

MỐI QUAN HỆ GIỮA TÂM LÝ CÁ NHÂN VÀ Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN KHOA DU LỊCH, TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ HÀ NỘI

Trần Thu Phương¹, Lê Thị Trà My¹
Email: phuongtt@hou.edu.vn

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 06/05/2025

Ngày phản biện đánh giá: 04/11/2025

Ngày bài báo được duyệt đăng: 21/11/2025

DOI: 10.59266/houjs.2025.1004

Tóm tắt: Trong những năm gần đây, phong trào khởi nghiệp tại Việt Nam có sự phát triển đáng kể. Tuy nhiên, dù đã có nhiều chương trình và chính sách nhằm khuyến khích tinh thần khởi nghiệp, mức độ tham gia thực tế của sinh viên vẫn còn hạn chế. Nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của các yếu tố tâm lý cá nhân đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội. Bằng cách sử dụng dữ liệu sơ cấp và thứ cấp, cùng với các công cụ thống kê trên phần mềm SPSS 20, nghiên cứu đã xác định được mức độ ảnh hưởng của bảy yếu tố tâm lý chính: đam mê kinh doanh, đặc điểm tính cách, sự tự tin, khát vọng làm giàu, kỳ vọng cá nhân, nhu cầu được công nhận và mong muốn tự chủ. Dựa trên các kết quả thu được, bài viết đưa ra một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy tư duy khởi nghiệp mạnh mẽ hơn trong sinh viên du lịch.

Từ khóa: ý định khởi nghiệp, tâm lý cá nhân, sinh viên

I. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, xu hướng khởi nghiệp tại Việt Nam đã và đang trở nên ngày càng phát triển mạnh mẽ nhờ sự thúc đẩy, quan tâm hỗ trợ của Chính phủ. Năm 2023, theo thông tin từ Bộ Kế hoạch và Đầu tư, số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập mới là 159.294 doanh nghiệp, tăng 7,2% so với cùng kỳ năm 2022.

Theo VCCI (2017), hiện có 66,6% sinh viên Việt Nam chưa biết đến hoạt động khởi nghiệp, số sinh viên tham gia

các chương trình khởi nghiệp do VCCI khởi xướng hàng năm chỉ là 0,016%.

Trong những năm gần đây, Chính phủ đã chủ động triển khai nhiều kế hoạch và phương án nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho sự ra đời của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Năm 2017, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017 phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025”.

¹ Trường Đại học Mở Hà Nội

Vấn đề khởi nghiệp cũng nhận được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu, tuy nhiên, các nghiên cứu phần lớn tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng hoặc đưa ra những đánh giá tổng quan, sơ bộ, thiếu vắng các nghiên cứu đi sâu trực diện vào một khía cạnh yếu tố nào đó, đặc biệt là các nghiên cứu đánh giá các yếu tố tâm lý cá nhân ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên.

Từ những vấn đề lý luận và thực tiễn nêu trên, bài viết tập trung làm rõ các yếu tố tâm lý cá nhân ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên, nghiên cứu điển hình đối với sinh viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội, từ đó đưa ra đề xuất nhằm nâng cao tinh thần khởi nghiệp của sinh viên nói chung và sinh viên du lịch nói riêng.

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tâm lý cá nhân

Theo Lê (2012), tâm lý cá nhân phản ánh chính nền văn hóa xã hội, mà cá nhân đó sống. Nguyễn (2007) cho rằng tâm lý cá nhân là sản phẩm của hoạt động và giao tiếp của con người trong các mối quan hệ xã hội. Tâm lý cá nhân thường được xem xét qua một số thành tố cơ bản như: nhận thức (Caprara, 2006), cảm xúc (Lewi & cộng sự, 2010), hành vi (Bandura, 1986),

động cơ và nhu cầu (Maslow, 1943; Pincus, 2023), giá trị và niềm tin (Parks-Leduc & cộng sự, 2015).

2.2. Khởi nghiệp và ý định khởi nghiệp

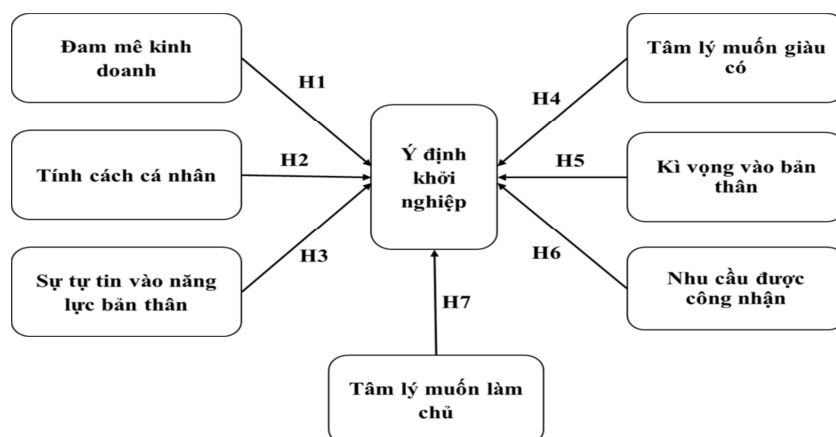
2.2.1. Khởi nghiệp

Theo MacMillan (1993), khởi nghiệp được hiểu là quá trình cá nhân chủ động chấp nhận rủi ro để xây dựng một doanh nghiệp mới hoặc mở rộng hoạt động kinh doanh, với mục tiêu thu lợi nhuận và làm giàu. Cùng quan điểm này, Nga và Shamuganathan (2010) cũng nhận định rằng khởi nghiệp là hành trình khai thác các cơ hội kinh tế, thông qua việc hiện thực hóa những ý tưởng sáng tạo cá nhân trong bối cảnh môi trường đầy bất định và nguồn lực vật chất hạn chế.

2.2.2. Ý định khởi nghiệp

Ý định khởi nghiệp là “sự liên quan ý định của một cá nhân để bắt đầu kinh doanh” (Souitaris & cộng sự, 2023). Bhawe và cộng sự (2017) phát biểu “Ý định khởi nghiệp là một quá trình định hướng việc lập kế hoạch và triển khai một kế hoạch tạo lập doanh nghiệp”. Đồng quan điểm, Bird (1988) nhận định rằng ý định khởi nghiệp tạo nền tảng cơ bản cho hành vi xây dựng doanh nghiệp trong tương lai

2.3. Các yếu tố tâm lý cá nhân ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên



Hình 1. Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên

Nguồn: Nguyễn và cộng sự (2023)

Bài báo lựa chọn mô hình nghiên cứu của Nguyễn và cộng sự (2022) để xem xét các yếu tố tâm lý cá nhân ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Đây là mô hình nghiên cứu đưa ra các giả thuyết khá đầy đủ có liên quan đến cơ sở lý luận về các yếu tố tâm lý cá nhân ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên

Đam mê kinh doanh

Đam mê kinh doanh có ảnh hưởng lớn đến việc quyết định tự mình khởi sự kinh doanh và là một yếu tố quan trọng giúp tạo nên sự thành công trong kinh doanh (Alsos & Kolvereid, 1998; Krueger & cộng sự, 2000). Wang và cộng sự (2011) cho rằng sự đam mê khởi nghiệp thể hiện qua việc ưa thích làm chủ trong công việc, mong muốn phát triển bản thân và làm chủ cuộc sống thông qua việc làm của cá nhân.

Tính cách cá nhân

Shane and Venkataraman (2001) đề xuất các tính cách như “chấp nhận rủi ro”, “nỗ lực”, “có tầm nhìn” đều có mối quan hệ với ý định khởi nghiệp của sinh viên. Theo Ghasemi và cộng sự (2011), các yếu tố tính cách “sáng tạo” có quan hệ cùng chiều và ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp. Kết quả nghiên cứu của Li và cộng sự (2019) cũng cho thấy yếu tố tính cách có liên quan đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Karabulut (2016) cũng đưa ra mối quan hệ cùng chiều về tác động của đặc điểm tính cách cá nhân đối với ý định khởi nghiệp.

Sự tự tin vào năng lực bản thân

Theo Matlay (2013), sự tự tin đóng vai trò tích cực trong việc hình thành ý định khởi nghiệp; niềm tin vào khả năng thành công, tính khả thi và mức độ phù hợp của ý tưởng kinh doanh sẽ thúc đẩy cá nhân hiện thực hóa ý tưởng đó. Tương tự, các nghiên cứu của Turker và Selcuk (2009) và Dinis

cùng cộng sự (2013) cũng khẳng định rằng sự tự tin có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp của cá nhân.

Tâm lý muốn giàu có

Theo Zegwaard và cộng sự (2018), sự giàu có không được đo bằng lượng tiền bạn sở hữu, mà được thể hiện qua mức độ “tự do tài chính” - tức là khả năng sống thoải mái mà không bị ràng buộc bởi việc phải lao động để kiếm sống. Trong khi đó, Zitelmann (2022) nhấn mạnh rằng tinh thần doanh nhân và hoạt động khởi nghiệp chính là nền tảng then chốt dẫn đến sự giàu có. Bên cạnh đó, thái độ cá nhân đối với tiền bạc cũng được xem là một trong những yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến ý định khởi nghiệp, đặc biệt là trong nhóm sinh viên (Schwarz & cộng sự, 2009).

Kỳ vọng của bản thân

Krueger và cộng sự (2000) cho rằng kỳ vọng cá nhân phản ánh niềm tin của mỗi người về khả năng họ có thể thực hiện một hành động cụ thể nào đó. Việc đánh giá kỳ vọng bản thân thường dựa trên nhiều yếu tố như: nhận thức về cơ hội khởi nghiệp và niềm tin vào khả năng nắm bắt chúng (Shapiro & Sokol, 1982); sự hấp dẫn cảm nhận được từ hành vi khởi nghiệp (Souitaris & cộng sự, 2007); mong muốn, kỳ vọng hành động (Krueger & cộng sự, 2000); khát vọng đạt được mục tiêu đề ra (Ali, Lu, & Wang, 2013); thái độ tích cực của sinh viên (Dinis & cộng sự, 2013).

Nhu cầu được công nhận

Maslow (1943) đề xuất tháp nhu cầu 5 tầng, mỗi tầng tượng trưng cho một nhóm nhu cầu cơ bản của con người, gồm: sinh lý, an toàn, quan hệ xã hội, kính trọng và thể hiện bản thân. Việc khẳng định bản thân và tìm kiếm sự công nhận của người khác có liên quan mật thiết đến mong muốn được công nhận, dẫn đến ý

định khởi nghiệp và theo đuổi hoàn thiện ý định đó, mang lại lợi ích cho bản thân và cộng đồng, từ đó sẽ tạo ra việc làm xã hội.

Tâm lý muốn làm chủ

Theo kết quả khảo sát của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (2019), Việt Nam xếp thứ ba trong khu vực ASEAN về tỷ lệ thanh niên mong muốn trở thành doanh nhân và sở hữu doanh nghiệp riêng. Lý do bao gồm khẳng định vị trí xã hội và khao khát làm giàu (Hoàng & Nguyễn, 2024).

III. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thu thập dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua phương pháp nghiên cứu tại bàn, bằng cách tổng hợp và phân tích các tài liệu, báo cáo, và công trình nghiên cứu trước đó liên quan đến chất lượng dịch vụ trong ngành khách sạn.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát có cấu trúc, tiến hành khảo sát trực tiếp bằng bảng hỏi. Tổng số phiếu phát ra: 214, tổng số phiếu thu về 200, đạt yêu cầu cỡ mẫu tối thiểu (Hair & cộng sự, 2010).

3.2. Xử lý dữ liệu

Thông tin sau khi thu thập được xử lý: tổng hợp các phiếu trả lời khảo sát, lọc các phiếu có thông tin sai, tiến hành mã hóa để phục vụ cho việc phân tích số liệu. Các số liệu sau khi đã thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 20.

IV. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

4.1.1. Thông tin về khách thể nghiên cứu

Bảng 1. Thông tin về khách thể nghiên cứu

Nội dung	Tỷ lệ (%)
Giới tính	
Nam	34,5
Nữ	64,5
Khác	1
Tuổi	
18	7
19	10
20	25,5
21	22,5
22	40
Tình trạng tham gia các hoạt động liên quan đến khởi nghiệp	
Có	63,5
Không	36,5

Nguồn: Kết quả khảo sát

4.1.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Các nhóm thang đo đều có hệ số Cronbach’s alpha > 0,6 và các biến quan sát trong từng nhóm đều đạt hệ số tương quan biến tổng > 0,3. Đồng thời, không xuất hiện biến nào có hệ số Cronbach’s alpha > 0,95. Do đó, có thể kết luận rằng các biến quan sát trong từng nhóm thang đo đảm bảo độ tin cậy và đủ điều kiện để tiến hành các bước kiểm định tiếp theo.

4.1.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

- Đối với biến độc lập:

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA các biến độc lập

Ma trận xoay nhân tố							
Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
CN3	,830						
CN2	,824						
CN4	,798						
CN1	,796						

Ma trận xoay nhân tố							
Biến quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
GC4		,829					
GC3		,781					
GC2		,778					
GC1		,764					
KV2			,797				
KV1			,752				
KV4			,734				
KV3			,723				
TC3				,791			
TC1				,783			
TC2				,716			
TC4				,672			
TT1					,825		
TT3					,808		
TT2					,758		
DM2						,802	
DM1						,789	
DM						,755	
LC1							,782
LC2							,776
LC3							,753
Phương pháp truy xuất: Phân tích nhân tố chính.							
Phương pháp xoay: Bình thường hoá giá trị Promax và Kaiser							
a Giá trị ma trận xoay hội tụ trong 6 lần lặp							

Ghi chú:

CN: Nhu cầu được công nhận; GC: Tâm lý muốn giàu có; KV: Kì vọng vào bản thân;

TC: Tính cách cá nhân; TT: Sự tự tin vào năng lực bản thân; DM: Đam mê kinh doanh ;

LC: Tâm lý muốn làm chủ

Kết quả kiểm tra độ hội tụ và phân biệt được thể hiện qua bảng 1. Theo đó, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các biến được thể hiện rõ ràng. Giá trị chỉ tiêu đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực trong EFA của các biến quan sát đều $> 0,5$, không biến nào bị loại.

- Đối với biến phụ thuộc:

Kết quả xử lý dữ liệu cho thấy: Hệ số KMO = $0,795 > 0,5$; Sig. = $0,000$ nên

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

sử dụng phân tích nhân tố là phù hợp; Trị số Eigenvalues > 1 ; Tổng phương sai trích (Cumulative %) = $65,468\% > 50\%$ nên thỏa mãn yêu cầu; Tất cả biến đều có hệ số tải $> 0,5$

EFA chỉ trích được một nhân tố duy nhất từ các biến quan sát đưa vào, vậy thang đo đảm bảo được tính đơn hướng, các biến quan sát của biến phụ thuộc hội tụ khá tốt.

4.1.4. Phân tích hồi quy

Bảng 3. Thông số thống kê của các yếu tố trong mô hình

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0,995	0,161		-6,170	0,000		
	Đam mê	0,225	0,030	0,263	7,467	0,000	0,715	1,398
	Tính cách	0,265	0,036	0,276	7,433	0,000	0,646	1,549
	Tự tin	0,182	0,030	0,210	6,097	0,000	0,752	1,330
	Giàu có	0,165	0,034	0,170	4,888	0,000	0,731	1,368
	Kỳ vọng	0,166	0,034	0,182	4,896	0,000	0,640	1,562
	Công nhận	0,136	0,029	0,151	4,702	0,000	0,861	1,161
	Làm chủ	0,107	0,036	0,109	2,990	0,003	0,670	1,493

a. Dependent Variable: Ý định

Hệ số Sig của tất cả các biến độc lập $< 0,05$. Điều này chứng tỏ chúng có ý nghĩa thống kê và có tác động lên biến phụ thuộc YD. Chỉ số phóng đại phương sai VIF của tất cả các yếu tố < 2 , do vậy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Tất cả các nhân tố đều có ảnh hưởng cùng chiều đến biến phụ thuộc YD và mức độ ảnh hưởng đến biến phụ thuộc YD theo thứ tự giảm dần lần lượt là: TC (beta = 0,276); DM (beta = 0,263); TT (beta = 0,210); KV (beta = 0,182); GC (beta = 0,170); CN (beta = 0,151); LC (beta = 0,109)

Phương trình hồi quy chuẩn hóa:

$$YD = 0,276*TC + 0,263*DM + 0,210*TT + 0,182*KV + 0,170*GC + 0,151*CN + 0,109*LC$$

4.2. Thảo luận

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố tác động mạnh nhất đến ý định khởi nghiệp của sinh viên là Tính cách cá nhân và tiếp tục theo thứ tự giảm dần là Đam mê kinh doanh, Sự tự tin vào năng lực bản thân, Kỳ vọng của bản thân, Tâm lý muốn

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

giàu có, Nhu cầu được công nhận, Tâm lý muốn làm chủ.

Dựa trên đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý thực tiễn nhằm nâng cao ý định khởi nghiệp của sinh viên:

- Tính cách cá nhân là yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến ý định khởi nghiệp của sinh viên. Điều quan trọng là sinh viên phải trang bị kiến thức và kỹ năng cần thiết để khởi nghiệp, tăng cường nghiên cứu, tìm hiểu về các mô hình kinh doanh thành công

- Đánh thức niềm đam mê và mong muốn khởi nghiệp, khám phá những điều mới lạ và hỗ trợ việc học tập của sinh viên, giúp sinh viên hiểu được lợi ích của các cuộc thi khởi nghiệp thông qua tuyên truyền, vận động của các kênh Đoàn, Hội. Duy trì việc khen thưởng và cộng điểm cho những sinh viên xuất sắc tham gia và đạt thành tích tốt trong các cuộc thi khởi nghiệp.

- Tích cực truyền thông về tinh thần khởi nghiệp trong sinh viên trên các phương tiện truyền thông với các bài báo,

chuyên mục về chủ đề “khởi nghiệp” và giới thiệu những ví dụ về doanh nhân trẻ tiêu biểu, mô hình kinh doanh hiệu quả cho sinh viên.

- Đổi mới và tăng cường các chương trình giáo dục định hướng nghề nghiệp, các phương pháp tiếp cận khởi nghiệp nhằm thúc đẩy khát vọng, thái độ đối với khởi nghiệp, kinh nghiệm và sự sáng tạo chính là chìa khóa khởi nghiệp của giới trẻ Việt Nam.

- Tổ chức nhiều sự kiện như Ngày hội khởi nghiệp quốc gia, Diễn đàn kiến tạo khởi nghiệp... dành cho sinh viên tham gia để tuyên truyền, giáo dục, thu hút sinh viên tham gia góp phần nâng cao ý thức, tự tin, sự sáng tạo của sinh viên. Đồng thời, qua đó kết nối sinh viên với các cựu sinh viên thành đạt, các chủ doanh nghiệp, các nhà đầu tư.

Bên cạnh các hàm ý thực tiễn, nghiên cứu này cũng mở ra một số hướng nghiên cứu tiếp theo như: mở rộng khách thể nghiên cứu; bổ sung biến nghiên cứu mới (như các yếu tố môi trường, ảnh hưởng của gia đình, bạn bè...) trong nhà trường có thể được xem xét bổ sung để hoàn thiện mô hình, tiếp cận phương pháp hỗn hợp (định lượng và định tính).

V. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ mối quan hệ giữa các yếu tố tâm lý cá nhân và ý định khởi nghiệp của sinh viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Mở Hà Nội. Kết quả phân tích cho thấy cả bảy yếu tố tâm lý cá nhân đều có ảnh hưởng tích cực đến ý định khởi nghiệp, trong đó tính cách cá nhân, đam mê kinh doanh và sự tự tin vào năng lực bản thân là những yếu tố có tác động

mạnh mẽ nhất. Điều này khẳng định vai trò trung tâm của đặc điểm tâm lý trong việc hình thành và nuôi dưỡng ý định khởi nghiệp của sinh viên.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Ali, S., Lu, W., & Wang, W. (2013). Comparison of entrepreneurial intentions among college students in China and Pakistan. *International Journal of Pluralism and Economics Education*, 4(1), 51-60.
- [2]. Alsos, G. A., & Kolvereid, L. (1998). The business gestation process of novice, serial, and parallel business founders. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(4), 101-114.
- [3]. Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28), 2.
- [4]. Bhawe, N., Gupta, V. K., & Pollack, J. M. (2017). Founder exits and firm performance: An exploratory study. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 114-122.
- [5]. Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- [6]. Caprara, G. V. (2006). Structures and processes in personality psychology. *European Psychologist*, 11(1), 19-30.
- [7]. Diễn đàn Kinh tế Thế giới. (2019). ASEAN Youth: Technology, Skills and the Future of Work. Retrieved from https://www3.weforum.org/docs/WEF_ASEAN_Youth_Survey_2019_Report.pdf.
- [8]. Dinis, A., do Paco, A., Ferreira, J., Raposo, M., & Gouveia Rodrigues, R. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. *Education+ Training*, 55(8/9), 763-780.

- [9]. Ghasemi, F., Rastegar, A., Jahromi, R. G., & Marvdashti, R. R. (2011). The relationship between creativity and achievement motivation with high school students' entrepreneurship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30, 1291-1296.
- [10]. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th Edition, Pearson, New York.
- [11]. Hoàng, B. Q. & Nguyễn, H. (2024). Thanh niên phải khao khát khởi nghiệp, làm giàu. *Tuổi Trẻ Online*.
- [12]. Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21.
- [13]. Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- [14]. Lewis, M., Haviland-Jones, J. M., & Barrett, L. F. (Eds.). (2010). *Handbook of emotions* (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- [15]. Lê, T. H. (2012). *Giáo trình Tâm lý học đại cương*, NXB Đại học Sư Phạm.
- [16]. Li, Z., Li, D., Yi, Y., & Wang, Y. (2019). Feasibility analysis of entrepreneurship from the perspective of financial management: A study on Chinese university students. *Entrepreneurship Education*, 2, 39-50.
- [17]. MacMillan, I. C. (1993). The emerging forum for entrepreneurship scholars. *Journal of Business Venturing*, 8(5), 377-381
- [18]. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- [19]. Matlay, H. (2013). Small tourism firms in e-Europe: definitional, conceptual and contextual considerations. In *Small Firms in Tourism* (pp. 297-312). Routledge.
- [20]. Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start-up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282.
- [21]. Nguyễn, T. H. N., Đinh, T. M., & Vũ, T. N. (2023). *Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố tâm lý cá nhân đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Đại học Thương Mại*. Đề tài NCKH cấp Trường.
- [22]. Nguyễn, X. T. (2007). *Giáo trình Tâm lý học đại cương*. NXB Đại học Sư Phạm.
- [23]. Parks-Leduc, L., Feldman, G., & Bardi, A. (2015). Personality traits and personal values: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 19(1), 3-29.
- [24]. Pincus, J. D. (2023). Well-being as Need Fulfillment: Implications for Theory, Methods, and Practice. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 58, 1541-1579.
- [25]. Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training*, 51(4), 272-291.
- [26]. Shane, S., & Venkataraman, S. (2001). Entrepreneurship as a field of research: A response to Zahra and Dess, Singh, and Erikson. *Academy of Management Review*, 26(1), 13-16.
- [27]. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.
- [28]. Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of perceived attractiveness. *Technovation*, 27(4), 183-230.

- [29]. Souitaris, V., Peng, B., Zerbinati, S., & Shepherd, D. A. (2023). Specialists, generalists, or both? Founders' multidimensional breadth of experience and entrepreneurial ventures' fundraising at IPO. *Organization Science*, 34(2), 557-588.
- [30]. Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- [31]. VCCI. (2017). *Cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo*. Báo cáo nghiên cứu phục vụ việc hướng dẫn thi hành Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa 2016 về doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo.
- [32]. Wang, W., Lu, W., & Millington, J. K. (2011). Determinants of entrepreneurial intention among college students in China and USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 35-44.
- [33]. Zegwaard, K. E., Khoo, E., Adam, A., & Peter, M. (2018). The shifting perceptions by science and engineering employers of desirable graduate competencies: Comparing now to 15 years ago. *New Zealand Association for Cooperative Education*.
- [34]. Zitelmann, R. (2022). Attitudes towards the rich in China, Japan, South Korea, and Vietnam. *Economic Affairs*, 42(2), 210-224.

THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUAL PSYCHOLOGY AND ENTREPRENEURIAL INTENTION OF STUDENTS IN THE FACULTY OF TOURISM, HANOI OPEN UNIVERSITY

Tran Thu Phuong¹, Le Thi Tra My¹

Abstract: *In recent years, the startup movement in Vietnam has experienced significant development. However, despite the existence of numerous programs and policies aimed at encouraging entrepreneurial spirit, the actual participation of students remains limited. This study examines the impact of personal psychological factors on students' entrepreneurial intention in the Faculty of Tourism at Hanoi Open University. By utilizing both primary and secondary data, along with statistical tools in SPSS 20, the study identifies the influence levels of seven key psychological factors: passion for business, personality traits, self-confidence, desire for wealth, personal expectations, need for recognition, and desire for autonomy. Based on the findings, the paper offers several recommendations to foster a stronger entrepreneurial mindset among tourism students.*

Keywords: *entrepreneurial intention, personal psychology, students*

¹ Hanoi Open University