

NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN QUAN HỆ XÃ HỘI TỚI DỰ ĐỊNH KHỞI SỰ KINH DOANH CỦA SINH VIÊN VIỆT NAM

Dương Công Doanh

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: doanhdh@neu.edu.vn

Lê Thị Loan

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: leloan.neu@gmail.com

Mã bài báo: JED-778

Ngày nhận: 10/07/2022

Ngày nhận bản sửa: 17/09/2022

Ngày duyệt đăng: 09/12/2022

Tóm tắt:

Nghiên cứu này áp dụng mô hình hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991) nhằm kiểm định mối quan hệ giữa vốn quan hệ xã hội và dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam. Với dữ liệu được thu thập từ 1.738 sinh viên tại các trường Đại học tại Việt Nam, tác giả sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính để đánh giá tác động của vốn quan hệ xã hội tới các biến trong mô hình hành vi có kế hoạch. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng gián tiếp và tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh thông qua cảm nhận khả năng kiểm soát. Tuy nhiên, không có bằng chứng chứng tỏ có mối quan hệ trực tiếp giữa vốn quan hệ xã hội và dự định khởi sự kinh doanh.

Từ khóa: Dự định khởi sự kinh doanh, vốn quan hệ xã hội, sinh viên Việt Nam.

Mã JEL: L26.

Impact of social capital on entrepreneurial intention among Vietnamese students

Abstract:

Ajzen's (1991) Theory of Planned Behavior is employed in this study to investigate the relationship between social capital and entrepreneurial intention among Vietnamese students. By collecting data from 1,738 students at universities in Vietnam, the structural equation modeling is used to examine the effect of social capital on entrepreneurial intention. The results reveal that social capital has indirect effects on entrepreneurial intention through perceived behavioral control. However, the direct effect of social capital on entrepreneurial intention is not significant.

Keywords: Entrepreneurial intention, social capital, Vietnamese students.

JEL Code: L26.

1. Đặt vấn đề

Khởi sự kinh doanh là một phạm trù khá phức tạp và liên quan tới nhiều hoạt động bao gồm nhận biết cơ hội kinh doanh, đánh giá cơ hội kinh doanh, động cơ, tìm kiếm và phân bổ các nguồn lực, việc chấp nhận rủi ro trong kinh doanh, sáng tạo và giải quyết vấn đề và các hoạt động quản trị doanh nghiệp (Duong, 2022; Shane & Venkataraman, 2000). Hiểu lý do tại sao và làm thế nào các cá nhân tìm kiếm hoặc thực hiện các hành vi kinh doanh có thể thúc đẩy các hoạt động khởi nghiệp một cách hiệu quả và hiệu quả hơn. Vì vậy, các nghiên cứu về yếu tố hình ảnh hưởng tới dự định khởi sự kinh doanh nhận được sự quan tâm của rất nhiều nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách và các chuyên gia về giáo dục.

Turker & Selcul (2009) cho rằng nhiều các nghiên cứu gần đây chỉ tập trung đánh giá vài nhân tố “bên trong” (internal factors), ví dụ như đặc tính cá nhân (Antoncic & Prodan, 2008); động lực cá nhân (Camelo-

Ordaz & cộng sự, 2016); và nền tảng cá nhân (Bird & Bush, 2002)... hơn là đi tìm hiểu vai trò của các nhân tố bối cảnh (external factors) trong việc hình thành dự định khởi sự kinh doanh. Vai trò của các yếu tố môi trường đối với việc hình thành dự định và hành vi khởi sự kinh doanh đã được nhấn mạnh trong nhiều nghiên cứu trước đây (Liñán & Chen, 2009). Nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng các đặc tính cá nhân (personality characteristics) và nền tảng cá nhân (personal background) của mỗi người đều được nuôi dưỡng bởi các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài (Turker & Selcuk, 2009). Mỗi cá nhân đều chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố môi trường trong quá trình hình thành nhận thức và tư duy (Nguyen & cộng sự, 2018). Tuy nhiên, cơ chế cụ thể mà các nhân tố thuộc môi trường này tác động tới quá trình nhận thức và tư duy là như thế nào thì chưa được các nhà nghiên cứu trả lời rõ ràng. Ví dụ, chúng ta biết rất ít về liệu các yếu tố môi trường có thúc đẩy quá trình phát triển khả năng khởi sự hay không và cơ chế thúc đẩy quá trình đó là như thế nào? (Nguyen & cộng sự, 2018).

Chính vì vậy, để khóa lấp khoảng trống nghiên cứu và trả lời câu hỏi trên, nghiên cứu này ứng dụng mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991) nhằm khám phá tác động của nhân tố môi trường là vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam. Để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu, nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng bao gồm một số công cụ thống kê mô tả, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để đánh giá ảnh hưởng cả trực tiếp và gián tiếp của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên thông qua các biến trong mô hình hành vi có kế hoạch của Ajzen (1991).

2. Cở sở lý luận và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Lý thuyết hành vi có kế hoạch và dự định khởi sự kinh doanh

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of planned behavior - TPB) là lý thuyết mở rộng từ lý thuyết hành động hợp lý (Theory of reasoned action - TRA) của Fishbein & Ajzen (1975). Giả định cơ bản của lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) chính là dự định thực hiện hành vi là tiền đề của bất kỳ hành vi có kế hoạch nào. Lý thuyết này cũng cho rằng dự định thực hiện hành vi chịu ảnh hưởng bởi 03 nhân tố: i) thái độ đối với hành vi (Attitude toward the behavior - ATB); ii) chuẩn chủ quan (Subjective norms - SN) và iii) Cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi (Perceived behavioral control - PBC).

Trong lĩnh vực khởi sự kinh doanh, dự định khởi sự kinh doanh được định nghĩa là dự định tạo lập một doanh nghiệp mới của một cá nhân (hoặc một nhóm người) trong một thời điểm nhất định trong tương lai (Thompson, 2009). Gupta & Bhawe (2007) định nghĩa dự định khởi sự kinh doanh là một quá trình định hướng việc lập kế hoạch và triển khai thực hiện kế hoạch tạo lập doanh nghiệp đó. Dự định khởi sự kinh doanh của một người xuất phát từ việc họ nhận ra cơ hội kinh doanh, tận dụng các nguồn lực có sẵn để tạo lập doanh nghiệp của riêng mình trong một bối cảnh môi trường kinh doanh cụ thể (Kuckertz & Wagner, 2010). Chính vì vậy, dự định khởi sự kinh doanh được xem như việc lập kế hoạch ban đầu, đóng vai trò nền tảng giúp một cá nhân có thể tạo lập một doanh nghiệp mới trong tương lai.

Đã có nhiều cứu thực nghiệm về khởi sự kinh doanh đã chứng minh có mối quan hệ giữa 3 biến trong lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) của Ajzen (1991) với dự định khởi sự kinh doanh (Kolvereid, 1996). ‘Thái độ đối với hành vi’ phản ánh cảm nhận/đánh giá tích cực hay tiêu cực của một người về thực hiện một hành vi cụ thể (Maresch & cộng sự, 2016). Vì vậy, đánh giá/cảm nhận của họ càng tích cực đối với kết quả của việc khởi sự kinh doanh thì ‘thái độ đối với khởi sự kinh doanh’ càng cao, và dẫn tới dự định khởi sự kinh doanh của họ cũng càng cao (Van Gelderen & cộng sự, 2008). ‘Chuẩn chủ quan’ liên quan tới cảm nhận của một cá nhân về ý kiến của những người quan trọng đối với họ (gia đình, bạn bè, thầy/cô) đối với việc có nên thực hiện một hành vi cụ thể hay không (Ajzen, 1991). Ý kiến của những người xung quanh về việc một người tiến hành khởi sự kinh doanh càng tích cực thì tức là họ nhận được sự động viên, thúc đẩy từ những người thân thiết nhất, qua đó có thể dẫn tới dự định khởi sự kinh doanh của họ càng cao (Maresch & cộng sự, 2016). Ngoài ra, ‘cảm nhận khả năng kiểm soát’ phản ánh cảm nhận của một cá nhân về mức độ khó hay dễ đối với việc thực hiện một hành vi cụ thể (Ajzen, 1991). Khi một cá nhân cảm nhận về việc tiến hành khởi sự kinh doanh là không khó đối với khả năng của họ thì có thể họ sẽ có dự định khởi sự kinh doanh là cao hơn.

Ngoài ra, các nhà nghiên cứu cho rằng ba tiền tố trong lý thuyết hành vi có kế hoạch không độc lập, mà có mối quan hệ tương quan với nhau (Ajzen & Fishbein, 2005). Một số nghiên cứu cho thấy chuẩn chủ quan và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc dự đoán thái

độ đối với khởi sự kinh doanh (Dao & cộng sự, 2021; Tsai & cộng sự, 2016). Thật vậy, việc trở thành một doanh nhân hay không là một quyết định quan trọng vì nó ảnh hưởng tới sự nghiệp sau này, vì vậy các cá nhân thường tham khảo ý kiến của những người quan trọng xung quanh. Khi những người xung quanh cho rằng khởi sự kinh doanh là một hướng đi đúng sẽ giúp xây dựng niềm tin cho các cá nhân rằng kết quả của việc khởi sự kinh doanh là tích cực, vì vậy thái độ đối với hành vi khởi sự kinh doanh của họ sẽ là tích cực. Điều này đặc biệt đúng đối với những người chưa có định hướng, thiếu kinh nghiệm và sự tự tin vào quyết định lựa chọn nghề nghiệp của mình (Misoska & cộng sự, 2016). Bên cạnh đó, để khởi sự kinh doanh thành công, một người cần có kỹ năng, năng lực, sự tự tin và các nguồn lực cần thiết để đối phó với những bất ổn và kiểm soát các hoạt động kinh doanh. Một người có cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi cao sẽ có đánh giá tích cực hơn về kết quả thực hiện hành vi khởi sự kinh doanh (tức là thực hiện thành công hành động kinh doanh). Một người tin rằng hành động kinh doanh sẽ thành công (tức là kết quả tích cực) sẽ có thái độ thuận lợi trong việc thực hiện hành động kinh doanh. Nói cách khác, khi các kết quả của hành vi khởi sự kinh doanh được đánh giá là tích cực hoặc đáng mong đợi, người đó sẽ có một thái độ thuận lợi đối với hành vi khởi sự kinh doanh.

Từ những lập luận trên, giả thuyết sau đây được đưa ra:

H1: Thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh.

H2: Chuẩn chủ quan có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh.

H3: Cảm nhận khả năng kiểm soát có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh.

H4: Chuẩn chủ quan có ảnh hưởng tích cực tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh.

H5: Cảm nhận khả năng kiểm soát có ảnh hưởng tích cực tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh.

2.2. Vai trò của vốn quan hệ xã hội

Bởi khởi sự kinh doanh không chỉ là hiện tượng về mặt kinh tế mà nó còn là một hiện tượng về mặt xã hội, nên khía cạnh xã hội cũng luôn được chú ý trong các nghiên cứu về khởi sự kinh doanh. Hầu hết thông qua các thuật ngữ như vốn quan hệ xã hội, mối quan hệ xã hội, hay vốn con người (Vuković & cộng sự, 2017). Tuy nhiên, thuật ngữ vốn quan hệ xã hội được các nhà nghiên cứu định nghĩa theo nhiều cách khác nhau. Liñán & Santos (2007, 446) định nghĩa “*vốn quan hệ xã hội được hình thành từ các mối quan hệ, hoặc chính thức hoặc không chính thức, của người này với người khác nhằm đạt được một mục đích mong muốn nhất định*”. Davidsson & Honig (2003) cho rằng vốn quan hệ xã hội chính là sự giúp đỡ và ủng hộ của người thân trong gia đình và bạn bè thân thiết đối với việc khởi sự kinh doanh của một cá nhân. Nhưng nó cũng phản ánh các giá trị gắn với các mối quan hệ xã hội dù xét ở góc độ mỗi cá nhân hay góc độ tổ chức (Adler & Kwon, 2002). Vốn quan hệ xã hội bao gồm sự giúp đỡ/ủng hộ cả trên thực tế và cả tiềm năng từ các mối quan hệ xã hội liên quan tới thực hiện hành vi cụ thể (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Ngoài ra, vốn quan hệ xã hội có thể giúp doanh nhân dễ dàng tiếp cận thông tin, giảm chi phí giao dịch nhờ sự hợp tác. Qua đó cũng giúp họ thuận tiện trong việc ra quyết định kinh doanh (Duong, 2022).

Vốn quan hệ xã hội không chỉ giúp các doanh nhân tăng kiến thức và sự giúp đỡ hữu hình, mà nó còn giúp các cá nhân có thêm thông tin, sự hợp tác, lòng tin, các mối quan hệ xã hội và cả sự giúp đỡ/ủng hộ vô hình khác (Adler & Kwon, 2002). Khi xét tới phạm vi hẹp hơn, vốn quan hệ xã hội của một người có thể là sự giúp đỡ từ những thành viên trong gia đình hay như bạn bè, đồng nghiệp thân thiết (Kuratko & Mathews, 2004). Chính vì vậy, khi một người nhận được sự ủng hộ, giúp đỡ và hợp tác từ những người thân thiết trong gia đình có thể họ có thái độ đối với khởi sự kinh doanh tích cực hơn. Ngược lại, khi một người thiếu sự ủng hộ, giúp đỡ từ gia đình và bạn bè có thể thái độ đối với khởi sự kinh doanh không được tích cực.

Ngoài ra, vốn quan hệ xã hội là một yếu tố quan trọng giúp một người có thể nhận biết và nắm bắt được cơ hội kinh doanh. Việc đánh giá và sử dụng nguồn lực này là cần thiết trong việc thực hiện khởi sự kinh doanh bởi chính sự giúp đỡ, hỗ trợ và hợp tác từ những người thân thiết có thể giúp một cá nhân đánh giá được khả năng thành công khi tiến hành khởi sự kinh doanh (Davidsson & Honig, 2003). Chính vì vậy, việc sử dụng được nguồn lực đó (vốn quan hệ xã hội) có thể làm tăng cảm nhận khả năng kiểm soát của một cá nhân (Vuković & cộng sự, 2017). Linan & Santos (2007) cũng đã chứng minh rằng vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới cảm nhận mong muốn khởi sự kinh doanh và cảm nhận khả năng khởi sự kinh doanh.

Hơn nữa, Liñán & Santos (2007) đã chỉ ra rằng có mối quan hệ tương quan chặt chẽ giữa vốn quan hệ xã

hội và dự định khởi sự kinh doanh. Vốn quan hệ xã hội có thể đóng góp vào việc hình thành các tài sản vô hình của doanh nhân như các mối quan hệ hợp tác, kết nối và niềm tin giữa các thành viên trong hệ thống mối quan hệ xã hội (Adler & Kwon, 2002). Bên cạnh đó, vốn quan hệ xã hội phản ánh sự giúp đỡ, ủng hộ từ gia đình và bạn bè và nhân tố này có thể đóng vai trò then chốt trong việc hình thành mong muốn khởi sự kinh doanh hơn so với các nhân tố bên ngoài khác (Baughn & cộng sự, 2006). Sự ảnh hưởng của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh đã được đánh giá trong khá nhiều nghiên cứu trước đây (Liñán & Santos, 2007; Schlaegel & Koenig, 2014). Shane & Venkataraman (2000) nhấn mạnh rằng vốn quan hệ xã hội được xem như nhân tố quan trọng trong tìm kiếm cơ hội khởi sự kinh doanh, và thúc đẩy lựa chọn công việc khởi sự thay vì tìm kiếm công việc ổn định khác (Vuković & cộng sự, 2017).

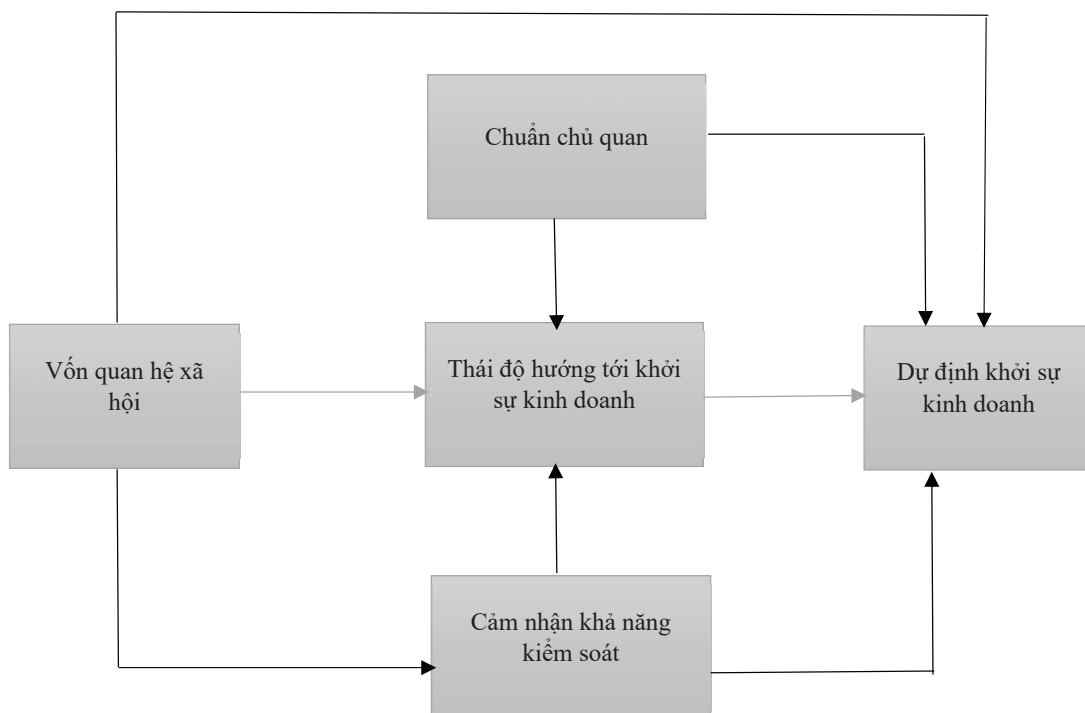
Từ những lập luận trên, các giả thuyết sau được đưa ra:

H6: Vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh

H7: Vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi

H8: Vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng tích cực tới dự định khởi sự kinh doanh

Hình 1: Mô hình đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo

Các thang đo đo lường các nhân tố trong mô hình nghiên cứu đều được kế thừa từ các nghiên cứu trước và có sự điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Toàn bộ 5 nhân tố được đo bằng thang đo Likert với thang điểm đánh giá từ 1 đến 5, với 1 là “rất không đồng ý” và 5 là “rất đồng ý”.

Cụ thể, thang đo dự định khởi sự kinh doanh bao gồm 6 biến quan sát được kế thừa từ Liñán & Chen (2009) và Krueger & cộng sự (2000). Thang đo đo lường nhân tố thái độ hướng tới hành vi khởi sự kinh doanh (5 biến quan sát), chuẩn chủ quan (3 biến quan sát) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi (6 biến quan sát) được kế thừa từ Liñán & Chen (2009). Thang đo đo lường vốn quan hệ xã hội được bao gồm 6 biến quan sát được kế thừa từ Dadvisson & Honig (2003) và Baughn & cộng sự (2006).

3.2. Thu thập số liệu

Hơn 2500 phiếu điều tra được phát trực tiếp tới sinh viên trên lớp tại 14 trường Đại học cả ở 3 miền của Việt Nam từ tháng 04 năm 2022 đến tháng 05 năm 2022. Tuy nhiên, tác giả chỉ thu thập được 1738 phiếu điều tra được trả lời đầy đủ và đủ điều kiện để phân tích.

Bảng 1 cho thấy rằng phần lớn số sinh viên trả lời phiếu điều tra trong độ tuổi từ 20 đến 24 (chiếm 64,4%). Theo kết quả khảo sát thì tỷ lệ giữa nam và nữ sinh viên trả lời tương đối cân bằng, nam chiếm 47,6% trong khi nữ chiếm 52,4%. Tuy nhiên, số sinh viên theo học ngành kinh tế và quản trị kinh doanh chiếm tới 56,1%. Ngoài ra, 32,2% số sinh viên trả lời điều tra đang là sinh viên năm cuối Đại học, tiếp theo là sinh viên năm 2 và năm 3, chiếm lần lượt là 29,2% và 24,2%. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy rằng 47,1% số sinh viên trả lời rằng họ vừa đi học vừa đi làm công việc bán thời gian, 30,0% sinh viên chỉ đi học, 17,3% số sinh viên đang học và tìm việc làm trong khi chỉ 5,6% là đang học và tự kinh doanh riêng.

Bảng 1: Kết quả thống kê mô tả cho các biến nhân khẩu học

	Biến nhân khẩu học	Tần số	(%)
1. Tuổi	Từ 18 đến 19 tuổi	692	39,8
	Từ 20 đến 24 tuổi	946	64,4
	Trên 24 tuổi	100	5,8
2. Giới tính	Nam	827	47,6
	Nữ	911	52,4
3. Ngành học	Kinh tế và Quản trị Kinh doanh	975	56,1
	Ngành kỹ thuật và các ngành khác	763	43,9
4. Năm học	Năm thứ nhất đại học	251	14,4
	Năm thứ hai đại học	507	29,2
	Năm thứ ba đại học	420	24,2
	Năm thứ tư hoặc năm cuối đại học	560	32,2
5. Công việc/Học tập tham gia gần đây	Chỉ đi học	522	30,0
	Đang học và làm công việc bán thời gian	818	47,1
	Đang học và tự kinh doanh riêng	97	5,6
	Đang học và tìm việc	301	17,3

Ghi chú: N=1738.

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

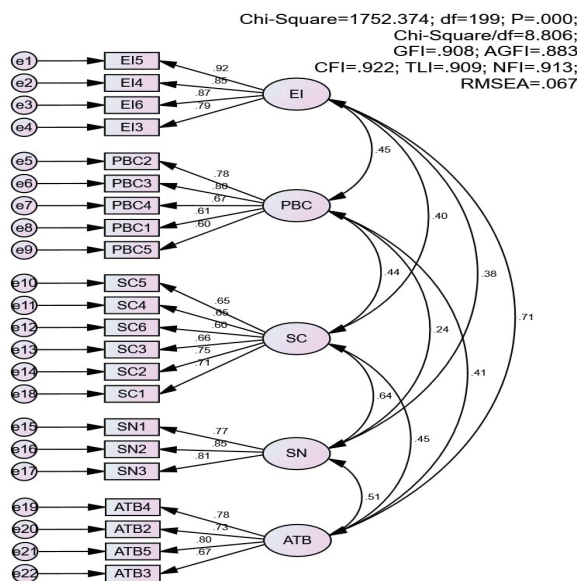
3.3. Phương pháp phân tích số liệu

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) nhằm kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu. Ngoài ra, trước khi kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu, tác giả kiểm định độ tin cậy, tính hội tụ và tính phân biệt của thang đo thông qua phân tích hệ số Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khẳng định (CFA).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Hình 2: Kết quả phân tích CFA (chuẩn hoá)



Bảng 2: Thống kê mô tả các biến và kết quả Cronbach's alpha

Ký hiệu	Biến quan sát/nội dung	Mean	S.D	Skewness	Kurtosis	Cronbach's Alpha
Dự định khởi sự kinh doanh (EI)						
EI3	Tôi sẽ cố gắng và nỗ lực hết mình để thành lập và phát triển công ty riêng	3,4482	1,02638	-0,251	-0,468	0,918
EI4	Dự định của tôi là một ngày nào đó có thể thành lập được công ty riêng	3,6030	1,02251	-0,454	-0,316	
EI5	Tôi quyết tâm thành lập một công ty riêng trong tương lai	3,3786	1,03059	-0,130	-0,458	
EI6	Tôi thực sự nghiêm túc trong việc thành lập công ty riêng	3,4120	1,06199	-0,224	-0,497	
Thái độ hướng tới hành vi khởi sự (ATB)						
ATB2	Tôi thực sự bị lôi cuốn với sự nghiệp doanh nhân	3,3205	0,92881	-0,103	-0,215	0,830
ATB3	Nếu có cơ hội và nguồn lực, tôi mong muốn sở hữu một công ty của riêng mình	3,9643	0,89834	-0,822	0,559	
ATB4	Trở thành một doanh nhân thực sự khiến tôi hạnh phúc	3,4540	0,94245	-0,160	-0,180	
ATB5	Giữa nhiều lựa chọn sự nghiệp, tôi chọn trở thành một doanh nhân	3,2629	0,97133	-0,040	-0,320	
Chuẩn chủ quan (SN)						
SN1	Tôi tin rằng gia đình tôi sẽ ủng hộ việc tôi khởi sự kinh doanh	3,6876	0,95595	-0,521	-0,006	0,847
SN2	Tôi tin rằng bạn bè thân thiết của tôi sẽ ủng hộ việc tôi khởi sự kinh doanh	3,7290	0,86888	-0,570	0,442	
SN3	Tôi tin rằng những người quan trọng khác của tôi sẽ ủng hộ việc tôi khởi sự kinh doanh	3,6761	0,88440	-0,445	0,133	
Cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi (PBC)						
PBC1	Thành lập và duy trì hoạt động của công ty là điều dễ dàng đối với tôi	2,4770	0,85963	0,406	0,133	0,817
PBC2	Tôi đã chuẩn bị sẵn sàng để thành lập công ty	2,3763	0,86241	0,639	0,436	
PBC3	Tôi có thể kiểm soát quá trình thành lập công ty	2,6277	0,87245	0,272	-0,256	
PBC4	Tôi hiểu các quy trình cần thiết để thành lập công ty	2,6220	0,91323	0,309	-0,271	
PBC5	Tôi đã lên kế hoạch phát triển dự án khởi sự kinh doanh của mình	2,5282	0,95829	0,476	-0,180	
Vốn quan hệ xã hội						
SC1	Gia đình tôi ủng hộ ý tưởng thành lập công ty riêng của tôi	3,3136	0,96218	-0,172	-0,178	0,830
SC2	Nếu tôi thành lập công ty riêng, gia đình sẽ hỗ trợ để tôi đạt được thành công	3,4091	0,98056	-0,385	-0,220	
SC3	Nếu thành lập công ty riêng, một số thành viên trong gia đình sẽ hỗ trợ và làm việc cùng tôi	3,2520	0,95784	-0,242	-0,330	
SC4	Bạn bè mong muốn tôi thành lập công ty	3,1180	0,86538	0,021	0,201	
SC5	Nếu tôi thành lập công ty, bạn bè sẽ hỗ trợ tôi đạt tới thành công	3,2503	0,86048	-0,271	0,123	
SC6	Nếu tôi thành lập công ty, một vài người bạn sẽ hợp tác và làm việc cùng tôi	3,5040	0,85725	-0,427	0,218	

Ghi chú: N = 1738.

Người: Tính toán của tác giả.

Bảng 2 thể hiện giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và giá trị Skewness, Kurtosis của tất cả các biến. Có thể thấy rằng giá trị Skewness của tất cả các mục đều nhỏ hơn 3 và giá trị Kurtosis của tất cả các mục không lớn hơn 8; do đó, tất cả các thang đo và chỉ báo đều đảm bảo phân phối chuẩn (Kline, 2005).

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cũng được trình bày trong Bảng 2. Kết quả kiểm định lần đầu cho thấy một số biến quan sát (item) có hệ số Cronbach's Alpha cao hơn biến tổng, như EI1 (0,904 > 0,883), EI2 (0,918 > 0,904), ATB1 (0,830 > 0,795), và PBC6 (0,817 > 0,815). Vì vậy, tác giả loại 4 biến quan sát này khỏi thang đo. Sau khi loại những biến quan sát này, kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy toàn bộ 5 nhân tố trong mô hình đều đạt giá trị Cronbach's Alpha cao hơn 0,8 và tất cả các chỉ báo đều có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) lớn hơn 0,3. Do đó, toàn bộ các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy (Hair & cộng sự, 2010).

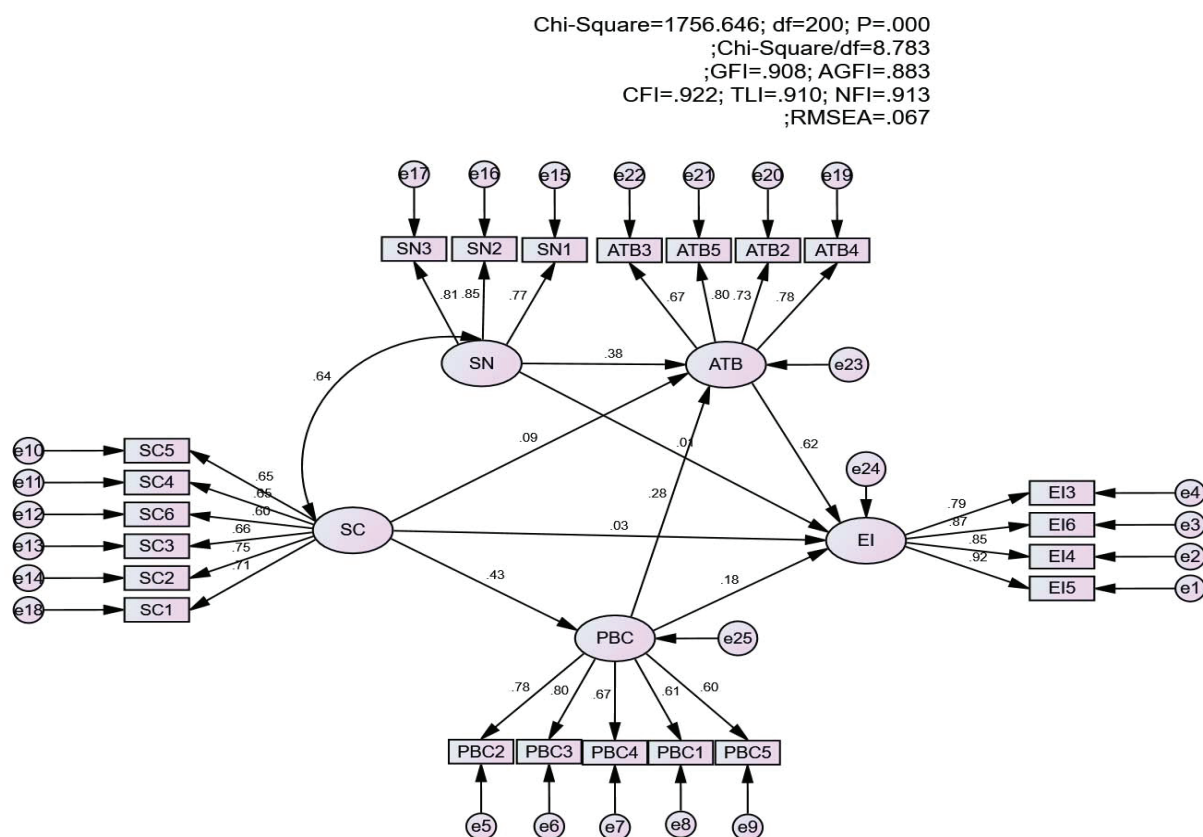
4.2. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Sau khi thực hiện kiểm định Cronbach's Alpha, tác giả thực hiện phân tích nhân tố khẳng định (CFA) nhằm kiểm định mức độ phù hợp của mô hình thang đo

Bảng 3: Độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	SN	EI	PBC	SC	ATB
SN	0,851	0,656	0,413	0,856	0,810				
EI	0,919	0,740	0,508	0,929	0,385	0,860			
PBC	0,824	0,487	0,203	0,842	0,236	0,450	0,698		
SC	0,830	0,451	0,413	0,836	0,643	0,396	0,440	0,671	
ATB	0,833	0,556	0,508	0,840	0,505	0,713	0,408	0,454	0,745

Hình 3: Kết quả phân tích mô hình SEM (chuẩn hoá)



Ghi chú: N = 1738

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

Bảng 4: Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu (chuẩn hóa)

	Giả thuyết			Ước lượng	S.E	C.R	P-value	Kết luận
H1	ATB	→	EI	0,621	0,040	20,385	***	Ứng hộ
H2	SN	→	EI	0,009	0,041	0,291	0,771	Không ứng hộ
H3	PBC	→	EI	0,182	0,036	7,194	***	
H4	SN	→	ATB	0,380	0,036	10,434	***	Ứng hộ
H5	PBC	→	ATB	0,276	0,032	9,457	***	Ứng hộ
H6	SC	→	ATB	0,088	0,050	2,283	0,022	Ứng hộ
H7	SC	→	PBC	0,432	0,037	14,198	***	Ứng hộ
H8	SC	→	EI	0,028	0,054	0,864	0,387	Không ứng hộ

Ghi chú: N = 1738.

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

với dữ liệu thu thập được (còn được gọi là dữ liệu thị trường).

Kết quả phân tích CFA cho thấy mô hình có 199 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 1752,374 ($p = 0,000 < 5\%$). Tuy nhiên khi kích thước mẫu lớn ($n = 1738$) thì kiểm định Chi-bình phương thường không đạt yêu cầu (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2011). Xem xét một số tiêu chí khác dùng để đánh giá mức độ tương thích của mô hình với dữ liệu thị trường như GFI, CFI, TLI và RMSEA, kết quả cho thấy các giá trị này đều nằm trong ngưỡng khuyến nghị. Cụ thể $CFI = 0,922 > 0,9$, $GFI = 0,908 > 0,9$, $TLI = 0,909 > 0,9$, $RMSEA = 0,067 < 0,08$ (Hu & Bentler, 1998). Do vậy, có thể kết luận rằng mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thị trường.

Ngoài ra, phương sai trích (AVE), độ tin cậy tổng hợp (CR), giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và phương sai riêng lớn nhất (MSV) đều được kiểm tra để khẳng định độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các cấu trúc (Hair & cộng sự, 2010). Như được chỉ ra trong Bảng 3, giá trị CR cho tất cả các biến cao hơn 0,80. Ngoài ra, tất cả các giá trị AVE đều nằm trong ngưỡng chấp nhận với giá trị cao hơn 0,4 (Ertz & cộng sự, 2016). Hơn nữa, giá trị MSV của tất cả các biến đều thấp hơn giá trị AVE của chúng (Hair & cộng sự, 2010). Do đó, các thang đo đều đảm bảo được độ phân biệt và độ tin cậy của thang đo.

4.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết bằng mô hình SEM

Tiếp theo, mô hình cấu trúc tuyến tính được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu và ước lượng các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu. Tương tự như mô hình đo lường, mô hình cấu trúc tuyến tính phù hợp đầy đủ với dữ liệu quan sát vì các chỉ số phù hợp được thể hiện trong mức đề xuất. Cụ thể như sau: $GFI = 0,908$; $CFI = 0,922$; $TLI = 0,910$; $NFI = 0,913$ và $RMSEA = 0,067$ (Hu & Bentler, 1998).

Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các khái niệm (các biến) được trình bày trong Bảng 4 (Trọng số chưa chuẩn hóa). Kết quả kiểm định cho thấy rằng có 02 mối quan hệ không có ý nghĩa thống kê bởi mức ý nghĩa $P\text{-value} > 0,05$ bao gồm mối quan hệ giữa chuẩn chủ quan, vốn quan hệ xã hội và dự định khởi sự kinh doanh.

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy dự định khởi sự kinh doanh bị tác động mạnh nhất bởi thái độ đối với hành vi khởi sự kinh doanh ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,621$; $p < 0,01$), tiếp theo là cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,182$; $p < 0,01$). Tuy nhiên, không có bằng chứng thống kê cho thấy chuẩn chủ quan có tác động trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh ($p > 0,05$). Ngoài ra, kết quả kiểm định cũng cho thấy thái độ đối với khởi sự kinh doanh cũng bị ảnh hưởng trực tiếp và tích cực bởi chuẩn chủ quan ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,380$; $p < 0,01$) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,276$; $p < 0,01$). Xét về vai trò của vốn quan hệ xã hội, kết quả kiểm định cho thấy vốn quan hệ sẽ hội có ảnh hưởng trực tiếp và tích cực tới thái độ đối với khởi sự kinh doanh ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,088$; $p = 0,022 < 0,05$) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta_{\text{chuẩn hoá}} = 0,432$; $p < 0,01$). Tuy nhiên, không có bằng chứng thống kê cho thấy vốn quan hệ xã hội có tác động trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh ($p > 0,05$).

Ngoài ra, phương pháp bootstrapping (mẫu 5000 và khoảng tin cậy 95%) được sử dụng để kiểm định mối quan hệ trung gian (Cheng & Lau, 2008). Kết quả cho dự định khởi sự kinh doanh bị ảnh hưởng gián tiếp

Bảng 5: Kết quả kiểm định mối quan hệ trung gian

Mối quan hệ trung gian	Ước lượng chưa chuẩn hoá	Cận dưới	Cận trên	Ước lượng chuẩn hoá
SC --> PBC --> ATB	0,156	0,123	0,196	0,119***
SC --> ATB --> EI	0,093	0,012	0,168	0,054
SC --> PBC --> EI	0,134	0,097	0,176	0,079***
SN --> ATB --> EI	0,307	0,249	0,380	0,236***
PBC --> ATB --> EI	0,241	0,194	0,295	0,171***

Ghi chú: $N = 1738$, *** $p < 0,001$.

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả.

bởi chuẩn chủ quan ($\beta = 0,236$; $p < 0,001$) và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta = 0,171$; $p < 0,001$) thông qua tăng cường thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh. Bên cạnh đó, vốn quan hệ xã hội cũng có ảnh hưởng gián tiếp tới thái độ hướng tới khởi sự kinh doanh ($\beta = 0,119$; $p < 0,001$) và dự định khởi sự kinh doanh thông qua cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi ($\beta = 0,079$; $p < 0,001$).

5. Kết luận

Mục tiêu chính của nghiên cứu này là khám phá tác động của yếu tố môi trường, cụ thể là vốn quan hệ xã hội, đối với dự định khởi sự kinh doanh thông qua mô hình TPB. Kết quả kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu cho thấy vốn quan hệ xã hội không có tác động trực tiếp thúc đẩy dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học Việt Nam. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Liñán & Santos (2007). Mặc dù vậy, kết quả kiểm định cũng cho thấy vốn quan hệ xã hội có ảnh hưởng trực tiếp tới cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi, và ảnh hưởng gián tiếp tới dự định khởi sự thông qua nâng cao cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi của sinh viên. Kết quả này là hoàn toàn phù hợp về mặt thực tiễn, khi sinh viên nhận được sự giúp đỡ từ phía gia đình và bạn bè (sự giúp đỡ có thể bằng hiện vật như nguồn vốn, mặt bằng kinh doanh hay phi hiện vật như thông tin khách hàng, cơ hội kinh doanh...), khả năng kiểm soát hành vi khởi sự kinh doanh của họ sẽ cao hơn, và qua đó thúc đẩy dự định khởi sự kinh doanh của họ và xa hơn nữa chính là quyết định khởi sự kinh doanh.

Ngoài ra, kết quả kiểm định cũng cho thấy dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên đại học Việt Nam bị ảnh hưởng tích cực bởi thái độ đối với hành vi khởi sự kinh doanh và cảm nhận khả năng kiểm soát hành vi. Như vậy, kết quả nghiên cứu một lần nữa chứng minh rằng lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) một lần nữa được áp dụng hiệu quả trong bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cũng tương đồng với các nghiên cứu trước đây cho thấy thái độ đối với khởi sự kinh doanh (Kolvereid, 1996; Dao & cộng sự, 2021) cảm nhận khả năng kiểm soát (Liñán & Chen, 2009) có ảnh hưởng mạnh tới dự định khởi sự kinh doanh.

Cũng tương đồng với rất nhiều nghiên cứu trước đây (Liñán & cộng sự, 2013; Maes & cộng sự, 2014; Tsai & cộng sự, 2016), chuẩn chủ quan - nhân tố gây tranh cãi nhất trong số ba tiền tố trong lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) - không có ảnh hưởng trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên. Tuy nhiên, chuẩn chủ quan lại ảnh hưởng gián tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh thông qua thái độ đối với khởi sự kinh doanh. Như vậy, kết quả nghiên cứu đã chứng minh trong bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi của Việt Nam thì chuẩn chủ quan (ý kiến những người xung quanh) hầu như không ảnh hưởng trực tiếp tới dự định khởi sự kinh doanh của họ mà lại ảnh hưởng thông qua thúc đẩy thái độ đối với khởi sự kinh doanh. Ajzen (1987) cũng cho rằng chuẩn chủ quan thường ít tác động tới dự định thực hiện hành vi ở những chủ thể có cảm nhận khả năng kiểm soát cao hay những người có tích cách độc lập cao. Xét về mặt thực tiễn thì kết quả này cũng hoàn toàn phù hợp bởi những cá nhân (nhóm người) có dự định khởi sự kinh doanh cao thì thường là những người (nhóm người) có tính độc lập cao và ít chịu sự chi phối của ý kiến những người xung quanh.

Những phát hiện của nghiên cứu này giúp các nhà hoạch định chính sách cải thiện hệ sinh thái khởi nghiệp - bao gồm hỗ trợ về quy định và quy phạm - nhằm thúc đẩy các hoạt động mạo hiểm kinh doanh trong giới trẻ, đặc biệt là sinh viên đại học. Hơn nữa, các trường đại học và học viện nên thiết kế các khóa học khởi nghiệp và các chương trình thực hành sẽ hỗ trợ sinh viên có được kiến thức và kỹ năng, vốn quan hệ xã hội cần thiết để có thể thành lập doanh nghiệp của chính mình sau khi tốt nghiệp. Với một kế hoạch hỗ trợ hiệu quả, giáo dục đại học có thể nâng cao thái độ của sinh viên đối với tinh thần kinh doanh, kiểm soát hành vi nhận thức, vốn quan hệ xã hội và sau đó thúc đẩy ý định kinh doanh, thậm chí cả hành vi khởi nghiệp trong tương lai của họ.

Tài liệu tham khảo:

- Adler, P. & Kwon, S. (2002), 'Social capital: prospects of a new concept', *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Ajzen, I. (1987), 'Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology', *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human*

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2005), 'The influence of attitudes on behavior', in *The handbook of attitudes*, Albarracín, D., Johnson, B.T. & Zanna, M.P. (Eds.), Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 173-221.
- Antonicic, B. & Prodan, I. (2008), 'Alliances, technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms', *Technovation*, 28(5), 257-265.
- Baughn, C.C., Cao, J.S.R., Le, L.T.M., Lim, V.A. & Neupert, K.E. (2006), 'Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines', *Journal of Development Entrepreneurship*, 11(1), 57-77.
- Bird, B. & Brush, C.G. (2002), 'A gender perspective on organizational creation', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 41-65.
- Camelo-Ordaz, C., Dianeze-Gonzalez, J.D. & Ruiz-Navarro, J. (2016), 'The influence of gender on entrepreneurial intention. The mediating role of perceptual factors', *Business Research Quarterly*, 19, 261-277.
- Cheng, Y.M. & Lau, C.K. (2008), *Slope Stability Analysis and Stabilization*, Great Britain: Antony Rowe, Chippenham, Wilts.
- Dao, T.K., Bui, A.T., Doan, T.T.T., Dao, N.T., Le, H.H. and Le, T.T.H. (2021), 'Impact of academic majors on entrepreneurial intentions of Vietnamese students. An extension of the theory of planned behavior', *Heliyon*, 7, p.e06381.
- Davidsson, P. & Honig, B. (2003), 'The role of social and human capital among nascent entrepreneurs', *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.
- Duong, C.D. (2022), 'Entrepreneurial fear of failure and the attitude-intention-behavior gap in entrepreneurship: A moderated mediation model', *The International Journal of Management Education*, 1-15.
- Ertz, M., Karakas, F. & Sarigöllü, E. (2016), 'Exploring pro-environmental behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors', *Journal of Business Research*, 69(10), 3971-3980.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gupta, V.K. & Bhawe, N.M. (2007), 'The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions', *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Hu, L. & Bentler, P.M. (1998), 'Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to under parameterized model misspecification', *Psychological Methods*, 3(4), 424-453.
- Kline, R.B. (2005), *Principles and practices of structural equation modeling*, 2nd edition, New York, NY: Guilford Press.
- Kolvereid, L. (1996), 'Prediction of employment status choice intentions', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. & Carsrud, A.L. (2000), 'Competing models of entrepreneurial intentions', *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Kuckertz, A. & Wagner, M. (2010), 'The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience', *Journal of Business Venturing*, 25, 524-539.
- Kuratko, D. & Mathews, R.D. (2004), 'Community web: an internet firm's fight to survive', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(3), 265-290.
- 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.
- Liñán, F. & Santos, F.J. (2007), 'Does social capital affect entrepreneurial intentions?', *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453.
- Liñán, F., Nabi, G. & Krueger, N. (2013), 'British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study',

- Maes, J., Leroy, H. & Sels, L. (2014), 'Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level', *European Management Journal*, 32, 784-794.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N. & Wimmer-Wurm, B. (2016), 'The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs', *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179.
- Misoska, A.T., Dimitrova, M. & Mrsik, J. (2016), 'Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia', *Economic Research*, 29(1), 1062-1074.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998), 'Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage', *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2011), *Nghiên cứu Khoa học Marketing*, Nhà xuất bản Lao Động, Hà Nội.
- Nguyen, V.T., Nguyen, L.T. & Nguyen, H.H. (2018), 'Fostering academic entrepreneurship: A qualitative study of invention commercialization in Vietnam', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 23(4), 1-23.
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014), 'Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000), 'The promise of entrepreneurship as a field of research', *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Thompson, E.R. (2009), 'Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric', *Entrepreneurship Theory & Practice*, 33(3), 669-694.
- Tsai, K., Chang, H. & Peng, C. (2016), 'Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445- 463.
- Turker, D. & Selcuk, S.S. (2009), 'Which factors affect the entrepreneurial intention of university students?', *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. & Van Gils, A. (2008), 'Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour', *Career Development International*, 13, 538-559.
- Vuković, K., Kedmenec, I., Postolov, K., Jovanovski, K. & Korent, D. (2017), 'The role of bonding and bridging cognitive social capital in shaping entrepreneurial intention in transition economies', *Management*, 22(1), 1-33.

TỔNG MỤC LỤC NĂM 2022

Số 295, tháng 01/2022

Tổng quan kinh tế Việt Nam năm 2021 và khuyến nghị chính sách năm 2022	<i>Tô Trung Thành</i>	2
Chính sách tài khóa nhằm đưa nền kinh tế vượt qua đại dịch COVID-19	<i>Hoàng Xuân Quế</i>	14
Công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam nhìn từ chỉ tiêu tỷ lệ lao động nông nghiệp	<i>Trần Thị Vân Hoa</i>	21
Dòng tiền và kiệt quệ tài chính của các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam: Tiếp cận theo phương pháp BAYES	<i>Đỗ Thị Vân Trang, Phan Thùy Dương, Đinh Hồng Linh</i>	32
Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp hỗ trợ ngành điện tử Việt Nam	<i>Vũ Thị Thanh Huyền, Trần Việt Thảo</i>	40
Nghiên cứu mối quan hệ giữa xử lý khiếu nại, sự hài lòng, niềm tin và lòng trung thành của khách hàng cá nhân trong ngành ngân hàng	<i>Ngô Đức Chiến</i>	51
Lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp sản xuất kính xây dựng Việt Nam	<i>Lê Trung Thành, Đoàn Xuân Hậu</i>	63
Nhận thức đạo đức, tách rời đạo đức và ý định tiêu dùng sản phẩm vi phạm bản quyền: Tác động điều tiết của khuynh hướng đạo đức	<i>Nguyễn Hữu Khôi, Lê Nhật Hạnh</i>	73
Tác động của chất lượng dịch vụ giáo dục đến sự hài lòng của sinh viên các trường đại học công lập khối kinh tế và quản trị kinh doanh tại Việt Nam	<i>Nguyễn Hoàng Việt, Vũ Tuấn Dương</i>	83

Số 296, tháng 02/2022

Tác động của thể chế đến nghèo đa chiều ở Việt Nam	<i>Ngô Quốc Dũng</i>	2
Mối quan hệ phụ thuộc giữa thị trường chứng khoán Việt Nam và thị trường chứng khoán Mỹ: Tiếp cận bằng mô hình COPULA-GJR-GARCH	<i>Lê Văn Thứ, Trần Ái Kết</i>	10
Hiệu quả sử dụng chỉ tiêu công cho hệ thống y tế giai đoạn 2011-2018: Nghiên cứu trường hợp Việt Nam và các quốc gia Đông Nam Á	<i>Hoàng Long, Mai Lê Thúy Vân</i>	23
Tác động của đổi mới sáng tạo đến doanh số và kim ngạch xuất khẩu	<i>Nguyễn Minh Ngọc</i>	32
Đòn bẩy tài chính và hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp niêm yết tại Việt Nam khi có điều tiết bởi quy mô doanh nghiệp	<i>Lê Hoàng Vinh, Phạm Thu Phương</i>	43

Ảnh hưởng của sự bất an trong công việc và thu nhập giảm đến ý định rời bỏ công việc của nhân viên ngành du lịch trong bối cảnh covid-19

Lục Mạnh Hiên, Nguyễn Quang Vĩnh 52

Các nhân tố ảnh hưởng đến thái độ đối với hình ảnh tổng thể điểm đến và ý định tiếp tục thăm viếng của du khách nội địa trong bối cảnh dịch bệnh covid-19: Nghiên cứu cho trường hợp tỉnh Bình Định

Trần Thanh Phong, Phan Trọng Nghĩa 64

Chuyển đổi số trong giáo dục nghề nghiệp: Xu hướng trên thế giới và bài học cho Việt Nam

Bùi Văn Dũng 74

Tác động của phát triển công nghệ và cấu trúc vốn đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp ngành công nghệ thông tin

Nguyễn Văn Chiến 84

Tác động của so sánh xã hội đến lòng tự trọng, sự đố kỵ và hành vi mua sắm bốc đồng của khách hàng trên các trang mạng xã hội tại thành phố Hồ Chí Minh

Trần Văn Đạt 95

Số 297, tháng 03/2022

Toàn cầu hoá tài chính, toàn cầu hoá thương mại và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam

Nguyễn Thị Cẩm Vân 2

Nhu cầu chăm sóc dài hạn của người cao tuổi ở Việt Nam: Bằng chứng từ khảo sát quốc gia

Phí Mạnh Phong, Phí Mạnh Hồng 13

Vai trò của kiểm soát nội bộ đến hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp tư nhân nhỏ và vừa tại Việt Nam

Lê Quốc Hội, Đỗ Vũ Phương Anh, Nguyễn Hoài Nam, Nguyễn Thanh Hằng 22

Tác động của chuỗi cung ứng du lịch đến chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp lữ hành và sự hài lòng của khách du lịch: Bằng chứng từ đánh giá của khách du lịch nội địa ở Việt Nam

Nguyễn Hải Quang, Lê Thị Hà My, Lê Hữu Đại 31

Tác động của đại dịch COVID-19 đến cổ phiếu niêm yết trên sở giao dịch chứng khoán HỒ CHÍ MINH

Huỳnh Thị Cẩm Hà 41

Thực trạng hiệu quả khai thác công nghệ của các doanh nghiệp thuộc một số ngành, lĩnh vực ưu tiên phát triển trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh

Đặng Thu Hương, Trần Lan Hương 51

Ảnh hưởng của các công nghệ kỹ thuật số đến hiệu suất kinh doanh của doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam

Nguyễn Thị Bích Loan, Chử Bá Quyết 62

Lựa chọn mô hình sản xuất của hộ trồng lúa trong điều kiện xâm nhập mặn ở đồng bằng Sông Cửu Long

*Phan Đình Khôi, Huỳnh Việt Khải, Võ Thành Danh,
Ngô Thị Thanh Trúc, Nguyễn Thị Huyền Mỹ* 74

Ảnh hưởng của thực tiễn đánh giá đến kết quả thực hiện công việc của giáo viên tại các trường trung học cơ sở Việt Nam: Vai trò điều tiết của sự tham gia của giáo viên

Phạm Thị Bích Ngọc, Nguyễn Nam Hải 83

Nghiên cứu đề xuất phương án thúc đẩy ý định mua sắm sản phẩm thời trang nội địa Việt Nam trên nền tảng thương mại xã hội trên địa bàn Hà Nội

Trịnh Hoài Sơn, Lê Hoa Chi, Trần Đức Trường, Lưu Ngọc Hiền, Ngô Thùy Nhung 93

Số 298, tháng 04/2022

Vai trò của trách nhiệm xã hội đến hiệu quả tài chính doanh nghiệp tại Việt Nam: Bằng chứng mới từ hồi quy phân vị mảng

Trần Quang Tuyền, Vũ Văn Hưởng 2

Hệ thống làm việc hiệu suất cao, cam kết với tổ chức và hành vi công dân tổ chức tại các công ty đa quốc gia hoạt động ở Việt Nam

Vũ Thị Hương Giang, Nguyễn Tuấn Dương, Lê Thái Phong, Dương Thị Hoài Nhung 11

Tốc độ điều chỉnh cấu trúc vốn thực tế hướng về cấu trúc vốn mục tiêu theo ngành công nghiệp của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Phan Trần Minh Hưng, Mai Thị Thùy Trang 20

Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định ứng dụng hệ thống quản lý chất lượng toàn diện tại các doanh nghiệp kinh doanh khí hóa lỏng Việt Nam

Trương Đức Thao, Vũ Đào Tùng Phương, Nguyễn Anh Tuấn 30

Ảnh hưởng của động cơ, cơ hội và năng lực xử lý thông tin trên mạng xã hội đối với dự định lựa chọn khách sạn xanh tại thành phố Đà Nẵng

*Lê Văn Huy, Trương Công Thiện, Đỗ Thùy Như, Lê Quốc Hội,
Phan Thị Phú Quyên, Phạm Tấn Nhật, Phan Hoàng Long* 41

Các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định mua bảo hiểm nhân thọ của khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa

Lê Quang Hiếu 51

Đánh giá của người dân thành phố Cần Thơ về giá trị kinh tế của việc bảo tồn hệ sinh thái rừng U Minh

Huỳnh Việt Khải, Nguyễn Phi Vân, Phan Đình Khôi 61

Phân tích hiệu suất sử dụng năng lực sản xuất trong nuôi trồng thủy sản: Trường hợp các hộ nuôi tôm thẻ chân trắng thâm canh tại tỉnh Khánh Hòa

Lê Kim Long, Võ Hoàn Hải, Phạm Thị Thanh Bình 70

Di cư lao động có đóng góp đa dạng hóa thu nhập của hộ gia đình? Trường hợp của đồng bằng Sông Cửu Long

Huỳnh Trường Huy, Lê Thị Chúc Mai, Nguyễn Phú Sơn 78

Số 299, tháng 05/2022

Mối quan hệ giữa thị trường chứng khoán các nước và Việt Nam	
<i>Nguyễn Phan Trúc Phương, Hồ Thị Lam, Võ Xuân Vinh</i>	2
Chính phủ điện tử có phải là động lực để thúc đẩy mật độ khởi nghiệp của một quốc gia? Bằng chứng thực nghiệm tại Châu Âu	
<i>Lê Thanh Hà, Phạm Thị Ngọc Hạnh, Nguyễn Thị Thu Hằng, Hoàng Đăng Khánh, Lê Lan Phương, Hoàng Văn Hợp</i>	14
Tác động của đại dịch covid-19 và giải pháp phục hồi các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam	
<i>Hà Văn Sự, Tạ Việt Anh</i>	23
Toàn cầu hóa, phát triển tài chính, tăng trưởng kinh tế, ô nhiễm môi trường và tiêu thụ năng lượng tái tạo ở Việt Nam	
<i>Nguyễn Thị Cẩm Vân</i>	34
Giáo dục liên chính, nhận thức liên chính và đưa hồi lộ ở thanh niên Việt Nam	
<i>Lê Quang Cảnh</i>	44
Ảnh hưởng của ý kiến kiểm toán tới giá cổ phiếu của các doanh nghiệp xây dựng và bất động sản ở Việt Nam	
<i>Đoàn Thanh Nga</i>	54
Quản trị công ty và sai sót báo cáo tài chính	
<i>Nguyễn Trọng Hiếu, Nguyễn Công Phương, Nguyễn Mạnh Cường</i>	63
Mối quan hệ giữa tính khả dụng của trang web với thái độ và ý định mua của người tiêu dùng: Vai trò trung gian của sự hài lòng	
<i>Nguyễn Đình Toàn</i>	73
Kết hợp đa phương pháp trong nghiên cứu tác động của truyền thông xã hội đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Thành Phố Hồ Chí Minh	
<i>Phạm Thị Minh Lý, Phùng Minh Tuấn, Nguyễn Trung Tín</i>	83
Vai trò của chuyển đổi số tới nâng cao chất lượng quản trị công tại Việt Nam	
<i>Vũ Văn Hương, Lê Văn Đạo, Đồng Mạnh Cường</i>	93

Số 300, tháng 06/2022

Đô la hóa với tăng trưởng kinh tế và bất ổn kinh tế vĩ mô: Bằng chứng tại các quốc gia mới nổi châu Á	
<i>Nguyễn Thị Mỹ Linh</i>	2
Ảnh hưởng của bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam	
<i>Huỳnh Thị Diệu Linh</i>	13

Mối quan hệ đồng tích hợp giữa các lãi suất trên thị trường trái phiếu Việt Nam	<i>Nguyễn Thanh Hà, Bùi Huy Tùng</i>	22
Tác động của tỷ giá hối đoái tới lượng khách du lịch quốc tế tới Việt Nam	<i>Trần Việt Dũng, Đoàn Ngọc Thắng, Nguyễn Thị Kim Trúc</i>	32
Tác động của giáo dục đến thu nhập tại Việt Nam giai đoạn 2014-2020: Kết quả từ mô hình hồi quy cộng tính tổng quát gam	<i>Trịnh Thị Hương, Nguyễn Minh Quang, Nguyễn Thị Thanh Loan, Phan Văn Đức Nhật, Nguyễn Thị Ngọc Huyền, Ngô Hoàng Long</i>	42
Vai trò của quy chuẩn trong việc giải thích hành vi tiết kiệm điện của cá nhân tại môi trường làm việc	<i>Nguyễn Thị Nga</i>	54
Các yếu tố tác động vào giác quan và sự hài lòng của thực khách với các nhà hàng chay: Nghiên cứu tại Hà Nội	<i>Phạm Thị Huyền, Mai Thị Hải Linh</i>	64
Ảnh hưởng của nắm giữ tiền mặt đến hiệu quả hoạt động của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam – cách tiếp cận mô hình động	<i>Phan Trần Minh Hưng</i>	74
Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua căn hộ chung cư của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh: Vai trò trung gian của thái độ đối với hành vi	<i>Phạm Đình Hân, Võ Thanh Hải</i>	85
Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trực tuyến của thanh niên nông thôn Việt Nam	<i>Trần Nho Quyết, Tong Guang Ji, Trần Quang Yên, Nguyễn Thị Thanh Hiền</i>	96

Số 301, tháng 07/2022

Ảnh hưởng của phân cấp tài khóa lên sự hội tụ thu nhập tại Việt Nam	<i>Lê Thị Thu Diễm, Nguyễn Thị Thúy Loan</i>	2
Nhận diện kiệt quệ tài chính của các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết tại Việt Nam	<i>Lê Hoàng Vinh, Phạm Lê Quang</i>	15
Phát triển tập đoàn kinh tế tư nhân tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp	<i>Đỗ Vũ Phương Anh, Hà Diệu Linh, Đỗ Minh Đức, Tô Thế Nguyên</i>	25
Tác động của quá trình chuyển đổi số đến sử dụng tài nguyên thiên nhiên ở các nước Châu Âu	<i>Phạm Văn Minh</i>	33
Nghiên cứu sự ảnh hưởng của cấu trúc tài chính và rủi ro tài chính tới hiệu quả kinh doanh các doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Nguyệt Dung, Hà Thành Công</i>	45
Quốc tế hóa và hoạt động đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam	<i>Quách Dương Tử, Trần Thy Linh Giang, Nguyễn Thị Đoan Trang</i>	54

Tác động của nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến hành vi thông qua sự cam kết tổ chức của nhân viên tổ chức y tế tại Việt Nam	<i>Ngô Liêm Phước Trọng, Trần Thị Ngọc Lan</i>	64
Tác động của mức độ bùng phát dịch bệnh COVID-19 đến việc nắm giữ tiền mặt của các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết tại Việt Nam	<i>Nguyễn Hoàng Minh, Lê Quang Minh</i>	75
Quản trị tri thức của sinh viên trong các trường đại học trong bối cảnh kinh tế số	<i>Đỗ Anh Đức, Lê Anh Đức</i>	83
Phát triển tổ chức kinh tế trong nông nghiệp ở tỉnh Nam Định	<i>Nguyễn Phụng Lê, Nguyễn Thanh Phong</i>	93

Số 302, tháng 08/2022

Ứng dụng mô hình dữ liệu tần suất hỗn hợp dự báo tăng trưởng kinh tế Việt Nam	<i>Lê Mai Trang, Hoàng Anh Tuấn, Đinh Thị Hà, Nguyễn Thị Hiên, Trần Kim Anh</i>	2
Mối quan hệ giữa tỷ lệ an toàn vốn và các biến số kinh tế vĩ mô	<i>Đào Thị Thanh Bình, Trương Mỹ Linh</i>	13
Tác động phi tuyến của chất lượng thể chế đến ô nhiễm môi trường tại các quốc gia đang phát triển Châu Á	<i>Lê Hồng Ngọc, Hồ Thị Lam</i>	23
Đánh giá ảnh hưởng của hành vi thực hiện các tiêu chuẩn môi trường tới khả năng sống sót của các doanh nghiệp Việt Nam	<i>Lê Thanh Hà, Nguyễn Thị Đào, Hoàng Văn Ngọc</i>	32
Tác động của chính sách đến tạo việc làm tại chỗ bền vững cho lao động nông thôn tại thành phố Hà Nội	<i>Doãn Thị Mai Hương, Nguyễn Thị Vân Anh, Hoàng Thanh Tùng</i>	43
Lượng hóa gánh nặng kinh tế của bệnh tật do môi trường sản xuất thay đổi: Trường hợp nghiên cứu ở tỉnh Thừa Thiên Huế áp dụng phương pháp chi phí bệnh tật (COI)	<i>Trần Huỳnh Bảo Châu, Nguyễn Đức Kiên Nguyễn Hoàng Diễm My, Bùi Dũng Thế, Đặng Thị Anh Thư</i>	53
Sự khác biệt giữa chuẩn mực kế toán Việt Nam và chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế trên phương diện khuôn khổ khái niệm	<i>Phạm Hoài Hương</i>	62
Giá trị cảm nhận của khách du lịch đối với chương trình du lịch sinh thái: Trường hợp nghiên cứu tại công ty lữ hành quốc tế Huetourist	<i>Hồ Thị Hương Lan</i>	70
Ý định rời bỏ tổ chức của cán bộ công chức tại ủy ban nhân dân cấp quận – Bằng chứng thực nghiệm tại thủ đô Hà Nội	<i>Nguyễn Danh Nam, Uông Thị Ngọc Lan</i>	79
Tác động trực tiếp của tín dụng công nghệ đến bất bình đẳng thu nhập	<i>Phạm Thị Thanh Xuân, Nguyễn Đức Trung</i>	88

Số 303, tháng 09/2022

Tác động trực tiếp của tín dụng công nghệ đến bất bình đẳng thu nhập	<i>Phạm Thị Thanh Xuân, Nguyễn Đức Trung</i>	2
Ảnh hưởng của COVID-19 đến lao động phi chính thức và bất bình đẳng thu nhập tại Việt Nam	<i>Hoàng Thị Huệ, Nguyễn Quang Huy, Phạm Thị Thục Hiền, Nguyễn Thị Thu Huyền, Phạm Ngọc Anh</i>	13
Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và nắm giữ tiền mặt: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam	<i>Nguyễn Văn Hà, Lê Tuấn Thành, Vũ Hương Giang, Trần Minh Thu, Nguyễn Thị Yến</i>	24
Các nhân tố ảnh hưởng tới ý định gây ra rủi ro đạo đức của người lao động tại ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam	<i>Đỗ Hoài Linh, Khúc Thế Anh</i>	34
Đánh giá các yếu tố tác động đến hiệu quả thực hiện chính sách giáo dục đối với thu nhập của hộ gia đình ở khu vực nông thôn Việt Nam	<i>Vũ Văn Hùng, Hồ Kim Hương</i>	45
Nghiên cứu ý định tiếp tục sử dụng mạng xã hội zalo: Từ góc nhìn lý thuyết mạng lưới xã hội và lý thuyết vốn xã hội	<i>Phùng Thanh Bình, Bùi Thị Kim Duyên</i>	55
Cân bằng cuộc sống công việc và sự thực hiện công việc của nhân viên trong các doanh nghiệp Việt Nam: Vai trò trung gian của hạnh phúc nhân viên	<i>Phạm Thị Bích Ngọc, Lý Thu Hằng</i>	67
Tác động của phong cách lãnh đạo đến độc lực làm việc: Nghiên cứu định lượng tại các cơ quan phát thanh và truyền hình	<i>Nguyễn Việt Long, Nguyễn Nam Tuấn</i>	78
Giải pháp thúc đẩy đào tạo cử nhân kế toán đáp ứng yêu cầu xã hội: Tiếp cận từ góc nhìn của doanh nghiệp	<i>Phí Thị Diễm Hồng, Phan Lê Trang</i>	88
Những nhân tố ảnh hưởng đến việc làm của người khuyết tật: Nghiên cứu thực nghiệm tại miền Bắc Việt Nam	<i>Phùng Minh Thu Thủy, Hoàng Như Quỳnh, Trần Lưu Phương Hào, Trần Lệ Hằng</i>	98

Số 304, tháng 10/2022

Bitcoin và thị trường chứng khoán các nước ASEAN-6: tiếp cận bằng mô hình hồi quy phân vị	<i>Lại Minh Khôi, Ngô Thái Hưng</i>	2
Phản ứng của thị trường chứng khoán trước biện pháp của Chính phủ ứng phó với dịch Covid-19: trường hợp của Việt Nam	<i>Chu Thị Thanh Trang, Phạm Thị Thanh Xuân, Nguyễn Đức Trung</i>	15

Xác suất vỡ nợ của các doanh nghiệp niêm yết ngành thủy sản và xây dựng dựa trên phương pháp cấu trúc	<i>Đào Thị Thanh Bình, Đinh Thị Hương, Trần Mạnh Dũng</i>	26
Phát triển kinh tế tuần hoàn ở Việt Nam: Những bước đi ban đầu và giải pháp	<i>Hồ Quế Hậu</i>	39
Tác động của cấu trúc vốn và chất lượng thể chế cấp tỉnh đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam	<i>Bùi Hà Phương, Lê Hồng Thái</i>	48
Ảnh hưởng của sự đa dạng đến kết quả đổi mới: Vai trò trung gian của hành vi đổi mới công việc	<i>Nguyễn Kim Nam</i>	59
Ảnh hưởng của năng lực tổ chức chuyên trách và điều kiện kinh tế xã hội địa lý tới lựa chọn thực hiện các biện pháp phòng chống lũ lụt tại miền núi phía Bắc và miền Trung, Việt Nam	<i>Nguyễn Hữu Dũng, Phạm Tiến Duy, Nguyễn Thị Thanh, Lương Thị Dương, Võ Thị Huế</i>	67
Vai trò của chất lượng cảm nhận điểm đến đối với sự hài lòng và ý định quay lại của khách du lịch: Nghiên cứu thực nghiệm ở Tây Nguyên	<i>Nguyễn Hải Quang</i>	77
Ảnh hưởng của chỉ số mức độ phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đến lợi nhuận của ngân hàng thương mại Việt Nam	<i>Nguyễn Hữu Mạnh, Vương Thị Hương Giang</i>	89

Số 305, tháng 11/2022

Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động kiểm soát nội bộ trong các doanh nghiệp ở Việt Nam	<i>Đỗ Vũ Phương Anh</i>	2
Tín dụng công nghệ tài chính và mở rộng tiếp cận tín dụng: Vai trò của mức độ e ngại sự không chắc chắn	<i>Nguyễn Thị Diễm Kiều, Nguyễn Khắc Quốc Bảo</i>	10
Tác động của phong cách lãnh đạo đến hoạt động đổi mới sáng tạo: Bằng chứng từ các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam	<i>Bùi Quang Tuyền</i>	20
Ảnh hưởng của quyền lực giám đốc điều hành đến hiệu quả tài chính của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam	<i>Ngô Mỹ Trân, Lê Tấn Nghiêm, Ngô Trung Hiếu</i>	29
Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ngân hàng số Vietcombank	<i>Nguyễn Minh Phương, Đinh Văn Thuận</i>	38
Phương thức làm việc tại nhà và kết quả công việc của nhân viên kinh doanh trong bối cảnh COVID-19	<i>Nguyễn Thị Phương Linh</i>	51
Tác động của UKVFTA đến xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang thị trường vương quốc Anh	<i>Ngô Thị Tuyết Mai, Đỗ Thị Trang</i>	62

Tác động của việc tuân thủ chuẩn mực Báo cáo tài chính quốc tế (IFRS) đến rủi ro của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Phạm Thị Hoàng Anh, Nguyễn Thị Lý 72

Chính sách dịch vụ công tác xã hội trong lĩnh vực trợ giúp xã hội tại cộng đồng với người khuyết tật ở Việt Nam: Thực trạng và kiến nghị hoàn thiện

Lê Thị Anh Vân, Đoàn Hữu Minh 81

Nghiên cứu tác động tư tưởng đệ tử quy của lãnh đạo và văn hóa Đệ Tử Quy của tổ chức đến sự hài lòng và gắn kết của nhân viên trong tổ chức

*Nguyễn Hồng Quân, Nguyễn Lê Ngọc Hà, Hoàng Linh Chi,
Phan Thị Thanh Hậu, Đặng Thị Phương Hoa, Ngô Mỹ Bình Phương* 90

Số 306, tháng 12/2022

Nợ công và tăng trưởng kinh tế: Vai trò của thể chế

Hồ Thủy Tiên 2

Ứng dụng kinh tế lượng không gian đánh giá tác động lan tỏa xuất khẩu tới năng suất nhân tố tổng hợp các doanh nghiệp ngành chế biến, chế tạo Việt Nam

Nguyễn Ánh Tuyết, Phùng Mai Lan 12

Tác động của hỗ trợ của chính phủ đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam: Vai trò trung gian của môi trường kinh doanh

Nguyễn Minh Thành, Vũ Thị Thúy Nga 23

Tác động của dân trí tài chính đến quản lý chi tiêu của sinh viên Việt Nam

Khúc Thế Anh, Bùi Kiên Trung, Nguyễn Minh Phương 31

Tác động của tỷ lệ chi phí hoạt động tới hiệu quả hoạt động của các quỹ đầu tư cổ phiếu dạng mở trên thị trường chứng khoán Việt Nam

Nguyễn Hồng Nga, Nguyễn Thị Thu Trang 41

Tác động của mối quan hệ giữa người lãnh đạo và nhân viên đến kết quả công việc của nhân viên môi giới bất động sản tại Việt Nam

Trần Thị Hồng Liên, Cao Thị Giang 51

Tiêu dùng bền vững trong bối cảnh covid-19: Nghiên cứu thực nghiệm với lý thuyết hành vi có kế hoạch

Nguyễn Thị Phương Linh 61

Ảnh hưởng của marketing xanh đến kết quả tài chính của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam

Nguyễn Thị Xuân Hồng 72

Nghiên cứu ảnh hưởng của vốn quan hệ xã hội tới dự định khởi sự kinh doanh của sinh viên Việt Nam

Dương Công Doanh, Lê Thị Loan 82