

ẢNH HƯỞNG CỦA NIỀM TIN CÁ NHÂN VÀ SỰ ỦNG HỘ CỦA GIA ĐÌNH, BẠN BÈ ĐỐI VỚI DỰ ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA PHỤ NỮ

TRƯƠNG THÚY HẰNG*

Tóm tắt: Bài viết dựa trên phân tích nguồn số liệu định lượng của Dự án điều tra cơ bản “Nhận thức, dự định khởi nghiệp của phụ nữ trong bối cảnh hội nhập quốc tế - Giai đoạn I Khu vực miền Bắc”, do Viện Nghiên cứu Phụ nữ, Học viện Phụ nữ Việt Nam thực hiện năm 2017. Các kỹ thuật phân tích số liệu định lượng được sử dụng đó là: So sánh điểm trung bình và kiểm định ý nghĩa thống kê (compare means, one-way ANOVA), tương quan (correlate) và phân tích hồi quy (regression analysis).

Kết quả phân tích cho thấy niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè có tác động/ ảnh hưởng tới dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ. Khi có niềm tin, thái độ tích cực, có sự ủng hộ mạnh mẽ của gia đình, bạn bè, phụ nữ sẽ có quyết tâm khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh cao hơn. Trong đó niềm tin của chính bản thân phụ nữ có tác động đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của họ cao hơn so với gia đình, bạn bè. Từ đó cho thấy, các cấp các ngành nói chung và Hội LHPN nói riêng cần tiếp tục có những chương trình, kế hoạch hỗ trợ nâng cao nhận thức, kiến thức của phụ nữ về khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh.

Từ khóa: Phụ nữ; khởi nghiệp; khởi sự kinh doanh

Abstracts: The article is based on analyzing quantitative data collected in the baseline survey “The conception and intention of women on starting a business in the context of international integration - phase I, Northern region”, conducted by Institute for Women’s Studies, Vietnam Women’s Academy in 2017. Quantitative data techniques used are: Compare Means, One-Way ANOVA, correlation and regression analysis.

Analytical results show that personal belief and the support of family and friends have an impact on the startup intention of women. When women have faith, positive attitude, strong support of family and friends, their determination on business starting is high. Among those factors, the personal belief of women has the higher level of impact on their intention to start a business in comparison to their family and friends’ support. Thus, State agencies and Vietnam Women’s Union should continue their programs and plans to help raise awareness and knowledge of women on starting a business.

Keywords: women; startup; starting a business.

* Học viện Phụ nữ Việt Nam

1. Đặt vấn đề

Theo nghiên cứu của Phòng thương mại Công nghiệp Việt Nam - VCCI (2015), trở thành doanh nhân đang là ước muốn của 67,2% người trưởng thành ở Việt Nam. Doanh nhân đang ngày càng nhận được sự tôn trọng của xã hội. Hai từ “Doanh nhân” đã chính thức xuất hiện trong Hiệp pháp năm 2013. Sự nghiệp phát triển doanh nhân ở Việt Nam hiện đang được thực hiện theo tinh thần Nghị quyết số 09/NQ-TW về Xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế. Những nhận thức tích cực đã góp phần thúc đẩy việc khởi sự kinh doanh và giúp các doanh nhân Việt nam có điều kiện để phát triển tốt hơn.

Các nghiên cứu trong những năm qua ở cả trong và ngoài nước đã chỉ ra những yếu tố khác nhau ảnh hưởng đến dự định và quyết định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của các cá nhân. Các yếu tố kể đến như: Đặc điểm tâm lý cá nhân (Lee Wei Ni, Lim Bao Ping, Lim Li Ying, Ng Huei Sern, Wong Jia Lih, 2012; Bùi Huỳnh Tuấn Duy và cộng sự, 2011); Kiểm soát hành vi nhận thức (Francisso Lian, Yi-Wen Chen, 2009); Quy chuẩn chủ quan (Norris F. Krueger, Michael D.Reilly. 2000, Nguyễn Quốc Nghi và cộng sự, 2016; Lê Quân, 2005); Niềm tin, thái độ (Norris F.Krueger, Michael D.Reilly, 2000; VCCI, 2015, Nguyễn Quốc Nghi và cộng sự, 2016) ... Trong phạm vi hạn hẹp, bài viết tập trung đi sâu phân tích hai yếu tố ảnh hưởng đến khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ các tỉnh khu vực phía Bắc Việt Nam, đó là: Thái độ đối với hành vi (Niềm tin cá nhân) và quy chuẩn chủ quan (sự ủng hộ của gia đình, bạn bè)

2. Phương pháp nghiên cứu và lý thuyết tiếp cận

Bài viết dựa trên việc phân tích số liệu định lượng của dự án điều tra cơ bản “*Nhận thức, dự định khởi nghiệp của phụ nữ trong bối cảnh hội nhập quốc tế - Giai đoạn I Khu vực miền Bắc*”, do Học viện Phụ nữ Việt Nam thực hiện năm 2017. Điều tra được tiến hành tại 05 tỉnh thuộc các tỉnh miền Bắc Việt Nam, đại diện các vùng: miền núi phía Bắc, đồng bằng Bắc Bộ và Bắc Trung Bộ là: Lào Cai, Lạng Sơn, Thái Bình, Hải Dương và Thanh Hóa. Điều tra đã tiến hành thu thập thông tin trên hai nhóm đối tượng: 1) Phụ nữ có ý tưởng kinh doanh và thành lập doanh nghiệp; 2) Doanh nghiệp nữ có sáng tạo, đổi mới và phát triển doanh nghiệp. Bài viết phân tích một phần kết quả trên bộ số liệu chính với nhóm đối tượng phụ nữ có ý tưởng kinh doanh và thành lập doanh nghiệp. Số liệu mẫu được tiến hành điều tra là 1720 (cho nhóm thứ nhất) trên 05 tỉnh. Các kiểm định thống kê và kỹ thuật phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng nhằm tăng độ tin cậy cho các kết luận được đưa ra.

Theo lý thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior), Ajzen (1991) đưa ra ba nhân tố quan trọng trong việc thay đổi ý định và hành vi thực tế.

Thái độ về hành vi: Mức độ đánh giá thích hay không thích hoặc mức độ đánh giá hành vi trong câu hỏi. Thái độ phát triển từ niềm tin về sự vật và niềm tin về sự vật được

hình thành từ việc gắn với các thuộc tính nhất định, ví dụ, với đặc điểm hoặc sự kiện. Niềm tin hành vi kết nối hành vi với kết quả nhất định hoặc một số đặc tính khác như chi phí khi thực hiện hành vi. Khi các thuộc tính được kết nối với hành vi được đánh giá tích cực hoặc tiêu cực, chúng ta có thái độ về hành vi. Thang đo thái độ nên bắt đầu bằng đánh giá tiêu cực và kết thúc bằng đánh giá tích cực (ví dụ: Từ -3 đến + 3). Thái độ là “những mong đợi và niềm tin về ảnh hưởng kết quả cá nhân từ hành vi nhất định”.

Chuẩn mực/quy chuẩn chủ quan: Nhận thức về các áp lực xã hội nếu thực hiện hay không thực hiện hành vi. Sức mạnh niềm tin liên quan đến khả năng các cá nhân hoặc nhóm ưu tiên/quan trọng ủng hộ hay phản đối việc thực hiện hành vi. Những người khác như gia đình hoặc bạn bè cảm thấy như thế nào khi người đó thực hiện hành vi. Cách đo lường chuẩn mực chủ quan này là hỏi người trả lời đánh giá mức độ mà “những người quan trọng khác” sẽ ủng hộ hoặc phản đối việc thực hiện hành vi nhất định.

Mức độ kiểm soát hành vi nhận thức: Nhận thức những thuận lợi và hành vi khi thực hiện hành động và nó được giả định phản ánh kinh nghiệm cũng như lường trước các khó khăn, trở ngại. Cá nhân cảm thấy có đủ khả năng hay nguồn lực thực hiện không. Niềm tin kiểm soát một phần dựa trên các kinh nghiệm đã có về hành vi và bị ảnh hưởng bởi các thông tin gián tiếp về hành vi do kinh nghiệm của người quen và bạn bè và các nhân tố khác có thể làm gia tăng hoặc giảm sút các khó khăn khi thực hiện hành vi. Càng nhiều nguồn lực và cơ hội mà cá nhân tin họ sở hữu được, họ gặp càng ít trở ngại và mức độ kiểm soát hành vi của họ càng lớn. Ngoài ra, có thể đưa ra các câu hỏi trực tiếp về khả năng thực hiện hành vi hoặc gián tiếp dựa trên lòng tin về khả năng giải quyết các nhân tố cản trở hoặc thúc đẩy.

Tác giả đi đến kết luận rằng: Nếu thái độ và chuẩn mực/quy chuẩn chủ quan nghiêng về việc ưa thích thực hiện hành vi, mức độ kiểm soát hành vi nhận thức càng lớn, dự định thực hiện hành vi của một cá nhân càng mạnh dù ở điều kiện nào.

Như vậy, tiếp cận theo lý thuyết hành vi, dự định của Ajzen, chúng ta nhận thấy thái độ với hành vi (niềm tin cá nhân) và quy chuẩn chủ quan (sự ủng hộ của gia đình, bạn bè) có thể là hai nhóm yếu tố ảnh hưởng đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ khu vực các tỉnh phía Bắc hiện nay. Các phân tích dưới đây nhằm chứng minh và kiểm định mối quan hệ này. Giả thuyết đặt ra là: H1: Niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè có sự tác động/ảnh hưởng đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ và H0: Không có sự tác động/ảnh hưởng của niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè đến hành vi dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Ảnh hưởng của niềm tin cá nhân đối với khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ

Dựa trên cách tiếp cận lý thuyết của Ajzen (1991), một số nghiên cứu trên thế giới

cũng cho thấy niềm tin, thái độ có ảnh hưởng đến khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh. Nghiên cứu của Lo, Sun & La (2012) chỉ cho rằng thái độ hành vi ảnh hưởng đến khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh. Ví dụ như: Việc thành lập một công ty mới thích hơn việc đi làm thuê. Nghiên cứu của Autio (2001), Kolvereid & Isaksen (2006) chỉ ra niềm tin thái độ tích cực là yếu tố ảnh hưởng tới dự định khởi sự, khởi nghiệp kinh doanh. Ví dụ như: Nếu tôi bắt đầu kinh doanh riêng, cơ hội thành công sẽ cao (Dẫn theo Lo, Sun & La, 2012). Các tác giả Khalid Ismail, Abdul Rahman Ahmad, Kamisan Gadarl & NKY Yunus (2012) cho rằng một trong những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến việc kinh doanh của phụ nữ đó là thái độ muốn làm “một người chủ”. Ví dụ như việc: một người không thích làm việc hoặc bị kiểm soát bởi người khác. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra niềm tin vào cơ hội và các nguồn lực cũng là nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến quá trình này. Như việc sẵn sàng làm việc trong hoàn cảnh không chắc chắn miễn là có cơ hội/khả năng.

Tương tự, các nghiên cứu trong nước cũng đề cập đến yếu tố này. Tác giả Đinh Việt Hòa (2012) cho rằng: “Doanh nhân khởi nghiệp là những người có một khát vọng thay đổi, phát triển công ty của họ bằng khả năng nắm bắt cơ hội, tư duy đổi mới, chấp nhận rủi ro và tạo ra những thành quả cho bản thân và xã hội. Doanh nhân là người dám chấp nhận mạo hiểm, rủi ro khi dẫn thân vào con đường kinh doanh” (tr34). Có quan điểm tương tự, Phạm Duy Nghĩa (2006) chỉ ra: “Chỉ khi con người có tư duy kinh doanh, dám chấp nhận rủi ro và năng động tìm lấy lợi thế cạnh tranh toàn cầu để làm giàu, thì phong trào khởi nghiệp mới thực sự mạnh mẽ” (tr25). Một nghiên cứu tiếp theo cho thấy: bốn yếu tố ảnh hưởng đến quá trình hình thành và phát triển tư duy doanh nhân của doanh nhân trẻ Việt Nam: 1) Cơ hội kinh doanh; 2) Gia đình bạn bè; 3) Khả năng tiếp cận các nguồn lực; 4) Hệ thống giáo dục đào tạo (Lê Quân, 2005).

Nghiên cứu của chúng tôi góp phần khẳng định thêm những nhận định trên và chỉ ra những kết quả như sau. Các đánh giá nhận định được đo bằng thang điểm từ 1 đến 5 theo mức ý nghĩa tích cực tăng dần tương ứng với mức điểm từ thấp đến cao.

Bảng 1. Niềm tin cá nhân và dự định khởi nghiệp

Niềm tin cá nhân	Nhóm dự định khởi nghiệp		Chung
	Không/chưa có dự định	Có dự định	
1. Trở thành doanh nhân (chủ cơ sở SXKD) đối với tôi có nhiều thuận lợi hơn là khó khăn	1.98	2.84	2.45
2. Doanh nhân (chủ cơ sở SXKD) là một công việc hấp dẫn tôi	2.45	3.74	3.17
3. Nếu tôi có cơ hội và các nguồn lực, tôi muốn thành lập doanh nghiệp hoặc một cơ sở SXKD	2.69	4.05	3.44

4. Tôi sẽ vô cùng thỏa mãn nếu được trở thành một doanh nhân hoặc được làm chủ một cơ sở SXKD	2.57	3.86	3.29
5. Theo tôi, làm một người chủ cơ sở SXKD nhỏ còn hơn làm nhân viên cho một công ty lớn	2.78	3.82	3.35
6. Tôi không sợ các thất bại, rủi ro nếu tôi thành lập doanh nghiệp (hoặc cơ sở SXKD)	2.39	3.37	2.93
7. Tôi rất ngưỡng mộ các doanh nhân thành công và muốn làm theo họ	3.25	4.24	3.80

Nguồn: Học viện Phụ nữ Việt Nam (2017)

Phân tích kết quả chung theo thang điểm từ 1 đến 5 (1. Hoàn toàn không đồng ý, 2. Không đồng ý, 3. Bình thường, 4. Đồng ý, 5. Hoàn toàn đồng ý), bảng số liệu cho thấy: trong các nhận định liên quan đến niềm tin cá nhân thì nhận định “Tôi rất ngưỡng mộ các doanh nhân thành công và muốn làm theo họ” đạt thang điểm cao nhất (3.80), nghĩa là đa phần người trả lời đồng ý với nhận định này. Hai nhận định tiếp theo đạt mức điểm giữa thang điểm 3 và thang điểm 4 đó là: “Nếu có cơ hội và các nguồn lực, tôi muốn thành lập doanh nghiệp hoặc một cơ sở sản xuất kinh doanh” (3.44); “Theo tôi, làm một người chủ cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ còn hơn làm nhân viên cho một công ty lớn” (3.55). Ba nhận định tiếp theo có thang điểm trong khoảng trung bình là 3, không thể hiện rõ ý kiến về vấn đề đó là: “Tôi sẽ vô cùng thỏa mãn nếu được trở thành một doanh nhân hoặc được làm chủ một cơ sở sản xuất kinh doanh (3.29), “Doanh nhân (chủ cơ sở sản xuất kinh doanh) là một công việc hấp dẫn với tôi (3.17), “Tôi không sợ các thất bại, rủi ro nếu tôi thành lập doanh nghiệp hoặc cơ sở sản xuất kinh doanh” (2.93); Nhận định duy nhất thể hiện đa phần ý kiến dưới thang điểm trung bình, thiên về không đồng ý, đó là: “Trở thành doanh nhân (chủ cơ sở sản xuất kinh doanh) đối với tôi có nhiều thuận lợi hơn là khó khăn” (2.45).

So sánh giữa hai nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp và có dự định khởi nghiệp thấy có sự khác nhau trong kết quả nhận định. Trong đó đa số các nhận định của nhóm có dự định khởi nghiệp có thang điểm cao hơn, thiên theo hướng đồng ý nhiều hơn so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp. Cụ thể như sau:

1. Với nhóm nhận định thiên về thang điểm 4 (đồng ý): Nhóm có dự định khởi nghiệp đa phần đạt thang điểm 4 (đồng ý với những nhận định này so với đa phần ở thang điểm 3 (bình thường) của nhóm không/chưa có ý định khởi nghiệp: “Tôi rất ngưỡng mộ các doanh nhân thành công và muốn làm theo họ (4.24 so với 3.25), “Nếu tôi có cơ hội và các nguồn lực, tôi muốn thành lập doanh nghiệp hoặc một cơ sở sản xuất kinh doanh (4.04 so với 2.69), “Theo tôi, làm một người chủ cơ sở sản xuất kinh doanh nhỏ còn hơn làm nhân viên cho một công ty lớn (3.82 so với 2.78).

2. Với nhóm chung có nhận định ở khoảng thang điểm 3 (không thể hiện ý kiến rõ ràng về vấn đề), cũng dễ dàng nhận thấy rằng nhóm có dự định khởi nghiệp có thang điểm cao hơn, thiên về mức 4 (đồng ý) so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp có thang

điểm giữa mức 2 và mức 3 (giữa không đồng ý và không có ý kiến đánh giá rõ ràng). Cụ thể như sau: “Tôi sẽ vô cùng thỏa mãn nếu được trở thành một doanh nhân hoặc được làm chủ một cơ sở sản xuất kinh doanh” (3.86 so với 2.57), “Doanh nhân (chủ cơ sở sản xuất kinh doanh) là một công việc hấp dẫn tôi” (3.74 so với 2.45), “Tôi không sợ các thất bại, rủi ro nếu tôi thành lập doanh nghiệp (hoặc cơ sở sản xuất kinh doanh)” (3.37 so với 2.39).

3. Riêng với nhận định duy nhất có đa phần ý kiến thể hiện ở thang điểm dưới trung bình (không đồng ý và không có ý kiến rõ ràng) thì nhóm có dự định khởi nghiệp vẫn có mức điểm cao hơn so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp (2.84 so với 1.98). Tức là, với nhận định này, đa phần nhóm có dự định khởi nghiệp thể hiện không có ý kiến rõ ràng, còn nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp thể hiện rõ sự không đồng ý.

Để khẳng định có sự khác nhau về niềm tin cá nhân giữa hai nhóm có dự định khởi nghiệp và không/chưa có dự định khởi nghiệp, cần có thêm kết quả kiểm định thống kê. Với thống kê so sánh nhiều hơn hai nhóm, dùng kết quả kiểm định ANOVA để kiểm tra độ tin cậy. Kết quả bảng kiểm định sự khác biệt (ANOVA) giữa các yếu tố: niềm tin cá nhân với dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh cho thấy: Giá trị $F > 1.96$ và giá trị $Sig < 0.05$ tức là sự khác nhau có ý nghĩa thống kê. Như vậy có thể kết luận rằng có sự khác nhau về niềm tin cá nhân giữa hai nhóm có dự định và không/chưa có dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh. Hay nói cách khác, niềm tin cá nhân khác nhau thì quyết định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh khác nhau.

3.2. Ảnh hưởng của gia đình, bạn bè đối với khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ

Quy chuẩn chủ quan hay chuẩn mực khách quan là khái niệm chưa có sự thống nhất trong các nghiên cứu trong và ngoài nước. Tuy nhiên, nội hàm của khái niệm thì cơ bản là có sự đồng nhất. Quy chuẩn chủ quan ở đây được hiểu là gia đình, bạn bè. Trong nghiên cứu này, gia đình, bạn bè của phụ nữ bao gồm những nhóm người cụ thể như sau: 1) Bố mẹ (bao gồm cả bố mẹ chồng nếu có), 2) Anh, chị, em và các thành viên quan trọng; 3) Bạn bè thân; 4) Chồng (bạn trai/người yêu).

Nghiên cứu của Choitung Lo, Hongyi Sun & Kris La (2012) gọi quy chuẩn chủ quan là chuẩn mực khách quan và cho rằng: chuẩn mực khách quan ảnh hưởng tới khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh. Nghiên cứu đo lường chuẩn mực khách quan bằng ba mục: 1) Sự đồng tình, khích lệ của gia đình thân nhất; 2) Sự đồng tình, khích lệ của bạn bè thân thiết nhất; 3) Sự đồng tình, khích lệ của những người quan trọng nhất. Quy chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi là hai trong 5 yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên (Phan Anh Tú & Giang Thị Cẩm Tiên, 2005). Nghiên cứu tương tự của Nguyễn Quốc nghi, Lê Thị Diệu Hiền & Mai Võ Ngọc Thanh (2006): một trong bốn nhân tố chính tác động đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên ngành quản trị kinh doanh là yếu tố quy chuẩn chủ quan.

Yếu tố tác động này tiếp tục được kiểm định và khẳng định trong nghiên cứu của chúng tôi. Sự ủng hộ của gia đình, bạn bè có tác động/ảnh hưởng tới dự định khởi nghiệp/khởi sự kinh doanh của phụ nữ. Các kết quả cụ thể được thể hiện như sau.

Bảng 2. Mức độ ủng hộ của gia đình, bạn bè và dự định khởi nghiệp

Sự ủng hộ của gia đình, bạn bè	Nhóm dự định khởi nghiệp		
	Không/chưa có dự định khởi nghiệp	Có dự định khởi nghiệp	Chung
1. Bố mẹ (bao gồm cả bố mẹ chồng nếu có) luôn ủng hộ tôi nếu tôi thành lập doanh nghiệp hoặc mở cơ sở SXKD	2.74	3.75	3.30
2. Anh, chị, em và các thành viên quan trọng khác trong gia đình ủng hộ tôi nếu tôi quyết định khởi nghiệp	2.92	3.91	3.47
3. Bạn bè thân của tôi quan tâm và mong muốn tôi làm kinh doanh	2.88	3.86	3.42
4. Chồng (bạn trai/người yêu) ủng hộ tôi thành lập doanh nghiệp hoặc mở cơ sở SXKD riêng	3.03	4.03	3.58

Nguồn: Học viện Phụ nữ Việt Nam (2017)

Kết quả số liệu chung cho thấy, đa phần người trả lời đều đánh giá về sự ủng hộ của gia đình, bạn bè ở thang điểm từ trên 3 đến 4 (gần với mức độ đồng ý). Nghĩa là, nếu phụ nữ có dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh thì đa phần họ sẽ nhận được sự ủng hộ từ gia đình, bạn bè. So sánh sự ủng hộ của gia đình bạn bè với nhóm có dự định khởi nghiệp và không/chưa có dự định khởi nghiệp thấy có khoảng cách khác biệt khá rõ. Cụ thể:

1. Bố mẹ ủng hộ nhóm dự định khởi nghiệp ở thang điểm 3.75 (gần mức đồng ý) so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp là 2.74 (giữa mức không đồng ý và bình thường);

2. Anh, chị, em và các thành viên quan trọng khác trong gia đình ủng hộ nhóm có dự định khởi nghiệp ở thang điểm 3.91 (gần sát mức đồng ý) so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp ở thang điểm 2.92 (sát mức bình thường);

3. Bạn bè thân quan tâm và ủng hộ nhóm có dự định khởi nghiệp ở thang điểm 3.86 (gần mức đồng ý) so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp ở thang điểm 2.88 (gần mức bình thường); 4) Chồng (bạn trai/người yêu) ủng hộ nhóm có dự định khởi nghiệp ở thang điểm 4.03 (đồng ý) so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp ở thang điểm 3.03 (Bình thường).

Để khẳng định sự ủng hộ của gia đình, bạn bè có ảnh hưởng đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh hay không, cần có thêm kết quả kiểm định thống kê. Chúng tôi tiếp tục kiểm tra độ tin cậy giữa các nhân tố với kỹ thuật phân tích ANOVA. Kết quả Bảng kiểm định sự khác biệt (ANOVA) giữa các yếu tố: quy chuẩn chủ quan (gia đình, bạn bè) với dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh cho thấy: Giá trị $F > 1.96$ và giá trị $Sig < 0.05$ tức là có ý nghĩa thống kê. Như vậy có thể kết luận mức độ ủng hộ của gia đình, bạn bè khác nhau có liên quan tới dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ khác nhau.

Có thể nhận thấy, bên cạnh việc cần được tiếp tục hỗ trợ, đào tạo, nâng cao nhận thức, kiến thức liên quan đến khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh thì để dần thân vào sự nghiệp này, điều quan trọng nữa là phụ nữ cần sự ủng hộ, động viên khích lệ của gia đình, bạn bè, người thân. Điều đó gợi tới công tác tuyên truyền về khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh làm sao đến được sâu rộng tới người dân hơn.

3.3. Phân tích hồi quy hai yếu tố có tác động/ảnh hưởng đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ

Các kết quả trên đã phân tích sự khác nhau giữa niềm tin cá nhân, sự ủng hộ của gia đình, bạn bè của hai nhóm phụ nữ và cho thấy dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh khác nhau của hai nhóm này. Chúng tôi tiếp tục tiến hành kỹ thuật phân tích sâu tiếp theo đó là phân tích hồi quy tuyến tính. Nếu kết quả kiểm định có ý nghĩa, chúng ta có thể khẳng định có sự tác động dẫn đến sự khác biệt này và hoàn toàn tự tin vào những nhận định của mình. Phân tích hồi quy cho phép kiểm định giả thuyết nghiên cứu đã nêu ở phần đầu. Tiến trình phân tích và kết quả như sau:

Các thang đo tiếp tục được kiểm định lại để đảm bảo độ tin cậy. Lần lượt các biến quan sát của từng biến khái niệm: niềm tin chủ quan và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè được đưa vào mô hình kiểm định Cronbach's Alpha. Kết quả thu được cho thấy, chỉ số Cronbach's rất cao (>0.6) các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 rất nhiều. Như vậy, các thang đo này đạt độ tin cậy.

Tiếp theo, cần đưa các nhân tố vào chạy mô hình phân tích nhân tố khám phá nhằm đưa các biến quan sát đo lường các thành phần của biến độc lập. Các hệ số trong bảng đều lớn hơn 0.5, đạt yêu cầu tốt để đưa vào mô hình chạy hồi quy. Tiếp theo đó, các biến quan sát được gộp lại thành các biến độc lập để chạy hồi quy. Có ký hiệu như sau: Biến độc lập: Niềm tin cá nhân – X1 và Sự ủng hộ của gia đình, bạn bè – X2; Biến phụ thuộc là: Dự định khởi nghiệp của phụ nữ được tạo ra là Y.

Để tiếp tục khẳng định độ tin cậy của thang đo, khẳng định sự khác biệt có ý nghĩa thống kê, chúng tôi tiếp tục chạy tương quan giữa biến X và biến Y. Kết quả tương quan cho thấy, biến Y và biến X1, X2 đều có tương quan (đều có hai ngôi sao). Đây là điều kiện cần để tiếp tục chạy hồi quy.

Từ việc phân tích các kết quả hồi quy, chúng tôi có được bảng kết quả như sau:

Bảng 3. Ảnh hưởng của niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè đối với dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ

Niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè	Dự định khởi nghiệp của phụ nữ (Y)
Niềm tin cá nhân (X1)	.483***
Sự ủng hộ của gia đình, bạn bè (X2)	.312***
Adjusted R ²	.330
F model	366.958***

Bảng kết quả cho thấy: Hệ số $F > 1.96$ và giá trị $\text{sig} < 0.05$ (sig ở đây < 0.01), như vậy có ý nghĩa thống kê cao, khẳng định có sự ảnh hưởng của niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè đối với dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ.

Kết quả cho thấy hệ số $F > 1.96$ các giá trị sig đều < 0.05 (Và ở đây $\text{sig} < 0.01$). Như vậy, tất cả các biến độc lập X_1, X_2 đều tác động đến biến phụ thuộc Y . Giá trị $\text{sig} < 0.01$ và R^2 khác 0 cho chúng ta thấy mô hình này là phù hợp. Từ đó có thể khẳng định, giả thuyết nghiên cứu trên đã được kiểm định xong: Có mối quan hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và các biến phụ thuộc; Các biến độc lập có tác động đến biến phụ thuộc. Nghĩa là: Niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình, bạn bè có tác động/ảnh hưởng đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ. Niềm tin cá nhân càng tích cực, sự ủng hộ của gia đình, bạn bè càng nhiều thì phụ nữ sẽ có ý định/dự định khởi nghiệp càng nhiều.

Xét riêng hệ số Beta (hệ số hồi quy đã chuẩn hóa) thì giá trị nào lớn hơn sẽ có tác động lớn hơn tới biến phụ thuộc. Bảng kết quả hồi quy cho thấy biến độc lập X_1 lớn hơn biến X_2 tới biến phụ thuộc Y . Tức là niềm tin của chính bản thân phụ nữ có tác động đến dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của bản thân họ lớn hơn là tác động của gia đình, bạn bè. Điều này, khẳng định thêm việc cần có những chương trình, kế hoạch giúp nâng cao nhận thức, kiến thức của phụ nữ về khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh.

4. Kết luận

Mô hình phân tích hồi quy cho thấy niềm tin cá nhân và sự ủng hộ của gia đình bạn bè có sự tác động/ảnh hưởng tới dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của phụ nữ. Khi có niềm tin tích cực, có sự ủng hộ mạnh mẽ của gia đình, bạn bè, phụ nữ sẽ có quyết tâm khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh cao hơn. Theo đó, yếu tố niềm tin được đánh giá là có tác động mạnh hơn so với yếu tố gia đình, bạn bè. Những phụ nữ có niềm tin vào vào một công việc hấp dẫn, vào những cơ hội, vào sự thỏa mãn, ngưỡng mộ với hình ảnh trở thành một doanh nhân, một ông/bà chủ, đồng thời không sợ các thất bại, rủi ro sẽ có dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh cao hơn. Bên cạnh đó, sự ủng hộ của gia đình, bạn bè (bố mẹ, anh chị em và các thành viên trong gia đình, bạn bè thân, chồng/bạn trai) cũng là yếu tố quan trọng có thể giúp phụ nữ tự tin hơn trong quyết định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh của mình.

Kết quả trung bình chung đo thái độ, niềm tin của phụ nữ cũng cho thấy rằng: phần đông phụ nữ còn có tâm lý nhìn thấy khó khăn nhiều hơn thuận lợi, có sự e dè, lo sợ thất bại, rủi ro. Chính tâm lý này là một trong những nhân tố khiến phụ nữ chưa thực sự mạnh dạn và có dự định thay đổi để hướng đến cơ hội mới hơn. Phần đông phụ nữ cũng chưa thực sự thể hiện mạnh mẽ ước muốn hoặc đam mê làm một người chủ hay một doanh nhân, dù họ tỏ ra khá ngưỡng mộ các doanh nhân thành công.

Gia đình, bạn bè có xu hướng ủng hộ phụ nữ khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh nhưng chưa thực sự mạnh mẽ. Ngay cả với nhóm có dự định khởi nghiệp, nhận được sự ủng hộ của gia đình cao hơn so với nhóm không/chưa có dự định khởi nghiệp, thì mức độ cũng chỉ đạt cao nhất ở mức 4 (đồng ý).

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, để phụ nữ có dự định khởi nghiệp, khởi sự kinh doanh nhiều hơn, để họ có thể có quyết tâm cao hơn và thành công hơn thì bản thân phụ nữ cần phải có sự tự tin nhiều hơn vào chính mình, mạnh mẽ hơn, dám chấp nhận rủi ro, mạo hiểm. Gia đình, bạn bè cũng là yếu tố quan trọng giúp phụ nữ tự tin hơn trong quyết định này. Mô hình hồi quy trong bài viết dừng lại ở việc kiểm định hai yếu tố chính, vì vậy rất cần có thêm những mô hình tiếp theo để nhìn nhận và phân tích thêm đa chiều. Kết quả nghiên cứu trên gợi ra vấn đề đề xuất với Hội LHPN Việt Nam và các cấp các ngành, đó là cần có những cách thức hỗ trợ phù hợp nhằm giúp phụ nữ không chỉ có thêm kiến thức mà còn cần có sự tự tin phát huy khả năng của mình, tham gia đóng góp thiết thực hơn cho phong trào khởi nghiệp của đất nước.

Tài liệu tham khảo

1. Đinh Việt Hòa. (2012). *Tinh thần khởi nghiệp kinh doanh: Trái tim của một doanh nhân*. Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội
2. Học viện Phụ nữ Việt Nam. (2017). *Báo cáo kết quả điều tra cơ bản về nhận thức, dự định khởi nghiệp của phụ nữ trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Giai đoạn I Khu vực miền Bắc*.
3. Lê Quân. (2005). *Nghiên cứu quá trình quyết định khởi nghiệp của doanh nhân trẻ Việt Nam*. Tạp chí Khoa học Thương mại, số 12, 2005
4. Nguyễn Quốc Nghi, Lê Thị Diệu Hiền & Mai Võ Ngọc Thanh. (2016). *Các nhân tố ảnh hưởng 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*. Tạp chí Nghiên cứu khoa học, số 10, tháng 2 năm 2016.
5. Phạm Duy Nghĩa. (2006). *Về thời đại khởi nghiệp của dân doanh*. Tạp chí Tia sáng số 2-3, 2006, tr 25
6. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam – VCCI. (2015). *Báo cáo chỉ số khởi nghiệp Việt Nam 2014*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thông tấn.
7. Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes* 50, 179-211
8. Choitung Lo, Hongyi Sun & Kris La. (2012). *Comparing the Entrepreneurial Intention between Female and Male Engineering Students*, JWE 2012, No. 1-2, 28-51, Original scientific paper, UDC: 005. 331 JEL: L26; J82
9. Francisco Lian & Yi-Wen Chen. (2009). *Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intention*. Entrepreneurship theory and practice. Baylor university. Pg 593- 617
10. Khalid Ismail, Abdul Rahman Ahmad, Kamisan Gadarl & NKY Yunus.(2012). *Stimulating factors on women entrepreneurial intention*. Business Management Dynamics Vol.2, No.6, Dec 2012, pp.20-28, ISSN: 2047-7031
11. Norris F. Krueger & Michael D. Reilly. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing* 15, 411-432