



KỶ YẾU

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ LẦN THỨ 7 VỀ KINH TẾ, KINH DOANH VÀ TÀI CHÍNH

KINH TẾ, KINH DOANH VÀ TÀI CHÍNH TRONG
KỶ NGUYÊN MỚI: THÍCH ỨNG VÀ PHÁT TRIỂN

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế
Tháng 12/2025



NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC HUẾ



KINH TẾ, KINH DOANH VÀ TÀI CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN MỚI: THÍCH ỨNG VÀ PHÁT TRIỂN

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế
Tháng 12/2025

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC HUẾ
Huế, 2025

MỤC LỤC

	Trang
ẢNH HƯỞNG CỦA XU HƯỚNG CHUYÊN ĐỔI SỐ VÀ MÔI TRƯỜNG GIÁO DỤC ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC HUẾ	1
<i>Lê Ngọc Anh Vũ, Cái Vĩnh Chi Mai Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế</i>	
ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DỰA TRÊN TRÍ TUỆ NHÂN TẠO: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TRỢ LÝ CHAT AI CỦA SHOPEE	17
<i>Bùi Thị Thanh Nga[*], Nguyễn Thị Thúy Đạt Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế</i>	
NGHIÊN CỨU ẢNH HƯỞNG CỦA DANH TIẾNG THƯƠNG HIỆU ĐẾN HÀNH VI CỦA KHÁCH HÀNG - TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU CHO THƯƠNG HIỆU GIÀY CONVERSE TẠI THÀNH PHỐ HUẾ	31
<i>Tổng Viết Bảo Hoàng, Đặng Ngọc Thanh Huyền, Nguyễn Ái Thi, Phạm Lệ Quyên Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế</i>	
NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP NGÀNH GAS: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN GAS PETROLIMEX ĐÀ NẴNG	44
<i>Mai Chiém Tuyền[*], Nguyễn Bạch Anh Thư Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế</i>	
SỞ THÍCH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG ĐỐI VỚI GẠO PHÁT THẢI THẤP	61
<i>Huỳnh Thị Đan Xuân¹, Phạm Thị Nguyên², Cao Thái Duy² ¹Đại học Cần Thơ ²Học viên cao học, Đại học Cần Thơ</i>	
CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ ĐÔ THỊ THÔNG MINH: CÁCH TIẾP CẬN SWOT-TOWS-AHP	74
<i>Huỳnh Phan Trung Trực, Võ Thành Danh, Phan Đình Khôi Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Kinh tế, Đại học Cần Thơ</i>	
NGHIÊN CỨU HÌNH ẢNH ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH CÔN SƠN, THÀNH PHỐ CẦN THƠ	92
<i>Phạm Lê Hồng Nhung¹, Nguyễn Thị Anh Đào², Đinh Công Thành^{1*} ¹Trường Kinh tế, Đại học Cần Thơ ²Sinh viên Ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, Đại học Cần Thơ</i>	
NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN SẢN PHẨM NATTOENZYM TẠI THỊ TRƯỜNG THÀNH PHỐ CẦN THƠ	105
<i>Đinh Công Thành¹, Trương Huỳnh Thanh Uyên², Huỳnh Văn Bình², Đinh Trần Minh Khoa², Phạm Lê Hồng Nhung^{1*} ¹Trường Kinh tế, Đại học Cần Thơ ²Học viên học cao học Quản trị kinh doanh, Trường Kinh tế, Đại học Cần Thơ</i>	

ẢNH HƯỞNG CỦA XU HƯỚNG CHUYỂN ĐỔI SỐ VÀ MÔI TRƯỜNG GIÁO DỤC ĐẾN Ý ĐỊNH KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC HUẾ

Lê Ngọc Anh Vũ*, Cái Vĩnh Chi Mai

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

**anhvu@hce.edu.vn; 0905246596*

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích ảnh hưởng của xu hướng chuyển đổi số và môi trường giáo dục đến ý định khởi nghiệp của sinh viên Đại học Huế. Dữ liệu được thu thập từ khảo sát 322 sinh viên và xử lý bằng các phương pháp phân tích định lượng gồm phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu cho thấy cả hai yếu tố “môi trường giáo dục” (EE) và “xu hướng chuyển đổi số” (DT) đều có ảnh hưởng trực tiếp đến “ý định khởi nghiệp” (EI), đồng thời tác động gián tiếp thông qua “thái độ đối với khởi nghiệp” (ATE). Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất tăng cường ứng dụng công nghệ trong giảng dạy và hỗ trợ khởi nghiệp giảm chi phí, rút ngắn thời gian triển khai. Các chương trình học nên tích hợp nội dung khởi nghiệp theo từng lĩnh vực đào tạo để khơi dậy sự hấp dẫn của con đường khởi nghiệp, góp phần thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp của sinh viên trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Từ khóa: *Chuyển đổi số, ý định khởi nghiệp, môi trường giáo dục.*

Mã phân loại: *L26, O33, I23*

ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG HUE UNIVERSITY STUDENTS: THE ROLE OF DIGITAL TRANSFORMATION AND EDUCATIONAL ENVIRONMENT

ABSTRACT

This study investigates the influence of digital transformation trends and the educational environment on the entrepreneurial intention of students at Hue University. Data were obtained from a structured survey of 322 students and analyzed using quantitative techniques, including Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Modeling (SEM). The results confirm that both the educational environment (EE) and digital transformation (DT) have significant direct effects on entrepreneurial intention (EI), as well as indirect effects mediated by students' attitudes toward entrepreneurship (ATE). These findings highlight the crucial role of entrepreneurship education and digital integration in shaping entrepreneurial mindsets. Accordingly, the study offers practical implications for higher education institutions in enhancing entrepreneurship curricula and fostering a digital-driven entrepreneurial culture among students.