

p-ISSN: 1859-3690
e-ISSN: 3030-427X



TẠP CHÍ

NGHIÊN CỨU

TÀI CHÍNH – MARKETING

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Số 89 – Tháng 04 Năm 2025

Journal of Finance – Marketing Research

CONTENTS

1. Applying the analytical hierarchy process to prioritize risks of rice distribution activities:
A case study in Quang Ngai City 1
Khoat Tran Van, Vo Van Tuyen, Anh Tuan Nguyen, Vo Thi Dieu Hien
2. Corruption perception index and lending activities of Vietnamese commercial banks 15
Nguyen Diem Quynh Nhu, Vuong Thi Huong Giang
3. Earning management before ESOP issuance? 29
Luu Thu Quang
4. ChatGPT and marketing: Analyzing public reaction through Twitter discourses 41
Ngo Minh Vu
5. Impacts of lecturers' self-efficacy, self-esteem and determination on work-life balance,
job performance 55
*Tran The Nam, Vo Thi Anh Dao, Nguyen Thi Kim Ba, Le Xuan Quynh Anh,
Vo Tran Son Nu To Uyen*
6. Factors affecting employees' innovation work behavior and their job performance in
Vietnamese companies during the Covid-19 pandemic 73
Huynh Luong Tam, Huynh Luong Huy Thong
7. Analyzing the risk perception of generation y and generation z consumers in buying
fresh agricultural products online in Ho Chi Minh City 93
Tran Tuan Anh, Luc Thi Tam, Huanh Nhu Ngan
8. The mediating role of work empowerment in the relationship between psychological
ability and creativity 109
*Le Ngoc Trung, Nguyen Thi Hoang Mai, Truong Thi Hoa,
Nguyen Thi Hoang Trang, Tran Thanh Phong*
9. Factors affect customer satisfaction with the quality of online food delivery service via
Shopeefood application in Can Tho City 121
Pham Le Hong Nhung, Luu Hong Anh, Dinh Cong Thanh
10. Improving customer services quality at bonded warehouses: The case of transimex
joint stock company 135
Tran Thi Trang, Nguyen Huynh Phuong Thao, Nguyen Le Hoai Vy

MỤC LỤC

1. Áp dụng phương pháp phân tích thứ bậc để ưu tiên rủi ro trong hoạt động phân phối
gạo: Nghiên cứu trường hợp tại thành phố Quảng Ngãi 1
Trần Văn Khoát, Võ Văn Tuyền, Nguyễn Anh Tuấn, Võ Thị Diệu Hiền
2. Nhận thức tham nhũng và hoạt động cho vay của các ngân hàng thương mại Việt Nam 15
Nguyễn Diễm Quỳnh Như, Vương Thị Hương Giang
3. Các công ty có quản trị lợi nhuận kế toán trước sự kiện ESOP? 29
Lưu Thu Quang
4. ChatGPT và marketing: Phân tích phản ứng của công chúng thông qua mạng xã hội Twitter 41
Ngô Minh Vũ
5. Ảnh hưởng của sự tự tin, tự trọng và quyết tâm của giảng viên đến sự cân bằng công
việc - cuộc sống và hiệu quả công việc 55
*Trần Thế Nam, Võ Thị Anh Đào, Nguyễn Thị Kim Ba
Lê Xuân Quỳnh Anh, Võ Trần Sơn Nữ Tố Uyên*
6. Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi làm việc sáng tạo và hiệu quả làm việc của nhân
viên tại các công ty Việt Nam trong bối cảnh đại dịch Covid-19 73
Huỳnh Lương Tâm, Huỳnh Lương Huy Thông
7. Phân tích nhận thức rủi ro của người tiêu dùng thế hệ y và thế hệ z trong việc mua
nông sản tươi trực tuyến trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh 93
Trần Tuấn Anh, Lục Thị Tám, Huỳnh Như Ngân
8. Vai trò trung gian của ủy quyền trong mối liên hệ giữa năng lực tâm lý và sáng tạo 109
*Lê Ngọc Trung, Nguyễn Thị Hoàng Mai, Trương Thị Hòa,
Nguyễn Thị Hoàng Trang, Trần Thanh Phong*
9. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ giao
thức ăn trực tuyến qua ứng dụng ShopeeFood tại thành phố Cần Thơ 121
Phạm Lê Hồng Nhung, Lưu Hồng Anh, Đinh Công Thành
10. Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng tại kho ngoại quan: Trường hợp
công ty cổ phần Transimex 135
Trần Thị Trang, Nguyễn Huỳnh Phương Thảo, Nguyễn Lê Hoài Vy