

MỤC LỤC

	Trang
1. Năng lực cạnh tranh của ngành xuất khẩu cá ngừ Việt Nam tại thị trường Châu Âu <i>Competitiveness of Vietnam tuna export industry in the European market</i> Lê Thị Xoan, Huỳnh Thị Hồng Trang, Nguyễn Thị Anh	5005-5016
2. Tác động của chất lượng dịch vụ điện tử và sự hài lòng đến niềm tin khách hàng trong mua sắm trực tuyến – Nghiên cứu trường hợp thế hệ Z <i>The impact of e-service quality on customer satisfaction and trust in online shopping – A case study of the generation Z</i> Nguyễn Danh Nam, Uông Thị Ngọc Lan	5017-5028
3. Cảm giác chèn ép và ý định phá hoại của người lao động trong các tổ chức công nghệ thông tin <i>Employees' feelings of mobbing and intention to sabotage information technology organizations</i> Ngô Linh Ly, Trần Minh Duy	5029-5039
4. Exploring tourist animosity and its influence on destination choices in the post-covid 19 era: A study of Vietnamese independent travelers <i>Ác cảm của du khách và những ảnh hưởng của ác cảm đến việc lựa chọn điểm đến sau đại dịch COVID-19: Nghiên cứu về du khách Việt Nam đi du lịch tự do</i> Dang Hung Vu, Pham Tran Truc Vien	5040-5050
5. Quảng cáo cá nhân hoá trên nền tảng Tiktok và ý định mua sắm của người tiêu dùng <i>Personalized advertising on the Tiktok platform and consumer purchase intention</i> Trịnh Thị Cẩm Nhung, Cao Quốc Việt	5051-5063
6. Towards to sustainable corporate performance through circular economy practices and corporate social responsibility in Vietnam <i>Hiệu quả doanh nghiệp bền vững với thực hành kinh tế tuần hoàn và trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tại Việt Nam</i> Thanh Tiếp Le	5064-5077
7. The impact of board size and independence on trade receivables in Vietnam <i>Tác động của quy mô và tính độc lập của hội đồng quản trị đến khoản phải thu tại Việt Nam</i> Nguyen Thanh Liem, Nguyen Thị Thao Vy	5078-5088
8. Xu hướng chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế tại Việt Nam giai đoạn 2010 - 2022 <i>The trend of economic structural transformation in Vietnam during the 2010 - 2022 period</i> Lê Thị Mai Hương	5089-5097
9. Tác động của giá trị cảm nhận đến sự hài lòng của khách hàng và sự trung thành thương hiệu: Nghiên cứu các chuỗi quán cà phê trong nước tại Thành phố Hồ Chí Minh <i>The impact of perceived value on customer satisfaction and brand loyalty: Research domestic coffee chains in Ho Chi Minh City</i> Nguyễn Thái Hà	5098-5108
10. Ý định sử dụng y tế di động của người dân Thành phố Hồ Chí Minh: Tích hợp lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ và lý thuyết động cơ bảo vệ <i>Intention to use mobile health applications of people in Ho Chi Minh City: Integrating Unifed Theory of Acceptance and Use of Technology and Protection Motivation Theory</i> Nguyễn Viết Bằng, Đặng Văn Thạc, Phạm Trần Thanh Thảo	5109-5120
11. Lãi suất nợ quá hạn đối với số tiền chậm trả: Nhìn từ án lệ số 09/2016/AL <i>The overdue debt interest rate for late payment: From the precedent 09/2016/AL</i> Trịnh Thực Hiền, Nguyễn Trường Ngọc	5121-5129

12. Khám phá ý định tiêu dùng sản phẩm thân thiện môi trường ở giới trẻ tại TP. HCM thông qua mở rộng thuyết hành vi dự định 5130-5143

Explore the intention to use environmental friendly products of young people in Ho Chi Minh City through expanding the theory of planned behavior

Hoàng Lê Chi, Hồ Tiến Dũng

13. Nghiên cứu ảnh hưởng của hoạt động quản trị đến hiệu quả hoạt động: Một bằng chứng từ ngành hóa - dược cổ phần niêm yết tại Việt Nam 5144-5154

Studying the impact of management activities on performance: Evidence from chemical - pharmaceutical industry companies listed on the stock exchange in Vietnam

Đàng Quang Vắng, Lê Na

Mã QR truy cập
Thông tin Tạp chí:



Mã QR truy cập
Hướng dẫn soạn
bản thảo

