

TỪ SỰ CHÍNH DANH XÃ HỘI ĐẾN SẴN SÀNG HÀNH ĐỘNG: MÔ HÌNH TPB-EET CHO Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP SỐ CỦA SINH VIÊN DU LỊCH - KHÁCH SẠN

Nguyễn Thị Thảo Nguyên
Trường Đại học FPT
thaonguyennguyenthithi055@gmail.com

Tóm tắt: Bài viết phát triển mô hình tích hợp TPB-EET nhằm giải thích ý định khởi nghiệp số của sinh viên du lịch - khách sạn dựa trên ba khía cạnh: mức độ mong muốn, tính khả thi và sự sẵn sàng hành động. Mô hình gồm tám cấu trúc: giáo dục khởi nghiệp số, thái độ, chuẩn chủ quan, kiểm soát hành vi cảm nhận, mong muốn cảm nhận, tính khả thi cảm nhận, xu hướng hành động và ý định khởi nghiệp số. Khung phân biệt chuẩn chủ quan với thái độ và xu hướng hành động với ý định, đồng thời đề xuất tám quan hệ trực tiếp và một cơ chế gián tiếp qua mong muốn cảm nhận. Mô hình gợi ý chương trình khởi nghiệp số cần nâng cao giá trị cảm nhận, khả năng thực hiện, sự ủng hộ xã hội và cơ hội thử nghiệm thực tế, phù hợp với đặc thù ngành du lịch - khách sạn.

Từ khóa: khởi nghiệp số; TPB; EET; chuẩn chủ quan; mong muốn cảm nhận; tính khả thi cảm nhận; xu hướng hành động; sinh viên du lịch - khách sạn

FROM SOCIAL LEGITIMATION TO ACTION READINESS: A TPB-EET MODEL FOR DIGITAL ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG TOURISM AND HOSPITALITY STUDENTS

Abstract: This article develops an integrated TPB-EET model to explain the digital entrepreneurial intentions of tourism and hospitality students based on three dimensions: perceived desirability, perceived feasibility, and readiness to act. The model comprises eight constructs: digital entrepreneurship education, attitude, subjective norms, perceived behavioral control, perceived desirability, perceived feasibility, action propensity, and digital entrepreneurial intention. The framework distinguishes subjective norms from attitudes and action propensity from intention, while proposing eight direct relationships and one indirect mechanism through perceived desirability. The model suggests that digital entrepreneurship education should enhance perceived value, perceived feasibility, social support, and opportunities for practical experimentation, consistent with the specific characteristics of the tourism and hospitality sector.

Keywords: digital entrepreneurship; TPB; EET; subjective norms; perceived desirability; perceived feasibility; propensity to act; tourism and hospitality students

Nhận bài: 11/08/2026

Phản biện: 11/09/2026

Duyệt đăng: 14/09/2026

I. GIỚI THIỆU

Khởi nghiệp số mở rộng cơ hội kinh doanh trong du lịch - khách sạn thông qua các nền tảng đặt chỗ, tư vấn hành trình, phân tích dữ liệu khách hàng và kết nối nhà cung cấp. Công nghệ giúp giảm chi phí thử nghiệm nhưng không tự động tạo ý định khởi nghiệp; quá trình này còn phụ thuộc vào cách sinh viên đánh giá lựa chọn, khả năng thực hiện và sự ủng hộ xã hội (Elia et al., 2020).

Trong nghiên cứu ý định khởi nghiệp, Theory of Planned Behavior (TPB) giải thích ý định qua thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận (Ajzen, 1991), trong khi Entrepreneurial Event Theory (EET) nhấn mạnh mong muốn cảm nhận, tính khả thi cảm nhận và xu hướng hành động (Shapero & Sokol, 1982). Việc tích hợp hai lý thuyết cho phép giải thích quá trình từ đánh giá lựa chọn và khả năng kiểm soát đến mức độ mong muốn, khả thi và cam kết hành động.

Tuy nhiên, mô hình “mong muốn - khả thi” chưa phản ánh đầy đủ vai trò của sự thừa nhận từ

gia đình, giảng viên và bạn bè, cũng như khoảng cách giữa “muốn, có thể” và thực sự bắt đầu hành động. Vì vậy, bài viết đề xuất mô hình TPB-EET tích hợp cho sinh viên du lịch - khách sạn, trong đó chuẩn chủ quan phản ánh tính chính danh xã hội, xu hướng hành động thể hiện mức sẵn sàng thực thi và giáo dục khởi nghiệp số là tiền đề định hình thái độ và tính khả thi cảm nhận. Mô hình tạo cơ sở cho các nghiên cứu thực nghiệm bằng khảo sát dọc, nhật ký hành vi hoặc thiết kế can thiệp.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ CÁC CẤU TRÚC TRONG MÔ HÌNH

2.1. Tích hợp TPB và EET theo chuỗi đánh giá - cam kết

TPB giải thích ý định qua ba tiền đề tâm lý gần: thái độ đối với hành vi, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận. Điểm đáng chú ý là ba cấu trúc này không cùng nói một điều. Thái độ phản ánh đánh giá của cá nhân về mức tích cực hoặc tiêu cực của hành vi; chuẩn chủ quan phản

ánh cách cá nhân nhận thức sự ủng hộ hoặc kỳ vọng từ những người quan trọng; còn kiểm soát hành vi cảm nhận đề cập đến mức người đó tin rằng hành vi nằm trong khả năng thực hiện. Với khởi nghiệp số, ba câu hỏi tương ứng là “tôi có đánh giá lựa chọn này tích cực không?”, “những người tôi coi trọng có xem đây là lựa chọn hợp lý không?” và “tôi có đủ khả năng và điều kiện để thực hiện không?”.

EET bổ sung một ngôn ngữ gắn với sự kiện khởi nghiệp hơn: *perceived desirability*, *perceived feasibility* và *propensity to act*. Mong muốn cảm nhận không hoàn toàn đồng nhất với thái độ. Thái độ có thể là đánh giá về khởi nghiệp nói chung, trong khi mong muốn cảm nhận phản ánh việc cá nhân có muốn lựa chọn đó trở thành con đường của mình hay không. Tương tự, kiểm soát hành vi cảm nhận là đánh giá về khả năng kiểm soát và nguồn lực, còn tính khả thi cảm nhận là kết luận tổng hợp rằng dự án hoặc con đường khởi nghiệp có thể triển khai trong hoàn cảnh hiện tại. Việc giữ hai tầng này giúp mô hình tránh gộp những đánh giá có chức năng khác nhau.

Trong mô hình đề xuất, thái độ được đặt trước mong muốn cảm nhận, còn kiểm soát hành vi cảm nhận được đặt trước tính khả thi cảm nhận. Chuẩn chủ quan cũng đi vào mong muốn cảm nhận vì sự xác nhận từ nhóm tham chiếu có thể làm lựa chọn nghề nghiệp trở nên dễ chấp nhận hơn. Ở đầu ra, cả mong muốn và tính khả thi cùng liên hệ với ý định khởi nghiệp số. Xu hướng hành động được đặt như một tiền đề bổ sung của ý định, không phải kết quả cuối. Cấu trúc này cho phép phân biệt người “đánh giá tích cực” với người “sẵn sàng bắt đầu”.

2.2. Giáo dục khởi nghiệp số như nguồn trải nghiệm

Giáo dục khởi nghiệp số trong bài viết không được hiểu chỉ là việc có một học phần hay một cuộc thi. Điều cần đo là những trải nghiệm giúp sinh viên hiểu vấn đề khách hàng, thử công cụ số, đánh giá mô hình doanh thu, tiếp cận phản hồi và kiểm chứng giả định. Một chương trình có thể có nhiều hoạt động nhưng vẫn tạo ít thay đổi nếu sinh viên chỉ nghe thuyết trình. Ngược lại, một dự án ngắn nhưng yêu cầu người học xây landing page, phỏng vấn khách hàng hoặc thử một kênh bán có thể làm thay đổi đáng kể cách họ đánh giá khởi nghiệp. Sự khác biệt này phù hợp với quan điểm hệ sinh thái số, trong đó công nghệ và tác nhân học tập cùng định hình khả năng hành động (Sahut et al., 2021).

Các nghiên cứu về giáo dục khởi nghiệp số gần đây cho thấy trải nghiệm học tập có liên hệ với ý định thông qua các cơ chế trung gian. Wibowo et al. (2023) ghi nhận vai trò của entrepreneurial alertness trong mối liên hệ giữa giáo dục khởi nghiệp số và ý định. Woraphiphat và Roopsuwankun (2023) cho thấy thiết kế học tập trực tuyến dựa trên design thinking có thể gắn với ý định khởi nghiệp thông qua cách người học tương tác với vấn đề và giải pháp. Trong bối cảnh Việt Nam, Vũ Thị Mai Chi et al. (2025) sử dụng mô hình tích hợp TPB-EET để phân tích ý định khởi nghiệp số của sinh viên đại học. Những kết quả này tạo cơ sở cho việc đặt giáo dục khởi nghiệp số ở vị trí tiền đề của thái độ và tính khả thi cảm nhận thay vì xem nó như một biến trạng trí trong mô hình.

2.3. Chuẩn chủ quan và sự chính danh xã hội

Chuẩn chủ quan thường bị rút gọn thành câu hỏi “người khác có muốn tôi khởi nghiệp không?”. Cách hiểu này bỏ qua chức năng thông tin của nhóm tham chiếu. Một sinh viên có thể diễn giải sự ủng hộ của giảng viên, cố vấn doanh nghiệp hoặc gia đình như bằng chứng rằng lựa chọn khởi nghiệp số không phải quyết định bốc đồng. Khi người ủng hộ có hiểu biết về nghề, tín hiệu đó còn làm giảm bất định về việc khởi nghiệp có được xem là một con đường nghề nghiệp nghiêm túc hay không. Vì vậy, chuẩn chủ quan trong mô hình được diễn giải như nguồn tạo chính danh xã hội cho lựa chọn.

2.4. Xu hướng hành động và khoảng cách từ đánh giá đến bắt đầu

Xu hướng hành động mô tả khuynh hướng chủ động thực hiện một bước khi cơ hội chưa hoàn toàn rõ ràng. Trong khởi nghiệp số, bước đó có thể rất nhỏ: tìm phản hồi từ năm khách hàng, dựng một bản mẫu giao diện, mua tên miền, chạy thử nội dung, khảo sát mức sẵn sàng chi trả hoặc liên hệ một đối tác tiềm năng. Các hành vi này khác với ý định ở chỗ chúng gắn với sự khởi động quá trình hơn. Một người có thể tuyên bố muốn khởi nghiệp trong tương lai nhưng chưa có thói quen biến câu hỏi thành thử nghiệm.

III. PHÁT TRIỂN GIẢ THUYẾT

3.1. Giáo dục khởi nghiệp số, thái độ và tính khả thi

Giáo dục khởi nghiệp số có thể liên hệ với thái độ khi người học hiểu rõ hơn giá trị nghề nghiệp, mức tự chủ, cơ hội sáng tạo và khả năng giải quyết vấn đề thông qua mô hình kinh doanh số.

Điều này không có nghĩa mọi khóa học đều làm thái độ tích cực hơn. Một trải nghiệm thực tế cũng có thể khiến người học nhận ra khởi nghiệp không phù hợp với mình. Tuy nhiên, khi giáo dục được thiết kế để người học hiểu cơ hội, nhìn thấy ví dụ gần với ngành và trải nghiệm quá trình tạo giá trị, thái độ tích cực được kỳ vọng cao hơn so với khi người học không có trải nghiệm tương tự. Zhang và Chen (2024) cho thấy giáo dục khởi nghiệp có liên hệ với các cơ chế tâm lý quan trọng ở sinh viên du lịch và quản trị khách sạn, củng cố cơ sở cho giả thuyết này.

H1: Giáo dục khởi nghiệp số liên hệ thuận với thái độ đối với khởi nghiệp số.

H2: Giáo dục khởi nghiệp số liên hệ thuận với tính khả thi cảm nhận của khởi nghiệp số.

3.2. Kiểm soát hành vi cảm nhận và tính khả thi

Kiểm soát hành vi cảm nhận phản ánh đánh giá của sinh viên về việc họ có thể huy động thời gian, kỹ năng, kiến thức và nguồn lực để thực hiện hành vi hay không. Tính khả thi cảm nhận là kết luận gần hơn về việc dự án hoặc con đường khởi nghiệp có thể triển khai. Vì vậy, hai cấu trúc có liên hệ nhưng không nên đồng nhất. Một sinh viên có thể có cảm giác kiểm soát tốt về kỹ năng số nhưng vẫn cho rằng mô hình kinh doanh cụ thể chưa khả thi do thiếu đối tác hoặc thị trường. Ngược lại, một ý tưởng có vẻ khả thi trên thị trường nhưng người học có thể chưa cảm thấy mình kiểm soát được quá trình triển khai.

H3: Kiểm soát hành vi cảm nhận liên hệ thuận với tính khả thi cảm nhận của khởi nghiệp số.

3.3. Thái độ, chuẩn chủ quan và mong muốn cảm nhận

Mong muốn cảm nhận là mức người học thực sự muốn lựa chọn khởi nghiệp trở thành một phương án nghề nghiệp của mình. Thái độ tích cực cung cấp phần đánh giá cá nhân cho kết luận này. Khi sinh viên nhìn nhận khởi nghiệp số là hấp dẫn, có ý nghĩa và phù hợp với mục tiêu nghề nghiệp, khả năng họ đánh giá lựa chọn đó là đáng theo đuổi sẽ cao hơn. Đây là một quan hệ về mức độ phù hợp giữa đánh giá và mong muốn, không phải khẳng định rằng thái độ tự động tạo ra hành vi.

H4: Thái độ tích cực đối với khởi nghiệp số liên hệ thuận với mong muốn cảm nhận.

Chuẩn chủ quan bổ sung một nguồn đánh giá khác. Trong nhiều trường hợp, sinh viên không chỉ cân nhắc điều mình thích mà còn xem phản ứng của gia đình, giảng viên, bạn học và người làm nghề. Khi các nhóm này xem khởi nghiệp số

là lựa chọn hợp lý, sinh viên có thể cảm thấy quyết định ít rủi ro về mặt xã hội hơn. Sự ủng hộ không thay thế đánh giá cá nhân, nhưng nó có thể làm lựa chọn trở nên hợp lệ và dễ được chấp nhận hơn. Awal et al. (2025) ghi nhận vai trò đồng thời của hỗ trợ từ gia đình và đại học trong quá trình hình thành khát vọng khởi nghiệp, gợi ý rằng nguồn xác nhận xã hội xứng đáng được tách riêng trong mô hình.

H5: Chuẩn chủ quan liên hệ thuận với mong muốn cảm nhận đối với khởi nghiệp số.

3.4. Mong muốn, tính khả thi, xu hướng hành động và ý định

Ý định khởi nghiệp số phản ánh mức cam kết hướng tương lai đối với việc bắt đầu một hoạt động kinh doanh dựa trên công nghệ số. Theo logic TPB-EET, mong muốn cảm nhận và tính khả thi cảm nhận là hai tiền đề gần nhưng khác nhau. Mong muốn trả lời “tôi có muốn theo đuổi lựa chọn này không?”, trong khi tính khả thi trả lời “tôi có tin lựa chọn này có thể thực hiện trong điều kiện hiện tại không?”. Chỉ một trong hai cao chưa chắc đủ. Một dự án hấp dẫn nhưng bị xem là không khả thi dễ dừng ở mức mong ước; một dự án khả thi nhưng thiếu sức hấp dẫn cũng khó tạo cam kết nghề nghiệp.

H6: Mong muốn cảm nhận liên hệ thuận với ý định khởi nghiệp số.

H7: Tính khả thi cảm nhận liên hệ thuận với ý định khởi nghiệp số.

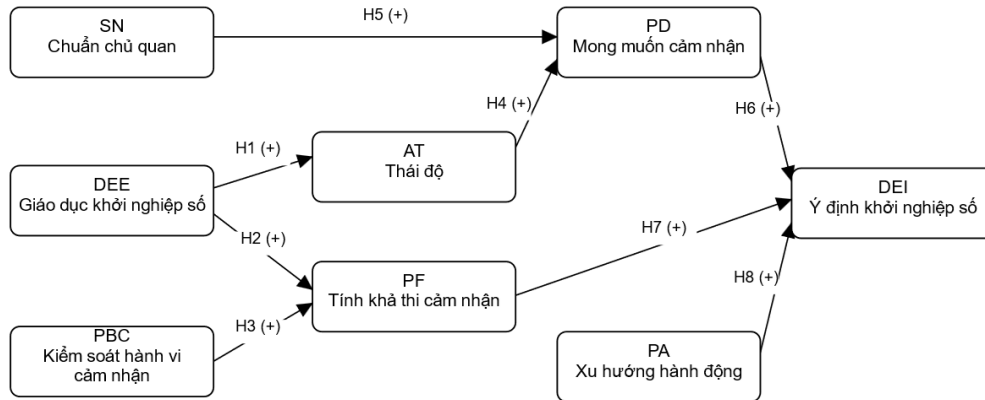
Xu hướng hành động được đưa vào để giải thích phần còn lại của khoảng cách giữa đánh giá và cam kết. Người có xu hướng hành động cao thường ít chần chừ sự chắc chắn tuyệt đối và có khuynh hướng biến câu hỏi thành thử nghiệm. Trong môi trường số, hành động ban đầu có thể nhỏ đến mức không đòi hỏi quyết định thành lập doanh nghiệp, nhưng vẫn tạo cảm giác tiến triển và cung cấp thông tin mới. Vì vậy, ngay cả khi hai sinh viên có mức mong muốn và tính khả thi tương tự, người có xu hướng hành động cao hơn được kỳ vọng thể hiện ý định khởi nghiệp rõ hơn.

H8: Xu hướng hành động liên hệ thuận với ý định khởi nghiệp số sau khi xem xét mong muốn và tính khả thi.

Kết hợp H5 và H6 tạo thành một cơ chế gián tiếp về sự chính danh xã hội. Mô hình không giả định chuẩn chủ quan phải đi thẳng tới ý định; thay vào đó, sự ủng hộ của nhóm tham chiếu có thể liên hệ với ý định thông qua việc làm tăng mức mong muốn của lựa chọn.

H9: Chuẩn chủ quan có liên hệ gián tiếp với ý định khởi nghiệp số thông qua mong muốn cảm nhận.

Mô hình TPB-EET đề xuất cho ý định khởi nghiệp số



Hình 1. Mô hình TPB-EET đề xuất cho ý định khởi nghiệp số

Ghi chú: Các mũi tên thể hiện chiều quan hệ kỳ vọng. Đây là mô hình lý thuyết, chưa phải kết quả thực nghiệm.

Bảng 1. Vai trò của các cấu trúc trong mô hình

Cấu trúc	Vai trò chính	Quan hệ trọng tâm
DEE	Nguồn trải nghiệm giáo dục số	DEE -> AT; DEE -> PF
AT	Đánh giá cá nhân về lựa chọn	AT -> PD
SN	Nguồn chính danh xã hội	SN -> PD
PBC	Cảm nhận về khả năng kiểm soát	PBC -> PF
PD	Mức lựa chọn được mong muốn	PD -> DEI
PF	Mức lựa chọn được xem là khả thi	PF -> DEI
PA	Mức sẵn sàng bắt đầu hành động	PA -> DEI
DEI	Cam kết hướng tới khởi nghiệp số	Biến kết quả

IV. MÔ HÌNH ĐỀ XUẤT, ĐO LƯỜNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG KIỂM ĐỊNH

Mô hình trong Hình 1 sắp xếp các cấu trúc theo một trình tự dễ kiểm định. Giáo dục khởi nghiệp số, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận là các tiền đề ở phía trái. Thái độ, mong muốn cảm nhận và tính khả thi cảm nhận nằm ở giữa như các đánh giá gần. Xu hướng hành động được đặt ở tuyến riêng vì nó không phải một đánh giá về mức hấp dẫn hay khả thi, mà là khuynh hướng khởi động hành động. Ý định khởi nghiệp số là biến kết quả ở phía phải. Cách bố trí này tránh đặt các khái niệm gần nghĩa vào cùng một tầng mà không giải thích chức năng.

Về đo lường, DEE nên phản ánh trải nghiệm học tập cụ thể như khả năng thử công cụ số, kiểm tra nhu cầu, nhận phản hồi và thiết kế mô hình kinh doanh. AT nên đo đánh giá tích cực hay tiêu cực đối với việc theo đuổi khởi nghiệp số. SN cần hỏi về mức ủng hộ hoặc kỳ vọng của những nhóm tham chiếu thực sự có ý nghĩa với sinh viên. PBC nên tập trung vào cảm nhận kiểm soát nguồn lực, kỹ năng và khả năng xử lý trở ngại. PD và PF cần tách rõ: PD là mức lựa chọn được mong muốn,

PF là mức lựa chọn được xem là khả thi. PA nên dùng các phát biểu thiên về chủ động thử nghiệm, tìm phản hồi và bắt đầu khi thông tin chưa hoàn chỉnh. DEI đo mức cam kết và kế hoạch hướng tới khởi nghiệp số.

Nếu sử dụng PLS-SEM, bước đầu cần đánh giá tải ngoài, độ tin cậy nội tại, composite reliability, AVE, HTMT và VIF trước khi diễn giải mô hình cấu trúc; quy trình này phù hợp với khuyến nghị của Hair et al. (2022). Với các hiệu ứng gián tiếp như SN -> PD -> DEI, bootstrap nên được dùng để đánh giá khoảng tin cậy. Nếu dữ liệu thu thập một lần, kết quả chỉ nên được diễn giải là các mối liên hệ phù hợp với mô hình lý thuyết. Thiết kế dọc sẽ mạnh hơn nếu DEE, SN và PBC được đo trước, các đánh giá PD/PF được đo ở thời điểm sau, và hành động chuẩn bị hoặc DEI được đo ở thời điểm tiếp theo.

V. ĐÓNG GÓP LÝ THUYẾT VÀ HÀM Ý GIÁO DỤC

Đóng góp thứ nhất của khung là làm rõ chức năng của chuẩn chủ quan. Trong nhiều mô hình, SN được đặt cạnh thái độ và kiểm soát hành vi rồi

nổi thẳng với ý định. Ở đây, SN được xem như nguồn tạo sự chính danh xã hội cho lựa chọn, nên quan hệ trọng tâm đi qua PD. Cách bố trí này cho phép phân tích một câu hỏi thực tế hơn: sự ủng hộ của người quan trọng có làm sinh viên muốn theo đuổi khởi nghiệp số hơn hay không. Nó cũng tránh diễn giải chuẩn chủ quan như một dạng năng lực hoặc sự tự tin.

Đóng góp thứ hai là đưa xu hướng hành động vào cạnh PD và PF. Điều này tách “muốn”, “có thể” và “sẵn sàng bắt đầu” thành ba vấn đề khác nhau. Sự phân biệt đặc biệt phù hợp với khởi nghiệp số vì nhiều hành động chuẩn bị có chi phí thấp, có thể thử nhanh và tạo phản hồi gần như tức thời. Nếu PA vẫn có liên hệ với DEI khi PD và PF cùng có trong mô hình, kết quả sẽ cho thấy ý định không chỉ là tổng hợp của đánh giá hấp dẫn và khả thi mà còn gắn với khuynh hướng chuyển đánh giá thành hành động.

Đối với giáo dục, mô hình gợi ý bốn điểm thiết kế. Trước hết, chương trình cần tạo trải nghiệm giúp sinh viên hiểu cơ hội trong chính ngành học thay vì trình bày khởi nghiệp như một chủ đề tách rời. Các bài toán về đặt phòng, phân phối, trải nghiệm điểm đến, nhà hàng, sự kiện và dữ liệu khách hàng là nguồn tình huống gần gũi với sinh viên. Thứ hai, khóa học cần làm rõ khả năng thực hiện thông qua công cụ, quy trình và phản hồi. Thứ ba, nhà trường có thể tăng sự chính danh xã hội bằng cách đưa giảng viên nghề, cựu sinh viên, doanh nghiệp và gia đình vào các hoạt động phù hợp, để khởi nghiệp được nhìn như một lựa chọn nghề nghiệp có lộ trình chứ không phải một quyết định ngẫu hứng. Thứ tư, đánh giá học phần nên yêu cầu

hành động nhỏ có bằng chứng, chẳng hạn phỏng vấn khách hàng, bản mẫu, thử giá, landing page hoặc nhật ký phản hồi.

VI. HẠN CHẾ CỦA KHUNG VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU

Khung hiện tại là mô hình lý thuyết nên chưa cung cấp bằng chứng thực nghiệm về giá trị phân biệt giữa AT và PD, giữa PBC và PF, hoặc giữa PA và DEI. Đây là các cặp khái niệm gần nhau và cần được kiểm tra kỹ bằng HTMT, tải chéo và mô hình cạnh tranh. Ngoài ra, SN có thể khác nhau theo nhóm tham chiếu; sự ủng hộ của gia đình không nhất thiết có cùng ý nghĩa với sự ủng hộ của giảng viên hoặc người làm nghề. Nghiên cứu sau có thể tách các nguồn SN nếu câu hỏi nghiên cứu đòi hỏi. Một hạn chế khác là mô hình tập trung vào giai đoạn hình thành ý định, chưa đo hành động khởi nghiệp thực tế. Thiết kế dọc theo dõi các bước chuẩn bị sau khóa học sẽ giúp đánh giá liệu PA và DEI có liên hệ với hành động sau đó hay không.

VII. KẾT LUẬN

Mô hình TPB-EET đề xuất tổ chức ý định khởi nghiệp số của sinh viên du lịch - khách sạn theo ba lớp: đánh giá, chính danh và sẵn sàng hành động. Giáo dục khởi nghiệp số, thái độ và kiểm soát hành vi cảm nhận giúp hình thành cách người học nhìn về mức mong muốn và tính khả thi; chuẩn chủ quan bổ sung tín hiệu xã hội; xu hướng hành động phản ánh mức sẵn sàng bắt đầu. Cấu trúc này tạo một nền tảng có thể kiểm định mà không đồng nhất “thích khởi nghiệp”, “tin rằng có thể khởi nghiệp” và “sẵn sàng thực hiện bước đầu tiên”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Awal, M. R., Hossain, M. S., Hossain, M. A., Sangeetha, P., Karki, S., & Mutha, A. (2025). Cultivating entrepreneurial aspirations: A comprehensive examination of university support, family support, and digital entrepreneurial knowledge on students' digital entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 15, 3. <https://doi.org/10.1007/s40497-024-00417-0>
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119791>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE.
- Sahut, J.-M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56, 1159-1169. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall.
- Vũ Thị Mai Chi, Phạm Thị Diệu Hiền, Lê Thị Linh Chi, Nguyễn Thị Bích Thương, & Trần Ngô Xuân Trà. (2025). Mô hình tích hợp TPB-EET về ý định khởi nghiệp số của sinh viên đại học - Nghiên cứu trường hợp Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, 75, 140-156. <https://doi.org/10.46242/jstih.v75i3.5245>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Mohd Shafai, M. H. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students' digital entrepreneurial intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, 10(1), 2221164. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>
- Woraphiphat, I., & Roopsuwankun, P. (2023). The impact of online design thinking-based learning on entrepreneurial intention: The case of vocational college. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, 10. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00278-z>
- Zhang, H.-X., & Chen, H. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention among tourism and hotel management students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of grit. *SAGE Open*, 14(2), 1-13. <https://doi.org/10.1177/21582440241249119>