

Ý định khởi nghiệp xã hội của sinh viên đại học: Sự ảnh hưởng từ trí tuệ nhân tạo và giáo dục khởi nghiệp lên niềm tin vào năng lực của cá nhân

Võ Thị Mai Trinh, Đoàn Như Ngọc, Huỳnh Thị Mỹ Duyên, Phạm Minh*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Ý định khởi nghiệp xã hội ngày càng thu hút sự quan tâm trong bối cảnh các vấn đề xã hội vẫn chưa được giải quyết triệt để và đang cần những cá nhân có tinh thần tiên phong tham gia tháo gỡ. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI), đang mở ra nhiều cơ hội mới để giải quyết các thách thức xã hội một cách hiệu quả và sáng tạo hơn. Do đó, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp xã hội là cần thiết nhằm hỗ trợ phát triển thể hệ doanh nhân trẻ giàu trách nhiệm và năng lực ứng dụng công nghệ vào thực tiễn xã hội. Nghiên cứu này áp dụng lý thuyết đáp ứng kích thích (SOR) để khám phá sự kích thích từ công nghệ và giáo dục khởi nghiệp dẫn đến sự biến đổi về cảm xúc và nhận thức nội tại bên trong thúc đẩy niềm tin vào năng lực của các cá nhân dẫn đến sự hình thành của ý định khởi nghiệp xã hội. Khảo sát được thực hiện trên 281 sinh viên các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh, với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Mẫu khảo sát chủ yếu tập trung vào sinh viên khối ngành kinh tế và kỹ thuật, trong độ tuổi từ 18 đến 24, là nhóm đối tượng đang chịu tác động mạnh mẽ từ cả giáo dục khởi nghiệp và ứng dụng AI. Các kết quả cho thấy rằng thông qua các chương trình giáo dục và sự phát triển của trí tuệ nhân tạo có tác động tích cực trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp xã hội của sinh viên Việt Nam thông qua tác động trung gian của niềm tin vào năng lực bản thân.

Từ khoá: Trí tuệ nhân tạo, giáo dục khởi nghiệp, niềm tin vào năng lực của bản thân, ý định khởi nghiệp xã hội

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Liên hệ

Phạm Minh, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Email: minh.p@ou.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 20-04-2025
- Ngày sửa đổi: 27-10-2025
- Ngày chấp nhận: 14-5-2026
- Ngày đăng: 20-08-2026

DOI : <https://doi.org/10.32508/vnuhcmj-ebl.v10i3.1620>



Bản quyền

© Tạp chí ĐHQG-HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.

GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI) trở thành yếu tố không thể thiếu^{1, 2}. Nó đóng vai trò quan trọng đối với sinh viên trong việc cá nhân hóa quá trình học tập, định hình quan điểm cũng như các kỹ năng khởi nghiệp của họ^{3, 4, 5}. Trong nghiên cứu này, AI được đo lường thông qua bốn câu phát biểu, phản ánh mức độ sinh viên nhận thức và sử dụng AI như một công cụ hỗ trợ học tập và phát triển ý tưởng khởi nghiệp, tập trung vào khía cạnh nhận thức về năng lực AI trong bối cảnh giáo dục khởi nghiệp^{6, 7}.

Trước bối cảnh các vấn đề toàn cầu gia tăng, nhu cầu về các mô hình kinh doanh tạo giá trị xã hội ngày càng cấp thiết^{8, 9}. AI và EE nổi lên như những công cụ quan trọng giúp nuôi dưỡng năng lực và ý định hành động trong khởi nghiệp xã hội¹⁰. Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây thường xem xét riêng vai trò của AI hoặc EE^{3, 6}, đồng thời tiếp cận SEI theo hướng tuyến tính, do đó bỏ qua các yếu tố tâm lý trung gian và thiếu một khung lý thuyết vững chắc để lý giải sự chuyển hóa từ môi trường đến hành vi. Chính vì vậy, việc áp dụng mô hình SOR vào nghiên cứu SEI mang

lại một hướng tiếp cận mới mẻ và đột phá¹¹, có giá trị đặc biệt vì tính mới trong cả bối cảnh Việt Nam lẫn phương diện lý thuyết.

Dù ESE đã được khẳng định là yếu tố trung gian quan trọng quyết định hành vi khởi nghiệp¹², vai trò của nó trong mối quan hệ giữa AI, EE và SEI chưa được khám phá đầy đủ. Với khoảng trống này, nghiên cứu được tiến hành nhằm kiểm định vai trò trung gian của ESE trong cơ chế tác động từ AI và EE đến SEI. Dựa trên lý thuyết SOR, nghiên cứu không chỉ đóng góp bằng chứng thực nghiệm mới cho lĩnh vực SEI mà còn gợi ý chính sách cho các trường đại học và nhà hoạch định trong việc khai thác hiệu quả AI kết hợp EE để nuôi dưỡng thế hệ trẻ.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Giáo dục khởi nghiệp (EE)

Giáo dục khởi nghiệp được xem là chương trình đào tạo kỹ năng thông qua việc lập kế hoạch, đánh giá thị trường và quản trị rủi ro, không chỉ cung cấp kiến

Trích dẫn bài báo này: Mai Trinh V T, Như Ngọc D, Mỹ Duyên H T, Minh P. Ý định khởi nghiệp xã hội của sinh viên đại học: Sự ảnh hưởng từ trí tuệ nhân tạo và giáo dục khởi nghiệp lên niềm tin vào năng lực của cá nhân. *VNUHCM J. Econ. Bus. Law.* 2026; 10(3):6966-6975.

thức mà còn tăng cường tư duy sáng tạo và khả năng đổi mới với thách thức trong kinh doanh^{13, 14}. Do đó, chương trình giáo dục khởi nghiệp cần được thiết kế phù hợp để tạo ra động lực mạnh mẽ đối với ý định kinh doanh của sinh viên¹⁵.

Niềm tin vào năng lực bản thân (ESE)

Khái niệm này được hiểu là niềm tin của một cá nhân vào khả năng thực hiện thành công các nhiệm vụ liên quan đến quá trình khởi nghiệp¹⁴. ESE được chia thành bốn thành tố chính bao gồm điều hành và quản lý, điều phối quan hệ, chịu đựng rủi ro, sáng tạo và nhận diện cơ hội¹⁶. Ngoài ra, niềm tin vào năng lực bản thân có thể được nuôi dưỡng thông qua môi trường giáo dục khởi nghiệp trong thời đại công nghệ số¹⁷.

Trí tuệ nhân tạo (AI)

AI được mô tả các máy tính và thuật toán số giải quyết các vấn đề phức tạp mà thường đòi hỏi hoặc vượt quá trí thông minh, khả năng suy luận và dự đoán của con người¹⁸. Khác với các ứng dụng công nghệ trước đây, AI không chỉ cải thiện hiệu quả mà còn thúc đẩy phát triển năng lực cá nhân giúp định hình ý định khởi nghiệp¹⁹. Ngoài ra, AI còn được đặc trưng bởi tính đa ngành và sự tích hợp với các công nghệ tiên tiến^{20, 21}. Từ đó, AI đã trở thành một lực lượng thay đổi tác động đến tất cả các lĩnh vực kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu hóa, việc áp dụng AI mang lại cho cá nhân trải nghiệm học hỏi và làm chủ đa chiều^{22, 23}.

Định khởi nghiệp xã hội (SEI)

Khởi nghiệp xã hội là việc sử dụng cách thức khởi nghiệp để giải quyết các vấn đề xã hội mới và đã có, vừa có khả năng tạo ra giá trị kinh tế song song với tác động xã hội^{24, 25}. Đặc biệt, mối quan tâm chính của việc khởi nghiệp xã hội là giá trị xã hội và tăng cường các sáng kiến mang lợi ích cộng đồng²⁶.

Lý thuyết hành vi theo khung SOR (Stimulus - Organism - Response)

Theo thuyết SOR, hành vi con người được lý giải thông qua chuỗi tác động từ tác nhân kích thích từ môi trường (S) ảnh hưởng đến phản ứng nhận thức bên trong cá nhân (O), cuối cùng dẫn đến hành vi (R)¹¹. Lý thuyết này đã được áp dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm hành vi khởi nghiệp kỹ thuật số^{27, 28, 29}. Trong bối cảnh khởi nghiệp, mô hình này giúp giải thích cách các yếu tố kích thích từ môi trường tác động đến nhận thức và cảm xúc của cá nhân, từ đó ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của họ^{30, 31}.

Trong nghiên cứu này, yếu tố kích thích (S) được xác định là các tín hiệu môi trường tác động trạng thái cảm xúc và nhận thức của sinh viên³². Cụ thể trong mô hình nghiên cứu này là EE và ứng dụng AI. Tiếp theo, nghiên cứu sử dụng ESE là chủ thể (O) để cập đến trạng thái nhận thức và cảm xúc của cá nhân, bắt đầu ngay khi họ nhận được các kích thích môi trường³³. Cuối cùng, phản ứng (R) là SEI được xác định là kết quả của cá nhân từ các nhận thức nội tại bên trong³⁴.

Giả thuyết nghiên cứu

Sự tác động của giáo dục khởi nghiệp

Nghiên cứu đã chứng minh rằng EE giúp người học hiểu và nắm bắt được các cơ hội khởi nghiệp từ môi trường xung quanh, thông qua việc phát triển năng lực sáng tạo, quản lý, đương đầu với rủi ro, và nhận diện cơ hội của sinh viên³⁵. Khi các trường đại học cung cấp môi trường hỗ trợ khởi nghiệp, người học sẽ gia tăng đáng kể niềm tin vào khả năng tự khởi nghiệp của mình, từ đó nâng cao ý định chọn con đường tự làm chủ³⁶. Qua đó, EE được xem là yếu tố then chốt làm củng cố khả năng tin tưởng vào năng lực giao tiếp và ứng xử của sinh viên^{37, 38}. Từ những lập luận trên, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H1: Giáo dục khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin vào năng lực bản thân của sinh viên.

Sự tác động của niềm tin vào năng lực bản thân

ESE là một yếu tố chủ chốt giúp cá nhân hành động một cách tự chủ và duy trì sự cam kết với hành vi đã chọn³⁹. Bên cạnh đó, bốn năng lực chính của ESE đều có tác động mạnh mẽ đến ý định khởi nghiệp của sinh viên⁴⁰. Ngoài ra, một nghiên cứu trước đây đã cho rằng những sinh viên có khả năng tự quản lý cảm xúc, niềm tin vào khả năng giải quyết các vấn đề xã hội của bản thân, có xu hướng thực hiện các hoạt động khởi nghiệp xã hội, từ đó gia tăng ý định khởi nghiệp^{41, 42}. Chính vì vậy, lập luận trên là cơ sở để đưa ra giả thuyết: H2: Niềm tin vào năng lực bản thân có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp xã hội của sinh viên.

Vai trò trung gian của niềm tin vào năng lực bản thân

Một số nghiên cứu chỉ ra rằng sinh viên có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố khác nhau⁴¹. Không chỉ thế, niềm tin vào năng lực bản thân đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa giáo dục khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp xã hội⁴³. Ngoài ra, các nghiên cứu trước đây cũng nhận định rằng ESE giúp cá nhân chuyển hóa tác động môi trường khởi nghiệp thành ý định

khởi nghiệp xã hội^{35, 40, 43}. Do đó, dựa trên các lập luận trên, giả thuyết được phát biểu như sau:

H3: Giáo dục khởi nghiệp có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp xã hội của sinh viên thông qua niềm tin vào năng lực bản thân.

Sự ảnh hưởng của áp dụng trí tuệ nhân tạo

Việc sử dụng các công cụ AI như ChatGPT giúp tăng nhận thức về niềm tin vào năng lực khởi nghiệp xã hội của sinh viên⁴⁴. Bên cạnh đó, sinh viên có mức tự tin cao vào năng lực bản thân thường có xu hướng sử dụng AI để hỗ trợ học tập một cách có hiệu quả⁴⁵. Việc áp dụng AI còn làm tăng sự tự tin vào khả năng hiện thực hóa các giải pháp xã hội, đồng thời khiến ý tưởng khởi nghiệp trở nên hấp dẫn hơn⁴⁶. Tương tự, kết quả từ các nghiên cứu trước đây cũng đã chứng minh khả năng sử dụng công nghệ sẽ có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin vào năng lực của bản thân⁴⁷. Chính vì vậy, khi sinh viên tiếp xúc với môi trường công nghệ và sử dụng AI để thử nghiệm các ý tưởng mới, họ cũng đồng thời rèn luyện và củng cố niềm tin vào khả năng học hỏi của mình. Từ những lập luận trên, có cơ sở vững chắc để phát biểu giả thuyết:

H4: Sử dụng AI tác động tích cực đến niềm tin vào năng lực bản thân của sinh viên.

Hơn hết, ESE có vai trò trung gian trong việc thúc đẩy ý định khởi nghiệp xã hội khi kết hợp với việc sử dụng AI^{48, 49}. Thậm chí khi sinh viên có sự sẵn sàng công nghệ và tự tin vào khả năng cá nhân, họ có xu hướng hình thành thái độ tích cực với AI và sẵn sàng tích hợp AI vào hành động cụ thể⁵⁰. Đặc biệt, khi sinh viên cảm thấy AI có thể giúp họ hành động và mang lại giá trị thực tế, họ có thể nảy sinh ý định tham gia vào khởi nghiệp có tác động xã hội⁴⁴. Điều này cho thấy niềm tin vào năng lực cá nhân trong bối cảnh sử dụng AI là yếu tố cốt lõi thúc đẩy ý định hướng tới các mục tiêu có tính sáng tạo và đổi mới như khởi nghiệp xã hội. Chính vì vậy, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H5: Sử dụng AI tác động tích cực đến ý định khởi nghiệp xã hội của sinh viên thông qua niềm tin vào năng lực bản thân.

Từ các giả thuyết H1 đến H5, mô hình nghiên cứu đề xuất được trình bày như sau (xem Hình 1).

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng khảo sát định lượng bằng Google Form với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Dữ liệu được xử lý bằng SmartPLS 4.0 theo phương pháp PLS-SEM, phù hợp cho mô hình khám phá có biến trung gian và cỡ mẫu vừa phải⁵¹. Phân tích được thực hiện qua hai bước: đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc.

Thiết kế thang đo và thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát là sinh viên tại các trường đại học trên địa bàn Việt Nam. Quá trình thu thập dữ liệu được tiến hành từ ngày 26 tháng 01 năm 2025 đến ngày 14 tháng 02 năm 2025. Tổng cộng có 281 bảng khảo sát hợp lệ được đưa vào phân tích.

Thang đo được xây dựng dựa trên các nghiên cứu trước đây^{12, 52, 53, 54, 55}. Tổng cộng 18 biến đo lường các khái niệm trong mô hình. Các khái niệm được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm, với mức điểm từ 1 – "Hoàn toàn không đồng ý" đến 5 – "Hoàn toàn đồng ý" (Xem Bảng 1).

Nghiên cứu khảo sát 281 sinh viên đại học tại Việt Nam, trong đó nữ chiếm 62,6%. Phần lớn là sinh viên năm ba (54,4%) và thuộc khối ngành Kinh tế (62,3%) (xem Bảng 2).

KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Đánh giá mô hình đo lường

Dựa vào Bảng 3, kết quả cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải ngoại (λ) từ 0,767 đến 0,890, đều vượt ngưỡng 0,70⁵⁶. Đồng thời, thang đo có độ tin cậy cao với Cronbach's Alpha (α) dao động từ 0,772 - 0,916 và độ tin cậy tổng hợp (CR) đạt 0,793 - 0,933, đều vượt ngưỡng 0,70 (Xem Bảng 3). Giá trị phương sai trích trung bình (AVE) dao động từ 0,664 đến 0,738, đều vượt ngưỡng 0,50, đáp ứng yêu cầu về giá trị hội tụ (Xem Bảng 3).

Nghiên cứu đã kiểm tra chỉ số HTMT, một phương pháp được xem là nhạy hơn và đáng tin cậy hơn Fornell-Larcker⁵⁶. Kết quả từ Bảng 4 cho thấy các giá trị HTMT đều dưới 0,85 đáp ứng yêu cầu về tính phân biệt lý thuyết giữa các khái niệm⁵⁶.

Đánh giá mô hình cấu trúc

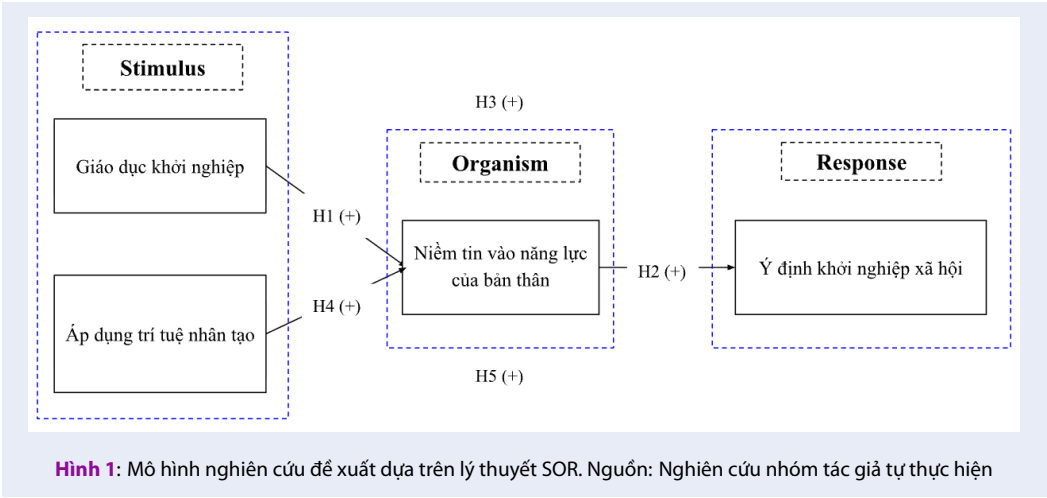
Trước khi kiểm định mô hình, hiện tượng đa cộng tuyến được đánh giá thông qua hệ số VIF (xem Bảng 5). Kết quả cho thấy các VIF từ 1,485 đến 2,850, đều nhỏ hơn 3, cho thấy không có đa cộng tuyến⁵⁶. Hệ số R^2 đạt 0,513 với ESE và 0,250 với SEI, đều vượt mức 0,1, cho thấy các biến độc lập có khả năng giải thích đáng kể biến phụ thuộc trong mô hình⁵⁶. Đồng thời, giá trị Q^2 tương ứng là 0,507 và 0,292, phản ánh khả năng dự đoán tốt của mô hình.

Dựa vào Bảng 6, kết quả kiểm định cho thấy tất cả các giả thuyết từ H1 đến H5 đều được chấp nhận với mức ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$). Cụ thể, EE có ảnh hưởng mạnh mẽ đến ESE, thể hiện vai trò quan trọng của EE trong việc xây dựng yếu tố tâm lý cốt lõi cho hành vi khởi nghiệp. Đồng thời, ESE có tác động đáng kể đến SEI, cho thấy ESE là yếu tố trung gian then chốt trong mô hình. Ngoài ra, EE kết hợp với ESE cũng làm gia

Bảng 1: Nguồn của các thang đo

Thang đo	Nguồn	Mã hóa	Thang đo
Giáo dục khởi nghiệp (EE)	52, 53	EE1	Nền giáo dục ở trường đã giúp tôi phát triển tinh thần chủ động - một dạng thái độ kinh doanh
		EE2	Nền giáo dục nhà trường đã giúp tôi hiểu rõ hơn về vai trò của doanh nhân trong xã hội
		EE3	Nền giáo dục ở trường đã khiến tôi quan tâm đến việc trở thành một doanh nhân
		EE4	Nền giáo dục ở trường đã cho tôi những kỹ năng và hiểu biết giúp tôi có thể điều hành một doanh nghiệp
		EE5	Nền giáo dục ở trường đã trang bị cho tôi những khả năng và chuyên môn cần thiết để bắt đầu kinh doanh riêng
Niềm tin vào năng lực bản thân (ESE)	12	ESE1	Tôi tin tưởng rằng bản thân tôi có thể đóng góp vào việc giải quyết các thách thức xã hội nếu tôi quyết tâm
		ESE2	Tôi có thể tìm ra cách để giúp giải quyết các vấn đề mà xã hội đang đối mặt
		ESE3	Giải quyết các vấn đề xã hội là điều mà mỗi chúng ta đều có thể đóng góp
Áp dụng AI (AIA)	54, 55	AIA1	Tôi sử dụng ChatGPT để thu thập thông tin về lợi ích trong lĩnh vực kinh doanh số
		AIA2	Tôi sử dụng ChatGPT để thu thập thông tin về các vấn đề và trở ngại mà tôi sẽ gặp phải trong kinh doanh số
		AIA3	Tôi thu thập thông tin về cơ hội kinh doanh do các cơ quan/cá nhân của chính phủ cung cấp thông qua việc sử dụng ChatGPT
		AIA4	Tôi sử dụng ChatGPT để thu thập thông tin về các gói vay vốn cho hoạt động kinh doanh số
		AIA5	Tôi có thể tăng thêm nhiều kiến thức về tinh thần kinh doanh số thông qua việc áp dụng ChatGPT
		AIA6	Tôi coi ChatGPT là một cơ hội tuyệt vời để bắt đầu dự án kinh doanh kỹ thuật số của mình
		AIA7	Tôi sử dụng ChatGPT như một nền tảng hỗ trợ để nâng cao hiệu suất kinh doanh
Ý định khởi nghiệp xã hội (SEI)	12	SEI1	Tôi hy vọng rằng tại một thời điểm nào đó trong tương lai tôi sẽ tham gia vào việc thành lập một tổ chức nhằm mục đích giải quyết các vấn đề xã hội.
		SEI2	Tôi có một ý tưởng sơ bộ cho một doanh nghiệp xã hội mà tôi dự định sẽ thực hiện trong tương lai
		SEI3	Tôi không có kế hoạch khởi nghiệp xã hội

Nguồn: Nghiên cứu nhóm tác giả tự thực hiện



Bảng 2: Thống kê mô tả

Thuộc tính		Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	105	37,4
	Nữ	176	62,6
Năm học	Năm 1	25	8,9
	Năm 2	54	19,2
	Năm 3	153	54,4
	Năm 4 trở lên	49	17,5
Chuyên ngành	Kinh tế	175	62,3
	Ngôn ngữ	19	6,8
	Kỹ thuật	23	8,2
	Công nghệ thông tin	25	8,9
	Sư phạm	10	3,6
	Khác	29	10,3

Nguồn: Nghiên cứu nhóm tác giả tự thực hiện

Bảng 3: Đánh giá sự hội tụ của thang đo

Thang đo	α	λ	CR	AVE
Giáo dục khởi nghiệp (EE)	0,911	0,829 - 0,874	0,934	0,738
Niềm tin vào năng lực bản thân (ESE)	0,820	0,835 - 0,890	0,893	0,736
Áp dụng AI (AIA)	0,772	0,767 - 0,872	0,867	0,685
Ý định khởi nghiệp xã hội (SEI)	0,916	0,782 - 0,843	0,933	0,664

Ghi chú: α : Hệ số Cronbach's Alpha; λ : Hệ số tải ngoài; CR: Độ tin cậy tổng hợp; AVE: Phương sai trích trung bình
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu PLS-SEM

Bảng 4: Đánh giá tính phân biệt của thang đo

Khái niệm	EE	ESE	AIA	SEI
Giáo dục khởi nghiệp (EE)				
Niềm tin vào năng lực bản thân (ESE)	0,779			
Áp dụng AI (AIA)	0,561	0,621		
Ý định khởi nghiệp xã hội (SEI)	0,487	0,595	0,688	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu PLS-SEM

Bảng 5: Đánh giá mô hình cấu trúc

Giả thuyết	VIF	R ²	Q ²
Giáo dục khởi nghiệp (EE)	2,246 – 2,723		
Niềm tin vào năng lực bản thân (ESE)	1,642 – 2,216	0,513	0,507
Áp dụng AI (AIA)	2,279 – 2,850		
Ý định khởi nghiệp xã hội (SEI)	1,485 – 1,727	0,250	0,292

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu PLS-SEM

Bảng 6: Kết quả đánh giá giả thuyết

Giả thuyết	Mối quan hệ	β	Giá trị T	Giá trị P	Kết quả
H1	EE $\rightarrow$ ESE	0,560	9,259	0,000	Chấp nhận
H2	ESE $\rightarrow$ SEI	0,503	7,308	0,000	Chấp nhận
H3	EExESE $\rightarrow$ SEI	0,282	6,781	0,000	Chấp nhận
H4	AIA $\rightarrow$ ESE	0,267	4,555	0,000	Chấp nhận
H5	AIAxESE $\rightarrow$ SEI	0,134	3,248	0,001	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu PLS-SEM

tăng SEI, khẳng định vai trò trung gian của ESE trong mối liên hệ giữa EE và SEI. Bên cạnh đó, AIA cũng cho thấy ảnh hưởng tích cực đến ESE, đồng thời khi kết hợp với ESE, AIA có thể góp phần nâng cao ý định khởi nghiệp xã hội. Những kết quả này cho thấy các tác nhân kích thích từ môi trường bao gồm EE và AIA đã tác động đến trạng thái nhận thức và cảm xúc bên trong cá nhân (ESE), từ đó dẫn đến hành vi phản hồi là ý định khởi nghiệp xã hội (SEI)^{3, 18}.

Thảo luận

Kết quả cho thấy EE và AIA đóng vai trò là những tác nhân kích thích tác động tích cực đến ESE, từ đó tạo ra SEI. Bởi lẽ SEI không chỉ là kết quả của nhận thức lý trí mà còn là sự chuyển đổi từ môi trường tác động sang trạng thái tâm lý và cảm xúc của cá nhân¹¹. Cụ thể, ESE là một yếu tố dự báo mạnh mẽ của SEI¹², trong khi một nghiên cứu khác lại nhấn mạnh vai trò trung gian của ESE trong mối quan hệ giữa EE và SEI³⁶. Các kết quả hiện tại chứng minh rằng cả EE và AIA đều có tác động tích cực ESE, từ đó củng cố SEI.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng phát hiện một số điểm khác biệt. AI có tác động tích cực đến SEI thông qua ESE⁴⁵. Nó khẳng định AIA là một công cụ hỗ trợ, giúp học sinh tăng cường sự tự tin và năng lực cá nhân. Ngoài ra, EE có ảnh hưởng mạnh hơn đến SEI⁵⁷, thì nghiên cứu này lại khẳng định ESE là yếu tố có tác động trực tiếp mạnh nhất đến SEI ($\beta = 0,503$). Điều này là do các yếu tố bối cảnh và thể hệ: học sinh tại Thành phố Hồ Chí Minh thường tiếp cận môi trường đổi mới sáng tạo. Tóm lại, nghiên cứu này mở rộng ứng dụng của mô hình SOR trong lĩnh vực kinh doanh xã hội và nhấn mạnh vai trò trung gian, sau đó là vai trò chủ chốt của ESE trong quá trình chuyển đổi từ kích thích (EE, AIA) sang phản ứng hành vi (SEI).

KẾT LUẬN

Mục tiêu nghiên cứu này được thực hiện bằng cách sử dụng mô hình SOR để xem xét cơ chế hoạt động của EE và AIA đối với SEI thông qua ESE. Kết quả nghiên cứu cho thấy EE và AIA đều là những yếu tố quan trọng thúc đẩy ESE, trong khi ESE đóng vai trò kết

nổi tâm lý trong việc quyết định hành vi khởi nghiệp xã hội. Các phát hiện này mang đến những đóng góp quan trọng đối với cả lý thuyết lẫn thực tiễn.

Đóng góp về lý thuyết

Nghiên cứu góp phần mở rộng ứng dụng của mô hình SOR từ lĩnh vực tâm lý, môi trường sang khởi nghiệp xã hội, chứng minh rằng tác nhân kích thích như giáo dục khởi nghiệp và áp dụng AI có thể tác động đến trạng thái nhận thức, cảm xúc như niềm tin vào năng lực khởi nghiệp của bản thân, từ đó dẫn đến phản ứng hành vi là ý định khởi nghiệp xã hội. Bằng chứng thực nghiệm này vừa củng cố, vừa mở rộng khung lý thuyết SOR khi áp dụng vào một lĩnh vực đặc thù là khởi nghiệp xã hội trong giáo dục đại học.

Đóng góp về thực tiễn

Đối với các trường đại học, cần chú trọng thiết kế chương trình EE kết hợp với AI nhằm nâng cao ESE cho sinh viên chẳng hạn như sinh viên ngành kinh tế có thể ứng dụng AI trong phân tích thị trường xã hội, trong khi sinh viên kỹ thuật, công nghệ thông tin có thể phát triển các giải pháp công nghệ cho cộng đồng. Đối với sinh viên, cần tăng cường rèn luyện sự tự tin thông qua trải nghiệm thực tiễn, các dự án xã hội và kỹ năng sử dụng AI như công cụ hỗ trợ. Ngoài ra, cần lưu ý đến rào cản triển khai tại Việt Nam, bao gồm hạn chế hạ tầng công nghệ giữa các trường, thiếu nguồn nhân lực giảng dạy về AI, và tâm lý e ngại về sự phụ thuộc quá mức vào công nghệ⁹. Do đó, cần triển khai theo hướng cân bằng giữa đào tạo kỹ năng công nghệ và phát triển năng lực cá nhân.

HẠN CHẾ VÀ ĐỀ XUẤT CHO TƯƠNG LAI

Nghiên cứu còn một số hạn chế. Thứ nhất, quy mô mẫu (281 sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh) còn nhỏ, phương pháp chọn mẫu thuận tiện hạn chế tính đại diện. Thứ hai, nghiên cứu mới tập trung kiểm định vai trò trung gian của ESE mà chưa xét đến các yếu tố khác có thể tham gia vào cấu trúc SOR, như chuẩn mực xã hội hay động lực cá nhân. Thứ ba, phạm vi khảo sát chủ yếu ở sinh viên ngành kinh tế và công nghệ, nên chưa phản ánh đầy đủ sự khác biệt ngành học. Thứ tư, nghiên cứu chỉ phân tích mối quan hệ trực tiếp và trung gian, chưa kiểm định các cơ chế kiểm soát như khác biệt giới tính hoặc năm học. Các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng quy mô mẫu và phạm vi khảo sát đa vùng miền hoặc đa quốc gia, nhằm tăng khả năng khái quát kết quả. Ngoài ra, cần bổ sung các biến trung gian và điều tiết khác để làm rõ hơn cơ chế chuyển hóa trong mô hình SOR. Cuối cùng, nên so sánh sự khác biệt giữa các nhóm sinh

viên ngành kinh tế, kỹ thuật và xã hội nhân văn để hiểu rõ hơn tính đặc thù trong hình thành SEI.

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

α : Hệ số Cronbach's Alpha
 λ : Hệ số tải ngoài (Outer loading)
 CR: Độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability)
 AVE: Phương sai trích trung bình (Average Variance Extracted)
 AI: Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence)
 AIA: Áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI Adoption)
 EE: Giáo dục khởi nghiệp (Entrepreneurship Education)
 ESE: Niềm tin vào năng lực bản thân (Self-Efficacy)
 SEI: Ý định khởi nghiệp xã hội (Social Entrepreneurial Intention)
 SOR: Kích thích – Chủ thể – Phản ứng (Stimulus – Organism – Response)
 SEM: Mô hình cấu trúc tuyến tính (Structural Equation Modeling)
 PLS: Bình phương từng phần nhỏ nhất (Partial Least Squares)

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Nhóm tác giả xin cam đoan rằng không có bất kỳ xung đột lợi ích nào trong công bố bài báo.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

- Tác giả Võ Thị Mai Trinh chịu trách nhiệm nội dung: khung lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu, biên tập nội dung bản thảo.
- Tác giả Đoàn Như Ngọc chịu trách nhiệm nội dung: diễn giải và phân tích dữ liệu khảo sát, trình bày nội dung bài báo.
- Tác giả Huỳnh Thị Mỹ Duyên chịu trách nhiệm nội dung: phần giới thiệu, thảo luận và kết luận, biên tập nội dung bản thảo.
- Tác giả Phạm Minh chịu trách nhiệm nội dung: xử lý dữ liệu, chỉnh sửa, hoàn thiện và biên tập nội dung bản thảo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cain CC, Buskey CD, Washington GJ. Artificial intelligence and conversational agent evolution-a cautionary tale of the benefits and pitfalls of advanced technology in education, academic research, and practice. *J Inf Commun Ethics Soc.* 2023;21(4):394–405.
2. Kumar S, Rao P, Singhania S, Verma S, Kheterpal M. Will artificial intelligence drive the advancements in higher education? A tri-phased exploration. *Technol Forecast Soc Change.* 2024;201:123258–123258.
3. Duong CD, Vu TN, Ngo T. Applying a modified technology acceptance model to explain higher education students' usage of ChatGPT: a serial multiple mediation model with knowledge sharing as a moderator. *Int J Manag Educ.* 2023;21(3):100883–100883.

4. García-Morales VJ, Martín-Rojas R, Garde-Sánchez R. How to encourage social entrepreneurship action? Using web 2.0 technologies in higher education institutions. *J Bus Ethics*. 2020;161:329–50.
5. García-González A, Ramírez-Montoya MS. Social entrepreneurship competency in higher education: an analysis using mixed methods. *J Soc Entrep*. 2023;14(1):91–109.
6. Upadhyay N, Upadhyay S, Al-Debei MM, Baabdullah AM, Dwivedi YK. The influence of digital entrepreneurship and entrepreneurial orientation on intention of family businesses to adopt artificial intelligence: examining the mediating role of business innovativeness. *Int J Entrep Behav Res*. 2023;29(1):80–115.
7. Davidsson P, Sufyan M. What does AI think of AI as an external enabler (EE) of entrepreneurship? An assessment through and of the EE framework. *J Bus Ventur Insights*. 2023;20:413–413.
8. Lyu X, Mamun A, Yang A, Aziz Q, A N. Social entrepreneurial intention among university students in China. *Sci Rep*. 2024;14(1):7362–7362.
9. Roslan M, Hamid S, Ijab MT, Yusop FD, Norman AA. Social entrepreneurship in higher education: challenges and opportunities. *Asia Pac J Educ*. 2022;42(3):588–604.
10. Aloulou W, Ayadi F, Ramadan V, Dana LP. Dreaming digital or chasing new real pathways? Unveiling the determinants shaping Saudi youth's digital entrepreneurial intention. *Int J Entrep Behav Res*. 2024;30(2/3):709–743.
11. Mehrabian A, Russell JA. An approach to environmental psychology. Cambridge (MA: MIT Press; 1974.
12. Hockerts K. Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrep Theory Pract*. 2017;41(1):105–135.
13. Duong CD, Vu NX. Entrepreneurial education and intention: fear of failure, self-efficacy and gender. *J Small Bus Enterp Dev*. 2024;31(4):629–54.
14. Asad M, Fryan L, Shomo MI. Sustainable entrepreneurial intention among university students: synergetic moderation of entrepreneurial fear and use of artificial intelligence in teaching. *Sustainability*. 2025;17(1):290–290.
15. Duong CD, Nguyen TH, Ngo T, Dao VT, Do ND, Pham TV. Exploring higher education students' continuance usage intention of ChatGPT: amalgamation of the information system success model and the stimulus-organism-response paradigm. *Int J Inf Learn Technol*. 2024;41(5):556–84.
16. Rudnák I, Kollár K, Wu J. Factors influencing entrepreneurial intentions of international and local students in Hungary. *J Innov Entrep*. 2025;14(1):26–26.
17. Takeed Z, Ali MD, Shah SI, Muhammad A, Qiu S. The effect of entrepreneurial leadership on innovative work behavior: the mediating roles of creative self-efficacy and organizational learning. *J Entrep Emerg Econ*. 2025;.
18. Bickley SJ, Macintyre A, Torgler B. Artificial intelligence and big data in sustainable entrepreneurship. *J Econ Surv*. 2025;39(1):103–148.
19. Abaddi S, Al-Shboul MA. "Revealing the hidden"-challenges facing early digital entrepreneurs in Jordan. *Manag Sustain Arab Rev*. 2024;3(1):69–88.
20. Hansen EB, Bøgh S. Artificial intelligence and internet of things in small and medium-sized enterprises: a survey. *J Manuf Syst*. 2021;58:362–72.
21. Hermann I. Artificial intelligence in fiction: between narratives and metaphors. *AI Soc*. 2023;38(1):319–348.
22. Budhwar P, Chowdhury S, Wood G, Aguinis H, Bamber GJ, Beltran JR. Human resource management in the age of generative artificial intelligence: perspectives and research directions on ChatGPT. *Hum Resour Manag J*. 2023;33(3):606–59.
23. Short CE, Short JC. The artificially intelligent entrepreneur: ChatGPT, prompt engineering, and entrepreneurial rhetoric creation. *J Bus Ventur Insights*. 2023;19:388–388.
24. Arejiogbe OE, Moses CL, Salau OP, Onayemi OO, Agada SA, Dada AE. Bolstering the impact of social entrepreneurship and poverty alleviation for sustainable development in Nigeria. *Sustainability*. 2023;15(8):6673–6673.
25. Osabohien R, Worgwu H, Al-Faryan M. Social entrepreneurship, technology diffusion and future employment in Nigeria. *Soc Enterp J*. 2022;19(1):40–50.
26. Matthew O, Ufua DE, Olawande T, Edefe OD. Addressing unemployment challenge through micro and small enterprises (MSEs): evidence from Nigeria. *Probl Perspect Manag*. 2020;18(2):79–79.
27. Duong CD. Applying the stimulus-organism-response theory to investigate determinants of students' social entrepreneurship: moderation role of perceived university support. *Soc Enterp J*. 2023;19(2):167–92.
28. Han MS, Hampson DP, Wang Y, Wang H. Consumer confidence and green purchase intention: an application of the stimulus-organism-response model. *J Retail Consum Serv*. 2022;68:103061–103061.
29. Kimiagari S, Malafe N. The role of cognitive and affective responses in the relationship between internal and external stimuli on online impulse buying behavior. *J Retail Consum Serv*. 2021;61:102567–102567.
30. Anwar I, Ahmad A, Saleem I, Yasin N. Role of entrepreneurship education, passion and motivation in augmenting Omani students' entrepreneurial intention: a stimulus-organism-response approach. *Int J Manag Educ*. 2023;21(3):100842–100842.
31. Hsu FC, Agyeiwaah E, Lynn I, Chen L. Examining food festival attendees' existential authenticity and experiential value on affective factors and loyalty: an application of stimulus-organism-response paradigm. *J Hosp Tour Manag*. 2021;48:264–74.
32. Jabeen F, Tandon A, Azad N, Islam AN, Pereira V. The dark side of social media platforms: a situation-organism-behaviour-consequence approach. *Technol Forecast Soc Change*. 2023;186:122104–122104.
33. Sun J, Chen PJ, Ren L, Shih E, Ma C, Wang H. Place attachment to pseudo establishments: an application of the stimulus-organism-response paradigm to themed hotels. *J Bus Res*. 2021;129:484–94.
34. Perez-Vega R, Kaartemo V, Lages CR, Razavi NB, Männistö J. Reshaping the contexts of online customer engagement behavior via artificial intelligence: a conceptual framework. *J Bus Res*. 2021;129:902–912.
35. Chaudhry NI, Ilyas U, Sohail A. Dynamics of inclusive entrepreneurial ecosystems and their effect on entrepreneurial intentions among transgenders: role of psychological capital and entrepreneurial education. *J Enterprising Communities People Places Glob Econ*. 2025;.
36. Sharma D, Sahoo CK. Examining the nexus of organizational support, entrepreneurial self-efficacy and self-employment intentions of technical education students in India. *J Asia Bus Stud*. 2025;.
37. Hormuth J, Ferencz M, Heikkilä J, Ihmäki T. Hope, self-efficacy, and motivation as predictors of academic success: a comparison between a German and a Finnish business school. *Res Comp Int Educ*. 2025;20(1):88–113.
38. Chen C, Zhu Y, Sun Y, Que M. The relationship between social support and interpersonal self-efficacy among higher vocational college students: parallel mediation effects of anxiety and loneliness. *BMC Psychol*. 2025;13(1):1–12.
39. Khan NA. Artificial intelligence, self-efficacy and engagement in religious tourism: evidence from Arabaen pilgrimage. *J Hosp Tour Insights*. 2024;7(3):1660–78.
40. Hendriana E, Bhinekawati R, Farransahat M. Roles of entrepreneurship competence in stimulating young generation to become social entrepreneurs in an emerging country. *Soc Enterp J*. 2025;21(1):130–58.
41. Sharma L, Bagdi H, Bulsara HP, Lodaliya R. The stimulus of personality traits among Generation Z's social entrepreneurial intentions: the role of gender. *Soc Bus Rev*. 2025;.
42. Mendoza R, I M, Jahanshahi A, A, Joo P, Polas LA, et al. Workplace adversity and the dual impact of gender on employee intentions to leave and pursue social entrepreneurship. *Asia-*

- Pac J Bus Adm. 2025;.
43. Yi K, Wang X, Wu Y, Zhang L. Teacher-student empathic relationship shaping: an elimination mechanism for psychological segmentations in entrepreneurship education. BMC Psychol. 2025;13(1):292–292.
44. Duong CD, Nguyen TH, Chu TV, Pham TV, Do ND. Whether ChatGPT adoption inspires higher education students' digital entrepreneurial intention? An integrated model of the SCCT and the TPB. Int J Innov Sci. 2024;.
45. Rodríguez-Ruiz J, Marín-López I, Espejo-Siles R. Is artificial intelligence use related to self-control, self-esteem and self-efficacy among university students? Educ Inf Technol. 2025;30(2):2507–2531.
46. Duong CD, Nguyen TH. How AI-related drivers stimulate digital social entrepreneurship: an integrated framework of entrepreneurial event model within stimulus-organism-response theory. Digit Bus. 2025;p. 100142–100142.
47. Awain AB, Jaboob AS, Ferasso M, Alsheyadi A, Acevedo-Duque A. Technological distinct capabilities and innovative work behavior of Omani technopreneurs: influences of strategic flexibility and self-efficacy. Asia-Pac J Bus Adm. 2024;.
48. Ayinde L, Wibowo MP, Ravuri B, Emdad FB. ChatGPT as an important tool in organizational management: a review of the literature. Bus Inf Rev. 2023;40(3):137–186.
49. Ahmad Z, Alwadi BM, Kumar H, Ng BK, Nguyen DN. Digital transformation of family-owned small businesses: a nexus of internet entrepreneurial self-efficacy, artificial intelligence usage and strategic agility. Kybernetes. 2024;.
50. Falebita OS, Kok PJ. Artificial intelligence tools usage: a structural equation modeling of undergraduates' technological readiness, self-efficacy and attitudes. J STEM Educ Res. 2024;p. 1–26.
51. Ringle CM, Sarstedt M, Sinkovics N, Sinkovics RR. A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles. Data Brief. 2023;48:109074–109074.
52. Walter SG, Block JH. Outcomes of entrepreneurship education: an institutional perspective. J Bus Ventur. 2016;31(2):216–249.
53. Adekiya AA, Ibrahim F. Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. Int J Manag Educ. 2016;14(2):116–148.
54. Zaremohzzabieh Z, Samah BA, Muhammad M, Omar SZ, Bolong J, Hassan S. Information and communications technology acceptance by youth entrepreneurs in rural Malaysian communities: the mediating effects of attitude and entrepreneurial intention. Inf Technol Dev. 2016;22(4):606–635.
55. Abdelfattah F, Halbusi A, H, Brwani A, M R. Influence of self-perceived creativity and social media use in predicting E-entrepreneurial intention. Int J Innov Stud. 2022;6(3):119–146.
56. Sarstedt M, Ringle CM, Hair JF. Partial least squares structural equation modeling. In: C H, M K, A V, editors. Handbook of market research. Springer; 2021. p. 587–632.
57. Nguyen T, Nguyen DT, Huynh VA. The mediating effect of individual capital in the relationship between entrepreneurship education and social entrepreneurship intentions. Int J Educ Manag. 2024;38(7):2075–93.



Social entrepreneurial intention among university students: the influence of artificial intelligence and entrepreneurship education on self-efficacy

Trinh Mai Thi Vo, Ngoc Nhu Doan, Duyen My Thi Huynh, Minh Pham*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

Ho Chi Minh City Open University, Ho Chi Minh City, Vietnam

Correspondence

Minh Pham, Ho Chi Minh City Open University, Ho Chi Minh City, Vietnam
Email: minh.p@ou.edu.vn

History

- Received: 20-04-2025
- Revised: 27-10-2025
- Accepted: 14-5-2026
- Published Online: 20-08-2026

DOI : <https://doi.org/10.32508/vnuhcmj-ebl.v10i3.1620>



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.

ABSTRACT

Social entrepreneurship intention has received increasing attention from the academic community as many social problems remain unsolved, requiring individuals to proactively contribute to meaningful solutions. The rapid development of technology, especially artificial intelligence, has opened up new avenues to address social challenges with greater creativity and efficiency. In this context, understanding the factors that drive social entrepreneurship intention becomes essential to foster a generation of young entrepreneurs who combine social responsibility with technological competence in solving practical problems. Based on the Stimulus - Organism - Response theory, this study explores how technological and educational stimuli influence individuals' internal cognitive and affective states, enhancing their self-efficacy and thus their SEI. Data were collected from 281 undergraduate students studying at universities across Ho Chi Minh City through a convenience sampling method. The participants, who were mainly aged 18 to 24 and majoring in economics or engineering, represent the demographic group most exposed to both entrepreneurship education and the growing influence of AI in the learning environment. Empirical findings show that both entrepreneurship education and AI-related developments have a positive impact on students' SEI through the mediating role of self-efficacy. Specifically, exposure to entrepreneurship-focused curriculum increases students' confidence in pursuing socially-oriented projects, while the prevalence of AI technology provides them with new tools and mindsets to translate social awareness into innovative action. The study highlights that the interaction of digital stimuli and education can promote a stronger sense of empowerment and motivation for students to engage in social entrepreneurship as an important career option. Overall, this study enriches the emerging dialogue on the intersection of technology, education, and entrepreneurship, emphasizing the pivotal role of self-efficacy in transforming technological and educational experiences into socially oriented entrepreneurial behavior.

Key words: Artificial intelligence, entrepreneurship education, self-efficacy, social entrepreneurial intention

Cite this article : Thi Vo T M, Doan N N, Thi Huynh D M, Pham M. **Social entrepreneurial intention among university students: the influence of artificial intelligence and entrepreneurship education on self-efficacy.** *VNUHCM J. Econ. Bus. Law.* 2026; 10(3):6966-6975.