

NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA PHỤ NỮ NÔNG THÔN TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Lê Kiều Oanh¹¹, Nguyễn Tri Khiêm¹²

Tóm tắt: Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ được dựa trên cơ sở lý thuyết về khởi nghiệp và các mô hình nghiên cứu trước, kết hợp với nghiên cứu định tính. Nghiên cứu xác định 5 nhân tố: (1) Chuẩn chủ quan, (2) Niềm tin về tính khả thi, (3) Đam mê kinh doanh, (4) Sự sẵn sàng kinh doanh và (5) Kiểm soát hành vi cảm nhận có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp. Nghiên cứu định lượng được thực hiện với 160 quan sát trên địa bàn 3 huyện Cờ Đỏ, Thới Lai và Vĩnh Thạnh của thành phố Cần Thơ thông qua phiếu khảo sát ý kiến để đánh giá thang đo và đánh giá sự phù hợp của mô hình nghiên cứu. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đã đưa ra một số hàm ý quản trị để khích lệ, động viên,... phụ nữ nông thôn tham gia khởi nghiệp góp phần vào công cuộc xây dựng “Nông thôn mới” và các mục tiêu kinh tế - xã hội khác. Ngoài ra, tác giả cũng đã đưa ra một số hạn chế của đề tài và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo trong tương lai.

Từ khóa: Khởi nghiệp, phụ nữ nông thôn.

Abstract: Analysis of factors affecting the entrepreneurial intention of rural womens in Can Tho was based on the theory of entrepreneurship and previous research models, combined with qualitative research. The study identified five factors: (1) Subjective standard, (2) Belief in feasibility, (3) Passion for business, (4) Business readiness and (5) Control of perceived behavior that influences entrepreneurial intent. Mixed methods of qualitative and quantitative research were used. Qualitative research aims to clarify meaning, validation, editing and supplementing the observed variables measuring concepts in modeling studies in theoretical research models. Quantitative research were carried out with 160 observations in 3 districts of Co Do, Thoi Lai and Vinh Thanh of Can Tho city through survey questionnaires to measure and evaluate the reliability and validity of the study. From the research results, the author has made some managerial implications to promote business start-up for rural women to contribute to the construction of the “New Rural” and other socio-economic goals. Also the author has made some recommendations for further studies in the future.

Keyword: entreprenmt intention, start-up, rural women.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khởi nghiệp là lĩnh vực luôn được các nhà nghiên cứu quan tâm hàng đầu vì sự phát triển kinh tế quốc gia. Tại Việt Nam, khởi nghiệp trở thành một trào lưu và được nhiều người quan tâm. Các phong trào khởi nghiệp, các chương trình kêu gọi, hỗ trợ, tạo điều kiện khởi nghiệp ngày càng nở rộ. Bất kỳ cá nhân nào cũng có thể khởi nghiệp, không phân biệt độ tuổi,

¹¹ Quỹ hỗ trợ phụ nữ phát triển kinh tế thành phố Cần Thơ

¹² Phó giáo sư - Tiến sĩ - Trường Đại học Nam Cần Thơ

giới tính, nơi ở,... Hiện nay, những ý tưởng khởi nghiệp được hình thành chủ yếu bởi các bạn trẻ đam mê làm giàu và sáng tạo. Tuy nhiên, không nằm ngoài xu hướng phát triển chung của xã hội, có rất nhiều phụ nữ tham gia khởi nghiệp và đã có những thành công nhất định trong mọi lĩnh vực. Xã hội cũng đã dành nhiều quan tâm hơn đối với đối tượng phụ nữ. Nhiều mô hình kinh tế do phụ nữ làm chủ, đi đầu trong phong trào khởi nghiệp đạt hiệu quả cao, không những tạo việc làm giúp phụ nữ nghèo vượt khó vươn lên, mà còn có sức lan tỏa mạnh trong phát triển kinh tế xã hội ở địa phương. Bên cạnh những phụ nữ đã thành công với mô hình của mình thì vẫn còn không ít những rào cản khiến việc tham gia khởi nghiệp của phụ nữ gặp nhiều khó khăn. Các nghiên cứu thực nghiệm về việc khởi sự doanh nghiệp của phụ nữ nông thôn còn rất hạn chế, việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của phụ nữ sẽ giúp các nhà hoạch định chính sách có cơ sở khoa học đề xuất một số chế độ chính sách cụ thể cho đối tượng này.

2. GIẢ THUYẾT CÁC YẾU TỐ TẠO ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC

H1. Chuẩn chủ quan

Hành động con người được định hướng, thúc đẩy bởi hoàn cảnh xã hội, quy tắc xã hội, chuẩn mực xã hội. Chuẩn chủ quan gắn liền với việc bạn bè và mọi người trong xã hội có cổ vũ, ủng hộ hành vi một cá nhân tự mình kinh doanh hay không. Môi trường sống, văn hóa xã hội có khuyến khích hay phản bác hành vi hay ý định khởi nghiệp. Điều này xuất phát từ văn hóa tổ chức, văn hóa gia đình. Vì vậy, chuẩn chủ quan sẽ định hướng ý định khởi nghiệp và hành vi cá nhân. Những sự cổ vũ, lời động viên hay những ý kiến phản bác, chê trách từ xã hội sẽ làm tăng hay giảm sút ý định khởi nghiệp. Từ những lập luận trên, có giả thuyết như sau: **H1** Chuẩn chủ quan có mối tương quan thuận chiều với ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ.

H2. Niềm tin về tính khả thi

Miền tin về tính khả thi là mức độ mà bản thân cá nhân đó có thể bắt đầu công việc kinh doanh. Ý định tạo lập doanh nghiệp luôn đi kèm với tính khả thi của ý định ý tưởng kinh doanh. Niềm tin vào sự thành công, tính hợp lý và sự phù hợp của ý định kinh doanh sẽ thúc đẩy chủ nhân ý tưởng quyết tâm thực hiện ý tưởng đó. Cá nhân sẽ tập trung mọi nguồn lực để thực hiện một hành vi nhằm đạt được mục tiêu đề ra dù có khó khăn xảy ra. Sự hợp lý của cách thức, mô hình kinh doanh hay kế hoạch kinh doanh của chủ thể ý tưởng sẽ tác động đến mức độ cảm nhận tính khả thi của mỗi cá nhân. Từ những lập luận trên, có giả thuyết như sau: **H2** Niềm tin về tính khả thi của dự án khởi nghiệp có mối tương quan thuận chiều với ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ.

H3. Đam mê kinh doanh

Để thành công trong mọi công việc, điều đầu tiên và tiên quyết là phải có sự đam mê. Tính hấp dẫn trong việc bắt đầu kinh doanh là tiền đề và động lực tạo ra sự đam mê. Sự đam mê tạo cho cá nhân quyết tâm, ý chí kiên định thực hiện hành vi. Trong nền kinh tế thị trường

hiện nay, một doanh nghiệp khó có thể thành công trên thương trường nếu chủ thể của ý tưởng không có sự thôi thúc của bản thân hay sự khát vọng, thích thú bởi sự việc thực hiện ý tưởng đó. Sự đam mê là động lực chính để chủ thể ý tưởng kinh doanh có thể tiếp tục phát triển và hoàn thiện nó theo khả năng và điều kiện của hoàn cảnh kinh tế đặt ra. Từ những lập luận trên, ta giả thuyết như sau: **H₃** Đam mê kinh doanh có mối tương quan thuận chiều với ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ.

H4. Sự sẵn sàng kinh doanh

Xu hướng chấp nhận rủi ro đề cập đến định hướng của cá nhân trong việc đưa ra quyết định trong bối cảnh không chắc chắn (Nishantha, 2009). Người có nhu cầu cao về thành tích, khả năng kiểm soát nội bộ lớn hơn và sẵn sàng chấp nhận rủi ro cao sẽ dẫn đến nhiều ý định trở thành doanh nhân. Từ những lập luận trên, ta giả thuyết như sau: **H₄** Sự sẵn sàng kinh doanh có mối tương quan thuận chiều với ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ.

H5. Kiểm soát hành vi cảm nhận

Theo mô hình TPB (Theory of Planned Behaviour), nhận thức kiểm soát hành vi đề cập tới nhận thức về sự dễ dàng hay khó khăn trong việc thực hiện hành vi, nhận thức của một cá nhân được diễn giải như các nguồn lực đủ và được làm đủ để thực hiện hành vi đó. Điều này nhất quán với kết quả của Basu & Virick (2008), cho rằng việc tiếp xúc sớm với giáo dục khởi nghiệp sẽ có ảnh hưởng tích cực đến nhận thức kiểm soát hành vi (Basu & Virick, 2008). Từ những lập luận trên, ta giả thuyết như sau: **H₅** Kiểm soát hành vi cảm nhận có mối tương quan thuận chiều với ý định khởi nghiệp của phụ nữ nông thôn tại thành phố Cần Thơ.

3. DIỄN ĐẠT VÀ MÃ HÓA THANG ĐO

Thang đo dựa trên thang Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) của Liñán et al (2005) và Sagiri & Appolloni (2009). Thang đo và mã hóa được trình bày trong Bảng 1 sau:

Bảng 1: Tổng hợp các thang đo thành phần và thang đo ý định khởi nghiệp

Kí hiệu	Biến quan sát
CHUẨN CHỦ QUAN (CCQ)	
CCQ1	Nếu tôi quyết định khởi nghiệp, gia đình tôi rất ủng hộ
CCQ2	Nếu tôi quyết định khởi nghiệp, bạn bè tôi sẽ ủng hộ tôi
CCQ3	Gia đình ảnh hưởng rất nhiều đến ý định khởi nghiệp của tôi
CCQ4	Nghề nghiệp cha mẹ và người thân có ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của tôi
CCQ5	Người thân trong gia đình sẽ hết lòng hỗ trợ nếu tôi khởi nghiệp
CCQ6	Bạn bè sẽ hết lòng hỗ trợ nếu tôi khởi nghiệp

Kí hiệu	Biên quan sát
NIỀM TIN VỀ TÍNH KHẢ THI (TKT)	
TKT1	Tôi rất nhanh nhạy về các thông tin kinh doanh trên thị trường
TKT2	Tôi tin rằng mình có khả năng kinh doanh
TKT3	Tôi tin rằng mình có thể kiểm soát được các khó khăn khi khởi nghiệp
ĐAM MÊ KINH DOANH (DMKD)	
DMKD1	Tôi không thích đi làm thuê cho người khác
DMKD2	Việc kinh doanh thực sự hấp dẫn với tôi
DMKD3	Tôi thường xuyên theo dõi các thông tin trên các kênh thông tin khởi nghiệp
DMKD4	Tôi là người có nhiều hoài bão kinh doanh
SẴN SÀNG KINH DOANH (SSKD)	
SSKD1	Tôi đã chuẩn bị đầy đủ các kỹ năng để khởi nghiệp
SSKD2	Tôi đã chuẩn bị sẵn sàng đón nhận các khó khăn khi khởi nghiệp
SSKD3	Tôi tin vào khả năng của bản thân có thể kinh doanh tốt
SSKD4	Tôi đã tìm hiểu kỹ về môi trường kinh doanh
KIỂM SOÁT HÀNH VI CẢM NHẬN (KSHV)	
KSHV1	Tôi có nhiều mối quan hệ xã hội có thể hỗ trợ tốt cho việc khởi nghiệp
KSHV2	Tôi biết Nhà nước có những dự án hỗ trợ cho phụ nữ khởi nghiệp
KSHV3	Tôi có tích lũy vốn cho dự án khởi nghiệp
KSHV4	Khi thiếu vốn, tôi có thể vay mượn từ gia đình, bạn bè
KSHV5	Khi thiếu vốn, tôi có thể vay vốn từ ngân hàng, quỹ tín dụng nhân dân
Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP (YDKN)	
YDKN1	Tôi nhất định sẽ khởi nghiệp trong tương lai gần
YDKN2	Tôi đã có ý tưởng kinh doanh rõ ràng và đang trong quá trình chuẩn bị
YDKN3	Tôi có nhiều hoài bão kinh doanh và ý định khởi nghiệp luôn thôi thúc tôi.
YDKN4	Tôi đã suy nghĩ rất nghiêm túc trong việc thành lập công ty riêng

(Nguồn: Tác giả dựa vào nghiên cứu trước và điều chỉnh, 2019)

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Khảo sát được thực hiện trong tháng 8 năm 2019 tại 3 huyện Cờ Đỏ, Thới Lai và Vĩnh Thạnh. Thực trạng “Ý định khởi nghiệp” được thể hiện ở bảng 2.

Bảng 2: Thực trạng “Ý định khởi nghiệp” của phụ nữ nông thôn¹³

STT	Thang đo	N	Thấp nhất	Cao nhất	Trung vị	Độ lệch chuẩn
1	Kiểm soát hành vi cảm nhận	160	1,00	5,00	4,22	0,59
2	Đam mê kinh doanh	160	1,00	5,00	3,79	0,69
3	Niềm tin về tính khả thi	160	1,00	5,00	3,66	0,93
4	Chuẩn chủ quan	160	1,00	5,00	3,65	0,95
5	Sự sẵn sàng kinh doanh	160	1,00	5,00	3,61	0,84
	N Hợp lệ	160				

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu, 2019)

Đặc điểm mẫu nghiên cứu được tóm tắt theo Bảng 3 như sau:

Bảng 3: Tổng hợp đặc điểm mẫu nghiên cứu

STT	Đặc điểm	Tần suất	Tỷ lệ (%)	Lũy kế (%)	
1	Nhóm tuổi	Từ 18-25 tuổi	18	11,2	11,2
		Từ 26-35 tuổi	51	31,9	43,2
		Từ 36-45 tuổi	43	26,9	70,0
		Từ 46-60 tuổi	48	30,0	100,0
2	Hộ khẩu	Cờ Đỏ	60	37,5	37,5
		Thới Lai	50	31,2	68,7
		Vĩnh Thạnh	50	31,2	100,0
3	Hôn nhân	Đã kết hôn	139	86,9	86,9
		Độc thân	12	7,5	94,4
		Khác	9	5,6	100,0
4	Trình độ học vấn	Dưới lớp 9	61	38,1	38,1
		TN THCS	37	23,1	61,2
		Từ lớp 10-12	15	9,4	70,6
		TN THPT	26	16,3	86,9
		Trung cấp/Cao đẳng	20	12,5	99,6
		Đại học	1	0,6	100,0

¹³ Phụ nữ đánh giá mức độ đồng ý về các nhân tố thông qua thang đo Likert 5 điểm (1932) với các mức độ: (1: Hoàn toàn không đồng ý; 2: Không đồng ý; 3: Không ý kiến; 4: Đồng ý; 5: Hoàn toàn đồng ý).

5	Thu nhập	Dưới 5 triệu	82	51,3	51,3
		Từ 6-10 triệu	66	41,3	92,6
		Từ 11-15 triệu	9	5,6	98,2
		Từ 16-20 triệu	3	1,8	100,0
6	Nghề nghiệp	Công nhân	47	29,4	43,8
		Nội trợ	46	28,8	58,2
		Khác	44	27,4	85,6
		Cán bộ, viên chức	23	14,4	100,0
7	Khó khăn, rào cản	Vốn	85	53,1	53,1
		Chính sách hỗ trợ	34	21,2	74,3
		Kiến thức, kỹ năng	14	8,8	83,1
		Sự ủng hộ của GD	8	5,0	88,1
		Cân bằng cuộc sống	7	4,4	92,5
		Tiếp cận khách hàng	5	3,1	95,6
		Tìm hiểu thị trường	5	3,1	98,7
		Khác	2	1,3	100,0

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu, 2019)

Để đánh giá tính nhất quán nội tại các khái niệm nghiên cứu, phương pháp phân tích nhân tố EFA và phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha được thực hiện. Thông qua kết quả kiểm định Cronbach's Alpha đối với 5 thành phần "Ý định khởi nghiệp" của phụ nữ nông thôn toàn bộ các biến đều đạt yêu cầu về độ tin cậy. Kết quả trình bày theo Bảng 4.

Bảng 4: Cronbach's Alpha của các khái niệm nghiên cứu

STT	Thang đo	Số biến	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
1	Chuẩn chủ quan	6	0,744	0,453
2	Niềm tin về tính khả thi	3	0,759	0,578
3	Đam mê kinh doanh	4	0,778	0,534
4	Sự sẵn sàng kinh doanh	4	0,775	0,493
5	Kiểm soát hành vi cảm nhận	5	0,789	0,303
	Ý định khởi nghiệp	4	0,783	0,419
	Tổng cộng	26	x	x

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu, 2019)

Phân tích EFA cho các biến độc lập

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho thấy từ 22 biến quan sát trong 5 thành tố của thang đo “Ý định khởi nghiệp” được phân tán thành 4 thành tố với 14 biến quan sát có hệ số tải nhân tố (trọng số) của các biến lớn hơn 0,5 nên các biến này có ý nghĩa thực tiễn. Hệ số KMO = 0,80 nên phân tích EFA phù hợp với dữ liệu. Thống kê Chi-Square của kiểm định Bartlett’s đạt 1151,3 với mức ý nghĩa Sig. = 0,00 cho thấy rằng các biến quan sát tương quan với nhau. Phương sai trích đạt 68,95 > 50% thể hiện rằng 4 thành tố rút trích ra giải thích được 68,954% dữ liệu. Điểm dừng Eigenvalue = 1,11 > 1, thang đo được chấp nhận. Bốn thành tố rút trích được đặt tên và giải thích như sau:

Bảng 5: Kết sau phép xoay nhân tố và đặt tên nhân tố

Nhân tố	Biến	Trọng số	Cronbach’s Alpha	% biến động giải thích	% phương sai trích đạt
X ₁ - Kiểm soát hành vi cảm nhận	KSHV3	0,949	0,952	20,53	20,53
	KSHV4	0,933			
	KSHV2	0,912			
X ₂ - Sẵn sàng kinh doanh	CCQ1	0,726	0,737	18,02	38,56
	DMKD1	0,707			
	CCQ5	0,617			
	KSHV1	0,617			
	CCQ2	0,610			
X ₃ - Đam mê kinh doanh	DMKD2	0,796	0,754	15,81	54,37
	DMKD3	0,767			
	SSKD3	0,701			
X ₄ - Chuẩn chủ quan	CCQ3	0,848	0,757	14,58	68,95
	CCQ4	0,832			
	TKT3	0,577			

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu, 2019)

Từ kết quả Bảng 5 trên cho thấy từ 5 thành tố của mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu giờ chỉ còn 4 thành tố. Có tổng cộng 08 biến quan sát của các thang đo thành phần bị loại, đó là: (1) TKT2, (2) SSKD2, (3) DMKD4, (4) SSKD4, (5) KSHV5, (6) CCQ6, (7) SSKD1, (8) TKT1 (không đạt giá trị khi phân tích EFA). Như vậy, thông qua phân tích EFA và kiểm định Cronbach Alpha lần 2, ta có thể kết luận rằng các thang đo biểu thị “Ý định khởi nghiệp” và các thành phần của “Ý định khởi nghiệp” đã đạt giá trị hội tụ. Hay nói cách khác, các biến quan sát đã đại diện được cho các khái niệm nghiên cứu cần phải đo.

Phân tích EFA cho các biến phụ thuộc “Ý định khởi nghiệp”

Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc cho thấy thang đo này đạt giá trị yêu cầu. Cụ thể, 4 biến quan sát của thang đo tạo thành 1 nhân tố duy nhất tại điểm dừng Eigenvalue = 2,430 > 1, có phương sai trích = 60,70% cho thấy thang đo giải thích được 60,70% dữ liệu; hệ số tải nhân tố của các biến lần lượt là: YDKN4 = 0,866; YDKN1 = 0,809; YDKN3 = 0,805; YDKN2 = 0,614 đều > 0,5; hệ số KMO = 0,718 nên EFA phù hợp với dữ liệu; thống kê Chi-Square của kiểm định Bartlett's đạt 198,05 với mức ý nghĩa Sig. = 0,00 cho thấy các biến quan sát tương quan với nhau, do vậy thang đo được chấp nhận.

Phân tích hồi quy

Bảng 6: Các thông số của từng biến trong phương trình hồi quy

Mô hình	B	Độ lệch chuẩn	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Hằng số)	1,286	0,282	4,559	0,000	-	-
Kiểm soát hành vi cảm nhận	-0,008	0,057	-0,149	0,882	0,893	1,120
Sẵn sàng kinh doanh	0,245	0,064	3,812	0,000	0,669	1,495
Đam mê kinh doanh	0,290	0,059	4,939	0,000	0,659	1,516
Chuẩn chủ quan	0,167	0,037	4,478	0,000	0,722	1,385

(Nguồn: Kết quả nghiên cứu, 2019)

Tầm quan trọng các yếu tố ảnh hưởng đến “Ý định khởi nghiệp” của phụ nữ nông thôn ở thành phố Cần Thơ căn cứ vào hệ số Beta. Hệ số Beta của một yếu tố nào càng lớn thì nhân tố đó có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc càng lớn. Yếu tố “Đam mê kinh doanh” có ảnh hưởng mạnh nhất đến biến phụ thuộc, tiếp theo “Sẵn sàng kinh doanh” và “Chuẩn chủ quan” là yếu tố ảnh hưởng nhỏ nhất.

Kiểm định sự khác biệt về “Ý định khởi nghiệp” của phụ nữ theo từng đặc điểm nhân khẩu học như: Nhóm tuổi, địa bàn nghiên cứu/Nơi cư trú, tình trạng hôn nhân, học vấn, thu nhập và nghề nghiệp hiện tại,... của phụ nữ không có ý nghĩa thống kê (Sig. > 0,05). Từ đây, ta có thể kết luận rằng không có sự khác biệt về “Ý định khởi nghiệp” giữa những phụ nữ nông thôn phân theo những đặc điểm nhân khẩu học nêu trên. Nói cách khác, “Ý định khởi nghiệp” giữa những phụ nữ nông thôn theo các đặc điểm nhân khẩu học là như nhau.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ GIẢI PHÁP

Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến “Ý định khởi nghiệp” của phụ nữ nông thôn ở thành phố Cần Thơ. Để thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp cho phụ nữ trong thời gian tới, qua đó giải quyết tốt việc làm cho phụ nữ nông thôn, tạo động lực mới cho tăng trưởng, phát triển kinh tế Việt Nam. Tác giả kiến nghị một số giải pháp, đặc biệt

chú trọng đến các thành phần chính tạo nên “Ý định khởi nghiệp”, đó là: Đam mê kinh doanh, sẵn sàng kinh doanh và chuẩn chủ quan. Cụ thể như sau:

- Tăng cường tuyên truyền các tấm gương doanh nhân nữ tiêu biểu, thành đạt, các điển hình doanh nhân nữ vượt khó, kiên định với mục tiêu kinh doanh và biết cách khắc phục những khó khăn trong kinh doanh, năng động đổi mới sáng tạo để duy trì công việc kinh doanh để phụ nữ có khát khao làm giàu, có động lực hành động. Các cơ quan chủ quản có thể nghiên cứu thành lập trung tâm tư vấn, hỗ trợ, góp ý những ý tưởng, tìm kiếm nguồn tài trợ, về kiến thức khởi nghiệp. Bên cạnh đó, Trung tâm này ngoài việc giúp cho phụ nữ hình thành, phát triển “Ý định khởi nghiệp” mà còn hỗ trợ cho phụ nữ nông thôn những thông tin chính xác, đầy đủ và cần thiết về các chủ trương, chính sách, pháp luật cũng như thông tin về thị trường, đầu tư và các lĩnh vực mà phụ nữ nông thôn quan tâm.

- Gia đình cần tạo mọi điều kiện thuận lợi cho phụ nữ tiếp cận với các chương trình khởi nghiệp, công việc kinh doanh để họ có trải nghiệm và thông qua đó khơi dậy tinh thần khởi nghiệp. Nâng cao sự ủng hộ của gia đình, người thân và xã hội đối với hoạt động khởi nghiệp của phụ nữ từ vật chất đến tinh thần. Chúng ta cần tạo cho phụ nữ một suy nghĩ độc lập, hình thành ý thức “Dám nghĩ, dám làm”, xem sự khởi nghiệp của phụ nữ như một hoạt động đóng góp thiết thực vào thực tế xây dựng “Nông thôn mới” ở địa phương.

- Nhà nước và chính quyền địa phương, cần có những chính sách ưu đãi cụ thể hơn trong kinh doanh cho các doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ, điều hành hoặc quản lý. Đặc biệt là các doanh nghiệp mới thành lập như miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế suất ưu đãi, hỗ trợ nguồn vốn. Bên cạnh đó, cơ chế pháp lý cho việc khởi nghiệp cần phải thông thoáng, các thủ tục hành chính phải đơn giản tránh rườm rà để dẫn đến sự quá nhiều gây ra sự bất mãn, nản chí đối với người khởi sự doanh nghiệp.

- Nâng cao khả năng nhận thức kiểm soát hành vi, tạo ra động lực, kích thích phụ nữ nông thôn sáng tạo ý tưởng và hành động với tinh thần tự tin “tự thân lập nghiệp”. Việc này có thể thực hiện được thông qua các chương trình hướng nghiệp, đào tạo và trang bị kiến thức kỹ năng kinh doanh tại địa phương; phổ biến rộng rãi các chương trình nhận thức về kinh doanh để phụ nữ có thể tự đánh giá năng lực hoặc điều kiện kinh doanh của mình. Ở địa phương nói chung và đơn trực tiếp quản lý phụ nữ nói riêng, cần thường xuyên tổ chức các chuyên tham quan học tập kinh nghiệp thực tế để giới thiệu về các gương phụ nữ khởi nghiệp tiêu biểu, các mô hình làm ăn hiệu quả của phụ nữ, qua đó góp phần động viên, cổ vũ phụ nữ thi đua khởi nghiệp, lập nghiệp, làm giàu, nâng cao nhận thức của xã hội về khởi nghiệp của phụ nữ và đổi mới sáng tạo.

- Cải thiện các điều kiện kinh doanh, giảm thiểu các thủ tục hành chính phức tạp, minh bạch hóa các chính sách, tạo điều kiện thuận lợi nhất để phụ nữ làm kinh doanh có thể tiếp cận các thông tin và sự trợ giúp, tăng cường sự hỗ trợ tài chính cho hoạt động khởi nghiệp thông qua các nhà tài trợ, các quỹ đầu tư cho khởi nghiệp cho phụ nữ.

- Tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp, phát triển kinh tế trong phụ nữ nông thôn; phối hợp các bộ, ngành liên quan tổ chức chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ cho phụ nữ nông thôn; phát triển các tổ hợp tác, hợp tác xã.

Trong giai đoạn tới, thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp trong phụ nữ nông thôn là một biện pháp quan trọng và hiệu quả để thực hiện đồng thời các mục tiêu đẩy mạnh xây dựng “Nông thôn mới” nói riêng và các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội khác. Dưới góc độ chính sách và quốc gia, xây dựng Việt Nam thành “Quốc gia Khởi nghiệp” là mục tiêu quan trọng trong định hướng phát triển của đất nước trong giai đoạn mới. Để thực hiện tốt điều này, cần đảm bảo tiền đề đầu tiên và tiên quyết là phải xây dựng được hệ sinh thái khởi nghiệp, các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp trong hệ sinh thái bao gồm Nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, Hiệp hội nghề nghiệp và Hội Liên hiệp Phụ nữ cần hoạt động phối hợp để tạo ra giá trị hỗ trợ đi vào thực chất. Xác định phụ nữ là lực lượng tiên phong trong xây dựng “Nông thôn mới” phải luôn được khuyến khích tinh thần khởi nghiệp, khát khao khởi nghiệp, sáng tạo để vượt lên khó khăn vươn lên thoát nghèo và thoát nghèo bền vững, tiến tới làm giàu chính đáng cho bản thân, gia đình và xã hội, xây dựng Việt Nam thành quốc gia giàu mạnh và văn minh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Ajzen, Icek. (1991), The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50:179-211.
- [2]. Albert and Lisa Sokol. 1982. The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- [3]. Fishbein, M., & Ajzen, I., 1975. *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison Wesley
- [4]. Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, and Ronald L. Tatham, 2006. *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- [5]. Đỗ Thị Liên Hoa (2016), Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên Quản trị kinh doanh tại ĐH Lao động - Xã hội. *Tạp chí Khoa học Yersin*, số 01.
- [6]. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 1 & tập 2*, Nhà xuất bản Hồng Đức, thành phố Hồ Chí Minh.
- [7]. Đào Duy Huân, Nguyễn Tiến Dũng, Võ Minh Sang (2014), Giáo trình *Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*, NXB Đại học Cần Thơ.
- [8]. Đào Duy Huân, Nguyễn Tiến Dũng (2017), *Hành vi tổ chức*, NXB Đại học Cần Thơ.
- [9]. Nguyễn Thanh Hùng và Nguyễn Thị Kim Pha (2016), Những nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ĐH Trà Vinh. *Tạp chí khoa học ĐH Trà Vinh*, số 23.
- [10]. Phan Anh Tú và Trần Quốc Huy (2017). Nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ĐH Kỹ thuật công nghệ Cần Thơ. *Tạp chí khoa học ĐH Cần Thơ*, số 48.
- [11]. Liñán F, Rodrrisguez-cohard JC & Rueda-Cantuche JM (2005), Factor affecting entrepreneurial intention levels, 45th congresss of the European Regional Science Association, Amsterdam, 23-27 august 2005.
- [12]. Liñán F, Rodrrisguez-cohard JC & Rueda-Cantuche JM (2011), Factor affecting entrepreneurial intention levels: A role for education, *International Entrepreneurship and Management Journal*, June 2011, Volume 7, Issue 2, pp 195-2018.
- [13]. Nguyễn Quốc Nghi và các cộng sự (2016), Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự doanh nghiệp của sinh viên khối ngành Quản trị kinh doanh tại các trường đại học/cao đẳng ở thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Văn Hiến*, số 10, 02/2016, tr.55-64.
- [14]. Đỗ Thị Ý Nhi và cộng sự (2017), Phân tích nhân tố tác động đến ý định khởi nghiệp của sinh viên các trường đại học ở tỉnh Bình Dương. *Tạp chí Khoa học ĐH Thủ Dầu Một*, số 4.
- [15]. Sagiri S & Appolloni A (2009), Identifying the Effect of Psychological Variables on Entrepreneurial Intentions, *DSM Business Review*, December 2009, Vol 1, No. 2, pp.61-86.

-
- [16]. Sang-Suk et al., 2004. A study on the major problems of U.S women-owned small business. *Journal of Small Business Strategy*, Vol.15, No.2, 20014, pp.77-89.
- [17]. Phan Anh Tú và Nguyễn Thanh Sơn (2015), Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên kinh tế đã tốt nghiệp trên địa bàn thành phố Cần Thơ. *Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ*, số 40 (2015), tr.39-49.
- [18]. Phan Anh Tú và Giang Thị Cẩm Tiên (2015), Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự của doanh nghiệp: Trường hợp sinh viên khoa kinh tế và quản trị kinh doanh trường Đại học Cần Thơ. *Tạp chí khoa học trường Đại học Cần Thơ*, số 38 (2015), tr.59-66.
- [19]. Hoàng Thị Thương (2014), Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trường ĐH Lao động - Xã hội. Luận văn Thạc sĩ QTKD, ĐH Mở thành phố Hồ Chí Minh.
- [20]. Wenjun Wang, Wei Lu and John Kent Millington (2011), Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in China and USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Winter & Spring, 2011, Vol.1, No.1, pp.35-44
- [21]. Yeng Keat, Ooi and Shuhymee Ahmad (2012), A Study among University Students in Business Start-Ups in Malaysia: Motivations and Obstacles to Become Entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science*, 10-2012, Vol.3, No.19, pp181-192.
- [22]. Sagiri S & Appolloni A (2009), Identifyin the Effect of Psychological Variables on Entrepreneurial Intentions, *DSM Business Review*, December 2009, Vol 1, No. 2, pp61-86.