



ĐỔI MỚI SÁNG TẠO SỐ VÀ QUẢN TRỊ THÔNG MINH TRONG KỶ NGUYÊN CÔNG NGHIỆP 4.0



<https://tapchikinhetaichinh.vn>

THÔNG TIN LÝ LUẬN VÀ NGHIỆP VỤ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

GIỚI THIỆU, CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

Chúc mừng 101 năm
NGÀY BÁO CHÍ CÁCH MẠNG VIỆT NAM (21/6/1925 - 21/6/2026)

BAN BIÊN TẬP

Tổng Biên tập:

TS. PHẠM THU PHONG

Phó Tổng Biên tập:

BÙI ĐỨC HẢI

TS. VŨ THỊ ÁNH HỒNG

ThS., NGUYỄN HẢI HỒNG

ThS., BÙI THỊ THU HƯƠNG

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS. TS. HOÀNG VĂN CƯỜNG

GS. TS. PHẠM HỒNG CHUƠNG

GS. TS. TRẦN THỌ ĐẠT

GS. TS. NGÔ THẮNG LỢI

GS. TS. NGUYỄN CÔNG NGHIỆP

GS. TS. SỬ ĐÌNH THÀNH

PGS. TS. BÙI HUY NHƯỢNG

PGS. TS. TRẦN TRỌNG NGUYỄN

PGS. TS. NGUYỄN HỒNG SƠN

PGS.TS. NGUYỄN ĐÀO TÙNG

ĐÔI MỚI SÁNG TẠO SỐ VÀ QUẢN TRỊ THÔNG MINH
TRONG KỶ NGUYÊN CÔNG NGHIỆP 4.0

- 7 Tác động của kinh tế số đến tăng trưởng và năng suất của Việt Nam 2025-2026: Phân tích kênh truyền dẫn và khuyến nghị chính sách Nguyễn Quỳnh Thơ
- 13 Chính sách thúc đẩy phát triển công nghệ và kinh tế số - Động lực cho tăng trưởng kinh tế của Việt Nam Nguyễn Thế Hùng, Đàm Thanh Tú, Phạm Hoàng Mai, Vũ Thị Minh Luận, Phạm Sỹ Hùng
- 19 Phân tích "insight tài chính" dựa trên dữ liệu: Xu hướng tất yếu trong chuyển đổi số hoạt động quản trị tài chính của các doanh nghiệp Việt Nam Phạm Thị Thanh Phương, Nguyễn Thị Thu Huyền
- 22 Các nhân tố ảnh hưởng tới Chính phủ số tại Việt Nam Nguyễn Ngọc Việt, Nguyễn Minh Khánh, Hoàng Thị Lệ Uyên, Lê Thanh Ngọc
- 27 Ứng dụng chấm điểm tín dụng số trong hoạt động ngân hàng tại Việt Nam: Cơ hội tài chính toàn diện và rủi ro dữ liệu cơ chế Sandbox Fintech Đinh Văn Hoàn, Nguyễn Thanh Tú
- 32 Giải pháp phát triển nguồn nhân lực trong tiến trình chuyển đổi số của TP. Hồ Chí Minh Trần Thị Nhật Hà, Dương Nguyễn Uyên Minh
- 35 Chuyển đổi kép và tác động tương hỗ giữa công nghệ số, trách nhiệm xã hội đến doanh nghiệp sản xuất tại TP. Hồ Chí Minh Nguyễn Thụy Cẩm Hương
- 39 Giải pháp thúc đẩy ứng dụng trí tuệ nhân tạo nhằm đổi mới mô hình kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam Lâm Thủy Dương
- 46 Vai trò dữ liệu lớn đối với tài sản đảm bảo trong hoạt động tín dụng của Việt Nam Trần Thu Nhung, Bạch Long Hải, Nguyễn Ngọc Hà
- 49 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong sản xuất công nghiệp tại Việt Nam: Thực trạng và hàm ý chính sách Nguyễn Văn Lành
- 52 Mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa chuyển đổi số và hiệu quả vận hành tài chính của doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam Nguyễn Đức Chung, Nguyễn Ngọc Tiến

TÀI CHÍNH - KINH DOANH

- 57 Hoàn thiện quản lý nhà nước đối với tín dụng xanh tại các ngân hàng thương mại Việt Nam Nguyễn Thùy Linh
- 61 Triển vọng phát triển tiền kỹ thuật số tại Việt Nam trong bối cảnh hoàn thiện khung pháp lý Hoàng Nguyên Khal
- 64 Tác động của fintech đến tỷ lệ CASA của ngân hàng: Hiệu ứng ngược của mạng lưới chi nhánh tại Việt Nam Nguyễn Thị Yến Nhi, Tống Thị Khánh Duyên
- 67 Môi trường phát triển tài chính vi mô tại Việt Nam: Thực trạng và hàm ý chính sách Nguyễn Ngọc Sơn, Hoàng Thị Thu Hiền
- 70 Giải pháp áp dụng công cụ học sâu cho phát hiện rủi ro thẻ tín dụng tại Việt Nam Nguyễn Dương Hùng
- 75 So sánh các phương pháp trí tuệ nhân tạo trong dự báo giá cổ phiếu ngành ngân hàng Việt Nam: Bằng chứng thực nghiệm từ VN30 Nguyễn Thu Hằng, Vũ Thị Kim Liên, Cấn Anh Dũng
- 79 Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến tiếp cận tín dụng xanh tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam Nguyễn Thị Thu Hà, Phạm Thị Hoàng Anh
- 84 Hoàn thiện khung chính sách hải quan nhằm phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam Lê Thị Hồng
- 87 Tác động của cảm xúc mạng xã hội đến thị trường chứng khoán Việt Nam: Bằng chứng từ mô hình VAR-Granger Đào Thanh Bình, Phạm Đức Tuấn, Phan Thị Hoài Thanh, Nguyễn Thị Thùy, Lê Thành Vinh, Vũ Thế Anh
- 93 Tác động của tiếp cận tài chính đến giảm tỷ lệ nghèo: Bằng chứng thực nghiệm toàn cầu Trần Trung Kiên, Nguyễn Thị Ngọc Linh, Nguyễn Hoàng Cường, Đỗ Tuấn Khang, Nguyễn Hoàng Long
- 97 Vai trò của thị trường sơ cấp và thứ cấp trong phát triển thị trường các-bon ở Việt Nam Nguyễn Thị Kim Oanh

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

- 103 Hoàn thiện quy định pháp luật về quyết toán ngân sách nhà nước Nguyễn Đức Thọ
- 107 Cơ chế giám sát tích hợp trong bối cảnh tự chủ tài chính tại các đơn vị sự nghiệp công lập tại Việt Nam Nguyễn Tiến Thiện
- 112 Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số của ngành Tài chính trong kỷ nguyên mới Lê Xuân Quang, Vũ Tùng Anh
- 117 Vai trò của giáo dục đại học trong kỷ nguyên AI: Kết nối sinh viên và doanh nghiệp nhỏ và vừa Phước Văn Hạnh, Hồ Minh Đức



TÒA SOẠN:

703 Lạc Long Quân, Phường Tây Hồ, TP. Hà Nội

Điện thoại: (024) 3933.0036

ĐẠI DIỆN PHÍA NAM:

138 Nguyễn Thị Minh Khai, phường Xuân Hòa

TP. Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 3930.0434

QUẢNG CÁO & PHÁT HÀNH:

Điện thoại: (024) 3933.0034

Email: truyenstong.kttc@gmail.com

TÀI KHOẢN: Tạp chí Kinh tế - Tài chính

1077036868 Ngân hàng TMCP

Ngoại thương Việt Nam CN Hoàn Kiếm

MÃ SỐ THUẾ: 0111000686

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN:

Số 107/GP-BVHTTDL ngày 26/8/2025

của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch

NƠI IN: Công ty TNHH MTV in Tạp chí Cộng sản

GIÁ BÁN: 100.000 đồng

LIÊN HỆ GỬI BÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC:

Phòng Thư ký - Biên tập

Email: nckh.kttc@gmail.com

Hotline:

(024) 3933.0036 / 0779.338.678

- 121 Yếu tố thúc đẩy và rào cản đối với ý định sử dụng trí tuệ nhân tạo trong tiếp thị nội dung tại Việt Nam
Nguyễn Việt Đức, Nguyễn Thị Lan, Cù Thanh Huyền, Ngô Việt Phương, Hoàng Xuân Huy, Đàm Thị Thủy
- 126 Thực trạng triển khai mô hình bán hàng đa kênh trong doanh nghiệp bán lẻ ở Việt Nam
Nguyễn Hữu Thọ
- 130 Ứng dụng mô hình UTAUT2 trong việc phân tích ý định sử dụng ứng dụng du lịch thông minh của du khách tại TP. Hồ Chí Minh
Huỳnh Diệp Trâm Anh, Trần Hoài An, Đỗ Kim Anh Thư, Nguyễn Đức Huy, Đinh Thanh Thủy
- 134 Tác động của Quy định chống phá rừng của Liên minh châu Âu đến năng lực cạnh tranh xuất khẩu cao su tự nhiên của Việt Nam
Lê Hồng Văn, Đồng Thị Ngọc Bình
- 139 Đề xuất mô hình đánh giá tác động các phong cách lãnh đạo đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam
Vũ Việt Dũng
- 142 Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong giảng dạy quản trị tài chính ở bậc đại học
Lê Văn Hải
- 145 Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực quản lý nhân lực trong bối cảnh chuyển đổi số: Phân tích theo mô hình TAM tại Việt Nam
Tôn Thất Viên
- 150 Đánh giá tác động của mô hình chính quyền địa phương hai cấp đến tăng trưởng kinh tế
Nguyễn Phương Thảo, Cao Việt Bách, Lê Hương Giang, Trần Khánh Linh, Đỗ Quang Hưng
- 156 Thực trạng livestream bán hàng tại Việt Nam và những vấn đề đặt ra đối với hành vi của người tiêu dùng
Trần Nguyễn Nhật Minh, Phạm Nguyễn Ngọc Linh, Thái Quang Minh, Trần Tiến Đạt, Nguyễn Gia Minh
- 159 Sự sẵn sàng của người tiêu dùng đối với truy xuất nguồn gốc bằng công nghệ Blockchain trong thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam
Nguyễn Trần Tú Anh
- 164 Đánh giá hiệu quả hoạt động và các yếu tố ảnh hưởng tại các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam
Nguyễn Anh Thư
- 168 Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng di động của khách hàng tại điểm giao dịch số 24/7
Nguyễn Thị Thanh Thuận
- 172 Nghiên cứu tác động của cơ chế "giấy phép đạo đức" trong mua sắm trên nền tảng thương mại điện tử
Phạm Thu Trang, Ngô Văn Hường
- 177 Tác động của truyền miệng điện tử đến nhận thức và ý định mua trước trả sau: Vai trò điều tiết của kiến thức tài chính
Trịnh Hoàng Nam, Trần Hồng Hà
- 182 Chấp nhận công nghệ số trong kinh doanh của nữ doanh nhân nông thôn: Vai trò điều tiết của đào tạo
Vũ An Dân, Nguyễn Đặng Thùy Trang, Bùi Hà Linh, Nguyễn Thị Hoài An
- 187 Ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của Gen Y và Gen Z dưới tác động điều tiết của cảm xúc: Thực nghiệm tại Việt Nam
Phan Thị Hoài Thanh, Trần Thị Minh Thư, Lê Quang Huy, Hà Minh Hoàng, Nguyễn Thị Vũ Huyền
- 191 Mô hình chuỗi cung ứng du lịch xanh hướng tới phát triển bền vững tại Việt Nam
Phạm Việt Dũng, Nguyễn Thị Mai
- 195 Chuyển đổi số trong khu vực công và hiệu quả quản trị cấp tỉnh tại Việt Nam
Võ Hồng Kiên
- 199 Chỉ số chi phí không chính thức thuộc PCI và đầu tư của doanh nghiệp niêm yết Việt Nam: Vai trò điều tiết của cạnh tranh thị trường sản phẩm
Nguyễn Văn Hòa, Vương Thị Hương Giang, Đặng Thị Hồng Phượng
- 203 Các yếu tố tác động đến ý định mua thời trang bền vững: Vai trò trung gian của thái độ môi trường
Đỗ Thị Ánh Nguyệt
- 206 Tác động của nhận thức về hành vi "Tẩy xanh" (Greenwashing) đến niềm tin thương hiệu và ý định mua hàng trong ngành thời trang nhanh
Nguyễn Văn Tâm, Ngô Khánh Toàn
- 211 Bảo vệ việc làm cho người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngành sản xuất thức ăn chăn nuôi miền Bắc Việt Nam
Nguyễn Thị Anh Trâm, Bùi Thị Phương Thảo
- 215 Năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp sản xuất thức ăn chăn nuôi Việt Nam
Nguyễn Minh Dũng, Đỗ Quang Giám, Lê Thị Hồng Quyên

KẾ TOÁN - KIỂM TOÁN

- 220 Chuyển đổi mô hình kế toán hành chính sự nghiệp từ thủ công sang tự động hóa bằng AI
Phạm Thị Hồng Thắm
- 224 Thúc đẩy chuyển đổi số trong kế toán tại doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam
Đặng Thị Huệ, Đào Yến Nhi
- 227 Thực hiện kế toán xanh tại Việt Nam: Những thách thức và giải pháp trong thời gian tới
Nguyễn Thị Hào
- 230 Cấu trúc tri thức về kế toán môi trường, kế toán quản trị môi trường và hiệu quả doanh nghiệp: Phân tích trắc lượng thư mục
Phạm Thị Kim Thanh, Nguyễn Thành Tài, Trần Thị Thanh Hải, Nguyễn Lê Hà Thanh Na, Nguyễn Hà Thạch
- 236 Ảnh hưởng của trí tuệ nhân tạo đến hệ thống kế toán doanh nghiệp
Phan Thị Thanh Tâm
- 241 Hoàn thiện công tác kiểm soát nội bộ tại doanh nghiệp theo yêu cầu của Thông tư số 99/2025/TT-BTC
Nguyễn Thị Thắm
- 244 Kiểm toán nội bộ dựa trên rủi ro trong kỷ nguyên số tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp
Nguyễn Thị Minh Thu, Nguyễn Tiến Hưng
- 249 Tác động của công nghệ thông tin đến hiệu quả tổ chức nội bộ tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Ninh Bình
Đặng Thị Thu Hà, Phạm Đức Cường, Nguyễn Thị Xuân Hồng
- 253 Ảnh hưởng của hệ thống kiểm soát nội bộ đến hiệu quả quản trị rủi ro của các ngân hàng thương mại Việt Nam
Nguyễn Anh Hiến, Tô Nguyên Định
- 257 Vai trò trung gian của chất lượng thông tin tài chính trong quản trị doanh nghiệp, chuyển đổi số kế toán và hiệu quả hoạt động bền vững
Võ Đình Phụng

CÁC SẢN PHẨM CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH



p-ISSN 3093-3390

Xuất bản 3 kỳ/tháng, điểm khoa học 0,75



p-ISSN 3093-3722

Xuất bản 2 tháng/kỳ, điểm khoa học 0,75.



e-ISSN 3093-3498

<https://tapchikinhjetaichinh.vn>



e-ISSN 3093-334X

<https://nghiencuu.tapchikinhjetaichinh.vn>

Điểm khoa học 0,75.



CHUYÊN TRANG CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

e-ISSN 3093-3501

<https://thuehaiquan.tapchikinhjetaichinh.vn>



CHUYÊN TRANG CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

e-ISSN 3093-3552

<https://ansinh.tapchikinhjetaichinh.vn>

- 262 Các yếu tố ảnh hưởng ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong công tác kế toán tại doanh nghiệp nhỏ và vừa ở TP. Hà Nội **Nguyễn Thị Bích Liên**
- 265 Yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hệ thống thông tin kế toán trong các doanh nghiệp tại tỉnh Phú Thọ **Trần Thị Thu Hà, Nguyễn Thị Huyền Trang**
- 270 Đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định áp dụng kế toán xanh của các doanh nghiệp trên địa bàn phường Tân Uyên, TP. Hồ Chí Minh **Đỗ Thị Ngọc Liên, Nguyễn Thị Bạch Tuyết**
- 274 Tác động của hệ thống thông tin kế toán đến hiệu quả hoạt động phi tài chính: Bằng chứng từ các doanh nghiệp nhỏ và vừa **Nguyễn Châu Hùng Tấn, Nguyễn Thị Phúc, Cô Hồng Liên**

THỰC TIỄN - KINH NGHIỆM

- 278 Chuyển đổi kép: Kinh nghiệm một số nước trên thế giới và hàm ý chính sách cho Việt Nam **Vũ Thị Thương, Phạm Minh Thuyết**
- 283 Kinh nghiệm quốc tế về ứng dụng công nghệ blockchain trong quản trị chuỗi cung ứng và hàm ý chính sách đối với Việt Nam **Nguyễn Ngọc Anh, Phạm Thị Xuân Thoa, Dương Thị Thị, Phùng Mai Phương, Lê Thị Phương Vi, Nguyễn Tất Anh, Trần Thị Yến Nhi**
- 287 Kinh nghiệm chuyển đổi số trong giáo dục đại học của Singapore và gợi mở cho Việt Nam **Lê Hoài Linh, Nguyễn Hùng Cường, Nguyễn Bảo Phúc, Phạm Thị Mỹ**
- 291 Đổi mới thanh đạm tại Trung Quốc: Kinh nghiệm và hàm ý cho doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam **Công Thị Thủy, Nguyễn Thị Huệ, Hà Thùy Trang**
- 295 Phát triển nguồn nhân lực ngành y tế khu vực Đông Nam Bộ **Phạm Thị Kim Ngân**
- 298 Vai trò của người dân tộc thiểu số trong phát triển hợp tác xã nông nghiệp vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ **Phạm Văn Tĩnh, Ngô Thị Thủy**
- 302 Các điều kiện ảnh hưởng đến phát triển cảng xanh tại Việt Nam: Nghiên cứu thực nghiệm từ cụm cảng Cái Mép - Thị Vải **Lê Thị Việt Nga, Vũ Hoàng Khánh Ngọc, Dương Thị Hồng Nhung, Chu Thị Thảo, Bùi Hạ Nghi**
- 308 Tác động của việc sử dụng Gen AI tới đánh giá cơ hội, thách thức và hành vi học tập của người lao động tại TP. Hà Nội **Trần Phương Linh, Nguyễn Minh Đoàn Hòa, Nguyễn Quỳnh Chi, Trần Đức Kiên, Trần Thị Phương Linh**
- 312 Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua sắm trên ứng dụng di động của sinh viên tại TP. Hà Nội **Mai Thị Phương**
- 316 Đánh giá tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường bất động sản chung cư trên địa bàn TP. Hà Nội **Lê Phương Thảo, Đỗ Văn Chính, Nguyễn Trọng Đạt, Nguyễn Hữu Thắng**
- 320 Phát triển du lịch xanh ở TP. Hà Nội: Thực trạng và giải pháp **Nguyễn Bảo Trung, Đoàn Mạnh Lên**
- 323 Ứng dụng mô hình Triple Helix trong phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam **Phạm Thị Phương Thảo**
- 326 Yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả đầu tư ngành bán lẻ gia dụng tại TP. Hồ Chí Minh **Mai Đăng Khôi**
- 330 Lý do lựa chọn mua sắm trực tuyến và trực tiếp của Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh **Đoàn Tường Như Ý**
- 333 Nguồn nhân lực thương mại điện tử ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TP. Hồ Chí Minh: Thực trạng và giải pháp **Nguyễn Thị Vân**
- 337 Tác động của chất lượng dịch vụ sau bán hàng đến sự hài lòng của khách hàng tại các ngân hàng thương mại TP. Hồ Chí Minh **Hoàng Thị Thanh Hằng**
- 340 Ý định tái mua mỹ phẩm sau trải nghiệm livestream trên TikTok Shop: Kiểm định mô hình giá trị - niềm tin với người tiêu dùng Gen Z tại TP. Hồ Chí Minh **Nguyễn Tuấn Đạt**
- 343 Nhân tố ảnh hưởng đến ý định và nhu cầu đầu tư tiền mã hóa của sinh viên tại các trường đại học ở TP. Hồ Chí Minh **Lê Thị Ngọc Tú, Phan Thị Thanh Huyền, Vũ Thanh Hiếu**
- 347 Chuyển đổi số trong công tác kiểm tra thuế tại Thuế tỉnh Bắc Ninh **Lương Thị Đình, Nguyễn Thị Bích Diệp**
- 352 Nhân tố ảnh hưởng đến tiếp cận tín dụng của doanh nghiệp nhỏ và vừa do phụ nữ làm chủ trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh **Trần Thị Thắng, Nguyễn Thị Như Nguyệt, Trần Thị Thuý**
- 357 Vai trò của nhà nước trong phát triển công nghiệp tại tỉnh Thái Nguyên: Thực trạng và giải pháp **Nguyễn Huy Dũng, Hoàng Sơn, Lê Thị Hồng Diệp**
- 361 Thực trạng và giải pháp thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Bắc Ninh trong bối cảnh mới **Nguyễn Thị Thùy Hương**
- 364 Kết quả khởi nghiệp hợp tác xã nông nghiệp khu vực phía Tây TP. Hải Phòng **Nguyễn Thị Thủy, Trần Minh Huệ, Lê Thị Minh Châu**
- 369 Khơi thông điểm nghẽn liên kết kinh tế trong phát triển công nghiệp ở tỉnh Ninh Bình hiện nay **Cao Văn Khánh**
- 372 Đánh giá hiệu quả sử dụng vốn đầu tư đối với tăng trưởng kinh tế: Trường hợp tỉnh Nghệ An **Kiều Nguyệt Kim**
- 376 Liên kết vùng trong phát triển du lịch tại TP. Huế: Thực trạng và hàm ý chính sách **Huỳnh Thị Hồng Hạnh**
- 380 Phát triển logistics trong khu thương mại tự do: Động lực cho tăng trưởng kinh tế TP. Đà Nẵng **Phạm Thị Dung**
- 386 Nghiên cứu tác động của phong cách lãnh đạo chuyển đổi đến chuyển đổi số và kết quả hoạt động tại các đơn vị công tỉnh Gia Lai **Trần Thị Yến**
- 390 Thực hiện chính sách phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi tại Lâm Đồng **Nguyễn Thị Hoa, Nguyễn Thanh Hoàng Anh**
- 393 Giải pháp quản lý, sử dụng đất có nguồn gốc từ nông, lâm trường tỉnh Sơn La **Hoàng Thị Hương, Vi Thị Hà, Nguyễn Bảo Linh**
- 397 Hoàn thiện cơ sở dữ liệu nông nghiệp cho thực hiện chuyển đổi số ngành nông nghiệp của tỉnh Đắk Lắk **Mai Thanh Hương, Phạm Thị Hồng Diệp, Đinh Văn Thắng, Mai Thanh Cúc**
- 400 Phát triển nông nghiệp hàng hóa ở tỉnh Phú Thọ trong bối cảnh chuyển đổi số **Hàn Văn Thắng, Nguyễn Mạnh Hồ**

VIETNAM ECONOMIC & FINANCIAL REVIEW

CONTENTS

Issue 2, June, 2026 (26)

EDITOR IN CHIEF:

PHAM THU PHONG, Ph.D.

VICE EDITOR IN CHIEF:

BUI DUC HAI

VU THI ANH HONG, Ph.D.

NGUYEN HAI HONG, M.A.

BUI THI THU HUONG, M.A.

EDITORIAL BOARD:

PROF. HOANG VAN CUONG, Ph.D.

PROF. PHAM HONG CHUONG, Ph.D.

PROF. TRAN THO DAT, Ph.D.

PROF. NGO THANG LOI, Ph.D.

PROF. SU DINH THANH, Ph.D.

PROF. NGUYEN CONG NGHIEP, Ph.D.

ASSOC. PROF. BUI HUY NHUONG, Ph.D.

ASSOC. PROF. NGUYEN HONG SON, Ph.D.

ASSOC. PROF. TRAN TRONG NGUYEN, Ph.D.

ASSOC. PROF. NGUYEN DAO TUNG, Ph.D.

FOR INQUIRIES AND SUBMISSION
OF SCIENTIFIC RESEARCH PAPERS,
PLEASE CONTACT:

Email: nckh.kttc@gmail.com

Hotline: 077.933.8678

DIGITAL INNOVATION AND SMART GOVERNANCE IN THE INDUSTRY 4.0 ERA

- 7 The impact of the digital economy on Viet Nam's economic growth and productivity in 2025-2026: Transmission channels and policy recommendations **Nguyen Quynh Tho**
- 13 Policies for promoting technological development and the digital economy: A driver of Viet Nam's economic growth **Nguyen The Hung, Dam Thanh Tu, Pham Hoang Mai, Vu Thi Minh Luan, Pham Sy Hung**
- 19 Data-driven financial insight analysis: An inevitable trend in the digital transformation of financial management in Vietnamese enterprises **Pham Thi Thanh Phuong, Nguyen Thi Thu Huyen**
- 22 Factors influencing digital government development in Viet Nam **Nguyen Ngoc Viet, Nguyen Minh Khanh, Hoang Thi Le Uyen, Le Thanh Ngoc**
- 27 The application of digital credit scoring in Viet Nam's banking sector: Financial inclusion opportunities and data governance risks within the fintech regulatory sandbox **Dinh Van Hoan, Nguyen Thanh Tu**
- 32 Solutions for human resource development in the digital transformation process of Ho Chi Minh City **Tran Thi Nhat Ha, Duong Nguyen Uyen Minh**
- 35 Dual transformation and the synergistic effects of digital technology and corporate social responsibility on manufacturing firms in Ho Chi Minh City **Nguyen Thuy Cam Huong**
- 39 Solutions to promote artificial intelligence adoption for business model innovation in Vietnamese small and medium-sized enterprises **Lam Thuy Duong**
- 46 The role of Big Data in collateralized lending in Viet Nam **Tran Thu Nhung, Bach Long Hai, Nguyen Ngoc Ha**
- 49 Application of artificial intelligence in industrial manufacturing in Viet Nam: Current situation and policy implications **Nguyen Van Lanh**
- 52 A research model of the relationship between digital transformation, operational performance, and financial performance in Vietnamese insurance companies **Nguyen Duc Chung, Nguyen Ngoc Tien**

FINANCE - BUSINESS

- 57 Improving state management of green credit in Vietnamese commercial banks **Nguyen Thuy Linh**
- 61 The potential for digital currency development in Viet Nam amid the refinement of the legal framework **Hoang Nguyen Khai**
- 64 The impact of fintech on banks' CASA ratios: The threshold effect of branch networks in Viet Nam **Nguyen Thi Yen Nhi, Tong Thi Khanh Duyen**
- 67 The microfinance development environment in Viet Nam: Current situation and policy implications **Nguyen Ngoc Son, Hoang Thi Thu Hien**
- 70 Applying deep learning tools for credit card fraud detection in Viet Nam **Nguyen Duong Hung**
- 75 Comparing artificial intelligence methods for forecasting Vietnamese banking stock prices: Empirical evidence from the VN30 Index **Nguyen Thu Hang, Vu Thi Kim Lien, Can Anh Dung**
- 79 Factors affecting access to green credit at Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam (BIDV) **Nguyen Thi Thu Ha, Pham Thi Hoang Anh**
- 84 Improving the customs policy framework to promote cross-border e-commerce development in Viet Nam **Le Thi Hong**
- 87 The impact of social media sentiment on the Vietnamese stock market: Evidence from a VAR-Granger model **Dao Thanh Binh, Pham Duc Tuan, Phan Thi Hoai Thanh, Nguyen Thi Thuy, Le Thanh Vinh, Vu The Anh**
- 93 The impact of financial access on poverty reduction: Global empirical evidence **Tran Trung Kien, Nguyen Thi Ngoc Linh, Nguyen Hoang Cuong, Do Tuan Khang, Nguyen Hoang Long**
- 97 The role of primary and secondary markets in the development of Viet Nam's carbon market **Nguyen Thi Kim Oanh**

RESEARCH - EXCHANGE

- 103 Improving the legal framework governing state budget finalization **Nguyen Duc Tho**
- 107 The integrated oversight mechanism under financial autonomy: Evidence from public service units in Viet Nam **Nguyen Tien Thien**
- 112 Development of science, technology, innovation, and digital transformation in the finance sector in the new era **Le Xuan Quang, Vu Tung Anh**
- 117 The role of higher education in the AI era: Connecting students and small and medium-sized enterprises **Phuoc Van Hanh, Ho Minh Duc**



OFFICE:

703 Lac Long Quan, Tây Hồ Ward, Hanoi

City

Tel: (024) 3933.0036

HO CHI MINH OFFICE:

No. 138, Nguyen Thi Minh Khai Street,

Xuan Hoa Ward, Ho Chi Minh City

Tel: (028) 3930.0434

ADVERTISEMENT & PUBLICATION:

Tel: (024) 3933.0034

Email: truyenthong.kttc@gmail.com

BANK ACCOUNT: Tạp chí Kinh tế Tài chính

1077036868, Vietcombank, Hoan Kiem

TAX IDENTIFICATION NUMBER:

0111000686

LICENSE: No. 107/GP-BVHTTDL-dated

26/8/2025, issued by Ministry of Culture,

Sports and Tourism

PRINTED BY

The Communist Review Printing LLC

PRICE: VND 100,000

- 121 Drivers and barriers to the intention to use artificial intelligence in content marketing in Viet Nam
Nguyen Viet Duc, Nguyen Thi Lan, Cu Thanh Huyen, Ngo Viet Phuong, Hoang Xuan Huy, Dam Thi Thuy
- 126 Current situation of omnichannel retail implementation in retail enterprises in Viet Nam
Nguyen Huu Tho
- 130 Applying the UTAUT2 model to analyze tourists' intention to use smart tourism applications: Evidence from Ho Chi Minh City
Huynh Diep Tram Anh, Tran Hoai An, Do Kim Anh Thu, Nguyen Duc Huy, Nguyen Duc Huy
- 134 The impact of the European Union Deforestation Regulation on the export competitiveness of Viet Nam's natural rubber industry
Le Hong Van, Dong Thi Ngoc Binh
- 139 Proposing a model for evaluating the impact of leadership styles on the performance of Vietnamese joint-stock commercial banks
Vu Viet Dung
- 142 Application of AI in teaching financial management at the university level
Le Van Hai
- 145 Factors affecting human resource management capability in the context of digital transformation: A TAM-based analysis in Viet Nam
Ton That Vien
- 150 Assessing the impact of the two-tier local government model on economic growth: International experience and implications for Viet Nam
Nguyen Phuong Thao, Cao Viet Bach, Le Huong Giang, Tran Khanh Linh, Do Quang Hung
- 156 The current state of livestream selling in Viet Nam and emerging issues related to consumer behavior
Tran Nguyen Nhat Minh, Pham Nguyen Ngoc Linh, Thai Quang Minh, Tran Tien Dat, Nguyen Gia Minh
- 159 Consumer readiness for Blockchain-based traceability in cross-border e-commerce in Viet Nam
Nguyen Tran Tu Anh
- 164 Evaluating performance and influencing factors of Vietnamese joint-stock commercial banks
Nguyen Anh Thu
- 168 Factors affecting customers' mobile banking usage behavior at 24/7 digital transaction points
Nguyen Thi Thanh Thuan
- 172 Examining the impact of moral licensing on purchasing behavior in e-commerce platforms
Pham Thu Trang, Ngo Van Huong
- 177 The impact of electronic word-of-mouth on perceptions and buy now, pay later adoption intention: The moderating role of financial literacy
Trinh Hoang Nam, Tran Hong Ha
- 182 Digital technology adoption in business among rural women entrepreneurs: The moderating role of training
Vu An Dan, Nguyen Dang Thuy Trang, Bui Ha Linh, Nguyen Thi Hoai An
- 187 The intention to use digital banking services among Generation Y and Generation Z under the moderating effect of emotions: Evidence from Viet Nam
Phan Thi Hoai Thanh, Tran Thi Minh Thu, Le Quang Huy, Ha Minh Hoang, Nguyen Thi Vu Khuyen
- 191 A green tourism supply chain model for sustainable development in Viet Nam
Pham Viet Dung, Nguyen Thi Mai
- 195 Digital transformation in the public sector and provincial governance effectiveness in Viet Nam
Vo Hong Kien
- 199 The PCI informal charges index and investment of Vietnamese listed firms: The moderating role of product market competition
Nguyen Van Hoa, Vuong Thi Huong Giang, Dang Thi Hong Phuong
- 203 Factors influencing sustainable fashion purchase intention: The mediating role of environmental attitude
Do Thi Anh Nguyet
- 206 The impact of perceived greenwashing on brand trust and purchase intention in Viet Nam's fast fashion industry
Nguyen Van Tam, Ngo Khanh Toan
- 211 Preventive employment protection for workers in small and medium-sized animal feed manufacturing enterprises in Northern Viet Nam
Nguyen Thi Anh Tram, Bui Thi Phuong Thao
- 215 Innovation capability of Vietnamese animal feed manufacturing enterprises
Nguyen Minh Dung, Do Quang Giam, Le Thi Hong Quyen

ACCOUNTING - AUDIT

- 220 Transforming public sector accounting from manual processes to AI-driven automation
Pham Thi Hong Tham
- 224 Promoting digital transformation in accounting among small and medium-sized enterprises in Viet Nam
Dang Thi Hue, Dao Yen Nhi
- 227 Implementing green accounting in Viet Nam: Challenges and solutions for the future
Nguyen Thi Hao
- 230 Knowledge structure of environmental accounting, environmental management accounting, and firm performance: Bibliometric analysis
Pham Thi Kim Thanh, Nguyen Thanh Tai, Tran Thi Thanh Hai, Nguyen Le Ha Thanh Na, Nguyen Ha Thach
- 236 The impact of artificial intelligence on enterprise accounting systems
Phan Thi Thanh Tam
- 241 Improving internal control systems in enterprises in accordance with Circular No. 99/2025/TT-BTC
Nguyen Thi Tham
- 244 Risk-based internal auditing in Viet Nam's digital era: Current status and development solutions
Nguyen Thi Minh Thu, Nguyen Tien Hung
- 249 The impact of information technology on internal organizational effectiveness in small and medium-sized enterprises in Ninh Binh Province
Dang Thi Thu Ha, Pham Duc Cuong, Nguyen Thi Xuan Hong
- 253 The impact of internal control systems on risk management effectiveness in Vietnamese commercial banks
Nguyen Anh Hien, To Nguyen Dinh
- 257 The mediating role of financial information quality in corporate governance, accounting digital transformation, and sustainable performance
Võ Dinh Phung
- 262 Factors affecting the adoption of artificial intelligence in accounting practices among small and medium-sized enterprises in Ha Noi
Nguyen Thi Bich Lien
- 265 Factors influencing the effectiveness of accounting information systems in enterprises in Phu Tho Province
Tran Thi Thu Ha, Nguyen Thi Huyen Trang

PUBLICATIONS OF VIETNAM
ECONOMIC & FINANCIAL REVIEW



p-ISSN 3093-3390

Published three issues per month
scientific score: 0.75



p-ISSN 3093-3722

Published bi-monthly, scientific score: 0.75



e-ISSN 3093-3498

<https://tapchikinhjetaichinh.vn>



e-ISSN 3093-334X

<https://ngnhiencuu.tapchikinhjetaichinh.vn>

Scientific score: 0.75



CHUYÊN TRANG CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

e-ISSN 3093-3501

<https://thuehaiquan.tapchikinhjetaichinh.vn>



CHUYÊN TRANG CỦA TẠP CHÍ KINH TẾ - TÀI CHÍNH

e-ISSN 3093-3552

<https://ansinh.tapchikinhjetaichinh.vn>

- 270 Assessment of factors affecting the decision to adopt green accounting among enterprises in Tan Uyen Ward, Ho Chi Minh City
Do Thi Ngoc Lien, Nguyen Thi Bach Tuyet
- 274 The impact of accounting information systems on non-financial performance: Evidence from small and medium-sized enterprises
Nguyen Chau Hung Tinh, Nguyen Thi Phuc, Co Hong Lien

PRACTICES - EXPERIENCES

- 278 Dual transition: International experiences and policy implications for Viet Nam
Vu Thi Thuong, Pham Minh Thuy
- 283 International experiences in the application of blockchain technology in supply chain management and policy implications for Viet Nam
Nguyen Ngoc Anh, Pham Thi Xuan Thoa, Duong Thi Thi, Phung Mai Phuong, Le Thi Phuong Vi, Nguyen Tat Anh, Tran Thi Yen Nhi
- 287 Digital transformation experiences in higher education in Singapore and implications for Viet Nam
Le Hoai Linh, Nguyen Hung Cuong, Nguyen Bao Phuc, Pham Thi My
- 291 Frugal innovation in China: Experiences and lessons for Vietnamese small and medium-sized enterprises
Cong Thi Thuy, Nguyen Thi Hue, Ha Thuy Trang
- 295 Human resource development in the healthcare sector in Southeast Viet Nam
Pham Thi Kim Ngan
- 298 The role of ethnic minorities in the development of agricultural cooperatives in the Northern Midlands and Mountainous region of Viet Nam
Pham Van Tinh, Ngo Thi Thuy
- 302 Conditions influencing green port development in Viet Nam: Empirical evidence from the Cai Mep-Thi Vai port cluster
Le Thi Viet Nga, Vu Hoang Khanh Ngoc, Duong Thi Hong Nhung, Chu Thi Thao, Bui Ha Nghi
- 308 The impact of GenAI usage on perceptions of opportunities, challenges, and GenAI learning behavior among employees in Ha Noi
Tran Phuong Linh, Nguyen Minh Doan Hoa, Nguyen Quynh Chi, Tran Duc Kien, Tran Thi Phuong Linh
- 312 Factors influencing students' online purchase intention through mobile shopping applications in Ha Noi
Mai Thi Phuong
- 316 Assessing the impact of factors influencing the apartment real estate market in Ha Noi
Le Phuong Thao, Do Van Chinh, Nguyen Trong Dat, Nguyen Huu Thang
- 320 Green tourism development in Ha Noi: Current situation and solutions
Nguyen Bao Trung, Doan Manh Len
- 323 Application of the Triple Helix model in developing the innovation-driven startup ecosystem in Viet Nam
Pham Thi Phuong Thao
- 326 Factors affecting investment efficiency in the household retail industry in Ho Chi Minh City
Mai Dang Khoi
- 330 Reasons for choosing online and in-store shopping among Gen Z in Ho Chi Minh City
Doan Tuong Nhu Y
- 333 E-commerce human resources in small and medium-sized enterprises in Ho Chi Minh City: Current situation and solutions
Nguyen Thi Van
- 337 The impact of after-sales service quality on customer satisfaction in commercial banks in Ho Chi Minh City
Hoang Thi Thanh Hang
- 340 Repurchase intention for cosmetics after livestream shopping experiences on TikTok Shop: Testing the value-trust model among Gen Z consumers in Ho Chi Minh City
Nguyen Tuan Dat
- 343 Factors affecting university students' intention and demand for cryptocurrency investment in Ho Chi Minh City
Le Thi Ngoc Tu, Phan Thi Thanh Huyen, Vu Thanh Hieu
- 347 Digital transformation in tax audit activities at the Bac Ninh Provincial Tax Department
Luong Thi Dinh, Nguyen Thi Bich Diep
- 352 Determinants of credit accessibility among women-owned small and medium-sized enterprises in Bac Ninh province
Tran Thi Thang, Nguyen Thi Nhu Nguyet, Tran Thi Thuy
- 357 The role of the state in industrial development in Thai Nguyen province: Current situation and solutions
Nguyen Huy Dung, Hoang Son, Le Thi Hong Diep
- 361 Current situation and solutions for attracting foreign direct investment in Bac Ninh in the new context
Nguyen Thi Thuy Huong
- 364 Startup performance of agricultural cooperatives in the western area of Hai Phong City
Nguyen Thi Thuy, Tran Minh Hue, Le Thi Minh Chau
- 369 Unlocking bottlenecks in economic linkages in industrial development in Ninh Binh province
Cao Van Khanh
- 372 Assessing the efficiency of investment capital utilization for economic growth: The case of Nghe An Province
Kieu Nguyet Kim
- 376 Regional linkages in tourism development in Hue City: Current situation and policy implications
Huynh Thi Hong Hanh
- 380 Logistics development in the free trade zone: A driver of economic growth in Da Nang City
Pham Thi Dung
- 386 Examining the impact of transformational leadership on digital transformation and organizational performance in public-sector organizations in Gia Lai Province
Tran Thi Yen
- 390 Implementation of socio-economic development policies for ethnic minority and mountainous areas in Lam Dong Province
Nguyen Thi Hoa, Nguyen Thanh Hoang Anh
- 393 Solutions for the management and utilization of land originating from state agricultural and forestry farms in Son La Province
Hoang Thi Huong, Vi Thi Ha, Nguyen Bao Linh
- 397 Completing agricultural databases to support digital transformation in the agricultural sector of Dak Lak Province
Mai Thanh Huong, Pham Thi Hong Diep, Dinh Van Thang, Mai Thanh Cuc
- 400 Commercial agricultural development in Phu Tho province amid digital transformation
Han Van Thang, Nguyen Manh Ho



NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA CƠ CHẾ “GIẤY PHÉP ĐẠO ĐỨC” TRONG MUA SẮM TRÊN NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

PHẠM THU TRANG¹, NGÔ VĂN HƯỜNG²

Tóm tắt

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu khảo sát từ 498 sinh viên tại TP. Hà Nội để giải thích cách thức cơ chế “giấy phép đạo đức” tác động làm giảm hiệu quả của việc áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng ngẫu hứng do ảnh hưởng của tâm lý sợ bỏ lỡ (FOMO) trong bối cảnh tiêu dùng số. Kết quả nghiên cứu chỉ ra một phát hiện trái với kỳ vọng thông thường: việc áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng không những không kìm hãm mà còn có tác động cùng chiều đến hành vi mua sắm thực tế. Đồng thời, biến này đóng vai trò điều tiết, làm gia tăng ảnh hưởng của FOMO đến hành vi mua ngẫu hứng. Từ kết quả này, nghiên cứu chỉ ra hạn chế của các giải pháp hiện đang áp dụng để giảm mua hàng ngẫu hứng và định hướng những giải pháp mang tính chiều sâu có cân nhắc đến tác động của cơ chế “giấy phép đạo đức” như: phát triển bản sắc tiêu dùng có trách nhiệm, thiết lập quy tắc chi tiêu nhất quán, áp dụng cơ chế trì hoãn quyết định và quản trị cảm xúc khi tiêu dùng.

Từ khóa: Cơ chế “giấy phép đạo đức”, mua hàng ngẫu hứng, FOMO, thương mại điện tử

EXAMINING THE IMPACT OF MORAL LICENSING ON PURCHASING BEHAVIOR IN E-COMMERCE PLATFORMS

Abstract

This study uses survey data from 498 university students in Ha Noi to explain how the mechanism of moral licensing undermines the effectiveness of measures intended to curb impulsive purchasing driven by the fear of missing out (FOMO) in a digital consumption context. The findings reveal a counterintuitive result: implementing purchase-restriction measures not only fails to suppress impulsive buying but is also positively associated with actual purchasing behavior. Furthermore, this variable serves as a moderator, strengthening FOMO's influence on impulsive buying behavior. Based on these findings, the study highlights the limitations of existing approaches to reducing impulsive purchases and proposes more comprehensive solutions that address the effects of moral licensing, including fostering a responsible consumer identity, establishing consistent spending rules, implementing decision-delay mechanisms, and improving emotional self-regulation in consumption.

Keywords: Moral licensing, impulsive buying, FOMO, e-commerce

Ngày nhận bài: 20/4/2026; Ngày hoàn thiện biên tập: 24/5/2026; Ngày duyệt đăng: 08/6/2026

ĐẶT VẤN ĐỀ

Sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử (TMĐT) đã làm gia tăng đáng kể hành vi mua sắm ngẫu hứng của người tiêu dùng, đặc biệt dưới tác động của hội chứng sợ bỏ lỡ (FOMO). Trong môi trường số như Shopee, các yếu tố kích thích từ chương trình khuyến mãi, đánh giá từ cộng đồng đến thông báo theo thời gian thực liên tục thúc đẩy các quyết định mua hàng mang tính bộc phát. Kết quả khảo sát cho thấy, 92% sinh viên tại Hà Nội nhận thức rõ về cơ chế tác động của FOMO và đã chủ động áp dụng nhiều biện pháp hạn chế mua sắm để kiểm soát chi tiêu. Tuy nhiên, hiệu quả thực tế của các giải pháp này vẫn là một dấu hỏi lớn.

Nghiên cứu gần đây chỉ ra một thực tế trái ngược: việc thường xuyên áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng không những không làm suy giảm mà còn khuếch đại tác động của FOMO đến hành vi mua sắm. Nghịch lý này được lý giải bằng cơ chế “giấy phép đạo đức”, khi những nỗ lực kỷ luật trước đó vô tình tạo ra cảm giác “đã kiểm soát tốt”, tự cấp phép cho cá nhân nuông chiều bản thân và chi tiêu mạnh tay hơn ở quyết định tiếp theo. Nhằm lấp khoảng trống lý thuyết về bối cảnh tâm lý này, nghiên cứu tập trung phân tích vai trò điều tiết của mức độ thường xuyên áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng trong mối quan hệ giữa FOMO và hành vi tiêu dùng trên nền tảng Shopee. Nghiên cứu lựa chọn

¹ Trường Đại học Mở - Địa chất; Email: phamthu trang@humg.edu.vn

² Trường Đại học Mở - Địa chất



sinh viên làm đối tượng khảo sát, do đây là nhóm người tiêu dùng trẻ, có mức độ tham gia cao trong môi trường TMDT, đồng thời có đặc điểm tài chính và tâm lý dễ chịu tác động bởi các yếu tố kích thích tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu không chỉ góp phần làm rõ cơ chế hành vi trong tiêu dùng số, mà còn cung cấp các hàm ý thực tiễn cho việc thiết kế chính sách và công cụ nhằm kiểm soát hành vi tiêu dùng hiệu quả hơn trong bối cảnh kinh tế số.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Hội chứng sợ bỏ lỡ và hành vi tiêu dùng

Hội chứng sợ bỏ lỡ (FOMO) được Przybylski và các cộng sự (2013) định nghĩa là "nỗi lo sợ phổ biến rằng người khác có thể đang có những trải nghiệm bổ ích mà mình thì không". Dưới góc độ Lý thuyết tự quyết (SDT) của Ryan và Deci (2000), FOMO phát sinh khi các nhu cầu tâm lý cơ bản của con người về sự tự chủ, năng lực và kết nối xã hội không được thỏa mãn. Bên cạnh đó, Lý thuyết so sánh xã hội của Festinger (1954) giải thích rằng cá nhân có xu hướng đánh giá bản thân bằng cách so sánh với người khác và sự so sánh này trên mạng xã hội là một trong những tác nhân chính gây ra FOMO. Nhiều nghiên cứu trong nước và quốc tế cũng đã chỉ ra rằng, FOMO có tác động tích cực đến hành vi mua sắm ngẫu hứng, đặc biệt trong môi trường trực tuyến nơi thông tin được truyền tải liên tục và mang tính kích thích cao (Barbu Kleitsch và Drămnescu, 2025; Lê Lâm Huỳnh Thông, 2025; Przybylski và cộng sự, 2013).

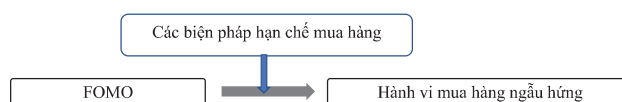
Các biện pháp hạn chế mua hàng ngẫu hứng

Trước áp lực từ các yếu tố kích thích tiêu dùng, người tiêu dùng ngày càng có xu hướng áp dụng các biện pháp nhằm kiểm soát hành vi mua sắm, như: thiết lập danh sách mua hàng chi tiết, quy định hạn mức chi tiêu (Anh và cộng sự, 2025), kiểm soát các tác động của môi trường mua hàng (Lưu Ngọc Anh và cộng sự, 2021), quản lý cảm xúc (Wang và cộng sự, 2022), chờ đợi (Wang và cộng sự, 2023), chuyển đổi từ hệ thống tư duy cảm xúc sang tư duy phân tích bằng cách bắt buộc bản thân phải so sánh giá và tìm kiếm thông tin trước khi mua (Sivakumaran và cộng sự, 2025) hoặc thúc đẩy chánh niệm để nâng cao sức khỏe tinh thần, giảm tâm lý sợ bỏ lỡ (Morsi và cộng sự, 2025). Các nghiên cứu trong lĩnh vực hành vi tiêu dùng cho rằng những biện pháp này có thể giúp giảm thiểu hành vi mua sắm ngẫu hứng và nâng cao hiệu quả quản lý tài chính cá nhân.

Cơ chế "giấy phép đạo đức" và tác dụng làm giảm hiệu quả của việc áp dụng các biện pháp hạn chế tiêu dùng ngẫu hứng

Một trong những hướng tiếp cận quan trọng trong kinh tế hành vi là cơ chế "giấy phép đạo đức". Cơ chế hoạt động của nó là khi một người có thể viện

HÌNH 1: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

dẫn những hành vi tốt đẹp, đáng khen ngợi trong quá khứ, họ sẽ cảm thấy thoải mái hơn khi thực hiện các hành động có thể bị coi là không mong muốn hoặc nghi vấn về mặt đạo đức. Trong bối cảnh mua sắm, việc đã thực hiện một lựa chọn "tốt" có thể cấp "giấy phép" để người đó thực hiện một lựa chọn "ngẫu hứng" hoặc "nuông chiều bản thân" sau đó. Khi cảm thấy đã có đủ "vốn" đạo đức hoặc vị thế phù hợp, con người sẽ trở nên tự tin và ít bị ràng buộc bởi các quy chuẩn thông thường hơn (Miller và Effron, 2010).

Trong bối cảnh tiêu dùng, việc áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng có thể vô tình tạo ra cảm giác "đã kiểm soát tốt", từ đó dẫn đến xu hướng tiêu dùng nhiều hơn trong các quyết định tiếp theo. Cơ chế này đặc biệt có ý nghĩa trong môi trường TMDT, nơi các quyết định mua hàng diễn ra nhanh chóng và chịu tác động mạnh từ các yếu tố kích thích bên ngoài.

Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu đề xuất mô hình phân tích mối quan hệ giữa FOMO (TF), Các biện pháp hạn chế mua hàng (CP) và Hành vi mua hàng ngẫu hứng (BH) như Hình 1.

Từ mô hình nghiên cứu, các giả thuyết được đề xuất như sau:

H1: FOMO có tác động cùng chiều đến Hành vi mua hàng ngẫu hứng.

H2: Mức độ thường xuyên áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng có tác động cùng chiều đến Hành vi mua hàng ngẫu hứng.

H3: Mức độ thường xuyên áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng làm gia tăng tác động của FOMO đến Hành vi mua hàng ngẫu hứng.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng qua bảng câu hỏi trực tuyến gửi đến sinh viên các trường đại học tại Hà Nội. Hệ thống thang đo gồm 6 chỉ báo đo lường Hội chứng sợ bỏ lỡ (TF), 6 chỉ báo đo lường Hành vi mua hàng ngẫu hứng (BH) và 7 chỉ báo đo lường Các biện pháp hạn chế mua hàng (CP), sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Từ dữ liệu thu thập, 498 phiếu khảo sát hợp lệ được đưa vào phân tích chính thức bằng phần mềm Microsoft Excel 365 và SmartPLS 4 thông qua kỹ thuật mô hình hóa cấu trúc tuyến tính (PLS-SEM). Quy trình phân tích được thực hiện qua 2 bước: (1) Đánh giá mô hình đo lường để kiểm định độ tin cậy và giá trị của thang đo (qua hệ số tải nhân tố, Cronbach's Alpha, CR, AVE và HTMT); (2) Đánh giá mô hình cấu trúc để kiểm



định hệ số đường dẫn, giá trị p và hệ số xác định (R^2). Đồng thời, vai trò điều tiết của biến CP cũng được kiểm định nhằm làm rõ xu hướng tác động của cơ chế “giấy phép đạo đức”.

KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Kết quả nghiên cứu

Đặc điểm mẫu khảo sát

Mẫu nghiên cứu gồm 498 sinh viên học tập tại Hà Nội. Trong đó, nữ chiếm tỷ lệ vượt trội với 81,33%, nam chiếm 18,27% và nhóm khác 0,40%, hoàn toàn phù hợp với đặc thù tham gia TMĐT tại Việt Nam. Xét theo ngành học, sinh viên được khảo sát tập trung chủ yếu ở khối y tế - giáo dục (35,54%) và nhóm ngành khác (33,13%), các ngành còn lại như: kinh tế (13,45%), văn hóa - nghệ thuật (15,06%) và công nghệ - kỹ thuật (2,81%) chiếm tỷ lệ thấp hơn. Về hành vi mua sắm, phần lớn sinh viên có tần suất mua trên nền tảng Shopee từ 1-6 lần/tháng (chiếm gần 70%). Kết quả này cho thấy mua sắm trực tuyến trên Shopee là hành vi phổ biến trong sinh viên, tạo nền tảng phù hợp để phân tích các yếu tố như: FOMO, các biện pháp hạn chế mua hàng và hành vi mua hàng ngẫu hứng.

Thông kê mô tả kết quả khảo sát

Kết quả thống kê cho thấy mức độ ảnh hưởng của các yếu tố FOMO (TF), Hành vi mua hàng ngẫu hứng (BH) và Các biện pháp hạn chế mua hàng (CP) đều ở mức trung bình, với giá trị trung bình lần lượt là 2,90; 3,14 và 3,4. Điều này phản ánh rằng, sinh viên Hà Nội có nhận thức nhất định về các yếu tố tâm lý trong tiêu dùng, đồng thời cũng có xu hướng vừa kiểm soát, vừa tham gia vào hành vi mua sắm.

Đối với yếu tố TF, giá trị trung bình dao động từ 2,65-3,15, cho thấy mức độ ảnh hưởng không cao. Trong đó, biến TF1 (“Lo lắng bỏ lỡ cơ hội mua sắm tốt”) có giá trị cao nhất (3,15), phản ánh tâm lý phổ biến của sinh viên trước các chương trình khuyến mãi. Ngược lại, TF3 (“Truy cập Shopee hằng ngày để điểm danh/chơi game”) có giá trị thấp nhất (2,65), hàm ý rằng động lực duy trì hành vi không còn đến từ yếu tố tích lũy hay thành tích ảo, mà chuyển dịch sang giá trị thực tiễn của giao dịch.

Đối với yếu tố BH, giá trị trung bình ở mức 3,14, thể hiện xu hướng mua sắm ngẫu hứng ở mức tương đối rõ. Đáng chú ý, biến BH4 (“Cảm thấy hứng thú ngay sau khi chốt đơn”) có giá trị cao nhất (3,40), tiếp đến là áp lực thanh toán nhanh (3,19), cho thấy yếu tố cảm xúc vẫn đóng vai trò quan trọng trong quyết định mua hàng. Trong khi đó, các biến liên quan đến hành vi mua không cần nhắc (BH1, BH2) cũng đạt mức trên trung bình, phản ánh vẫn tồn tại xu hướng tiêu dùng ngẫu hứng trong đối tượng sinh viên Hà Nội.

Đối với yếu tố CP, các giá trị trung bình dao động từ 2,95-3,66, cho thấy sinh viên áp dụng các biện pháp

BẢNG 1: ĐỘ TIN CẬY VÀ GIÁ TRỊ HỘI TỤ

	Cronbach's Alpha	rho_a	rho_c	AVE
BH	0,899	0,904	0,923	0,666
CP	0,810	0,818	0,863	0,514
TF	0,900	0,904	0,926	0,714

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

BẢNG 2: KẾT QUẢ GIÁ TRỊ PHÂN BIỆT THEO HTMT

	BH	CP	TF	CP x TF
BH				
CP	0,466			
TF	0,800	0,404		
CP x TF	0,177	0,137	0,119	

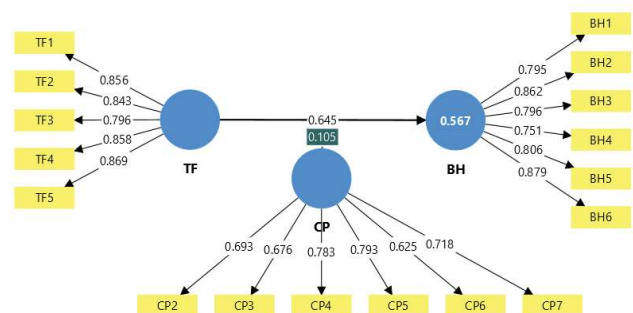
Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

BẢNG 3: TÓM TẮT KẾT QUẢ MÔ HÌNH BÊN TRONG

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P-values
CP → BH	0,191	0,193	0,037	5,098	0,000
CP x TF → BH	0,105	0,104	0,029	3,585	0,000
TF → BH	0,645	0,645	0,028	22,721	0,000

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

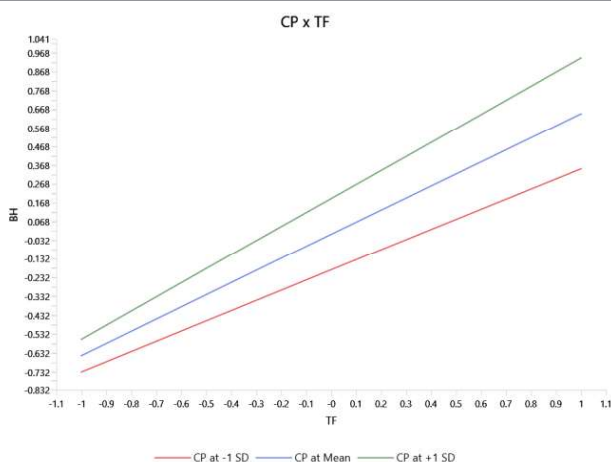
HÌNH 2: MÔ HÌNH CẤU TRÚC



kiểm soát ở mức tương đối. Biện pháp “trì hoãn quyết định mua” có giá trị cao nhất (3,66), tiếp đến lần lượt là việc sinh viên tự điều chỉnh nhận thức để không thấy tiếc khi bỏ qua các đợt Flash sale (3,53), tắt thông báo (3,45), so sánh giá (3,43), quản lý tài chính (3,41) và lập kế hoạch mua hàng (3,35), cho thấy sinh viên đã nhận thức rõ về nỗi sợ bị bỏ lỡ và chủ động kiểm soát hành vi mua hàng. Một số biện pháp mang tính mạnh hơn như “gỡ ứng dụng Shopee” (CP7) có giá trị thấp hơn (2,95), cho thấy hầu hết sinh viên vẫn đang coi Shopee là kênh mua hàng cần thiết.



HÌNH 3: BIỂU ĐỒ TƯƠNG TÁC GIỮA TF VÀ CP



Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

Tuy nhiên, việc các biện pháp hạn chế được áp dụng ở mức tương đối cao nhưng hành vi tiêu dùng theo cảm xúc vẫn duy trì ở mức cao là cơ sở quan trọng để xem xét khả năng tồn tại cơ chế “giấy phép đạo đức” dẫn đến tác dụng ngược trong kiểm soát hành vi tiêu dùng.

Đánh giá độ tin cậy của mô hình

Kết quả kiểm định thang đo cho thấy biến CP1 không đảm bảo giá trị hội tụ nên đã được lược bỏ khỏi mô hình nghiên cứu chính thức. Mô hình hiệu chỉnh sau đó ghi nhận tất cả các hệ số tải còn lại đều có ý nghĩa thống kê và đạt yêu cầu về chất lượng đo lường.

Kết quả kiểm định mô hình đo lường (Bảng 1) cho thấy các thang đo trong nghiên cứu đều đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ tốt. Cụ thể, hệ số Cronbach's Alpha của các biến BH, CP và TF lần lượt là 0,899; 0,810 và 0,900, đều > 0,7, cho thấy thang đo có độ tin cậy cao. Tương tự, hệ số độ tin cậy tổng hợp (rho_c) của các biến đều dao động từ 0,863-0,926, vượt ngưỡng yêu cầu 0,7, khẳng định tính nhất quán nội tại của các biến quan sát. Bên cạnh đó, hệ số độ tin cậy rho_a cũng đạt giá trị cao (từ 0,818-0,904), củng cố thêm độ tin cậy của thang đo. Về giá trị hội tụ, phương sai trích trung bình (AVE) của các biến đều > 0,5 (BH = 0,666; CP = 0,514; TF = 0,714), cho thấy các biến quan sát giải thích tốt cho biến tiềm ẩn tương ứng.

Kết quả kiểm định giá trị phân biệt theo tiêu chí HTMT (Bảng 2) cho thấy các biến trong mô hình đều đạt yêu cầu. Cụ thể, các giá trị HTMT giữa các cặp biến đều < 0,85, dao động từ 0,119-0,800. Điều này khẳng định các biến tiềm ẩn trong mô hình có sự phân biệt rõ ràng với nhau, không xảy ra hiện tượng trùng lặp khái niệm.

Kiểm định giả thuyết mô hình cấu trúc

Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc (Bảng 3, Hình 2) cho thấy các mối quan hệ trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1% (p-value = 0,000 <

0,01). Cụ thể, TF có tác động cùng chiều và mạnh mẽ đến BH (với hệ số đường dẫn $\beta = 0,645$ và giá trị $T = 22,721$). Kết quả này khẳng định vai trò quan trọng của FOMO trong việc thúc đẩy hành vi mua sắm ngẫu hứng trên nền tảng TMĐT, phù hợp với các nghiên cứu trước.

Đáng chú ý, biến CP cũng có tác động cùng chiều đến BH ($\beta = 0,191$; $T = 5,098$). Kết quả này cho thấy các biện pháp tự kiểm soát không những không làm giảm mà còn có xu hướng làm gia tăng hành vi mua sắm, phản ánh sự tồn tại của cơ chế “giấy phép đạo đức”.

Bên cạnh đó, biến tương tác giữa CP và TF có hệ số $\beta = 0,105$ với giá trị $T = 3,585$, cho thấy vai trò điều tiết của CP là có ý nghĩa và theo hướng làm gia tăng tác động của FOMO đến hành vi tiêu dùng. Điều này hàm ý rằng, khi người tiêu dùng càng thường xuyên áp dụng các biện pháp hạn chế mua hàng, tác động của FOMO đến hành vi mua sắm càng trở nên mạnh hơn.

Ngoài ra, hệ số xác định của biến phụ thuộc BH đạt $R^2 = 0,567$, cho thấy mô hình giải thích được 56,7% sự biến thiên của hành vi tiêu dùng, mức độ giải thích này được xem là khá tốt trong các nghiên cứu về hành vi.

Để làm rõ vai trò điều tiết của CP trong mối quan hệ giữa TF và BH, đồ thị đường dốc đơn (Hình 3) được phân tích dựa trên 3 mức độ của biến CP: mức thấp (-1SD), mức trung bình (Mean) và mức cao (+1SD).

Cụ thể, cả 3 đường hồi quy đều có độ dốc dương, cho thấy TF luôn có tác động cùng chiều đến BH ở mọi mức độ của CP. Tuy nhiên, độ dốc của đường biểu diễn tại mức CP cao (+1SD) lớn hơn rõ rệt so với 2 đường còn lại, cho thấy khi mức độ áp dụng các biện pháp kiểm soát tiêu dùng càng cao, tác động của FOMO đến hành vi tiêu dùng càng trở nên mạnh mẽ hơn. Nói cách khác, CP không làm suy giảm mà còn khuếch đại ảnh hưởng của TF đến BH.

Phát hiện này củng cố kết quả kiểm định mô hình cấu trúc, đồng thời cung cấp bằng chứng trực quan về vai trò điều tiết theo hướng dương của CP. Về mặt lý thuyết, kết quả này có thể được giải thích thông qua cơ chế “giấy phép đạo đức”, theo đó, việc cá nhân thường xuyên thực hiện các hành vi kiểm soát trước đó có thể khiến họ cảm thấy “được phép” tiêu dùng nhiều hơn trong các tình huống sau đó, đặc biệt khi chịu tác động của các kích thích tâm lý như FOMO.

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu khẳng định FOMO thúc đẩy mạnh mẽ hành vi tiêu dùng trong môi trường TMĐT. Tuy nhiên, đóng góp cốt lõi của nghiên cứu nằm ở việc làm rõ vai trò của Các biện pháp hạn chế mua hàng (CP) dưới góc nhìn của “giấy phép đạo đức”. Thay vì kìm hãm, CP lại thúc đẩy hành vi mua sắm, minh chứng rằng những nỗ lực tự kiểm soát trước đó lại có thể trở thành tiền đề tâm lý để cá nhân nới lỏng kỷ luật ở các quyết định tiếp theo.



Cụ thể, khi lập kế hoạch chi tiêu hay trì hoãn mua sắm, người tiêu dùng vô thức tích lũy “tín dụng đạo đức”. Khoản “tín dụng” này được sử dụng để biện minh cho các hành vi tiêu dùng ít kiểm soát hơn, đặc biệt trong những tình huống có kích thích mạnh như FOMO. Vai trò điều tiết của CP đã củng cố sâu sắc luận điểm này: mức độ áp dụng các biện pháp hạn chế càng cao, tác động của FOMO đến hành vi mua sắm càng mạnh. CP không còn là “hàng rào bảo vệ” mà trong nhiều trường hợp lại đóng vai trò như một “chất xúc tác” làm gia tăng ảnh hưởng của FOMO. Đây chính là biểu hiện điển hình của cơ chế “giấy phép đạo đức” trong bối cảnh tiêu dùng số.

Phát hiện này phá vỡ quan điểm tích cực một chiều của các nghiên cứu trước đây về tính kỷ luật tự thân. Trong môi trường TMĐT kích thích liên tục, việc tự kiểm soát có thể kích hoạt cơ chế tâm lý ngược, tự làm suy yếu hiệu quả của chính nó. Hiện tượng này đặc biệt nghiêm trọng ở đối tượng sinh viên - nhóm người dùng có nhận thức tốt về các công cụ hạn chế nhưng dễ dao động tâm lý, khiến nỗ lực kỷ luật ban đầu vô tình trở thành cái bẫy tự biện minh để nuông chiều bản thân sau đó.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ mối quan hệ tương tác giữa FOMO, Các biện pháp hạn chế mua hàng và

Hành vi mua hàng ngẫu hứng trên sàn TMĐT thông qua lăng kính của cơ chế “giấy phép đạo đức”. Kết quả phân tích định lượng dựa trên 498 sinh viên Hà Nội khẳng định việc áp dụng các biện pháp tự kiểm soát mang tính bề nổi không những không làm suy giảm mà còn làm gia tăng hành vi mua sắm ngẫu hứng, đồng thời khuếch đại sức mạnh của FOMO trong tiêu dùng số.

Khuyến nghị

Từ phát hiện mang tính nghịch lý trên, nghiên cứu chỉ ra rằng, các biện pháp kiểm soát hành vi tiêu dùng cần được thiết kế lại theo hướng tính đến khả năng phản tác dụng do cơ chế “giấy phép đạo đức” gây ra. Theo đó, các giải pháp không nên chỉ tập trung vào việc gia tăng tần suất hoặc mức độ kiểm soát, mà cần được xây dựng theo hướng hạn chế khả năng “tự biện minh” của người tiêu dùng trong quá trình ra quyết định. Cụ thể, các biện pháp can thiệp cần mang tính hệ thống và hướng tới việc hình thành thói quen tiêu dùng bền vững, bao gồm: (i) phát triển bản sắc tiêu dùng có trách nhiệm; (ii) thiết lập các quy tắc chi tiêu rõ ràng và nhất quán; (iii) áp dụng cơ chế trì hoãn quyết định mua hàng nhằm giảm thiểu các hành vi bộc phát; (iv) hạn chế thực hiện các quyết định tiêu dùng trong trạng thái tâm lý không ổn định. Những định hướng này góp phần nâng cao hiệu quả kiểm soát hành vi tiêu dùng trong bối cảnh môi trường số ngày càng gia tăng các yếu tố kích thích. ■

Tài liệu tham khảo:

1. Anh, N. Q., Hiền, H. T., Phúc, N. H., Ân, L. B., & Quỳnh, T. D. (2025). Giảm hành vi tiêu dùng ngẫu hứng trên nền tảng livestream: Nghiên cứu tại TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh - Khoa học Xã hội*, 109-124. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.soci.vi.20.2.3823.2025>
2. Barbu Kleitsch, O., & Drămnescu, B. (2025). The Influence of FOMO on Shopping Motivation and Compulsive Buying in Young Adults. *Journalism and Media*, 6(3), 139. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030139>
3. Lê Lâm Huỳnh Thông (2025). Hiệu ứng fomo (fear of missing out) và hành vi mua sắm bốc đồng của gen z việt nam trên nền tảng tiktok shop. *Tạp chí Tâm lý - Giáo dục*, 31(1), 88-93.
4. Lưu Ngọc Anh và cộng sự (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng ở Hà Nội. *Tạp chí Công Thương*, 17.
5. Miller, D. T., & Effron, D. A. (2010). *Psychological License*. In *Advances in Experimental Social Psychology*, 43, 115–155. Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(10\)43003-8](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(10)43003-8)
6. Morsi, N., Sá, E., & Silva, J. (2025). Walking away: Investigating the adverse impact of FOMO appeals on FOMO-prone consumers. *Business Horizons*, 68(2), 197-212. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2024.11.001>
7. Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
8. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
9. Sivakumaran, B., Deshpande, B., Pradhan, D., & Lyngdoh, T. (2025). Reducing impulse buying: A review and research agenda. *Journal of Consumer Marketing*, 42(6), 838-860. <https://doi.org/10.1108/JCM-03-2024-6721>
10. Wang, T., Liang, S., & Sun, Y. (2023). So curious that I want to buy it: The positive effect of queue wait on consumers' purchase intentions. *Journal of Consumer Behaviour*, 22(4), 848-866. <https://doi.org/10.1002/cb.2169>
11. Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability*, 14(12), 7500. <https://doi.org/10.3390/su14127500>