

Các yếu tố tác động đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam: Vai trò điều tiết của Đề án Chính phủ về “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017- 2025”

Nguyễn Hùng Cường
Học viện Phụ nữ Việt Nam

Ngày nhận: 18/04/2025

Ngày nhận bản sửa: 17/06/2025

Ngày duyệt đăng: 18/06/2025

Tóm tắt: Nghiên cứu này tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam, đồng thời đánh giá vai trò điều tiết của Đề án 939 (2017- 2025). Dựa trên lý thuyết nhận thức xã hội và mô hình của Olugbola (2017), mô hình nghiên cứu đề xuất bốn yếu tố tác động trực tiếp gồm động lực, khả năng nhận biết cơ hội, nguồn lực và năng lực khởi nghiệp, cùng với yếu tố điều tiết từ Đề án 939. Khảo sát được tiến hành trên toàn quốc với khách thể là phụ nữ, thu thập 595 phiếu trả lời, trong đó có 404 phiếu hợp lệ được phân tích bằng các phương pháp EFA, CFA và SEM. Kết quả cho thấy khả năng nhận biết cơ hội, năng lực khởi nghiệp và động lực đều tác động tích

Determinants of entrepreneurial readiness of Vietnamese Women: The moderating role of the Government project on “Supporting women in entrepreneurship for the 2017- 2025 period”

Abstract: This study seeks to explore the antecedents of entrepreneurial readiness among Vietnamese women and the moderating role of Project 939 (2017- 2025). Grounded in social cognitive theory and Olugbola’s (2017) model, the research framework proposes four direct factors (motivation, opportunity recognition, resources, and entrepreneurial competence) along with the moderating effect of Project 939. The survey was conducted nationwide with female respondents, collecting 595 responses, of which 404 valid ones were analyzed using EFA, CFA, and SEM methods. The findings indicate that opportunity recognition, entrepreneurial competence, and motivation positively influence entrepreneurial readiness, with opportunity recognition being the most significant factor. Project 939 plays a positive moderating role, specifically: “inspirational information dissemination” enhances the impact of entrepreneurial competence, while “consulting and startup support” strengthens the effect of resources. The study contributes to theory by incorporating a public policy moderating factor and offers practical recommendations on communication, training, resource expansion, and guidance for Project 939 for the 2026- 2035 period to effectively support Vietnamese women in entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurial readiness, Women entrepreneurs, Project 939

Doi: 10.59276/JELB.2025.06.2947

Nguyen, Hung Cuong

Email: cuongndh@hvpnv.edu.vn

Organization: Vietnam Women’s Academy

cực đến sự sẵn sàng khởi nghiệp, với nhận biết cơ hội là yếu tố quan trọng nhất. Đề án 939 đóng vai trò điều tiết tích cực, cụ thể: hoạt động “thông tin tuyên truyền tạo cảm hứng” giúp tăng cường ảnh hưởng của năng lực khởi nghiệp, trong khi “tư vấn và hỗ trợ khởi nghiệp” thúc đẩy tác động của nguồn lực. Nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết thông qua bổ sung yếu tố điều tiết chính sách công và đề xuất giải pháp về truyền thông, đào tạo, nguồn lực, cùng định hướng cho Đề án 939 giai đoạn 2026- 2035, nhằm hỗ trợ phụ nữ Việt Nam khởi nghiệp hiệu quả.

Từ khóa: Sự sẵn sàng khởi nghiệp, Phụ nữ khởi nghiệp, Đề án 939

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh suy giảm kinh tế toàn cầu giai đoạn 2016- 2017 và xu hướng phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, nhiều quốc gia đã triển khai các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nữ nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững. Các mô hình thành công như Israel với quốc gia khởi nghiệp được công nhận toàn cầu, bang Ohio (Mỹ) với hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển, cùng các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nữ ở Hàn Quốc, Mỹ và Philippines đã trở thành những bài học quý giá. Việt Nam cũng đã xây dựng khuôn khổ chính sách tương ứng, bắt đầu với Quyết định số 844/QĐ-TTg về hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025, tạo nền tảng cho việc ban hành Quyết định số 939/QĐ-TTg ngày 30/6/2017 phê duyệt “Đề án Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017-2025” do Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam chủ trì thực hiện (Thủ tướng Chính phủ, 2017). Sau hơn 6 năm triển khai, Đề án 939 đã đạt những kết quả tích cực đáng ghi nhận với hơn 78.992 phụ nữ được hỗ trợ khởi sự kinh doanh, 5.908 tổ hợp tác/hợp tác xã do phụ nữ quản lý được thành lập, và hàng triệu lượt hội viên được nâng cao nhận thức về khởi nghiệp (Đoàn Chủ tịch Trung ương Hội LHPN Việt Nam, 2022). Những thành tựu này đã góp phần quan trọng vào việc

thúc đẩy vai trò của phụ nữ trong hoạt động kinh tế và xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, vẫn tồn tại những thách thức đáng kể về tiếp cận nguồn lực tài chính, nâng cao chất lượng tư vấn khởi nghiệp và đảm bảo tính bền vững của các mô hình hỗ trợ. Những hạn chế này đòi hỏi cần có nghiên cứu sâu hơn để hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam.

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam và kiểm định vai trò điều tiết của Đề án 939 trong mối quan hệ giữa các yếu tố tác động (bao gồm động lực bên trong, động lực bên ngoài, nhận biết cơ hội, nguồn lực và năng lực khởi nghiệp) với sự sẵn sàng khởi nghiệp. Điểm khác biệt quan trọng của nghiên cứu này so với các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào “ý định khởi nghiệp” là việc nhấn mạnh đến “sự sẵn sàng hành động”- một khái niệm phản ánh đầy đủ và chính xác hơn về năng lực, thái độ và điều kiện thực tế để phụ nữ có thể tiến hành khởi nghiệp.

Dựa trên nền lý thuyết nhận thức xã hội và kế thừa, phát triển từ mô hình của Olugbola (2017), bài viết xây dựng một mô hình tích hợp có bổ sung biến điều tiết từ thực tiễn triển khai Đề án 939. Bằng phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính và định lượng,

với dữ liệu khảo sát được thu thập từ hơn 400 phụ nữ trên cả nước trong giai đoạn từ tháng 6- tháng 8/2024, nghiên cứu không chỉ làm rõ cơ chế tác động giữa các yếu tố mà còn cung cấp căn cứ thực tiễn quan trọng để đề xuất giải pháp hoàn thiện chính sách hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2026- 2035.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Sự sẵn sàng khởi nghiệp (entrepreneurial readiness) là một khái niệm trung tâm trong các nghiên cứu về kinh doanh, phản ánh mức độ chuẩn bị toàn diện của một cá nhân trên các phương diện tâm lý, kỹ năng và hành vi để bước vào hoạt động khởi nghiệp. Nhìn chung, các học giả đều đồng thuận rằng đây là một trạng thái đa chiều, chịu ảnh hưởng từ cả yếu tố nội tại lẫn bối cảnh bên ngoài. Theo Carsrud và Brännback (2009), sự sẵn sàng khởi nghiệp có nguồn gốc sâu xa từ tư duy tích cực và niềm tin của cá nhân đối với việc kinh doanh, trong đó sự tự tin và cảm nhận về năng lực bản thân (self-efficacy) là các yếu tố then chốt. Quan điểm này cho rằng khi một cá nhân cảm thấy bản thân đã được trang bị đầy đủ và có các nguồn lực cần thiết, họ sẽ có xu hướng chuyển hóa ý định thành hành động khởi sự kinh doanh. Tương tự, Wulandari và cộng sự (2021) định nghĩa sự sẵn sàng khởi nghiệp là sự sẵn lòng và mong muốn của cá nhân trong việc tham gia vào các hoạt động kinh doanh, một trạng thái được xây dựng trên nền tảng kiến thức và kinh nghiệm hiện có của họ.

Từ góc độ lý thuyết nhận thức xã hội, các nghiên cứu đã đi sâu vào việc xác định các thành tố cấu thành nên sự sẵn sàng khởi nghiệp. Lau và cộng sự (2012) cho rằng

sự sẵn sàng khởi nghiệp là một tiêu chuẩn nhận thức, phản ánh năng lực và định hướng hành vi khởi nghiệp của một cá nhân trong mối tương quan với môi trường kinh doanh. Trên cơ sở đó, Schillo và cộng sự (2016) đã phát triển một khung lý thuyết chi tiết hơn, xác định bốn thành tố chính của sự sẵn sàng khởi nghiệp bao gồm: kỹ năng cá nhân (personal skills), nỗi sợ thất bại (fear of failure), sự kết nối xã hội (social connections), và khả năng nhận thức cơ hội (opportunity recognition). Song song với hướng tiếp cận này, Ruiz và cộng sự (2016) cùng Seun và Kalsom (2015) cũng xem xét khái niệm này như một tập hợp các đặc điểm cá nhân liên quan mật thiết đến ý định khởi nghiệp. Các tác giả này đặc biệt nhấn mạnh tầm quan trọng của năng lực quan sát và phân tích môi trường kinh doanh như một chỉ dấu quan trọng để đánh giá mức độ sẵn sàng của một người.

Từ việc tổng hợp các quan điểm lý thuyết trên, tác giả đưa ra một định nghĩa mang tính kế thừa, phù hợp với đối tượng nghiên cứu cụ thể như sau: “Sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ là sự sẵn lòng và mong muốn của cá nhân phụ nữ được khởi nghiệp kinh doanh để trở thành nữ doanh nhân, được thể hiện cụ thể qua ý định khởi nghiệp, năng lực hành động, tinh thần học hỏi và mong muốn được trở thành một nữ doanh nhân.”

2.2. Tổng quan các nghiên cứu

Sự sẵn sàng khởi nghiệp, đặc biệt của phụ nữ, đã trở thành một chủ đề thu hút sự quan tâm lớn từ các học giả trên thế giới, được tiếp cận từ nhiều lăng kính như tâm lý học cá nhân, hành vi doanh nhân, và các điều kiện thể chế xã hội. Một hướng nghiên cứu nổi bật tập trung vào vai trò của giáo dục và năng lực cá nhân. Chẳng hạn, Wulandari và cộng sự (2021) khi phân tích cộng đồng

Sukes Berkah tại Indonesia đã chỉ ra rằng các yếu tố như động lực, nhận thức cơ hội và nguồn lực đều tác động đến sự sẵn sàng khởi nghiệp, trong đó đào tạo khởi nghiệp đóng vai trò là biến điều tiết quan trọng giúp khuếch đại các tác động này. Tương tự, Olugbola (2017) cũng khẳng định vai trò trung tâm của đào tạo trong mô hình cấu trúc SEM khảo sát sinh viên tại Malaysia, xem đây là yếu tố then chốt giúp gia cường ảnh hưởng của các yếu tố nhận biết cơ hội, động lực và nguồn lực theo thời gian. Mở rộng sang lĩnh vực khởi nghiệp xã hội, Ariska và Sahid (2022) nhấn mạnh rằng việc đổi mới chương trình đào tạo là chìa khóa để nâng cao sự sẵn sàng hành động vì mục tiêu xã hội của sinh viên, đặc biệt thông qua bồi dưỡng nhận thức về các vấn đề và giá trị xã hội.

Bên cạnh đào tạo, các hệ thống hỗ trợ từ bên ngoài và các yếu tố tâm lý nội tại cũng được xác định là có ảnh hưởng quyết định. Nghiên cứu của Yulita và cộng sự (2020) về phụ nữ đơn thân cho thấy khả năng phục hồi tâm lý (psychological resilience) đóng vai trò điều tiết tích cực, giúp tối ưu hóa hiệu quả của các nguồn lực hỗ trợ từ gia đình và chính phủ. Hướng tiếp cận này được mở rộng hơn trong các nghiên cứu về vai trò của cộng đồng và các bên liên quan. Đơn cử, Nair (2020) và Simba và cộng sự (2023) đã cho thấy tầm quan trọng của tài chính cộng đồng, với mô hình tiết kiệm “Ajo” tại Nigeria là một minh chứng điển hình cho thấy cấu trúc hỗ trợ phi chính thức có thể thúc đẩy đáng kể quá trình khởi nghiệp của phụ nữ, đặc biệt tại các quốc gia đang phát triển. Để đo lường các khía cạnh đa dạng này, các học giả nỗ lực xây dựng các khung lý thuyết và công cụ đánh giá toàn diện. Lau và cộng sự (2012) chứng minh rằng sự sẵn sàng khởi nghiệp là một biến trung gian quan trọng trong sự phát triển doanh nghiệp, chịu ảnh hưởng mạnh

mẽ bởi văn hóa và năng lực nội tại. Trong khi đó, Coduras và cộng sự (2016) đã đóng góp một công cụ định lượng chi tiết dựa trên ba nhóm biến (xã hội học, tâm lý học và hành vi) nhằm chuẩn hóa việc đánh giá, so sánh mức độ sẵn sàng khởi nghiệp xuyên quốc gia.

Đối với bối cảnh Việt Nam, các nghiên cứu đã bắt đầu khám phá các yếu tố tác động đến tinh thần khởi nghiệp. Nghiên cứu của Đỗ Thị Hoa Liên (2022) phân tích trên đối tượng cử nhân ngành quản trị kinh doanh đã xác định ba yếu tố chính có ảnh hưởng đáng kể là động lực cá nhân, nhận thức cơ hội và năng lực khởi nghiệp, qua đó nhấn mạnh vai trò của môi trường giáo dục đại học. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu trong nước có xu hướng tập trung vào “ý định khởi nghiệp” hơn là “sự sẵn sàng khởi nghiệp”. Ví dụ, Nguyễn Thị Bích Hương và cộng sự (2019) chỉ ra rằng thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi là hai yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Đặc biệt, nghiên cứu của Trần Quang Tiến (2017) đã mang lại một góc nhìn đặc thù khi bổ sung yếu tố “nhận thức định kiến giới” vào mô hình hành vi có kế hoạch (TPB), phản ánh một rào cản văn hóa- xã hội quan trọng đối với phụ nữ Việt Nam khi có ý định kinh doanh. Từ tổng quan trên, có thể chỉ ra một khoảng trống nghiên cứu cần được giải quyết. Trong khi nghiên cứu quốc tế đã đi sâu vào khái niệm “sự sẵn sàng khởi nghiệp” và kiểm định vai trò của nhiều biến điều tiết đa dạng như đào tạo, khả năng phục hồi tâm lý hay tài chính cộng đồng, các nghiên cứu tại Việt Nam chủ yếu mới dừng ở “ý định khởi nghiệp” và chưa xác định rõ vai trò của các yếu tố điều tiết, đặc biệt là trong bối cảnh khởi nghiệp của phụ nữ. Do đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm lấp đầy khoảng trống này bằng cách không chỉ tập trung vào sự sẵn sàng khởi nghiệp của

phụ nữ mà còn kiểm định vai trò điều tiết của một chương trình can thiệp chính sách cụ thể là Đề án 939.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Xây dựng mô hình nghiên cứu

Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu được xây dựng với biến phụ thuộc là “Sự sẵn sàng khởi nghiệp”; Biến độc lập gồm bốn nhóm yếu tố tác động trực tiếp đến sự sẵn sàng khởi nghiệp: “Động lực khởi nghiệp”, “Nhận biết cơ hội khởi nghiệp”, “Nguồn lực” và “Năng lực khởi nghiệp”; Biến điều tiết là “Đề án Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp với vai trò điều tiết các mối quan hệ tác động của biến độc lập đến biến phụ thuộc”; và Biến kiểm soát là “Tuổi tác”. Cụ thể:

3.1.1. Biến phụ thuộc: Sự sẵn sàng khởi nghiệp

Sự sẵn sàng khởi nghiệp phản ánh mức độ chuẩn bị về mặt nhận thức, tâm lý, kỹ năng và hành vi để một cá nhân thực hiện hoạt động khởi nghiệp. Theo Coduras và cộng sự (2016), sự sẵn sàng này bao gồm một tập hợp các đặc điểm xã hội- tâm lý và năng lực kinh doanh có thể đo lường được, liên kết chặt chẽ với tinh thần doanh nhân. Do đó, công cụ đo lường cần bao hàm các chỉ số liên quan đến: (1) ý định khởi nghiệp, (2) khả năng hành động, (3) thái độ học hỏi, và (4) mong muốn trở thành doanh nhân.

3.1.2. Biến độc lập: Các yếu tố ảnh hưởng

Động lực khởi nghiệp: động lực bao gồm các yếu tố nội sinh và ngoại sinh thúc đẩy hành vi khởi nghiệp, trong đó: Động lực nội tại bao gồm nhu cầu thành tựu (McClelland, 1961), khát vọng tự chủ (Choo & Wong, 2006), đam mê và sáng tạo (Hunter, 2013); và Động lực ngoại sinh bao gồm kỳ vọng

về lợi ích tài chính (Olugbola, 2017), mong muốn được công nhận xã hội, và ảnh hưởng từ môi trường gia đình, xã hội (Pandian, 2019). Tác giả đề xuất giả thuyết sau:

H₁: Động lực khởi nghiệp có mối quan hệ tích cực với sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

Nhận biết cơ hội: khả năng nhận diện và tận dụng cơ hội kinh doanh là yếu tố thiết yếu để khởi nghiệp hiệu quả, đặc biệt đối với phụ nữ- đối tượng thường gặp rào cản trong tiếp cận thông tin và thị trường. Theo Suharyono (2017), kỹ năng sáng tạo, kiến thức thị trường và mạng lưới xã hội là ba nền tảng của năng lực này. Theo đó, giả thuyết sau được đề xuất:

H₂: Nhận biết cơ hội có mối quan hệ tích cực với sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

Nguồn lực: bao gồm tài chính, tri thức và quan hệ xã hội. Osterwalder và Pigneur (2012) cho rằng khả năng huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực quyết định sự thành công của doanh nghiệp. Đối với phụ nữ, vai trò của gia đình và cộng đồng là đặc biệt quan trọng trong giai đoạn đầu khởi nghiệp. Qua đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H₃: Nguồn lực có mối quan hệ tích cực với sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

Năng lực khởi nghiệp: Năng lực bao gồm kỹ năng kỹ thuật, kiến thức quản lý, tư duy chiến lược và năng lực lãnh đạo. Chang và Rieple (2013) nhấn mạnh rằng phát triển năng lực giúp cá nhân không chỉ khởi nghiệp mà còn duy trì và mở rộng doanh nghiệp một cách bền vững. Từ đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H₄: Năng lực khởi nghiệp có mối quan hệ tích cực với sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

3.1.3. Biến điều tiết: Đề án Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp

Đào tạo và hỗ trợ khởi nghiệp là yếu tố

điều tiết quan trọng trong quá trình phát triển tinh thần doanh nhân (Miller, 2011; Cheraghi & Schøtt, 2015). Tại Việt Nam, Đề án 939- Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp (2017- 2025) là một chính sách quốc gia cung cấp các hoạt động đào tạo, tư vấn, hỗ trợ tài chính, và kết nối thị trường cho phụ nữ. Với vai trò điều tiết, Đề án có thể điều chỉnh cường độ và chiều hướng của mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng và sự sẵn sàng khởi nghiệp. Vì vậy, tác giả đề xuất các giả thuyết với biến điều tiết như sau:

H_{5,8}: Đề án 939 điều tiết lần lượt mối quan hệ giữa động lực/nhận biết cơ hội/nguồn lực/năng lực khởi nghiệp và sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

3.1.4. Biến kiểm soát: Tuổi tác

Tuổi tác được xem là biến kiểm soát quan trọng trong nghiên cứu hành vi khởi nghiệp. Davidsson và Honig (2003) và Kolvereid (1992) chỉ ra rằng người trong độ tuổi từ 25- 44 có khả năng tự kinh doanh cao nhất, do tích lũy được kinh nghiệm và tài nguyên. Một số nghiên cứu cũng cho rằng tuổi tác, thu nhập và trình độ học vấn là các yếu tố

cần được kiểm soát trong phân tích hành vi khởi nghiệp (Uhlaner & Thurik, 2004). Từ đó, tác giả đề xuất giả thuyết:

H*: Tuổi tác có ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

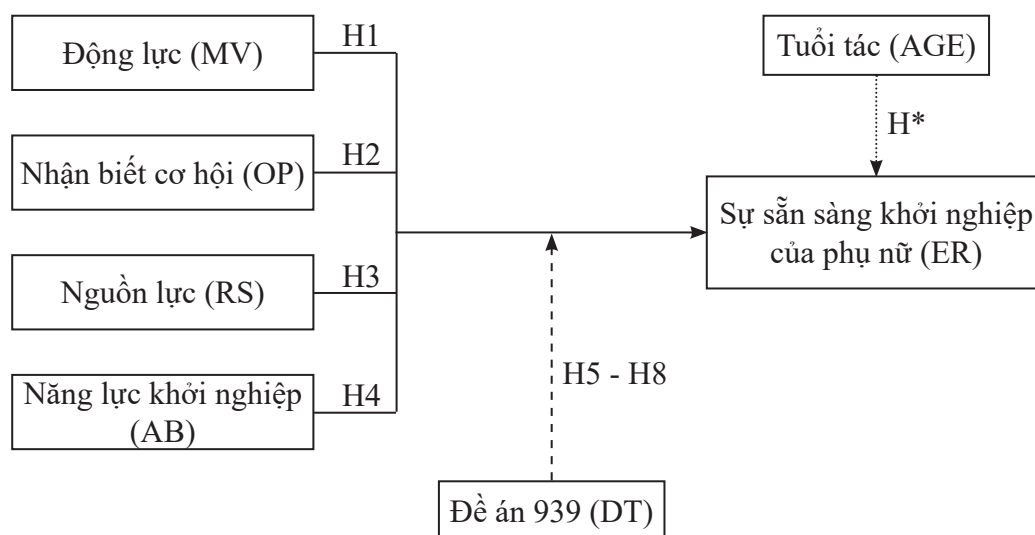
3.2. Mẫu nghiên cứu

Khảo sát được triển khai trên phạm vi toàn quốc với khách thể đều là phụ nữ có mong muốn khởi nghiệp nhưng chưa được hỗ trợ, bắt đầu khởi nghiệp. Kết quả khảo sát thu hồi được 595 phiếu điều tra, trong khoảng thời gian từ tháng 6 đến tháng 8 năm 2024. Tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất bằng cả hình thức trực tiếp và gửi bảng hỏi trực tuyến trên phạm vi toàn quốc. Quy mẫu này đủ lớn để thực hiện phân tích (Hair và cộng sự (2009))

3.3. Mô hình và thang đo của nghiên cứu

Từ các giả thuyết đặt ra như trên, Hình 1 trình bày mô hình nghiên cứu các yếu tố tác động đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

Tác giả sử dụng thang đo Likert 5 với các



Nguồn: Tổng hợp của tác giả.

Hình 1. Đề xuất mô hình nghiên cứu

mức độ từ (1) Hoàn toàn không đồng ý đến (5) Hoàn toàn đồng ý. Ngoài các câu hỏi về nhân khẩu học, kiểm soát việc người trả lời phỏng vấn đúng đối tượng là phụ nữ và chưa khởi nghiệp, các câu hỏi khác liên quan đến biến và thang đo trong mô hình

trình bày ở Bảng 1.

3.4. Phân tích dữ liệu

Dữ liệu thu về được làm sạch bằng cách loại bỏ phiếu thiếu thông tin và xử lý giá

Bảng 1. Biến nghiên cứu và thang đo

Mã hoá	Nội dung	Nguồn
A. ĐỘNG LỰC (MV)		
1. Động lực bên ngoài (EMV)- “Tôi muốn khởi nghiệp để ...”		
EMV1	Tăng thu nhập của mình và mọi người	Choo và Wong (2006); Saiman (2009), Chirchir (2020); Olugbola (2017); Kamall và cộng sự (2023)
EMV2	Tăng tiền tiết kiệm và tích lũy	
EMV3	Có thể sở hữu các tài sản có giá trị (bất động sản, xe ô tô, tài sản tài chính khác...)	
EMV4	Đạt được các thành tích cá nhân (danh hiệu, thương hiệu cá nhân, phần thưởng...)	
EMV5	Có được sự tôn trọng từ gia đình và xã hội	
2. Động lực bên trong (IMV)- “Tôi muốn khởi nghiệp vì ...”		
IMV1	Có thể học hỏi và phát triển bản thân	Choo và Wong (2006); Saiman (2009): Chirchir (2020); Olugbola (2017); Kamall và cộng sự (2023)
IMV2	Tôi muốn tự mình đưa ra quyết định trong kinh doanh	
IMV3	Tôi muốn tự chủ và tự chịu trách nhiệm về những quyết định và kết quả làm việc của mình	
IMV4	Tôi muốn toàn quyền kiểm soát sinh kế (thu nhập..) của mình	
IMV5	Tôi muốn tạo ra sự hài lòng từ công việc cho chính mình	
B. NHẬN BIẾT CƠ HỘI (OP)- “Tôi muốn khởi nghiệp vì...”		
OP1	Tôi muốn đổi mới sản phẩm, dịch vụ hoặc ý tưởng đang có trên thị trường	Olugbola (2017); Kamall và cộng sự (2023)
OP2	Tôi muốn thực hiện ý tưởng mới của mình để phát triển hoạt động kinh doanh	
OP3	Tôi muốn tham gia xây dựng và mở rộng mạng lưới xã hội và kinh doanh của mình	
OP4	Tôi muốn phát huy tối đa tiềm năng mình đang có	
OP5	Tôi muốn áp dụng kiến thức và kinh nghiệm đã có của mình	
C. NGUỒN LỰC (RS)- “Tôi muốn khởi nghiệp vì...”		
RS1	Tôi đang có sẵn nguồn lực về sở hữu (sở hữu tài sản, sở hữu trí tuệ, hoặc các loại giấy phép)	Olugbola (2017); Coduras và cộng sự (2016); Kamall và cộng sự (2023)
RS2	Tôi có khả năng tiếp cận dễ dàng các nguồn lực cơ sở vật chất với mức chi phí hợp lý hơn đối thủ cạnh tranh (giá thuê nhân công, nhà xưởng, máy móc thiết bị...)	
RS3	Tôi có nguồn lực tài chính từ các tổ chức tín dụng để đảm bảo cho khởi nghiệp (tài sản đảm bảo, kinh nghiệm và khả năng tiếp cận cơ sở tín dụng, ...)	
RS4	Tôi có nguồn lực tài chính cá nhân và hỗ trợ từ gia đình	
RS5	Tôi có nguồn lực tài chính hỗ trợ từ bạn bè và mạng lưới xã hội	

Các yếu tố tác động đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam: Vai trò điều tiết của Đề án Chính phủ về “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017- 2025”

Mã hoá	Nội dung	Nguồn
D. NĂNG LỰC KHỞI NGHIỆP (AB)- “Tôi muốn khởi nghiệp vì...”		
AB1	Tôi có năng lực quản trị và điều hành doanh nghiệp	Olugbola (2017); Kamall và cộng sự (2023)
AB2	Tôi có năng lực quản trị tài chính	
AB3	Tôi có năng lực quản trị marketing, bán hàng	
AB4	Tôi có khả năng lập kế hoạch kinh doanh	
AB5	Tôi có năng lực quản trị nhân sự và xây dựng đội ngũ làm việc	
E. TÁC ĐỘNG CỦA ĐỀ ÁN 939 (DT)		
DT1-14	Các nhóm hoạt động chính của Đề án 939	Thủ tướng Chính phủ (2017)
F. SẴN SÀNG KHỞI NGHIỆP (ER)		
ER1	Tôi sẽ sớm bắt đầu khởi nghiệp kinh doanh	Olugbola (2017); Kamall và cộng sự (2023)
ER2	Tôi thấy mình có đủ khả năng để khởi nghiệp	
ER3	Tôi sẵn sàng tiếp tục học tập để khởi nghiệp	
ER4	Tôi thích trở thành doanh nhân	

Nguồn: Tổng hợp của tác giả.

trị ngoại lai theo phương pháp khoảng tứ phân vị (Montgomery & Runger, 2020). Phân tích được thực hiện trên SPSS 27 và AMOS 27, bao gồm: thống kê mô tả; đánh giá độ tin cậy thang đo qua Cronbach’s Alpha ($\geq 0,6$) và hệ số tương quan biến tổng ($\geq 0,3$) (Nunnally & Bernstein, 1994); phân tích nhân tố khám phá EFA theo tiêu chí KMO $\geq 0,5$, phương sai giải thích $\geq 50\%$, hệ số tải nhân tố $\geq 0,5$ (Hair và cộng sự, 2006); phân tích nhân tố khẳng định CFA; và kiểm định giả thuyết thông qua hệ số hồi quy và p-value.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả mẫu

Bảng 2 cho thấy đặc điểm của mẫu thông qua sự phân bố theo độ tuổi và vùng miền. Số liệu thu thập đảm bảo được tính đại diện theo vùng miền từ vùng núi đến đồng bằng, theo khu vực từ thành thị đến nông thôn, theo cả 3 vùng miền Bắc, Trung, Nam. Mẫu khảo sát có sự phân bố về độ tuổi tập trung chủ yếu từ 35- 44 là độ tuổi có mật

độ cao về mong muốn khởi nghiệp, các nhóm độ tuổi từ dưới 35 và trên 45 tương đối đồng đều về số lượng, mặc dù ít hơn nhưng cũng phù hợp về mong muốn và tâm

Bảng 2. Đặc điểm mẫu khảo sát hợp lệ

	Đặc điểm mẫu	Số lượng	Tỷ lệ %
Độ tuổi	< 25	13	3,2
	25- 34	88	21,8
	35- 44	187	46,3
	45- 54	75	18,6
	55+	41	10,1
Khu vực	Thành thị	86	21,3
	Nông thôn	318	78,7
Vùng miền	Vùng núi phía Bắc	72	17,8
	Đồng bằng sông Hồng	84	20,8
	Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung	89	22,0
	Tây Nguyên	27	6,7
	Đông Nam Bộ	48	11,9
	Đồng bằng sông Cửu Long	84	20,8

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả.

lý khởi nghiệp theo các nhóm độ tuổi này.

4.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Tiếp theo, tác giả tiến hành phân tích độ tin cậy của thang đo. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo cho từng biến độc lập và phụ thuộc qua hệ số Cronbach's Alpha. Nhìn chung, các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (lớn hơn 0,7) và các biến quan sát của thang đo đều đạt hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó, các biến quan sát của các thang đo này tiếp tục được chuyển sang phân tích EFA.

4.3. Phân tích hồi quy

4.3.1. Kết quả phân tích EFA

Tác giả tiến hành kiểm định KMO và Bartlett. Kết quả cho thấy hệ số KMO=0,939

đạt yêu cầu rất tốt ($KMO > 0,9$ là rất tốt); kiểm định Bartlett: Sig. = 0,000 < 0,05, có nghĩa là các biến có quan hệ tương quan với nhau trong tổng thể nên có thể thực hiện EFA.

Tác giả tiếp tục tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA với phương pháp sử dụng là phân tích thành phần nhân tố chính (Principal Axis Factoring) với phép quay nhân tố Promax. Kết quả cho thấy có bảy yếu tố được trích ra tại giá trị Eigenvalue là $1,248 > 1$ và tổng phương sai trích là $66,847\% > 50\%$. Kết quả ma trận xoay được thể hiện ở Bảng 3.

Kết quả cho thấy các biến quan sát đều có ý nghĩa vì trọng số đều lớn hơn 0,5 và có giá trị hội tụ (các biến quan sát trong một yếu tố có mối quan hệ với nhau). Các nhóm biến quan sát có trọng số nhân tố cho các yếu tố khác nhau được tách riêng biệt trong

Bảng 3. Ma trận xoay

	1	2	3	4	5	6	7
MEV5	0,843						
MEV2	0,799						
IMV5	0,755						
MEV1	0,751						
IMV3	0,749						
IMV2	0,721						
MEV3	0,713						
IMV4	0,711						
IMV1	0,711						
MEV4	0,710						
DT5		0,820					
DT6		0,811					
DT8		0,804					
DT3		0,788					
DT4		0,749					
DT2		0,731					
DT7		0,720					

DT1	0,718		
AB4		0,861	
AB3		0,858	
AB5		0,850	
AB1		0,824	
AB2		0,783	
DT14		0,857	
DT10		0,847	
DT12		0,844	
DT13		0,841	
DT11		0,711	
DT9		0,707	
RS3			0,858
RS5			0,839
RS4			0,773
RS2			0,761
RS1			0,714
OP5			0,823
OP2			0,728
OP1			0,714
OP3			0,701
OP4			0,699
ER1			0,852
ER3			0,844
ER2			0,782
ER4			0,717

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích số liệu của tác giả

từng cột, phân biệt với các nhóm biến của yếu tố khác. Như vậy, các biến đó đạt giá trị phân biệt (các yếu tố khác biệt với nhau và không tương quan với nhau). Riêng biến điều tiết DT bị tách làm 2 nhóm biến quan sát: 1 nhóm từ DT1 đến DT8 và 1 nhóm từ DT9 đến DT14. Do đó, cần tiến hành đặt lại tên biến như sau:

Thứ nhất, biến điều tiết 1 (DT1- DT8) được đặt tên là "Thông tin tuyên truyền tạo cảm hứng, tinh thần khởi nghiệp" (ký hiệu

biến mới là PRP) do các biến này tập trung chủ yếu vào các nội dung nâng cao nhận thức, truyền thông và tuyên truyền về khởi nghiệp. Những yếu tố này giúp phụ nữ hiểu rõ hơn về các cơ hội khởi nghiệp và phát triển kinh doanh thông qua tuyên truyền, truyền đạt thông tin từ các cấp Hội và các chiến dịch nâng cao nhận thức.

Thứ hai, biến điều tiết 2 (DT9- DT14) được đặt tên là "Tư vấn, hỗ trợ hình thành ý tưởng khởi nghiệp và phát triển kinh doanh" (ký

hiệu biến mới là PRS) do các này có nội dung nhấn mạnh đến các thực tiễn hỗ trợ như cung cấp vốn, kết nối chuyên gia, tiếp cận các nguồn tài chính chính và đầu tư. Những yếu tố này giúp hiện thực hóa ý tưởng khởi nghiệp và hỗ trợ phụ nữ trong giai đoạn phát triển khai và phát triển kinh doanh.

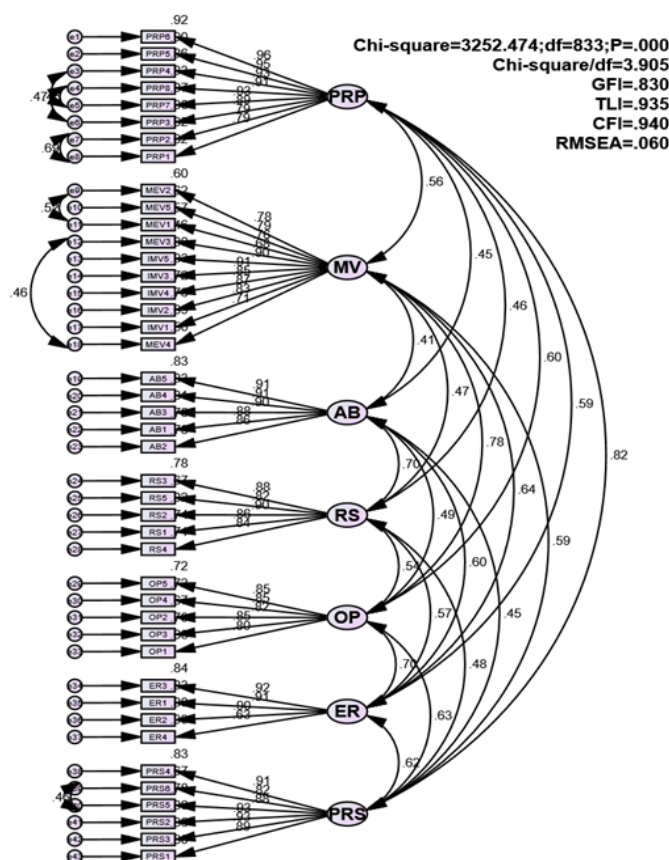
Như vậy, các nhóm giả thuyết từ H₅ đến H₈ cần điều chỉnh lại với 2 biến điều tiết và hình thành nên 8 giả thuyết mới từ H_{5'} đến H_{12'} với thứ tự tác động từ H_{5'} đến H_{8'} là tác động điều tiết của “Thông tin tuyên truyền tạo cảm hứng, tinh thần khởi nghiệp” (PRP) đến mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc; và từ H_{9'} đến H_{12'} là tác động điều tiết của “Tur vãn,

hỗ trợ hình thành ý tưởng khởi nghiệp và phát triển kinh doanh” (PRS) đến mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

4.3.2. Kiểm định theo phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Kết quả CFA mô hình đo lường tới hạn thu được như ở Hình 2: Chi-square/df=3252,474; GFI=0,830; TLI=0,935; CFI=0,940; RMSEA=0,060. Mô hình có chỉ số CMIN/df nhỏ hơn hoặc bằng 5, các chỉ số TLI, CFI lớn hơn 0,9 và RMSEA nhỏ hơn 0,08 thì mô hình được xem phù hợp với dữ liệu của thị trường hay nói cách khác mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.



Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích số liệu của tác giả.

Hình 2. Kết quả CFA mô hình đo lường tới hạn (chuẩn hóa)

Bảng 4. Đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt

	CR	AVE	MSV	ASV	PRS	PRP	MV	AB	RS	OP	ER
PRS	0,960	0,802	0,691	0,377	0,895						
PRP	0,971	0,809	0,691	0,361	0,831	0,899					
MV	0,950	0,660	0,623	0,353	0,581	0,568	0,812				
AB	0,952	0,798	0,494	0,283	0,452	0,445	0,416	0,893			
RS	0,935	0,742	0,494	0,302	0,477	0,462	0,480	0,703	0,861		
OP	0,919	0,694	0,623	0,410	0,634	0,606	0,789	0,489	0,545	0,833	
ER	0,936	0,785	0,534	0,414	0,632	0,614	0,658	0,623	0,592	0,731	0,886

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích số liệu của tác giả, 2024

Kiểm tra tính hội tụ và tính phân biệt của thang đo trong mô hình

Bảng 4 cho thấy các giá trị đánh giá tính hội tụ và tính phân biệt của thang đo trong mô hình.

Tính hội tụ của thang đo trong mô hình: Theo phân tích CFA độ tin cậy của thang đo được đánh giá qua chỉ số độ tin cậy tổng hợp (CR) và tổng phương sai rút trích (AVE). Kết quả phân tích dữ liệu cho biết

độ tin cậy tổng hợp (CR) của các nhân tố đều từ 0,9 > 0,5, tổng phương sai rút trích (AVE) của các nhân tố > 0,5. Do đó, tính hội tụ được đảm bảo.

Tính phân biệt của thang đo trong mô hình: các chỉ số MSV nhỏ hơn các giá trị AVE. Đồng thời, các giá trị căn bậc hai AVE của một biến lớn hơn tương quan giữa các biến đó với các biến khác trong mô hình. Do đó, mô hình nghiên cứu có

Bảng 5. Kết quả kiểm định

Quan hệ các biến			Estimate	S.E	C.R	P
CH_TB_PRP	→	CH_TB_ER	0,095	0,040	2,379	0,017
CH_TB_PRS	→	CH_TB_ER	0,076	0,041	1,873	0,061
CH_TB_OP	→	CH_TB_ER	0,282	0,036	7,892	***
CH_TB_RS	→	CH_TB_ER	0,031	0,034	0,930	0,352
CH_TB_AB	→	CH_TB_ER	0,252	0,030	8,330	***
CH_ME_IM	→	CH_TB_ER	0,156	0,034	4,557	***
T_PRP_OP	→	CH_TB_ER	-0,030	0,045	-0,657	0,511
T_PRP_RS	→	CH_TB_ER	-0,042	0,030	-1,374	0,169
T_PRP_AB	→	CH_TB_ER	0,103	0,042	2,447	0,014
T_PRP_MV	→	CH_TB_ER	0,074	0,049	1,502	0,133
T_PRS_OP	→	CH_TB_ER	0,010	0,044	0,234	0,815
T_PRS_RS	→	CH_TB_ER	0,045	0,017	2,631	0,009
T_PRS_AB	→	CH_TB_ER	-0,057	0,039	-1,447	0,148
T_PRS_MV	→	CH_TB_ER	-0,030	0,049	-0,611	0,541

*Trong đó: ***: $p < 0,001$*

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích số liệu của tác giả, 2024

Bảng 6. Kết luận về các giả thuyết nghiên cứu

	Giả thuyết	Kết luận
H₁	MV có ảnh hưởng tích cực đến ER	Chấp nhận
H₂	OP có ảnh hưởng tích cực đến ER	Chấp nhận
H₃	RS có ảnh hưởng tích cực đến ER	Chấp nhận
H₄	AB có ảnh hưởng tích cực đến ER	Chấp nhận
H₅'	PRP có vai trò điều tiết giữa MV và ER	Bác bỏ
H₆'	PRP có vai trò điều tiết giữa OP và ER	Bác bỏ
H₇'	PRP có vai trò điều tiết giữa RS và ER	Bác bỏ
H₈'	PRP có vai trò điều tiết giữa AB và ER	Chấp nhận
H₉'	PRS có vai trò điều tiết giữa MV và ER	Bác bỏ
H₁₀'	PRS có vai trò điều tiết giữa OP và ER	Bác bỏ
H₁₁'	PRS có vai trò điều tiết giữa RS và ER	Chấp nhận
H₁₂'	PRS có vai trò điều tiết giữa AB và ER	Bác bỏ
H*	AGE có ảnh hưởng tích cực đến ER	Bác bỏ

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích số liệu của tác giả (2024)

các thang đo đạt giá trị phân biệt.

Phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (Bảng 5) cho thấy CH_TB_OP (Cơ hội khởi nghiệp), CH_TB_AB (năng lực khởi nghiệp) và CH_TB_PRP (Thông tin tuyên truyền tạo cảm hứng, tinh thần khởi nghiệp) và CH_ME_IM (Động lực) cũng có ảnh hưởng mạnh đến sự sẵn sàng khởi nghiệp (đều có $p < 0,05$). Yếu tố nhận biết cơ hội tác động mạnh nhất đến sự sẵn sàng khởi nghiệp (0,282); tiếp theo là năng lực khởi nghiệp (0,252); động lực (0,156) và cuối cùng là Thông tin tuyên truyền tạo cảm hứng, tinh thần khởi nghiệp (0,095). Đồng thời, từ Bảng 5, có thể thấy mối quan hệ T_PRP_AB và T_PRS_RS lên CH_TB_ER đạt ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Như vậy, PRP có tác động điều tiết mối quan hệ AB lên ER; PRS có tác động điều tiết mối quan hệ RS lên ER. Hệ số hồi quy lần lượt là 0,103 và 0,045 mang dấu dương,

cho thấy khi PRP và PRS tăng thì sẽ làm tăng sự tác động từ AB, RS lên ER.

Từ đó, tác giả rút ra kết luận về các giả thuyết nghiên cứu như trong Bảng 6.

R² từ các hệ số hồi quy trong mô hình đạt 0,625, cho thấy bốn yếu tố gồm: nhận biết cơ hội, năng lực khởi nghiệp, nguồn lực và tư vấn, hỗ trợ hình thành ý tưởng khởi nghiệp và phát triển kinh doanh giải thích được 62,5% sự biến thiên của sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ.

4.4. Thảo luận kết quả

Nghiên cứu đã làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam, đồng thời kiểm định vai trò điều tiết của Đề án 939- Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017- 2025, bao gồm ba yếu tố có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến sự sẵn sàng khởi nghiệp là: nhận biết cơ hội, năng lực khởi nghiệp và động lực. Trong đó, nhận biết cơ hội là yếu tố tác động mạnh nhất. Điều này có nghĩa

là nếu phụ nữ nhận diện được các cơ hội khởi nghiệp một cách rõ ràng hơn, đồng thời có các kỹ năng và nguồn lực phù hợp, họ có xu hướng chuẩn bị tốt hơn về mặt tâm lý, kiến thức và kế hoạch để tăng khả năng hiện thực hóa ý tưởng và sẵn sàng khởi nghiệp cao hơn. Kết quả này cho thấy sự phù hợp với các nghiên cứu của Olugbola (2017); Wulandari và cộng sự (2021), xác nhận vai trò quan trọng của nhận biết cơ hội, năng lực, và động lực khởi nghiệp đến hành vi khởi nghiệp. Đồng thời, nghiên cứu xác định mối quan hệ của các biến độc lập với biến phụ thuộc là “sự sẵn sàng khởi nghiệp” thay vì “ý định khởi nghiệp” như trong các nghiên cứu hiện có tại Việt Nam như Đỗ Thị Hoa Liên (2022).

Bên cạnh đó, nghiên cứu đã chỉ ra vai trò điều tiết của biến mới là “truyền thông tạo cảm hứng” (PRP) bên cạnh biến điều tiết là “đào tạo khởi nghiệp” như trong nghiên cứu của Olugbola (2017); vai trò điều tiết của sự phục hồi tâm lý trong nghiên cứu của Yulita và cộng sự (2020); vai trò điều tiết của các yếu tố về tài chính cộng đồng, niềm tin xã hội trong nghiên cứu của Simba và cộng sự (2023) và Nair (2020). Từ đó, đóng góp thêm vào khoảng trống nghiên cứu chưa được kiểm định của các nghiên cứu trước đó. Trong thực tiễn, truyền thông, tạo cảm hứng khởi nghiệp có vai trò không chỉ cung cấp thông tin mà còn giúp định hình thái độ, khơi dậy cảm xúc tích cực và niềm tin vào khả năng khởi nghiệp, đặc biệt khi những rào cản về tâm lý và xã hội đối với phụ nữ còn tồn tại.

Ngoài ra, nghiên cứu này tiếp cận thực tiễn về vấn đề khởi nghiệp kinh doanh của phụ nữ từ một chính sách công là Đề án 939 của Chính phủ Việt Nam, thay vì khởi nghiệp xã hội nói chung như trong nghiên cứu của Ariska và Sahid (2022). Đề án 939 đã cho thấy vai trò điều tiết tích cực của một chính sách công đến mối quan hệ giữa các biến

độc lập và biến phụ thuộc là sự sẵn sàng khởi nghiệp.

5. Hàm ý quản trị và kết luận

Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị quản trị được đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả Đề án hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp. Thứ nhất, cần tăng cường truyền thông về khởi nghiệp, đặc biệt tập trung vào việc giúp phụ nữ nhận biết và nắm bắt cơ hội thông qua các kênh của Hội Liên hiệp Phụ nữ, truyền thông địa phương và mạng xã hội, với ưu tiên cho khu vực nông thôn. Thứ hai, cần đẩy mạnh các chương trình đào tạo kỹ năng khởi nghiệp được thiết kế phù hợp với đặc điểm văn hóa- xã hội từng vùng miền, kết hợp mở rộng nguồn lực hỗ trợ. Để đảm bảo tính bền vững, việc xây dựng Đề án 939 giai đoạn 2026- 2035 là cần thiết, tập trung cải thiện cơ chế triển khai, nâng cao năng lực đội ngũ tư vấn cơ sở và đơn giản hóa quy trình tiếp cận nguồn lực tài chính cho phụ nữ khởi nghiệp.

Nghiên cứu này còn một số hạn chế do sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất qua hệ thống Hội phụ nữ, dẫn đến khả năng thiên lệch về tính đại diện (đặc biệt là tỷ lệ phụ nữ nông thôn còn khá cao). Mô hình mới giải thích được 62,5% sự biến thiên của biến phụ thuộc, tức là còn nhiều yếu tố khác cần được khai phá thêm. Các nghiên cứu tương lai có thể mở rộng mô hình với các biến mới như hỗ trợ cộng đồng, niềm tin bản thân, cấu trúc gia đình, hoặc khám phá yếu tố đặc thù theo vùng miền và nhóm đối tượng cụ thể.

Trong bối cảnh Chính phủ định hướng phát triển khởi nghiệp sáng tạo và bao trùm, bài viết cung cấp cơ sở tham khảo hữu ích cho việc hoàn thiện Đề án và các chính sách công liên quan, đồng thời mở ra các hướng nghiên cứu sâu hơn về giới, vùng miền và chính sách hỗ trợ khởi nghiệp.■

Tài liệu tham khảo

- Ariska, C. N., & Sahid, S. (2022). The social entrepreneurship readiness among university students. *Ceudah-Journal Education and Social Science*, 1(2), 48-61.
- Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2009). Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box. *Springer Science & Business Media*, 24. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0>
- Chang, J., & Rieple, A. (2013). Assessing students' entrepreneurial skills development in live projects. *Journal of small business and enterprise development*, 20(1), 225-241. <https://doi.org/10.1108/14626001311298501>
- Cheraghi, M., & Schött, T. (2015). Education and training benefiting a career as entrepreneur: Gender gaps and gendered competencies and benefits. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 7(3), 321-343. <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2013-0027>
- Chirchir, J. C. (2020). *Factors Influencing Entrepreneurial Motivation of Women Entrepreneurs in Kenya: A Survey of Selected Microfinance Institutions in Nairobi*. KeMU. <https://doi.org/10.61426/sjbcm.v7i4.1777>
- Choo, S., & Wong, M. (2006). Entrepreneurial intention: triggers and barriers to new venture creations in Singapore. *Singapore management review*, 28(2), 47-64.
- Coduras, A., Saiz-Alvarez, J. M., & Ruiz, J. (2016). Measuring readiness for entrepreneurship: An information tool proposal. *Journal of innovation & Knowledge*, 1(2), 99-108. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.02.003>
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Đoàn Chủ tịch Trung ương Hội LHPN Việt Nam. (2022). *Báo cáo Kết quả sơ kết 5 năm thực hiện Đề án “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017-2025”*, ban hành ngày 19/12/2022.
- Đỗ Thị Hoa Liên. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của cử nhân tốt nghiệp ngành QTKD: Trường hợp nghiên cứu trường Đại học Lao động – Xã hội (Cơ sở thành phố Hồ Chí Minh). *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 131(5C), 5-24.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*, 6. Pearson, New Jersey.
- Hunter, M. (2013). A typology of entrepreneurial opportunity. *Economics, Management, and Financial Markets*, 8(2), 128-166.
- Kamall, Y., Shafinaz, A., & Azura, A. (2023). Critical Success Factors that Determine the Entrepreneurial Readiness among the B40 Women in Selangor. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 11(1), 105-126. <https://doi.org/10.17687/jeb.v11i1.1031>
- Kolvereid, L. (1992). Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 7(3), 209-222. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(92\)90027-O](https://doi.org/10.1016/0883-9026(92)90027-O)
- Lau, V. P., Dimitrova, M. N., Shaffer, M. A., Davidkov, T., & Yordanova, D. I. (2012). Entrepreneurial readiness and firm growth: an integrated etic and emic approach. *Journal of International Management*, 18(2), 147-159. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2012.02.005>
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van No Strand Company. <https://doi.org/10.1037/14359-000>
- Miller, D. (2011). Miller. (1983). revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 873-894. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
- Montgomery, D. C., & Runger, G. C. (2020). *Applied statistics and probability for engineers*. John Wiley & sons.
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I. H. (1994). The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, 3, 248-292.
- Nair, S. R. (2020). The link between women entrepreneurship, innovation and stakeholder engagement: A review. *Journal of Business Research*, 119, 283-290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.038>
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of innovation & Knowledge*, 2(3), 155-171. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Designing business models and similar strategic objects: the contribution of IS. *Journal of the Association for information systems*, 14(5), 3. <https://doi.org/10.17705/1jais.00333>
- Pandian, J. J. (2019). Entrepreneurial Training Effectiveness with Special Reference to District Industrial Centre, Thiruvallur. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(4S3), 270-273. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D1054.1284S319>
- Ruiz, J., Soriano, D. R., & Coduras, A. (2016). Challenges in measuring readiness for entrepreneurship. *Management Decision*, 54(5), 1022-1046. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2014-0493>
- Saiman, L. (2009). Kewirausahaan: Teori, praktik, dan kasus-kasus. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Schillo, R. S., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46, 619-637. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9709-x>
- Seun, A., & Kalsom, A. (2015). New venture creation determinant factors of social Muslimpreneurs. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 23, 17-32.

Các yếu tố tác động đến sự sẵn sàng khởi nghiệp của phụ nữ Việt Nam: Vai trò điều tiết của Đề án Chính phủ về “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017- 2025”

- Simba, A., Ogundana, O. M., Braune, E., & Dana, L. P. (2023). Community financing in entrepreneurship: A focus on women entrepreneurs in the developing world. *Journal of Business Research*, 163, 113962. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113962>
- Suharyono, S. (2017). Sikap dan perilaku wirausahawan. *Ilmu dan Budaya*, 40(56).
- Thủ tướng Chính phủ. (2017). Quyết định số 939/QĐ-TTg: phê duyệt Đề án “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017-2025”, ban hành ngày 30/06/2017.
- Trần Quang Tiến. (2017). Ảnh hưởng của định kiến giới và nhận thức về môi trường kinh doanh tới dự định khởi nghiệp của Phụ nữ: Tình huống ở Việt Nam. Hội thảo “Giới trong phát triển kinh tế bền vững”. Học viện Phụ nữ Việt Nam.
- Uhlner, L., & Thurik, A. R. (2004). Post-Materialism: A Cultural Factor Influencing Total Entrepreneurial Activity Across Nations. *Erim report series research in management*. https://doi.org/10.1007/978-3-540-87910-7_14
- Wulandari, A., Hermawan, A., & Mukhlis, I. (2021). Exploring determinants of entrepreneurial readiness on Sukses Berkah community's member. *Journal of Business and Management Review*, 2(4), 303-317. <https://doi.org/10.47153/jbmr24.1332021>
- Yulita, Y., Hussain, N. E., Akhir, N. H. M., Rashid, N. K. A., & Ahmat, N. (2020). Food-Based Dietary Patterns among Low-Income Single Mothers in Terengganu, Malaysia. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-66902/v1>