



ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

**KỶ YẾU SINH VIÊN NGHIÊN CỨU KHOA HỌC
2024 - 2025**

Hà Nội, 22/09/2025

BÁO CÁO TÓM TẮT

Tên đề tài: Ảnh hưởng của tính dễ bị tổn thương, sự thiếu minh bạch đến hành vi mua hàng trực tuyến: Mô hình trung gian nổi tiếp.

Sinh viên/nhóm sinh viên: Nguyễn Anh Vũ (trưởng nhóm), Mai Hồng Nhung, Nguyễn Hồng Tâm, Trần Phương Thảo, Phạm Thị Vân Anh.

Giảng viên hướng dẫn: **TS. Nguyễn Thu Thủy**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Nghiên cứu xác định mức độ tác động của các yếu tố trong tính dễ bị tổn thương (thiếu kiến thức, thiếu kỹ năng, thiếu nhận thức tội phạm mạng) của người mua và các yếu tố thiếu minh bạch (thiếu sự minh bạch của sản phẩm, thiếu sự minh bạch của quá trình) đến hành vi mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu xác định rằng nhận thức kiểm soát hành vi là yếu tố quan trọng nhất, góp phần mạnh mẽ vào việc thúc đẩy hành vi mua sắm TMĐT. Các yếu tố khác như thiếu kỹ năng và kiến thức, thiếu nhận thức tội phạm mạng; thiếu sự minh bạch về sản phẩm và thiếu sự minh bạch quá trình tác động ngược chiều trực tiếp đến hành vi mua hàng. Các yếu tố này cũng tác động gián tiếp tới hành vi mua hàng thông qua các yếu tố đóng vai trò làm trung gian như: nhận thức kiểm soát hành vi và sự không chắc chắn. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng trong việc tạo dựng cho người tiêu dùng có đủ kiến thức và kỹ năng về sản phẩm và xây dựng cho khách hàng một niềm tin và nhận thức tốt về sự an toàn và bảo mật, tính minh bạch của sản phẩm và quá trình, từ đó thúc đẩy hành vi mua hàng trực tuyến.

Dựa trên kết quả phân tích, nghiên cứu đã đưa ra một số khuyến nghị quan trọng cho cả cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp. Nghiên cứu đạt được mục tiêu ban đầu là trả lời được các câu hỏi, đồng thời khuyến nghị những giải pháp thiết thực giúp doanh nghiệp tối đa hóa hành vi mua hàng trực tuyến và áp dụng hiệu quả các chiến lược phù hợp để tối ưu hóa hoạt động mua bán TMĐT, bao gồm lựa chọn nền tảng và định hướng chiến lược phù hợp, nhằm không chỉ thúc đẩy doanh thu mà còn nâng cao trải nghiệm mua sắm cho khách hàng.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TRUYỀN MIỆNG TIÊU CỰC ẨN
DANH TRÊN MẠNG XÃ HỘI CỦA THẾ HỆ Z: NGHIÊN CỨU VỚI
DỊCH VỤ GIÁO DỤC TẠI VIỆT NAM**

Sinh viên: **Đàm Thị Minh Hương, Phạm Phương Hoa,
Phạm Minh Ngọc, Nguyễn Thị Nguyệt, Nguyễn Hồng Thắm**

Giảng viên hướng dẫn: **ThS. Nguyễn Minh Hòa**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong thời đại công nghệ số phát triển bùng nổ, mạng xã hội đã trở thành kênh giao tiếp và trao đổi thông tin chủ yếu của người dùng trên toàn thế giới, trong đó Việt Nam nổi bật với tốc độ tăng trưởng vượt bậc, tạo động lực để người tiêu dùng chia sẻ những trải nghiệm tiêu cực về một thương hiệu không chỉ trong nhóm tham chiếu của họ mà còn với nhiều người khác trên các nền tảng trực tuyến. Trên thực tế, hiện tượng sử dụng tài khoản ẩn danh trên mạng xã hội về các trải nghiệm tiêu cực đang ngày càng trở nên phổ biến, đặc biệt trong giới trẻ. Tuy nhiên, hậu quả của nó lại mạnh mẽ và gây ảnh hưởng nghiêm trọng hơn so với các nền tảng truyền thống, đặc biệt trong ngành giáo dục. Do đó, nghiên cứu về hành vi truyền miệng tiêu cực ẩn danh trên mạng xã hội của thế hệ Z trong bối cảnh dịch vụ giáo dục tại Việt Nam mang tính cấp thiết trong thời đại hiện nay. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên dữ liệu 448 bạn thuộc đối tượng thế hệ Z trên khắp cả nước thông qua nghiên cứu định lượng và kiểm định bằng phần mềm SMART PLS 4.0 và SPSS 25.0. Trên cơ sở kế thừa, hoàn thiện và phát triển khung lý thuyết của các công trình nghiên cứu đi trước, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu, trong đó mở rộng phạm vi ứng dụng của lý thuyết động lực bảo vệ (PMT) và lý thuyết vòng xoáy im lặng (SOS) đồng thời bổ sung các nhân tố bao gồm: Nỗi sợ bị đánh giá tiêu cực, mức độ nghiêm trọng của mối đe dọa, hiệu quả của hành động và tính dễ tổn thương, vai trò điều tiết của tính dễ tổn thương đều có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến hành vi được nghiên cứu. Từ đó, nhóm tác giả thảo luận về kết quả nghiên cứu để đưa ra các khuyến nghị cho hai đối tượng: cơ sở giáo dục và gia đình nhằm giảm hành vi truyền miệng tiêu cực ẩn danh của thế hệ Z và nâng cao chất lượng dịch vụ tạo điều kiện phát triển lành mạnh cho nền móng giáo dục tại Việt Nam

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **Nghiên Cứu Sự Ảnh Hưởng Của Các Yếu Tố Tâm Lý Xã Hội Và Fomo Đến Ý Định Và Hành Vi Mua Sắm Bốc Đồng Trực Tuyến Dẫn Đến Tiêu Dùng Quá Mức Của Người Trung Niên: Nghiên Cứu Ở Địa Bàn Thành Phố Hà Nội**
2. Sinh viên/nhóm sinh viên: **Cung Thị Linh Chi, Phan Thu An, Đào Đức Anh, Khổng Thị Lan Anh, Lê Trà My**
3. Giảng viên hướng dẫn: **TS. Nguyễn Mạnh Thế**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh thương mại điện tử không ngừng mở rộng, hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng, đặc biệt là nhóm trung niên, chịu ảnh hưởng sâu sắc từ nhiều yếu tố tâm lý xã hội. So với giới trẻ, người trung niên có động lực mua sắm khác biệt nhưng vẫn dễ bị tác động bởi hiệu ứng FOMO (Fear of Missing Out – nỗi sợ bị bỏ lỡ), dẫn đến hành vi mua sắm bốc đồng và tiêu dùng quá mức. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến tài chính cá nhân mà còn tạo ra những hệ lụy kinh tế - xã hội đáng kể. Nghiên cứu này tập trung phân tích mức độ tác động của các yếu tố tâm lý xã hội và hiệu ứng FOMO đối với hành vi mua sắm bốc đồng trực tuyến của người trung niên tại Hà Nội. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ 308 cá nhân trong nhóm trung niên, sau đó được xử lý bằng các phương pháp phân tích thống kê thông qua phần mềm SPSS 20 và AMOS 24 nhằm xác định mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố. Dựa trên kết quả nghiên cứu, đề tài đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức tài chính, giúp người tiêu dùng kiểm soát chi tiêu hiệu quả hơn và giảm thiểu tác động tiêu cực của FOMO. Đồng thời, nghiên cứu cũng cung cấp cơ sở lý luận quan trọng cho các doanh nghiệp thương mại điện tử trong việc xây dựng chiến lược tiếp thị phù hợp, hướng tới một môi trường mua sắm trực tuyến lành mạnh và bền vững.



HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH LÃNG PHÍ CỦA GEN Z TẠI VIỆT NAM VÀ TÁC ĐỘNG CỦA TÂM LÝ FOMO – NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM DỰA TRÊN MÔ HÌNH TPB MỞ RỘNG

Sinh viên: **Ngô Đình Phương Nhi, Đỗ Khánh Linh,
Nguyễn Minh Anh, Trần Thị Thu Huyền,
Nguyễn Vũ Thị Hải Linh**

Giảng viên hướng dẫn: **PGS.TS Lương Thu Hà**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường và suy giảm tài nguyên, tiêu dùng xanh đang trở thành xu hướng tất yếu, đặc biệt lan rộng trong giới trẻ Việt Nam. Tuy nhiên, song hành với xu hướng này là thực trạng tiêu dùng lãng phí do tâm lý FOMO (nỗi sợ bị bỏ lỡ) và trào lưu “sống xanh” thiếu hiểu biết, khiến nhiều người trẻ mua sắm các sản phẩm gắn mác “thân thiện với môi trường” một cách thiếu kiểm soát, dẫn đến lãng phí tài nguyên và đi ngược lại mục tiêu bảo vệ môi trường. Trước thực trạng đó, nhóm tác giả đã nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và hành vi tiêu dùng xanh lãng phí của thế hệ Z tại Việt Nam, dựa trên mô hình Lý thuyết Hành vi có hoạch định (TPB) của Ajzen (1991), đồng thời bổ sung hai yếu tố đặc thù là Kiến thức sản phẩm xanh và FOMO. Kết quả khảo sát trên 339 mẫu cho thấy FOMO là yếu tố then chốt thúc đẩy ý định và hành vi tiêu dùng xanh lãng phí; Thái độ tiêu dùng xanh và Nhận thức kiểm soát hành vi cũng có ảnh hưởng, trong khi Kiến thức sản phẩm xanh và Chuẩn chủ quan lại không có tác động đáng kể. Từ đó, nhóm nghiên cứu đề xuất các giải pháp như tăng cường giáo dục về tiêu dùng tiết kiệm, kiểm soát quảng cáo sản phẩm “xanh” và khuyến khích doanh nghiệp sản xuất sản phẩm bền vững, nhằm điều chỉnh hành vi tiêu dùng của Gen Z theo hướng bền vững, tiết kiệm và hiệu quả hơn.



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **Tác động của Áp lực công nghệ số đến Ý định học hỏi và ứng dụng các công cụ trí tuệ nhân tạo đối với khối nhân viên văn phòng Việt Nam.**
2. Nhóm sinh viên: **Nguyễn Thanh Thảo, Nguyễn Thị Hồng Nhung, Đặng Đại Nhân, Nguyễn Thị Ngọc Thủy, Lê Anh**
3. Giảng viên hướng dẫn: **TS Vũ Hoàng Nam**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ dưới tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, Việt Nam đang nỗ lực bắt kịp xu thế toàn cầu thông qua việc ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) trong nhiều lĩnh vực. Tuy nhiên, song song với quá trình này, một hiện tượng ngày càng phổ biến nhưng vẫn chưa được nghiên cứu sâu là áp lực công nghệ số – vốn có thể mang lại cả tác động tiêu cực lẫn tích cực đến tâm lý và hành vi làm việc của người lao động. Xuất phát từ khoảng trống đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm hiểu tác động của hai loại áp lực công nghệ – thúc đẩy và kìm hãm – đến ý định học hỏi và ứng dụng công cụ AI của nhân viên văn phòng Việt Nam. Dựa trên dữ liệu khảo sát từ 296 nhân viên văn phòng, kết quả cho thấy áp lực kìm hãm làm gia tăng lo ngại về AI ($\beta = 0,203$) và làm giảm động lực làm việc ($\beta = -0,193$), trong khi áp lực thúc đẩy có ảnh hưởng tích cực đến động lực ($\beta = 0,271$). Niềm tin vào năng lực bản thân đóng vai trò điều tiết tích cực mối quan hệ giữa áp lực thúc đẩy và động lực. Động lực làm việc làm tăng ý định học hỏi và ứng dụng AI ($\beta = 0,292$), trong khi lo ngại về AI làm giảm ý định này ($\beta = -0,272$), tuy nhiên cả hai biến này không đóng vai trò trung gian đáng kể. Nghiên cứu góp phần mở rộng lý thuyết về áp lực công nghệ theo hướng tiếp cận hai chiều, đồng thời tái khẳng định vai trò điều tiết quan trọng của niềm tin vào năng lực bản thân. Kết quả nghiên cứu không chỉ cung cấp góc nhìn mới về hành vi ứng dụng công nghệ trong bối cảnh số hóa, mà còn gợi mở các hàm ý thực tiễn cho doanh nghiệp trong việc thiết kế môi trường làm việc số hiệu quả, nhằm thúc đẩy năng lực học hỏi và khả năng thích ứng công nghệ của người lao động trong thời đại AI.

BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **Tác động của học tập cá nhân hóa được hỗ trợ bởi công nghệ đến hiệu quả học tập, thành tích học tập và hạnh phúc của sinh viên trong các cơ sở giáo dục đại học tại Việt Nam**
2. Nhóm sinh viên: **Phạm Đức Minh, Đàm Thị Thanh Thúy, Lê Thị Thu, Nguyễn Bá Phúc, Lương Thị Bích Liên.**
3. Giảng viên hướng dẫn: **TS. Phan Thị Thanh Hoa.**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh giáo dục hiện đại, việc ứng dụng công nghệ vào học tập cá nhân hóa đã mang lại những cải tiến đáng kể, giúp nâng cao chất lượng giảng dạy và trải nghiệm học tập. Nghiên cứu này phân tích tác động của học tập cá nhân hóa được hỗ trợ bởi công nghệ đối với hiệu quả học tập, thành tích học tập và hạnh phúc của sinh viên trong các cơ sở giáo dục đại học tại Việt Nam. Đề tài được thực hiện dựa trên dữ liệu từ 600 sinh viên tại các trường đại học và dữ liệu được kiểm định bằng phần mềm thông qua phần mềm SPSS 27 và Amos 25. Trên cơ sở kế thừa, hoàn thiện và phát triển khung lý thuyết của các công trình nghiên cứu đi trước, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố của môi trường học tập cá nhân hóa được hỗ trợ bởi công nghệ bao gồm hai thành biến là (1) Phương pháp giảng dạy lấy sinh viên làm trung tâm được hỗ trợ bởi công nghệ và (2) Vị thế và lựa chọn của sinh viên trong học tập được hỗ trợ bởi công nghệ. Kết quả cho thấy, khi công nghệ được tích hợp vào phương pháp giảng dạy lấy người học làm trung tâm, tạo điều kiện cho sinh viên có nhiều tiếng nói và quyền lựa chọn hơn trong quá trình học tập, cả hiệu quả học tập, thành tích học tập và mức độ hài lòng của sinh viên đều được cải thiện đáng kể. Dựa trên những phát hiện kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả tiến hành thảo luận về kết quả từ đó đề xuất đưa ra các khuyến nghị, giải pháp nhằm tối ưu hóa việc ứng dụng công nghệ trong học tập cá nhân hóa, góp phần nâng cao hiệu quả và thành tích học tập của sinh viên, thúc đẩy hạnh phúc của sinh viên.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: Ảnh hưởng của cố vấn đồng hành tới sự hài lòng và kết quả trong công việc: Trường hợp của sinh viên và người mới gia nhập thị trường lao động tại Việt Nam
2. Sinh viên/nhóm sinh viên: Hoàng Anh Tài, Đỗ Thị Thu Hà, Nguyễn Thuỳ Dương, Mai Quang Minh, Lương Thị Tình
3. Giảng viên hướng dẫn: TS. Đặng Thị Kim Thoa

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Nghiên cứu này phân tích ảnh hưởng của cố vấn đồng hành đến sự hài lòng và kết quả công việc của sinh viên và người mới gia nhập thị trường lao động ở Việt Nam, thông qua việc bổ sung biến giao tiếp và quản lý mối quan hệ vào mô hình cố vấn của Kram (1985). Dữ liệu khảo sát từ 403 người trong độ tuổi 18-27 được kiểm định bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả cho thấy, khía cạnh hỗ trợ tâm lý của cố vấn tác động lớn nhất đến sự hài lòng trong công việc, trong khi khía cạnh quản lý quan hệ có tác động yếu nhất. Đối với kết quả công việc, khía cạnh hỗ trợ tâm lý có ảnh hưởng mạnh nhất, còn phát triển sự nghiệp tác động yếu nhất. Ngoài ra, sự hài lòng trong công việc có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả công việc. Từ đó, nghiên cứu đề xuất tích hợp chương trình cố vấn đồng hành vào quá trình đào tạo nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực tại các tổ chức và cơ sở giáo dục đào tạo.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



ẢNH HƯỞNG CỦA ĐỔI MỚI SÁNG TẠO MỞ ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG MÔI QUAN HỆ TRUNG GIAN CỦA NĂNG LỰC ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở VIỆT NAM

Nhóm sinh viên: **Trương Bảo Ngọc, Nguyễn Hà Linh, Nguyễn Thảo Linh, Nguyễn Quỳnh Mai, Đỗ Phương Thanh**

Giảng viên hướng dẫn: **PGS.TS Đỗ Thị Đông**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, năng lực cạnh tranh của quốc gia và doanh nghiệp ngày càng trở nên quan trọng, quyết định năng lực mở rộng thị trường, thu hút đầu tư và phát triển bền vững. Đổi mới sáng tạo mở là một chiến lược quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh bằng cách tận dụng tri thức và công nghệ từ bên ngoài, chia sẻ hoặc thương mại hóa tài sản trí tuệ nội bộ, đồng thời kết hợp linh hoạt cả hai hướng để tối ưu hóa lợi ích đổi mới. Bên cạnh đó, năng lực đổi mới công nghệ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao năng lực cạnh tranh. Tại Việt Nam, dù Chính phủ đã khuyến khích ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa, nhưng vẫn còn nhiều rào cản hạn chế tác động của các yếu tố này đến năng lực cạnh tranh. Dựa trên dữ liệu khảo sát từ 308 doanh nghiệp, nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 27.0 và AMOS 20.0 để kiểm định mô hình lý thuyết dựa trên các nghiên cứu trước đây. Kết quả cho thấy đổi mới sáng tạo mở tác động gián tiếp đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua vai trò trung gian của năng lực đổi mới công nghệ. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đưa ra các thảo luận và khuyến nghị cho Chính phủ và doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững trong bối cảnh Việt Nam hiện nay.



NGHIÊN CỨU CÁC THÁCH THỨC ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ SẴN SÀNG THỰC THI BỘ TIÊU CHUẨN MÔI TRƯỜNG - XÃ HỘI - QUẢN TRỊ (ESG) CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI VIỆT NAM

Nhóm sinh viên: **Trần Hoàng Tôn, Tường Minh Ngọc**

Lê Mạnh Hưng, Phùng Tuấn Anh, Nguyễn Phương Anh

Giáo viên hướng dẫn: **TS. Tạ Thu Phương**

Tóm tắt nghiên cứu

Ngày nay, phát triển bền vững đã trở thành xu hướng của cả thế giới, và ESG cũng được quan tâm mạnh mẽ hơn bao giờ hết và đang trở thành tiêu chí bắt buộc tại nhiều tập đoàn và quốc gia. Nhằm bắt dòng chảy thế giới, đặt tầm nhìn đến 2030, Việt Nam đã đưa các mô hình phát triển bền vững và ESG vào mục tiêu và định hướng phát triển, cũng như triển khai Thông tư 13/2023/TT-BKHĐT về hướng dẫn cơ chế tổ chức thực hiện “Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp khu vực tư nhân kinh doanh bền vững giai đoạn 2022-2025”. Về tính mới của đề tài, ngoài việc tập trung làm rõ các thách thức ảnh hưởng đến sự thực thi ESG đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại Việt Nam, nhóm nghiên cứu còn đánh giá mức độ ảnh hưởng của các thách thức này, thay vì chỉ tập trung xác định các thách thức như các nghiên cứu trước đây. Hơn nữa, hầu hết các bài nghiên cứu trên thế giới nếu có đánh giá mức độ ảnh hưởng thì thường tập trung vào các thách thức từ vấn đề pháp lý, khung báo cáo hay khả năng tiếp cận dữ liệu ESG. Trong khi đó, nghiên cứu này sẽ tập trung vào hai yếu tố quan trọng hơn cả khi đặt vào bối cảnh tại Việt Nam, đó là sự thiếu hụt kiến thức và chuyên môn về ESG và sự hạn chế về tài chính của các DNNVV. Theo nhóm nghiên cứu, đây là hai yếu tố có tác động trực tiếp đến khả năng thực thi ESG nhưng chưa được phân tích sâu ở các nghiên cứu trước. Ngoài ra, DNNVV chiếm khoảng 97% tổng số doanh nghiệp tại Việt Nam, nhưng các rào cản trong quá trình thực thi ESG lại chưa được nghiên cứu sâu ở các DNNVV này. Vậy nên, bài nghiên cứu “Nghiên cứu các thách thức ảnh hưởng đến sự sẵn sàng thực thi bộ tiêu chuẩn Môi trường - Xã hội - Quản trị (ESG) tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam” sẽ tìm hiểu những thách thức đối với sự sẵn sàng thực thi ESG dưới góc độ của các DNNVV. Từ đó, nhóm nghiên cứu sẽ có các đề xuất, kiến nghị cho Nhà nước, doanh nghiệp và các chủ thể. Nghiên cứu được thực hiện thông qua phỏng vấn sâu và khảo sát bảng hỏi đối với 281 DNNVV, qua đó đưa ra 5 thách thức chính đối với sự sẵn sàng thực thi ESG, bao gồm thách thức về kiến thức chuyên môn, thách thức về cơ cấu quản trị, thách thức về công nghệ thông tin, thách thức về vấn đề tài chính, và thách thức về tiêu chuẩn chính sách của Chính phủ. Trong đó, thách thức về kiến thức chuyên môn và thách thức về tài chính được đánh giá là có ảnh hưởng lớn nhất. Nghiên cứu được thực hiện từ tháng 10/2024 đến tháng 3/2025, phạm vi nghiên cứu là các DNNVV tại Việt Nam.



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ MÔI TRƯỜNG, XÃ HỘI VÀ QUẢN TRỊ (ESG) TỚI Ý ĐỊNH MUA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI CÁC SẢN PHẨM CỦA DOANH NGHIỆP F&B TẠI VIỆT NAM.**

2. Nhóm sinh viên: **Nguyễn Đức Tấn, Đỗ Thành Nam, Nguyễn Thị Ngọc Anh, Nguyễn Ngọc Linh, Đặng Khánh Linh**

3. Giảng viên hướng dẫn: TS. Đặng Thị Kim Thoa

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Hiện nay, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, không chỉ dựa vào chất lượng sản phẩm mà còn xem xét các yếu tố như bảo vệ môi trường, minh bạch trong quản trị và cam kết với cộng đồng. Tại Việt Nam, nhận thức về ESG còn hạn chế, đặc biệt trong ngành F&B, nơi ESG chủ yếu được áp dụng bởi các doanh nghiệp lớn có tiềm lực tài chính mạnh. Với mục tiêu nghiên cứu tác động của các yếu tố thương hiệu ảnh hưởng đến ý định tiêu dùng thông qua các hoạt động ESG của doanh nghiệp, nghiên cứu này đã xây dựng mô hình nghiên cứu và kiểm định mô hình trong bối cảnh ngành F&B tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng nghiên cứu định lượng với 254 mẫu quan sát là người tiêu dùng, kiểm định bằng phần mềm SPSS20 và SmartPLS3. Kết quả nghiên cứu cho thấy các giả thuyết liên quan tới xã hội và quản trị được chấp nhận, tuy nhiên các giả thuyết của yếu tố môi trường bị bác bỏ. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy ý định mua hàng của người tiêu dùng đối với sản phẩm F&B, thông qua tác động của các hoạt động ESG do doanh nghiệp triển khai. Theo đó, các hàm ý quản trị được đưa ra dựa vào 3 nhóm đối tượng đó là: (1) “Doanh nghiệp F&B”; (2) “Người tiêu dùng” và (3) “Nhà hoạch định chính sách” nhằm đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả của quá trình phát triển bền vững tại Việt Nam.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **Tác động của Gen AI đến định hướng kinh doanh và khả năng phục hồi của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam: Vai trò của sự hỗn loạn thị trường và năng lực hấp thụ.**

2. Nhóm sinh viên: **Nguyễn Thanh Trà, Nguyễn Huyền Trang,
Đỗ Anh Thư, Nguyễn Thị Ngọc Linh,
Nguyễn Hồ Thu Ngân**

3. Giảng viên hướng dẫn: **TS. Phan Thị Thanh Hoa**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Nghiên cứu tập trung đánh giá tác động của Gen AI đến định hướng kinh doanh và khả năng phục hồi của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) tại Việt Nam, đồng thời xem xét vai trò điều tiết của sự hỗn loạn thị trường và năng lực hấp thụ. Dựa trên 250 phiếu khảo sát hợp lệ, kết quả cho thấy đa số doanh nghiệp nhận thức rõ tầm quan trọng của công nghệ, kỹ năng con người và văn hóa dữ liệu trong việc ứng dụng Gen AI. Các yếu tố như định hướng kinh doanh, năng lực hấp thụ và khả năng phục hồi đều có mức trung bình cao và độ lệch chuẩn thấp, phản ánh sự đồng thuận và sẵn sàng cao trong việc thích ứng với biến động thị trường và đổi mới công nghệ. Từ đó nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị cho 3 đối tượng chính: Nhà nước (hoàn thiện chính sách hỗ trợ và phát triển hạ tầng số), Doanh nghiệp (chủ động nâng cao năng lực nội tại), Các nhà cung cấp công nghệ và đối tác chiến lược (vai trò đồng hành, tư vấn và cung cấp giải pháp phù hợp với đặc thù của SMEs).

Ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



BÁO CÁO TÓM TẮT

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN TRÊN MẠNG XÃ HỘI CỦA GIỚI TRẺ VIỆT NAM

Sinh viên: **Trần Thị Phương Thảo, Lê Thị Kim Anh, Nguyễn Thị Ngọc Bích, Ngô Hà Phương, Lê Thị Tùng**

Giáo viên hướng dẫn: **TS. Trần Mạnh Linh**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Cách mạng số nở rộ đã có tác động sâu sắc đến những mặt trong đời sống và kinh tế, định hình toàn diện cơ cấu thị trường lao động và cách thức tạo giá trị kinh tế. Trong bối cảnh đó, việc xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội không chỉ là một xu hướng mà còn là một yêu cầu thiết yếu, giúp cá nhân tận dụng được tiềm năng kinh tế sáng tạo, nâng cao giá trị bản thân và cạnh tranh hiệu quả trong thị trường lao động. Mặc dù điều này mang lại lợi ích nhất định trong việc nâng cao hình ảnh cá nhân, nhưng cũng tiềm ẩn nhiều hệ lụy đáng lo ngại. Nghiên cứu được thực hiện với khảo sát 513 người ở các tỉnh thành tại Việt Nam tập trung chủ yếu ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh kiểm định bằng phần mềm SPSS 20.0. Trên cơ sở kế thừa, hoàn thiện và phát triển khung lý thuyết của các công trình nghiên cứu trước đồng thời áp dụng mô hình lý thuyết hành vi TRA, TPB, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu để làm cơ sở vững chắc cho việc phân tích và làm rõ tác động của các nhân tố Thái độ, Nhận thức kiểm soát hành vi, Chuẩn chủ quan, Sự quan tâm đến mạng xã hội, Nhu cầu tự thể hiện bản thân ảnh hưởng tới hành vi xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội của giới trẻ Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy thái độ tích cực, khả năng kiểm soát hành vi, chuẩn chủ quan, sự quan tâm đến mạng xã hội và nhu cầu tự thể hiện bản thân đều có tác động đáng kể và có ý nghĩa thống kê đối với hành vi xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội. Từ đó, nhóm tác giả thảo luận về kết quả nghiên cứu để đưa ra các khuyến nghị cho cơ sở giáo dục và giới trẻ để thúc đẩy việc xây dựng thương hiệu cá nhân trong thời đại nền kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ.



TÁC ĐỘNG CỦA LÃNH ĐẠO KỸ THUẬT SỐ ĐẾN NỖ LO NGẠI CỦA NHÂN VIÊN VỀ AI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Sinh viên/nhóm sinh viên: **Đàm Nguyễn Linh Anh, Nguyễn Thục Uyên, Đỗ Thị Bảo Trang, Nguyễn Hữu Đại**

Giảng viên hướng dẫn: **TS. Vũ Hoàng Nam**

Tóm tắt nghiên cứu

Trong bối cảnh trí tuệ nhân tạo (AI) phát triển mạnh mẽ, việc ứng dụng AI vào doanh nghiệp đã tạo ra những thay đổi sâu sắc trong quản lý lao động, tối ưu hóa quy trình và nâng cao hiệu suất làm việc. Tuy nhiên, sự phổ biến của AI cũng kéo theo nhiều lo ngại từ phía nhân viên, đặc biệt về nguy cơ mất việc làm, thiếu hụt kỹ năng, sự bất định trong tương lai và khó khăn trong việc thích nghi với công nghệ mới. Nghiên cứu này tập trung phân tích tác động của lãnh đạo kỹ thuật số đến nỗi lo ngại AI của nhân viên tại các doanh nghiệp ở Hà Nội, thông qua 6 biến gồm 1 biến độc lập là Lãnh đạo kỹ thuật số; 4 biến trung gian gồm Lo ngại về việc học AI, Lo ngại việc làm bị thay thế, Lo ngại "mù" kiến thức và Lo ngại về cấu hình AI; cùng 1 biến phụ thuộc là Ý định hành vi sử dụng AI. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng lãnh đạo kỹ thuật số có tác động quan trọng trong việc định hướng nhận thức và thái độ của nhân viên đối với AI, giúp giảm thiểu các mối lo ngại và thúc đẩy sự chủ động học hỏi, thích nghi với công nghệ. So với các nghiên cứu trước đây, nghiên cứu này mở rộng yếu tố lãnh đạo kỹ thuật số, nhấn mạnh vai trò của môi trường quản trị trong việc ảnh hưởng đến mức độ lo ngại AI của nhân viên. Đồng thời, nghiên cứu cũng làm rõ cách mà những lo ngại này ảnh hưởng đến ý định hành vi sử dụng AI của nhân viên, đặc biệt trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra các khuyến nghị cụ thể giúp doanh nghiệp xây dựng chiến lược lãnh đạo kỹ thuật số hiệu quả, nhằm tạo động lực học hỏi và giảm thiểu tâm lý e ngại của nhân viên trước sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ.



VAI TRÒ CỦA NHẬN THỨC VỀ CHÍNH SÁCH MÔI TRƯỜNG VÀ VIỆC SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI TRONG VIỆC KHUYẾN KHÍCH HÀNH VI VÌ MÔI TRƯỜNG CỦA GEN Z TẠI HÀ NỘI.

Sinh viên: Đồng Thị Ngọc Quỳnh, Mai Khánh Linh, Phan Thị Khánh Ly, Lưu Hải Long.

Giáo viên hướng dẫn: TS. Đặng Thị Kim Thoa

Tóm tắt nghiên cứu:

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và ô nhiễm môi trường trầm trọng trên toàn cầu, Việt Nam đối mặt với thách thức lớn khi xếp hạng 180/180 về chỉ số Hiệu suất Môi trường (EPI, 2024), đặc biệt tại Hà Nội - nơi ô nhiễm không khí vượt ngưỡng an toàn của WHO. Thế hệ Gen Z (18–30 tuổi), chiếm 25% lực lượng lao động vào 2025, được kỳ vọng là lực lượng nòng cốt thúc đẩy hành vi bảo vệ môi trường (pro-environmental behavior - PEB). Tuy nhiên, các nghiên cứu trước đây chưa đánh giá đầy đủ vai trò của nhận thức chính sách môi trường (EPP) và mạng xã hội (SMU) trong định hướng hành vi này, đặc biệt trong bối cảnh giáo dục môi trường còn hạn chế và chính sách thiếu đồng bộ. Mặt khác, sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram và TikTok đã mở ra cơ hội để truyền tải thông tin về bảo vệ môi trường đến một lượng lớn người dùng trẻ, qua đó thay đổi hành vi của họ. Mục tiêu của nghiên cứu là làm rõ ảnh hưởng của nhận thức về chính sách môi trường và việc sử dụng mạng xã hội đối với hành vi bảo vệ môi trường của thế hệ Z tại Hà Nội. Đối tượng khảo sát là các cá nhân trong độ tuổi từ 18 đến 28 và nghiên cứu sử dụng phương pháp khảo sát qua bảng câu hỏi online, kết hợp phân tích dữ liệu định lượng bằng phần mềm SPSS và AMOS để kiểm tra mối quan hệ giữa các yếu tố này và hành vi bảo vệ môi trường. Khung lý thuyết TPB (Theory of Planned Behavior) và mô hình S-O-R (Stimulus-Organism-Response) được áp dụng để giải thích sự ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài như nhận thức về chính sách bảo vệ môi trường và mạng xã hội đến hành vi của thế hệ Z. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng nhận thức về các chính sách môi trường và sử dụng mạng xã hội đều có tác động tích cực đến hành vi bảo vệ môi trường của thế hệ Z. Đặc biệt là nhận thức về chính sách môi trường có thể tác động trực tiếp tới hành vi vì môi trường và ảnh hưởng đến nhận thức thông qua việc sử dụng mạng xã hội. Những người nhận thức tốt về các chính sách bảo vệ môi trường có xu hướng tham gia vào các hoạt động như phân loại rác thải, sử dụng phương tiện giao thông công cộng, và giảm thiểu việc sử dụng sản phẩm nhựa. Đồng thời, mạng xã hội cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao nhận thức và thúc đẩy hành vi bảo vệ môi trường thông qua các chiến dịch trực tuyến. Dựa trên kết quả này, nghiên cứu khuyến nghị các nhà hoạch định chính sách và nhà quản trị doanh nghiệp cần tăng cường

tuyên truyền về các chính sách bảo vệ môi trường qua các kênh mạng xã hội để dễ dàng tiếp cận cộng đồng trẻ trong tổ chức.



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **Ứng dụng và mở rộng mô hình UTAUT trong nghiên cứu Ý định chấp nhận khám chữa bệnh từ xa của bác sĩ tại Việt Nam**
2. Nhóm sinh viên: **Dương Lê Trung, Vũ Quỳnh Anh, Trần Minh Quân, Đinh Minh Trang, Lê Việt Hoàng**
3. Giảng viên hướng dẫn: **TS. Phan Thị Thanh Hoa**

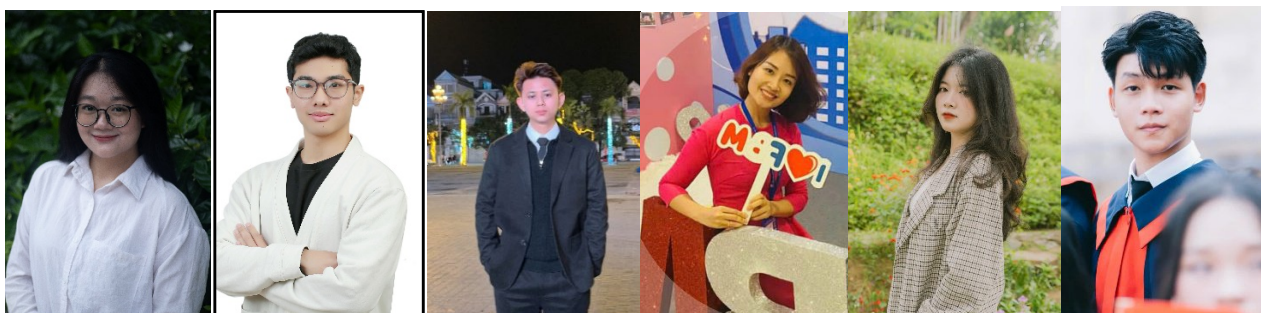
Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Nghiên cứu về Y tế từ xa nói chung và Ý định chấp nhận khám chữa bệnh từ xa của bác sĩ là tuy là chủ đề mới mẻ, song cũng dần đón nhận nhiều sự chú ý từ các học giả trên khắp thế giới, đặc biệt sau khi đại dịch Covid-19 diễn ra làm thay đổi đáng kể nhiều hoạt động của con người.

Thông qua việc thực hiện tổng quan các công trình nghiên cứu đi trước, nhóm tác giả đã xác định được còn nhiều vấn đề chưa được nghiên cứu sâu sắc hoặc kết quả nghiên cứu đi trước còn tồn tại nhiều điểm khác biệt; từ đó đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố tác động đến Ý định chấp nhận khám chữa bệnh từ xa của bác sĩ dựa trên việc ứng dụng và mở rộng mô hình UTAUT. Các biến, thang đo, ... đều được kế thừa từ các công trình nghiên cứu của các học giả uy tín, các công trình này đa số được đăng tải trên các tạp chí chất lượng thuộc danh mục SCOPUS và WoS. Đặc biệt, biến *Chính sách của Chính phủ* là một biến mới, chưa được đưa vào nghiên cứu một cách tổng hợp cùng với các nhân tố khác trước đây; và hầu như còn rất ít được đề cập trong các nghiên cứu tại nước ta; trong khi, với đặc điểm của một quốc gia đang phát triển như Việt Nam thì đây lại là một nhân tố hết sức quan trọng, cần được xem xét trên nhiều góc độ.

Đề tài được thực hiện dựa trên dữ liệu được thu thập từ 298 bác sĩ thuộc cả ba miền Bắc, Trung, Nam và được xử lý thông qua phần mềm SPSS 26.0 và AMOS 20.0. Thông qua quá trình khảo sát và phân tích, nhóm nghiên cứu không chỉ xác định được mức độ tác động của các nhân tố mà còn đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng hoạt động khám chữa bệnh từ xa ở nước ta. Các khuyến nghị được đưa ra hướng tới cả 3 nhóm đối tượng là Nhà nước, các bệnh viện và cơ sở khám chữa bệnh, bác sĩ.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **NGHIÊN CỨU VỀ ẢNH HƯỞNG CỦA NHÂN TỐ CẢN TRỞ VÀ NHÂN TỐ THÚC ĐẨY ĐẾN BA MẶT KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG VỀ KINH TẾ, MÔI TRƯỜNG VÀ XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM**
2. Nhóm sinh viên: Trần Minh Vũ, Trần Thị Vân Anh, Trần Chí Cường, Đỗ Huy Phương, Đặng Thị Khánh Huyền
3. Giảng viên hướng dẫn: **TS. Nguyễn Thị Liên Hương**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Việt Nam đang vươn lên trở thành một trung tâm quan trọng trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đặc biệt trong các ngành sản xuất, chế biến và logistics. Nhờ xu hướng đa dạng hóa chuỗi cung ứng và tham gia 19 FTA, Việt Nam thu hút nhiều tập đoàn lớn và nâng cao tiêu chuẩn xuất khẩu. Tuy nhiên, sự phát triển này đi kèm nhiều thách thức: chi phí logistics cao, hạ tầng chưa đồng bộ, ô nhiễm môi trường nghiêm trọng, và điều kiện lao động còn bất cập. Trong bối cảnh đó, việc áp dụng các thực hành chuỗi cung ứng bền vững (SSCP) trở thành điều kiện thiết yếu để duy trì lợi thế cạnh tranh. SSCP không chỉ nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn gia tăng lòng tin khách hàng, tiết kiệm chi phí và đảm bảo hiệu quả lâu dài. Việc nghiên cứu SSCP cần xem xét tác động của môi trường và xã hội ở cả cấp ngành và tổ chức. Ngoài ra, để thực hiện hiệu quả SSCP, cần nhận diện rõ các nhân tố thúc đẩy (SSCE) và cản trở (SSCI). Đề tài được thực hiện dựa trên dữ liệu từ việc khảo sát 432 doanh nghiệp tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu đã khẳng định vai trò của các nhân tố thúc đẩy và nhân tố cản trở đến việc doanh nghiệp áp dụng các thực hành chuỗi cung ứng bền vững và đến kết quả hoạt động chuỗi cung ứng của doanh nghiệp. Từ đó, nhóm tác giả thảo luận về các kết quả nghiên cứu vừa tìm được và đưa ra khuyến nghị áp dụng các thực hành chuỗi cung ứng một cách hiệu quả để nhằm tăng cường tính bền vững trong hoạt động của doanh nghiệp và nâng cao kết quả hoạt động chuỗi cung ứng.

Ảnh của từng thành viên nhóm



Ảnh của giảng viên hướng dẫn



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: **Ảnh hưởng của Kỹ năng số đến Kết quả làm việc cá nhân: Nghiên cứu tình huống các Doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam**
2. Sinh viên/nhóm sinh viên: **Nguyễn Hoàng Nhi, Nguyễn Phương Anh, Nguyễn Tôn Như, Chu Vũ Khánh Ngọc, Mai Đình Quân**
3. Giảng viên hướng dẫn: **PGS. TS Đỗ Thị Đông**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư và sự trỗi dậy mạnh mẽ của kỹ nguyên số, kỹ năng số ngày càng trở thành yếu tố then chốt quyết định hiệu quả làm việc, đặc biệt trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam – nhóm doanh nghiệp chiếm tỷ trọng chủ yếu trong nền kinh tế quốc gia. Tuy nhiên, không phải tất cả nhân viên tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa đều được trang bị đầy đủ các kỹ năng cần thiết để khai thác tối đa tiềm năng từ công nghệ số. Nghiên cứu này tập trung khám phá vai trò của kỹ năng số đối với kết quả làm việc cá nhân trong môi trường doanh nghiệp nhỏ và vừa. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 703 nhân viên và được phân tích bằng phần mềm SPSS phiên bản 23.0 và SmartPLS 4. Trên cơ sở kế thừa các lý thuyết nền tảng hiện có, mô hình nghiên cứu đề xuất kiểm định vai trò trung gian của kỹ năng số – bao gồm kỹ năng kỹ thuật số, kỹ năng phân tích dữ liệu, công dân số, học tập dài hạn và khả năng khởi nghiệp kỹ thuật số – trong mối quan hệ giữa lãnh đạo số với hiệu suất làm việc cá nhân và hành vi sáng tạo. Kết quả cho thấy lãnh đạo số có tác động tích cực đến kỹ năng số, từ đó thúc đẩy hành vi đổi mới sáng tạo và nâng cao hiệu suất làm việc của nhân viên. Nghiên cứu này đề xuất các giải pháp chiến lược nhằm giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ tối ưu hóa kết quả làm việc cá nhân thông qua việc phát triển kỹ năng số và triển khai các biện pháp nhằm gia tăng lãnh đạo số của nhân viên. Dựa trên các phát hiện này, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả làm việc trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam thông qua việc phát triển kỹ năng số một cách toàn diện, đồng thời triển khai mô hình lãnh đạo kỹ thuật số một cách hiệu quả.



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng thuộc xu hướng chuyển đổi xanh và chuyển đổi số đến ý định nghỉ việc của nhân viên tại các doanh nghiệp ở Việt Nam
2. Nhóm sinh viên: Nguyễn Thị Thảo, Phạm Hải Đăng, Thái Bình Hưng
3. Giảng viên hướng dẫn: TS. Nguyễn Thị Liên Hương

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Thế giới đang bước vào một kỉ nguyên mới với các xu hướng công nghệ và yêu cầu về môi trường tác động ngày càng mạnh mẽ tới hoạt động của các doanh nghiệp. Việt Nam - một trong những quốc gia đang vươn mình mạnh mẽ tại châu Á nói riêng và thế giới nói chung không nằm ngoài xu hướng này. Vì vậy, việc quản trị tác động của các xu thế này tới hoạt động của doanh nghiệp, trong đó bao gồm ý định nghỉ việc của nhân viên là điều vô cùng cần thiết. Đề tài được thực hiện dựa trên dữ liệu từ nhân viên của 12 doanh nghiệp đã và đang triển khai hệ thống quản lý môi trường ISO 14001 tại Việt Nam hoạt động trong nhiều ngành nghề, lĩnh vực khác nhau, kiểm định bằng phần mềm... Trên cơ sở kế thừa, hoàn thiện và phát triển khung lý thuyết của các công trình nghiên cứu đi trước đồng thời áp dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu, trong đó bổ sung nhân tố Nhận thức về thay đổi công nghệ (STARA) làm cơ sở giúp phân tích chính xác và làm rõ hơn tác động của chuyển đổi số đến quản trị nhân sự và sự ổn định nhân sự trong doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy chỉ có các tác động trực tiếp từ Quản trị nhân tài xanh theo tiêu chuẩn chính thức, Mức phụ thuộc của các nhiệm vụ vào công nghệ số và Nhận thức về thay đổi công nghệ (STARA) tới Ý định nghỉ việc của nhân viên, trong đó Nhận thức về thay đổi công nghệ (STARA) cũng có tác động trực tiếp tới Mức phụ thuộc của các nhiệm vụ vào công nghệ số. Từ đó, nhóm tác giả thảo luận về kết quả nghiên cứu để đưa ra các khuyến nghị cho người lao động và doanh nghiệp nhằm giảm thiểu ý định nghỉ việc của nhân viên trong bối cảnh chuyển đổi số và chuyển đổi xanh tại Việt Nam đang diễn ra mạnh mẽ, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: Ứng dụng và mở rộng mô hình COM-B trong nghiên cứu Ý định khởi nghiệp trên nền tảng phát trực tiếp (LSPs) của sinh viên thuộc nhóm dân tộc thiểu số (EMGs) tại Việt Nam.

2. Sinh viên/nhóm sinh viên

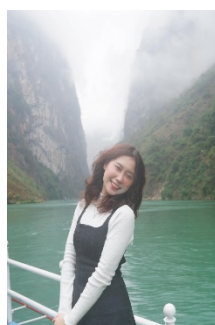
Họ và tên	Họ và tên
Dương Thị Tuyết Lan	Quản trị kinh doanh 63A
Vũ Quỳnh Anh	Kinh tế quốc tế 63A
Dương Lê Trung	Quản trị kinh doanh 63A
Nguyễn Hà Châu	Hệ thống thông tin quản lý 63B
Lê Trọng Vinh	Logistics và quản lý chuỗi cung ứng 65B

3. Giảng viên hướng dẫn: PGS.TS Nguyễn Thị Phương Linh

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Sau khi xử lý và phân tích dữ liệu, kết quả thu được cho thấy biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu là Ý định khởi nghiệp trên nền tảng phát trực tiếp, 3 biến trung gian lần lượt là: Kỹ năng truyền thông, Động lực khởi nghiệp trên nền tảng phát trực tiếp và Thái độ né tránh đối với khởi nghiệp trên nền tảng phát trực tiếp. 6 biến độc lập lần lượt là: Chức năng tiện lợi, Tương tác theo thời gian thực, Kiến thức tài chính, Kiến thức văn hóa truyền thống của người dân tộc thiểu số, Năng lực số và Khao khát về thành công. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 13 giả thuyết được chấp nhận và 4 giả thuyết không được ủng hộ. Các kết quả phân tích chỉ ra rằng mô hình nghiên cứu có mức độ phù hợp tốt với dữ liệu thực tế và giải thích được phần lớn sự biến thiên của ý định khởi nghiệp trên nền tảng phát trực tiếp. Trong đó, các biến trung gian đóng vai trò điều tiết quan trọng trong mối quan hệ giữa các yếu tố đầu vào và ý định khởi nghiệp. Một số giả thuyết không được ủng hộ phản ánh sự phức tạp trong ý định và hành vi của sinh viên dân tộc thiểu số, đòi hỏi cần có thêm các nghiên cứu sâu hơn trong tương lai. Kết quả nghiên cứu không chỉ góp phần mở rộng lý thuyết mà còn cung cấp căn cứ thực tiễn cho việc xây dựng chính sách và chương trình hỗ trợ khởi nghiệp phù hợp với đặc thù của nhóm đối tượng này.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



Ý định vay ngang hàng ở sinh viên Việt Nam: Ứng dụng và mở rộng mô hình chấp nhận công nghệ (TAM)

Nhóm sinh viên: **Trương Hà Khánh Chi, Nguyễn Vũ Vân Anh, Nguyễn Linh Chi, Đinh Nguyễn Ngọc Linh, Mai Duy Khánh**

Giảng viên hướng dẫn **TS. Nguyễn Thu Thủy**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Vay ngang hàng đang nổi lên như một xu hướng quan trọng trong lĩnh vực công nghệ tài chính (Fintech), tạo ra những thay đổi sâu rộng trong cách tiếp cận dịch vụ tài chính, đặc biệt tại các thị trường mới nổi như Việt Nam. Trong bối cảnh này, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng vay P2P của sinh viên – nhóm khách hàng tiềm năng – trở nên cấp thiết. Nghiên cứu này không chỉ giúp các nền tảng dịch vụ vay ngang hàng hiểu rõ hơn về đối tượng mục tiêu mà còn góp phần định hướng các giải pháp thúc đẩy sử dụng dịch vụ tài chính an toàn, hiệu quả và bền vững. Dựa trên tổng quan lý thuyết các nghiên cứu thực nghiệm trước đây và mô hình chấp nhận công nghệ TAM, nhóm nghiên cứu đã mở rộng mô hình với các biến mới phù hợp với bối cảnh vay ngang hàng của sinh viên tại Việt Nam, bao gồm tính phổ biến, tính minh bạch, tính bảo mật dữ liệu, tính tương thích lối sống, nhận thức về tính hữu dụng và nhận thức về tính dễ sử dụng.

Nghiên cứu đã tiến hành thu thập dữ liệu từ sinh viên tại Hà Nội, thông qua cả phương pháp định tính (phỏng vấn để xây dựng thang đo) và định lượng (khảo sát để kiểm định giả thuyết). Với 495 phiếu khảo sát thu về tại Hà Nội thông qua cả trực tiếp và trực tuyến, có 361 phiếu hợp lệ. Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS, với việc kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích tác động của các yếu tố. Kết quả cho thấy nhận thức về tính hữu dụng và tính bảo mật dữ liệu có ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định vay với hệ số tương quan lần lượt là 0,540 và 0,517. Những phát hiện từ nghiên cứu có thể hỗ trợ dịch vụ vay ngang hàng trong việc cải thiện bảo mật dữ liệu để tăng niềm tin của người dùng và triển khai các chương trình giáo dục tài chính để nâng cao nhận thức về lợi ích dịch vụ. Đồng thời, nghiên cứu cung cấp cơ sở cho các nhà quản lý trong việc hoạch định chính sách khuyến khích sử dụng dịch vụ tài chính an toàn và hiệu quả, từ đó thúc đẩy sự phát triển bền vững của vay ngang hàng tại Việt Nam. Ngoài ra, tính tương thích lối sống, nhận thức về tính dễ sử dụng và tính phổ biến cũng có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn với hệ số tương quan ở mức 0.385-0.487.



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: Đánh giá kết quả hoạt động ba mặt của tổ chức: Góc nhìn từ cam kết của nhà quản trị cấp cao và thực hành chuyển đổi xanh trong chuỗi cung ứng

2. Sinh viên/nhóm sinh viên:

- Đỗ Thị Thu Hà
- Đặng Hải Đăng
- Vũ Hoài Lâm
- Đặng Thị Phương Thảo
- Đỗ Thị Phương Thảo

3. Giảng viên hướng dẫn: TS. Nguyễn Thị Liên Hương

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu biến động và áp lực gia tăng về trách nhiệm xã hội - môi trường, các doanh nghiệp ngày càng cần áp dụng quản lý chuỗi cung ứng xanh (GSCM) như một chiến lược phát triển bền vững. Nghiên cứu này nhằm đánh giá vai trò của cam kết lãnh đạo cấp cao trong thúc đẩy các hoạt động GSCM (mua sắm, thiết kế, sản xuất, phân phối xanh) và ảnh hưởng của chúng đến hiệu quả kinh tế, xã hội và môi trường của doanh nghiệp. Kết quả cho thấy cam kết của lãnh đạo đóng vai trò then chốt trong thực thi GSCM và mang lại lợi ích toàn diện cho doanh nghiệp, không chỉ giảm thiểu tác động môi trường mà còn nâng cao hiệu quả kinh tế và giá trị xã hội. Nghiên cứu áp dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện do giới hạn về nguồn lực và mức độ phổ biến của GSCM tại Việt Nam, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ với kỹ thuật dịch ngược và khảo sát sơ bộ để đảm bảo tính chính xác. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại hạn chế như tính đại diện mẫu chưa cao và thiếu chiều sâu định tính, đồng thời biến “mua sắm xanh” chưa thể hiện rõ ảnh hưởng đến kết quả xã hội – môi trường. Nhóm tác giả đề xuất mở rộng mô hình với các yếu tố như logistics ngược, marketing xanh, quản trị vòng đời sản phẩm, và nhấn mạnh vai trò chiến lược của việc nâng cao cam kết lãnh đạo, đầu tư công nghệ sạch và xây dựng hệ thống đo lường bền vững trong triển khai GSCM tại Việt Nam.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



Ứng dụng Blockchain và hình ảnh thương hiệu xanh trong việc xây dựng niềm tin và ý định mua trực tuyến: Nghiên cứu ngành hàng Nông nghiệp Việt Nam.

Nhóm sinh viên: **Trần Bảo Trâm, Lê Thị Ngọc Linh, Phạm Quang Vũ, Nguyễn Thị Thu Hương**

Giảng viên hướng dẫn: **PGS.TS. Dương Công Doanh**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng đòi hỏi cao về tính minh bạch, an toàn và bền vững trong thực phẩm - đặc biệt là các sản phẩm nông nghiệp - việc xây dựng niềm tin trở thành yếu tố then chốt để thúc đẩy hành vi mua trực tuyến. Trước thực tiễn đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích vai trò của hình ảnh thương hiệu xanh và hệ thống truy xuất nguồn gốc dựa trên Blockchain đến niềm tin đối với sản phẩm nông nghiệp, từ đó ảnh hưởng đến ý định mua trực tuyến. Dựa trên khung lý thuyết SOR, nhóm tác giả kết hợp phương pháp định lượng (khảo sát người tiêu dùng Việt Nam và phân tích SEM) và định tính (phỏng vấn chuyên gia) để đảm bảo chiều sâu và tính toàn diện. Kết quả cho thấy hình ảnh thương hiệu xanh và hệ thống truy xuất nguồn gốc dựa trên Blockchain đều tác động trực tiếp và gián tiếp tới ý định mua trực tuyến thông qua niềm tin đối với sản phẩm. Từ kết quả thu được, nghiên cứu đề xuất các khuyến nghị đối với các đối tượng có liên quan trực tiếp như các doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách và người tiêu dùng. Như vậy, nghiên cứu không chỉ làm phong phú cơ sở lý luận về hành vi tiêu dùng trong môi trường số, mà còn đưa ra các gợi ý thực tiễn thiết thực nhằm xây dựng một hệ sinh thái nông nghiệp minh bạch, hiện đại và đáng tin cậy trong kỷ nguyên chuyển đổi số.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD



NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG XANH CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI THỦ ĐÔ HÀ NỘI: SỰ KẾT HỢP CỦA HAI LÝ THUYẾT GIÁ TRỊ - NIỀM TIN – CHUẨN MỰC ĐẠO ĐỨC (VBN) VÀ HÀNH VI CÓ KẾ HOẠCH (TPB)

Sinh viên: **Nguyễn Thành Đoàn, Nguyễn Thị Hảo**

Giảng viên hướng dẫn: **TS. Nguyễn Thị Huyền**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố tác động đến hành vi tiêu dùng xanh của khách du lịch tại thủ đô Hà Nội thông qua việc kết hợp lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) và lý thuyết Giá trị-Niềm tin-Chuẩn mực đạo đức (VBN). Dữ liệu được thu thập từ 642 khách du lịch và được phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố thuộc cả hai mô hình đều có tác động đến hành vi tiêu dùng xanh của khách du lịch - gián tiếp qua ý định hành vi; trong đó, thái độ là nhân tố có ảnh hưởng lớn nhất. Đồng thời, nghiên cứu xác nhận chuỗi nhân quả trong mô hình VBN, các giá trị và niềm tin đều ảnh hưởng đến chuẩn mực đạo đức cá nhân của khách du lịch. Nghiên cứu cũng chỉ ra mối liên hệ giữa mô hình VBN và TPB khi kết quả chứng minh rằng “Ý thức về hậu quả môi trường” trong mô hình VBN có tác động tích cực đến “Thái độ” và “Nhận thức kiểm soát hành vi” trong mô hình TPB. Ngoài ra, so sánh khả năng dự báo giữa các mô hình, mô hình kết hợp VBN-TPB có khả năng dự báo ý định tiêu dùng xanh tốt hơn (78,5%) so với mô hình TPB (76,4%) và mô hình VBN (62,9%) khi sử dụng độc lập. Từ những phát hiện, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao nhận thức và thúc đẩy xu hướng tiêu dùng xanh trong hoạt động du lịch trên địa bàn Hà Nội nói riêng và mở rộng ra toàn quốc nói chung.



BÁO CÁO TÓM TẮT

NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI TIÊU DÙNG THỜI TRANG BỀN VỮNG CỦA GEN Z TRÊN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nhóm sinh viên:

Nguyễn Hải Yến, Đồng Thị Mùa

Giảng viên hướng dẫn:

TS. Nguyễn Thị Huyền

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm xác định những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng thời trang bền vững của Gen Z tại Thành phố Hà Nội. Dựa trên mô hình của lý thuyết hành vi hoạch định TPB (Theory of Planned Behaviour) và Thuyết Giá trị - Niềm tin - Chuẩn mực VBN (Value-Belief-Norm Theory), nhóm nghiên cứu đã thiết lập mô hình nghiên cứu phù hợp với đề tài. Nghiên cứu đã thu thập và xử lý 229 mẫu qua phần mềm SPSS với mô hình hồi quy đa biến. Kết quả nghiên cứu cho thấy đa phần Gen Z cho rằng việc ưu tiên lựa chọn các sản phẩm có thể sử dụng lâu dài là yếu tố quan trọng, sau đó là trách nhiệm với xã hội. Đồng thời, đối tượng này cũng chịu tác động lớn từ môi trường xung quanh lên ý định và hành vi tiêu dùng của mình. Đây là đối tượng có ý thức về hình ảnh bản thân và mong muốn được công nhận về những giá trị tích cực họ theo đuổi. Phần lớn các khách thể được khảo sát đều cho rằng họ có ý định tìm hiểu, nhiên, vẫn có khoảng 25-26% số người được hỏi giữ quan điểm trung lập về các khía cạnh niềm tin, điều này cho thấy vẫn cần có những nỗ lực từ các thương hiệu trong việc xây dựng và củng cố niềm tin của người tiêu dùng với thời trang bền vững. Trong đó, yếu tố tác động mạnh nhất đến hành vi tiêu dùng thời trang bền vững của Gen Z là yếu tố ý định tiêu dùng thời trang bền vững. Từ kết quả đó, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp đối với doanh nghiệp, các cơ quan chức năng và các nhà hoạch định chính sách, nhằm tác động vào những yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng thời trang bền vững của người tiêu dùng Gen Z tại thành phố Hà Nội.



NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA SỰ LO SỢ ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG CHÍNH PHỦ ĐIỆN TỬ TẠI VIỆT NAM: MỞ RỘNG MÔ HÌNH CHẤP NHẬN CÔNG NGHỆ

Sinh viên: Mai Trần Minh, Trần Thị Phương Anh, Phạm Diễm Quỳnh, Lê Vũ Phương Linh, Nguyễn Trà My

Giáo viên hướng dẫn: TS.Nguyễn Thu Thủy

Tóm tắt nghiên cứu

Trong bối cảnh toàn cầu đang đẩy mạnh chuyển đổi số, Chính phủ Việt Nam trong gần một thập kỷ qua đã chủ động tích hợp công nghệ thông tin và truyền thông vào hệ thống quản lý nhà nước, từng bước thúc đẩy tiến trình số hóa bộ máy hành chính công. Tuy nhiên, việc triển khai Chính phủ điện tử tại Việt Nam vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt là từ phía người sử dụng. Không chỉ dừng lại ở những yếu tố hạ tầng kỹ thuật, năng lực công nghệ hay mức độ tiếp cận dịch vụ, một rào cản quan trọng nhưng ít được quan tâm đúng mức chính là yếu tố tâm lý – cụ thể là nỗi sợ khi tiếp cận các dịch vụ công trực tuyến. Những lo ngại này không chỉ mang tính cảm xúc cá nhân mà có thể tác động đáng kể đến ý định hành vi, bao gồm: sự lo sợ rủi ro, sự lo sợ công nghệ và sự lo sợ tội phạm không gian mạng. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm làm rõ tác động của các yếu tố lo sợ nói trên trong bối cảnh chuyển đổi số tại Việt Nam. Dựa trên mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) được kế thừa và mở rộng, nhóm tác giả đã bổ sung nhân tố mới là sự lo sợ tội phạm không gian mạng để đánh giá đầy đủ hơn các yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến ý định sử dụng Chính phủ điện tử. Dữ liệu thu thập từ 5301 mẫu khảo sát được xử lý và phân tích bằng phần mềm SPSS 26 và AMOS 24. Kết quả nghiên cứu cho thấy Sự lo sợ rủi ro và sự lo sợ công nghệ đều có tác động tiêu cực trực tiếp đến ý định sử dụng Chính phủ điện tử; đồng thời ảnh hưởng gián tiếp thông qua nhận thức về tính dễ sử dụng và tính hữu ích của hệ thống. Trong khi đó, sự lo sợ tội phạm không gian mạng không tác động trực tiếp đến ý định sử dụng, nhưng vẫn thể hiện ảnh hưởng tiêu cực gián tiếp thông qua hai yếu tố trung gian. Từ những phát hiện này, nghiên cứu góp phần bổ sung lý thuyết trong lĩnh vực hành vi người dùng đối với dịch vụ công trực tuyến, đồng thời đưa ra các hàm ý thực tiễn quan trọng – đặc biệt là việc xây dựng chính sách nhằm giảm thiểu cảm giác lo ngại của người dân, qua đó gia tăng mức độ chấp nhận và sử dụng Chính phủ điện tử trong giai đoạn chuyển đổi số hiện nay.



BÁO CÁO TÓM TẮT

1. Tên đề tài: Tác động của năng lực phân tích Big Data đến hiệu quả hoạt động bền vững của doanh nghiệp bán lẻ tại Việt Nam: Vai trò trung gian của năng lực đổi mới.
2. Sinh viên/nhóm sinh viên: Đặng Thị Hải Châu, Lê Thị Phương Linh, Nguyễn Hoàng Tiến Thoan, Vũ Thanh Bình.
3. Giảng viên hướng dẫn: PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Linh

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Năng lực phân tích dữ liệu lớn (BDAC) ngày càng trở nên quan trọng đối với hiệu suất của các doanh nghiệp trong nhiều ngành công nghiệp khác nhau, bao gồm cả lĩnh vực bán lẻ. Tuy nhiên, cho đến nay, tác động của nó đối với năng lực đổi mới và hiệu quả hoạt động bền vững vẫn chưa được nghiên cứu một cách có hệ thống. Để giải quyết khoảng trống này, nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của BDAC đối với năng lực đổi mới và hiệu quả hoạt động bền vững của các doanh nghiệp bán lẻ, tập trung vào vai trò trung gian của năng lực công nghệ và năng lực nhân sự, BDAC được mở rộng bằng cách kết hợp các năng lực quản lý. Ngoài ra, nghiên cứu phân tích cách năng lực đổi mới làm trung gian cho mối quan hệ giữa BDAC và hiệu quả hoạt động bền vững. Từ các cuộc phỏng vấn chuyên sâu với các nhà khoa học dữ liệu và quản lý bán lẻ, một cuộc khảo sát toàn diện đã được phát triển để thu thập dữ liệu từ 402 nhà quản lý bán lẻ Việt Nam, đưa ra 315 phản hồi hợp lệ để phân tích. Sau đó, một mô hình phương trình cấu trúc sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất một phần đã được thực hiện trên phần mềm SmartPLS. Các phát hiện cho thấy ba chiều của BDAC, bao gồm năng lực công nghệ, năng lực nhân sự và năng lực quản lý, có tác động tích cực đáng kể đến năng lực đổi mới. Ngoài ra, năng lực đổi mới còn nâng cao đáng kể hiệu quả hoạt động bền vững và đóng vai trò là trung gian xây dựng trong mối quan hệ giữa BDAC và hiệu quả hoạt động bền vững của công ty. Từ đó, nhóm tác giả thảo luận về kết quả nghiên cứu để đưa ra những khuyến nghị cho Chính phủ và doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam tận dụng hiệu quả Big Data, cải thiện năng lực đổi mới và đạt được phát triển bền vững trong môi trường kinh doanh đầy biến động.

Ảnh GVHD và các thành viên nhóm



**Ý ĐỊNH TIÊU DÙNG HÀNG NỘI ĐỊA:
NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP Ô TÔ NỘI ĐỊA VIỆT NAM**

Sinh viên: **Phạm Phương Hoa, Đàm Thị Minh Hương
Phạm Minh Ngọc, Nguyễn Thị Nguyệt, Nguyễn Hồng Thắm**

Giảng viên hướng dẫn: **PGS TS Nguyễn Thị Phương Linh**

Tóm tắt kết quả nghiên cứu đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, tiêu dùng hàng nội địa giữ vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, giảm lệ thuộc vào nhập khẩu, tạo việc làm và tăng năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp trong nước. Tại Việt Nam, Chính phủ coi thị trường nội địa là động lực phát triển, đặc biệt trong ngành công nghiệp ô tô – một ngành then chốt cần được ưu tiên. Tuy nhiên, thị phần ô tô nội địa còn thấp do người tiêu dùng vẫn ưa chuộng thương hiệu nước ngoài. Nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng giá cả, chất lượng, thương hiệu và xuất xứ sản phẩm ảnh hưởng đến ý định mua hàng nội địa, song yếu tố đạo đức tiêu dùng và trách nhiệm xã hội vẫn chưa được khai thác sâu. Trong khi đó, tiêu dùng có trách nhiệm đang ngày càng trở nên quan trọng. Hiện vẫn còn khoảng trống nghiên cứu về hành vi tiêu dùng ô tô nội địa tại Việt Nam. Do đó, nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua ô tô nội địa, làm rõ vai trò và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố. Nhóm tác giả phát triển mô hình dựa trên mô hình của Fazli-Salehi (2020) kết hợp các lý thuyết đạo đức của Schwartz (1977), chuỗi mục đích-phương tiện của Gutman (1982) và lý thuyết định dạng thông điệp. Nghiên cứu tiến hành định tính để xác định nhân tố cần thiết và định lượng để kiểm định mô hình, từ đó đề xuất giải pháp phù hợp giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy tiêu dùng nội địa trong ngành ô tô Việt Nam.

Ảnh của từng thành viên nhóm hoặc ảnh chụp tập thể nhóm và GVHD

