

Un estudio sobre los factores que influyen en la intención de iniciar un negocio entre los estudiantes de economía en las Universidades del delta del Mekong, Vietnam

Nguyen, Giac-Tri

Recibido: 16-03-23- Revisado: 03-04-23 - Aceptado: 09-05-23

Nguyen Giac Tri
PhD in Economic
Dong Thap University, Vietnam
Email: ngtri@dthu.edu.vn
<https://orcid.org/0000-0002-8378-5282>

El emprendimiento se está convirtiendo en un tema importante a nivel universitario. Este estudio tiene como objetivo identificar los factores que influyen en la intención de los estudiantes que estudian economía en universidades del Delta del Mekong de iniciar un negocio. Luego se proponen implicaciones de política para fomentar el desarrollo empresarial y el espíritu empresarial de los estudiantes. El modelo de investigación de Ambad y Damit se traslada al modelo de investigación propuesto. Se utiliza un análisis de regresión lineal múltiple para probar los datos de investigación de 450 estudiantes de último año que estudian economía en diez universidades del Delta del Mekong. Estos estudiantes tienen una alta tasa de lanzamiento de sus propios negocios después de graduarse. Los hallazgos del estudio indican que los factores más influyentes en las intenciones de los estudiantes de economía de iniciar un negocio en las instituciones del Delta del Mekong incluyen: educación empresarial; estándares subjetivos; entorno de inicio; rasgos de personalidad y percepción de la viabilidad. Se espera que las implicaciones de este estudio contribuyan positivamente a las políticas de educación empresarial en las universidades del Delta del Mekong para promover el espíritu empresarial de los estudiantes en el período actual.

Palabras clave: Emprendimiento; Intenciones empresariales; Educación empresarial; Entorno de inicio.

RESUMEN

Entrepreneurship are becoming an important topic at university levels. This study aims to identify the factors influencing students majoring in economics at universities in the Mekong Delta's intention to launch a business. It then proposes policy implications to encourage business development and students' entrepreneurial spirit. The Ambad and Damit research model is carried over into the suggested research model. Regression analysis multiple linear is used to test research data from 450 final-year students majoring in economics at ten universities in the Mekong Delta. These students have a high rate of launching their own businesses after graduation. The study's findings indicate that the most factors influencing economics students' intentions to launch a business at institutions in the Mekong Delta including: Business Education; Subjective standards; Start-up Environment; Personality Traits and Perception of Feasibility. The implications of this study are expected to make a positive contribution to the entrepreneurship education policies at universities in the Mekong Delta to promote the entrepreneurial spirit of students in the current period.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial intentions; entrepreneurial education; start-up environment.

ABSTRACT

1. Introducción

Hoy en día, la actividad empresarial determina en gran medida el desarrollo de cada país. En consecuencia, fomentar el espíritu empresarial es uno de los mejores métodos para mejorar la economía del país y mantener la competitividad frente a la aceleración de la globalización (Schaper & Volery, 2004; Venkatachalam, V. Balaji & Waqif, Arif. A., 2005). La importancia de la educación empresarial para animar a los estudiantes a optar a puestos en empresas y organizaciones ha quedado demostrada en varias investigaciones (por ejemplo. Keat et al., (2011); Tam, (2009)). Desde este punto de vista, las instituciones de educación superior apoyan y se benefician de los empresarios en ciernes. Por lo tanto, muchas escuelas y universidades de todo el mundo han considerado políticas para apoyar a los estudiantes que inician un negocio mientras todavía están estudiando en la universidad/escuela (Amaran et al., 2020; Diez Farhat et al., 2021; Comisión Europea, 2016; Hiệp et al., 2021; López Torres et al., 2021; Zapata Domínguez et al., 2019)..

El espíritu emprendedor en Vietnam ha aumentado recientemente como resultado del lanzamiento del movimiento start-up por parte del Gobierno y de la designación de 2016 como el año de las start-ups. Hoy en día, muchas instituciones incluyen la educación empresarial en sus planes de estudio, y algunas incluso la convierten en una especialidad o sector. Aunque hay más de 43 universidades e institutos y casi 400.000 estudiantes en el delta del Mekong, el nivel de instrucción y formación sigue estando por debajo de la media nacional. Esto es cierto incluso para los estudiantes que se especializan en economía. Esta es la justificación de la decisión del autor de realizar este estudio, que trata de determinar los factores que influyen en la intención de los estudiantes de economía de crear su propia empresa en las instituciones del delta del Mekong. Tiene en cuenta las implicaciones para la política a fin de promover en el futuro el espíritu emprendedor de los estudiantes de la región.

2. Antecedentes teóricos y modelo de investigación

En todo el mundo se han realizado numerosas investigaciones sobre el espíritu empresarial. El estudio de Autio et al., (2001) sobre el modelo de intención empresarial entre estudiantes europeos y norteamericanos, el estudio de Liñán et al., (2011) sobre los factores que afectan a la intención emprendedora de los estudiantes españoles, el estudio de Karali (2013) estudio sobre el modelo de impacto de la educación empresarial en la intención emprendedora, Ambad & Damit (2016), investigación sobre los factores que afectan a la

intención emprendedora de los estudiantes en Malasia, y la investigación de Tú & Tiên,(2015) sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Can Tho; el estudio de Lien (2016) sobre los factores que afectan a la intención de crear una empresa de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad de Trabajo y Asuntos Sociales son algunos de los que se pueden mencionar. La teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen, (1991) sirve de base para el modelo de estudio de los factores que influyen en la intención de crear una empresa, según una revisión de las teorías de la intención conductual y las investigaciones mencionadas. Sobre esta base, la mayoría de los estudios han identificado los factores críticos que influyen en la intención de los estudiantes de crear una empresa, entre los que se incluyen: (1) la actitud emprendedora; (2) las normas subjetivas; y (3) la percepción de viabilidad. En los que la necesidad de logro, la propensión a asumir riesgos y el locus de control interno (colectivamente, rasgos de personalidad) o, según Karali (2013), un programa de educación empresarial, son los factores que explican la actitud hacia el comportamiento emprendedor, tal y como afirman Luthje & Franke (2003). Además de los componentes enumerados anteriormente, Luthje y Franke (2003) afirman que los factores externos (también conocidos como apoyo cognitivo) que mejoran y aumentan la intención de crear una empresa también tienen un efecto sobre dicha intención. El entorno de la puesta en marcha tiene un efecto positivo en el éxito financiero de las empresas de reciente creación, según los estudios de Grimaldi & Grandi (2005) y Radas & Božić (2009). Como demuestran Radas y Božić (2009) y Ambad y Damit (2016), las políticas gubernamentales apoyan a los emprendedores dinámicos y hacen crecer las empresas en las primeras fases de lanzamiento de un negocio. Los resultados de la investigación cualitativa sugieren que el estímulo proporcionado por el entorno de puesta en marcha es un elemento crucial en el desarrollo y el fomento de las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Porque, además de los conocimientos teóricos que se imparten en la escuela y de la motivación y el empuje de los jóvenes, existen otros requisitos para que los estudiantes puedan crear una empresa, como el respaldo financiero. Parece que existen lagunas en cuanto a la estabilidad financiera, la gestión empresarial y la experiencia administrativa, y la capacidad de adaptarse a los cambios del mercado. Es decir, requieren un apoyo eficiente del entorno de puesta en marcha, lo que, según Grimaldi & Gradi (2005); Radas & Božić (2009), implica tener acceso a recursos financieros, políticas gubernamentales que los apoyen, apoyo de consultoría y formación de organizaciones no gubernamentales sobre iniciativa empresarial.

Sobre esta base, el autor sugiere un modelo de estudio con cinco componentes (véase el gráfico 1), derivados de los de Liñán et al. (2011) y Ambad y Damit (2016), en el que el factor del entorno de creación de empresas ocupa el lugar de los procesos gubernamentales y los aspectos políticos.

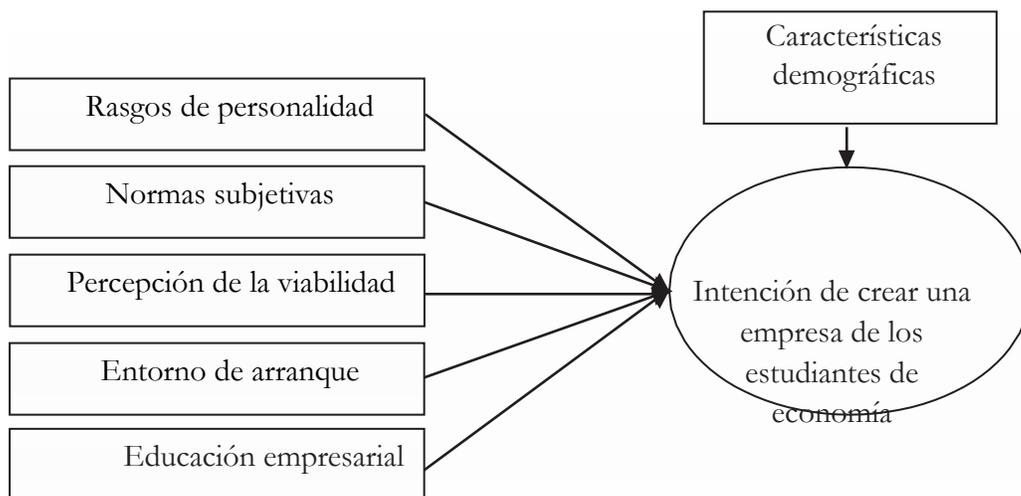


Gráfico 1. Modelo de investigación del grupo del autor. Elaboración basada en Ambad y Damit (2016)

En el que:

Rasgos de personalidad: Según Luthje & Franke (2003), los rasgos de personalidad tienen un impacto en la intención de iniciar un negocio de tres maneras: (1) la necesidad de logro refleja el deseo de la persona de tener éxito; (2) el locus de control interno refleja el nivel de confianza y poder de la persona en el control de la conducta empresarial y sus resultados; y (3) la asunción de riesgos demuestra la disposición de la persona a aceptar las pérdidas provocadas por los riesgos durante el proceso de puesta en marcha. Según los estudios de Ambad & Damit (2016), Liñán et al., (2011), y Luthje & Franke (2003), las cualidades de personalidad tienen un impacto directo y favorable en la intención de unirse a una empresa.

H1: Los rasgos de personalidad influyen positivamente en la intención de los estudiantes de crear una empresa.

- Norma subjetiva: impresión de la presión social para aprobar o desaprobado la conducta que el individuo planea realizar. Además de efectos externos como las tendencias sociales, también incluye factores internos como las opiniones de la familia, los amigos y los compañeros de trabajo. La intención de unirse a un lanzamiento empresarial está directa y favorablemente influenciada por

las normas subjetivas, según Karali (2013); Liñán et al., (2011); Ambad y Damit (2016).

H2: Las normas subjetivas influyen positivamente en la atención de los estudiantes a la hora de crear una empresa.

- Percepción de viabilidad: Mide lo fácil o difícil que se percibe un comportamiento, si se controla o se restringe, y la confianza que tiene una persona en su capacidad para llevar a cabo actividades (Ajzen, 1991). En esta encuesta, nos fijamos en la probabilidad que la gente cree que tiene de poner en marcha un negocio. Karali (2013), Ambad y Damit (2016) demuestran cómo la intención conductual está directamente influenciada por la factibilidad percibida. Según Autio et al. (2001), la viabilidad percibida es el principal factor que influye positivamente en la intención empresarial.

H3: La intención de los estudiantes de crear una empresa está influida positivamente por la viabilidad percibida.

La educación empresarial se refiere al material académico incluido en conferencias, programas o cursos extracurriculares que brindan a los estudiantes la información, las habilidades y las actitudes que necesitan para seguir una carrera en los negocios (Ambad & Damit, 2016). La educación empresarial y la intención empresarial están correlacionadas positivamente, según (Liñán et al., 2011) y (Ambad & Damit, 2016). La educación empresarial es una poderosa herramienta para motivar a los estudiantes que quieren poner en marcha un negocio.

H4: La educación empresarial influye positivamente en la intención de los estudiantes de crear una empresa.

El entorno de creación de empresas es el conjunto de elementos que determinan la capacidad de una persona para acceder a recursos financieros, políticas de apoyo gubernamental, apoyo de consultoría, formación de organizaciones no gubernamentales sobre iniciativa empresarial, apoyo para acceder al mercado y normas culturales que fomentan la intención empresarial (Grimaldi y Grandi, 2005; Radas y Božić, 2009).. Las políticas gubernamentales, de acuerdo con Radas & Božić (2009) y Ambad & Damit (2016), fomentan la aparición de emprendedores empresariales dinámicos y apoyan la creación de empresas.

H5: El entorno de creación de empresas influye positivamente en la intención de los estudiantes de crear una empresa.

Además de los cinco factores mencionados (Autio et al., 2001; Yordanova & Tarrazon, 2010) investigaron la diferencia en la intención emprendedora en función de las características demográficas (sexo, edad, nivel educativo, familia, trayectoria empresarial, etc.).

H6: Existe una diferencia en las intenciones empresariales de los estudiantes según sus características demográficas.

3. Diseño y métodos de investigación

3.1. Desarrollo de la escala

En este estudio, la escala de conceptos del modelo de investigación se basa en la herencia y corrección de estudios anteriores. En concreto, de acuerdo con (Liñán et al., 2011) el factor rasgos de personalidad tiene 5 variables observadas; el factor estándar subjetivo tiene 4 variables observadas; el factor viabilidad percibida tiene 4 variables observadas. El factor educación empresarial tiene 5 variables observadas (Ambad & Damit, 2016; Liñán et al., 2011); el factor intención emprendedora tiene 4 variables observadas (Ambad & Damit, 2016; Liñán et al., 2011); el entorno de creación de empresas tiene 5 variables observadas (Ambad & Damit, 2016; Grimaldi & Grandi, 2005; Radas & Božić, 2009).. Todas las variables observadas que miden los conceptos de investigación se evalúan en una escala Likert de 5 puntos que va de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo) (véase el Cuadro 1).

Cuadro 1
Escala de conceptos de la investigación

Codificación	Agrupaciones	Ítems (Variables observadas)	Fuente de referencia
DDTC	Rasgos de personalidad	5	(Liñán et al., 2011)
CCQA	Normas subjetivas	4	(Liñán et al., 2011)
NTKT	Percepción de la viabilidad	5	(Ambad & Damit, 2016; Autio et al., 2001)
GDKD	Educación empresarial	5	(Ambad & Damit, 2016; Liñán et al., 2011)
MTKN	Entorno de arranque	5	(Ambad & Damit, 2016; Grimaldi & Grandi, 2005; Radas & Božić, 2009)
YDKN	Intención de crear una empresa	4	(Ambad & Damit, 2016; Liñán et al., 2011)

Fuente: Resultados de la investigación de los autores.

3.1. Etapas de la investigación

3.2.1. Investigación preliminar

El autor emplea metodologías de investigación cualitativa junto con enfoques de debate en grupos objetivo durante toda la fase inicial de la investigación. En concreto, el autor emplea una técnica de muestreo práctico, eligiendo dos grupos: uno de licenciados que comienzan su primer año tras la graduación; otro de estudiantes de último curso que desean poner en marcha una empresa; y cada grupo de diez participantes en la discusión. El objetivo de esta fase de la investigación es modificar e incluir variables observables en la escala del modelo de investigación para las ideas conceptuales.

3.2.2. Investigación cuantitativa

La investigación formal es un estudio cuantitativo diseñado para evaluar la validez y fiabilidad de la escala de conceptos de la investigación, probar los modelos teóricos, comprobar las hipótesis de la investigación y determinar los distintos factores que influyen en la intención de los estudiantes de crear una empresa en función de sus características sociodemográficas. El autor emplea una técnica de muestreo fácil. Para recopilar los datos se distribuyen directamente cuestionarios a estudiantes de último curso de economía de diez

facultades del delta del Mekong. La muestra propuesta para el estudio es de 500 personas. El periodo de la encuesta va del 1 de julio al 1 de agosto de 2022.

3.1. Análisis de datos

(1) Comprobación de la escala: Utilización del coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la calidad de la escala de construcción. La escala se evalúa como de buena calidad si (1) El coeficiente Alfa de Cronbach de la población es superior a 0,6; y (2) El coeficiente de correlación - la suma de las variables observadas es superior a 0,3 (Correlación Ítem Corregido - Total) (Nunnally & Bernstein, 1994).

(2) Análisis factorial exploratorio (AFE): ayuda a extraer factores para su posterior análisis. Los coeficientes de carga factorial son el criterio para garantizar la significación práctica del AFE. Más de 0,3 se considera el nivel mínimo, más de 0,4 se considera significativo y más de 0,5 se considera práctico. (Hair, 1998). En este estudio, para mejorar la practicidad y fiabilidad de los resultados de la investigación, el autor sólo selecciona los factores con un coeficiente de transferencia superior a 0,5; Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) tiene el valor más alto. valor grande (entre 0,5 y 1) y la varianza total extraída es superior a 0,5 para garantizar el contenido explicativo de los factores obtenidos a partir de los resultados del análisis EFA. En este estudio se utilizará el método de Análisis de Componentes Principales (ACP) y la rotación Varimax para extraer los factores clave.

(3) Análisis de un modelo de regresión múltiple.

Todos los análisis estadísticos se realizaron con el paquete informático estadístico SPSS.

4. Resultados

Los resultados de la entrevista y la evaluación de la calidad de la encuesta revelaron que 450 de los cuestionarios eran de alta calidad, y 50 fueron descartados porque muchos encuestados omitieron o dieron la misma respuesta a varias preguntas. En consecuencia, el autor de este estudio realiza los pasos posteriores del análisis utilizando los datos recogidos de 450 estudiantes durante el periodo de la encuesta. El cuadro 2 presenta detalles específicos sobre la muestra de la investigación (n = 450).

Cuadro 2
Información sobre la muestra de la investigación

Estructura de la muestra de investigación	Número de participantes	Porcentaje (%)	Fuente	
Universidades públicas	Universidad de Can Tho	68	15,1	https://www.ctu.edu.vn/
	Universidad de An Giang	67	14,8	https://www.agu.edu.vn/
	Universidad Dong Thap	54	12,0	https://www.dthu.edu.vn/
	Universidad de Tra Vinh	53	11,9	https://www.tvu.edu.vn/
	Universidad de Kien Giang	43	9,6	https://www.vnkgu.edu.vn/
Universidades no públicas	Universidad Tay Do	34	7,6	https://www.tdu.edu.vn/
	Universidad Vo Truong Toan	33	7,4	https://www.vttu.edu.vn/
	Universidad Nam Can Tho	32	7,2	https://www.nctu.edu.vn/
	Universidad Cuu Long	33	7,2	https://www.mku.edu.vn/
	Universidad de Economía e Industria de Long An	33	7,2	https://www.daihoclongan.edu.vn/
Género	Mujer	284	63,7	
	Hombre	166	36,3	
Ocupación de los padres	Empresario	152	33,0	
	Otros	298	67,0	
	Total	450	100,0	

Fuente: resultados de la recogida y análisis de datos del autor.

Los resultados del alfa de Cronbach, tras eliminar la variable NTKT5 (¿Es usted capaz de convertirse en un empresario de éxito?) de la escala de Viabilidad Percibida, cuya correlación total (= 0,288) es insatisfactoria (> 0,3), la escala de conceptos de la investigación alcanzó en su totalidad la fiabilidad (> 0,6).

Los resultados del AFE de las variables independientes y dependientes mediante el método de extracción de componentes principales y rotación Varimax mostraron que: Después de eliminar la variable CCQA4 (el Estado tiene políticas para alentar a los estudiantes a iniciar un negocio) de la escala factorial Norma subjetiva (con coeficiente de carga factorial = 0,441 < 0,5 y diferencia de coeficiente factorial < 0,3 (0,441 - 0,362), 22 variables observadas (restantes) miden cinco factores que afectan a la intención emprendedora se extrajeron en 05 factores originales con coeficientes KMO = 0,918 y Sig = 0,000; varianza extraída = 63.145%, en Eigenvalue = 1.111, y todas las variables tienen coeficiente de carga factorial es satisfactoria (> 0,5) 4 variables observadas de la escala de la variable dependiente (intención de creación de empresas de los estudiantes) se extraen en el mismo factor con el coeficiente KMO = 0,821 y Sig = 0,000; la varianza extraída = 74,895% en Eigenvalue = 2,995, y todas las variables tienen carga factorial satisfactoria (> 0,5), que es apropiado y utilizable para el análisis de regresión en el siguiente paso.

Resultados del análisis de regresión obtenidos: R ajustada² = 0,605; valor de prueba F = 90,732 con Sig = 0,000; los coeficientes de regresión B y Beta son ambos > 0, los valores de la prueba t son estadísticamente significativos (Tabla 3); los resultados de las pruebas de violación de los supuestos del modelo de regresión no se violan. Esto demuestra que el modelo de regresión predicho es coherente con los datos de mercado y explica el 60,5% de la variación en las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Se aceptan las hipótesis H1, H2, H3, H4 y H5, y la ecuación de regresión tiene la forma:

$$YDKN = -1,172 + 0,204*DDTC + 0,253*CCQA + 0,169*NTKT + 0,335*GDKD + 0,275*MTKN$$

Los factores influyentes se ordenan de mayor a menor importancia, e incluyen la formación empresarial (GDKD), el nivel subjetivo (CCCQ), el entorno de la puesta en marcha (MTKN), los rasgos de personalidad (DDTC) y la percepción de viabilidad (NTKT).

Cuadro 3
Parámetros del modelo de regresión Parámetros del modelo de regresión

Modelo	Coeficientes de regresión no normalizados		Coeficiente de regresión normalizado	Valor t	Nivel de significación	Estadísticas multicolineales	
	B	Desviación típica	Beta			Aceptabilidad	VIF
(Const.)	-1.172	0,256		-4,565	0,000		
DDTC	0,204	0,049	0,162	4,057	0,000	0,567	1,760
CCQA	0,253	0,042	0,224	5,939	0,000	0,637	1,565
NTKT	0,169	0,041	0,157	4,057	0,000	0,601	1,660
GDKD	0,335	0,045	0,283	7,288	0,000	0,602	1,658
MTKN	0,275	0,055	0,201	4,966	0,000	0,554	1,802

Fuente: resultados de la recogida y análisis de datos del autor. B: coeficientes de regresión; VIF: factor de inflación de la varianza.

Los resultados de la prueba no han encontrado diferencias en la intención de crear una empresa de los estudiantes de economía de las universidades del Delta del Mekong según las siguientes características: tipo de universidad; sexo; residencia permanente; ocupación de los padres del estudiante. Es decir, se rechaza la hipótesis H6 (existe una diferencia en la intención emprendedora de los estudiantes de economía de las universidades del Delta del Mekong según las características demográficas de los estudiantes).

Así, los resultados de este estudio concuerdan con el estudio de (Liñán et al., 2011), pero añaden el factor del entorno de puesta en marcha. También son coherentes con el estudio de Ambad & Damit (2016), en el que el mecanismo y la política gubernamental se sustituyen por el entorno de puesta en marcha. Elementos de educación empresarial (GDKD); La norma subjetiva (CCQA) que tiene una fuerte influencia en la intención emprendedora de los estudiantes es similar a los estudios de (Ambad y Damit, 2016; Lien, 2016; Liñán et al., 2011; Tú y Tiên, 2015).. El factor del entorno de creación de empresas que tiene una fuerte influencia en la intención de los estudiantes de economía de crear una empresa es similar al estudiado por (Grimaldi & Grandi, 2005; Radas & Božić, 2009).. Este estudio no ha encontrado diferencias en la intención de crear una empresa de los estudiantes de economía de las universidades del delta del Mekong según las características sociodemográficas que concuerdan con los

resultados de (Ambad & Damit, 2016; Lien, 2016). Todas estas comparaciones demuestran que los resultados de este estudio son fiables.

Cuadro 4

Comparación de la influencia y el valor medio de los factores que afectan a la intención de crear una empresa de los estudiantes

Factores	Beta	Puntuación media	Mod	Desviación típica
Formación empresarial	0,283	4,631	5	0,83198
Norma subjetiva	0,224	4,747	5	0,87073
Entorno inicial	0,201	5,422	6	0,71983
Rasgos de personalidad	0,162	5,534	6	0,78398
Percepción de la viabilidad	0,157	5,248	5	0,91557

Fuente: resultados del análisis de datos del autor

Sin embargo, en la actualidad no existe compatibilidad entre la importancia de los factores que influyen en la intención de crear una empresa de los estudiantes de economía de las universidades del delta del Mekong y el coste de crear una empresa. su valor medio. Se trata de los factores que influyen mucho en la intención de crear una empresa, pero que no son muy apreciados por los estudiantes, y viceversa (cuadro 4). Esto demuestra que los factores que influyen en la intención de crear una empresa de los estudiantes de economía de las universidades del delta del Mekong no se han desarrollado sobre una base científica.

5. Conclusión e implicaciones políticas

El modelo de investigación de los factores que afectan a la intención de crear una empresa de los estudiantes de economía de las universidades del delta del Mekong se propone heredero del modelo de investigación de (Ambad & Damit, 2016; Liñán et al., 2011). Los resultados de la investigación muestran que el modelo de prueba es consistente con el modelo de investigación propuesto, en el que la importancia de los factores influyentes se ordena de mayor a menor, incluyendo: Educación empresarial; Norma subjetiva; Entorno de creación de empresas; Rasgos de personalidad y Percepción de viabilidad. Sin embargo, el modelo de investigación sólo explica el 60,6% de la variación en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Esto demuestra que hay otros factores que

también intervienen en la explicación de la intención de los estudiantes de crear una empresa, pero que no se han condensado en el modelo de investigación.

A partir de este resultado, para promover el espíritu emprendedor de los estudiantes de economía de las universidades del delta del Mekong en el periodo actual, los responsables políticos y las universidades deben centrarse en las siguientes implicaciones políticas y de gobernanza:

En primer lugar, mejorar el papel y la calidad de la educación empresarial en las universidades mediante la inclusión de cursos empresariales en el programa obligatorio de formación económica de la universidad y, al mismo tiempo, aumentar la duración de la educación empresarial y mejorar la calidad de los programas de educación empresarial en las universidades. Establecer la lista, el código de especialización y la especialización en gestión empresarial en las universidades del sector económico. En ese caso, el programa de formación en gestión empresarial debe dotar directamente de habilidades empresariales y, al mismo tiempo, fomentar el espíritu emprendedor. Las universidades deben contar con políticas que fomenten y apoyen el espíritu emprendedor y la carrera profesional de los estudiantes, especialmente de las estudiantes, creando un terreno de juego para desarrollar ideas empresariales y start-ups para los estudiantes.

En segundo lugar, promover la propaganda del espíritu empresarial y las intenciones emprendedoras para los estudiantes de las siguientes formas: Dedicando una columna sobre iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en los medios de comunicación de masas, promoviendo el papel de los foros de creación de empresas para difundir el espíritu emprendedor en todas las oficinas, escuelas, familias y comunidades sociales, editando publicaciones sobre estudiantes emprendedores, jóvenes empresarios de éxito y un manual de espíritu emprendedor para inspirar, guiar y conducir el espíritu emprendedor de los estudiantes.

En tercer lugar, mejorar el entorno de creación de empresas: El gobierno y los comités populares de las provincias del delta del Mekong tienen que seguir creando un entorno de creación de empresas para los estudiantes; añadir urgentemente nuevas industrias que aún no están en el sistema industrial regulado por el gobierno; y al mismo tiempo, construir un ecosistema de creación de empresas de cada industria, un campo específico, y la orientación de creación de empresas en ese campo. Desarrollar y promover el papel de los fondos de inversión de puesta en marcha y las incubadoras de puesta en marcha, y tener políticas para alentar y apoyar a los estudiantes a iniciar un

negocio, tales como la concesión de créditos con tasas de interés preferenciales, tener una política de exención y reducción del impuesto de sociedades para los estudiantes que inician un negocio en los primeros años, y la construcción de programas de proyectos empresariales para los estudiantes que inician un negocio. El Centro de Apoyo a la Iniciativa Empresarial Juvenil (BSSC) de los sindicatos provinciales y las universidades del Delta del Mekong debe promover la eficacia del foro "Espacio para estudiantes de start-ups" con el objetivo de formar comunidad. Los estudiantes de start-ups colaboran, comparten, reciben apoyo y se desarrollan. Las universidades deben desempeñar un papel decisivo a la hora de propagar, educar y dotar a los estudiantes de los conocimientos, habilidades y experiencias que necesitan para crear una empresa.

En cuarto lugar, promover los esfuerzos y el espíritu emprendedor de los estudiantes: las universidades cooperan con las agencias de medios de comunicación para reforzar la educación y propagar la concienciación de los estudiantes sobre el papel del espíritu emprendedor, las condiciones para hacer realidad las ideas de puesta en marcha y los riesgos a los que pueden enfrentarse, de modo que los estudiantes tengan la actitud adecuada hacia el espíritu emprendedor, alimenten la pasión por emprender y armen de valor su espíritu emprendedor.

En quinto lugar, promover y mejorar la eficacia de las actividades de consultoría sobre creación de empresas. En particular, la BSSC de las uniones provinciales y las universidades del delta del Mekong necesitan poner en marcha urgentemente un sitio web de base de datos de start-ups para que los estudiantes puedan acceder a ella. y consultar modelos de start-ups sobre requisitos, condiciones y riesgos en el proceso de creación de una empresa, mejorando así la concienciación de los estudiantes sobre el control del comportamiento empresarial.

6. Referencias

- Ajzen, I. (1991). La teoría del comportamiento planificado. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amaran, M. A., Abdullah, H., & Eam, L. H. (2020). Fomento del desarrollo de la iniciativa empresarial social en la escuela de artes creativas de Malasia. *Opción*, 36(26), 994-1010.
- Ambad, S. N. A., & Damit, D. H. D. A. (2016). Determinantes de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios en Malasia. *Procedia Economics and Finance*, 37, 108-114. <https://doi.org/10.1016/S2212->

5671(16)30100-9

- Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., G. C. Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>
- Diez Farhat, S., Vargas Valdiviezo, Ma. A., & Acosta Ramírez, N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 334-348. <https://doi.org/10.52080/rvg93.23>
- Comisión Europea (Ed.). (2016). *Entrepreneurship education at school in Europe* (Texto finalizado en febrero de 2016). Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://doi.org/10.2797/875134>
- Grimaldi, R., y Grandi, A. (2005). Incubadoras de empresas y creación de nuevas empresas: An assessment of incubating models. *Technovation*, 25(2), 111-121. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00076-2](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00076-2)
- Hair, J. F. (Ed.). (1998). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.
- Hiệp N. X., Hà Thanh T., & Thị Yến Nhi N. (2021). Factores que afectan a la intención de crear una empresa de los estudiantes que se especializan en economía en las universidades de Ciudad Ho Chi Minh (Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp kinh doanh của sinh viên khối ngành kinh tế các trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh). *Revista de Finanzas y Marketing*, 51, 55-65. <https://doi.org/10.52932/jfm.vi51.120>
- Karali, S. (2013). *El impacto de los programas de educación empresarial en las intenciones emprendedoras: Una aplicación de la teoría del comportamiento planificado* [Tesis de máster]. Universidad Erasmus de Rotterdam.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). *Inclination towards entrepreneurship among university students: Un estudio empírico de estudiantes universitarios malayos*. 2(4).
- Lien, D. T. H. (2016). Factores que afectan a la intención de iniciar un negocio de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Trabajo y Asuntos Sociales (campus de HCMC). *Journal of Yersin Science*, 1(11/2016), 44-52.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factores que afectan a los niveles de intención emprendedora: Un papel para la educación. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- López Torres, V. G., Sánchez Tovar, Y., Moreno Moreno, Luis Ramón, L. R., & Pérez Rivas, D. A. (2021). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(4), 127-146. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36998>
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). the "making" of an entrepreneur: Testing a

- model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R and D Management*, 33(2), 135-147. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>
- Nunnally, J. C., y Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3ª ed). McGraw-Hill.
- Radas, S., & Božić, L. (2009). The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy. *Technovation*, 29(6-7), 438-450. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.12.002>
- Schaper, M., y Volery, T. (2004). *Entrepreneurship and small business: A Pacific Rim perspective*. Wiley.
- Tam, H. W. (2009). *¿Cómo y en qué medida la educación empresarial hace que los estudiantes sean más emprendedores? A California case of the Technology Management Program* [Tesis doctoral, Universidad de California, Santa Bárbara]. <https://www.proquest.com/openview/d43324fd8f42d4a0cc7e6d901f062c1c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>
- Tú P. A., & Tiên G. T. C. (2015). Determinants of entrepreneurial intentions-A case of economic students at School of Economics and Business Administration, Can Tho University. *Can Tho University Journal of Science*, 38(2015), 59-66.
- Venkatachalam, V. Balaji, & Waqif, Arif. A. (2005). Outlook on Integrating Entrepreneurship in Management Education in India. *Decision*, 32(2), 57-71.
- Yordanova, D. I., & Tarrazon, M.-A. (2010). GENDER DIFFERENCES IN ENTREPRENEURIAL INTENTIONS: EVIDENCE FROM BULGARIA. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(03), 245-261. <https://doi.org/10.1142/S1084946710001543>
- Zapata Domínguez, Á., Corredor Gómez, A., & Mena De la Cruz, A. (2019). Emprendimiento y cultura en instituciones universitarias: Una revisión de la literatura. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 85-97. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23830>

7. Conflictos de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses en relación con la investigación, la autoría y/o la publicación de este artículo.

8. Acuse de recibo

El autor desea expresar su profundo agradecimiento a quienes participaron en la encuesta de este estudio.