



ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

Tạp chí KHOA HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



Năm thứ 25 - số 217
9/2026



khoa học thương mại

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

PHỤ TRÁCH TẠP CHÍ:
NGUYỄN ĐỨC NHUẬN

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ
NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

Tòa soạn

Phòng 202 nhà T
Trường Đại học Thương mại
Số 79 đường Hồ Tùng Mậu
Từ Liêm, Hà Nội

Điện thoại: 024.37643219 máy lẻ 2102

Fax: 024.37643228

Email: tckhtm@tmu.edu.vn

Website: tckhtm.tmu.edu.vn

GP hoạt động báo chí:

Số 195/GP-BTTTT ngày 05/6/2023

Chế bản tại: Tòa soạn

Tạp chí Khoa học Thương mại

In tại: Cty TNHH In & TM Hải Nam

Nộp lưu chiếu: 9/2026

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

Họ tên	Cơ quan công tác	Quốc gia	Nhiệm vụ
Nguyễn Đức Nhuận	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Chủ tịch
Nguyễn Hoàng	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Hoàng Việt	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Bùi Hữu Đức	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Hà Văn Sự	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Trần Thọ Đạt	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Đông Phong	Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Quang Thuấn	Viện Hàm lâm KHXH Việt Nam	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Văn Tiến	Học viện Ngân Hàng	Việt Nam	Ủy viên
Lê Quốc Hội	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Trương Bá Thanh	Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng	Việt Nam	Ủy viên
T. Ramayah	Đại học Khoa học Malaysia (USM)	Malaysia	Ủy viên
S. Mostafa Rasoolimanesh	Đại học Edith Cowan (ECU)	Australia	Ủy viên
Jayaraman Krishnaswamy	Đại học Alliance	Ấn Độ	Ủy viên
Hervé B. Boismery	Đại học Reunion	Pháp	Ủy viên
Noor Hazlina Ahmad	Đại học Khoa học Malaysia (USM)	Malaysia	Ủy viên
Imran Mahmud	Đại học Quốc tế Daffodil	Bangladesh	Ủy viên
H. Eric Boutin	Đại học Toulon	Pháp	Ủy viên
Hee Cheol Moon	Trường Đại học Quốc Gia Chungnam	Hàn Quốc	Ủy viên
Nastaran Taghizadeh	Đại học RMIT	Australia	Ủy viên
Nguyễn Việt Cường	Viện Nghiên cứu phát triển Mekong; Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Đặng Tùng Lâm	Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng	Việt Nam	Ủy viên
Mai Thanh Lan	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Lê Như Tuyền	Grenoble École de Management	Pháp	Ủy viên
Đỗ Thị Bình	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Vũ Mạnh Chiến	Đại học Québec en Outaouais (UQO)	Canada	Ủy viên
Nguyễn Vũ Hùng	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Phạm Đức Hiếu	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Trần Quang Tuyền	Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Trần Văn Trang	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Lê Ba Phong	Đại học Công nghiệp Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thành Hưng	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Hoàng Xuân Trung	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Vũ Văn Hưởng	Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Trịnh Thị Hường	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thị Uyên	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thế Ninh	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Phạm Minh Đạt	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Phạm Duy Hưng** - Logistics xanh trong thương mại điện tử xuyên biên giới: Bằng chứng thực nghiệm từ doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số: 217.1TrEM.11** 3
Green Logistics in Cross-Border E-Commerce: Empirical Evidence from Vietnamese Enterprises
- 2. Nguyễn Duy Linh và Nguyễn Lê Nhật Linh** - Tác động của phát triển tài chính, toàn cầu hóa và các cam kết quốc tế về khí hậu đến phát triển năng lượng tái tạo tại Việt Nam. **Mã số: 217.1HIEM.11** 16
The Impact of Financial Development, Globalization, and International Climate Commitments on Renewable Energy Development in Vietnam
- 3. Nguyễn Thị Thanh Nhân và Lê Quý Hoàn** - Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa: nghiên cứu thực nghiệm giới trẻ tại Việt Nam. **Mã số: 217.1SMET.11** 25
Factors Influencing Cryptocurrency Investment Intention: An Empirical Study Of Young People In Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Phạm Hùng Cường và Nguyễn Ngọc Bảo Long** - Ảnh hưởng của quảng cáo trên TikTok đến hành vi tiêu dùng của người tiêu dùng Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh. **Mã số: 217.2BMkt.21** 37
The impact of advertising on TikTok on Gen Z's consumer behavior in Ho Chi Minh City
- 5. Phạm Thị Mỹ Dung, Nguyễn Thị Thu Hà và Phạm Ngọc Hà** - Mối quan hệ giữa hợp tác nhân viên - AI, tác nhân gây căng thẳng công nghệ và sự gắn kết trong công việc: Góc nhìn lý thuyết Yêu cầu - Nguồn lực công việc. **Mã số: 217.2HRMg.21** 54
The Relationship between Employee - AI Collaboration, Technostressors and Work Engagement: Perspective from the Job Demands - Resources theory

- 6. Nguyễn Thanh Hùng** - Tác động của triển khai trí tuệ nhân tạo đến sự hài lòng công việc trong ngành logistics: Nghiên cứu thực nghiệm tại thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam. *Mã số: 217.2HRMg.21* 69

The impact of artificial intelligence deployment on job satisfaction in the logistics industry: An empirical study in Ho Chi Minh City, Vietnam

- 7. Lê Thị Phương Dung, Phạm Tiến Anh, Vũ Minh Thuý, Nguyễn Thị Hà Thu, Trần Thị Quỳnh Trang và Vũ Quỳnh Anh** - Hiểu biết tài chính của lao động phổ thông trong các khu công nghiệp tỉnh Bắc Ninh: cấu trúc nhân tố và sự khác biệt theo nhân khẩu học. *Mã số: 217.2FiBa.21* 82

Financial Literacy of Manual Workers in Industrial Parks of Bac Ninh Province: Factor Structure and Demographic Differences

- 8. Phạm Quang Dũng, Trịnh Thị Ngân Yến, Đào Ngọc Bảo Nhi, Nguyễn Trung Đức, Tạ Nguyễn Phương Minh và Nguyễn Hồng Quân** - Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và hành vi công dân tổ chức của nhân viên ngân hàng tại Việt Nam: vai trò trung gian của vốn tâm lý và điều tiết của bản sắc đạo đức. *Mã số: 217.2FiBa.21* 93

Corporate Social Responsibility and Organizational Citizenship Behavior Among Bank Employees in Vietnam: the Mediating Role of Psychological Capital and the Moderating Role of Moral Identity

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 9. Hoàng Yến Phương, Hoàng Phương Dung và Phạm Thị Huyền** - Thông tin trực tuyến và ý định lựa chọn ngành học đại học: tiếp cận từ mô hình xác suất xử lý thông tin. *Mã số: 217.3OMIs.31* 106

Online Information and University Major Choice Intention: an Elaboration Likelihood Model Perspective

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH ĐẦU TƯ TIỀN MÃ HÓA: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM GIỚI TRẺ TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thanh Nhân *

Email: nhan.ntt@tmu.edu.vn

Lê Quý Hoàn *

Email: lehoan.cityland@gmail.com

***Trường Đại học Thương mại**

Ngày nhận: 20/01/2026

Ngày nhận lại: 19/05/2026

Ngày duyệt đăng: 22/05/2026

Sự phát triển không ngừng của công nghệ đã kéo theo những thay đổi lớn trong việc hình thành các sản phẩm công nghệ số, trong đó tiền mã hóa là một sản phẩm có tính đột phá, có sức hấp dẫn lớn. Việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa của người trẻ Việt Nam là cần thiết để các nhà quản trị, các nhà giáo dục và bản thân người trẻ có thêm các giải pháp cho sự phát triển bền vững của cá nhân và tổ chức. Bài viết thực hiện phương pháp điều tra khảo sát các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa của những người trẻ trong độ tuổi từ 18 đến 35 tuổi. Kết quả kiểm định mô hình hồi quy tuyến tính đa biến cho thấy các yếu tố tác động thuận chiều đến ý định đầu tư tiền mã hóa bao gồm Kỳ vọng lợi ích, Vai trò quản lý nhà nước, Thái độ dẫn đến hành vi, Ảnh hưởng xã hội, Nhận thức kiểm soát hành vi. Các giải pháp đề xuất tập trung vào việc tăng cường giáo dục nhận thức về sự an toàn tài chính cho giới trẻ, tăng cường vai trò quản lý Nhà nước trong ban hành và thực thi đồng bộ các quy định pháp luật về đầu tư tiền mã hóa tại Việt Nam.

***Từ khóa:** Đầu tư, tài chính; tiền mã hóa; thị trường.*

***Keywords:** Investment; finance; cryptocurrency; market.*

***JEL Classifications:** E22; O16.*

***DOI:** 10.54404/JTS.2026.217V.03*

1. Đặt vấn đề

Tiền mã hóa (cryptocurrency) là một trong những loại tài sản mã hóa, ra đời cùng với sự ra đời và phát triển của nền tảng công nghệ blockchain. Sự xuất hiện đồng tiền mã hóa đầu tiên trên thế giới Bitcoin vào năm 2009 đã góp phần ghi nhận sự phát triển hoàn thiện của công nghệ blockchain. Sự biến động không ngừng của tiền mã hóa cả về số lượng và giá trị giao dịch trên thị trường đặt ra những vấn đề quản lý nhà nước, an toàn tài chính, an sinh xã hội ở các quốc gia trên thế giới (Gupta et al., 2021).

Tại Việt Nam, tài sản mã hóa được hiểu là “một loại tài sản số sử dụng công nghệ mã hóa hoặc công nghệ số có chức năng tương tự để xác thực đối với tài sản trong quá trình tạo lập, phát hành, lưu trữ, chuyển giao. Tài sản mã hóa không bao gồm chứng khoán, các dạng số của tiền pháp định và tài sản tài chính khác theo quy định của pháp luật về dân sự; tài chính” (Quốc hội, 2025), trong đó tiền mã hóa không là phương tiện thanh toán hợp pháp. Nghị quyết số 05/2025/NQ-CP của Chính phủ về việc triển khai thí điểm thị trường tài sản mã hóa tại Việt Nam quy định việc giao dịch tài sản mã hóa chỉ được phép

thông qua các tổ chức tài chính được cấp phép bởi cơ quan Nhà nước có thẩm quyền (Chính phủ, 2025).

Mặc dù, đến năm 2025 thị trường tài sản mã hóa mới bắt đầu được đề cập một cách chính thức trong các văn bản pháp quy nhưng Việt Nam đã được coi là quốc gia có số lượng lớn người dân quan tâm đến đầu tư tiền mã hóa thông qua các thị trường phi chính thức là các sàn giao dịch ở nước ngoài (VinaCapital, 2025). Với những người trẻ Việt Nam, trong độ tuổi từ 18 đến 35, được coi là lực lượng lao động chủ lực, có nhiều tiềm năng lớn cho sự phát triển của đất nước, đây cũng là nhóm tuổi có năng lực vượt trội trong hiểu biết và sử dụng công nghệ số. Về mặt tâm lý nhận thức, đây cũng là độ tuổi ham khám phá những cái mới, việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa của giới trẻ trong độ tuổi này sẽ góp phần định hướng giới trẻ nâng cao nhận thức về an toàn tài chính, gợi mở cho các cơ quan quản lý nhà nước, các cơ sở giáo dục và cộng đồng xã hội trong việc hoạch định chính sách, tăng cường các chương trình đào tạo có chất lượng thích ứng với sự thay đổi của môi trường công nghệ số, tăng cường nhận thức cộng đồng về an ninh công nghệ số.

Các câu hỏi đặt ra trong nghiên cứu bao gồm: Những yếu tố nào ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa của giới trẻ trong độ tuổi từ 18 đến 35? Các cơ quan quản lý nhà nước cần làm gì để một mặt đảm bảo an ninh công nghệ số, một mặt cần tạo môi trường phát triển kinh tế, tài chính bền vững cho giới trẻ phát huy năng lực? Vai trò của các cơ sở giáo dục, của cộng đồng xã hội trong việc định hướng giới trẻ nâng cao nhận thức về an toàn tài chính trong đầu tư tiền mã hóa là gì?

2. Tổng quan về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa và mô hình nghiên cứu

2.1. Lý thuyết về thị trường tiền mã hóa

Tiền mã hóa không được coi là một loại tiền có giá trị thanh toán được chính phủ bảo hộ tại nhiều quốc gia, tuy nhiên thị trường đầu tư tiền mã hóa thực tế rất sôi động, hấp dẫn các nhà đầu tư. Thị trường đầu tư tiền mã

hóa luôn có sự biến động lớn đặc biệt là đồng Bitcoin về cả giá trị giao dịch lẫn số lượng người tham gia trên các sàn giao dịch tiền mã hóa trên thế giới. Số lượng lượt tìm kiếm thông tin trên internet về tiền mã hóa không ngừng tăng lên mặc dù tiền mã hóa đang thiếu rõ ràng sự quản lý nhà nước trên thị trường tài chính chính thức. Thị trường tiền mã hóa hoạt động hoàn toàn dựa vào công nghệ blockchain, là một công nghệ phân tán sổ cái lưu trữ tất cả thông tin về các giao dịch được thực hiện cũng như những người thực hiện các giao dịch đó mà không cần có sự quản lý của cơ quan chính phủ hay là một bên thứ ba như ngân hàng, đây cũng chính là điểm hấp dẫn lớn nhất đồng thời cũng là điểm rủi ro lớn nhất đối với thị trường tiền mã hóa (Gupta et al., 2021). Đầu tư tiền mã hóa trên thế giới được ghi nhận ở góc độ đầu tư tìm kiếm lợi nhuận với mức rủi ro cao nhiều hơn là một loại tiền tệ mang tính chất phương tiện trao đổi trên thị trường. So với đầu tư trên thị trường chứng khoán, đầu tư Bitcoin được coi là rủi ro lớn hơn và mang tính suy đoán nhiều hơn. Sự hiện diện của tiền mã hóa như một phân khúc yếu tố trong thể giới công nghệ số hiện đại, trở thành một phần trong danh mục các sản phẩm của các nhà đầu tư. Ngày nay, có tới hàng nghìn loại tiền mã hóa được ghi nhận xuất hiện trên hơn bảy nghìn thị trường trao đổi tiền mã hóa. Những bất ổn về tính an toàn tài chính liên quan đến tiền mã hóa đòi hỏi các quốc gia cần có những quy định có tính pháp lý và phát triển hạ tầng công nghệ nhất định. Có nhiều các loại tiền mã hóa được xác nhận có giá trị giao dịch lớn, giá trị vốn hóa có thể lên đến hàng tỷ đô la Mỹ, trong đó nổi bật là ba loại tiền mã hóa Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), Ripple (XRP) (Miciuła & Kzój, 2019).

Những người có kiến thức tại chính cộng thêm sự hiểu biết và khả năng tiếp cận nhanh với công nghệ mới sẽ thấy những cơ hội lớn và sự thích thú trước những thách thức mới. Sự dễ sử dụng, cùng với sở thích và lợi ích hứa hẹn có được từ việc đầu tư tiền mã hóa sẽ ảnh hưởng đến quyết định của những người tham gia. Xu hướng của xã hội về sự quan tâm đến

tiền mã hóa, sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số cũng tạo ra những tác động không nhỏ đến sự quan tâm đầu tư tiền mã hóa.

Sự gia tăng số lượng người quan tâm đến tiền mã hóa và sự biến động về giá trị vốn hóa của các đồng tiền số trên thị trường tài chính đã làm thay đổi quan niệm về đầu tư tài chính, về tích lũy tài sản của các nhà đầu tư truyền thống trước sự phát triển không ngừng của thế giới số và những nhà đầu tư trẻ. Ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận lợi, nhận thức về tính hữu ích của tiền mã hóa có mức ảnh hưởng lớn nhất đến ý định đầu tư tiền mã hóa (Gupta et al., 2021). Bên cạnh đó, sự thích thú, kỳ vọng về hiệu suất, nhận thức về sự an toàn tài chính có ảnh hưởng đáng kể đến ý định đầu tư tiền mã hóa (Changchit et al., 2025) đồng thời nhận thức về tính hữu ích, sự hỗ trợ của cộng đồng cũng ảnh hưởng lớn đến ý định đầu tư tiền mã hóa (Ramly & Md Zabri, 2024).

Thị trường đầu tư tiền mã hóa đang có những biến động không ngừng liên quan đến niềm tin của người dùng và nhà đầu tư, khả năng sử dụng phổ biến của tiền mã hóa. Sự can thiệp của cơ quan quản lý nhà nước có thể tác động đến sự tăng lên hay sụt giảm giá trị giao dịch của tiền mã hóa. Các nhà đầu tư tiền mã hóa cũng bị ảnh hưởng bởi sự quan tâm chú ý của giới truyền thông trong việc quảng bá cho tiền mã hóa, các hoạt động thao túng trên thị trường, sự thay đổi nhanh chóng của các nền tảng công nghệ, mã nguồn, tính tổ chức, sự xuất hiện của các loại tiền mã hóa có tính thay thế (Miciuła & Kazojć, 2019). Bên cạnh đó, thị trường tiền mã hóa mang lại hiệu suất kỳ vọng và xu hướng xã hội quan tâm ngày càng nhiều hơn đến tiền mã hóa cũng có tác động đáng kể đến đầu tư tiền mã hóa. Đồng thời, những nhà đầu tư cũng ngày càng gia tăng nhận thức về lợi ích mang lại của tiền mã hóa và nhận thức về ảnh hưởng của cộng đồng trong bối cảnh tài sản mã hóa ngày càng thay đổi phức tạp (Ramly & Md Zabri, 2024).

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa

Nhóm nghiên cứu lựa chọn kế thừa và phát triển dựa trên tổng quan nghiên cứu tài liệu để

tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa của giới trẻ trong độ tuổi 18 đến 35 tuổi theo 2 nhóm yếu tố: nhóm các yếu tố cá nhân (bao gồm Sở thích, Thái độ đối với hành vi, Nhận thức kiểm soát hành vi); nhóm các yếu tố tác động bên ngoài (bao gồm Ảnh hưởng xã hội, Quản lý nhà nước, Kỳ vọng hiệu suất đầu tư tiền mã hóa). Các yếu tố này cũng dựa trên một số lý thuyết nghiên cứu về ý định hành vi như: Lý thuyết hành động động hợp lý (TRA - Theory of Reasoned Action) của Ajzen và Fishbein (1975) cho thấy nguyên nhân gần nhất của hành vi là ý định hành vi, ý định hành vi được xác định bởi thái độ đối với hành vi và chuẩn chủ quan (Trafimow, 2009); Lý thuyết hành vi có kế hoạch hay lý thuyết hành vi hoạch định (TPB - The Theory of Planning Behaviour) được phát triển dựa trên lý thuyết hành động hợp lý TRA, được khởi xướng bởi Ajzen năm 1991, bằng cách bổ sung thêm nhân tố nhận thức về kiểm soát hành vi, mang lại nhiều ưu điểm trong việc dự đoán và giải thích hành vi của một cá nhân trong một bối cảnh nhất định (Mel Reed & Bev Lloyd, 2018); Lý thuyết thống nhất về sự chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) được đề xuất bởi Venkatesh et al. (2003), các yếu tố cốt lõi của lý thuyết UTAUT bao gồm: Kỳ vọng về hiệu suất (Performance Expectancy - PE), Kỳ vọng về nỗ lực (Effort Expectancy - EE), Ảnh hưởng xã hội (Social Influence - SI), Điều kiện thuận lợi trong đó nhấn mạnh đến vai trò quản lý nhà nước và hạ tầng công nghệ (Alyoussef, 2022). Cũng liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua hàng trên một ứng dụng thương mại điện tử của người tiêu dùng Việt Nam, các yếu tố sau có tác động tích cực theo mức độ giảm dần: Phản thưởng, Sự kiểm soát, Sự phát triển năng lực, Tính xã hội (Cường, 2024).

Sở thích đầu tư tiền mã hóa (ST) là cảm nhận sự thích thú trong sử dụng công nghệ liên quan đến sở thích về công nghệ, mô tả sự hài lòng, niềm vui được trải nghiệm khi sử dụng công nghệ, có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng công nghệ (Alyoussef, 2022),

do đó với những người trẻ cần thiết nghiên cứu mức độ ảnh hưởng của sự thích thú đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Sự thích thú được cảm nhận tác động tích cực đến thái độ đối với đầu tư tiền mã hóa (Bland et al., 2024). Thái độ (TD) đối với hành vi đầu tư tiền mã hóa liên quan đến niềm tin lợi ích mang lại. Niềm tin vào giá trị của tiền mã hóa có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng tiền mã hóa. Thái độ đối với tiền điện tử bị ảnh hưởng bởi nhận thức về rủi ro, nhận thức về tính hữu ích, nhận thức về sự thích thú và nhận thức về tính dễ sử dụng của công nghệ số (Almajali et al., 2022). Khảo sát người tiêu dùng gen Z tại Việt Nam về hành vi mua hàng trên các nền tảng xã hội liên quan đến công nghệ hiện đại cho thấy niềm tin trực tuyến có tác động tích cực đến lựa chọn mua hàng (Trang, 2025). Nhận thức kiểm soát hành vi (NT) thể hiện sự hiểu biết, sự cân nhắc đầu tư tiền mã hóa với những điều kiện cần thiết để giảm thiểu những rủi ro và đảm bảo sự an toàn tài chính khi tham gia vào thị trường công nghệ số. Nhận thức kiểm soát hành vi cũng thể hiện năng lực hiểu biết, làm chủ công nghệ và tài chính, có ảnh hưởng quan trọng đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Nhận thức kiểm soát hành vi mang lại nhiều ưu điểm trong việc dự đoán và giải thích hành vi của một cá nhân trong một bối cảnh nhất định như đầu tư tiền mã hóa (Mel Reed & Bev Lloyd, 2018).

Bên cạnh đó Ảnh hưởng xã hội (XH) và Vai trò quản lý nhà nước (NN) cũng ảnh hưởng tích cực đến ý định đầu tư tiền mã hóa với vai trò góp phần củng cố niềm tin về giá trị của tiền mã hóa (Rodrigues et al., 2025). Vai trò quản lý nhà nước có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo ra sự đảm bảo về điều kiện thuận lợi trong đầu tư tiền mã hóa cùng với sự thuận lợi về công nghệ số gắn với kỳ vọng về hiệu suất mang lại từ đầu tư tiền mã hóa. Kỳ vọng về hiệu suất (KV) đầu tư tiền mã hóa có ý nghĩa quan trọng, phát triển trên cơ sở yếu tố nhận thức về tính hữu dụng và tính dễ sử dụng của công nghệ số, sức hấp dẫn đầu tư tiền mã hóa liên quan đến mức độ mà người dùng dự đoán về lợi ích thu được bao gồm cả lợi nhuận và sự dễ dàng sử dụng

(Gupta et al., 2021). Kỳ vọng về hiệu suất của tiền mã hóa bao gồm niềm tin rằng các giao dịch được thực hiện thông qua công nghệ sẽ nhanh chóng và an toàn. Nhận thức về hiệu suất có tác động tích cực đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Lợi ích được nhận thức có vai trò quan trọng trong việc định hình sự tham gia của các nhà đầu tư vào tiền mã hóa (Ramly & Md Zabri, 2024). Kỳ vọng về hiệu suất có tác động tích cực đến thái độ đầu tư tiền mã hóa, những lợi ích mang lại về tính hữu ích, tính dễ sử dụng, lợi nhuận đầu tư mang lại thái độ tích cực cho các nhà đầu tư tiền mã hóa (Bland et al., 2024).

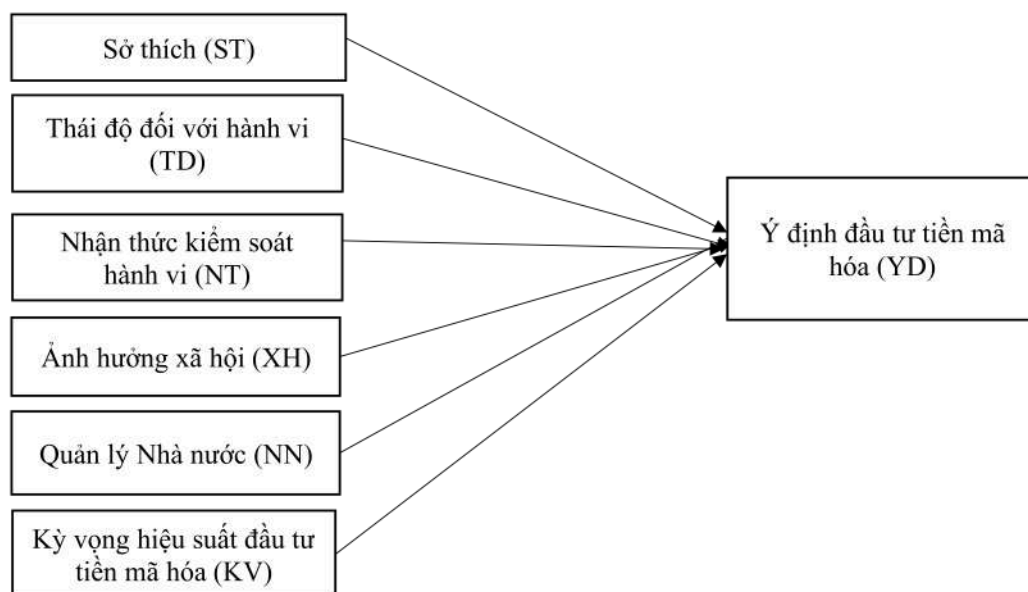
Mô hình nghiên cứu được xác định bao gồm biến phụ thuộc là ý định đầu tư tiền mã hóa (YD) với 4 biến quan sát, 6 nhóm biến độc lập ảnh hưởng đến ý định đầu tư tiền mã hóa bao gồm Sở thích (ST) với 3 biến quan sát, Thái độ đối với hành vi (TD) với 4 biến quan sát, Nhận thức kiểm soát hành vi (NT) gồm 4 biến quan sát, Ảnh hưởng xã hội (XH) gồm 3 biến quan sát, Quản lý nhà nước (NN) gồm 3 biến quan sát, Kỳ vọng hiệu suất đầu tư tiền mã hóa (KV) gồm 4 biến quan sát.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua kiểm định sự tác động của các yếu tố biến độc lập đến biến phụ thuộc là ý định đầu tư tiền mã hóa của người trẻ Việt Nam trong độ tuổi 18 đến 35 tuổi thông qua mô hình hàm hồi quy đa biến (HQB), dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS. Mô hình gồm 6 nhóm biến độc lập với tổng số 21 biến quan sát và 1 biến phụ thuộc với 4 biến quan sát. Phiếu khảo sát được thiết kế theo các câu hỏi, mỗi câu hỏi tương ứng với 1 biến quan sát của mô hình nghiên cứu.

Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đánh giá mức độ đồng ý với những phát biểu về các thang đo liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng và ý định đầu tư tiền mã hóa, từ 1 - Hoàn toàn không đồng ý đến 5 - Hoàn toàn đồng ý. Ngoài ra, còn có câu hỏi về các thông tin nhân khẩu học của người tham gia khảo sát, bao gồm: giới tính, độ tuổi.

Các phiếu khảo sát được gửi bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện qua hình thức trực



(Nguồn: Tổng quan nghiên cứu tài liệu)

Sơ đồ 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

tuyên. Nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát thử và phỏng vấn sâu một số lượng nhỏ (15 người). Sau đó, 500 phiếu khảo sát được gửi đi, kết quả thu về 406 phiếu khảo sát hợp lệ đưa vào xử lý dữ liệu với tỷ lệ phản hồi khảo sát là 81,2%. Cách lựa chọn mẫu này cũng gây ra bất tiện trong việc không đảm bảo tính đại diện cao, tuy nhiên với đặc thù nghiên cứu về ý định đầu tư tiền mã hóa, cần khảo sát được đúng đối tượng có am hiểu về công nghệ số, đồng thời cần thể hiện tính chuyên nghiệp trong ứng dụng công nghệ thông tin để tăng tính thuyết phục, độ tin cậy đối với những người trẻ nên nhóm nghiên cứu đã lựa chọn việc gửi đúng phiếu khảo sát đến những người đã được xác định trước theo các tiêu chí xác định.

Kích thước mẫu dự kiến cần đảm bảo cho thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA (kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng số câu hỏi liên quan đến các biến quan sát) (Worthington & Whittaker, 2006) và phân tích HQĐB (cỡ mẫu $n = 50 + 8m$, với m là số biến độc lập) (Tabachnick & Fidell, 2007). Như vậy, với 25 câu hỏi khảo sát tương ứng với 25 biến quan sát và 6 biến độc lập trong

mô hình nghiên cứu thì cỡ mẫu tối thiểu thỏa mãn lần lượt là 125 và 98. Như vậy, 406 phiếu khảo sát trực tuyến thu về, hợp lệ cho xử lý dữ liệu, thỏa mãn yêu cầu về cỡ mẫu nghiên cứu.

Các giả thuyết nghiên cứu đặt ra là tất cả các biến độc lập đều có ảnh hưởng thuận chiều đến ý định đầu tư tiền mã hóa của người trẻ trong độ tuổi 18 đến 35 tại Việt Nam.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thông tin mẫu nghiên cứu

Thông tin tổng hợp về mẫu nghiên cứu được mô tả dưới đây (Bảng 1).

4.2. Tính phân phối chuẩn, độ tin cậy của các biến quan sát và kết quả phân tích nhân tố khám phá

Tính phân phối chuẩn của các biến quan sát được đảm bảo thể hiện qua độ xiên (Skewness) và độ nhọn (Kurtosis) của biểu đồ đường cong chuẩn của các biến, khi có đồng thời giá trị tuyệt đối Skewness nhỏ hơn 2 và Kurtosis nhỏ hơn 7 là ở trong ngưỡng được chấp nhận (Moorthy et al., 2012). Kết quả kiểm tra tính phân phối chuẩn của 25 biến quan sát (25 câu hỏi khảo sát) cho kết quả các hệ số Skewness và Kurtosis của tất cả các biến

Bảng 1: Thông tin mẫu nghiên cứu

Thông tin mẫu	Tần suất	Tỉ lệ (%)
Giới tính	N = 406	100
Nam	185	45,6
Nữ	221	54,4
Độ tuổi		
18 - 25 tuổi	213	52,5
26 - 35 tuổi	193	47,5
Nguồn thông tin biết đến tiền mã hóa		
Từ bạn bè và người thân	194	47,8
Từ báo chí và truyền thông	212	52,2
Lý do quan tâm đến tiền mã hóa		
Do tò mò, thích thú	156	38,4
Do bạn bè và người thân	132	32,5
Do sự hấp dẫn về lợi nhuận đầu tư	118	29,1

(Nguồn: Khảo sát của nhóm tác giả)

có giá trị tuyệt đối nằm trong khoảng nhỏ hơn 2. Như vậy, tất cả các biến đều phân phối chuẩn, đáp ứng yêu cầu (Ilyani et al., 2012).

Độ tin cậy của các biến quan sát cần được kiểm định để xác định giữ lại hoặc loại bỏ ra khỏi thang đo các biến độc lập và biến phụ thuộc của mô hình nghiên cứu. Kiểm định độ tin cậy được thực hiện thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item - Total Correlation) của biến quan sát cần từ 0,3 trở lên và đồng thời, biến độc lập được coi là tin cậy, có thể sử dụng được khi có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên (Ilyani et al., 2012). Kết quả, tất cả các biến quan sát tập hợp thành các thang đo của 6 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc đều lớn hơn 0,7, đạt yêu cầu về độ tin cậy của các biến trong mô hình nghiên cứu (Bảng 2).

Bảng 2: Kết quả kiểm tra độ tin cậy của các nhóm biến trong mô hình nghiên cứu

Các biến mô hình	ST	TD	NT	XH	NN	KV	YD
Hệ số Cronbach's Alpha	0,799	0,795	0,817	0,774	0,723	0,743	0,823

(Nguồn: Kết quả khảo sát xử lý trên phần mềm SPSS)

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm đánh giá giá trị và mối quan hệ giữa tất cả các biến của các thang đo khác nhau với các điều kiện phù hợp, bao gồm: Hệ số KMO từ 0,5

đến 1; Sig. Barlett nhỏ hơn 0,05; Giá trị Eigenvalue từ 1 trở lên; Phương sai trích có tổng lớn hơn hoặc bằng 50%; Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) lớn hơn hoặc bằng 0,5 (Liu et al., 2018), (Ledesma et al., 2021). Kết quả phân tích EFA cho 6 nhóm biến độc lập, có hệ số KMO bằng 0,857; Sig. Bartlett's bằng 0,000; Trị số Eigenvalue 1,160, như vậy cả 6 biến độc lập phù hợp. Giá trị tổng phương sai trích là 65,437 % đạt yêu cầu. Ma trận xoay trong EFA cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số Factor loading lớn hơn 0.5. Sáu nhóm nhân tố biến độc lập được tạo thành sau phân tích EFA về cơ bản đúng như mô hình nghiên cứu ban đầu đã đưa ra (Bảng 3).

Tiếp đến, phân tích EFA đối với biến phụ thuộc gồm 4 biến quan sát từ YD1 đến YD4 cho kết quả Hệ số KMO 0,793; Sig. Bartlett's

0,000; Trị số Eigenvalue 2,623; Phương sai trích tổng là 65,585%. Tất cả 4 biến quan sát của biến phụ thuộc đều có hệ số Factor loading lớn hơn 0.5 thỏa mãn điều kiện của mô hình.

Bảng 3: Các nhóm biến độc lập sau phân tích nhân tố khám phá (EFA)

	Nhóm biến độc lập					
	1	2	3	4	5	6
ST1				.782		
ST2				.803		
ST3				.789		
TD1	.747					
TD2	.716					
TD3	.719					
TD4	.778					
NT1		.787				
NT2		.763				
NT3		.772				
NT4		.743				
XH1					.747	
XH2					.790	
XH3					.790	
KV1			.690			
KV2			.767			
KV3			.656			
KV4			.672			
NN1						.784
NN2						.821
NN3						.685

(Nguồn: Kết quả khảo sát xử lý trên phần mềm SPSS)

4.3. Phân tích tương quan Pearson và phân tích hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu

Phân tích tương quan Pearson cho biết mối liên kết giữa các cặp biến trong mô hình nghiên cứu với nhau, nếu mức ý nghĩa thống kê (giá trị Sig.) tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc nhỏ hơn 0,05 đồng thời hệ số tương quan Pearson (Pearson Correlation) giữa các biến không vượt quá 0,9 là chấp nhận được (Ilyani et al., 2012). Bảng 4 cho thấy giá trị Sig. giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc đều bằng 0,000 đồng thời hệ số tương quan Pearson giữa các biến độc lập với nhau đều nhỏ hơn 0,6, như vậy các biến thỏa mãn có mối tương quan tuyến tính giữa các yếu tố biến độc lập với biến phụ thuộc và không có hiện tượng đa cộng tuyến

giữa các biến độc lập. Việc thực hiện phân tích tương quan trước khi phân tích mô hình hồi quy đa biến, với kết quả từ tương quan Pearson cho thấy khả năng cao hơn về sự tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc của mô hình nghiên cứu. Ký hiệu ** cho biết rằng các cặp biến này có sự tương quan tuyến tính ở mức tin cậy đến 99% (tương ứng mức ý nghĩa 1% = 0.01).

Tiếp tục thực hiện kiểm định giả thuyết của mô hình nghiên cứu thông qua phân tích mô hình hồi quy đa biến, bằng cách sử dụng phương pháp Enter để xem xét sự tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc. Kết quả, phân tích phương sai ANOVA có giá trị Sig. của kiểm định F bằng 0.000. cho thấy mô hình hợp lệ, sử dụng được trong nghiên cứu ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc.

Bảng 4: Hệ số tương quan giữa các biến trong mô hình (Pearson Correlations)

Các nhóm biến	YD	ST	TD	NT	XH	KV	NN
Hệ số tương quan	1	.398**	.428**	.404**	.428**	.519**	.473**
YD Hệ số Sig.		.000	.000	.000	.000	.000	.000
Hệ số tương quan	.398**	1	.418**	.292**	.355**	.406**	.302**
ST Hệ số Sig.	.000		.000	.000	.000	.000	.000
Hệ số tương quan	.428**	.418**	1	.366**	.378**	.379**	.265**
TD Hệ số Sig.	.000	.000		.000	.000	.000	.000
Hệ số tương quan	.404**	.292**	.366**	1	.363**	.396**	.254**
NT Hệ số Sig.	.000	.000	.000		.000	.000	.000
Hệ số tương quan	.428**	.355**	.378**	.363**	1	.353**	.351**
XH Hệ số Sig.	.000	.000	.000	.000		.000	.000
Hệ số tương quan	.519**	.406**	.379**	.396**	.353**	1	.391**
KV Hệ số Sig.	.000	.000	.000	.000	.000		.000
Hệ số tương quan	.473**	.302**	.265**	.254**	.351**	.391**	1
NN Hệ số Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

(Nguồn: Kết quả khảo sát xử lý trên phần mềm SPSS)

Đồng thời, kết quả phân tích hồi quy đa biến (Bảng 5) cho thấy giá trị Sig. của biến ST là 0,054, các biến TD, NT, XH, NN, KV đều có giá trị Sig. nhỏ hơn 0,05 và hệ số Beta dương, cho thấy có sự tác động thuận chiều của các yếu tố đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Trong đó, biến ST có giá trị Sig. cao hơn không đáng kể 0,05, tuy nhiên điều độ cũng cho thấy biến ST không có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu này và không có sự tác động đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Đây cũng là thông tin thú vị cần khảo sát thêm thông qua phương pháp phỏng vấn sâu hoặc phương pháp thảo luận nhóm để tìm hiểu rõ hơn nguyên nhân trong những nghiên cứu tiếp theo. Trong nghiên cứu của Alyoussef (2022), yếu tố Sở thích có ý nghĩa thống kê, tác động tích cực đến ý định đầu tư tiền mã hóa, điều này cho thấy với những đối tượng khảo sát ở độ tuổi khác nhau, môi trường xã hội khác

nhau, đến từ những quốc gia khác nhau sẽ coi việc đầu tư tiền mã hóa là một phần của sở thích hay là một lựa chọn có tính toán. Điều này cũng đặt ra vấn đề cần có sự thấu hiểu tâm lý, hành vi tiêu dùng của giới trẻ trong quản lý thị trường tiền mã hóa tại Việt Nam vì khi yếu tố sở thích không phải là yếu tố tác động chính, thì sự hấp dẫn về tính sinh lời, tâm lý đám đông, thiếu nhận thức đúng rủi ro sẽ có thể tạo ra những cạm bẫy gây nguy hại đối với người trẻ khi đầu tư vào tiền mã hóa trên những thị trường phi chính thức.

Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2, cùng với kết quả phân tích tương quan Pearson ở trên cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra trong mô hình nghiên cứu. Hệ số Beta của các biến độc lập cho thấy mức độ tác động đến ý định đầu tư tiền mã hóa theo mức độ từ cao nhất đến thấp nhất là: Kỳ vọng hiệu suất khi

đầu tư tiền mã hóa (0.242) và Vai trò quản lý nhà nước có mức độ tác động cao nhất (0.238), tiếp theo đó là Thái độ đối với hành vi (0.143), Ảnh hưởng xã hội (0.130), Nhận thức kiểm soát hành vi (0.123).

người trẻ có thái độ tin tưởng vào lợi nhuận lớn mang lại từ đầu tư tiền mã hóa đồng thời với sự ảnh hưởng từ những người xung quanh như bạn bè, người thân, mạng xã hội luôn có

Bảng 5: Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Các biến mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	Giá trị kiểm định (t)	Mức ý nghĩa thống kê (Sig.)	Thống kê đa cộng tuyến	
	Hệ số hồi quy (B)	Sai số chuẩn	Hệ số hồi quy (Beta)			Độ chấp nhận của biến (Tolerance)	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
(Hằng số)	-.201	.207		-.969	.333		
ST	.087	.045	.085	1.935	.054	.721	1.386
TD	.143	.044	.143	3.214	.001	.711	1.407
NT	.117	.041	.123	2.856	.005	.753	1.328
XH	.139	.047	.130	2.947	.003	.725	1.379
KV	.265	.050	.242	5.307	.000	.675	1.481
NN	.247	.044	.238	5.607	.000	.782	1.279

(Nguồn: Kết quả khảo sát xử lý trên phần mềm SPSS)

Phương trình hồi quy chuẩn hóa, thể hiện mối quan hệ phụ thuộc của ý định đầu tư tiền mã hóa với các biến độc lập như sau: $YD = 0,242 KV + 0,238 NN + 0,143 TD + 0,130 XH + 0,123 NT + \varepsilon$

5. Các giải pháp đề xuất

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự kỳ vọng về hiệu suất đầu tư tiền mã hóa có tác động lớn nhất đến ý định đầu tư tiền mã hóa của người trẻ, điều này cũng cho thấy phù hợp với thực tế khi sức hấp dẫn về lợi nhuận mang lại, sự thể hiện năng lực ứng dụng công nghệ số như là một xu hướng thể hiện giá trị của giới trẻ trong thời đại thay đổi nhanh của công nghệ. Vai trò của quản lý nhà nước trong đầu tư tiền mã hóa cũng là yếu tố tác động mạnh đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Sự công nhận hay chưa công nhận tính hợp pháp của tiền mã hóa như là một phương tiện thanh toán, đồng thời sự đầy đủ những quy định pháp lý để đảm bảo sự an toàn trên không gian mạng của cơ quan quản lý Nhà nước có tính quyết định lớn đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Khi

những thông tin tích cực về lợi ích của tiền mã hóa, về xu hướng thị trường tiền mã hóa, cùng với sự tự tin về kiến thức công nghệ, kiến thức tài chính sẽ tạo nên sự tác động tổng hợp, mạnh mẽ đến ý định đầu tư tiền mã hóa. Điều đó, đặt ra sự cần thiết có những giải pháp đồng bộ từ phía các tổ chức, cá nhân và cơ quan quản lý nhà nước để tạo nên môi trường đầu tư lành mạnh, đảm bảo sự an toàn tài chính và cả giá trị phát triển bền vững cho những người trẻ.

Thứ nhất, với cá nhân những người trẻ, cần phải nhận thức đúng đắn về kỳ vọng những lợi ích mang lại từ đầu tư tiền mã hóa, cả ở khía cạnh phi chính thức và cả ở khía cạnh chính thức về tính hợp pháp của đầu tư tiền mã hóa. Không để sự kỳ vọng về hiệu suất đầu tư tiền mã hóa trong bối cảnh các quy định pháp lý của nhà nước chưa cho phép chi phối đến những quyết định vi phạm pháp luật trong đầu tư tiền mã hóa.

Thứ hai, các cơ sở giáo dục cần tăng cường các chương trình đào tạo nâng cao nhận thức về an toàn tài chính trong thời đại số cho người trẻ. Nghiên cứu cho thấy rằng trò chơi hóa và trí tuệ nhân tạo có tác động thúc đẩy và cải thiện động lực học tập của sinh viên, tích hợp công nghệ hiện đại trong các chương trình đào tạo cần nâng cao nhận thức về động lực nội tại, thúc đẩy hứng thú học tập tự thân cho sinh viên (Bảng, 2026). Các trường đại học, các tổ chức giáo dục không chỉ tăng cường về kiến thức tài chính liên quan đến đầu tư tiền mã hóa mà cần đào tạo về các kỹ năng làm chủ công nghệ số, thường xuyên tăng cường tính thực tiễn vào trong các chương trình đào tạo để theo kịp với sự phát triển của công nghệ số và thực tế biến động của thị trường tiền mã hóa. Cụ thể, trong các chương trình đào tạo trình độ đại học như Kinh tế đầu tư, Tài chính, Quản trị kinh doanh cần bổ sung các học phần liên quan đến Tài sản số, Quản trị rủi ro trên thị trường tiền mã hóa, Kỹ năng sử dụng công nghệ số, cùng với đó cần tăng cường các hoạt động ngoại khóa có tính chuyên môn cao gắn với thực tiễn thông qua các cuộc thi như “Nhà đầu tư thông minh”, “Nhà quản trị tài sản số” để giới trẻ có thêm môi trường thử thách, kiểm chứng năng lực chuyên môn và kỹ năng thích ứng với sự biến động của thị trường tiền mã hóa, điều đó không chỉ giúp ích cho bản thân người trẻ mà còn góp phần tạo ra một thế hệ mới có kiến thức chuẩn, có bản lĩnh trong việc góp phần phát triển môi trường kinh tế, xã hội của đất nước theo hướng bền vững. Theo kết quả nghiên cứu, yếu tố sở thích không có ý nghĩa thống kê, không tác động đến ý định đầu tư tiền mã hóa của người trẻ Việt Nam cũng là tín hiệu có giá trị cho thấy người trẻ có sự coi trọng về sự hiểu biết kiến thức đầu tư tài chính, kiến thức công nghệ số chứ không chỉ là sở thích nhất thời.

Thứ ba, cộng đồng xã hội và những người xung quanh cũng cần cùng nhau cộng hưởng tạo nên một cộng đồng văn minh, có kiến thức và thái độ đúng đắn trong đầu tư tài chính, đặc biệt là đầu tư trong môi trường công nghệ số, điều đó sẽ giúp loại bỏ những tác động tiêu cực từ tâm lý đám đông, hạn chế kẻ xấu lợi dụng để thực hiện những hành vi lừa đảo phổ biến trên không gian mạng.

Thứ tư, với các cơ quan quản lý Nhà nước, để tránh việc dịch chuyển nguồn lực tài chính trong đầu tư tiền mã hóa của người dân trong nước sang các sàn giao dịch phi chính thức ở nước ngoài, đồng thời tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của công nghệ số và ứng dụng công nghệ số trong đầu tư tài chính, góp phần mang lại sự phát triển kinh tế cho đất nước, cần hướng tới sự nhanh chóng cụ thể hóa các quy định về khái niệm tiền mã hóa, danh mục những đồng tiền mã hóa được giao dịch, cho phép và cụ thể hóa những sàn giao dịch tiền mã hóa, với vai trò như những sàn giao dịch chứng khoán đang vận hành trong nước.

Thứ năm, cần có sự kết nối về thị trường tài chính và thị trường công nghệ số giữa Việt Nam và các nước trên thế giới, đặc biệt là những nước có thị trường đầu tư tiền mã hóa và công nghệ phát triển để có thể cùng hưởng lợi và cùng hạn chế những rủi ro từ đầu tư tiền mã hóa mang lại, điều đó cũng thể hiện cam kết của Chính phủ về an sinh xã hội, an toàn tài chính đặt trong bối cảnh phát triển chung của khu vực và thế giới.

Trong bối cảnh, tiền mã hóa vẫn đang là mối quan tâm lớn, với những kỳ vọng lợi ích lớn và những rủi ro khó lường cho các nhà đầu tư, với những tranh cãi chưa có hồi kết, việc tìm hiểu về ý định đầu tư tiền mã hóa, những yếu tố tác động đến ý định đầu tư tiền mã hóa của người trẻ sẽ giúp các bên liên quan có những tư duy, hành động phù hợp, điều đó cũng góp phần định hướng tốt khi có các quyết định hành vi thực sự trong đầu tư tiền mã hóa

đối với người trẻ, đồng thời định hướng cho các cơ quan quản lý Nhà nước trong việc ban hành các chính sách pháp lý trước và nhanh so với sự phát triển của thị trường tiền mã hóa cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ số, trí tuệ nhân tạo hiện nay.

Hạn chế của bài viết chưa tiếp cận nghiên cứu ảnh hưởng của ý định hành vi đến hành vi thực tế trong đầu tư tiền mã hóa của giới trẻ, đây cũng là vấn đề chưa dễ dàng tiếp cận để khảo sát trong bối cảnh các quy định pháp lý về đầu tư tiền mã hóa tại Việt Nam chưa phổ biến. Đồng thời nghiên cứu sự khác biệt trong ý định, hành vi đầu tư tiền mã hóa theo những nhóm đối tượng khác nhau về độ tuổi, thu nhập, nghề nghiệp, trình độ học vấn cũng chưa được thể hiện trong bài viết này, gợi mở thêm những hướng nghiên cứu tiếp theo. ♦

Tài liệu tham khảo:

- Almajali, D. A., Masa'Deh, R., & Dahalin, Z. M. d. (2022). Factors influencing the adoption of Cryptocurrency in Jordan: An application of the extended TRA model. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2103901>.
- Alyoussef, I. Y. (2022). Acceptance of a flipped classroom to improve university students' learning: An empirical study on the TAM model and the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Heliyon*, 8(12), e12529. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12529>.
- Bằng, N. V. (2026). Mối quan hệ giữa trò chơi hoá, trí tuệ nhân tạo và hiệu quả học tập của sinh viên: Sự tham gia của động lực học tập cá nhân. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 212. <https://doi.org/10.54404/jts.2026.212v.09>.
- Bland, E., Changchit, C., Cutshall, R., & Pham, L. (2024). Behavioral and Psychological Determinants of Cryptocurrency Investment: Expanding UTAUT with Perceived Enjoyment and Risk Factors. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(10), 447. <https://doi.org/10.3390/jrfm17100447>.
- Changchit, C., Cutshall, R., Pham, L., & Bland, E. (2025). Psychological and technological factors shaping cryptocurrency investment: The moderating role of personality traits. *Acta Psychologica*, 260, 105606. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105606>.
- Chính phủ nước CHXH Chủ nghĩa Việt Nam. (2025). Nghị quyết số 05/2025/NQ-CP của Chính phủ về việc triển khai thí điểm thị trường tài sản mã hóa tại Việt Nam. *Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam*.
- Cường, P. H. và cộng sự. (2024). Tác động của trò chơi hóa đến ý định mua hàng của người dùng trên ứng dụng thương mại điện tử Shopee. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 185. <https://doi.org/10.54404/jts.2024.185v.07n>.
- Gupta, S., Gupta, S., Mathew, M., & Sama, H. R. (2021). Prioritizing intentions behind investment in cryptocurrency: a fuzzy analytical framework. *Journal of Economic Studies*, 48(8), 1442-1459. <https://doi.org/10.1108/JES-06-2020-0285>.
- Ilyani, A., Yong, S., Ong, Y., & Uddin, M. (2012). A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia Towards the Factors affecting Small Firm Growth: Review of Previous Studies. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. www.hrmar.com/journals
- Ledesma, R. D., Ferrando, P. J., Trógolo, M. A., Poó, F. M., Tosi, J. D., & Castro, C. (2021). Exploratory factor analysis in transportation research: Current practices and recommendations. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 78, 340-352. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2021.02.021>.
- Liu, W., Zhao, T., Zhou, W., & Tang, J. (2018). Safety risk factors of metro tunnel

construction in China: An integrated study with EFA and SEM. *Safety Science*, 105, 98-113. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2018.01.009>.

Mel Reed & Bev Lloyd. (2018). *Health Psychology*. ED-Tech Press.

Miciuła, I., & Kazojć, K. (2019). The global development of cryptocurrencies. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 63(2), 183-196. <https://doi.org/10.15611/pn.2019.2.16>.

Moorthy, M. K., Tan, A., Choo, C., Wei, C. S., Ping, J. T. Y., & Leong, T. K. (2012). A study on factors affecting the performance of SMEs in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(4), 224.

Quốc hội. (2025). Luật Công nghiệp Công nghệ số - Luật số: 71/2025/QH15. *Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam*.

Ramly, F. Bin, & Md Zabri, M. Z. (2024). Unveiling the digital desire: UTAUT analysis of NFT investment intentions in Malaysia. *China Finance Review International*, 14(3), 630-647. <https://doi.org/10.1108/CFRI-06-2023-0143>.

Rodrigues, P., Sousa, A., & Brochado, A. (2025). Cryptocurrencies in Portugal: trust and adoption among young adults. *International Journal of Bank Marketing*, 43(10), 2136-2165. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2024-0266>.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *F I F T H E D I T I O N Using Multivariate Statistics*. www.ablongman.com.

Trafimow, D. (2009). The Theory of Reasoned Action. *Theory & Psychology*, 19(4), 501-518. <https://doi.org/10.1177/0959354309336319>.

Trang, Đ. T. T. và cộng sự. (2025). Khám phá mối quan hệ giữa mua sắm ngẫu hứng, cảm nhận hạnh phúc, niềm tin và ý định mua lại của người tiêu dùng trong thương mại trên nền tảng xã hội: trường hợp người tiêu dùng

gen Z tại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Thương mại*, 198. <https://doi.org/10.54404/jts.2025.198v.06>.

VinaCapital. (2025). Formalizing Vietnam's Digital Assets Markets. *VinaCapital Fund Management JSC*.

Worthington, R. L., & Whittaker, T. A. (2006). Scale Development Research: A Content Analysis and Recommendations for Best Practices. *The Counseling Psychologist*, 34(6), 806-838. <https://doi.org/10.1177/0011000006288127>.

Summary

The continuous development of technology has led to significant changes in the formation of digital technology products, among which cryptocurrencies are a groundbreaking and highly attractive product. Understanding the factors influencing the cryptocurrency investment intentions of young Vietnamese people is essential for managers, educators, and young people themselves to have more solutions for the sustainable development of individuals and organizations. This article conducts a survey to investigate the factors influencing the cryptocurrency investment intentions of young people aged 18 to 35. The results of the multiple linear regression model test show that the factors positively impacting cryptocurrency investment intentions include Expected benefits, the role of state management, Attitudes leading to behavior, social influence, and Perceived behavioral control. The proposed solutions focus on enhancing financial safety awareness education for young people and strengthening the role of state management in the promulgation and consistent enforcement of legal regulations on cryptocurrency investment in Vietnam.