

## VAI TRÒ ĐIỀU TIẾT CỦA TINH THẦN DOANH NHÂN TRONG MỐI QUAN HỆ GIỮA VĂN HÓA VÀ NĂNG LỰC HỘI NHẬP QUỐC TẾ CỦA DOANH NHÂN

Ngô Quốc Dũng<sup>1</sup>

*Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, Việt Nam*

Ngày nhận: 29/10/2024; Ngày hoàn thành biên tập: 05/12/2024; Ngày duyệt đăng: 16/12/2024

DOI: <https://doi.org/10.38203/jiem.vi.102024.1202>

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng sâu rộng, năng lực hội nhập quốc tế của doanh nhân đóng vai trò quyết định đối với sự thành công của doanh nghiệp, đặc biệt tại các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam. Bài viết nhằm khám phá vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân Việt Nam. Dựa trên khung lý thuyết tích hợp từ lý thuyết văn hóa, lý thuyết doanh nhân quốc tế và lý thuyết nhận thức xã hội, nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với dữ liệu được thu thập từ 384 doanh nhân theo vùng miền và ngành nghề. Kết quả nghiên cứu cho thấy văn hóa có tác động tích cực đến cả tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế. Bên cạnh đó, nghiên cứu phát hiện tinh thần doanh nhân đóng vai trò điều tiết quan trọng, làm tăng cường tác động tích cực của văn hóa đến năng lực hội nhập quốc tế. Từ đó, nghiên cứu đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao năng lực hội nhập quốc tế của doanh nhân trong các nền kinh tế mới nổi.

**Từ khóa:** Năng lực hội nhập quốc tế, Tinh thần doanh nhân, Khía cạnh văn hóa, Nền kinh tế mới nổi, Vai trò điều tiết

### THE MODERATING ROLE OF ENTREPRENEURIAL SPIRIT IN THE RELATIONSHIP BETWEEN CULTURE AND INTERNATIONAL INTEGRATION CAPABILITY OF ENTREPRENEURS

**Abstract:** In the context of deepening globalization, entrepreneurs' international integration capability is decisive in business success, particularly in emerging economies like Vietnam. This study investigates the moderating role of entrepreneurial spirit in the relationship between culture and international integration capability of Vietnamese entrepreneurs. Drawing on an integrated theoretical framework combining cultural theory, international entrepreneurship theory, and social cognitive theory, the study employs quantitative methodology with a sample of 384 entrepreneurs, selected based on geographical regions and industrial sectors. The findings demonstrate that culture positively influences both entrepreneurial

<sup>1</sup> Tác giả liên hệ, Email: [dungnq@neu.edu.vn](mailto:dungnq@neu.edu.vn)

spirit and international integration capability. Furthermore, the research reveals that entrepreneurial spirit serves as a significant moderator, enhancing the positive effect of culture on international integration capability. Consequently, this study contributes to theory by elucidating the mechanism through which culture impacts international integration capability via the moderating role of entrepreneurial spirit, while simultaneously providing a foundation for policy and strategy development aimed at enhancing entrepreneurs' international integration capability within emerging economies.

**Keywords:** International Integration Capability, Entrepreneurial Spirit, Cultural Aspects, Emerging Economy, Moderating Effect

---

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ, năng lực hội nhập quốc tế của doanh nhân đóng vai trò then chốt đối với sự thành công và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Các doanh nhân ngày càng phải đối mặt với thách thức trong việc điều hướng hoạt động kinh doanh qua các bối cảnh văn hóa đa dạng, đồng thời duy trì và phát triển lợi thế cạnh tranh của họ trên thị trường quốc tế (Coviello & cộng sự, 2017; Knight & Liesch, 2016). Mặc dù mối quan hệ giữa văn hóa, tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế đã thu hút sự quan tâm đáng kể trong những năm gần đây, song vẫn còn những khoảng trống quan trọng trong việc lý giải cơ chế tác động của các yếu tố này, đặc biệt trong bối cảnh các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam.

Ảnh hưởng của văn hóa đối với thực tiễn và kết quả kinh doanh đã được khẳng định trong nhiều nghiên cứu về kinh doanh quốc tế. Nghiên cứu của Hofstede (1980) và gần đây hơn là Caprar & cộng sự (2015) đã chỉ ra cách thức các khía cạnh văn hóa định hình hành vi tổ chức, quy trình ra quyết định và hiệu suất kinh doanh. Tuy nhiên, các cơ chế cụ thể mà qua đó văn hóa tác động đến khả năng hội nhập quốc tế của doanh nhân vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ, đặc biệt là trong bối cảnh Việt Nam - nơi có sự giao thoa độc đáo giữa các giá trị truyền thống và thực tiễn doanh nhân hiện đại.

Tinh thần doanh nhân đã nổi lên như một động lực quan trọng thúc đẩy đổi mới, chấp nhận rủi ro và tăng trưởng kinh doanh trong môi trường toàn cầu. Abun (2021) và Audretsch & Fiedler (2021) nhận định tinh thần doanh nhân không chỉ bao gồm các đặc điểm cá nhân mà còn là một tư duy tập thể thúc đẩy khả năng thích ứng và khả năng phục hồi trước những thách thức toàn cầu. Quan điểm này đặc biệt phù hợp ở Việt Nam, nơi di sản của các cải cách Đổi Mới đã tạo ra một môi trường độc đáo để tinh thần doanh nhân phát triển mạnh mẽ.

Việt Nam là một trường hợp nghiên cứu hấp dẫn để khám phá mối quan hệ này. Nguyễn (2013) chỉ ra sự tương tác giữa các giá trị truyền thống và thực tiễn doanh nhân hiện đại tạo ra một môi trường độc đáo cho hoạt động kinh doanh ở Việt Nam,

nơi mà các sắc thái văn hóa ảnh hưởng đáng kể đến cách các cá nhân nhận thức về rủi ro, cơ hội và hợp tác. Khi đất nước tiếp tục hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu, việc hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế trở nên cực kỳ quan trọng.

Nghiên cứu này nhằm khám phá vai trò trung gian của tinh thần doanh nhân trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân tại Việt Nam. Bằng cách tích hợp lý thuyết văn hóa, lý thuyết doanh nhân quốc tế và lý thuyết nhận thức xã hội, nghiên cứu không chỉ đóng góp vào khối lượng kiến thức về mối quan hệ giữa các yếu tố này mà còn cung cấp những hiểu biết thiết thực cho các nhà hoạch định chính sách và lãnh đạo doanh nghiệp trong việc thúc đẩy hội nhập quốc tế hiệu quả.

Cấu trúc bài viết gồm 6 phần. Sau phần giới thiệu, phần 2 trình bày tổng quan nghiên cứu và phát triển giả thuyết. Phần 3 mô tả phương pháp nghiên cứu. Phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu. Phần 5 thảo luận các phát hiện chính. Cuối cùng, phần 6 tổng kết những đóng góp của nghiên cứu và đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai.

## **2. Cơ sở lý thuyết và phát triển giả thuyết nghiên cứu**

### ***2.1 Khung lý thuyết nền tảng***

Sự tương tác đa chiều giữa văn hóa, tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế đòi hỏi một khung lý thuyết đa chiều. Nghiên cứu này dựa trên ba lý thuyết bổ sung cho nhau, đó là lý thuyết văn hóa, lý thuyết doanh nhân quốc tế và lý thuyết nhận thức xã hội.

Lý thuyết văn hóa, được xây dựng bởi Hofstede (2001) và được Caprar & cộng sự (2015) phát triển thêm đã cung cấp nền tảng để hiểu cách các khía cạnh của văn hóa quốc gia ảnh hưởng đến hành vi cá nhân và tổ chức. Công trình gần đây của Yeganeh (2020) đã mở rộng khung lý thuyết này, nhấn mạnh bản chất động của các giá trị văn hóa và tác động của chúng đối với hành vi kinh tế trong thời đại toàn cầu hóa. Những tiến bộ này cho phép xem xét chi tiết hơn về cách các yếu tố văn hóa định hình hoạt động doanh nhân trong bối cảnh quốc tế, đặc biệt phù hợp với các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam.

Lý thuyết doanh nhân quốc tế được khái niệm hóa bởi Oviatt & McDougall (2005) và được Knight & Liesch (2016) phát triển thêm, đã cung cấp cái nhìn sâu sắc về quá trình và yếu tố thúc đẩy các doanh nghiệp khởi nghiệp tham gia vào những hoạt động xuyên biên giới. Góc nhìn lý thuyết này đặc biệt phù hợp để hiểu những thách thức và cơ hội mà doanh nhân phải đối mặt khi hội nhập vào thị trường quốc tế. Đóng góp gần đây của Coviello (2015) nhấn mạnh tầm quan trọng của các yếu tố cấp độ cá nhân, như nhận thức doanh nhân và các mối quan hệ mạng lưới, trong quá trình quốc tế hóa.

Lý thuyết nhận thức xã hội, ban đầu được đề xuất bởi Bandura (1986) và được Newman & cộng sự (2019) áp dụng vào lĩnh vực doanh nhân, đã cung cấp một khung lý thuyết để hiểu cách mà các yếu tố như niềm tin, hành vi của cá nhân và yếu tố môi trường tương tác để định hình kết quả doanh nhân. Lý thuyết này đặc biệt hữu ích để xem xét vai trò của tinh thần doanh nhân như một yếu tố trung gian giữa ảnh hưởng văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế. Công trình gần đây của Frese & Gielnik (2014) đã chứng minh khả năng áp dụng của lý thuyết nhận thức xã hội trong việc giải thích sự tự tin vào khả năng bản thân và ra quyết định trong các bối cảnh đa văn hóa.

Bằng cách tích hợp ba lý thuyết này, bài viết đề xuất một mô hình toàn diện có tính đến các yếu tố văn hóa, cá nhân và môi trường ảnh hưởng đến năng lực hội nhập quốc tế của doanh nhân. Cách tiếp cận tích hợp này cho phép xem xét các tác động trực tiếp của văn hóa đến năng lực hội nhập quốc tế, cũng như các tác động gián tiếp được trung gian bởi tinh thần doanh nhân. Hơn nữa, khung lý thuyết này đặc biệt phù hợp với bối cảnh Việt Nam, nơi sự tương tác giữa các giá trị văn hóa truyền thống và đặc điểm, tinh thần của doanh nhân hiện đại tạo ra một môi trường độc đáo cho hội nhập quốc tế. Audretsch & Fiedler (2021) đã nhấn mạnh, Việt Nam thể hiện một nghịch lý thú vị khi tinh thần doanh nhân phát triển mạnh mẽ bất chấp các hạn chế về tự do chính trị và kinh tế, cho thấy rằng nhận thức về cơ hội và tinh thần doanh nhân có thể phát triển mạnh mẽ thích ứng với những bối cảnh phát triển của đất nước.

Sự tổng hợp lý thuyết này không chỉ giải quyết những khoảng trống trong tài liệu hiện tại mà còn cung cấp một nền tảng vững chắc để hiểu mối quan hệ động giữa văn hóa, tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế trong các nền kinh tế mới nổi. Nó cho phép khám phá chi tiết hơn về cách các doanh nhân Việt Nam điều hướng qua các ảnh hưởng văn hóa, phát triển tinh thần doanh nhân của họ và hội nhập thành công vào thị trường toàn cầu.

## ***2.2 Tổng quan nghiên cứu và phát triển giả thuyết***

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, sự tương tác giữa văn hóa, tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế thể hiện mối quan hệ phức tạp và đa chiều. Các nghiên cứu về kinh doanh quốc tế ngày càng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hiểu rõ cách thức các yếu tố này tác động lẫn nhau, đặc biệt trong bối cảnh các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam.

Văn hóa, với tư cách là một cấu trúc đa chiều, bao gồm các giá trị, niềm tin và chuẩn mực xã hội, đóng vai trò nền tảng trong việc định hình hành vi và quyết định của doanh nhân (Hofstede, 2001). Caprar & cộng sự (2015) đã chỉ ra rằng các khía cạnh văn hóa không chỉ ảnh hưởng đến cách thức doanh nhân nhận thức và đánh giá cơ hội kinh doanh quốc tế mà còn tác động mạnh mẽ đến phương thức họ xây dựng và duy trì các mối quan hệ kinh doanh xuyên biên giới. Đặc biệt, trong bối cảnh

Việt Nam, Nguyễn (2013) đã phát hiện rằng các yếu tố văn hóa đóng vai trò quyết định trong việc định hình nhận thức về rủi ro và cơ hội kinh doanh quốc tế. Các giá trị văn hóa truyền thống như định hướng dài hạn, tinh thần cộng đồng và khả năng thích ứng cao được xem là nền tảng thuận lợi cho việc xây dựng và phát triển mối quan hệ kinh doanh xuyên biên giới. Yeganeh (2020) cũng khẳng định rằng trong thời đại toàn cầu hóa, các giá trị văn hóa có tác động ngày càng sâu sắc đến hành vi và kết quả doanh nhân trong các bối cảnh quốc tế. Từ những luận điểm này, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H1: Văn hóa có ảnh hưởng tích cực đến năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân tại Việt Nam.*

Tinh thần doanh nhân, theo quan điểm của Audretsch & Fiedler (2021), không chỉ đơn thuần là tập hợp các đặc điểm cá nhân mà còn là sự phản ánh sâu sắc của bối cảnh văn hóa-xã hội rộng lớn. Arcand (2012) đã chỉ ra các giá trị văn hóa có ảnh hưởng xuyên thế hệ đến việc hình thành và phát triển tinh thần doanh nhân. Trong khi đó, Dương (2023) nhấn mạnh vai trò quan trọng của các yếu tố văn hóa trong việc định hình ý định kinh doanh và niềm tin vào khả năng bản thân của doanh nhân trẻ Việt Nam. Đặc biệt, trong bối cảnh Việt Nam, sự kết hợp độc đáo giữa giá trị truyền thống và xu hướng đổi mới đã tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của tinh thần doanh nhân. Ahmad (2023) khẳng định rằng môi trường văn hóa ủng hộ đổi mới và chấp nhận rủi ro có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc nuôi dưỡng và phát triển tinh thần doanh nhân. Từ những phân tích này, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H2: Văn hóa có ảnh hưởng tích cực đến tinh thần doanh nhân Việt Nam.*

Mối quan hệ giữa tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế đã được khẳng định qua nhiều nghiên cứu thực nghiệm. Perlina (2018) đã chứng minh rằng định hướng doanh nhân có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động quốc tế, đặc biệt khi được hỗ trợ bởi năng lực hấp thụ cao. Nghiên cứu của Lê & cộng sự (2022) trên các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam cũng cho thấy các đặc điểm doanh nhân có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả xuất khẩu. Trong kỷ nguyên số, Elenurm (2022) nhấn mạnh vai trò ngày càng quan trọng của tinh thần doanh nhân trong việc tận dụng công nghệ và nền tảng số để vượt qua rào cản địa lý và văn hóa. Demir (2024) bổ sung thêm rằng khả năng xây dựng mạng lưới và hợp tác quốc tế của doanh nhân là yếu tố then chốt trong việc nâng cao năng lực hội nhập quốc tế. Dựa trên những luận điểm này, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

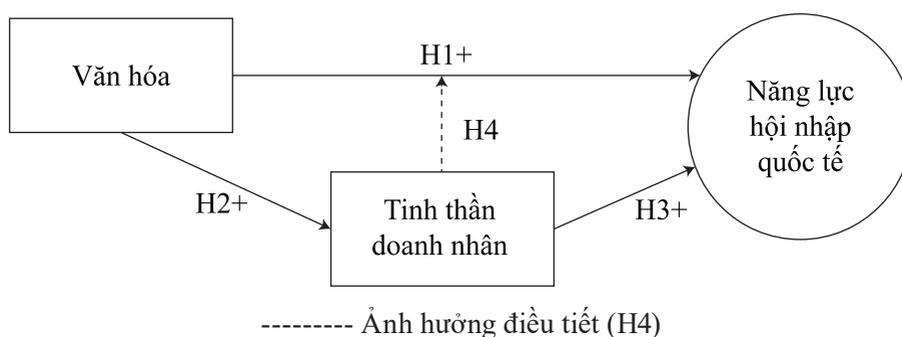
*H3: Tinh thần doanh nhân có ảnh hưởng tích cực đến năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân Việt Nam.*

Dựa trên lý thuyết nhận thức xã hội và các nghiên cứu thực nghiệm, tinh thần doanh nhân không chỉ tác động trực tiếp đến năng lực hội nhập mà còn đóng vai trò điều tiết trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế. Newman &

cộng sự (2019) đã chứng minh rằng các đặc điểm cá nhân của doanh nhân có thể tăng cường hoặc giảm thiểu tác động của các yếu tố môi trường đến kết quả kinh doanh. Trong bối cảnh Việt Nam, Vương & cộng sự (2020) phát hiện rằng tinh thần doanh nhân có thể giúp các doanh nhân vượt qua các rào cản văn hóa trong quá trình quốc tế hóa. Đồng thời, Diakonova & cộng sự (2020) nhấn mạnh rằng khả năng đổi mới và thích ứng của doanh nhân có thể làm thay đổi cách thức các yếu tố văn hóa tác động đến hiệu quả hoạt động quốc tế. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H4: Tinh thần doanh nhân điều tiết mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân Việt Nam.*

Dựa vào việc phân tích các mối quan hệ và các giả thuyết nghiên cứu ở trên, mô hình nghiên cứu sau đây được đề xuất:



**Hình 1. Mô hình nghiên cứu**

*Nguồn: Đề xuất của tác giả*

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1 Thu thập dữ liệu và lấy mẫu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để khảo sát vai trò trung gian của tinh thần doanh nhân trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân tại Việt Nam. Phương pháp tiếp cận định lượng cho phép kiểm định các giả thuyết và khái quát hóa kết quả, điều này rất quan trọng để phát triển lý thuyết trong lĩnh vực doanh nhân quốc tế (Coviello & Jones, 2004).

Dữ liệu được thu thập từ các doanh nhân ở Việt Nam thông qua bảng hỏi. Kích thước mẫu 384 người trả lời được xác định dựa trên các khuyến nghị của Hair & cộng sự (2010) cho mô hình phương trình cấu trúc, đảm bảo đủ sức mạnh thống kê cho phân tích. Để đảm bảo tính đại diện của mẫu nghiên cứu, nghiên cứu này áp dụng phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng dựa trên hai tiêu chí chính là vùng miền và ngành nghề kinh doanh. Về phân bố địa lý, mẫu được phân chia theo 3 vùng kinh tế của Việt Nam gồm miền Bắc (35%), miền Trung (30%) và miền Nam (35%), phản ánh sự phân bố tương đối của hoạt động kinh doanh quốc tế tại

các khu vực này (Vương & cộng sự, 2020). Về ngành nghề, dựa trên phân loại của Tổng cục Thống kê và nghiên cứu của Lê & cộng sự (2022), mẫu được phân bổ vào 4 nhóm ngành chính: sản xuất công nghiệp (30%), thương mại-dịch vụ (35%), nông nghiệp-thủy sản (20%) và công nghệ thông tin (15%). Phương pháp phân tầng này không chỉ đảm bảo tính đại diện của mẫu nghiên cứu mà còn cho phép phân tích so sánh giữa các vùng miền và ngành nghề khác nhau, tăng cường tính tổng quát của kết quả nghiên cứu (Hair & cộng sự, 2010).

Bảng hỏi ban đầu được phát triển bằng tiếng Anh và sau đó được dịch sang tiếng Việt. Việc sử dụng phương pháp dịch ngược để đảm bảo tương đương về mặt khái niệm (Brislin, 1970). Một nghiên cứu thử nghiệm đã được tiến hành với 30 doanh nhân để hoàn thiện bảng hỏi và đảm bảo tính rõ ràng của các mục hỏi.

### **3.2 Đo lường biến số**

Văn hóa được đo lường sử dụng các khía cạnh văn hóa GLOBE (House & cộng sự, 2004), đã được xác thực trong nghiên cứu về tinh thần doanh nhân đa văn hóa. Nghiên cứu tập trung vào các khía cạnh liên quan nhất đến tinh thần doanh nhân trong bối cảnh Việt Nam gồm định hướng thành tích, tránh né sự không chắc chắn và chủ nghĩa tập thể.

Tinh thần doanh nhân được đo lường bằng một cấu trúc đa chiều được điều chỉnh từ Bolton & Lane (2012), bao gồm các thước đo về đổi mới, chủ động và chấp nhận rủi ro. Thang đo này đã được sử dụng rộng rãi trong nghiên cứu về tinh thần doanh nhân và đã thể hiện các đặc tính đo lường tốt trong các bối cảnh văn hóa khác nhau, trong đó có Việt Nam (Dương, 2021).

Năng lực hội nhập quốc tế được đo lường bằng thang đo được phát triển bởi Knight & Kim (2009), đánh giá định hướng thị trường quốc tế, kỹ năng Marketing quốc tế và đổi mới quốc tế. Thang đo này đã được xác thực trong các nghiên cứu về tinh thần doanh nhân quốc tế ở các nền kinh tế mới nổi, trong đó có Việt Nam (Lê & cộng sự, 2022).

Tất cả các mục được đo lường trên thang đo Likert 7 điểm, từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 7 (hoàn toàn đồng ý). Các biên kiểm soát bao gồm tuổi doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp và kinh nghiệm quốc tế của doanh nhân, đã được chứng minh là có ảnh hưởng đến quá trình quốc tế hóa (Reuber & Fischer, 1997).

### **3.3 Phân tích dữ liệu**

Nghiên cứu sử dụng mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) thông qua phần mềm SmartPLS 4.1 để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Phương pháp PLS-SEM được lựa chọn do khả năng xử lý hiệu quả các mô hình phức tạp với nhiều biến tiềm ẩn và quan sát, đồng thời phù hợp với kích thước mẫu nghiên cứu (Hair & cộng sự, 2017). Quy trình phân tích được thực hiện theo hai giai đoạn: đánh giá mô hình đo lường và kiểm định mô hình cấu trúc. Giai

đoạn đầu, độ tin cậy được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) với ngưỡng chấp nhận là 0,7 (Fornell & Larcker, 1981). Tính giá trị hội tụ được xem xét qua hệ số tải nhân tố và phương sai trích trung bình (AVE), trong khi tính giá trị phân biệt được đánh giá thông qua tiêu chí Fornell-Larcker và tỷ số HTMT. Giai đoạn thứ hai tập trung vào kiểm định các mối quan hệ cấu trúc và hiệu ứng điều tiết thông qua kỹ thuật bootstrap với 5.000 mẫu lặp lại để đảm bảo độ tin cậy của kết quả.

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1 Thống kê mô tả và phân tích tương quan

Bảng 1 trình bày giá trị trung bình, độ lệch chuẩn và tương quan giữa các biến nghiên cứu chính. Ma trận tương quan cho thấy các mối quan hệ đáng kể giữa văn hóa, tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế, cung cấp sự hỗ trợ ban đầu cho các giả thuyết.

Văn hóa có tương quan tích cực với tinh thần doanh nhân (hệ số tương quan bằng 0,47; p-value nhỏ hơn 0,01) và năng lực hội nhập quốc tế (hệ số tương quan bằng 0,39; p-value nhỏ hơn 0,01). Tinh thần doanh nhân cũng có tương quan tích cực mạnh mẽ với năng lực hội nhập quốc tế (hệ số tương quan bằng 0,53; p-value nhỏ hơn 0,01). Các biến kiểm soát như số năm hoạt động của doanh nghiệp và quy mô doanh nghiệp cũng cho thấy mối tương quan yếu nhưng có ý nghĩa với các biến chính của nghiên cứu.

**Bảng 1. Thống kê mô tả và ma trận tương quan**

Biến số	Trung bình	Độ lệch chuẩn	1	2	3
1. Văn hóa	4,58	0,87	1		
2. Tinh thần doanh nhân	5,41	0,93	0,47***	1	
3. Năng lực hội nhập quốc tế	5,23	1,09	0,39***	0,53***	1

*Chú thích: N = 384; \*\*\*, \*\*, \* biểu thị mức ý nghĩa tương ứng 1%, 5% và 10%.*

*Nguồn: Tính toán của tác giả*

### 4.2 Mô hình đo lường

Kết quả phân tích mô hình đo lường cho thấy các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và tính giá trị. Cụ thể, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố dao động từ 0,768 đến 0,862, vượt qua ngưỡng 0,7 theo đề xuất của Hair & cộng sự (2017). Điều này chứng tỏ các biến quan sát có mối tương quan chặt chẽ với biến tiềm ẩn tương ứng. Về độ tin cậy, các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,880 đến 0,920 và độ tin cậy tổng hợp (CR) từ 0,910 đến 0,940, vượt xa ngưỡng đề xuất 0,7, khẳng định độ tin cậy cao của các thang đo (Fornell & Larcker, 1981). Đồng thời, các giá trị phương sai trích trung bình (AVE) đều lớn hơn 0,5 (dao động từ 0,640 đến 0,720), chứng minh tính giá trị hội tụ tốt của các thang đo trong nghiên cứu.

**Bảng 2. Kết quả đánh giá độ tin cậy và tính giá trị của thang đo**

<b>Biến tiềm ẩn và biến quan sát</b>	<b>Hệ số tải</b>	<b>Cronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>CR</b>	<b>AVE</b>
Văn hóa (CUL)		0,880	0,910	0,640
CUL1: Doanh nghiệp của tôi luôn chú trọng đến kế hoạch phát triển dài hạn	0,825			
CUL2: Doanh nghiệp của tôi có các quy trình rõ ràng để đối phó với sự không chắc chắn	0,812			
CUL3: Trong doanh nghiệp của tôi, việc ra quyết định thường tập trung ở cấp quản lý cao	0,795			
CUL4: Nhân viên trong doanh nghiệp của tôi thường làm việc theo nhóm	0,805			
CUL5: Doanh nghiệp của tôi đặt mục tiêu thành tích rõ ràng cho mọi hoạt động	0,768			
Tinh thần doanh nhân (ENT)		0,900	0,930	0,720
ENT1: Tôi thường xuyên tìm kiếm ý tưởng mới để cải tiến hoạt động kinh doanh	0,854			
ENT2: Tôi chủ động nắm bắt cơ hội kinh doanh trước đối thủ cạnh tranh	0,845			
ENT3: Tôi sẵn sàng đầu tư vào dự án mới dù có rủi ro	0,827			
ENT4: Tôi tin tưởng vào khả năng đưa ra quyết định kinh doanh đúng đắn	0,832			
ENT5: Tôi dễ dàng thích nghi với những thay đổi trong môi trường kinh doanh	0,841			
Năng lực hội nhập quốc tế (INT)		0,920	0,940	0,700
INT1: Doanh nghiệp của tôi thường xuyên phân tích và đánh giá thị trường quốc tế	0,862			
INT2: Doanh nghiệp của tôi có chiến lược marketing hiệu quả cho thị trường quốc tế	0,835			
INT3: Doanh nghiệp của tôi có mạng lưới đối tác quốc tế rộng khắp	0,828			
INT4: Doanh nghiệp của tôi dễ dàng thích ứng với môi trường văn hóa khác biệt	0,841			
INT5: Đội ngũ quản lý của doanh nghiệp có nhiều kinh nghiệm trong kinh doanh quốc tế	0,817			

*Chú thích: CR = Độ tin cậy tổng hợp; AVE = Phương sai trích trung bình.*

*Nguồn: Tính toán của tác giả*

**Bảng 3. Ma trận tỷ số Heterotrait-Monotrait (HTMT)**

Biến tiềm ẩn	CUL	ENT	INT
CUL	-		
ENT	0,624	-	
INT	0,583	0,647	-

Chú thích: CUL = Văn hóa; ENT = Tinh thần doanh nhân; INT = Năng lực hội nhập quốc tế.

Nguồn: Tính toán của tác giả

Để đánh giá tính giá trị phân biệt của các thang đo, nghiên cứu sử dụng tiêu chí HTMT (Heterotrait-Monotrait ratio). Kết quả từ Bảng 3 cho thấy tất cả các giá trị HTMT đều thấp hơn ngưỡng 0,85 được đề xuất bởi Henseler & cộng sự (2015). Cụ thể, các giá trị HTMT dao động từ 0,583 đến 0,647, trong đó thấp nhất là mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế (0,583) và cao nhất là mối quan hệ giữa tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế (0,647). Những kết quả này khẳng định rằng các cấu trúc trong mô hình nghiên cứu có tính phân biệt tốt và không có vấn đề về đa cộng tuyến.

Kết hợp với các chỉ số đánh giá độ tin cậy và tính giá trị hội tụ đã phân tích trước đó, có thể khẳng định mô hình đo lường đạt các tiêu chuẩn về mặt phương pháp luận để tiến hành kiểm định các giả thuyết nghiên cứu trong bước tiếp theo.

#### 4.3 Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc cho thấy mô hình có khả năng giải thích đáng kể sự biến thiên trong năng lực hội nhập quốc tế của doanh nhân Việt Nam (hệ số xác định  $R^2$  bằng 0,521). Kết quả kiểm định cho thấy tất cả các giả thuyết nghiên cứu đều được ủng hộ ở các mức ý nghĩa thống kê khác nhau.

**Bảng 4. Kết quả mô hình cấu trúc**

Giả thuyết	Đường dẫn	Hệ số chuẩn hóa ( $\beta$ )	Giá trị t	P-value	Kết quả
H1	Văn hóa $\rightarrow$ Năng lực hội nhập quốc tế	0,240	4,180	0,015	Được ủng hộ
H2	Văn hóa $\rightarrow$ Tinh thần doanh nhân	0,470	8,320	0,000	Được ủng hộ
H3	Tinh thần doanh nhân $\rightarrow$ Năng lực hội nhập quốc tế	0,430	7,150	0,000	Được ủng hộ
H4	Văn hóa $\times$ Tinh thần doanh nhân $\rightarrow$ Năng lực hội nhập quốc tế	0,200	5,870	0,000	Được ủng hộ

Nguồn: Tính toán của tác giả

Cụ thể, văn hóa có tác động trực tiếp tích cực đến năng lực hội nhập quốc tế ( $\beta$  bằng 0,240;  $t$  bằng 4,180;  $p$ -value nhỏ hơn 0,05), ủng hộ giả thuyết H1 ở mức ý nghĩa 5%. Kết quả này phản ánh vai trò quan trọng của nền tảng văn hóa trong việc định hình năng lực hội nhập quốc tế của doanh nhân Việt Nam.

Văn hóa thể hiện ảnh hưởng mạnh mẽ đến tinh thần doanh nhân ( $\beta$  bằng 0,470;  $t$  bằng 8,320;  $p$ -value nhỏ hơn 0,001), ủng hộ giả thuyết H2. Đồng thời, tinh thần doanh nhân có tác động tích cực đáng kể đến năng lực hội nhập quốc tế ( $\beta$  bằng 0,430;  $t$  bằng 7,150;  $p$ -value nhỏ hơn 0,001), ủng hộ giả thuyết H3. Cả hai mối quan hệ này đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%, cho thấy vai trò then chốt của tinh thần doanh nhân trong mô hình nghiên cứu.

Đặc biệt, kết quả phân tích xác nhận hiệu ứng điều tiết có ý nghĩa của tinh thần doanh nhân trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế ( $\beta$  bằng 0,200;  $t$  bằng 5,870;  $p$ -value nhỏ hơn 0,001), ủng hộ giả thuyết H4. Điều này chứng minh rằng tác động của văn hóa đến năng lực hội nhập quốc tế được tăng cường khi doanh nhân có tinh thần doanh nhân mạnh mẽ.

Để đảm bảo độ tin cậy của các kết quả, nghiên cứu đã thực hiện kiểm định bootstrap với 5.000 mẫu lặp lại. Các khoảng tin cậy 95% của các hệ số đường dẫn đều không chứa giá trị 0, một lần nữa khẳng định tính ổn định của các mối quan hệ được phát hiện trong mô hình nghiên cứu.

## 5. Thảo luận

### 5.1 Thảo luận các phát hiện chính

Kết quả nghiên cứu đã mang lại những hiểu biết sâu sắc về mối quan hệ phức tạp giữa văn hóa, tinh thần doanh nhân và năng lực hội nhập quốc tế trong bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam. Đặc biệt, các phát hiện thực nghiệm không chỉ xác nhận các mối quan hệ trực tiếp mà còn làm sáng tỏ cơ chế tác động của các yếu tố này thông qua vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân.

*Thứ nhất*, kết quả nghiên cứu chỉ ra ảnh hưởng trực tiếp đáng kể của văn hóa đối với năng lực hội nhập quốc tế là tương đối lớn. Điều này phù hợp với các nghiên cứu trước đây nhấn mạnh tầm quan trọng của các yếu tố văn hóa trong việc định hình các hoạt động kinh doanh quốc tế (Yeganeh, 2020; Nguyễn, 2013). Mối quan hệ tích cực này cho thấy rằng các giá trị và chuẩn mực văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc trang bị cho doanh nhân Việt Nam những kỹ năng và tư duy cần thiết để hội nhập hiệu quả vào thị trường toàn cầu. Điều này được giải thích bởi sự kết hợp độc đáo giữa các giá trị truyền thống và hiện đại trong văn hóa Việt Nam, tạo ra một nền tảng thuận lợi cho việc xây dựng mối quan hệ kinh doanh quốc tế và thích ứng với thực tiễn kinh doanh đa dạng.

*Thứ hai*, kết quả nghiên cứu cho thấy văn hóa có ảnh hưởng mạnh mẽ đến tinh thần doanh nhân. Phát hiện này đóng góp vào cuộc tranh luận đang diễn ra về nguồn

gốc văn hóa của tinh thần doanh nhân ở Việt Nam (Dương, 2023; Audretsch & Fiedler, 2021). Mỗi quan hệ tích cực này cho thấy các giá trị văn hóa Việt Nam, như tinh thần cần cù, sự linh hoạt và định hướng dài hạn có thể thúc đẩy sự phát triển của các đặc điểm doanh nhân như đổi mới, chủ động và chấp nhận rủi ro. Điều này phản ánh sự tích hợp thành công của các giá trị doanh nhân vào bối cảnh văn hóa Việt Nam, tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của tinh thần doanh nhân.

*Thứ ba*, nghiên cứu xác nhận tác động tích cực đáng kể của tinh thần doanh nhân đối với năng lực hội nhập quốc tế. Kết quả này nhấn mạnh tầm quan trọng của các yếu tố cấp độ cá nhân trong việc xác định kết quả kinh doanh quốc tế, phù hợp với xu hướng gần đây trong nghiên cứu doanh nhân quốc tế (Perlines, 2018; Lê & cộng sự, 2022). Mỗi quan hệ mạnh mẽ này cho thấy các doanh nhân Việt Nam với tinh thần đổi mới, chủ động và sẵn sàng chấp nhận rủi ro có khả năng cao hơn trong việc nhận diện và nắm bắt cơ hội kinh doanh quốc tế, vượt qua các rào cản văn hóa và xây dựng mạng lưới kinh doanh toàn cầu hiệu quả.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng đã có những nỗ lực kiểm định vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế ( $\beta$  bằng 0,200 và p-value nhỏ hơn 0,001). Phát hiện này vượt ra ngoài các nghiên cứu trước đây của Newman & cộng sự (2019) vốn chỉ tập trung vào vai trò trung gian của các yếu tố nhận thức. Kết quả cho thấy tinh thần doanh nhân không chỉ là một biến trung gian đơn thuần mà còn là một yếu tố điều tiết quan trọng, làm tăng cường tác động tích cực của văn hóa đến năng lực hội nhập quốc tế.

Như vậy, các phát hiện này cung cấp bằng chứng thực nghiệm mạnh mẽ về sự tương tác đa chiều giữa các yếu tố văn hóa và cá nhân trong quá trình hội nhập quốc tế của doanh nghiệp. Điều này đặc biệt có ý nghĩa trong bối cảnh Việt Nam, nơi mà sự kết hợp giữa các giá trị văn hóa truyền thống và tinh thần doanh nhân hiện đại tạo nên một môi trường độc đáo cho sự phát triển doanh nghiệp trong kỷ nguyên toàn cầu hóa.

## **5.2 Đóng góp về mặt lý thuyết**

Nghiên cứu này có ba đóng góp quan trọng về mặt lý thuyết. Đầu tiên, nghiên cứu mở rộng hiểu biết về mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế bằng cách làm rõ vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân. Khung phân tích này bổ sung cho lý thuyết doanh nhân quốc tế của Knight & Liesch (2016) bằng cách chỉ ra cách thức các yếu tố cá nhân và văn hóa tương tác để định hình kết quả hội nhập quốc tế. Tiếp đó, nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết nhận thức xã hội trong bối cảnh kinh doanh quốc tế bằng cách chứng minh cách thức tinh thần doanh nhân điều tiết mối quan hệ giữa yếu tố môi trường (văn hóa) và kết quả hoạt động (năng lực hội nhập). Phát hiện này ủng hộ và mở rộng công trình của Newman & cộng sự (2019) về vai trò của các yếu tố nhận thức trong hoạt động kinh doanh quốc tế. Cuối cùng, nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm về tầm quan trọng của việc xem xét

đồng thời các yếu tố văn hóa và cá nhân trong nghiên cứu về hội nhập quốc tế của doanh nghiệp. Điều này phù hợp với xu hướng nghiên cứu gần đây về việc nhấn mạnh tầm quan trọng của cách tiếp cận đa cấp độ trong nghiên cứu kinh doanh quốc tế (Coviello & cộng sự, 2017).

### **5.3 Hàm ý chính sách**

Các phát hiện của nghiên cứu có nhiều hàm ý quan trọng cho các nhà quản lý và hoạch định chính sách. Trước hết, việc hiểu rõ vai trò của văn hóa trong phát triển năng lực hội nhập quốc tế giúp các doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển phù hợp với bối cảnh văn hóa cụ thể. Đặc biệt, doanh nghiệp cần tận dụng các giá trị văn hóa truyền thống như định hướng dài hạn và tinh thần tập thể để xây dựng lợi thế cạnh tranh trong môi trường kinh doanh quốc tế. Tiếp đó, phát hiện về vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân gợi ý rằng các doanh nghiệp nên chú trọng phát triển và nuôi dưỡng tinh thần doanh nhân trong tổ chức. Điều này có thể được thực hiện thông qua các chương trình đào tạo, khuyến khích và xây dựng môi trường làm việc đổi mới và cân đối chấp nhận rủi ro nếu có. Cuối cùng, đối với các nhà hoạch định chính sách, nghiên cứu này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xây dựng hệ sinh thái hỗ trợ phát triển tinh thần doanh nhân, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong quá trình hội nhập quốc tế. Các chính sách cần cân nhắc đến đặc điểm văn hóa địa phương khi thiết kế các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp, đảm bảo tính hiệu quả và bền vững của các hàm ý chính sách.

## **6. Kết luận**

Nghiên cứu này đã khám phá vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân trong mối quan hệ giữa văn hóa và năng lực hội nhập quốc tế của các doanh nhân Việt Nam. Dựa trên khung lý thuyết tích hợp từ lý thuyết văn hóa, lý thuyết doanh nhân quốc tế và lý thuyết nhận thức xã hội, nghiên cứu đã cung cấp những hiểu biết mới về cơ chế tác động của các yếu tố này trong bối cảnh một nền kinh tế mới nổi.

Kết quả nghiên cứu khẳng định vai trò quan trọng của nền tảng văn hóa trong việc định hình năng lực hội nhập quốc tế, đồng thời làm sáng tỏ cơ chế mà qua đó tinh thần doanh nhân có thể tăng cường tác động này. Đặc biệt, phát hiện về vai trò điều tiết của tinh thần doanh nhân đóng góp một góc nhìn mới vào lý thuyết về hội nhập quốc tế của doanh nghiệp, vượt ra ngoài các nghiên cứu trước đây vốn chủ yếu tập trung vào các tác động trực tiếp hoặc trung gian.

Tuy nhiên, nghiên cứu này cũng có một số hạn chế cần được xem xét trong các nghiên cứu tương lai. Thứ nhất, thiết kế nghiên cứu cắt ngang hạn chế khả năng đưa ra các suy luận nhân quả. Các nghiên cứu dọc trong tương lai có thể cung cấp bằng chứng mạnh mẽ hơn về động lực của các mối quan hệ này theo thời gian. Thứ hai, mặc dù tập trung vào Việt Nam cung cấp cái nhìn sâu sắc về một nền kinh tế mới nổi quan trọng, việc mở rộng nghiên cứu sang các quốc gia khác trong khu vực Đông Nam Á có thể cung cấp hiểu biết so sánh có giá trị.

Hướng nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung vào việc khám phá sâu hơn về cơ chế cụ thể mà qua đó các khía cạnh khác nhau của văn hóa tương tác với các thành phần của tinh thần doanh nhân để ảnh hưởng đến năng lực hội nhập quốc tế. Đồng thời, việc xem xét vai trò của các yếu tố bối cảnh khác như chính sách hỗ trợ doanh nghiệp và môi trường thể chế cũng có thể mang lại những hiểu biết bổ sung có giá trị.

### **Tài liệu tham khảo**

- Abun, D. (2021), "Rule-based leadership-management style of administrators and the entrepreneurial spirit of employees", *International Journal of Social Science and Human Research*, Vol. 4 No. 11, pp. 3271-3281.
- Ahmad, M. (2023), "The role of education in fostering entrepreneurial spirit in the young generation", *Journal of Contemporary Administration and Management (Adman)*, Vol. 1 No. 2, pp. 93-100.
- Anderson, J.C. & Gerbing, D.W. (1988), "Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, Vol. 103 No. 3, pp. 411-423.
- Arcand, S. (2012), "Transmission of entrepreneurial spirit from first to second generation ethnic minorities in Montreal: opening the black box", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 6 No. 1, pp. 39-56.
- Audretsch, D.B. & Fiedler, A. (2021), "The Vietnamese entrepreneurship paradox: How can entrepreneurs thrive without political and economic freedom?", *The Journal of Technology Transfer*, Vol. 47 No. 4, pp. 1179-1197.
- Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action: a Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bolton, D.L. & Lane, M.D. (2012), "Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument", *Education + Training*, Vol. 54 No. 2/3, pp. 219-233.
- Brislin, R.W. (1970), "Back-translation for cross-cultural research", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 1 No. 3, pp. 185-216.
- Caprar, D.V., Devinney, T.M., Kirkman, B.L. & Caligiuri, P. (2015), "Conceptualizing and measuring culture in international business and management: From challenges to potential solutions", *Journal of International Business Studies*, Vol. 46 No. 9, pp. 1011-1027.
- Chaudhuri, K., Drakpa, D. & Zangmo, S. (2022), "Organizational culture and learning organization: An empirical study of the colleges in Bhutan", *Asian Journal of Education and Social Studies*, Vol. 30 No. 4, pp. 26-40.
- Coviello, N. (2015), "Re-thinking research on born globals", *Journal of International Business Studies*, Vol. 46 No. 1, pp. 17-26.
- Coviello, N.E. & Jones, M.V. (2004), "Methodological issues in international entrepreneurship research", *Journal of Business Venturing*, Vol. 19 No. 4, pp. 485-508.
- Coviello, N., Kano, L. & Liesch, P.W. (2017), "Adapting the Uppsala model to a modern world: Macro-context and microfoundations", *Journal of International Business Studies*, Vol. 48 No. 9, pp. 1151-1164.

- Demir, B. (2024), "Pillars of cooperation in international entrepreneurship: a qualitative investigation of Turkish ventures", *Journal of Business Research - Turk*, Vol. 16 No. 1, pp. 96-112.
- Diakonova, S., Артыщенко, С., Sysoeva, D. & Surovtsev, I. (2020), "Study of periodic processes of changing the number of innovations in relation to Kondratiev cycles", *E3S Web of Conferences*, Vol. 157, 04031.
- Duong, C.D. (2021), "Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields", *Education + Training*, Vol. 64 No. 7, pp. 869-891.
- Duong, C.D. (2023), "A serial mediation model of the linkage between entrepreneurial education, self-efficacy, attitudes and intentions: Does gender matter? A multi-group analysis", *On the Horizon*, Vol. 31 No. 3/4, pp. 174-195.
- Elenurm, T. (2022), "Choosing collaborative learning options for preparing innovative entrepreneurs", *Proceedings of the 17th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (ECIE 2022), Pafos, Cyprus, 15-16 September 2022*, Academic Conferences and Publishing International Ltd., Reading, UK, pp. 206-213.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, Vol. 18 No. 1, pp. 39-50.
- Frese, M. & Gielnik, M.M. (2014), "The psychology of entrepreneurship", *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, Vol. 1 No. 1, pp. 413-438.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hofstede, G. (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Sage Publications.
- Hofstede, G. (2001), *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations* (2nd ed.), Sage Publications.
- House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W. & Gupta, V. (Eds.) (2004), *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*, Sage Publications.
- Knight, G.A. & Kim, D. (2009), "International business competence and the contemporary firm", *Journal of International Business Studies*, Vol. 40 No. 2, pp. 255-273.
- Knight, G.A. & Liesch, P.W. (2016), "Internationalization: from incremental to born global", *Journal of World Business*, Vol. 51 No. 1, pp. 93-102.
- Lê, T.N., Phạm, L.A.N., Trần, V.T.T., Võ, V.D. & Lê, L.H. (2022), "Internal determinants of export performance of small and medium enterprises in Vietnam", *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, Vol. 9 No. 4, pp. 114-125.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M. & Nielsen, I. (2019), "Entrepreneurial self-efficacy: a systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 110, pp. 403-419.
- Nguyễn, N.T.D. (2013), "Exploring cultural differences in implementing international technology transfer in the case of Japanese manufacturing subsidiaries in Vietnam", *Contemporary Management Research*, Vol. 9 No. 1, pp. 13-34.

- Oviatt, B.M. & McDougall, P.P. (2005), "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 29 No. 5, pp. 537-553.
- Perlines, F.H. (2018), "Moderating effect of absorptive capacity on the entrepreneurial orientation of international performance of family businesses", *Journal of Family Business Management*, Vol. 8 No. 1, pp. 58-74.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.Y. & Podsakoff, N.P. (2003), "Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 88 No. 5, pp. 879-903.
- Preacher, K.J. & Hayes, A.F. (2008), "Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models", *Behavior Research Methods*, Vol. 40 No. 3, pp. 879-891.
- Reuber, A.R. & Fischer, E. (1997), "The influence of the management team's international experience on the internationalization behaviors of SMEs", *Journal of International Business Studies*, Vol. 28 No. 4, pp. 807-825.
- Reuber, A.R., Knight, G.A., Liesch, P.W. & Zhou, L. (2018), "International entrepreneurship: the pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders", *Journal of International Business Studies*, Vol. 49 No. 4, pp. 395-406.
- Vuong, Q.H., Vuong, T.T., Nguyễn, H.K.T., Hồ, T.M. & Hồ, M.T. (2020), "What have Vietnamese scholars learned from researching entrepreneurship? A systematic review", *Heliyon*, Vol. 6 No. 4, e03808.
- Wang, J., Guo, Y., Zhang, M., Li, N., Li, K., Li, P. & Huang, Y. (2022), "The impact of entrepreneurship competitions on entrepreneurial competence of Chinese college students", *Frontiers in Psychology*, Vol. 13, 784225.
- Welch, C. & Paavilainen-Mäntymäki, E. (2014), "Putting process (back) in: research on the internationalization process of the firm", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 16 No. 1, pp. 2-23.
- Yeganeh, H. (2020), "Salient cultural transformations in the age of globalization: implications for business and management", *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 40 No. 7/8, pp. 695-712.