

KHÁM PHÁ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN TINH THẦN KHỞI NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CỦA CÁC DOANH NHÂN NỮ TẠI THANH HÓA

Lê Thị Nương

Tóm tắt

Nghiên cứu này dựa trên Lý thuyết về khởi nghiệp để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tinh thần khởi nghiệp của nữ doanh nhân tại tỉnh Thanh Hóa, Việt Nam. Mô hình nghiên cứu được xây dựng gồm sáu yếu tố chính: nhận thức cơ hội, năng lực nhận thức, nhận thức rủi ro, hỗ trợ gia đình, kinh nghiệm đầu tư không chính thức và mạng lưới xã hội. Dữ liệu khảo sát thu thập từ 312 nữ doanh nhân được phân tích nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả cho thấy nhận thức cơ hội, hỗ trợ gia đình, kinh nghiệm đầu tư không chính thức và mạng lưới xã hội có tác động tích cực đến tinh thần khởi nghiệp, trong khi năng lực nhận thức và nhận thức rủi ro có ảnh hưởng tiêu cực. Nghiên cứu góp phần mở rộng hiểu biết về các yếu tố thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp của nữ doanh nhân trong bối cảnh kinh tế - xã hội đặc thù của Việt Nam, từ đó hỗ trợ phát triển các chính sách thúc đẩy khởi nghiệp bền vững cho phụ nữ.

Từ khóa: Tinh thần khởi nghiệp, doanh nhân nữ, nhận thức cơ hội, rủi ro, mạng xã hội, Thanh Hóa.

EXPLORING THE FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEURIAL SPIRIT: A CASE STUDY OF FEMALE ENTREPRENEURS IN THANH HOA

Abstract

This study is based on the Entrepreneurship Theory to analyze the factors affecting the entrepreneurial spirit of female entrepreneurs in Thanh Hoa province, Vietnam. The research model is built with six main factors: opportunity perception, cognitive capacity, risk perception, family support, informal investment experience and social network. Survey data collected from 312 female entrepreneurs were analyzed to test the research hypotheses. The results show that opportunity perception, family support, informal investment experience and social network have positive impacts on entrepreneurial spirit, while cognitive capacity and risk perception have negative impacts. The study contributes to expanding the understanding of the factors promoting entrepreneurial spirit of female entrepreneurs in the specific socio-economic context of Vietnam, thereby supporting the development of policies to promote sustainable entrepreneurship for women.

Keywords: Entrepreneurial spirit, female entrepreneurs, opportunity perception, risk, social network, Thanh Hoa.

JEL classification: J16, J24, M13.

DOI: 10.63767/TCKT.33.2025.130.140

1. Giới thiệu

Thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ là yếu tố then chốt để đạt được phát triển bền vững, đặc biệt là trong việc thúc đẩy bình đẳng giới, đa dạng hóa nền kinh tế và đổi mới sáng tạo (Al-Qahtani và cộng sự, 2022). Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra tiềm năng to lớn của các nữ doanh nhân, phần lớn các nghiên cứu này lại tập trung vào các nền kinh tế phương Tây, bỏ qua động lực kinh tế và xã hội văn hóa đặc thù của các khu vực không thuộc phương Tây, như Việt Nam. Nghiên cứu này nhằm thu hẹp khoảng cách đó, tập trung vào việc khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của nữ doanh

nhân tại Thanh Hóa, một tỉnh có bối cảnh kinh tế và xã hội đặc biệt tại Việt Nam.

Phụ nữ chiếm một nửa dân số toàn cầu và sở hữu tiềm năng lớn trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và chuyển đổi xã hội (Buterin và cộng sự, 2023). Nhận thức về tiềm năng này, nhiều nền kinh tế, bao gồm cả Việt Nam, đã nhận thấy tầm quan trọng của việc khuyến khích phụ nữ tham gia vào hoạt động kinh doanh như một con đường để đạt được quyền lực kinh tế bền vững. Các nghiên cứu gần đây (Welsh và cộng sự, 2023; Mari và cộng sự, 2024) nhấn mạnh vai trò quan trọng của tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ trong phát triển kinh tế toàn diện. Tuy nhiên, việc không khai thác hết tiềm năng của phụ nữ

trong lĩnh vực này có thể dẫn đến lãng phí nguồn lực, mức sống thấp hơn và thiếu hiệu quả trong thực hiện các chính sách phát triển (Brixiová và cộng sự, 2020;). Vì vậy, trao quyền cho nữ doanh nhân không chỉ là một nhu cầu kinh tế mà còn là chiến lược quan trọng hướng tới sự bền vững (Al-Qahtani và cộng sự, 2022).

Mặc dù có nhiều nghiên cứu về các doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo, phần lớn nghiên cứu này lại chủ yếu diễn ra trong bối cảnh phương Tây phát triển (Brixiová và cộng sự, 2020), và ít chú trọng đến việc tạo ra doanh nghiệp và động lực khởi nghiệp ở phụ nữ, đặc biệt là tại các khu vực không thuộc phương Tây như Việt Nam, nơi có đặc điểm kinh tế và xã hội độc đáo. Dù số lượng doanh nghiệp do phụ nữ lãnh đạo ở các nước đang phát triển đang gia tăng, song vẫn còn sự chênh lệch lớn về giới trong lĩnh vực kinh doanh, làm nổi bật nhu cầu cần giải quyết những khoảng trống nghiên cứu này (Arafat và cộng sự, 2020). Các cải cách của Việt Nam trong khuôn khổ Tầm nhìn 2030 nhằm tăng cường quyền của phụ nữ và thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp càng làm nổi bật tính cấp thiết của việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ trong bối cảnh đang thay đổi này. Việc giải quyết khoảng trống nghiên cứu này cũng đồng thời đóng góp vào các mục tiêu phát triển bền vững toàn cầu, khi khuyến khích sáng kiến khởi nghiệp của phụ nữ sẽ thúc đẩy một nền kinh tế công bằng và hòa nhập xã hội.

Thanh Hóa là một trong những tỉnh có nền kinh tế phát triển nhanh và đa dạng tại khu vực Bắc Trung Bộ của Việt Nam, với gần 21.000 doanh nghiệp đang hoạt động tính đến tháng 9 năm 2024, trong đó phụ nữ chiếm khoảng 20% số lượng doanh nghiệp do nữ làm chủ. Số lượng nữ doanh nhân tại Thanh Hóa đã tăng trưởng trung bình 10% mỗi năm trong giai đoạn 2017–2024, tập trung chủ yếu vào các ngành nghề như thương

mại – dịch vụ, sản xuất nhỏ và thủ công mỹ nghệ (Yến Hoàng, 2025). Tuy nhiên, dù có sự phát triển tích cực, nữ doanh nhân tại Thanh Hóa vẫn đối mặt với nhiều thách thức đặc thù về mặt kinh tế – xã hội, như hạn chế về vốn, mạng lưới hỗ trợ còn yếu và rào cản văn hóa truyền thống. Do đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến tinh thần khởi nghiệp của nữ doanh nhân tại địa phương này là cần thiết và cấp bách để đề xuất các chính sách hỗ trợ phù hợp, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững và bình đẳng giới.

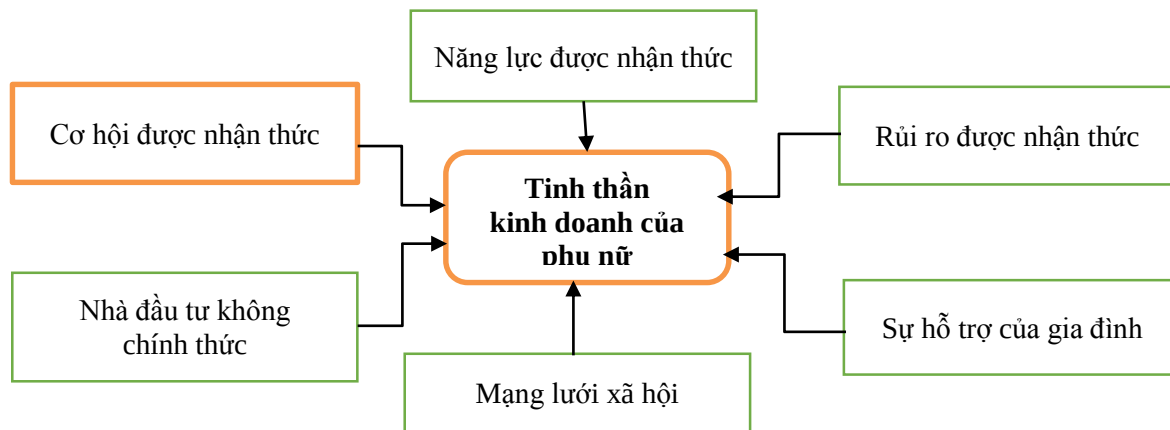
2. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

2.1. Lý thuyết về khởi nghiệp

Mishra và Zachary (2014) đã xây dựng Lý thuyết về khởi nghiệp, cung cấp hướng dẫn và thúc đẩy tiến trình phát triển và nghiên cứu khởi nghiệp trong tương lai. Bản chất cốt lõi của lý thuyết này là quá trình khởi nghiệp, bao gồm việc thành lập một doanh nghiệp khởi nghiệp, khởi xướng và các phần thưởng tiếp theo. Lý thuyết này nhấn mạnh đáng kể vào khái niệm tạo ra giá trị khởi nghiệp. Lý thuyết này, còn được gọi là lý thuyết tạo ra giá trị khởi nghiệp, cung cấp lời giải thích toàn diện về trải nghiệm khởi nghiệp. Nó bao gồm nhiều khía cạnh khác nhau như ý định khởi nghiệp, khám phá cơ hội, phát triển các kỹ năng khởi nghiệp và đạt được phần thưởng khởi nghiệp. Theo phương pháp này, quá trình khởi nghiệp chủ yếu liên quan đến việc doanh nhân xác định cơ hội bên ngoài, liên kết các nguồn lực hiện có với cơ hội để thể hiện các kỹ năng khởi nghiệp và có được các nguồn lực bên ngoài để có thể thành công trong tương lai.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Căn cứ vào lý thuyết về khởi nghiệp, phân tích các nghiên cứu trước đó, kết hợp với tình hình thực tế về tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ tại Việt Nam nói chung và Thanh Hóa nói riêng, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.3. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

Từ mô hình nghiên cứu được đề xuất ở trên, nhóm tác giả phát triển các giả thuyết nghiên cứu sau:

2.3.1. Cơ hội được nhận thức

Các cá nhân có tư duy kinh doanh có khả năng nhận diện và tận dụng cơ hội tốt hơn. Tinh thần kinh doanh được xem là quá trình khám phá và khai thác cơ hội (Stuetzer và cộng sự, 2014). Nhận thức cơ hội là yếu tố quan trọng trong hành động kinh doanh (Kuckertz và cộng sự, 2017). Tuy nhiên, trong các nền kinh tế đang phát triển, phụ nữ có thể nhận thức cơ hội khác biệt so với nam giới do các yếu tố xã hội và giới tính (DeTienne và Chandler, 2007). Các nghiên cứu cho thấy, trong các xã hội gia trưởng, phụ nữ thường có ít cơ hội kinh doanh hơn nam giới do định kiến giới (Khan và cộng sự, 2021).

Giả thuyết H1: *Cơ hội được nhận thức ảnh hưởng tích cực đến quyết định khởi nghiệp của doanh nhân nữ tại Thanh Hóa.*

2.3.2. Năng lực nhận thức (sự tự tin về năng lực bản thân)

Năng lực nhận thức, còn được gọi là hiệu quả bản thân, đề cập đến niềm tin của một cá nhân vào khả năng thực hiện thành công một nhiệm vụ cụ thể. Các nghiên cứu thực nghiệm chỉ ra rằng niềm tin vào khả năng thực hiện nhiệm vụ thúc đẩy quyết định khởi nghiệp và hành động kinh doanh (Arafat và cộng sự, 2020; Schlaegel và Koenig, 2014). Phụ nữ tự tin vào khả năng của mình thường có xu hướng trở thành doanh nhân. Mối liên hệ mạnh mẽ giữa năng lực nhận thức và tinh thần kinh doanh đã được nhiều nghiên cứu xác nhận.

Giả thuyết H2: *Năng lực nhận thức có tác động tích cực đáng kể đến quyết định kinh doanh của doanh nhân nữ tại Thanh Hóa.*

2.3.3. Rủi ro được nhận thức

Chấp nhận rủi ro là đặc điểm cốt lõi của doanh nhân, và nhận thức về rủi ro ảnh hưởng lớn đến quyết định khởi nghiệp. Nhiều nghiên cứu cho thấy rằng doanh nhân, đặc biệt là phụ nữ, đối mặt với các loại rủi ro như tài chính, xã hội và sức khỏe khi khởi nghiệp (Barbosa và cộng sự, 2007). Nhận thức về rủi ro liên quan đến việc đánh giá các mối đe dọa đối với mục tiêu cá nhân, và có thể tác động tiêu cực đến hành động kinh doanh. Tuy nhiên, một số nghiên cứu chỉ ra rằng nhận thức rủi ro thấp có thể làm tăng khả năng khởi nghiệp (Mitchell và cộng sự, 2007). Mặc dù có những tranh cãi về tác động của nhận thức rủi ro đối với ý định khởi nghiệp, rủi ro nhận thức vẫn được coi là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hành vi khởi nghiệp (Barbosa và cộng sự, 2007).

Giả thuyết H3: *Rủi ro nhận thức có ảnh hưởng tiêu cực đáng kể đến quyết định khởi nghiệp của phụ nữ ở Thanh Hóa.*

2.3.4. Hỗ trợ gia đình được nhận thức

Mối quan hệ cá nhân trong mạng xã hội, bao gồm gia đình, bạn bè và đồng nghiệp, là nguồn lực quan trọng trong việc khởi nghiệp (Edelman và cộng sự, 2016). Sự hỗ trợ từ gia đình, đặc biệt là từ các thành viên thân thiết, có ảnh hưởng lớn đến quyết định khởi nghiệp của cá nhân, cung cấp động lực, lời khuyên và hỗ trợ về mặt tình cảm, tài chính và thông tin (Annisa và cộng sự, 2021). Đối với phụ nữ, sự ủng hộ từ gia đình có thể giúp họ vượt qua các rào cản văn hóa

và gia đình, tạo động lực mạnh mẽ hơn để khởi nghiệp (Friedman và cộng sự, 2010). Vì vậy, nếu gia đình ủng hộ, phụ nữ sẽ có nhiều khả năng khởi nghiệp hơn.

Giả thuyết H4: *Sự hỗ trợ của gia đình đối với cá nhân ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của doanh nhân nữ.*

2.3.5. Mạng xã hội

Doanh nhân có thể học hỏi nhiều từ kinh nghiệm của các doanh nhân khác khi khởi nghiệp. Kết nối với những người đi trước giúp thúc đẩy tư duy kinh doanh và nâng cao khả năng vượt qua thách thức. Mạng lưới xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hành động kinh doanh và tiếp cận cơ hội mới (Shane và Cable, 2002). Các mối quan hệ giữa doanh nhân tạo điều kiện thuận lợi cho việc chia sẻ ý tưởng mới, giúp việc khởi nghiệp trở nên dễ dàng hơn. Đặc biệt với nữ doanh nhân, các mạng lưới này đóng góp quan trọng vào sự thành công của họ, giúp tiếp cận kỹ năng và nguồn lực cần thiết (Brush và cộng sự, 2017).

Giả thuyết H5: *Mạng lưới xã hội có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến quyết định khởi nghiệp của phụ nữ ở Thanh Hóa.*

2.3.6. Nhà đầu tư không chính thức (Nhà đầu tư thiên thần)

Những cá nhân có kinh nghiệm đầu tư thiên thần hoặc đầu tư vào các dự án do người thân lãnh đạo thường có xu hướng khởi xướng các nỗ lực

mới cao hơn (Arafat và cộng sự, 2020). Kinh nghiệm này thúc đẩy tinh thần kinh doanh và tăng khả năng chấp nhận rủi ro, giúp họ dễ dàng tham gia vào các doanh nghiệp mới (Qin và cộng sự, 2022). Các nhà đầu tư thiên thần, nhờ mối quan hệ và sự hiểu biết sâu sắc về môi trường kinh doanh, có khả năng tiếp cận nguồn lực và thông tin quan trọng để khởi nghiệp thành công. Do đó, giả thuyết sau được đưa ra:

H6: *Các khoản đầu tư không chính thức trước đây vào các doanh nghiệp khác có ảnh hưởng tích cực đến quyết định khởi nghiệp của phụ nữ ở Thanh Hóa.*

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát của nghiên cứu là những phụ nữ làm chủ của các doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Việc thu thập dữ liệu từ các nữ doanh nhân thông qua hình thức trực tuyến. Danh sách và thông tin về nữ doanh nhân được lấy từ Tổng cục thống kê năm 2024. Đã có 500 bảng khảo sát được gửi đến các địa chỉ liên lạc trực tuyến của các nữ doanh nhân. 405 bảng khảo sát được phản hồi, trong đó có 93 phiếu khảo sát không hợp lệ (do điền thiếu thông tin hoặc điền tất cả các câu trả lời cùng 1 đáp án), còn lại 312 phiếu hợp lệ được đưa vào phân tích. Thông tin về các doanh nhân được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 1: Thông tin nhân khẩu học về đối tượng khảo sát

Thông tin	Số lượng	Phần trăm
Độ tuổi	312	100
Dưới 25	8	2,56
Từ 25 đến 35	67	21,47
Từ 36 đến 45	116	37,18
Từ 46 đến 55	108	34,62
Trên 55	13	4,17
Nghề nghiệp trước khi khởi nghiệp	312	100
Lao động tự do	128	41,03
Cán bộ nhà nước	67	21,47
Công nhân	95	30,45
Nội trợ	22	7,05
Tình trạng hôn nhân	312	100
Đang có gia đình	205	65,71
Chưa lập gia đình	97	31,09
Khác	10	3,21
Trình độ học vấn	312	100
THPT hoặc thấp hơn	65	20,83
Trung cấp/ Cao đẳng	77	24,68
Đại học	167	53,53
Sau đại học	3	0,96

3.2. Thang đo

Các thang đo sử dụng cho nghiên cứu này được kế thừa từ các nghiên cứu trước đó. Cụ thể, Nhận thức cơ hội gồm 4 biến quan sát được kế thừa từ nghiên cứu của Hassan và cộng sự (2020); Liñán và Chen (2009); Năng lực được nhận thức bao gồm 5 mục được kế thừa từ nghiên cứu của Omar và cộng sự (2019), Nhận thức rủi ro gồm 5 mục được kế thừa từ nghiên cứu của Keh và cộng sự (2002); Hỗ trợ của gia đình bao gồm 5 mục được kế thừa từ nghiên cứu của Carr và Sequeira (2007), Mạng lưới xã hội bao gồm 4 mục được kế thừa từ nghiên cứu của Lingappa và cộng sự (2020); Đầu tư không chính thức bao gồm 4 mục được kế thừa và bổ sung từ nghiên cứu của Harrison, R.T. và Mason, C.M. (2007), Quyết định khởi nghiệp bao gồm 5 thang đo được kế thừa từ nghiên cứu của Liñán và Chen (2009). Tất cả các biến được đo bằng thang đo Likert năm điểm như đã sử dụng trong các nghiên cứu trước đây.

3.3. Phân tích dữ liệu

Sau khi thu thập dữ liệu, các bảng câu hỏi đã điền được phân tích bằng phần mềm SmartPLS.

Bảng 2: Tải trọng yếu tố mô hình đo lường, α , C.R, AVE và VIF cho đa cộng tuyến.

Dimensions and Related Variables	Load.	α	C.R (rho_a)	C.R (rho_c)	AVE	VIF
Đầu tư không chính thức		0,857	0,876	0,902	0,698	
DTKCT1	0,783					1,837
DTKCT2	0,861					2,116
DTKCT3	0,822					1,937
DTKCT4	0,872					2,158
Hỗ trợ của gia đình		0,809	0,823	0,873	0,633	
HTGD1	0,825					1,623
HTGD2	0,760					1,448
HTGD3	0,802					1,843
HTGD4	0,794					1,816
Mạng lưới xã hội		0,880	0,882	0,918	0,737	
MLXH1	0,885					2,787
MLXH2	0,856					2,207
MLXH3	0,799					1,792
MLXH4	0,890					2,809
Năng lực nhận thức		0,827	0,829	0,878	0,592	
NLNT1	0,778					2,161
NLNT2	0,818					2,674
NLNT3	0,766					1,888
NLNT4	0,733					1,874
NLNT5	0,748					1,738
Nhận thức cơ hội		0,837	0,839	0,892	0,673	
NTCH1	0,776					1,797
NTCH2	0,822					2,027

Công cụ thu thập dữ liệu phải thể hiện sự nhất quán với mô hình nghiên cứu đã phát triển; do đó, nghiên cứu đã chọn SmartPLS vì nó được sử dụng rộng rãi trong phân tích nghiên cứu kinh doanh.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô hình đo lường

Kiểm tra mô hình đo lường nhằm xác định độ tin cậy nhất quán nội bộ và độ tin cậy hội tụ, phân biệt. Độ tin cậy nhất quán nội bộ được đánh giá qua Cronbach's α và độ tin cậy tổng hợp (CR), với ngưỡng tối thiểu là 0,70 và tối đa là 0,95 (Hair và cộng sự, 2017). Kết quả trong Bảng 2 chỉ ra rằng tất cả các giá trị Cronbach's α và CR đều vượt quá ngưỡng 0,7, chứng tỏ độ tin cậy nội bộ cao. Độ tin cậy hội tụ, đo lường mức độ tương quan giữa các mục và các biện pháp thay thế cùng cấu trúc (Hair và cộng sự, 2017), được kiểm tra thông qua 5000 mẫu khởi động trong PLS và phương sai trung bình trích xuất (AVE). Kết quả trong Bảng 2 cho thấy AVE của các biến tiềm ẩn từ 0,592 đến 0,800, tất cả đều vượt qua ngưỡng 0,5, khẳng định độ tin cậy hội tụ thuận lợi.

Dimensions and Related Variables	Load.	α	C.R (rho_a)	C.R (rho_c)	AVE	VIF
NTCH3	0,857					2,556
NTCH4	0,823					2,276
Nhận thức rủi ro		0,828	0,829	0,880	0,595	
NTRR1	0,808					2,818
NTRR2	0,788					1,811
NTRR3	0,712					1,473
NTRR4	0,711					1,400
NTRR5	0,829					3,148
Quyết định khởi nghiệp		0,916	0,916	0,941	0,800	
QDKN1	0,916					3,512
QDKN2	0,874					3,017
QDKN3	0,846					2,430
QDKN4	0,938					4,701

Giá trị phân biệt đề cập đến mức độ các cấu trúc được sử dụng trong mô hình khác biệt với nhau (Hair và cộng sự 2017). Hai phương pháp đã được áp dụng để đánh giá giá trị phân biệt. Phương pháp đầu tiên là tiêu chí Fornell và Larcker (1981), được sử dụng để so sánh mối tương quan giữa các cấu trúc và căn bậc hai của AVE cho cấu trúc đó. Đối với giá trị phân biệt,

căn bậc hai của AVE cho mỗi biến tiềm ẩn phải vượt quá giá trị tương quan của cùng một cấu trúc (Fornell và Larcker 1981). Như chúng ta có thể thấy trong Bảng 3, giá trị căn bậc hai của AVE cho một biến tiềm ẩn cụ thể cao hơn các giá trị tương quan được cung cấp trong các hàng và cột (Fornell và Larcker 1981)—do đó xác nhận giá trị phân biệt đầy đủ.

Bảng 3: Độ hợp lệ phân biệt (Tiêu chí Fornell-Larcker)

	DTKCT	HTGD	MLXH	NLNT	NTCH	NTRR	QDKN
DTKCT	0,835						
HTGD	0,105	0,796					
MLXH	0,283	0,240	0,858				
NLNT	-0,417	-0,252	-0,435	0,769			
NTCH	0,199	0,102	0,209	-0,212	0,820		
NTRR	-0,356	-0,245	-0,425	0,604	-0,113	0,771	
QDKN	0,471	0,365	0,581	-0,729	0,273	-0,643	0,894

Phương pháp thứ hai là Tỷ lệ Heterotrait–Monotrait (HTMT), được sử dụng để xác nhận giá trị phân biệt. Nhiều nghiên cứu chỉ dựa vào tiêu chí Fornell–Larcker và tải chéo khi điều tra giá trị phân biệt, tuy nhiên, Henseler và cộng sự (2015) đã chỉ ra rằng các tiêu chí này hoạt động kém về mặt tiết lộ các vấn đề về giá trị phân biệt. Thay vào đó, các nhà nghiên cứu nên sử dụng tiêu chí HTMT. Các giá trị HTMT cao cho thấy có vấn đề về giá trị phân biệt. Dựa trên mô phỏng

và nghiên cứu trước đây, Henseler và cộng sự (2015) khuyến nghị rằng các giá trị HTMT không được vượt quá 0,90 nếu mô hình đường dẫn bao gồm các cấu trúc tương tự về mặt khái niệm. Khi các cấu trúc khác biệt hơn về mặt khái niệm, giá trị ngưỡng bảo thủ hơn là 0,85 được khuyến nghị. Dựa trên Bảng 4, có thể thấy rõ từ giá trị HTMT rằng nghiên cứu hiện tại đã xác nhận tất cả các giả định về giá trị phân biệt.

Bảng 4: Độ hợp lệ phân biệt (Tiêu chí HTMT)

	DTKCT	HTGD	MLXH	NLNT	NTCH	NTRR	QDKN
DTKCT							
HTGD	0,125						
MLXH	0,322	0,274					
NLNT	0,491	0,300	0,510				
NTCH	0,228	0,128	0,242	0,253			
NTRR	0,420	0,289	0,499	0,732	0,134		
QDKN	0,521	0,414	0,647	0,835	0,311	0,734	

Đa cộng tuyến

Trước khi đánh giá mô hình cấu trúc, ngoài tính hợp lệ và độ tin cậy, cần kiểm tra đa cộng tuyến. Đa cộng tuyến có thể được đánh giá thông qua hệ số lạm phát phương sai (VIF). Theo Burns (2008), giá trị VIF lớn hơn 10,0 cho thấy vấn đề đa cộng tuyến. Hair và cộng sự (2014) khuyến nghị giá trị cắt là 5,0 cho đa cộng tuyến. Giá trị VIF cho tất cả các mục được trình bày trong Bảng 2. Trong trường hợp của nghiên cứu này, tất cả các VIF của các chỉ số đều dưới 5,0, cho thấy không có vấn đề đa cộng tuyến giữa các cấu trúc tiềm ẩn.

4.2. Mô hình cấu trúc

Nghiên cứu này đánh giá mô hình cấu trúc bằng phương pháp bootstrap 5000 trong phần mềm Smart-PLS. Bảng 5 thể hiện kết quả của quy trình bootstrapping.

Bảng 6 thể hiện kết quả mô hình bão hòa. Giá trị bình phương trung bình căn bậc hai chuẩn hóa (SRMR) được sử dụng để kiểm tra độ phù hợp của mô hình. Theo Henseler và cộng sự (2016), SRMR phải <0,08. Nghiên cứu này cho thấy mức độ phù hợp của mô hình là đủ vì SRMR cho mô hình bão hòa là 0,056 và cho mô hình ước tính cũng là 0,056.

Bảng 5: Kết quả kiểm định giả thuyết

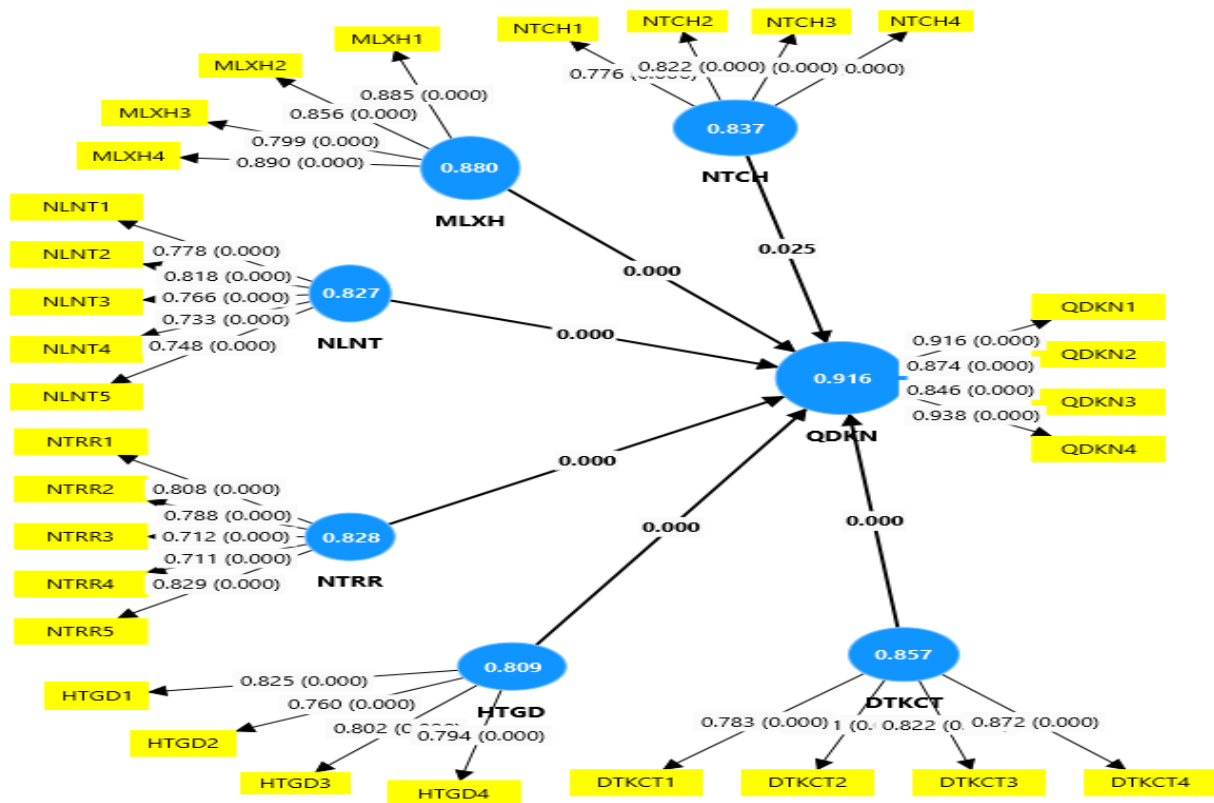
Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số (O)	Độ lệch chuẩn	Giá trị T	Giá trị P	Quyết định
H1	NTCH -> QDKN	0,076	0,034	2,247	0,025	Chấp nhận
H2	NLNT -> QDKN	-0,388	0,047	8,287	0,000	Chấp nhận
H3	NTRR -> QDKN	-0,220	0,044	5,036	0,000	Chấp nhận
H4	HTGD -> QDKN	0,136	0,033	4,112	0,000	Chấp nhận
H5	MLXH -> QDKN	0,232	0,042	5,566	0,000	Chấp nhận
H6	DTKCT -> QDKN	0,136	0,032	4,246	0,000	Chấp nhận

Kết quả kiểm định Bootstrapping cho thấy cả 6 giả thuyết được đưa ra đều được chấp nhận. Cụ thể, năng lực nhận thức và nhận thức rủi ro có ảnh hưởng tiêu cực đến quyết định khởi nghiệp, trong khi nhận thức cơ hội, hỗ trợ của gia

đình, kinh nghiệm đầu tư không chính thức, và mạng lưới xã hội có ảnh hưởng tích cực đến quyết định khởi nghiệp của doanh nhân nữ theo thứ tự tăng dần.

Bảng 6: Kết quả Mô hình Bão hòa

	R-square	R-square adjusted	Q- square	SRMR (Sat.Model)	SRMR (est.Model)
QDKN	0,694	0,688	0,548	0,056	0,056



Hình 2. Mô hình cấu trúc

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu này cung cấp những kết quả quan trọng về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp của nữ doanh nhân tại Thanh Hóa, Việt Nam, qua đó làm sáng tỏ sự tương đồng và khác biệt so với các nghiên cứu trước đây trong bối cảnh quốc tế.

5.1. Nhận thức cơ hội

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nhận thức cơ hội có tác động tích cực đáng kể đến quyết định khởi nghiệp của nữ doanh nhân, phù hợp với giả thuyết H1 và kết quả của các nghiên cứu trước đây như Kuckertz và cộng sự (2017) và Stuetzer và cộng sự (2014). Tuy nhiên, trong bối cảnh Việt Nam nói chung và Thanh Hóa nói riêng, mặc dù phụ nữ có khả năng nhận thức được các cơ hội trên thị trường, nhưng họ đôi khi gặp phải rào cản về văn hóa và xã hội khiến việc hành động trở nên khó khăn. Điều này tương phản với một số nghiên cứu khác, chẳng hạn như DeTienne và Chandler (2007), khi mà trong các xã hội phát triển, nhận thức cơ hội có ảnh hưởng mạnh mẽ hơn đến hành động khởi nghiệp của phụ nữ.

5.2. Năng lực nhận thức

Phát hiện từ nghiên cứu cho thấy rằng năng lực nhận thức có tác động tiêu cực đến quyết định

khởi nghiệp của phụ nữ, điều này không hoàn toàn phù hợp với các nghiên cứu trước đó như Schlaegel và Koenig (2014), trong đó mối quan hệ giữa tự tin và ý định khởi nghiệp thường được cho là tích cực. Một phân tích sâu hơn có thể cho thấy vai trò của áp lực xã hội và văn hóa truyền thống tại Thanh Hóa ảnh hưởng không nhỏ đến tâm lý và hành vi của nữ doanh nhân. Phụ nữ có năng lực nhận thức cao đôi khi phải đối mặt với kỳ vọng lớn từ gia đình và xã hội về vai trò truyền thống, từ đó gây ra áp lực tâm lý, e ngại rủi ro và do dự trong quyết định khởi nghiệp. Đây là một phát hiện quan trọng và cần được nghiên cứu sâu hơn, đặc biệt trong các bối cảnh văn hóa như Việt Nam.

5.3. Nhận thức rủi ro

Nhận thức về rủi ro có ảnh hưởng tiêu cực đến quyết định khởi nghiệp, điều này phù hợp với các nghiên cứu toàn cầu như Schaper và Volery (2004), trong đó phụ nữ thường có xu hướng né tránh rủi ro cao hơn nam giới. Kết quả này cũng củng cố giả thuyết H3 của nghiên cứu, chỉ ra rằng phụ nữ tại Thanh Hóa cũng không phải là ngoại lệ trong việc đánh giá và hạn chế tham gia vào khởi nghiệp do lo ngại về các rủi ro tài chính và xã hội. Kết quả này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nguyen (2023) cho thấy rằng chấp nhận rủi ro

ảnh hưởng tiêu cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ tại Việt Nam.

5.4. Hỗ trợ gia đình

Sự hỗ trợ của gia đình có ảnh hưởng tích cực đến quyết định khởi nghiệp của nữ doanh nhân, phù hợp với giả thuyết H4 và các nghiên cứu trước đây của Carr và Sequeira (2007). Tuy nhiên, một số nghiên cứu trước đây cho thấy sự hỗ trợ của gia đình có thể tạo ra rào cản trong việc tiếp cận các nguồn lực bên ngoài, nhưng trong nghiên cứu này, hỗ trợ từ gia đình lại đóng vai trò quan trọng, giúp phụ nữ vượt qua các rào cản văn hóa và xã hội.

5.5. Mạng xã hội

Kết quả nghiên cứu cho thấy mạng lưới xã hội có tác động tích cực đến quyết định khởi nghiệp của phụ nữ, tương tự như các nghiên cứu của Shane và Cable (2002) và Brush và cộng sự (2017). Kết quả nghiên cứu này cũng tương đồng với kết quả nghiên cứu của Pham và cộng sự (2025) khi thực hiện nghiên cứu về ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại Quảng Ninh và Sơn La của Việt Nam. Mạng lưới xã hội cung cấp cho nữ doanh nhân không chỉ cơ hội học hỏi và kết nối mà còn là nguồn lực quan trọng giúp họ vượt qua những khó khăn trong quá trình khởi nghiệp. Đây là một yếu tố quan trọng trong việc hỗ trợ tinh thần khởi nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam.

5.6. Nhà đầu tư không chính thức

Kinh nghiệm đầu tư không chính thức có ảnh hưởng tích cực đến quyết định khởi nghiệp, khẳng định giả thuyết H6. Kết quả này tương tự với các nghiên cứu toàn cầu, như của Qin và cộng sự (2022), cho thấy sự tham gia của các nhà đầu tư thiên thần có thể giúp giảm thiểu rủi ro và cung cấp các cơ hội đầu tư quan trọng cho các nữ doanh nhân. Tuy nhiên, một số nghiên cứu trong bối cảnh quốc tế cho thấy phụ nữ có thể gặp khó khăn trong việc tiếp cận các nhà đầu tư này do thiếu kết nối và khả năng tiếp cận thông tin.

6. Kết luận

Nghiên cứu này đã chỉ ra rằng các yếu tố nhận thức cơ hội, năng lực tự nhận thức, rủi ro, hỗ trợ gia đình, mạng lưới xã hội và nhà đầu tư không chính thức đều có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định khởi nghiệp của phụ nữ tại Thanh Hóa. Mặc dù nhiều yếu tố này phù hợp với các nghiên cứu trước, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy những khác biệt quan trọng trong bối cảnh văn hóa và xã hội đặc thù của Việt Nam, đặc biệt là về ảnh hưởng của nhận thức rủi ro và năng lực tự nhận thức. Những phát hiện này đóng góp vào việc hiểu sâu hơn về các yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở tinh thần khởi nghiệp của phụ nữ, và là cơ sở quan trọng để phát triển các chính sách hỗ trợ nữ doanh nhân tại Việt Nam nói chung và Thanh Hóa nói riêng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Al-Qahtani, M., Mariem, F. Z., Ibrahim, A., & Muammer, K. (2022). Female entrepreneurship for sustainable economy and development—Challenges, drivers, and suggested policies for resource-rich countries. *Sustainability*, 14, 13412. <https://doi.org/10.3390/su141313412>
- Annisa, D. N., Tentama, F., & Bashori, K. (2021). The role of family support and internal locus of control in entrepreneurial intention of vocational high school students. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(2), 381-388. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i2.20934>
- Arafat, M. Y., Javed, A., Amit, K. D., & Imran, S. (2020). Social and cognitive aspects of women entrepreneurs: Evidence from India. *Vikalpa*, 45, 223-239. <https://doi.org/10.1177/0256090920200302>
- Barbosa, S. D., Kickul, J., & Liao-Troth, M. (2007). Development and validation of a multidimensional scale of entrepreneurial risk perception. *Academy of Management Proceedings*, 2007(1), 1-6. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2007.26508257>
- Brixiová, Z., Kangoye, T., & Said, M. (2020). Training, human capital, and gender gaps in entrepreneurial performance. *Economic Modelling*, 85, 367-380. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.07.021>
- Brush, C., Ali, A., Kelley, D., & Greene, P. (2017). The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 105-113. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.05.001>

- Burns, R. (2008). *Multicollinearity and variance inflation factor (VIF) analysis in regression models*. *Journal of Applied Statistics*, 30(3), 159-175.
- Buterin, V., Fajdetić, B., & Funarić, B. (2023). Understanding the macroeconomic effects of female participation in the labour market. *Economies*, 11, 280. <https://doi.org/10.3390/economies11090280>
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090-1098. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 365–386. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00178.x>
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31, 428–448. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.02.003>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Friedman, M. M., Bowden, V. R., & Jones, E. G. (2010). *Family nursing textbook: Research, theory, and practice*. Jakarta: Egc.
- Hair, J. F., & cộng sự (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., & cộng sự (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Harrison, R. T., & Mason, C. M. (2007). Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*, 108(3), 604–631. <https://doi.org/10.1086/518030>
- Harrison, R. T., & Mason, C. M. (2007). Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*, 108(3), 604–631. <https://doi.org/10.1086/518030>
- Hassan, A., & cộng sự (2020). *Opportunity recognition and entrepreneurship intentions: A comprehensive framework*. *Journal of Entrepreneurial Studies*, 34(2), 213-229.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405-431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>
- Yến Hoàng. (2025). Doanh nhân nữ xứ Thanh khẳng định vị thế trong thời đại mới. *Tạp chí Doanh nghiệp và tiếp thị*. ISSN 3030-4253. Truy cập: https://doanhnghieptiepthi.vn/doanh-nhan-nu-xu-thanh-khang-dinh-vi-the-trong-thoi-dai-moi-161250307110113477.htm?utm_source=chatgpt.com
- Keh, H. T., Der Foo, M., & Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00003>
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A., & Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: A study of small-and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of Innovation & Entrepreneurship*, 10, 11. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00134-3>
- Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23, 78–97. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0215>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). *Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

- Lingappa, S., & cộng sự (2020). *The role of social networks in shaping entrepreneurial intentions among students*. *Journal of Social Entrepreneurship*, 17(3), 234-248.
- Mari, M., Poggesi, S., Abatecola, G., & Essers, C. (2024). Women entrepreneurs and innovation: Retrospect and prospect. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9, 100519. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100519>
- Mishra, P., & Zachary, M. (2014). *The theory of entrepreneurship: Providing guidance and advancing the process of entrepreneurial development and research*. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 25(2), 100-115.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J. S., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 1–27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00134.x>
- Nguyen, L. (2023). Entrepreneurial orientation affecting the performance of women-owned SMEs: Evidence from Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 10(1), 223–232. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2023.vol10.no1.0223>
- Omar, M., & cộng sự (2019). *Perceived self-efficacy and entrepreneurship behavior: The role of cognitive and social factors*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 765-781.
- Pham, N. H. Q., Pham, T. L., Hang Nga, V. T., Hung, P. M., & Van Phuong, N. (2024). Factors Affecting Entrepreneurial Intentions of Women in Rural Areas of Vietnam. *Research on World Agricultural Economy*, 6(1), 395–407. <https://doi.org/10.36956/rwae.v6i1.1442>
- Qin, F., Mickiewicz, T., & Estrin, S. (2022). Homophily and peer influence in early-stage new venture informal investment. *Small Business Economics*, 59, 93–116. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00431-9>
- Schaper, M., & Volery, T. (2004). *Entrepreneurship and risk: The impact of gender on risk perception and decision making*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10(1), 10-24. <https://doi.org/10.1108/13552550410519291>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, 291–332. <https://doi.org/10.1111/entp.12087>
- Shane, S., & Cable, D. (2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 48, 364–381. <https://doi.org/10.1287/mnsc.48.3.364.7734>
- Stuetzner, M., Obschonka, M., Brixy, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception, and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*, 42, 221–244. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9509-3>
- Welsh, D. H., Kaciak, E., Fadairo, M., Doshi, V., & Lanchimba, C. (2023). How to erase gender differences in entrepreneurial success? Look at the ecosystem. *Journal of Business Research*, 154, 113320. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113320>

Thông tin tác giả:
1. Lê Thị Nương

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Hồng Đức
- Địa chỉ email: lethinuongkt@hdu.edu.vn

Ngày nhận bài: 28/4/2025

Ngày nhận bản sửa: 21/5/2025

Ngày duyệt đăng: 26/5/2025