạt động mang lại lợi ích thông qua việc phát triển kinh doanh theo định hướng lợi nhuận [7]; hay là sự sẵn sàng của một cá nhân để nắm bắt cơ hội kinh doanh [8]; là quá trình do các cá nhân xác định các cơ hội kinh doanh mới và chuyển đổi chúng thành các sản phẩm hoặc dịch vụ có thể bán được trên thị trường [9]. Tác giả khác định nghĩa tinh thần doanh nhân là việc tạo ra các công ty sáng tạo với mục tiêu lợi nhuận hoặc phát triển và sẵn sàng đối phó với rủi ro [10]. Như vậy, các định nghĩa nêu trên phản ánh rằng tinh thần doanh nhân có mối liên hệ chặt chẽ với những nỗ lực hình thành, cải tiến và phát triển, nhằm tạo ra những tổ hợp mới trong việc thực hiện các hoạt động liên quan đến nó.

2.2 Khái niệm sẵn sàng khởi nghiệp

Một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng các cá nhân kiểm soát được các nguồn lực xã hội [11–12], cùng với sự sẵn sàng khởi nghiệp [13] của họ là những nhân tố quan trọng để tạo ra doanh nghiệp mới. Dựa trên lý thuyết nhận thức xã hội, Lau và cs. định nghĩa sự sẵn sàng khởi nghiệp là tiêu chuẩn nhận thức của một cá nhân, bao gồm năng lực và sự sẵn sàng định hướng hành vi trong bối cảnh kinh doanh [14]. Trên cơ sở khái niệm về sự sẵn sàng khởi nghiệp của Lau và cộng sự thì một nghiên cứu của nhóm tác giả khác đã phát triển định nghĩa này gồm bốn yếu tố liên quan là kỹ năng của cá nhân, nỗi sợ thất bại, sự kết nối xã hội và nhận thức cơ hội. Sẵn sàng khởi nghiệp là một sự thể hiện cụ thể, tập hợp các đặc điểm của cá nhân và có liên quan đến ý định kinh doanh của từng cá nhân đó [15]. Chi tiết hơn, sẵn sàng khởi nghiệp của cá nhân được định nghĩa là sự kết hợp của một tập hợp các đặc điểm cá nhân giúp phân biệt những cá nhân sẵn sàng khởi nghiệp - những người có năng lực để quan sát và phân tích môi trường [16–17]. Điều này phù hợp với nghiên cứu của Carsrud và Brannback [18], các tác giả đã đề xuất rằng, sẵn sàng khởi nghiệp phụ thuộc vào tư duy của các doanh nhân đối với các hoạt động kinh doanh (doanh nhân thường có xu hướng tư duy tích cực đối với các hoạt động kinh doanh nếu họ cảm thấy sẵn sàng và có những thứ cần thiết để trở thành doanh nhân thành công). Sẵn sàng khởi nghiệp là sự sẵn sàng và mong muốn của các cá nhân để đáp ứng các hoạt động khởi nghiệp bằng cách sử dụng

kiến thức của họ. Đặc điểm của sự sẵn sàng khởi nghiệp là tư duy phản biện và khách quan, có chuyên môn và sẵn sàng làm việc với người khác, hoàn thành nhiệm vụ một cách tối ưu, có trách nhiệm, dễ dàng thích ứng với sự phát triển của công nghệ và cập nhật thông tin [19]. Đề cập đến cách giải thích này, các chỉ số đánh giá mức độ sẵn sàng khởi nghiệp bao gồm ý định, khả năng, sự học hỏi (sẵn sàng tiếp tục học hỏi) và sức hấp dẫn (sức hấp dẫn để trở thành doanh nhân).

Như vậy, sự sẵn sàng khởi nghiệp của các cá nhân được xác định bởi một loạt các thuộc tính thuộc xã hội, tâm lý và năng lực kinh doanh của cá nhân đó. Mỗi thuộc tính này được xác định bởi các biến có thể đo lường và được liên kết trong nghiên cứu với tinh thần doanh nhân, do đó một công cụ để đo lường sự sẵn sàng khởi nghiệp của cá nhân phải bao gồm một loạt các mục liên quan đến đặc điểm cá nhân và một tập hợp các đặc điểm tâm lý.

2.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp

Sẵn sàng khởi nghiệp của cá nhân có ảnh hưởng rất lớn đến việc tăng số lượng doanh nhân trong xã hội. Dựa trên định nghĩa về sự sẵn sàng khởi nghiệp, tác giả Seun đã sử dụng bốn yếu tố gồm: động lực; năng lực nhận biết cơ hội; nguồn lực; năng lực khởi nghiệp được sử dụng để kiểm tra và phát triển khung phân tích về các yếu tố quyết định mức độ sẵn sàng khởi nghiệp của thanh niên [20]. Các yếu tố hình thành sự sẵn sàng khởi nghiệp cần được vun đắp trong xã hội và một trong số đó là thông qua các hoạt động đào tạo về khởi nghiệp. Đào tạo về khởi nghiệp có thể được thực hiện thông qua giáo dục chính thức hoặc không chính thức.

Động lực: Động lực là mong muốn thúc đẩy hành vi và hướng hành vi đó đến mục tiêu. Để thúc đẩy người trẻ hướng tới sẵn sàng khởi nghiệp thì nhu cầu về thành tích, mong muốn độc lập và động lực lợi nhuận là những yếu tố rất quan trọng [21]. Ba yếu tố động lực này có tác động tích cực và đáng kể đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của người trẻ. Động lực thành tích là một trong những yếu tố quan trọng khuyến khích mọi người hướng tới tinh thần doanh nhân [22]. Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm về động lực thành tích vẫn còn rất ít. Nghiên cứu của Choo và Wong, chỉ ra rằng động lực chính khác để một cá nhân khởi nghiệp là mong muốn độc lập [21], bởi vì người khởi nghiệp muốn được tự chủ quyết định việc kinh doanh của họ. Tuy nhiên, cũng có những nghiên cứu cho rằng, những người trẻ khởi nghiệp vì những đam mê. Do đó, trên cơ sở các thảo luận này, giả thuyết được đặt ra:

Giả thuyết H1: Có mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa động lực và sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân quản trị kinh doanh.

Nhận biết cơ hội: Ellis và Williams mô tả việc nhận diện cơ hội là cách người trẻ nhận thức được cơ hội hoặc lựa chọn công việc kinh doanh của riêng mình [23]. Nhận biết cơ hội có thể được coi là quá trình nhận thức mà thông qua đó những người trẻ nhận diện được cơ hội đã được công nhận, nó có tác động tích cực và đáng kể đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của họ [24]. Đào tạo về tinh thần doanh nhân cung cấp ngày càng nhiều cơ hội kinh doanh tốt hơn vì nó nuôi dưỡng khả năng, từ đó nâng cao khuynh hướng và thái độ của sinh viên đối với tinh thần doanh nhân [25]. Có nhiều thành phần khác nhau của đặc điểm nhận biết cơ hội đã được các nghiên cứu trước đây công nhận. Việc sở hữu kiến thức, mạng lưới kết nối và khả năng nhận thức vượt trội đóng một vai trò quan trọng giúp sinh viên nhận thấy các cơ hội có thể ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của họ [26]. Tuy nhiên, có rất ít nghiên cứu thực nghiệm được thực hiện để khẳng định kiến thức trước đây có ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp, do đó cần phải thực hiện nhiều nghiên cứu hơn nữa. Tiếp xúc với nhiều cơ hội hơn thông qua việc xây dựng các mối quan hệ cá nhân và xã hội có thể dẫn đến việc khởi nghiệp [27]. Về bản chất, nếu những người trẻ tham gia vào mạng lưới kết nối như các câu lạc bộ, hội thảo, hội nghị và điều này có thể mang lại cho họ những kết nối xã hội, thúc đẩy họ sẵn sàng khởi nghiệp trong tương lai gần. Trên cơ sở các cuộc thảo luận này, giả thuyết được đặt ra:

Giả thuyết H2: Có mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa xác định cơ hội và sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân quản trị kinh doanh.

Nguồn lực: Nguồn lực để khởi nghiệp là những tài sản hữu hình và vô hình mà các cá nhân/ doanh nghiệp khởi nghiệp sử dụng để khai thác những điểm không hoàn hảo trên thị trường [28]. Nguồn lực khởi nghiệp bao gồm các nguồn lực và khả năng của chính doanh nhân [29]. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra tầm quan trọng của các nguồn lực đối với sự sẵn sàng khởi nghiệp. Mansor và Zahari tiết lộ rằng có mối tương quan rõ rệt giữa sự sẵn sàng khởi nghiệp và nguồn lực của sinh viên [30]. Có nhiều thành phần khác nhau của nguồn lực đã được chỉ ra bởi các nghiên cứu trước đây. Việc dễ dàng tiếp cận các nguồn lực vật chất như thông tin liên lạc, tiện ích, giao thông và đất đai hoặc không gian với mức giá phù hợp có mối liên hệ tích cực và đáng kể với sự sẵn sàng khởi nghiệp. Một trong những thách thức về nguồn lực được đề cập nhiều nhất đối với sự sẵn sàng khởi nghiệp là khả năng tiếp cận tài chính. Các nghiên cứu trước đây chỉ ra rằng các doanh nhân trẻ có thể phải đối mặt với những thách thức trong việc đảm bảo nguồn tài chính khởi nghiệp do họ thiếu tài sản đảm bảo, thiếu kinh nghiệm. Trên cơ sở thảo luận này, giả thuyết sau được đặt ra:

Giả thuyết H3: Có mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa yếu tố nguồn lực và khả năng sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân quản trị kinh doanh.

Năng lực khởi nghiệp: Năng lực khởi nghiệp có thể được định nghĩa là khả năng cảm nhận, lựa chọn, định hình và đồng bộ hóa các điều kiện bên trong và bên ngoài để khám phá và khai thác các cơ hội [31]. Có nhiều thành phần khác nhau của khả năng kinh doanh đã được kiểm tra bởi các nghiên cứu trước đây. Khả năng quản lý và điều hành là rất quan trọng, ngoài ra, nhiều cá nhân/ doanh nghiệp khởi nghiệp thất bại vì thiếu kế hoạch kinh doanh hiệu quả. Điều này cho thấy tầm quan trọng của kế hoạch kinh doanh đối với việc khởi nghiệp. Một thành phần khác của khả năng kinh doanh là khả năng tiếp thị. Hầu hết các công ty mới thành lập cần nhận thức được tầm quan trọng của việc tiếp thị kinh doanh. Quản trị tài chính cũng đóng góp vai trò quan trọng trong thành phần cơ bản của khả năng kinh doanh. Một yếu tố khác góp phần vào khả năng kinh doanh là việc xây dựng đội nhóm. Kết quả của các nghiên cứu trước đây cho thấy điều còn thiếu ở các công ty mới là khả năng xây dựng một đội ngũ mạnh. Kế thừa các nghiên cứu trước. Trên cơ sở thảo luận này, giả thuyết được xây dựng:

Giả thuyết H4: Có mối quan hệ tích cực và có ý nghĩa giữa năng lực khởi nghiệp và sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân quản trị kinh doanh.

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng cách tiếp cận định lượng, các biến quan sát được đo bằng thang đo Likert 5 điểm với (1) Hoàn toàn không đồng ý đến (5) Hoàn toàn đồng ý. Thang đo các khái niệm (động lực, xác định cơ hội, nguồn lực và khả năng kinh doanh) được kế thừa và có sự điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh ở Việt Nam, cũng như đối tượng khảo sát là những người trẻ, những cử nhân mới tốt nghiệp đại học ngành quản trị kinh doanh. Thang đo của các biến độc lập: Động lực (gồm bốn mục) xác nhận cơ hội (gồm bốn mục); nguồn lực (gồm ba mục); khả năng kinh doanh (gồm sáu mục).

Thang đo các khái niệm (động lực, nhận biết cơ hội, nguồn lực và năng lực khởi nghiệp) dựa trên các nghiên cứu liên quan của Seun; Mitchell và cs.; Gibb & Ritchie [20, 26, 32] và có sự điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Tuy nhiên, ở thang đo động lực khởi nghiệp, tác giả đề xuất thêm thang đo động lực xã hội, bởi vì ngoài mục tiêu lợi nhuận thì nhiều người trẻ khởi nghiệp hướng tới mục tiêu xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng. Thang đo khả năng kinh doanh, tác giả đề xuất thêm thang đo kỹ năng truyền thông vì đối với người khởi nghiệp trẻ

trong bối cảnh của cách mạng công nghiệp lần thứ tư thì khi làm tốt công tác truyền thông, đặc biệt là truyền thông đa phương tiện trên các nền tảng để quảng bá, giới thiệu, tiếp thị và bán sản phẩm/ dịch vụ khởi nghiệp của mình là hết sức cần thiết. Riêng thang đo sẵn sàng khởi nghiệp, từ quan điểm hành vi, tác giả đề xuất gồm ba thang đo cụ thể: Suy nghĩ nghiêm túc để khởi nghiệp; Có kế hoạch để khởi nghiệp trong tương lai gần; Sẵn sàng nỗ lực để khởi nghiệp.

Trong nghiên cứu này, kích thước mẫu được lấy theo Hair và cs. [33]), nếu phân tích EFA thì tỉ lệ giữa quan sát/biến đo lường là 5:1, tức 1 biến đo lường cần tối thiểu là 5 quan sát. Phương pháp ước lượng ML (Maximum Likelihood) cần mẫu tối thiểu phải từ 100 đến 150. Ngoài ra, để có độ tin cậy trong kiểm định độ thích hợp của mô hình SEM, kích thước mẫu từ 100 đến 200 là đạt yêu cầu [34]. Như vậy, với nghiên cứu này với số biến đo lường là 20 thì cỡ mẫu có thể nằm trong khoảng từ 100 đến 200. Nghiên cứu sử dụng cỡ mẫu được thu thập thực tế là 271, do đó, cỡ mẫu được sử dụng là phù hợp với phương pháp phân tích. Đồng thời, nghiên cứu này cũng sử dụng phương pháp Bootstrap (phương pháp lấy mẫu lặp lại có thay thế trong đó mẫu ban đầu đóng vai trò đám đông) để đánh giá độ tin cậy của mẫu. Dữ liệu được thu thập bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Trước tiên, tác giả bài viết thông qua zalo, email, điện thoại của cựu sinh viên đã hoàn thành chương trình đào tạo cử nhân ngành Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Lao động – Xã hội (Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh), mời họ dành thời gian trả lời câu hỏi khảo sát cho nghiên cứu thông qua Google docs (thời gian khảo sát từ 6/1/2021 đến 22/4/2021 và khảo sát bổ sung tháng 11/2021). Tổng cộng có 500 cử nhân tốt nghiệp ngành quản trị kinh doanh từ năm 2017 đến 2020 được mời trả lời câu hỏi, trong đó không phân biệt giới tính, năm tốt nghiệp và vị trí công việc của người trả lời. Đây là chương trình khảo sát được khoa Quản trị kinh doanh tiến hành thường xuyên hàng năm nhằm thu thập thông tin, dữ liệu từ cựu sinh viên nhằm nâng cao chất lượng đào tạo sinh viên chuyên ngành. Kết quả thu được 271 bảng khảo sát hợp lệ.

4 Kết quả nghiên cứu

Thống kê mô tả về đối tượng được khảo sát

Thống kê mô tả đối tượng được khảo sát được trình bày chi tiết như ở Bảng 1. Các đặc điểm nổi bật của mẫu khảo sát như: có sự chênh lệch đáng kể về giới tính, với tỷ lệ nữ 65,7% và nam 34,3%, điều này cũng phù hợp vì nhà trường đào tạo các ngành học thuộc khối xã hội nên số lượng cử nhân nữ nhiều hơn cử nhân nam. Do mới tốt nghiệp nên số cử nhân được khảo sát có kinh nghiệm từ 1 đến 4 năm; và nơi làm việc tập trung chủ yếu là các doanh nghiệp tư nhân và công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên ở Thành phố Hồ Chí Minh.

Bảng 1. Thông tin chung về mẫu nghiên cứu

TT	Tiêu chí	Số lượng	%	
	Tổng	271	100,0	
1	Giới tính	Nữ	178	65,7
		Nam	93	34,3
2	Kinh nghiệm	1 năm	104	38,4
		2 năm	34	12,5
		3 năm	49	18,1
		4 năm	84	31,0
3	Nghề nghiệp	Nhân viên	210	77,5
		Trưởng phòng/ trưởng nhóm	43	15,9
		Tự kinh doanh	18	6,6
4	Nơi làm việc	Tổ chức nhà nước	47	17,3
		Doanh nghiệp tư nhân	60	22,1
		Công ty trách nhiệm hữu hạn	104	38,5
		Công ty cổ phần	60	22,1
5	Địa chỉ	Thành phố Hồ Chí Minh	185	68,3
		Tỉnh/ thành phố khác	86	31,7

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu khảo sát, 2021

Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha cho thấy thành phần DLXH (Động lực xã hội) có hệ số Corrected Item-Total Correlation = 0,076 < 0,3 nên loại biến này. Bỏ theo Nunnally & Bernstein [35], tiêu chuẩn lựa chọn Cronbach's Alpha là từ 0,6 trở lên và hệ số tương quan biến tổng là từ 0,3 trở lên. Các thành phần còn lại đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và các biến đo lường đều có hệ số tương quan lớn hơn 0,3. Do đó, các thang đo thành phần này đủ độ tin cậy để tiếp tục đưa vào phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 2. Hệ số Cronbach's Alpha

TT	Thành phần	Cronbach's Alpha
1	Động lực	0,842
2	Năng lực nhận biết cơ hội	0,882
3	Nguồn lực	0,927
4	Năng lực khởi nghiệp	0,899
5	Sẵn sàng khởi nghiệp	0,869

Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát, 2021

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích EFA đối với các nhân tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp (Bảng 3) có hệ số KMO = 0,863 và sig. = 0,000, các hệ số tải đều (>0.5) và điểm dừng tại giá trị Eigenvalue = 1,156, trích được 4 nhân tố với phương sai trích là 67,556%, lớn hơn 50%, tỷ lệ này đạt yêu cầu trong phân tích nhân tố.

Bảng 3. Phân tích nhân tố khám phá của các thành phần giải thích sự sẵn sàng khởi nghiệp

TT	Biến quan sát	Ký hiệu	Nhân tố			
			1	2	3	4
1	Kỹ năng lập kế hoạch kinh doanh	KNLKH	0,866			
	Kỹ năng xây dựng đội nhóm	KNXDDN	0,858			
	Năng lực khởi nghiệp	KN				
	Kỹ năng truyền thông	KNTKTT	0,828			
	Kỹ năng tiếp thị kinh doanh	KNQTTC	0,725			
	Kỹ năng quản trị tài chính	KNTTKD	0,700			
	Kỹ năng quản trị nguồn nhân lực	KNQTNNL	0,624			
2	Sự đổi mới, sáng tạo	ST		0,935		
	Năng lực nhận biết cơ hội	XNCH				
	Kiến thức được tích lũy	KTTL		0,858		
	Mạng lưới kết nối xã hội	MLKN		0,733		
	Năng lực vượt trội	NLVT		0,649		

TT	Biến quan sát	Ký hiệu	Nhân tố			
			1	2	3	4
3	Tài sản tài chính	TSTC			0,944	
	Nguồn lực Tài sản vật chất	TSVC	NL		0,921	
	Tài sản thuộc sở hữu trí tuệ	TSTT			0,848	
4	Động lực tự chủ	DLTC				0,853
	Động lực Động lực lợi nhuận	DLLN	DL			0,803
	Động lực thành tích	DLTT				0,752

Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát, 2021

Kết quả phân tích EFA đối với biến sẵn sàng khởi nghiệp (Bảng 4) cho thấy, hệ số KMO = 0,881 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê với sig = 0,000. Các biến được rút trích thành một nhân tố với hệ số tin cậy Cronbach's Alpha là 0,869, giá trị Eigenvalue = 1,134, đồng thời các hệ số tải đều trên 0,8. Điều này cho thấy khái niệm sẵn sàng khởi nghiệp là một khái niệm đơn hướng.

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA) (Hình 1) với các chỉ số Chi-square/df = 1,586; GFI = 0,919; TLI = 0,968; CFI = 0,973; RMSEA = 0,047, cho thấy thang đo đạt được độ tương thích với dữ liệu (Hair & cs., Byrne) [33–36] và các chỉ số chỉ ra mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường.

Hệ số tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích (Composite Reliability and Average Variance Extracted): Thang đo được đánh giá là đáng tin cậy khi hệ số tin cậy tổng hợp có giá trị lớn hơn 0,7 và tổng phương sai rút trích có giá trị lớn hơn 0,5 (Hair & cs.) [35]. Kết quả Bảng 5 cho thấy các khái niệm đều đạt yêu cầu về hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích.

Bảng 4. Phân tích nhân tố khám phá của khái niệm sẵn sàng khởi nghiệp

Các thuộc tính sẵn sàng khởi nghiệp	Ký hiệu	Hệ số tải nhân tố
Có kế hoạch để khởi nghiệp trong tương lai gần	SSKN2	0,873
Suy nghĩ nghiêm túc để khởi nghiệp	SS	0,817
Sẵn sàng nỗ lực để khởi nghiệp	SSKN3	0,806

Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát, 2021

Bảng 5. Hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích của các thang đo

	KN	XNCH	NL	DL	SS
Hệ số tin cậy tổng hợp (CR)	0,910	0,885	0,929	0,844	0,870
Tổng phương sai trích (AVE)	0,601	0,658	0,813	0,644	0,691

Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát, 2021

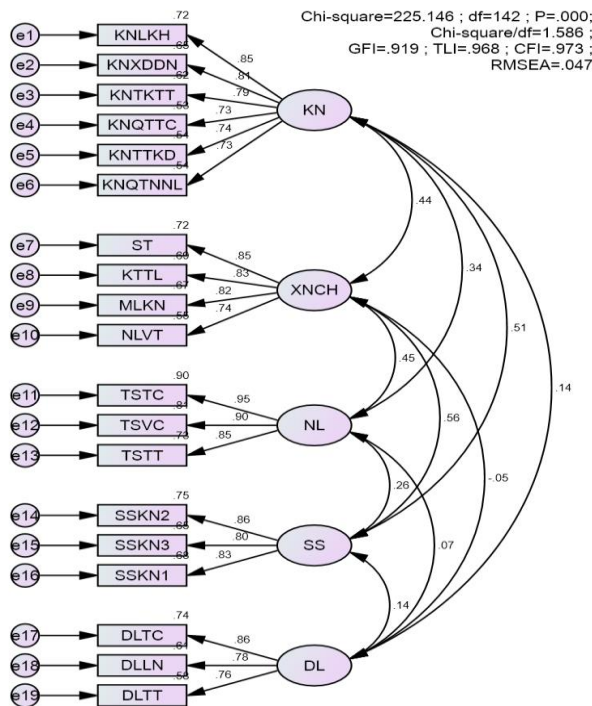
Giá trị phân biệt (Discriminant Validity): Kết quả ở Bảng 6 cho thấy giá trị $p < 0,05$ nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Do đó, các khái niệm đạt được giá trị phân biệt.

Bảng 6. Kiểm định giá trị phân biệt giữa các thành phần trong mô hình nghiên cứu

Mối quan hệ			Ước lượng	Sai số chuẩn	Giá trị tới hạn	p-value
KN	<-->	XNCH	0,267	0,059	12,475	0,000
KN	<-->	NL	0,236	0,059	12,895	0,000
KN	<-->	SS	0,297	0,058	12,075	0,000
KN	<-->	DL	0,078	0,061	15,168	0,048
XNCH	<-->	NL	0,312	0,058	11,877	0,000
XNCH	<-->	SS	0,329	0,058	11,654	0,000
XNCH	<-->	DL	-0,260	0,061	16,833	0,000
NL	<-->	SS	0,177	0,060	13,715	0,000
NL	<-->	DL	0,046	0,061	15,663	0,000
DL	<-->	DL	0,078	0,061	15,168	0,000

Ghi chú: P là Mức ý nghĩa, $p < 0,05$

Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát, 2021



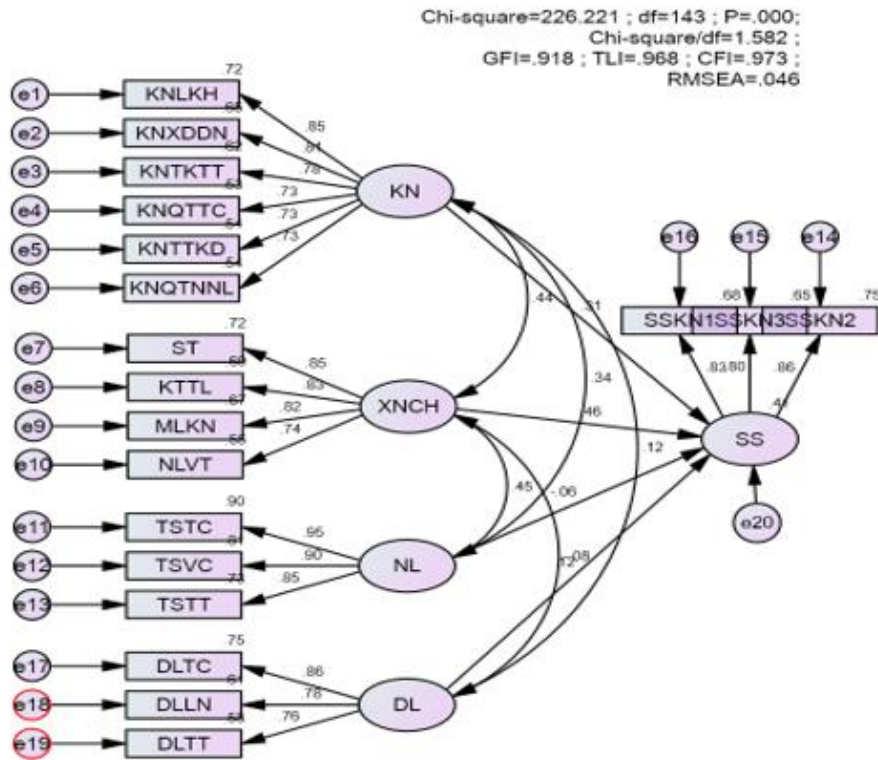
Hình 1. Kết quả CFA mô hình đo lường sự sẵn sàng khởi nghiệp

Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát, 2021

Kiểm định mô hình nghiên cứu

Kết quả phân tích SEM (Hình 2) cho thấy mô hình này phù hợp với dữ liệu thị trường vì có Chi-square/df = 1,582 < 2; P- value = 0,000 < 0,05; GFI = 0,918; TLI = 0,968; CFI = 0,973 > 0,9; RMSEA = 0,046 < 0,08. Điều này chứng tỏ mô hình đạt được độ tương thích với dữ liệu thị trường. Tuy nhiên, kết quả phân tích Regression Weights (Bảng 7) cho thấy các yếu tố Nguồn lực (NL) không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 90% vì có P-value > 0,1. Do đó, giả thuyết H3 không được chấp nhận.

Kết quả ước lượng mô hình nghiên cứu cho thấy có ba nhân tố độc lập trong mô hình (1) Xác nhận được cơ hội, (2) Khả năng và (3) Động lực, có P-value < 0,05, nên các biến này đều thực sự ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân ngành quản trị kinh doanh tại Đại học Lao động – Xã hội (Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh).



Hình 2. Kết quả SEM mô hình nghiên cứu

Bảng 7. Quan hệ cấu trúc giữa các thành phần của mô hình – SEM

Mối quan hệ	Ước lượng	Sai số chuẩn	Giá trị tới hạn	p-value
SS <-- KN	0,364	0,069	5,274	0,000
SS <-- XNCH	0,470	0,076	6,217	0,000
SS <-- NL	- 0,053	0,055	0,967	0,334
SS <-- DL	0,161	0,070	5,301	0,021

Nguồn: Kết quả xử lý từ số liệu khảo sát, 2021

Kiểm định ước lượng của mô hình bằng phân tích Bootstrap

Do mẫu nghiên cứu chưa thực sự lớn trong điều kiện phân tích cấu trúc tuyến tính, nghiên cứu này sử dụng phương pháp Bootstrap với số lượng mẫu lặp lại N = 500. Kết quả ước lượng tính trung bình kèm theo độ chệch được trình bày trong Bảng 8. Trị tuyệt đối CR rất nhỏ so với

Bảng 8. Kết quả kiểm định Bootstrap

			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR= Bias/SE-Bias
SS	<---	KN	0,085	0,003	0,376	0,005	0,004	1,25
SS	<---	XNCH	0,084	0,003	0,477	-0,002	0,004	0,5
SS	<---	DL	0,70	0,002	0,147	0,002	0,003	0,67

Nguồn: Kết quả xử lý từ số liệu khảo sát, 2021

2, nên độ chệch là rất nhỏ, đồng thời không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Như vậy, các ước lượng trong mô hình có thể tin cậy được.

5 Kết luận và hàm ý

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, động lực (lợi nhuận, tự chủ, thành tích); năng lực khởi nghiệp (kỹ năng lập kế hoạch kinh doanh, xây dựng đội nhóm, truyền thông, tiếp thị kinh doanh, quản trị tài chính, quản trị nguồn nhân lực); năng lực nhận biết cơ hội (có ý tưởng sáng tạo, kiến thức được tích lũy, có mạng lưới kết nối xã hội, năng lực vượt trội) là các nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân ngành quản trị kinh doanh tốt nghiệp tại Trường Đại học Lao động – Xã hội (Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh). Kết quả của nghiên cứu này được củng cố bởi kết quả của nghiên cứu trước đó, đã khẳng định động lực ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến sự sẵn sàng khởi nghiệp [20–24]; việc nhận biết cơ hội của người khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của họ [24]; và năng lực khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến sự sẵn sàng khởi nghiệp [24–37]. Yếu tố nguồn lực không có ý nghĩa thống kê khi xem xét với sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân quản trị kinh doanh. Kết quả này cũng có những điểm tương đồng với kết quả của một số nghiên cứu trước. Những người không tham gia khởi nghiệp thì thường hay đặt yếu tố nguồn lực có vai trò quan trọng hàng đầu để khởi nghiệp [20–38]. Tuy nhiên, trong bối cảnh khi mà tình trạng khan hiếm nguồn lực, đặc biệt là nguồn lực vật chất thì nghiên cứu của Seun [20] đã chỉ ra rằng những người đã tham gia vào các khóa học đào tạo về khởi nghiệp bị ảnh hưởng bởi những ý tưởng khả thi hơn là nguồn lực.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy tỷ lệ cử nhân tốt nghiệp ngành quản trị kinh doanh tại trường khởi nghiệp là rất thấp. Kết quả nghiên cứu này là thông tin khoa học quan trọng giúp

các các nhà đào tạo tại Trường có định hướng trong đào tạo nhằm tạo môi trường văn hóa khuyến khích, thúc đẩy tinh thần doanh nhân, đào tạo tư duy, kỹ năng kinh doanh để tạo ra những cử nhân tích cực, cởi mở với tinh thần doanh nhân và có tư duy, có năng lực, kỹ năng và có thể cải thiện năng lực của bản thân theo thời gian để khi tốt nghiệp có thể sẵn sàng khởi nghiệp và khởi nghiệp thành công. Do đó, một số đề xuất cụ thể như sau:

Xây dựng văn hóa khởi nghiệp trong nhà trường

Xây dựng văn hóa khởi nghiệp trong sinh viên nhà trường thông qua: (1) Tăng cường giới thiệu hình ảnh doanh nhân thành công. Kinh nghiệm cá nhân và hình ảnh về sự độc lập, thành công và thành tích của doanh nhân có thể thúc đẩy những người trẻ tuổi cân nhắc, khám phá và lựa chọn khởi nghiệp. Đồng thời, cũng cần giới thiệu cả những người trẻ dám mạo hiểm kinh doanh, nhưng chưa thành công. Thông qua đó, sinh viên nhà trường lắng nghe những thất bại trong kinh doanh để họ dám đối diện với thất bại, xem như bài học về “văn hóa thất bại” trong kinh doanh. Vượt qua trở ngại này, những người trẻ sẽ sẵn sàng chấp nhận rủi ro khi khởi nghiệp; (2) Cần kết nối với các doanh nhân là cựu sinh viên của trường, điều này là rất quan trọng vì hình mẫu này sẽ giúp người học dễ dàng tưởng tượng rằng họ cũng có thể làm điều đó khi mà các thế hệ anh/ chị của họ đã thành công; (3) Khuyến khích người học thử nghiệm các ý tưởng mới, sáng tạo; (4) Chương trình đào tạo tại trường cần được thiết kế, cũng như tổ chức hoạt động đào tạo để tăng tính tự chủ, chấp nhận rủi ro, tăng tính sáng tạo và văn hóa chia sẻ rộng rãi kinh nghiệm và chuyên môn.

Giáo dục tư duy, kỹ năng kinh doanh cho người học

Thực tế cho thấy, mặc dù đã có một số sáng kiến về giáo dục kinh doanh đang được tiến hành tại Nhà trường, tuy nhiên hầu hết trong số đó đều không được tích hợp chặt chẽ vào các học phần của chương trình giảng dạy, trong khi tinh thần doanh nhân là một sự kết hợp của tư duy, kiến thức và kỹ năng. Do đó:

Về thiết kế chương trình đào tạo cần thiết kế để tích hợp giáo dục tinh thần doanh nhân, khởi nghiệp như một phần quan trọng của chương trình giảng dạy chuyên ngành, nhằm khuyến khích người học khởi nghiệp trong và sau quá trình học tập tại trường.

Về quá trình tổ chức giảng dạy và học tập: (1) Tăng cường phương pháp giảng dạy tiếp cận thực tiễn, trong đó, nhấn mạnh đến sự tham gia của các doanh nghiệp, doanh nhân và áp dụng rộng rãi phương pháp giảng dạy dựa trên nghiên cứu trường hợp là các dự án cụ thể; (2) Tăng cường các hoạt động ngoại khóa để định hướng kinh doanh, như tổ chức ngày hội

kinh doanh nơi sinh viên có thể tự bán các sản phẩm/ dịch vụ; Tổ chức các tọa đàm, các cuộc thi tạo ra sân chơi để phát triển ý tưởng khởi nghiệp; Tổ chức các buổi học ngoại khóa, các chương trình thực tập giữa khóa học tại các doanh nghiệp; (3) Thay đổi hình thức thi truyền thống đối với một số môn học chuyên ngành bằng việc yêu cầu sinh viên thay vì viết bài thi trên giấy thì tổ chức một sự kiện từ thiện hay một chương trình bán hàng. Sinh viên sẽ là người lên ý tưởng, lập kế hoạch, tổ chức và quản lý toàn bộ hoạt động. Hoặc là sinh viên tham gia vào các hoạt động thực hành lập và quản trị dự án siêu nhỏ. Cách tiếp cận này có thể giúp người học có cơ hội vận dụng những kiến thức và bài học từ các doanh nghiệp khác trong quá trình tổ chức và họ có cơ hội để chứng minh tính chủ động và kỹ năng tổ chức của mình. Họ có thể học được cách tự kinh doanh, hay thực hiện hợp đồng phụ ở các lĩnh vực nghề nghiệp của mình sau khi họ tốt nghiệp.

Xây dựng lực lượng giảng viên có thể hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Giảng viên tập trung vào công tác đào tạo, cố vấn, giúp sinh viên hình thành ý tưởng, lập kế hoạch kinh doanh... Để có được lực lượng giảng viên như vậy, Nhà trường nên đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ giảng viên giảng dạy về khởi nghiệp thông qua tổ chức hội thảo, học tập tại doanh nghiệp và trao đổi với doanh nhân. Đồng thời, có chính sách khuyến khích giảng viên tích cực tham gia nghiên cứu khoa học về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo để chuyển giao khoa học phù hợp và tạo giá trị cho các địa phương, các doanh nghiệp.

Thành lập bộ phận chuyên trách về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong Nhà trường

Bộ phận này sẽ phối hợp với các khoa và phòng ban khác trong trường mời chuyên gia, doanh nhân, xây dựng kết nối chặt chẽ với doanh nghiệp để xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành, để tổ chức quá trình đào tạo thực tiễn, chuyên sâu về khởi nghiệp đối với sinh viên chuyên ngành; Phát triển các hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, xây dựng mạng lưới nhà đầu tư, kết nối doanh nghiệp hỗ trợ, hoặc các hoạt động cộng đồng như hội thảo hoặc cuộc thi; kết nối với hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia và các trường đại học khác.

Kết nối chặt chẽ với cộng đồng doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh

Nhà trường cần xây dựng mối quan hệ kết nối với cộng đồng doanh nghiệp thành phố Hồ Chí Minh ở mọi cấp độ, không chỉ tập trung vào các doanh nghiệp lớn mà còn các doanh nghiệp nhỏ, hộ kinh doanh... Cộng đồng doanh nghiệp có thể hỗ trợ rất tốt cho nhà trường trong hoạt động tư vấn, đào tạo chuyên môn bên cạnh việc hỗ trợ nguồn tài chính cho sinh viên, cử nhân nhà trường khởi nghiệp.

Tài liệu tham khảo

1. Acs, J. (2006), How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1), 97–107, ISSN 1558-2477, doi: 10.1162/itgg.2006.1.1.97.
2. Mitchell, R. K., Smith, B., Seawright, K. W., & Morse, E. A. (2000), Cross-cultural cognitions and the venture creation decision, *Academy of Management Journal*, 43(5), 974–993, doi: 10.2307/1556422.
3. Baumol, W. & Strom, J. (2007), Entrepreneurship and economic growth, *Strategic entrepreneurship journal*, 1(3-4), 233–237.
4. Thurik, R. & Wennekers, S. (2004), Entrepreneurship, small business and economic growth, *Journal of small business and enterprise development*, 11(1), 140–149.
5. Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội & Tổng cục Thống kê (2020), *Bản tin cập nhật thị trường lao động Việt Nam*, Số 28, quý 4 năm 2020. LMU-So28-Q42020-Final.pdf (molisa.gov.vn).
6. Wennekers, S., & Thurik, R. (1999), Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small Business Economics*, 13(1).
7. Cole, A. H. (1968), The entrepreneur: Introductory remarks, *American Review of Economics*, 58(2), 60–63.
8. Stevenson, H. H., Roberts, M. J. & Grousbeck, H. I. (1989), *New Business Ventures and the Entrepreneur*, Irwin, Homewood, IL, 1989.
9. Schaper, M., Volery, T., Weber, P., & Lewis, K. (2010), *Entrepreneurship and Small Business* (3rd Pacific Rim edition), Milton, Queensland: John Wiley & Sons.
10. Dollinger, M. (1995), *Entrepreneurship: Strategies and Resources*, Illinois: Irwin
11. Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011), Institutions and female entrepreneurship, *Small Business Economics*, 37(4), 397–415. doi:10.1007/s11187-011-9373-0.
12. Maula, M., Autio, E., & Arenius, P. (2005), *What drives microangel investments?* *Small Business Economics*, 25(5), 459–475. doi:10.1007/s11187-004-2278-4.
13. Mitchell, R. K., Smith, B., Seawright, K. W., & Morse, E. A. (2000), Cross-cultural cognitions and the venture creation decision, *Academy of Management Journal*, 43(5), 974–993. doi:10.2307/1556422.

14. Lau, V. P., Dimitrova, M. N., Shaffer, M. A., Davidkov, T., & Yordanova, D. I. (2012), 'Entrepreneurial readiness and firm growth: an integrated etic and emic approach', *Journal of International Management*, 18(2), 147–159. doi:10.1016/j.intman.2012.02.005.
15. Schillo, R.S., Persaud, A. & Jin, M. (2016), Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship, *Small Bus Econ*, 46, 619–637.
16. Ruiz, J., Soriano, D.R. & Coduras, A. (2016), Challenges in measuring readiness for entrepreneurship, *Management Decision*, 54(5), 1022 –1046.
17. Seun, A. O., & Kalsom, A. W. (2015b), 'New venture creation determinant factors of social Muslimpreneurs', *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 23, 17–32.
18. Carsrud, L. & Brännback, M. (2009), *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box* (Vol. 24): Springer Science & Business Media.
19. Arik, W., Agus, H., & Imam., M. (2021), Exploring Determinants of Entrepreneurial Readiness on Sukses Berkah Community's Member, *Journal of Business and Management Review*, 2(4), 303–317, doi: 10.47153/jbmr24.1332021.
20. Seun, A. O. (2017), Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator, *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), 155–171, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>.
21. Choo, S., & Wong, M. (2006), Entrepreneurial intention: Triggers and barriers to new venture creations in Singapore, *Singapore Management Review*, 28(2).
22. Ruiz, J., Soriano, D. R., & Coduras, A. (2016), Challenges in measuring readiness for entrepreneurship, *Management Decision*, 54(5).
23. Ellis, K., & Williams, C. (2011), *Maximising impact of youth entrepreneurship support in different context: Background report, framework and toolkit for consultation*, Overseas Development Institute.
24. Seun, A. O., & Kalsom, A. W. (2015), Youth entrepreneurship: Moderating opportunity identification towards new venture creation, *International Journal of Review in Applied and Social Sciences*, 1(8), 1–16.
25. Janice, A. B., & Dmitriy, A. N. (2013), *Reaching millennial students: Experiential learning, new class design and technology-based term projects*, Department of Management & Decision Sciences, E. Craig Wall, Sr. College of Business Coastal Carolina University.

26. Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., Mcdougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002), Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93–104.
27. Audretsch, D. B., Bonte, W., & Keilbach, M. (2008), Entrepreneurship capital and its impact on knowledge diffusion and economic performance, *Journal of Business Venturing*, 23(6), 687–698.
28. Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2014), Entrepreneurial Resources, In C. L. Cooper (Ed.), *Wiley encyclopedia of management*, John Wiley & Sons, Ltd.
29. Wu, L. Y. (2007), Entrepreneurial resources, dynamic capabilities and start-up performance of Taiwan's high-tech firms, *Journal of Business Research*, 60, 549–555.
30. Mansor, N., & Zahari, M. H. (2007), *Willingness of graduates to be entrepreneurs*, In Proceeding paper presented at national conference of SMEs. Sabah, Malaysia.
31. Zahra, S. A. (2011), *Entrepreneurial capability: Opportunity pursuit and game changing*, In Paper to be presented at the DRUID 2011 on innovation, strategy, and structure – Organizations, institutions, systems and regions at Copenhagen Business School, Denmark, June 15–17.
32. Gibb, A. A., & Ritchie, J. (1982), Understanding the process of starting small businesses, *European Small Business Journal*, 1(1), 26–45.
33. Hair et al. (1998), *Multivariate Data Analysis*, 5th edition, Upper Saddle River: Prentice-Hall.
34. Hoyle, R. H. (1995), The structural equation modeling approach: Basic concepts and fundamental issues. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications* (1–15), Sage Publications, Inc.
35. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994), *Psychometric Theory* (3rd ed.), New York, NY: McGraw-Hill, Inc.
36. Byrne, B.M. (2016), *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*, New York. <https://doi.org/10.4324/9780203805534>.
37. Acharya, S. R., & Chandra, Y. (2019), Entrepreneurship Skills Acquisition through Education: Impact of the Nurturance of Knowledge, Skills, and Attitude on New Venture Creation, *International Journal of Education and Pedagogical Sciences*, 13(2).
38. Bygrave, W. D., & Timmons, J. A. (1992), *Venture capital at the crossroads*, Harvard Business Press.