



CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH TRỞ THÀNH CỐ VẤN KHỞI NGHIỆP: MỘT NGHIÊN CỨU TẠI MIỀN TRUNG VIỆT NAM

Hoàng Kim Toàn¹, Nguyễn Văn Huân^{1,*}, Trần Thị Thu Giang²

¹ Trung tâm Khởi nghiệp và Đổi mới sáng tạo, Đại học Huế, 20 Lê Lợi, Huế, Việt Nam

² Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế, 102 Phùng Hưng, Huế, Việt Nam

Tác giả liên hệ: Nguyễn Văn Huân <nvhuan@hueuni.edu.vn>

(Ngày nhận bài: 19-06-2024; Ngày chấp nhận đăng: 01-07-2024)

Tóm tắt. Nghiên cứu này nhằm khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp ở miền Trung Việt Nam, qua đó đề xuất các kiến nghị nhằm phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp tại khu vực này. Nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi với 350 doanh nhân, nhân sự doanh nghiệp và giảng viên đại học, kết hợp với phỏng vấn sâu các cố vấn khởi nghiệp hiện tại và tiềm năng. Các kỹ thuật phân tích được sử dụng bao gồm phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích tương quan Pearson và phân tích hồi quy đa biến. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy thái độ tích cực, kiến thức và kinh nghiệm và lợi ích mong đợi có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, trong đó lợi ích mong đợi là yếu tố có tác động mạnh mẽ nhất. Quy chuẩn chủ quan không có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

Từ khóa: cố vấn, khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, chương trình cố vấn

Factors influencing the intention to become a startup mentor: A case study in Central Vietnam

Hoang Kim Toan¹, Nguyen Van Huan^{1,*}, Tran Thi Thu Giang²

¹ Center for Entrepreneurship and Innovation, 20 Lê Lợi St., Hue, Vietnam

² University of Agriculture and Forestry, Hue University, 102 Phung Hung St., Hue, Vietnam

* Correspondence to Nguyen Van Huan <nvhuan@hueuni.edu.vn>

(Received: June 19, 2024; Accepted: July 01, 2024)

Abstract. This study explored the factors influencing the intention to become a startup mentor basing on a case study in Central Vietnam. The research employed a mixed-method approach, utilizing surveys and in-depth interviews to collect data from current and potential startup mentors. The survey data was collected from 350 entrepreneurs, business professionals, and university lecturers in Central Vietnam. Regression analysis revealed that positive attitude, knowledge and experience, and expected benefits significantly influenced the intention to become a startup mentor, with expected benefits being the strongest predictor. This study provides valuable insights into the factors that motivate individuals to engage in startup mentoring activities, thereby suggesting recommendations for developing the startup ecosystem in Central Vietnam.

Keywords: mentor, startup, innovation, mentoring

Đặt vấn đề

Cố vấn là hoạt động một người có kinh nghiệm đưa ra lời khuyên và giúp đỡ cho một người ít kinh nghiệm hơn trong một thời gian, là một mối quan hệ chuyên môn nhằm thúc đẩy sự hiểu biết chuyên môn và phát triển cá nhân đối với người được cố vấn, có định hướng phát triển [1]. Theo từ điển tiếng Việt, cố vấn là việc đưa ra ý kiến, lời khuyên có tính chất tham khảo khi giải quyết một công việc quan trọng. Cố vấn tồn tại trong nhiều tổ chức và hoạt động khác nhau, chẳng hạn trường đại học, bệnh viện, doanh nghiệp, ... và ở trong các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp.

Cố vấn khởi nghiệp (Mentor) là người có mối quan hệ tự nguyện với người được cố vấn (Mentee), trong đó mentor sử dụng kỹ thuật đặt câu hỏi, chia sẻ hiểu biết và kinh nghiệm để điều dắt người khởi nghiệp phát triển năng lực giải quyết vấn đề và năng lực lãnh đạo [2]. Mentor là người đưa ra những định hướng, giới thiệu cơ hội, và hỗ trợ cho người khởi nghiệp thành công nhưng cần xem đến quá trình ra được những kết quả đó. Mentor là người lắng nghe các bản khoản về những vấn đề của doanh nghiệp, đưa ra lời khuyên từ những kinh nghiệm, kiến thức chuyên môn. Mentor có thể là các doanh nhân giàu kinh nghiệm và thành công trên thương trường, cũng có thể là các giảng viên đại học, người cung cấp dịch vụ chuyên môn (như luật sư, chuyên gia tư vấn) và những người triển khai các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp.

Hoạt động cố vấn khởi nghiệp gần đây được xem là một hoạt động quan trọng trong các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp. Chẳng hạn Quỹ Khởi nghiệp doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ (KH&CN) cùng một số tổ chức khởi xướng Sáng kiến Cộng đồng Cố vấn Khởi nghiệp Việt Nam (Vietnam Mentors Initiative-VMI) với mục đích kết nối các nhà cố vấn (mentor) với các bạn trẻ khởi nghiệp, hướng đến gắn kết và phát triển cộng đồng cố vấn tại Việt Nam, xây dựng nguồn tài liệu mở về chương trình cố vấn khởi nghiệp. Nhiều chương trình hỗ trợ khởi nghiệp khác được tổ chức bởi các tổ chức nhà nước, các doanh nghiệp, các trường đại học, với người cố vấn là các doanh nhân thành công và giảng viên có kinh nghiệm.

Cố vấn khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp vượt qua khó khăn, phát triển bền vững và đóng góp vào sự phát triển kinh tế của khu vực [6]. Nghiên cứu này sẽ làm rõ các yếu tố thúc đẩy cá nhân tham gia vào hoạt động cố vấn, qua đó nâng cao chất lượng và hiệu quả của hoạt động này. Hơn nữa, nghiên cứu này cũng khám phá các yếu tố thu hút cá nhân trở thành cố vấn để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng về cố vấn có kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn, đặc biệt là khi hoạt động cố vấn khởi nghiệp ở miền Trung còn chưa phát triển mạnh mẽ [24]. Cuối cùng, nghiên cứu này sẽ cung cấp cái nhìn tổng quan và toàn diện về tình hình thực tế của hoạt động cố vấn khởi nghiệp ở miền Trung Việt Nam, làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp thúc đẩy hoạt động này.

1 Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1 Cơ sở lý thuyết

Cố vấn khởi nghiệp

Cố vấn khởi nghiệp (Mentoring) là một quá trình tương tác hai chiều trên cơ sở không có cạnh tranh với mục tiêu phát triển sự động lập, tự chủ và tinh thần chủ động khi cần hành động của người được cố vấn thông qua quá trình người cố vấn đồng hành, hỗ trợ và giúp người được cố vấn nuôi dưỡng sự tự hào về bản thân khi đạt được nhưng mục tiêu đã đề ra [4].

Mối quan hệ Mentor và Mentee là một mối quan hệ dựa trên sự chia sẻ thông tin và sự đồng thuận giữa hai hay nhiều cá nhân nhằm mục tiêu giúp các Mentee phát triển năng lực và đạt được những mục tiêu nhất định thông qua việc làm mẫu và hỗ trợ động viên về mặt tinh thần [5].

Mentoring là mối quan hệ được xây dựng trên nền tảng của sự tin tưởng và tôn trọng lẫn nhau. Mentoring là mối quan hệ giúp Mentor và Mentee cùng phát triển, cả Mentor và Mentee đều cùng hưởng lợi từ mối quan hệ này. Không chỉ Mentee hưởng lợi từ sự chia sẻ kinh nghiệm, hiểu biết chuyên môn của Mentor mà chính Mentor cũng được rèn luyện nhiều kỹ năng, cập nhật cho mình thông tin, kiến thức về những công nghệ mới, những xu hướng mới của các lĩnh vực từ chính quá trình đặt câu hỏi cho Mentee.

Mentoring trong các nghiên cứu trước đây chủ yếu được thực hiện với bối cảnh người cố vấn và người được cố vấn cùng làm việc trong cùng một tổ chức [6]. Trong nghiên cứu này, người cố vấn sẽ hỗ trợ người được cố vấn để phát triển dự án khởi nghiệp riêng.

Người Cố vấn (Mentor)

Thuật ngữ Mentor có thể được hiểu là cách kết nối có chủ ý giữa một người có nhiều kinh nghiệm với một người ít kinh nghiệm hơn nhằm mục đích hỗ trợ người còn ít kinh nghiệm có thể phát triển và hoàn thiện những năng lực cụ thể của mình. Mentor là người vô cùng quan trọng đóng góp vào quá trình phát triển năng lực của Mentee thông qua việc giúp Mentee có cam kết mạnh mẽ để thay đổi, vượt qua những lo lắng, trở ngại của bản thân để dám chấp nhận rủi ro và hành động để tạo ra sự thay đổi [3].

Điều tuyệt vời hơn nữa mà một Mentor có thể làm cho Mentee của mình, đó là giúp các Mentee “định hình tính cách, các giá trị cốt lõi, hiểu biết về chính mình, sự đồng cảm, khả năng tạo dựng được sự tôn trọng từ những người xung quanh”. Những Mentor có kinh nghiệm hiểu rằng để giúp được Mentee định hình được những phẩm chất dựa trên nền tảng của những giá trị quan trọng có ý nghĩa bền vững hơn nhiều so với việc chỉ tập trung vào nâng cao năng lực cho các Mentee [25].

Người được cố vấn (Mentee)

“Mentee là những người đi sau, chưa có nhiều trải nghiệm. Họ mới dấn thân vào con đường kinh doanh. Họ là những nhà khởi nghiệp, lãnh đạo doanh nghiệp trẻ.” [26].

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), một lý thuyết tâm lý xã hội do Ajzen đề xuất năm 1991, là một công cụ hữu ích để dự đoán và giải thích hành vi của con người. Theo TPB, ý định thực hiện một hành vi nào đó là yếu tố quyết định then chốt, và ý định này chịu ảnh hưởng bởi ba yếu tố: thái độ, chuẩn mực chủ quan và kiểm soát hành vi nhận thức [7]. Nghiên cứu này tập trung vào việc tìm hiểu ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, một hành vi phức tạp chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố, bao gồm cả niềm tin, thái độ, chuẩn mực xã hội và khả năng kiểm soát hành vi. TPB là một mô hình lý thuyết phù hợp để giải thích các hành vi có chủ đích như vậy. TPB đã được chứng minh là hiệu quả trong việc dự đoán nhiều loại hành vi, bao gồm cả các hành vi liên quan đến nghề nghiệp. TPB cung cấp một cái nhìn toàn diện, xem xét cả yếu tố cá nhân và xã hội ảnh hưởng đến ý định. TPB có tính ứng dụng cao, giúp xác định các yếu tố cần can thiệp để thúc đẩy hành vi mong muốn. Nghiên cứu này tập trung vào việc khám phá "ý định" trở thành cố vấn khởi nghiệp, và TPB, với trọng tâm là ý định hành vi, cung cấp một cơ sở lý thuyết vững chắc để giải thích và dự đoán ý định này.

Ý định trở thành cố vấn là một yếu tố dự báo đáng tin cậy cho hành vi trở thành cố vấn trong tương lai.

2.2 Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Căn cứ vào tổng quan tình hình nghiên cứu và một số vấn đề lý luận, thực tiễn về ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm các yếu tố:

Yếu tố thái độ đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp

Các cá nhân có thái độ tích cực đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp (ví dụ: cảm thấy hài lòng khi giúp đỡ người khác, tin rằng cố vấn là một hoạt động có giá trị) có nhiều khả năng có ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp [8]. Trong các diễn đạt dưới đây, chúng tôi viết tắt từ giả thuyết (Hypothesis) là “H”.

H1: Thái độ đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp có tác động tích cực đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

Yếu tố quy chuẩn chủ quan đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp

Quy chuẩn chủ quan (subjective norms) đề cập đến nhận thức của một cá nhân về áp lực xã hội liên quan đến một hành vi cụ thể. Trong bối cảnh cố vấn khởi nghiệp, quy chuẩn chủ quan có thể bao gồm niềm tin của một người rằng những người quan trọng khác (ví dụ: gia đình, bạn

bè, đồng nghiệp) nghĩ rằng họ nên hoặc không nên trở thành cố vấn. Dựa trên lý thuyết về hành vi kế hoạch (theory of planned behavior), quy chuẩn chủ quan là một yếu tố quan trọng dự đoán ý định hành vi. Những cá nhân cảm nhận được sự ủng hộ từ những người quan trọng khác đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp sẽ có xu hướng có ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp cao hơn [7].

H2: Quy chuẩn chủ quan có tác động tích cực đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp

Yếu tố nhận thức kiểm soát hành vi

Nhận thức kiểm soát hành vi (perceived behavioral control - PBC) đề cập đến niềm tin của một cá nhân về mức độ dễ dàng hoặc khó khăn trong việc thực hiện một hành vi cụ thể. Trong bối cảnh cố vấn khởi nghiệp, PBC có thể bao gồm niềm tin của một người về việc họ có kiến thức, kỹ năng, thời gian và nguồn lực cần thiết để trở thành một cố vấn hiệu quả hay không. Dựa trên lý thuyết về hành vi kế hoạch (theory of planned behavior), PBC là một yếu tố quan trọng dự đoán ý định hành vi [7]. Nghiên cứu của Wioletta cho thấy những cá nhân có nhận thức kiểm soát hành vi cao hơn đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp (tức là, họ tin rằng họ có khả năng và nguồn lực để trở thành cố vấn) sẽ có xu hướng có ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp cao hơn [9].

H3: Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp

Yếu tố kiến thức và kinh nghiệm

Kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn là tiêu chí quan trọng để trở thành người cố vấn. Người cố vấn cần có đủ kiến thức và kinh nghiệm thực tế để có thể chia sẻ, hướng dẫn và hỗ trợ các doanh nhân khởi nghiệp [10]. Người cố vấn cần thể hiện sự thành công trong sự nghiệp của mình. Điều này giúp họ có đủ uy tín và kinh nghiệm để truyền đạt lại cho người được cố vấn [10]. Kinh nghiệm được cố vấn trước đây cũng ảnh hưởng đến ý định trở thành cố vấn. Những người đã từng được cố vấn có xu hướng nhận thức rõ hơn về giá trị của hoạt động cố vấn và có động lực để đóng vai trò tương tự cho người khác [11].

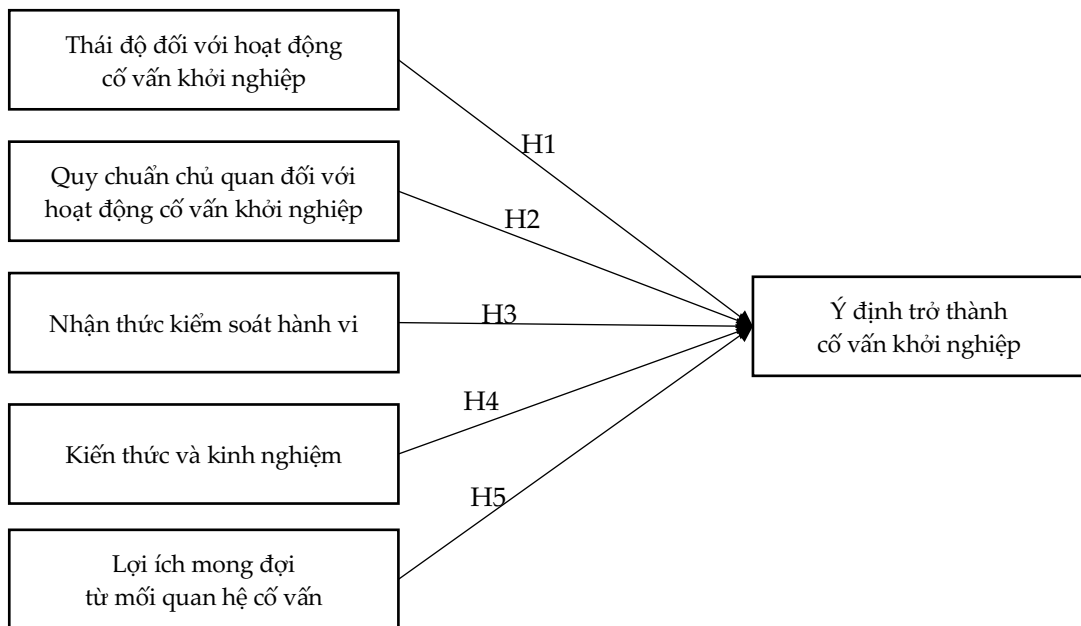
H4: Kiến thức và kinh nghiệm có tác động tích cực đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp

Yếu tố lợi ích mong đợi từ mối quan hệ cố vấn

Lợi ích mong đợi từ mối quan hệ cố vấn đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy cá nhân tham gia vào hoạt động cố vấn khởi nghiệp. Khi một người nhận thức được những lợi ích tiềm năng mà họ có thể đạt được thông qua việc trở thành cố vấn, họ sẽ có động lực mạnh mẽ hơn để theo đuổi vai trò này. Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng, lợi ích của việc trở thành người cố vấn vượt ra ngoài thành công và sự hài lòng trong sự nghiệp. Người cố vấn còn có thể được công nhận, tăng động lực làm việc, nâng cao năng lực và mở rộng mạng lưới quan hệ

[12, 10, 13]. Sự công nhận và hỗ trợ từ đồng nghiệp và tổ chức là một trong những lợi ích quan trọng của việc làm cố vấn. Điều này có thể thúc đẩy ý định trở thành cố vấn của cá nhân [14, 13]. Người cố vấn có thể đạt được sự hài lòng khi giúp đỡ người khác thành công. Đây là một yếu tố thúc đẩy mạnh mẽ đối với nhiều người [12].

H5: Lợi ích mong đợi từ mối quan hệ cố vấn có tác động tích cực đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp



Hình 1. Sơ đồ mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả đề xuất

2.3 Phương pháp nghiên cứu

Kích thước mẫu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi với 350 doanh nhân, nhân sự doanh nghiệp và giảng viên đại học tại khu vực miền Trung để thu thập dữ liệu về ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp. Kích thước mẫu này đã được tính toán dựa trên các yếu tố thống kê như mức độ tin cậy kỳ vọng, sai số cho phép. Đây cũng là một con số khả thi về mặt nguồn lực

và thời gian đối với nhóm nghiên cứu. Một số nghiên cứu khác tương tự do nhóm nghiên cứu quan sát cũng có kích thước mẫu tương đương. Cỡ mẫu này phù hợp với khuyến nghị của Hair và cộng sự [16] về việc đảm bảo đủ số lượng quan sát cho phân tích nhân tố khám phá (EFA) với 18 biến quan sát ban đầu. Ngoài ra, kích thước mẫu này cũng phù hợp với đề xuất của Kline [15] về kích thước mẫu lớn ($N > 200$) để đạt được các ước lượng tham số ổn định trong phân tích hồi quy.

Khung lấy mẫu: Hiện nay, khu vực miền Trung Việt Nam có 10 địa phương, trong đó các địa phương ghi nhận có triển khai hoạt động liên quan đến cố vấn khởi nghiệp vẫn còn rất hạn chế với 6/10 địa phương bao gồm các tỉnh Thừa Thiên Huế, Quảng Nam, Khánh Hòa, Quảng Bình, Bình Định và thành phố Đà Nẵng. Tác giả đã phối hợp với các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp tại các địa phương trọng điểm có triển khai hoạt động cố vấn khởi nghiệp để xác định danh sách các cố vấn khởi nghiệp. Tổng số 350 phiếu khảo sát được thu về qua hình thức trực tuyến được tiến hành hiệu chỉnh trước khi đưa vào xử lý và phân tích dữ liệu. Phương pháp chọn mẫu đưa ra là phương pháp chọn mẫu thuận tiện.

Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua 15 cuộc phỏng vấn sâu với các cố vấn khởi nghiệp hiện tại và tiềm năng, cụ thể là các doanh nhân, chuyên gia tư vấn, nhà quản lý doanh nghiệp và giảng viên đại học tại 6 tỉnh thành miền Trung (Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Bình, Bình Định, Khánh Hòa). Các cuộc phỏng vấn này nhằm khám phá sâu hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, bao gồm cả các yếu tố cá nhân (thái độ, kiến thức, kinh nghiệm, lợi ích mong đợi), xã hội (quy chuẩn chủ quan) và môi trường (chương trình cố vấn khởi nghiệp). Các cuộc phỏng vấn tập trung vào việc tìm hiểu động cơ, kinh nghiệm, nhận thức và thái độ của các cá nhân đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp. Kết quả nghiên cứu định tính được sử dụng để xây dựng và tinh chỉnh mô hình nghiên cứu, cũng như phát triển thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

Phương pháp thu thập dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi để thu thập dữ liệu từ các doanh nhân, nhân sự doanh nghiệp và giảng viên đại học tại khu vực miền Trung. Dữ liệu được thu thập thông qua hình thức trực tuyến (sử dụng Google form) và các cuộc gọi điện trực tiếp để xác nhận, đảm bảo tính đa dạng và độ tin cậy của thông tin.

Phương pháp xử lý dữ liệu

Các kỹ thuật thống kê mô tả và suy luận được sử dụng để phân tích dữ liệu thu thập được. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha được sử dụng để đánh giá độ tin cậy của thang đo. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để xác định các nhân tố tiềm ẩn ảnh hưởng đến ý

định trở thành cố vấn khởi nghiệp. Phân tích tương quan Pearson được sử dụng để kiểm tra mối quan hệ giữa các nhân tố này. Cuối cùng, phân tích hồi quy đa biến sẽ được sử dụng để kiểm tra ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

3 Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1 Đặc điểm mẫu khảo sát

Nghiên cứu này thu thập dữ liệu thông qua bảng hỏi đối với 350 người, là các doanh nhân, nhân sự doanh nghiệp và giảng viên đại học tại 6 tỉnh thành miền Trung (Thừa Thiên Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Bình, Bình Định, Khánh Hòa). Đây là những đối tượng có khả năng trở thành cố vấn khởi nghiệp tiềm năng, có kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm thực tiễn.

Kết quả thống kê mô tả cho thấy nam giới chiếm 55,4% và nữ giới chiếm 44,6% số người tham gia khảo sát. Phần lớn người được khảo sát (96,3%) nằm trong độ tuổi 30–60, là nhóm tuổi thường có kinh nghiệm và kiến thức cần thiết cho vai trò cố vấn. Một tỷ lệ nhỏ (3,1%) trên 60 tuổi cũng cho thấy sự đa dạng về độ tuổi trong nhóm cố vấn tiềm năng.

Đối với các biến về chương trình cố vấn khởi nghiệp, kết quả cho thấy có 35,7% người được hỏi chưa từng tham gia chương trình cố vấn khởi nghiệp, 55,4% đã từng tham gia và 8,9% đang tham gia. Về mức độ hài lòng với chương trình cố vấn khởi nghiệp, có tới 61,1% người được hỏi rất hài lòng và 36,3% hài lòng. Chỉ có 2,6% không hài lòng hoặc rất không hài lòng.

3.2 Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Về tần suất tham gia các sự kiện hoặc hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp, có 23,7% người được hỏi thường xuyên tham gia, 47,7% thỉnh thoảng tham gia và 28,6% hiếm khi tham gia.

Phương trình hồi quy tuyến tính về ảnh hưởng của chương trình mentoring đến ý định thành lập doanh nghiệp của mentee có dạng:

$$Y = \beta_0 + \beta_1TD + \beta_2QC + \beta_3NT + \beta_4KT + \beta_5LI + \varepsilon_i$$

Bảng 1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Thang đo	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến	Giá trị trung bình	Nguồn tham khảo
1. Thái độ đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp (TD): Cronbach's Alpha biến tổng = 0,759				

Bạn cảm thấy hài lòng khi giúp đỡ các doanh nhân khởi nghiệp phát triển ý tưởng kinh doanh của họ	0,416	0,753	4,24	Allen, Poteet, & Burroughs [8]
Bạn tin rằng việc cố vấn khởi nghiệp là một cách hiệu quả để đóng góp cho sự phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp	0,569	0,700	4,08	
Bạn cảm thấy có trách nhiệm giúp đỡ thế hệ doanh nhân khởi nghiệp tiếp theo	0,559	0,703	3,93	
Bạn tin rằng việc cố vấn khởi nghiệp là một trải nghiệm bổ ích và đáng giá đối với tôi	0,569	0,699	3,81	
Bạn sẵn sàng dành thời gian và công sức để hỗ trợ các doanh nhân khởi nghiệp vượt qua những thách thức ban đầu	0,525	0,717	4,29	
2. Quy chuẩn chủ quan đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp (QC): Cronbach's Alpha biến tổng = 0,718				
Các cá nhân trong ngành mà tôi kính trọng thường xuyên tham gia vào hoạt động cố vấn khởi nghiệp	0,577	0,580	2,82	Jeffrey và cs. [23]
Đồng nghiệp của tôi coi trọng việc cố vấn khởi nghiệp	0,554	0,611	2,78	
Cộng đồng khởi nghiệp mà tôi tham gia đánh giá cao vai trò của người cố vấn	0,485	0,694	2,79	
3. Nhận thức kiểm soát hành vi (NT): Cronbach's Alpha biến tổng = 0,676				
Bạn tự tin rằng bạn có thể cân bằng giữa việc cố vấn khởi nghiệp với các trách nhiệm công việc hiện tại của mình.	0,333	0,682	3,15	Wioletta [9] Jeffrey và cs. [23]
Bạn có thể vượt qua các rào cản và khó khăn có thể gặp phải trong quá trình cố vấn khởi nghiệp	0,476	0,600	3,08	
Bạn có đủ thời gian và nguồn lực cần thiết để trở thành một cố vấn khởi nghiệp hiệu quả.	0,518	0,569	3,33	
Bạn có đủ khả năng để đối phó với những tình huống bất ngờ có thể xảy ra trong quá trình cố vấn khởi nghiệp	0,514	0,571	3,40	
4. Kiến thức và kinh nghiệm (KT): Cronbach's Alpha biến tổng = 0,854				
Bạn có kiến thức chuyên môn về lĩnh vực khởi nghiệp	0,688	0,874	3,18	Ragins & Kram [10], Bozionelos [11].
Bạn có kiến thức về các nguồn lực hỗ trợ khởi nghiệp (ví dụ: vườn ươm doanh nghiệp, quỹ đầu tư mạo hiểm)	0,766	0,845	2,98	

Bạn hiểu rõ các thách thức và khó khăn mà các doanh nhân khởi nghiệp thường gặp phải	0,762	0,846	3,10	
Bạn có khả năng truyền đạt kiến thức và kinh nghiệm của mình một cách hiệu quả cho người khác	0,779	0,840	2,99	
5. Lợi ích mong đợi từ mối quan hệ cố vấn (LI): Cronbach's Alpha biến tổng = 0,838				
Trở thành cố vấn khởi nghiệp sẽ giúp bạn có thêm kiến thức và kinh nghiệm trong lĩnh vực khởi nghiệp	0,677	0,792	3,99	
Trở thành cố vấn khởi nghiệp sẽ giúp bạn mở rộng mạng lưới quan hệ chuyên nghiệp của mình	0,715	0,774	3,96	Allen et al. [12], Kram [10], Ragins & Scandura [13], Allen [14].
Trở thành cố vấn khởi nghiệp sẽ giúp bạn có được sự công nhận và đánh giá cao từ đồng nghiệp và cộng đồng	0,635	0,810	3,60	
Trở thành cố vấn khởi nghiệp sẽ giúp tôi để lại di sản và tạo ảnh hưởng tích cực đến cộng đồng khởi nghiệp	0,653	0,802	3,77	
6. Ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp (YD): Cronbach's Alpha biến tổng = 0,865				
Bạn sẵn sàng tham gia các chương trình đào tạo để nâng cao kỹ năng cố vấn khởi nghiệp của mình	0,749	0,805	3,56	
Bạn có kế hoạch tìm kiếm cơ hội để trở thành cố vấn khởi nghiệp	0,753	0,802	3,85	Ragins & Cotton [21], Ragins & Scandura [22]
Nếu có cơ hội, bạn sẽ nhận lời mời làm cố vấn khởi nghiệp	0,728	0,825	3,79	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu 350 đối tượng tại khu vực miền Trung, 2024

3.3 Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) bằng phương pháp xoay (Promax)

– *Đối với các biến độc lập:* Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) sử dụng phương pháp xoay Promax cho thấy 20 biến quan sát ban đầu được nhóm thành 5 nhân tố chính. Tổng phương sai trích xuất được là 62,118%, vượt quá ngưỡng 50% cho thấy mô hình phù hợp và giải thích được phần lớn sự biến thiên trong dữ liệu. Giá trị Eigenvalues của tất cả các nhân tố đều lớn hơn 1, với giá trị thấp nhất là 1,494, xác nhận tính phù hợp của mô hình. Hệ số KMO đạt 0,798, vượt qua ngưỡng 0,5, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu. Kiểm định Bartlett cho kết quả thống kê Chi-Square là 2534,867 với mức ý nghĩa Sig. = 0,000 ($p < 0,05$), chứng tỏ các biến quan sát có mối tương quan với nhau.

– *Đối với biến phụ thuộc*: Kết quả phân tích EFA đối với thang đo ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp cho thấy thang đo này đạt yêu cầu về độ tin cậy và tính hiệu quả. Ba biến quan sát của thang đo hội tụ thành một nhân tố duy nhất với Eigenvalue là 2,364, vượt quá ngưỡng 1. Tổng phương sai trích xuất là 78,807%, vượt qua ngưỡng 50%, cho thấy thang đo giải thích tốt cho phần lớn sự biến thiên trong dữ liệu. Các hệ số tải nhân tố của các biến đều lớn hơn 0,3, xác nhận tính phù hợp của mô hình. Hệ số KMO đạt 0,737, vượt qua ngưỡng 0,5, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu. Kiểm định Bartlett cho kết quả thống kê Chi-Square là 498,434 với mức ý nghĩa Sig = 0,000 ($p < 0,05$), chứng tỏ các biến quan sát có mối tương quan với nhau.

Tóm lại, kết quả phân tích EFA với phương pháp xoay Promax đã xác nhận tính phù hợp và hiệu quả của mô hình nghiên cứu, cũng như độ tin cậy và tính hiệu quả của thang đo ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

3.4 Phân tích tương quan hệ số Pearson

Dựa vào kết quả phân tích trong Bảng 2, các yếu tố thái độ, kiến thức & kinh nghiệm và lợi ích mong đợi có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, các yếu tố này tiếp tục được đưa vào phân tích hồi quy đa biến. Trong khi đó, nhận thức kiểm soát hành vi cũng có ảnh hưởng nhỏ, còn quy chuẩn chủ quan không có ảnh hưởng đáng kể.

Bảng 2. Bảng ma trận tương quan theo hệ số Pearson

Tương quan Pearson		YD	TD	QC	NT	KT	LI
YD	Hệ số tương quan	1					
	Giá trị p						
TD	Hệ số tương quan	0,433**	1				
	Giá trị p	0,000					
QC	Hệ số tương quan	0,018	0,032	1			
	Giá trị p	0,741	0,557				
NT	Hệ số tương quan	0,126*	0,010	-0,066	1		
	Giá trị p	0,018	0,854	0,217			
KT	Hệ số tương quan	0,424**	0,282**	0,052	0,152**	1	
	Giá trị p	0,000	0,000	0,335	0,004		
LI	Hệ số tương quan	0,515**	0,379**	-0,064	0,066	0,410**	1
	Giá trị p	0,000	0,000	0,233	0,220	0,000	

Nguồn: Phân tích tổng hợp của tác giả, 2024

3.5 Phân tích hồi quy đa biến

Phân tích hồi quy cho thấy ba yếu tố: Thái độ đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp ($\beta = 0.249$, Sig. < 0.05), Kiến thức và kinh nghiệm ($\beta = 0.208$, Sig. < 0.05), và Lợi ích mong đợi ($\beta = 0.331$, Sig. < 0.05) đều có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp

(Bảng 3). Trong đó, Lợi ích mong đợi có tác động mạnh nhất đến ý định này. Cụ thể, khi các yếu tố khác không đổi, nếu Lợi ích mong đợi tăng lên 1 đơn vị thì Ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp tăng 0,331 đơn vị.

Nhận thức kiểm soát hành vi không có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp ($\beta = 0.070$, Sig. > 0.05).

Mô hình hồi quy không vi phạm giả định đa cộng tuyến và phân phối chuẩn của phần dư. Mô hình giải thích được 36,8% sự biến thiên của ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

Biểu đồ tần số của phần dư chuẩn hóa cho thấy phân phối của phần dư có giá trị trung bình = $9.97E-16 \approx 0$ và độ lệch chuẩn = $0,994 \approx 1$. Mặt khác, biểu đồ P-lot cho thấy các chấm điểm phân tán sát với đường chéo, phân phối chuẩn có phần dư có thể xem như chuẩn. Do đó, có thể kết luận rằng: giả thuyết phân phối chuẩn của phần dư không bị vi phạm.

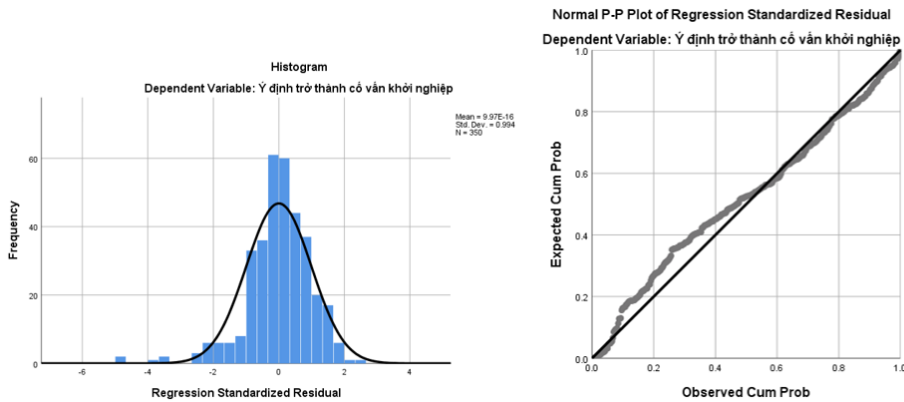
Các phân tích trên cho thấy ba yếu tố: Thái độ đối với hoạt động cố vấn khởi nghiệp ($\beta = 0.249$, Sig. < 0.001), Kiến thức và kinh nghiệm ($\beta = 0.208$, Sig. < 0.001) và Lợi ích mong đợi ($\beta = 0.331$, Sig. < 0.001) đều có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp. Trong đó, Lợi ích mong đợi có tác động mạnh nhất.

Bảng 3. Kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa Beta	Thống kê T	Sig,	Thống kê đa cộng tuyến Statistics	
	B	Độ lệch chuẩn				Độ chấp nhận của biến	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
(Constant)	-0,273	0,338		-0,808	0,420		
1							
TD	0,385	0,072	0,249	5,340	0,000	0,836	1,196
NT	0,095	0,058	0,070	1,632	0,104	0,976	1,025
KT	0,208	0,048	0,208	4,360	0,000	0,797	1,254
LI	0,390	0,058	0,331	6,775	0,000	0,756	1,322

a, Biến độc lập: Ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp

Nguồn: Phân tích tổng hợp của tác giả, 2024



Hình 2. Biểu đồ tần số của phần dư chuẩn hóa và P-P Plot

Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu trước đây đã chứng minh mối quan hệ giữa các yếu tố cá nhân với ý định trở thành cố vấn [17, 12, 11, 18, 19]. Cụ thể, những người có thái độ tích cực, kiến thức và kinh nghiệm liên quan đến khởi nghiệp và mong đợi nhiều lợi ích từ việc trở thành cố vấn có xu hướng tham gia vào hoạt động này.

Nghiên cứu của Allen [14] và Ragins & Scandura [13] cũng chỉ ra rằng các lợi ích như được công nhận, tăng động lực làm việc, nâng cao năng lực và mở rộng mạng lưới quan hệ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ý định trở thành cố vấn của cá nhân.

Bên cạnh đó, nghiên cứu của Onise Alpenidze cũng cho thấy hoạt động cố vấn có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp phát triển và vượt qua giai đoạn khởi đầu đầy thách thức [20].

Kết quả nghiên cứu này cũng phù hợp với các nghiên cứu trước đây về mối quan hệ giữa lợi ích mong đợi, kinh nghiệm cố vấn trước đây và ý định trở thành cố vấn [21, 22].

Tuy nhiên, khác với các nghiên cứu trước, nghiên cứu này cho thấy nhận thức kiểm soát hành vi không có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp. Điều này có thể được giải thích là do những người tham gia khảo sát đã có sẵn kiến thức và kinh nghiệm nhất định về khởi nghiệp, nên họ tự tin vào khả năng của mình để trở thành cố vấn, bất kể nhận thức về kiểm soát hành vi của họ như thế nào.

4 Kết luận và đề xuất

4.1 Kết luận

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng thái độ tích cực, kiến thức và kinh nghiệm, và lợi ích mong đợi có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, trong đó lợi ích mong đợi là yếu tố có tác động mạnh mẽ nhất. Quy chuẩn chủ quan (áp lực từ xã hội hoặc những người xung quanh) và nhận thức kiểm soát hành vi không có ảnh hưởng đáng kể đến ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

Nghiên cứu này cung cấp những hiểu biết quan trọng về các yếu tố thúc đẩy cá nhân tham gia vào hoạt động cố vấn khởi nghiệp. Dựa trên kết quả nghiên cứu, các bên liên quan như chính phủ, tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp và các trường đại học có thể xây dựng các chương trình đào tạo, hỗ trợ và thu hút nguồn cố vấn tiềm năng, góp phần phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho hoạt động cố vấn khởi nghiệp ở miền Trung Việt Nam. Tuy nhiên, nghiên cứu này vẫn còn một số hạn chế nhất định. Mô hình hồi quy chỉ giải thích được 36,8% sự biến thiên của ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp, cho thấy còn nhiều yếu tố khác chưa được xem xét đến. Hơn nữa, nghiên cứu mới chỉ tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến ý định trở thành cố vấn mà chưa đánh giá hiệu quả thực tế của hoạt động cố vấn.

Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi nghiên cứu để xem xét thêm các yếu tố khác như quy chuẩn xã hội, khả năng tiếp cận nguồn lực và các yếu tố về môi trường kinh doanh. Bên cạnh đó, cần có những nghiên cứu dài hạn để đánh giá hiệu quả thực tế của hoạt động cố vấn khởi nghiệp tại các tỉnh khu vực miền Trung.

4.2 Đề xuất

Dựa trên kết quả nghiên cứu, các kiến nghị sau đây được đưa ra nhằm thúc đẩy hoạt động cố vấn khởi nghiệp tại các tỉnh khu vực miền Trung:

Thứ nhất, tăng cường truyền thông về lợi ích của việc trở thành cố vấn khởi nghiệp, nhấn mạnh những lợi ích toàn diện mà cố vấn có thể nhận được, từ sự hài lòng cá nhân khi giúp đỡ người khác thành công đến việc mở rộng mạng lưới quan hệ chuyên nghiệp và được cộng đồng ghi nhận.

Thứ hai, xây dựng các chương trình đào tạo bài bản và liên tục, trang bị cho các cố vấn những kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết để hỗ trợ hiệu quả các doanh nhân khởi nghiệp, đặc biệt chú trọng vào các kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm như giao tiếp, lắng nghe, thấu cảm và truyền cảm hứng.

Thứ ba, thiết kế các chương trình cố vấn khởi nghiệp bài bản, tạo cơ hội cho các cố vấn tiềm năng được trải nghiệm thực tế thông qua các hoạt động như tư vấn mô phỏng, tham gia các sự kiện khởi nghiệp, kết nối với các doanh nhân thành đạt, từ đó giúp họ hiểu rõ hơn về vai trò và trách nhiệm của một cố vấn, đồng thời khơi dậy niềm đam mê và ý định trở thành cố vấn khởi nghiệp.

Thứ tư, xây dựng một hệ sinh thái hỗ trợ toàn diện, bao gồm các chính sách hỗ trợ, cơ chế kết nối giữa cố vấn và doanh nghiệp khởi nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động cố vấn khởi nghiệp, đồng thời tổ chức các sự kiện và hoạt động giao lưu, chia sẻ kinh nghiệm để tạo ra một cộng đồng cố vấn khởi nghiệp vững mạnh.

Thứ năm, thiết lập một hệ thống đánh giá và ghi nhận công lao của các cố vấn khởi nghiệp, có thể thông qua các hình thức khen thưởng, chứng nhận hoặc các cơ hội phát triển nghề nghiệp, từ đó khẳng định và nâng cao vị thế của người cố vấn trong cộng đồng khởi nghiệp. Các đề xuất, kiến nghị này được đưa ra với hy vọng sẽ góp phần thúc đẩy hoạt động cố vấn khởi nghiệp tại các tỉnh khu vực miền Trung, từ đó tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp năng động và phát triển bền vững.

Tài liệu tham khảo

1. Eby, L. T., Butts, M. M., Durley, J., & Ragins, B. R. (2010), Are bad experiences stronger than good ones in mentoring relationships? Evidence from the protégé and mentor perspective, *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 81–92.
2. Trang, N. T. T. (2020), Cố vấn khởi nghiệp trong hoạt động tư vấn nghề nghiệp cho sinh viên của Trường Đại học Ngoại thương, *Tạp Chí Quản Lý Kinh Tế Quốc Tế (Journal of International Economics and Management)*, 128, 147–156.
3. Vietnam Mentors Initiative (2018), Tài liệu hướng dẫn Cố vấn khởi nghiệp.
4. Valadez, A. M., Lund, C. A. (1993), *Mentorship: Maslow and me*, *Contin Educ Nurs*, 24(6), 259–63. doi: 10.3928/0022-0124-19931101-07.
5. Randolph T. Barker and Michael W. Pitts (1997), Graduate Students as Mentors: An Approach for the Undergraduate Class Project, *Sage Journals Home*, 21(2) <https://doi.org/10.1177/105256299702100207>.
6. Etienne St-Jean, Josée Audet (2009), Factors Leading to Satisfaction in a Mentoring Scheme for Novice Entrepreneurs, *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 7(1), 148.
7. Ajzen, I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211.
8. Allen, T. D., Poteet, M. L., & Burroughs, S. (1997), The mentors perspective: A qualitative inquiry and agenda for future research, *Journal of Vocational Behavior*, 51, 70–89.
9. Wioletta Małota (2017), Motivational Factors to be a Mentor in Formal Mentoring in Organisations, *Journal of Management and Business Administration*.
10. Ragins, B. R. and Kram, K. E. (eds.) (2007), *The Handbook of Mentoring at Work: Theory, Research and Practice*, 123–147, Thousand Oaks, CA, Sage.

11. Nikos Bozionelos (2004), Mentoring provided: Relation to mentor's career success, personality, and mentoring received, *Journal of Vocational Behavior*, 64(1), 24–46. DOI: 10.1016/S0001-8791(03)00033-2.
12. Allen, T. D. and Poteet, M. L. and Burroughs, S. (1997), The mentor's perspective: A qualitative inquiry and agenda for future research, *Journal of Vocational Behavior*, 51, 70–89.
13. Ragins, B. R. and Scandura, T. A. (1994), Gender differences in expected outcomes of mentoring relationships, *Academy of Management Journal*, 37, 957–971, <https://doi.org/10.2307/256606>.
14. Allen, T. D. and Eby L. T. (eds.) (2007), *The Blackwell Handbook of Mentoring, A Multiply Perspectives Approach*, Blackwell Publishing, Malden, USA.
15. Kline, Theresa (2005), *Psychological testing: A practical approach to design and evaluation*, Sage.
16. Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson. R. E., Tatham, R.L. (2006), *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall, Englewood Cliffs.
17. Allen, T. D. (2003), Mentoring others: A dispositional and motivational approach, *Journal of Vocational Behavior*, 62, 144–154, [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00046-5](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00046-5).
18. Penner, L. A., Craiger, J. P., Fritzsche, B. A., & Friefield, T. R. (1995), Measuring the prosocial personality. In J. Butcher & C. D. Spielberger (Eds.), *Advances in personality assessment*, 10, 147–163, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
19. Turban, D. B., & Dougherty, T. W. (1994), Role of protégé personality in receipt of mentoring and career success, *Academy of Management Journal*, 37, 688–702.
20. Onise Alpenidze, Alexandrina Maria Pauceanu, and Shouvik Sanyal. "Key success factors for business incubators in Europe: An empirical study," *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25.1 (2019), 1–13.
21. Ragins, B. R., & Cotton, J. L. (1993), Gender and willingness to mentor in organizations, *Journal of Management*, 19, 97–111.
22. Ragins, B. R., & Scandura, T. A. (1999), Burden or blessing? Expected costs and benefits of being a mentor, *Journal of Organizational Behavior*, 20, 493–509.
23. Jeffrey, S. B. & David, J. B., Thomas, J., Evgeny, K., Melanie, M. (2017), *Mentoring in startup Ecosystems*. Michigan Ross.
24. Hiền, H. L. P., Thảo, L. T. P (2023), Nâng cao năng lực cố vấn khởi nghiệp: trường hợp nghiên cứu tại địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và phát triển* (2588-1205), 123–143.
25. Anthony K. Tjan (2017), *Harvard Business review*, <https://hbr.org/2017/02/what-the-best-mentors-do>.

26. Anh, P. Đ. T. (2016), *The Saigon Times*, <http://www.thesaigontimes.vn/142578/Mentor-va-Mentee-ù-don-gian-chung-ta-can-nhau.html>.