

ISSN: 1859-3690



TẠP CHÍ

NGHIÊN CỨU

TÀI CHÍNH - MARKETING

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

Số 77 - Tháng 10 Năm 2023

JOURNAL OF FINANCE - MARKETING

CONTENTS

1. International securitization research – policy implications for Vietnam <i>Pham Tien Dat</i>	1
2. Price transmissions among ASEAN-6 forex markets <i>Ngo Thai Hung, Nguyen Thi Ngoc Ha, Pham Thi Thu Thao, Huynh Thi Thuy Duong</i>	13
3. Successful mice tourism in Can Tho city: Approach according to destination loyalty factors <i>Vo Xuan Vinh, Phan Thi Hoan, Tran Dang Khoa, Nguyen Khanh Tung</i>	24
4. Awareness of using virtual reality technology impact on consumers’ decision to use omnichannel purchasing in Ho Chi Minh City: Diffusion of innovations theory approach <i>Ha Kien Tan</i>	35
5. Online learning in the digital transformation phase: a study satisfaction of university students in Ho Chi Minh City <i>Vo Thi Kim Ngan, Tran Nguyen Khanh Hai</i>	48
6. The impact of psychological capital performance of lecturers at university in Ho Chi Minh City <i>Nguyen Thi Hoai Thu, Nguyen Van Hien</i>	59
7. The impact of organizational commitment on job performance in Vietnamese enterprises <i>Luu Minh Vung, Cao Van On</i>	72
8. Impact of competition on the profitability of commercial bank of Vietnam <i>To Vinh Son</i>	84
9. Factors affecting to minimalistic consumption behavior of the consumers in Ho Chi Minh City <i>Du Thi Chung</i>	98
10. Factor affecting on purchase intention “green” skincare cosmetics through social networking sites of generation Z: A study in Ho Chi Minh City <i>Nguyen Quang Dinh, Tran Thi Hien</i>	111

MỤC LỤC

1.	Nghiên cứu chứng khoán hoá quốc tế - hàm ý chính sách cho Việt Nam <i>Phạm Tiến Đạt</i>	1
2.	Phân tích biến động giá thị trường ngoại hối ASEAN-6 <i>Ngô Thái Hưng, Nguyễn Thị Ngọc Hà, Phạm Thị Thu Thảo, Huỳnh Thị Thùy Dương</i>	13
3.	Thành công du lịch mice tại thành phố Cần Thơ: Tiếp cận theo các yếu tố lòng trung thành điểm đến <i>Võ Xuân Vinh, Phan Thị Hoàn, Trần Đăng Khoa, Nguyễn Khánh Tùng</i>	24
4.	Tác động nhận thức công nghệ thực tế ảo tăng cường đến quyết định sử dụng mua hàng đa kênh của người tiêu dùng tại TP Hồ Chí Minh: tiếp cận từ lý thuyết khuếch tán đổi mới <i>Hà Kiên Tân</i>	35
5.	Học trực tuyến trong giai đoạn chuyển đổi số: Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh <i>Võ Thị Kim Ngân, Trần Nguyễn Khánh Hải</i>	48
6.	Tác động của yếu tố vốn tâm lý đến hiệu suất làm việc của giảng viên các trường đại học khu vực Thành phố Hồ Chí Minh <i>Nguyễn Thị Hoài Thu, Nguyễn Văn Hiến</i>	59
7.	Tác động của cam kết với tổ chức đến hiệu quả công việc tại doanh nghiệp Việt Nam <i>Lưu Minh Vững, Cao Văn On</i>	72
8.	Tác động của cạnh tranh đến khả năng sinh lời của ngân hàng thương mại Việt Nam <i>Tô Vinh Sơn</i>	84
9.	Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng tối giản của người tiêu dùng Thành phố Hồ Chí Minh <i>Dư Thị Chung</i>	98
10.	Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua mỹ phẩm chăm sóc da “xanh” thông qua các trang mạng xã hội của thế hệ Z: một nghiên cứu trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh <i>Nguyễn Quang Định, Trần Thị Hiền</i>	111