

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



TẠP CHÍ

NGHIÊN CỨU

TÀI CHÍNH – MARKETING

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Số 93 – Tháng 12 Năm 2025

Journal of Finance – Marketing Research

CONTENTS

1.	Corporate group governance in Vietnam: issues and legal framework in accordance with international practices	1
	<i>Pham Tien Dat</i>	
2.	The impact of ceo characteristics on tax avoidance behavior in listed companies on the Vietnamese stock market	14
	<i>Ngo Nhat Phuong Diem</i>	
3.	A bibliometric overview of artificial intelligence in customer-experience using the Scopus database	26
	<i>Nguyen Ngoc Bich, Bao Trung, Du Thi Chung</i>	
4.	Build a customer touchpoint prediction model based on shopping journey data	42
	<i>Thai Kim Phung, Lam Thi Bich Ngan</i>	
5.	The influence of social media marketing on university selection decisions	55
	<i>Bao Trung, Nguyen Van Thinh, Nguyen Thi Kim Phung</i>	
6.	Knowledge sharing behavior at universities in Ho Chi Minh City: impact from the personal and organizational perspectives	69
	<i>Ha Thi Thuy Trang, Tran Thi Trang, Nguyen Thanh Hieu</i>	
7.	Research on the impact of leadership-employee exchange on the work efficiency of banking employees in Ho Chi Minh City	86
	<i>Khuc Dinh Nam, Nguyen Thi Binh Minh, Tran Duc Trung, Nguyen Thi My Anh</i>	
8.	Consumers' purchase intention for local products in Ho Chi Minh City	101
	<i>Nguyen Minh Toan, Nguyen Ngoc Hien</i>	
9.	Ad avoidance behavior on social media: a two-stage structural equation modeling - artificial neural network approach	119
	<i>Nguyen Ngoc Bich Tram</i>	
10.	The impact of short-form video content on Tiktok on Fomo and consumer purchase decisions in Vietnam	136
	<i>Nguyen Duy Phuong, Bui Thanh Khoa, Nguyen Minh Tuan</i>	
11.	The impact of usefulness and trust on the adoption of online reviews and intention to book hotels on booking.com: an empirical study of Vietnamese users	148
	<i>NHuynh Tri An, Nguyen Thi Thuy, To Anh Tho, Nguyen Phu Nhat, Nguyen Hong Diem Trinh</i>	

MỤC LỤC

1.	Quản trị nhóm công ty tại Việt Nam: vấn đề và khung pháp lý theo thông lệ quốc tế <i>Phạm Tiến Đạt</i>	1
2.	Tác động của đặc điểm ceo đến hành vi tránh thuế tại các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam <i>Ngô Nhật Phương Diễm</i>	14
3.	Nghiên cứu về trí tuệ nhân tạo trong trải nghiệm khách hàng: một phân tích trắc lượng thử mực dựa trên cơ sở dữ liệu Scopus <i>Nguyễn Ngọc Bích, Bảo Trung, Dư Thị Chung</i>	26
4.	Xây dựng mô hình dự đoán điểm chạm của khách hàng dựa trên dữ liệu hành trình mua sắm trực tuyến <i>Thái Kim Phụng, Lâm Thị Bích Ngân</i>	42
5.	Ảnh hưởng marketing truyền thông xã hội đến quyết định lựa chọn trường đại học <i>Bảo Trung, Nguyễn Văn Thịnh, Nguyễn Thị Kim Phụng</i>	55
6.	Hành vi chia sẻ tri thức tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh: tác động từ khía cạnh cá nhân và tổ chức <i>Hà Thị Thuỳ Trang, Trần Thị Trang, Nguyễn Thanh Hiếu</i>	69
7.	Nghiên cứu tác động của trao đổi lãnh đạo - nhân viên đến hiệu quả làm việc của nhân viên ngành ngân hàng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh <i>Khúc Đình Nam, Nguyễn Thị Bình Minh, Trần Đức Trung, Nguyễn Thị Mỹ Anh</i>	86
8.	Ý định mua sản phẩm địa phương của người tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh <i>Nguyễn Minh Toàn, Nguyễn Ngọc Hiền</i>	101
9.	Hành vi né tránh quảng cáo trên mạng xã hội: phương pháp kết hợp hai giai đoạn giữa mô hình phương trình cấu trúc và mạng nơ-ron nhân tạo <i>Nguyễn Ngọc Bích Trâm</i>	119
10.	Ảnh hưởng của nội dung video ngắn trên Tiktok đến Fomo và quyết định mua hàng của người tiêu dùng tại Việt Nam <i>Nguyễn Duy Phương, Bùi Thành Khoa, Nguyễn Minh Tuấn</i>	136
11.	Ảnh hưởng của sự hữu ích, niềm tin đến sự chấp nhận các đánh giá trực tuyến và ý định đặt phòng khách sạn: nghiên cứu thực nghiệm đối với người dùng Việt Nam tại website booking.Com <i>Huỳnh Trị An, Nguyễn Thị Thuý, Tô Anh Thơ, Nguyễn Phú Nhật, Nguyễn Hồng Diễm Trinh</i>	148