

**XÂY DỰNG KHUNG LÝ THUYẾT TÍCH HỢP TPB-EET
VỀ Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP SỐ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP SINH VIÊN
TẠI CAO ĐẲNG FPT POLYTECHNIC TP.HCM**

Nguyễn Như Quỳnh
Trường Đại học FPT
Email: diemhuynh050425@gmail.com

Tóm tắt: Khởi nghiệp số đang mở rộng cơ hội kinh doanh trong du lịch – khách sạn thông qua nền tảng đặt phòng, tiếp thị trực tuyến, dịch vụ trải nghiệm, quản trị doanh thu và thanh toán số. Tuy nhiên, nghiên cứu về ý định khởi nghiệp của sinh viên chủ yếu sử dụng riêng lẻ thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) hoặc mô hình sự kiện khởi nghiệp (EET), trong khi bằng chứng ở bậc cao đẳng và ngành Quản trị khách sạn còn hạn chế. Bài viết đề xuất mô hình tích hợp TPB-EET gồm 8 cấu trúc và 8 giả thuyết trực tiếp, cùng 4 hiệu ứng gián tiếp, nhằm giải thích quá trình từ giáo dục khởi nghiệp số, thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận đến mong muốn, tính khả thi, xu hướng hành động và ý định khởi nghiệp số. Mô hình xem các thành phần TPB là tiền đề nhận thức của các đánh giá trung tâm trong EET, qua đó giảm trùng lặp khái niệm. Bài viết đồng thời đề xuất thang đo 27 biến quan sát và quy trình PLS-SEM cho sinh viên Quản trị khách sạn, làm cơ sở cho nghiên cứu thực nghiệm và thiết kế giáo dục khởi nghiệp số trong đào tạo du lịch – khách sạn.

Từ khóa: ý định khởi nghiệp số; TPB; EET; giáo dục khởi nghiệp; sinh viên cao đẳng; quản trị khách sạn.

**DEVELOPING AN INTEGRATED TPB-EET THEORETICAL FRAMEWORK
ON DIGITAL ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS: A CASE STUDY
OF STUDENTS AT FPT POLYTECHNIC COLLEGE, HO CHI MINH CITY**

Abstract: Digital entrepreneurship is expanding business opportunities in tourism and hospitality through booking platforms, online marketing, experience-based services, revenue management, and digital payment systems. However, research on students' entrepreneurial intentions has mainly applied either the Theory of Planned Behavior (TPB) or the Entrepreneurial Event Theory (EET) separately, while evidence at the college level and in Hospitality Management remains limited. This study proposes an integrated TPB–EET model comprising eight constructs, eight direct hypotheses, and four indirect effects to explain how digital entrepreneurship education, attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control shape perceived desirability, perceived feasibility, propensity to act, and ultimately digital entrepreneurial intention. The model positions TPB components as cognitive antecedents of the core evaluations in EET, thereby reducing conceptual overlap. The study also proposes a 27-item measurement scale and a PLS-SEM procedure for Hospitality Management students, providing a foundation for empirical research and the design of digital entrepreneurship education in tourism and hospitality training.

Keywords: digital entrepreneurial intention; TPB; EET; entrepreneurship education; vocational college students; hospitality management.

Nhận bài: 18/08/2026

Phản biện: 18/09/2026

Duyệt đăng: 21/09/2026

I. GIỚI THIỆU

Kinh tế nền tảng đang thay đổi cách doanh nghiệp du lịch – khách sạn hình thành, tiếp cận khách hàng và tổ chức nguồn lực. Khởi nghiệp không còn phụ thuộc nhiều vào tài sản vật chất mà có thể dựa trên dữ liệu, dịch vụ số, công cụ định giá, nội dung trải nghiệm và mạng lưới người dùng. Paul và cộng sự (2023) cho rằng công nghệ số vừa tạo cơ hội mới vừa thay đổi cách cơ hội kinh doanh được nhận diện và khai thác.

Sinh viên Quản trị khách sạn có kiến thức về vận hành, khách hàng, bán hàng, sự kiện và công nghệ, nhưng kiến thức nghề không tự động tạo ra ý định khởi nghiệp. Sinh viên có thể thấy khởi nghiệp hấp dẫn nhưng thiếu niềm tin vào năng lực, hoặc có năng lực nhưng không xem đó là lựa chọn mong muốn. Vì vậy, cần một khung lý thuyết kết hợp lợi ích, ảnh hưởng xã hội, khả năng kiểm soát và khuynh hướng hành động.

Việc tích hợp TPB và EET cần tránh trùng lặp giữa thái độ với mong muốn cảm nhận, cũng như giữa kiểm soát hành vi cảm nhận với tính khả thi cảm nhận. Bài viết xem các thành phần TPB là tiền đề nhận thức của EET: thái độ và chuẩn chủ quan hình thành mong muốn cảm nhận; kiểm soát hành vi cảm nhận hình thành tính khả thi; giáo dục khởi nghiệp số là tiền đề bối cảnh; còn xu hướng hành động phản ánh khả năng chuyển đánh giá thành cam kết.

Bài viết đề xuất mô hình TPB-EET theo chuỗi tiền đề – đánh giá – ý định, cùng hệ thống giả thuyết, thang đo và thiết kế kiểm định, nhằm làm rõ cơ chế tích hợp hai lý thuyết và hỗ trợ thiết kế giáo dục khởi nghiệp số trong đào tạo nghề.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Khởi nghiệp số trong du lịch và khách sạn

Khởi nghiệp số là quá trình khai thác cơ hội kinh doanh trong đó công nghệ số giữ vai trò cốt

lỗi đối với sản phẩm, dịch vụ, quy trình, phân phối hoặc doanh thu. Dữ liệu, nền tảng, phần mềm và kết nối trực tuyến trở thành thành phần của giá trị cung cấp. Paul và cộng sự (2023) nhấn mạnh tính linh hoạt, khả năng mở rộng và tái kết hợp nguồn lực của doanh nghiệp số, đồng thời chỉ ra các bất định về công nghệ, cạnh tranh, niềm tin khách hàng và dữ liệu.

Ý định khởi nghiệp số phản ánh mức cam kết chuẩn bị và vận hành một doanh nghiệp dựa đáng kể vào công nghệ số. Khái niệm này bao gồm định hướng nghề nghiệp, nỗ lực chuẩn bị và sẵn sàng đầu tư nguồn lực. Alferaih (2022) cho thấy ý định của sinh viên chịu ảnh hưởng từ cả đánh giá cá nhân và môi trường giáo dục. Vì hành vi khởi nghiệp thường diễn ra sau giai đoạn chuẩn bị, ý định là kết quả phù hợp để nghiên cứu ở sinh viên.

2.2. Thuyết hành vi có kế hoạch

Theo TPB, ý định được hình thành từ thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận (Ajzen, 1991). Thái độ phản ánh đánh giá về hành vi; chuẩn chủ quan thể hiện áp lực xã hội cảm nhận; còn kiểm soát hành vi phản ánh niềm tin vào năng lực và nguồn lực thực hiện.

TPB giải thích tốt các tiền đề của ý định nhưng chưa mô tả đầy đủ cách giáo dục chuyển thành đánh giá khởi nghiệp. Giáo dục có thể làm tăng thái độ tích cực hoặc cảm nhận khả thi mà chưa

trực tiếp tạo ý định. EET bổ sung điểm này thông qua vai trò của mong muốn, tính khả thi và xu hướng hành động.

2.3. Mô hình sự kiện khởi nghiệp

EET cho rằng khởi nghiệp dễ hình thành khi cá nhân xem lựa chọn này vừa đáng mong muốn vừa khả thi. Mong muốn cảm nhận phản ánh mức hấp dẫn của khởi nghiệp; tính khả thi cảm nhận phản ánh khả năng thực hiện; còn xu hướng hành động thể hiện khuynh hướng chuyển quyết định thành hành vi (Shapero & Sokol, 1982).

Tuy nhiên, EET chưa giải thích rõ nguồn gốc của các đánh giá này. Vì vậy, TPB có thể bổ sung bằng cách giải thích cách thái độ, ảnh hưởng xã hội, giáo dục và kiểm soát hành vi hình thành mong muốn và tính khả thi.

2.4. Logic tích hợp TPB-EET

Mô hình áp dụng nguyên tắc tránh trùng lặp cấu trúc. Thái độ được đặt trước mong muốn cảm nhận vì thái độ phản ánh đánh giá về kết quả hành vi, còn mong muốn là đánh giá tổng hợp về mức hấp dẫn của khởi nghiệp. Tương tự, kiểm soát hành vi cảm nhận được đặt trước tính khả thi vì nó phản ánh năng lực và nguồn lực cụ thể, trong khi tính khả thi là đánh giá tổng hợp về khả năng thực hiện dự án. Theo đó, TPB giải thích sự hình thành các đánh giá, còn EET giải thích cách các đánh giá và xu hướng hành động chuyển thành ý định.

Nhóm	Cấu trúc	Nền tảng	Vai trò trong mô hình
Tiền đề bối cảnh	Giáo dục khởi nghiệp số (DEE)	Giáo dục khởi nghiệp	Tạo kiến thức, trải nghiệm và cơ hội thử nghiệm
Nhận thức TPB	Thái độ (AT)	TPB	Đánh giá kết quả và mức hấp dẫn của hành vi
Nhận thức TPB	Chuẩn chủ quan (SN)	TPB	Xác nhận và kỳ vọng từ nhóm tham chiếu
Nhận thức TPB	Kiểm soát hành vi cảm nhận (PBC)	TPB	Đánh giá năng lực và nguồn lực có thể huy động
Đánh giá EET	Mong muốn cảm nhận (PD)	EET	Mức phù hợp và đáng lựa chọn của khởi nghiệp số
Đánh giá EET	Tính khả thi cảm nhận (PF)	EET	Niềm tin rằng dự án có thể được triển khai
Khuynh hướng EET	Xu hướng hành động (PA)	EET	Mức chủ động biến quyết định thành hành động
Kết quả	Ý định khởi nghiệp số (DEI)	TPB-EET	Cam kết chuẩn bị và thành lập doanh nghiệp số

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

III. PHÁT TRIỂN GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

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

Giáo dục khởi nghiệp số giúp sinh viên nhận diện cơ hội, kiểm chứng khách hàng, thiết kế giá trị và ứng dụng công nghệ vào mô hình kinh doanh. Các hoạt động thực hành như dự án thực tế, thử nghiệm nền tảng và phản hồi doanh nghiệp có thể cải thiện cả thái độ và đánh giá về tính khả thi của khởi nghiệp.

H1: Giáo dục khởi nghiệp số tác động tích cực đến thái độ đối với khởi nghiệp số của sinh viên.

H2: Giáo dục khởi nghiệp số tác động tích cực đến tính khả thi cảm nhận của sinh viên.

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

Thái độ phản ánh đánh giá về lợi ích của khởi nghiệp số, còn mong muốn cảm nhận thể hiện mức độ lựa chọn này hấp dẫn và phù hợp. Vai trò của thái độ trong ý định khởi nghiệp số đã được ghi nhận bởi Alferaih (2022) và Awal và cộng sự (2025).

Chuẩn chủ quan phản ánh sự ủng hộ từ gia đình, bạn bè, giảng viên và các nhóm tham chiếu. Sự ủng hộ này có thể làm tăng tính chính đáng và mức độ mong muốn của lựa chọn khởi nghiệp.

H3: Thái độ đối với khởi nghiệp số tác động tích cực đến mong muốn cảm nhận.

H4: Chuẩn chủ quan tác động tích cực đến mong muốn cảm nhận.

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

Kiểm soát hành vi cảm nhận thể hiện niềm tin

vào khả năng thực hiện các nhiệm vụ và huy động nguồn lực, trong khi tính khả thi cảm nhận là đánh giá tổng thể về khả năng triển khai dự án. Việc tách hai cấu trúc giúp phân biệt năng lực cá nhân với đánh giá về khả năng thực hiện dự án.

H5: Kiểm soát hành vi cảm nhận tác động tích cực đến tính khả thi cảm nhận.

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

Mong muốn cảm nhận phản ánh mức khởi nghiệp phù hợp và hấp dẫn đối với cá nhân; Krueger và cộng sự (2000) xác nhận vai trò của cấu trúc này đối với ý định khởi nghiệp. Tính khả thi phản ánh khả năng thực hiện, còn xu hướng hành động thể hiện mức sẵn sàng chuyển cơ hội thành hành động. Ba cấu trúc lần lượt trả lời các câu hỏi: “Tôi có muốn?”, “Tôi có thể?” và “Tôi có sẵn sàng bắt đầu?”.

H6: Mong muốn cảm nhận tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp số.

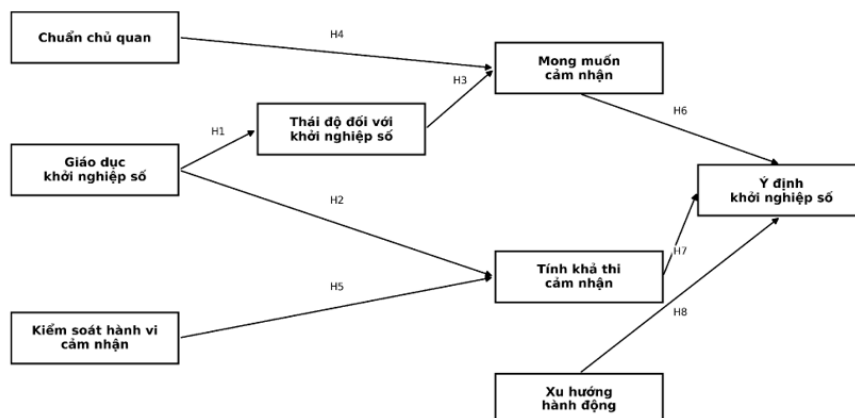
H7: Tính khả thi cảm nhận tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp số.

H8: Xu hướng hành động tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp số.

3.5. Các cơ chế gián tiếp

Mô hình đề xuất bốn hiệu ứng gián tiếp: giáo dục khởi nghiệp số ảnh hưởng đến ý định qua thái độ và mong muốn; giáo dục ảnh hưởng qua tính khả thi; chuẩn chủ quan ảnh hưởng qua mong muốn; và kiểm soát hành vi cảm nhận ảnh hưởng qua tính khả thi. Các hiệu ứng cần được kiểm định bằng bootstrap:

DEE $\rightarrow$ AT $\rightarrow$ PD $\rightarrow$ DEI; DEE $\rightarrow$ PF $\rightarrow$ DEI; SN $\rightarrow$ PD $\rightarrow$ DEI; PBC $\rightarrow$ PF $\rightarrow$ DEI.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Giả thuyết	Quan hệ dự kiến	Chiều tác động
H1	DEE $\rightarrow$ AT	Cùng chiều
H2	DEE $\rightarrow$ PF	Cùng chiều

H3	AT -> PD	Cùng chiều
H4	SN -> PD	Cùng chiều
H5	PBC -> PF	Cùng chiều
H6	PD -> DEI	Cùng chiều
H7	PF -> DEI	Cùng chiều
H8	PA -> DEI	Cùng chiều

Bảng 2. Tóm tắt các giả thuyết nghiên cứu

3.6. Tổng hợp bằng chứng và định vị mô hình

Khởi nghiệp số cần được phân biệt với việc chỉ số hóa hoạt động kinh doanh, vì công nghệ số có thể cấu thành cơ hội, giá trị cung cấp và cơ chế mở rộng doanh nghiệp. Nambisan (2017) cho thấy công nghệ số làm thay đổi tính linh hoạt, ranh giới quá trình và vai trò của các tác nhân khởi nghiệp. Ở cấp hệ sinh thái, nền tảng, dữ liệu và cộng đồng người dùng tạo ra các phụ thuộc mới giữa cá nhân, tổ chức và thị trường (Sussan & Acs, 2017; Elia et al., 2020). Vì vậy, thang đo ý định khởi nghiệp số cần phản ánh việc nhận diện cơ hội, thử nghiệm giải pháp và huy động nguồn lực bằng công nghệ.

TPB và EET đều có khả năng giải thích ý định khởi nghiệp, nhưng các cấu trúc gần nghĩa cần được sắp xếp theo cơ chế thay vì đặt song song. Schlaegel và Koenig (2014) cho thấy thái độ, kiểm soát cảm nhận, mong muốn và tính khả thi đều liên quan đến ý định, trong khi Esfandiar et al. (2019) nhấn mạnh giá trị của việc xác định rõ thứ tự giữa các tiền đề. Cách tiếp cận theo chuỗi vì vậy giúp hạn chế trùng lặp và làm rõ các tác động gián tiếp.

Giáo dục khởi nghiệp không tự động tạo ra ý định. Nabi et al. (2017) cho thấy tác động phụ thuộc vào mục tiêu, phương pháp, thời điểm đo và mức độ trải nghiệm. Liñán và Chen (2009) nhấn mạnh rằng ý định phải phản ánh cam kết chứ không chỉ sự yêu thích, còn Kautonen et al. (2015) chỉ ra khoảng cách giữa ý định và hành động. Vì vậy, thử nghiệm, phản hồi thị trường và hành động ngắn là cơ chế quan trọng để hình thành cảm nhận khả thi.

Đóng góp lý thuyết nằm ở việc xác định biến nào hình thành đánh giá nào và các đánh giá đó chuyển thành ý định ra sao. Fayolle và Liñán (2014) nhấn mạnh vai trò của cơ chế, điều kiện biên và sự thay đổi theo thời gian. Trong ngành khách sạn, logic này giúp liên kết kiến thức nghề,

tính khả thi và xu hướng hành động mà không làm mô hình dư thừa.

IV. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT

4.1. Đối tượng, mẫu và quy trình thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát phù hợp là sinh viên đang học ngành Quản trị khách sạn hoặc Quản trị khách sạn - nhà hàng tại cơ sở đào tạo cao đẳng. Người trả lời nên hoàn thành ít nhất một học kỳ để có trải nghiệm đủ về môi trường đào tạo. Có thể sử dụng lấy mẫu phân tầng theo học kỳ, sau đó chọn thuận tiện trong từng tầng để cải thiện phân bố mẫu. Với mô hình có tám cấu trúc, 27 biến quan sát và đường dẫn tối đa ba biến dự báo một biến nội sinh, cỡ mẫu từ 250 đến 350 phù hợp cho PLS-SEM và đủ để thực hiện bootstrap ổn định theo hướng dẫn của Hair và cộng sự (2022). Nghiên cứu cần báo cáo rõ số phiếu phát ra, tiêu chí loại, tỷ lệ hoàn thành và đặc điểm người tham gia.

Bảng hỏi nên được thử nghiệm qua hai bước. Trước hết, phỏng vấn từ ba đến năm chuyên gia về khởi nghiệp, du lịch - khách sạn và phương pháp nghiên cứu để đánh giá nội dung. Sau đó, khảo sát thử khoảng 30 sinh viên nhằm kiểm tra cách hiểu, thời gian trả lời và sự phân biệt giữa AT với PD, PBC với PF. Cần tránh đặt liên tiếp các mục có nội dung quá giống nhau. Bảng hỏi có thể dùng thang Likert 5 mức từ 1 “hoàn toàn không đồng ý” đến 5 “hoàn toàn đồng ý”. Phần giới thiệu phải khẳng định tham gia tự nguyện, dữ liệu được tổng hợp và câu trả lời không ảnh hưởng đến kết quả học tập.

4.2. Thang đo đề xuất

Thang đo được kế thừa về ý nghĩa từ Ajzen (1991), Shapero và Sokol (1982), Alferaih (2022), Pham và cộng sự (2023), Wibowo và cộng sự (2023), sau đó điều chỉnh cho bối cảnh khách sạn. Các mục đo tránh sử dụng thuật ngữ kỹ thuật khó hiểu và gắn với các nhiệm vụ người học có thể hình dung. Bảng 3 trình bày 27 biến quan sát.

Mã	Phát biểu đo lường đề xuất
DEE1	Chương trình học giúp tôi nhận diện cơ hội kinh doanh số trong khách sạn - du lịch.
DEE2	Các dự án học tập giúp tôi biết cách kiểm chứng nhu cầu khách hàng.
DEE3	Nhà trường tạo cơ hội sử dụng công cụ số để phát triển ý tưởng kinh doanh.
DEE4	Phản hồi của giảng viên hoặc doanh nghiệp giúp tôi hoàn thiện ý tưởng khởi nghiệp.
AT1	Khởi nghiệp số trong lĩnh vực khách sạn là một lựa chọn nghề nghiệp hấp dẫn.
AT2	Theo đuổi khởi nghiệp số có thể mang lại cho tôi nhiều giá trị nghề nghiệp.
AT3	Nhìn chung, tôi đánh giá tích cực việc thành lập một doanh nghiệp số.
SN1	Gia đình tôn trọng lựa chọn khởi nghiệp số của tôi.
SN2	Những người bạn quan trọng ủng hộ nếu tôi chuẩn bị khởi nghiệp số.
SN3	Giảng viên hoặc người hướng dẫn khuyến khích tôi phát triển ý tưởng khả thi.
PBC1	Tôi có thể xác định nhóm khách hàng cho một ý tưởng kinh doanh số.
PBC2	Tôi có thể sử dụng công cụ số cơ bản để thử nghiệm ý tưởng.
PBC3	Tôi biết cách tìm người hoặc nguồn lực để bù đắp kỹ năng còn thiếu.
PBC4	Tôi có thể lập các bước ban đầu để triển khai một dự án khởi nghiệp số.
PD1	Trở thành người khởi nghiệp số phù hợp với định hướng nghề nghiệp của tôi.
PD2	Nếu được lựa chọn, tôi muốn phát triển doanh nghiệp số của riêng mình.
PD3	Tôi cảm thấy hào hứng với viễn cảnh điều hành một dự án kinh doanh số.
PF1	Tôi tin rằng mình có thể bắt đầu một dự án kinh doanh số quy mô nhỏ.
PF2	Với sự chuẩn bị phù hợp, ý tưởng khởi nghiệp số của tôi có thể triển khai.
PF3	Tôi có thể vượt qua những khó khăn ban đầu của một dự án kinh doanh số.
PA1	Khi nhận thấy cơ hội tốt, tôi thường chủ động thực hiện bước đầu tiên.
PA2	Tôi sẵn sàng thử nghiệm ý tưởng trước khi mọi điều kiện hoàn hảo.
PA3	Tôi kiên trì chuyển một quyết định quan trọng thành hành động cụ thể.
DEI1	Tôi dự định chuẩn bị một dự án khởi nghiệp số trong tương lai.
DEI2	Tôi sẽ nỗ lực để thành lập doanh nghiệp số của riêng mình.
DEI3	Tôi xem khởi nghiệp số là một lựa chọn nghề nghiệp nghiêm túc.
DEI4	Tôi dự định thực hiện các bước cụ thể để thử nghiệm ý tưởng kinh doanh số.

4.3. Phương pháp phân tích

Quy trình phân tích nên bắt đầu bằng kiểm tra dữ liệu thiếu, thời gian trả lời bất thường, mẫu trả lời một cột và ngoại lệ đa biến. Sai lệch phương pháp chung có thể được hạn chế từ khâu thiết kế bằng cách bảo đảm ẩn danh, trộn thứ tự mục hỏi và tách phần tiền đề với phần kết quả. Sau khi làm sạch dữ liệu, nghiên cứu đánh giá mô hình đo lường phản xạ. Hệ số tải nên đạt từ 0,708; Cronbach's alpha và độ tin cậy tổng hợp từ 0,70; phương sai trích trung bình từ 0,50. Giá trị phân biệt được đánh giá bằng HTMT dưới 0,85 hoặc dưới 0,90 tùy mức gần gũi khái niệm (Hair và cộng sự, 2022).

Mô hình cấu trúc được kiểm tra qua VIF, hệ số đường dẫn, bootstrap 5.000 mẫu, R², f² và Q². Vì mô hình nhấn mạnh dự báo và có các chuỗi trung gian, PLS-SEM là lựa chọn phù hợp. Bốn hiệu ứng gián tiếp phải được kiểm định trực tiếp

bằng bootstrap thay vì suy luận từ từng đường thành phần.

V. KẾT LUẬN

Bài viết đề xuất mô hình TPB-EET cho ý định khởi nghiệp số của sinh viên cao đẳng ngành Quản trị khách sạn. Giáo dục khởi nghiệp số tác động đến thái độ và tính khả thi; thái độ và chuẩn chủ quan tạo nên mong muốn; kiểm soát hành vi củng cố tính khả thi; còn mong muốn, tính khả thi và xu hướng hành động dự báo ý định. Cấu trúc này làm rõ quan hệ giữa hai lý thuyết và các cơ chế trung gian.

Nghiên cứu chưa cung cấp bằng chứng thực nghiệm và chưa bao quát toàn bộ hệ sinh thái khởi nghiệp. Nghiên cứu tiếp theo nên dùng thiết kế nhiều thời điểm và theo dõi hành vi sau khóa học như phỏng vấn khách hàng hoặc tạo bản mẫu. Cách tiếp cận này giúp đánh giá liệu ý định có chuyển thành hành động hay không.

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)
- Alferaih, A. (2022). Starting a new business? Assessing university students' intentions towards digital entrepreneurship in Saudi Arabia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100087. <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2022.100087>
- 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>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172-182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- 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.
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- 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. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. *Journal of Business Research*, 156, 113507. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113507>
- Pham, M., Nguyen, A. T. T., Tran, D. T., Mai, T. T., & Nguyen, V. T. (2023). The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, 80. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00351-7>
- 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>
- 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. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- 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.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49, 55-73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
- 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>