

ISSN 0868-3808 TRUNG TÂM KINH TẾ CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG

Kinh tế

Châu Á - Thái Bình Dương

CHUYÊN SAN ĐỔI MỚI & PHÁT TRIỂN

ASIA - PACIFIC ECONOMIC REVIEW

Tháng 3/2023



Tiêu dùng sản phẩm có trách nhiệm xã hội

Dịch vụ số hoá trong khu vực công và khu vực tư nhân

Đổi mới phương pháp giảng dạy vì mục tiêu phát triển bền vững



TRỤ SỞ CHÍNH

176 Thái Hà, Đống Đa, Hà Nội

VĂN PHÒNG GIAO DỊCH

18 ngõ 49 Linh Lang, Ba Đình, Hà Nội

Hotline: 0888381299

Email: ktcatbd@gmail.com

TỔNG BIÊN TẬP

Lê Văn Sang

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Lê Kim Sa (Việt Hà)

Nguyễn Hồng Phấn

HỘI ĐỒNG KHOA HỌC

Trần Văn Thọ

Võ Đại Lộc

Trần Đình Thiên

Lê Bộ Lĩnh

Nguyễn Đức Thành

Trần Đức Hiệp

Lê Văn Chiến

Bùi Quang Tuấn

Phí Mạnh Tường

Trần Thị Lan Hương

Trương Thị Nam Thắng

Chu Văn Thắng

BAN CHUYÊN SAN ĐỔI MỚI -
PHÁT TRIỂN

Tel: 0329109899

E-mail: publications@iid.org.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN:

1545/BC-GPXB; 175/GP-BVHTT;

11/GP-SĐBS-GPHĐBC; 274/GP-BTTTT

In tại Công ty Hoa Sách

Giá: 40.000 VND

MỤC LỤC

Tác động của Thái độ hoài nghi xanh đến Ý định mua sản phẩm hàng tiêu
dùng xanh của thế hệ Z tại Hà Nội 3

Nguyễn Thu Lan, Nguyễn Mai Hương, Đinh Xuân Anh,
Vũ Hoàng Minh, Nguyễn Thị Tuyết Mai, Vũ Thị Mai Phương

Theoretical Model of The Impact of Ewom on Consumers' Social network
purchase Intention - a Case Study in Tra Vinh City, Vietnam 10

Nguyễn Thị Huỳnh Như, Hồ Mỹ Dung

Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism
Development 17

Mai Van Binh, Le Thai Phuong, Mai Thi Phuong

Tăng cường dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt ở nông thôn, vùng sâu,
vùng xa 25

Vũ Thị Bích Hào

Giải pháp phát triển du lịch thông minh cho vùng Đông Nam Bộ 32

Vũ Đức Cường

Những nhân tố quyết định việc sử dụng Fintech trong quản lý tài chính cá nhân
tại Việt Nam 39

Trần Hải Linh, Hà Bảo An, Lê Mỹ Linh,
Hà Dương Hương Linh, Mai Thu Trang

Tổng quan cơ sở lý luận nghiên cứu nhận thức về đạo đức kinh doanh
của sinh viên và đề xuất mô hình nghiên cứu 46

Phan Thị Cẩm Hồng, Nguyễn Thị Thanh Trúc

Nghiên cứu mô hình cơ sở dữ liệu doanh nghiệp hỗ trợ hoạt động đào tạo ngành
hệ thống thông tin quản lý 54

Lê Việt Hà, Đặng Quốc Hữu

Năng lực cạnh tranh và đo lường năng lực cạnh tranh: Nghiên cứu tổng quan
hệ thống và một số định hướng nghiên cứu tương lai 60

Nguyễn Hoàng Dương, Nguyễn Thường Lạng,
Bùi Thị Tươi, Ngô Khánh Huyền, Nguyễn Trung Kiên

Xây dựng lòng trung thành thương hiệu ngân hàng tại BIDV 70

Đào Hồng Hạnh

Thay đổi cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị sản phẩm
trên địa bàn huyện Hải Hậu, tỉnh Nam Định 77

Vũ Đình Chuẩn

Overview of Night Tourism in Cities on the World and Experience for Vietnam 87

Mai Thi Phuong, Hoang Si Thinh
Dang Xuan Phi, Mai Van Binh

QUY ĐỊNH BÀI VIẾT GỬI ĐĂNG CHUYÊN SAN ĐỔI MỚI VÀ PHÁT TRIỂN

1. QUY ĐỊNH CHUNG VỀ GỬI BÀI

Bài viết gửi đăng Chuyên san Đổi mới và Phát triển là bài viết chưa từng được công bố trên bất kì tạp chí khoa học nào trước đó. Tác giả không gửi bài viết đến tạp chí khác khi chưa có quyết định từ chối đăng của Chuyên san. Bài viết gửi đăng được viết bằng ngôn ngữ tiếng Việt hoặc tiếng Anh. Bài viết phải được soạn thảo bằng phần mềm MsWord, font chữ Time New Roman, cỡ chữ 12, khoảng cách dòng 1.3. Độ dài bài viết không quá 7000 chữ. Bài viết gửi đến Chuyên san qua email: chuyensan.vid@gmail.com

2. QUY ĐỊNH VỀ THÀNH PHẦN CỦA BÀI VIẾT

2.1. Tên bài báo

Tên bài báo cần phải ngắn gọn (không nên quá 20 chữ/words), rõ ràng và phải phản ánh nội dung chính của bài báo

2.2. Tóm tắt bài báo

Tóm tắt không dài quá 200 chữ (words), phản ánh khái quát những nội dung chính trong bài báo và thể hiện rõ những kết quả, đóng góp, điểm mới của bài báo. Tóm tắt phải được viết bằng cả tiếng Việt và tiếng Anh.

2.3. Từ khóa

Bài viết cần đưa ra 3 đến 6 từ khóa về chủ đề của bài. Các từ khóa được sắp xếp theo thứ tự bảng chữ cái.

2.4. Giới thiệu hoặc đặt vấn đề

Phần giới thiệu (hoặc đặt vấn đề) cần trình bày: (i) Lý do thực hiện nghiên cứu và tầm quan trọng của chủ đề nghiên cứu (có ý nghĩa như thế nào về mặt lý luận và thực tiễn); (ii) Xác định vấn đề nghiên cứu; (iii) Nội dung chính mà bài báo sẽ tập trung giải quyết.

2.5. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Nội dung phần này cần trình bày: (i) Tổng hợp các công trình nghiên cứu có liên quan để qua đó chỉ ra khoảng trống nghiên cứu (research gap); (ii) Và/hoặc Cơ sở lý thuyết liên quan; và khung lý thuyết hoặc khung phân tích sử dụng trong bài.

2.6. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả có thể lựa chọn phương pháp nghiên cứu định tính hoặc định lượng, hoặc cả hai tùy theo cách tiếp cận mà mình lựa chọn, trong đó cần thể hiện mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (nghiên cứu định lượng) và/hoặc thiết kế nghiên cứu định tính. Trong phần này, cách thức thu thập dữ liệu cần được chỉ ra.

2.7. Kết quả và thảo luận

Kết quả và thảo luận cần: (i) Diễn giải, phân tích các kết quả phát hiện trong nghiên cứu; (ii) Rút ra mối quan hệ chung, mối liên hệ giữa kết quả nghiên cứu của tác giả với những phát hiện khác trong các nghiên cứu trước đó.

Đối với một số dạng bài báo mang tính chất tư vấn, phản biện chính sách, ý kiến chuyên gia... phần này có thể chỉ tập trung vào đánh giá thực trạng vấn đề nghiên cứu (đánh giá thành tựu, hạn chế và nguyên nhân).

2.8. Kết luận hoặc/và giải pháp/khuyến nghị/hàm ý

Tùy theo mục tiêu nghiên cứu, các bài báo cần có kết luận và đưa ra giải pháp hay khuyến nghị cho các nhà quản lý doanh nghiệp và/hoặc các nhà hoạch định chính sách xuất phát từ kết quả nghiên cứu.

2.9. Tài liệu tham khảo

Danh mục tài liệu tham khảo được đặt cuối bài viết, liệt kê sắp xếp thứ tự Alphabet theo họ tác giả, tên bài viết/ấn phẩm không có tác giả. Chỉ liệt kê các tài liệu tham khảo được trích dẫn trong bài. Mỗi tài liệu tham khảo bao gồm các thông tin: họ tác giả, năm xuất bản, tên tác phẩm, nơi xuất bản. Quy chuẩn trình bày một số tài liệu tham khảo:

- *Sách tham khảo, giáo trình*: Họ tên tác giả (năm xuất bản), tên sách/giáo trình, nhà xuất bản, nơi xuất bản.

- *Bài báo trên tạp chí khoa học*: Họ tên tác giả (năm xuất bản), ‘tên bài báo’, tên tạp chí, số..., tập phát hành, trang chứa nội dung bài báo trên tạp chí.

- *Tài liệu trên World Wide Web (WWW)*: Tên tác giả (năm công bố), tên bài viết/tài liệu, truy cập ngày...tháng...năm..., từ <liên kết đến tài liệu trên internet>

- *Luận văn/Luận án/Đề tài*: Tên tác giả (năm công bố), ‘Tên luận văn/luận án/đề tài’, loại luận văn/luận án/đề tài, nơi bảo vệ luận văn/luận án/đề tài.

- *Bài viết trên kỷ yếu hội thảo/hội nghị*: Họ tên tác giả (năm), ‘tên bài viết’, tên kỷ yếu hội thảo/hội nghị, tên tổ chức xuất bản, nơi xuất bản, trang trích dẫn.

- *Báo cáo của các tổ chức*: Tên tổ chức (năm công bố báo cáo), tên báo cáo, địa danh ban hành báo cáo.

Tác giả có thể xem đầy đủ chi tiết quy định gửi bài của Chuyên san Đổi mới và Phát triển tại: <https://vidinstitute.org/>

2.10. Trình bày bảng, sơ đồ, hình vẽ

Các bảng dữ liệu trình bày trong bài báo được ghi thống nhất là Bảng. Các bảng dữ liệu phải là định dạng bảng (table) trong phần mềm Microsoft Word. Các đồ thị, biểu đồ, sơ đồ trong bài báo được ghi thống nhất là Hình. Các đồ thị/biểu đồ được xây dựng từ phần mềm Microsoft Excel thì tác giả cần gửi kèm file gốc excel của đồ thị/biểu đồ đó. Với các hình được làm bằng các chương trình đồ họa (Corel Draw, Adobe Photoshop...) thì tác giả đính kèm file gốc. Với các hình dạng ảnh (photo), yêu cầu là file JPEG, TIF có độ phân giải không dưới 300 dpi.

Các bảng, biểu, đồ thị và hình vẽ nên được trình bày đen trắng, phải có nội dung là ngôn ngữ tiếng Việt, kể cả bảng, biểu, đồ thị và hình vẽ trích xuất từ phần mềm xử lý dữ liệu (chẳng hạn như phần mềm SPSS) và được đánh số riêng biệt theo thứ tự liên tục bằng chữ số A-rập, số thứ tự được đặt sau từ ‘Bảng’ hoặc ‘Hình’ (ví dụ: Bảng 1, Bảng 2, Hình 1, Hình 2). Mỗi bảng/hình cần phải có tên tương ứng mô tả chính xác nội dung của bảng/hình. Số thứ tự và tên bảng /hình được đặt ở vị trí phía trên cùng của bảng/hình đó theo phương chiều ngang, chữ in đậm.

Các bảng/hình trong bài báo phải được dẫn nguồn. Nguồn được đặt dưới cùng của bảng/hình, chữ trình bày in nghiêng, không in đậm. Các ghi chú cũng cần được đưa vào để giải thích thêm cho bảng/hình trong trường hợp cần thiết.



Thái độ hoài nghi xanh tác động đến Ý định mua hàng xanh của thế hệ Z tại Hà Nội

Nguyễn Thu Lan

Email: lannt@neu.edu.vn

Nguyễn Mai Hương

Email: nguyendus68@gmail.com

Đinh Xuân Anh

Email: dinhxuananh.work@gmail.com

Nguyễn Thị Tuyết Mai

Email: mainguyentuyet149@gmail.com

Vũ Hoàng Minh

Email: minhvuhoang88@gmail.com

Vũ Thị Mai Phương

Email: vumaiphuong11032003@gmail.com

Khoa Marketing - Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận: 15/03/2023

Ngày nhận bản sửa: 28/03/2023

Ngày duyệt đăng: 30/03/2023

Tóm tắt:

Hiện nay, xu hướng “tẩy xanh” hay “greenwash” đã được nhiều công ty áp dụng trong chiến lược kinh doanh xanh của họ. Điều này đã sinh ra thái độ hoài nghi xanh của người tiêu dùng - sự hoài nghi về những hàng xanh mà họ được tiếp cận. Nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu đo lường mức độ ảnh hưởng của nhân tố “Thái độ hoài nghi xanh” đến ý định mua sản phẩm hàng tiêu dùng xanh của thế hệ thế hệ Z ở Hà Nội. Nghiên cứu được triển khai thực hiện theo hai giai đoạn: nghiên cứu định tính sơ bộ và định lượng chính thức. Kết quả bài nghiên cứu cho rằng thái độ hoài nghi xanh có tác động trực tiếp tiêu cực tới ý định mua các hàng xanh và đồng thời cũng có ảnh hưởng gián qua mối quan tâm về môi trường. Để giảm thiểu được sự hoài nghi xanh, nên có các chính sách giúp quản lý và đánh giá chất lượng để mang lại sự minh bạch về thông tin của các hàng xanh.

Từ khóa: Thái độ hoài nghi xanh, thế hệ Z, Ý định mua hàng xanh.