

**Mục lục**

---

Đóng góp vào tăng trưởng TFP gộp của doanh nghiệp xuất khẩu ngành công nghiệp chế biến chế tạo Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Phương</i>	2
Ảnh hưởng của chuyển đổi số đến hành vi tránh thuế của các doanh nghiệp tại Việt Nam	<i>Lê Thanh Tâm, Lê Đức Hoàng, Phan Khánh Huyền, Trần Nguyễn Đức Trung, Nguyễn Thị Linh Giang, Phạm Thu Trang, Phạm Linh Chi</i>	11
Fintech, dân trí tài chính và thịnh vượng tài chính của người Việt Nam đi làm việc tại nước ngoài	<i>Trần Tuấn Vinh, Nguyễn Ngọc Sơn, Khúc Thế Anh, Nguyễn Đức Dương</i>	22
Mối quan hệ giữa đòn bẩy tài chính và hiệu quả tài chính tại doanh nghiệp chế biến thức ăn chăn nuôi ở Việt Nam	<i>Nguyễn Thị Xuân</i>	33
Khác biệt về tiền lương, cơ hội việc làm, phúc lợi và điều kiện sống của lao động nhập cư và lao động bản địa: Trường hợp lao động tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam	<i>Vũ Ngọc Thảo Vy, Phạm Tiến Thành</i>	43
Ảnh hưởng của hội chứng sợ bỏ lỡ tới quyết định đầu tư vàng tại Việt Nam	<i>Nguyễn Xuân Hưng, Bùi Diệu Anh, Lê Nam Anh, Nguyễn Quỳnh Trang, Phạm Thị Hạnh, Nguyễn Minh Thảo</i>	53
Vai trò của nguồn lực và năng lực đối với lợi thế cạnh tranh của trường đại học tư thục trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh	<i>Nguyễn Hải Quang, Mai Thiện</i>	64
Ảnh hưởng của giá trị cảm nhận và nhận thức rủi ro đến ý định tham gia du lịch mạo hiểm của thế hệ Z tại thành phố Cần Thơ	<i>Nguyễn Hoài Phong, Nguyễn Minh Cảnh, Thái Phước Nghĩa</i>	74
Đánh giá tác động của đầu tư trực tiếp nước ngoài đến lượng kiều hối tại các nước Châu Á bằng mô hình hồi quy phân vị	<i>Nguyễn Thị Hồng, Bùi Thu Trang, Nguyễn Thị Huyền Trang</i>	85

# ẢNH HƯỞNG CỦA HỘI CHỨNG SỢ BỎ LỠ TỚI QUYẾT ĐỊNH ĐẦU TƯ VÀNG TẠI VIỆT NAM

**Nguyễn Xuân Hưng\***

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: hungnx@neu.edu.vn

**Bùi Diệu Anh**

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: dieuanh068@gmail.com

**Lê Nam Anh**

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: namanh.caesar@gmail.com

**Nguyễn Quỳnh Trang**

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: quynhtrang171024@gmail.com

**Phạm Thị Hạnh**

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: phamhanh1511@gmail.com

**Nguyễn Minh Thảo**

Trường Đại học Ngoại thương

Email: thaonm.work@gmail.com

Mã bài báo: JED-2269

Ngày nhận: 13/02/2025

Ngày nhận bản sửa: 07/03/2025

Ngày duyệt đăng: 14/03/2025

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.2269

## Tóm tắt:

Ảnh hưởng của hội chứng sợ bỏ lỡ tới quyết định đầu tư vàng tại Việt Nam. Tóm tắt Bài viết này trình bày kết quả nghiên cứu về ảnh hưởng của Hội chứng sợ bỏ lỡ (FOMO) đến quyết định đầu tư vàng tại Việt Nam. Dựa trên dữ liệu khảo sát từ 587 nhà đầu tư, được phân tích bằng Mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS-SEM), nghiên cứu chỉ ra rằng FOMO có tác động tích cực đến việc đầu tư vàng, thông qua vai trò trung gian hồi tiếc dự đoán và hạnh phúc dự đoán chủ quan. Ngoài ra, nghiên cứu còn kết hợp thử nghiệm thông điệp tâm lý và xem xét vai trò điều tiết của tính bốc đồng, cung cấp cái nhìn sâu hơn về tính điều tiết của yếu tố này. Nghiên cứu nhận thấy tác động của FOMO mạnh hơn tại Việt Nam do yếu tố văn hóa và tâm lý thị trường đặc thù. Việc sử dụng kiểm định đa nhóm (MGA) giúp phân tích sự khác biệt giữa các nhóm nhà đầu tư. Nghiên cứu đóng góp vào việc mở rộng lý thuyết hành vi tài chính và cung cấp cơ sở khoa học cho việc xây dựng các chính sách quản lý rủi ro và điều tiết thị trường vàng, nhằm giảm thiểu tác động tiêu cực của FOMO.

**Từ khóa:** Hội chứng, FOMO, vàng, quyết định đầu tư.

**Mã JEL:** D03, G11, G28, J11.

## The impact of fear of missing out on investment decisions in gold in Vietnam

### Abstract:

This research is conducted to investigate the impact of Fear of Missing Out (FOMO) on gold investment decisions in Vietnam. Based on survey data collected from 587 investors, by using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), the results reveal that FOMO has a positive impact on gold investment, mediated by anticipated regret and subjective anticipated happiness. In addition, the study also employs a psychological message and examines the moderating role of impulsivity, and provides deeper insights into the moderating effect of this factor. The research shows that the impact of FOMO is stronger in Vietnam due to unique cultural factors and market psychology. The use of Multi-Group Analysis (MGA) facilitates the analysis of differences between investor groups. This research contributes to the expansion of behavioral finance theory and provides a scientific basis for developing risk management policies and regulating the gold market, aiming to minimize the negative effects of FOMO.

**Keywords:** Fear, FOMO, gold, investment decision.

**JEL codes:** D03, G11, G28, J11.

---

## 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu bất ổn định với những tác động kéo dài từ đại dịch COVID-19, sự leo thang căng thẳng địa chính trị ở nhiều khu vực như Ukraine, Trung Đông, bán đảo Triều Tiên, cùng với các yếu tố chính trị phức tạp khác, thương mại quốc tế đang chịu những ảnh hưởng nghiêm trọng. Áp lực này đã đẩy giá vàng liên tục tăng cao, thậm chí chạm những mức kỷ lục mới. Đặc biệt, thị trường vàng Việt Nam ghi nhận sự chênh lệch đáng kể so với giá vàng thế giới, có thời điểm lên tới 500 USD mỗi lượng, phản ánh sự mất cân đối cung cầu và xu hướng đầu cơ mạnh mẽ. Từ vàng miếng, vàng nhẫn đến trang sức vàng đều trở thành tâm điểm chú ý của giới đầu tư. Tâm lý e ngại trước những biến động của thị trường chứng khoán, bất động sản và các kênh đầu tư khác càng củng cố vị thế của vàng như một kênh trú ẩn an toàn.

Mặc dù Chính phủ đã ban hành Nghị định số 24/2012/NĐ-CP nhằm quản lý thị trường vàng, trao đổi quyền sản xuất và quản lý vàng miếng cho Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, đồng thời chủ trương chống “vàng hóa” nền kinh tế, nhu cầu mua vàng của người dân vẫn không ngừng gia tăng. Vàng không chỉ là kênh bảo toàn giá trị tài sản an toàn mà còn mang đậm giá trị văn hóa và tín ngưỡng, đặc biệt trong các dịp lễ tết, cưới hỏi hay các sự kiện quan trọng, nơi vàng được xem là biểu tượng của may mắn và thịnh vượng.

Tuy nhiên, sự biến động mạnh mẽ của thị trường vàng, kết hợp với tâm lý sợ bỏ lỡ cơ hội (Fear of missing out - FOMO), có thể khiến nhà đầu tư đưa ra những quyết định thiếu cân nhắc, dẫn đến hậu quả tiêu cực. Ở góc độ vĩ mô, nhu cầu vàng tăng đột ngột có thể tạo ra bong bóng tài sản, đẩy giá vàng lên cao, gây lạm phát và tạo ra sự bất ổn trong nền kinh tế. Ở cấp độ trung mô, việc chuyển vốn từ thị trường chứng khoán sang vàng có thể làm giảm thanh khoản và gia tăng chi phí sản xuất, ảnh hưởng đến lợi nhuận và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Cuối cùng, ở cấp độ vi mô, nhà đầu tư cá nhân có thể chịu thiệt hại tài chính do mua vàng ở mức giá cao, dẫn đến khó khăn tài chính và ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống.

Trong khi các nghiên cứu về FOMO và hành vi đầu tư chủ yếu tập trung vào các quốc gia phát triển, nơi có những đặc thù kinh tế và văn hóa khác biệt, nghiên cứu này tập trung phân tích mức độ ảnh hưởng của FOMO và các yếu tố liên quan đến quyết định đầu tư vàng vật chất tại thị trường Việt Nam. Đặc biệt, nghiên cứu xem xét vai trò của nhân khẩu học, thông điệp tâm lý và tính bốc đồng trong mối quan hệ giữa FOMO và hành vi đầu tư. Từ đó, nghiên cứu mở rộng khái niệm về tâm lý đầu tư và hành vi tài chính của các nhóm dân cư khác nhau trong bối cảnh nền kinh tế mới nổi, đồng thời đề xuất các kiến nghị phù hợp.

## 2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

### 2.1. Tổng quan nghiên cứu

Hội chứng sợ bỏ lỡ (Fear of missing out - FOMO) đã được nghiên cứu trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Các nhà tâm lý học xem FOMO như một dạng ám ảnh với nỗi lo sợ bị cô lập và mong muốn hòa nhập với xu hướng số đông (Przybylski & cộng sự, 2013; Riordan & cộng sự, 2015). Trong lĩnh vực thông tin quản lý, FOMO là yếu tố tác động đến cảm xúc, thúc đẩy lạm dụng các phương tiện truyền thông xã hội và điện thoại thông minh (Abel & cộng sự, 2016; Lai & cộng sự, 2016; Wolniewicz & cộng sự, 2018). Từ góc độ y học, FOMO được xem là một triệu chứng tâm lý gây nghiện, liên quan đến các bệnh lý tâm thần (Carson, 2017).

Các nghiên cứu ban đầu về FOMO chủ yếu tập trung vào mối liên hệ giữa hội chứng này với sự rối loạn lo âu và nỗi sợ bị cô lập, dẫn đến các hành vi gây nghiện (Przybylski & cộng sự, 2013). Tuy nhiên, các nghiên cứu gần đây đã xem xét FOMO dưới góc độ quan hệ xã hội, nhấn mạnh khát vọng kết nối với một cộng đồng. Abel & cộng sự (2016) đã phân loại FOMO thành ba khía cạnh chính: ý thức về bản thân, tương tác xã hội và lo âu xã hội. Lai & cộng sự (2016) tập trung vào hai khía cạnh cốt lõi của FOMO là nhu cầu kết nối và nỗi đau tâm lý. Tóm lại, các nghiên cứu đều nhất quán cho thấy FOMO chủ yếu xoay quanh mong muốn được kết nối với cộng đồng và nỗi lo sợ bị bỏ lại (Wolniewicz & cộng sự, 2018).

FOMO còn tác động trực tiếp đến hành vi tài chính, đặc biệt trong các quyết định đầu tư (Dennison, 2018). Khi một loại tài sản, chẳng hạn như vàng, liên tục tăng giá, nhà đầu tư có thể phát triển tâm lý sợ

---

bỏ lỡ cơ hội và đổ vốn vào mà không cân nhắc rủi ro (Hershfield, 2020). Điều này góp phần hình thành một thị trường đầy biến động, khi nhà đầu tư lo sợ bỏ lỡ lợi nhuận nếu không tham gia (Morris, 2019). Hơn nữa, hiện tượng này không chỉ giới hạn ở cổ phiếu, bất động sản hay tiền điện tử mà còn xuất hiện trong các loại

tài sản trú ẩn như vàng, đặc biệt khi giá vàng có xu hướng tăng mạnh trong thời gian ngắn (Pichet, 2017).

Vàng từ lâu đã được công nhận là một tài sản quý giá và một phương tiện lưu trữ giá trị đáng tin cậy qua các thời kỳ. Các nghiên cứu của Lindert (1969), Eichengreen (1987), Monnet & Puy (2020) đã làm sáng tỏ ý nghĩa lịch sử của vàng trong các chế độ tiền tệ khác nhau. Trong bối cảnh hiện đại, vàng được xem là một công cụ hiệu quả để phòng ngừa rủi ro (McCown & Zimmerman, 2006; Capie & cộng sự, 2005) và là một kênh trú ẩn an toàn trong các giai đoạn thị trường bất ổn. Nhiều nghiên cứu đã phân tích mối tương quan giữa giá vàng và các biến số kinh tế vĩ mô như lạm phát, tỷ giá hối đoái và biến động của thị trường chứng khoán (Baur & McDermott, 2010).

Giá trị truyền thống của vàng như một kho lưu trữ giá trị vẫn được duy trì ở nhiều quốc gia, đặc biệt là ở các quốc gia Châu Á (Wang & cộng sự, 2010). Tuy nhiên, Việt Nam là một trường hợp nghiên cứu đặc biệt, nơi vàng được sử dụng rộng rãi và ở mức độ tương đương với đồng nội tệ (VNĐ) cho các mục đích tiết kiệm, thanh toán và giao dịch với các ngân hàng thương mại (Long & cộng sự, 2013). Điều này cho thấy vàng không chỉ đơn thuần là một tài sản tài chính mà còn gắn liền với văn hóa và lối sống của người Việt. Nghiên cứu gần đây chỉ ra xu hướng đầu tư vàng tăng mạnh trong bối cảnh giá vàng thế giới biến động đột biến trong quý I/2024, khi nhu cầu đầu tư vào vàng của người dân Việt Nam càng trở nên rõ rệt (Lê Thị Ngân Anh & Phạm Thị Tố Uyên, 2024).

## **2.2. Cơ sở lý thuyết**

### **2.2.1. FOMO, Hối tiếc dự đoán và quyết định đầu tư vàng**

Hối tiếc dự đoán là cảm xúc tiêu cực xuất hiện khi cá nhân tương tượng về khả năng hối tiếc trong tương lai (Zeelenberg, 1999). Trong đầu tư, hiện tượng này thường xuất hiện dưới dạng lo ngại về biến động giá (“nếu tôi mua hôm nay và giá giảm sau đó”) (McConnell & cộng sự, 2000). Nghiên cứu của Good & Hyman (2020) cho thấy FOMO có thể giảm thiểu hối tiếc dự đoán bằng cách tạo ra lý do biện minh cho quyết định đầu tư. Wong & Kwong (2007) cũng chỉ ra rằng hối tiếc dự đoán có thể ảnh hưởng tiêu cực đến quyết định đầu tư khi nhà đầu tư quá tập trung vào những kịch bản xấu có thể xảy ra. Từ đó, tác giả đề xuất:

*H1: FOMO có tác động tiêu cực đến Hối tiếc dự đoán.*

*H4: Hối tiếc dự đoán có tác động tiêu cực đến quyết định đầu tư vàng.*

### **2.2.2. FOMO, Hạnh phúc dự đoán chủ quan và quyết định đầu tư vàng**

Hạnh phúc dự đoán chủ quan thể hiện niềm tin của cá nhân về những cảm xúc tích cực họ sẽ trải nghiệm trong tương lai (Moore, 2014). Alba & Williams (2013) cho thấy sự hứng thú với cơ hội đầu tư làm tăng kỳ vọng về niềm vui, trong khi Good & Hyman (2021) chỉ ra FOMO có thể khuếch đại những kỳ vọng này thông qua việc so sánh với trải nghiệm của người khác. Cheng & cộng sự (2015) cũng phát hiện rằng cảm xúc dự đoán về lợi nhuận tiềm năng có thể thúc đẩy quyết định đầu tư, đặc biệt khi được củng cố bởi FOMO. Từ đó, tác giả đưa ra các giả thuyết:

*H2: FOMO có tác động tích cực đến Hạnh phúc dự đoán chủ quan.*

*H5: Hạnh phúc dự đoán chủ quan có tác động tích cực đến quyết định đầu tư vàng.*

### **2.2.3. FOMO và quyết định đầu tư vàng**

FOMO, được định nghĩa là nỗi lo sợ bỏ lỡ cơ hội (Przybylski & cộng sự, 2013), không chỉ là hiện tượng tâm lý mà còn liên quan đến hành vi tiêu dùng và so sánh xã hội (Tedeschi, 1986). Khác với các khái niệm như khan hiếm cảm nhận hay tìm kiếm sự mới lạ, FOMO tập trung vào cảm giác lo lắng về việc bỏ lỡ trải nghiệm của người khác (Good & Hyman, 2020).

Trong lĩnh vực đầu tư vàng, nơi quyết định thường dựa trên mục tiêu tạo lợi nhuận (Fabozzi & Fabozzi, 2021), FOMO đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy hành động nhanh chóng của nhà đầu tư (Kang & cộng sự, 2020). Nghiên cứu của Friederich & cộng sự (2024) chỉ ra rằng các nhà đầu tư chịu ảnh hưởng của FOMO có xu hướng tái đầu tư cao hơn, ngay cả sau khi chịu tổn thất. Từ đó, xây dựng được các giả thuyết:

*H3: FOMO có tác động tích cực đến quyết định đầu tư vàng.*

---

*2.2.4. Vai trò điều tiết của Tính bốc đồng, Thông điệp tâm lý đến mối quan hệ giữa FOMO và quyết định*

## đầu tư vàng

Tính bốc đồng, được định nghĩa là xu hướng phản ứng nhanh không cân nhắc hậu quả (Moeller & cộng sự, 2001), được xem là yếu tố rủi ro trong quyết định tài chính (Fenton-O'Creevy & cộng sự, 2018). Mặc dù những người có FOMO cao thường bốc đồng hơn (Çelik & cộng sự, 2019), tác động của FOMO lên quyết định đầu tư lại mạnh hơn ở những người ít bốc đồng do họ có xu hướng cân nhắc kỹ lưỡng hơn.

Thông điệp tâm lý cũng điều tiết mối quan hệ này. Wen & Chang (2022) chỉ ra rằng cảm giác thắng/thua ảnh hưởng đến mức độ chấp nhận rủi ro, nhưng FOMO có thể thay đổi tác động này bằng cách giảm thiểu cơ chế đánh giá rủi ro tự nhiên (Duman & Ozkara, 2021). Từ đó, tác giả đề xuất:

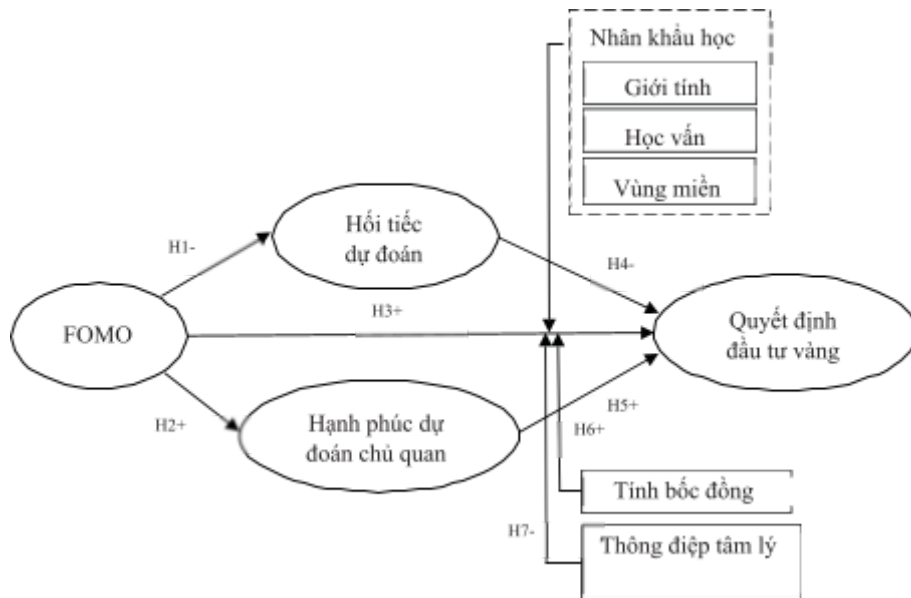
*H6: Tính bốc đồng điều tiết tác động của FOMO đối với quyết định đầu tư vàng (tác động mạnh hơn ở mức độ bốc đồng thấp hơn).*

*H7: Thông điệp tâm lý điều tiết mối quan hệ giữa FOMO và quyết định đầu tư vàng.*

### 2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



### 3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố tâm lý đến quyết định đầu tư vàng của các nhà đầu tư tại Việt Nam.

#### 3.1. Thu thập dữ liệu

##### 3.1.1. Dữ liệu sơ cấp

Nghiên cứu sử dụng phương pháp khảo sát (survey) trực tiếp và trực tuyến để thu thập dữ liệu từ 612 nhà đầu tư vàng cá nhân trên toàn quốc, với 587 phiếu hợp lệ. Dữ liệu thu thập bao gồm thông tin về giới tính (59,5% nữ), trình độ học vấn (44,1% có trình độ đại học), và khu vực địa lý (38,7% miền Nam; 32,9% miền Bắc và 28,4% miền Trung).

Nghiên cứu sử dụng phương pháp lựa chọn mẫu phi ngẫu nhiên thuận tiện, khảo sát tất cả các nhà đầu tư trên toàn Việt Nam đã, đang và có ý định tham gia thị trường vàng dưới tác động của hội chứng FOMO, bao gồm cả những người vô tình chịu ảnh hưởng mà không nhận thức được. Thời gian khảo sát diễn ra từ tháng 04/2024 đến tháng 10/2024, tại ba miền Bắc, Trung, Nam.



*Thiết kế thử nghiệm:* Để khám phá ảnh hưởng của các yếu tố tâm lý, nghiên cứu triển khai thử nghiệm ngẫu nhiên có đối chứng và chia mẫu thành ba nhóm tiếp nhận thông điệp tâm lý khác nhau:

*Nhóm 1:* Thông điệp cảnh báo rủi ro – “*Hầu hết nhà đầu tư đều thua lỗ nặng khi chọn vàng làm kênh đầu tư. Bạn muốn mạo hiểm?*” – để khơi gợi cảm giác e ngại mất mát, khuyến khích sự thận trọng.

*Nhóm 2:* Thông điệp khuyến khích tự quyết – “*Muốn đầu tư hiệu quả? Hãy tự tìm hiểu và đưa ra quyết định sáng suốt!*” – nhằm thúc đẩy tư duy độc lập và lý trí.

*Nhóm 3:* Thông điệp trung lập – “*Vàng là một tài sản có nhiều biến động. Hãy cân nhắc trước khi đầu tư*” – đóng vai trò nhóm đối chứng, cung cấp cơ sở so sánh không bị tác động bởi yếu tố tâm lý cụ thể.

Phân nhóm ngẫu nhiên đảm bảo tính đồng nhất giữa các nhóm, cho phép phân tích chính xác cách các thông điệp tâm lý khác nhau ảnh hưởng đến hành vi đầu tư vàng tại Việt Nam trong bối cảnh FOMO.

### 3.1.2. Dữ liệu thứ cấp

Nghiên cứu cũng sử dụng dữ liệu thứ cấp về giá vàng hàng ngày từ Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các báo cáo thị trường vàng từ các tổ chức uy tín như Hội đồng Vàng Thế giới (World Gold Council) để cung cấp bối cảnh phân tích.

### 3.2. Xử lý và phân tích dữ liệu

Dữ liệu được phân tích bằng phần mềm SPSS 27.0 và SmartPLS 4.0. Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để đánh giá độ tin cậy nội tại (internal consistency) của các thang đo.

#### 3.2.1. Phương pháp phân tích

PLS-SEM: Phương pháp được sử dụng để kiểm định giả thuyết về mối quan hệ giữa các biến, đặc biệt là tác động của thông điệp tâm lý đến quyết định đầu tư. Thang đo Likert 5 mức độ đo lường mức độ đồng ý với 5 biến chính: FOMO, Quyết định đầu tư vàng, Hạnh phúc dự đoán chủ quan, Hối tiếc dự đoán, và Tính bốc đồng, đã được kiểm định tính giá trị và độ tin cậy.

MGA (Multi-Group Analysis): Phân tích đa nhóm được thực hiện để kiểm tra sự khác biệt trong các mối quan hệ giữa các biến dựa trên các đặc điểm nhân khẩu học khác nhau của nhà đầu tư, bao gồm giới tính, trình độ học vấn và vùng miền, cho phép xác định liệu mức độ ảnh hưởng của FOMO tới quyết định đầu tư vàng khác nhau đến các nhóm nhà đầu tư khác nhau hay không (Picón-Berjoyo & cộng sự, 2016).

## 4. Kết quả nghiên cứu

### 4.1. Kiểm định mô hình đo lường PLS-SEM

Mô hình đo lường PLS-SEM được đánh giá dựa trên các tiêu chí về độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt.

Độ tin cậy của các thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (Composite reliability - CR, với ngưỡng chấp nhận  $\geq 0,708$  (Hair & cộng sự, 2016). Kết quả trong Bảng 1 cho thấy tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy tốt.

Giá trị hội tụ được đánh giá bằng chỉ số phương sai trung bình trích (Average variance extracted - AVE). Theo Hair & cộng sự (2016), giá trị AVE cần  $> 0,5$  để đảm bảo giá trị hội tụ. Kết quả trong Bảng 1 cho thấy tất cả các thang đo đều đạt giá trị hội tụ tốt.

Giá trị phân biệt được đánh giá bằng tiêu chí Fornell-Larcker (1981), yêu cầu căn bậc hai của AVE lớn hơn hệ số tương quan với các khái niệm khác. Kết quả trong Bảng 1 cho thấy tất cả các khái niệm đều đạt giá trị phân biệt tốt.

Mô hình cấu trúc PLS-SEM được đánh giá dựa trên tính đa cộng tuyến, hệ số xác định  $R^2$ , kích thước hiệu ứng  $f^2$  và ý nghĩa thống kê của các mối quan hệ cấu trúc (Hair & cộng sự, 2016). Tính đa cộng tuyến được kiểm tra thông qua các giá trị nhân tố phóng đại phương sai (VIF).

Dựa vào Bảng 1, tất cả các giá trị tính toán VIF đều nhỏ hơn 5, khẳng định rằng không có vấn đề đa cộng tuyến trong nghiên cứu này. Giá trị  $R^2$  điều chỉnh của bốn biến tiềm ẩn nội sinh bao gồm: Hối tiếc dự đoán (0,296), Hội chứng sợ bỏ lỡ (0,289), Hạnh phúc dự đoán chủ quan (0,195), và Quyết định đầu tư vàng (0,356). Do đó, các biến độc lập và biến trung gian giải thích được 35,6% sự biến thiên của biến phụ thuộc quyết định đầu tư. Những giá trị này được đánh giá là ở mức độ trung bình và chấp nhận được (Hair & cộng sự, 2016).



Bảng 1: Đánh giá độ tin cậy và giá trị hội tụ						
Biên		Hệ số tải nhân tố	Cronbach's alpha	AVE	Độ tin cậy tổng hợp	VIF
Hối tiếc dự đoán	AE1	0,838	0,785	0,698	0,874	1,435
	AE2	0,845				
	AE3	0,823				
FOMO	FM1	0,815	0,887	0,638	0,914	2,005
	FM2	0,826				
	FM3	0,781				
	FM4	0,780				
	FM5	0,812				
	FM6	0,778				
Quyết định đầu tư vàng	ID1	0,777	0,790	0,613	0,864	1,435
	ID2	0,800				
	ID3	0,788				
	ID4	0,768				
Tính bốc đồng	IP1	0,818	0,806	0,631	0,872	1,347
	IP2	0,815				
	IP3	0,761				
	IP4	0,782				
Hạnh phúc dự đoán chủ quan	SE1	0,733	0,793	0,616	0,865	1,259

Nguồn: Trích xuất từ SmartPLS.

Kết quả phân tích PLS-SEM cho thấy FOMO có tác động mạnh mẽ đến quyết định đầu tư vàng tại Việt Nam ( $\beta = 0,200, p < 0,05$ ), phù hợp với nghiên cứu của Kaur & cộng sự (2023) về thị trường tiền mã hóa, dẫn đến các quyết định tài chính thiên lệch.

FOMO cũng làm suy giảm cảm giác nuôi tiếc dự đoán ( $\beta = -0,545, p < 0,05$ ), tương đồng với cơ chế tự điều chỉnh mà Friederich & cộng sự (2024) mô tả, có thể gia tăng rủi ro do thiếu phân tích kỹ lưỡng trong quyết định đầu tư.

Tính bốc đồng cũng chi phối mối quan hệ giữa FOMO và quyết định đầu tư ( $\beta = -0,194, p < 0,05$ ), củng cố quan điểm của Passanisi & Pace (2017) về vai trò điều tiết của tính bốc đồng trong hành vi tài chính, khi những nhà đầu tư có mức độ bốc đồng thấp hơn thường dễ bị tác động mạnh bởi FOMO.

Đáng chú ý, FOMO còn tác động tích cực đến Hạnh phúc dự đoán chủ quan ( $\beta = 0,443, p < 0,05$ ) phản ánh hạnh phúc dự đoán chủ quan thường được khuếch đại bởi giá trị văn hóa của vàng (Good & Hyman, 2021). Nuối tiếc dự đoán ( $\beta = -0,151, p < 0,05$ ) có tác động tiêu cực đến quyết định đầu tư, phản ánh nhu cầu giáo dục tài chính để giảm thiểu rủi ro cảm xúc (Yakoboski, Hasler & Lusardi, 2019).

Nhìn chung, nghiên cứu này không chỉ cung cấp bằng chứng thực nghiệm về vai trò của FOMO trong quyết định đầu tư mà còn làm sáng tỏ mối liên hệ giữa các yếu tố tâm lý, văn hóa và hành vi tài chính, qua phát triển lý thuyết của Shefrin & Statman (1985) trong bối cảnh kinh tế mới nổi.

**Bảng 2: Kết quả kiểm định mô hình PLS-SEM**

	Mối quan hệ	f square	t-value	Hệ số ước lượng chuẩn hóa	p value	Kết quả
<b>H4</b>	AE -> ID	0,025	3,101	-0,151	0,002	Chấp nhận
<b>H1</b>	FM -> AE	0,423	15,891	-0,545	0,000	Chấp nhận
<b>H3</b>	FM -> ID	0,031	3,464	0,200	0,001	Chấp nhận
<b>H2</b>	FM -> SE	0,244	11,524	0,443	0,000	Chấp nhận
	IP -> ID	0,024	3,654	0,142	0,000	Chấp nhận
<b>H6</b>	SE -> ID	0,079	6,197	0,252	0,000	Chấp nhận
<b>H7</b>	IP x FM -> ID	0,066	5,884	-0,194	0,000	Chấp nhận

*Chú thích: Kết quả kiểm định giả thuyết thông qua kỹ thuật Bootstrapping, thực hiện bằng SmartPLS.*

#### 4.2. Phân tích cấu trúc đa nhóm MGA

Phân tích đa nhóm MGA là phương pháp trong mô hình cấu trúc tuyến tính giúp so sánh sự khác biệt tham số giữa các nhóm, từ đó xử lý không đồng nhất dữ liệu (Chin & Dibbern, 2010; Sarstedt & cộng sự, 2014). MGA đặc biệt hữu ích trong nghiên cứu quốc gia, nơi sự khác biệt văn hóa và bối cảnh ảnh hưởng lớn đến kết quả phân tích (Henseler & cộng sự, 2009).

##### *Thông điệp tâm lý*

Cụ thể, thông điệp tự quyết làm tăng đáng kể tác động của FOMO lên quyết định đầu tư vàng so với thông điệp cảnh báo rủi ro (chênh lệch hệ số +1,126,  $p < 0,05$ ) và thông điệp trung lập (chênh lệch hệ số -0,518,  $p < 0,05$ ). Ngược lại, thông điệp cảnh báo rủi ro làm giảm đáng kể tác động của FOMO khi so sánh với thông điệp trung lập (chênh lệch hệ số -1,645,  $p < 0,05$ ). Kết quả này tương đồng với lý thuyết so sánh xã hội của Festinger (1954), cho rằng khuyến khích tự tin và kiểm soát thông tin giúp tăng đầu

**Bảng 3: Kết quả phân tích cấu trúc đa nhóm (MGA)**

		Quan sát (n = 587)		FM -> ID	2-tailed p value
Chênh lệch [(1) - (2)]					
		Tần số (1)	Tần số (2)		
Thông điệp tâm lý	(Tự quyết - Cảnh báo)	180	186	1,126	0,000
	(Tự quyết - Trung lập)	180	221	-0,518	0,000
	(Cảnh báo - Trung lập)	186	221	-1,645	0,000
Giới tính	(Nữ - Nam)	349	238	0,529	0,000
Trình độ học vấn	(Đại học - THPT)	259	61	-0,330	0,056
	(Đại học - Trung cấp)	259	200	-0,139	0,202
	(Đại học - Sau đại học)	259	67	1,008	0,000
	(THPT - Trung cấp)	61	200	0,191	0,224
	(THPT - Sau đại học)	61	67	1,338	0,000
	(Trung cấp - Sau đại học)	200	67	1,147	0,000
Vùng miền	(Trung - Bắc)	167	193	-0,848	0,000
	(Trung - Nam)	167	227	-1,061	0,000

(Bắc - Nam)	193	227	-0,212	0,038
-------------	-----	-----	--------	-------

*Nguồn: Trích xuất từ SmartPLS.*

---

tư dựa trên dự đoán tích cực. Tuy nhiên, trong bối cảnh thông điệp cảnh báo rủi ro, cảm giác tự tin giảm, thúc đẩy hành vi phòng vệ và giảm sự hấp tấp trong đầu tư, phù hợp với lý thuyết Prospect Theory của Kahneman & Tversky (1979).

#### *Giới tính*

Kết quả cho thấy sự khác biệt đáng kể giữa hai nhóm, với mức chênh lệch hệ số dương 0,529, cho thấy phụ nữ chịu tác động từ FOMO mạnh hơn đáng kể so với nam giới trong các quyết định đầu tư vàng. Tương tự, theo nghiên cứu của Bucher-Koenen & cộng sự (2021), phụ nữ thường thiếu tự tin trong quyết định đầu tư, dẫn đến họ dễ bị tác động bởi cảm xúc và tâm lý, bao gồm FOMO. Lusardi & Mitchell (2014) cũng chỉ ra rằng giới nữ thường tránh các quyết định đầu tư rủi ro cao và ít tham gia vào các thị trường tài chính, nhưng lại dễ bị chi phối bởi các yếu tố xã hội hoặc cảm giác sợ bỏ lỡ. FOMO trở thành một yếu tố mạnh mẽ tác động đến quyết định đầu tư của phụ nữ, thúc đẩy họ tham gia vào thị trường vàng nhiều hơn nhưng cũng dễ dẫn đến các quyết định thiên lệch hoặc thiếu cân nhắc.

#### *Trình độ học vấn*

Tác giả đánh giá tác động của FOMO lên Quyết định đầu tư vàng giữa bốn cấp độ học vấn: THPT, Trung cấp, Đại học, và Sau đại học. Kết quả cho thấy ba cặp không có sự khác biệt đáng kể ( $p\text{-value} > 0,05$ ), nhưng các cặp Đại học so với Sau đại học (+1,008), THPT so với Sau đại học (+1,338), và Trung cấp so với Sau đại học (+1,147) có sự chênh lệch đáng kể ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Nhóm Sau đại học chịu tác động từ FOMO thấp nhất, đặc biệt so với nhóm THPT. Kết quả đồng tình với nghiên cứu của Bucher-Koenen & cộng sự (2021), nhà đầu tư có học vấn cao thường dựa trên dữ liệu thay vì cảm xúc. Đồng thời, Glasford & Calcagno (2012) cho thấy những người ít học vấn dễ bị ảnh hưởng bởi các xu hướng xã hội và lời khuyên bên ngoài. Yabosoki, Hasler & Lusardi (2019) bổ sung rằng giáo dục cao giúp kiểm soát tâm lý tốt hơn, giải thích vì sao nhóm học vấn thấp dễ bị FOMO chi phối hơn.

#### *Vùng miền*

Kết quả cho thấy miền Trung chịu tác động của FOMO thấp hơn đáng kể so với miền Bắc và miền Nam. Cụ thể, mức chênh lệch hệ số giữa miền Trung và miền Bắc là -0,848, trong khi so với miền Nam là -1,061. Ngoài ra, FOMO tại miền Nam cao hơn miền Bắc với chênh lệch hệ số -0,212, dù mức độ này nhỏ hơn.

Kết quả phù hợp với Ralston & cộng sự (1999), cho rằng người miền Nam thường cởi mở với các cơ hội đầu tư nhờ văn hóa thương mại và giao lưu quốc tế, làm tăng nhạy cảm với FOMO. Ngược lại, đặc điểm kinh tế nông nghiệp ở miền Trung (Nguyen & Le, 2020) cùng mức độ tiếp cận tài chính thấp hơn (World Bank, 2020) đã hạn chế tác động của FOMO tại khu vực này.

Kết quả cho thấy sự khác biệt rõ rệt về tác động của FOMO lên quyết định đầu tư vàng giữa các nhóm học vấn, vùng miền và giới tính. Nhóm Sau đại học và nhà đầu tư miền Trung ít chịu ảnh hưởng từ FOMO, trong khi nhóm THPT, phụ nữ và nhà đầu tư miền Nam dễ bị tác động, dẫn đến quyết định đầu tư cảm tính. Để khắc phục, cần xây dựng chương trình giáo dục tài chính phù hợp với từng nhóm, tập trung vào kỹ năng quản lý cảm xúc và đánh giá rủi ro, nhằm giảm tác động của FOMO và thúc đẩy thị trường vàng phát triển bền vững.

Như vậy, nghiên cứu này chỉ ra rằng FOMO có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định đầu tư vàng tại Việt Nam. Các yếu tố như hồi tiếc dự đoán, và hạnh phúc dự đoán chủ quan đều tác động mạnh mẽ đến hành vi đầu tư. FOMO làm giảm cảm giác hồi tiếc dự đoán bằng cách thúc đẩy hành động nhanh chóng, nhưng đồng thời làm tăng kỳ vọng không thực tế vào lợi ích đầu tư. Tính bốc đồng và thông điệp tâm lý có điều chỉnh tương đối mức độ ảnh hưởng của FOMO, khiến nhà đầu tư dễ đưa ra các quyết định thiếu cân nhắc.

Để giảm thiểu tác động tiêu cực của FOMO, nhà đầu tư nên đa dạng hóa danh mục đầu tư để giảm rủi ro và không phụ thuộc quá nhiều vào một loại tài sản duy nhất như vàng. Cá nhân nên tham gia vào các chương trình giáo dục tài chính, tập trung hiểu rõ các yếu tố tâm lý cùng với việc phát triển khả năng nhận diện và kiểm soát tính bốc đồng của bản thân. Việc sử dụng các công cụ hỗ trợ ra quyết định đầu tư có thể giúp nhà đầu tư thực hiện các đánh giá rủi ro và cơ hội một cách khách quan hơn.

---

### Tài liệu tham khảo:

- Abel, J.P., Buff, C.L. & Burr, S.A. (2016), 'Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment', *Journal of Business & Economics Research*, 14, 33-34.
- Alba, J.W. & Williams, E.F. (2013), 'Pleasure principles: A review of research on hedonic consumption', *Journal of Consumer Psychology*, 23(1), 2-18.
- Baur, D.G. & McDermott, T.K. (2010), 'Is gold a safe haven? International evidence', *Journal of Banking & Finance*, 34(8), 1886-1898.
- Bucher-Koenen, T., Alessie, R., Lusardi, A. & van Rooij, M. (2021), 'Fearless woman: Financial literacy and stock market participation', *ZEW Discussion Papers 21-015*, ZEW.
- Capie, F., Mills, T.C. & Wood, G. (2005), 'Gold as a hedge against the dollar', *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 15(4), 343-352.
- Carson, N. (2017), 'When you're not invited to the party: Fear of missing out and authenticity for youth online', *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 56, S90-S91.
- Çelik, I.K., Eru, O. & Cop, R. (2019), 'The effects of consumers' FoMo Tendencies on impulse buying and the effects of impulse buying on post-purchase regret: An investigation on retail stores', *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 10(3), 124-138.
- Cheng, S.K., Lo, M.T. & Lin, S.S.J. (2015), 'Impulsivity as a precedent factor for problematic Internet use: How can we be sure?', *International Journal of Psychology*, 52(5), 389-397.
- Chin, W.W. & Dibbern, J. (2010), 'An introduction to a permutation based procedure for multi-group PLS analysis results of tests of differences on simulated data and a cross cultural analysis of the sourcing of information system services between Germany and the USA', in *Handbook of Partial Least Squares*, 171-193, DOI: 10.1007/978-3-540-32827-8\_8
- Dennison, T. (2018), 'Behavioural investing that breaks the boxes', in *Invest Outside the Box: Understanding Different Asset Classes and Strategies*, Singapore: Palgrave Macmillan, 279-290.
- Duman, H. & Ozkara, B.Y. (2021), 'The impact of social identity on online game addiction: The mediating role of the fear of missing out(FoMO) and the moderating role of the need to belong', *Current Psychology*, 40, 4571-4580.
- Eichengreen, B. (1987), 'The gold-exchange standard and the great depression', in *Elusive Stability: Essays in International Finance, 1919-1939*, Cambridge: Cambridge University Press, 239-270.
- Fabozzi, F.J. & Fabozzi, F.A. (2021), *Bond Markets, Analysis, and Strategies*, tenth edition, MIT press.
- Fenton-O'Creevy, M., Dibb, S. & Furnham, A. (2018), 'Antecedents and consequences of chronic impulsive buying: Can impulsive buying be understood as dysfunctional self-regulation?', *Psychology and Marketing*, 35(3), 175-188.
- Festinger, L. (1954), 'A theory of social comparison processes', *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981), 'Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error', *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Friederich, F., Meyer, J.H., Matute, J. & Palau-Saumell, R. (2024), 'CRYPTO-MANIA: How fear-of-missing-out drives consumers'(risky) investment decisions', *Psychology & Marketing*, 41(1), 102-117.
- Glasford, D.E. & Calcagno, J. (2012), 'The conflict of harmony: Intergroup contact, commonality and political solidarity between minority groups', *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(1), 323-328.
- Good, M.C. & Hyman, M.R. (2020), 'Fear of missing out': Antecedents and influence on purchase likelihood', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(3), 330-341.
- Good, M.C. & Hyman, M.R. (2021), 'Direct and indirect effects of fear-of-missing-out appeals on purchase likelihood', *Journal of Consumer Behaviour*, 20(3), 564-576.
- Hair, J., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2016), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2<sup>nd</sup> edition, ResearchGate.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sinkovics, R.R. (2009), 'The use of partial least squares path modeling in international marketing', in *New Challenges to International Marketing (Advances in International Marketing)*, Sinkovics, R.R. & Ghauri, P.N. (Eds.), Emerald Group Publishing Limited, 277-319.

---

Hershfield, H. (2020), 'How availability bias and FOMO can impact financial decision-making', *Avantis Investors*,

- Kahneman, D.A.N.I.E.L. & Tversky, A. (1979), 'Prospect theory: An analysis of decision under risk', *Econometrica*, 47(2), 363-391.
- Kang, I., He, X. & Shin, M.M. (2020), 'Chinese consumers' herd consumption behaviour related to Korean luxury cosmetics: the mediating role of fear of missing out', *Frontiers in Psychology*, 11, 1-13.
- Kaur, M., Jain, J. & Sood, K. (2023), 'All are investing in Crypto, I fear of being missed out': examining the influence of herding, loss aversion, and overconfidence in the cryptocurrency market with the mediating effect of FOMO', *Quality & Quantity*, 58, 2237-2263.
- Lai, C., Altavilla, D., Ronconi, A. & Aceto, P. (2016), 'Fear of missing out (FOMO) is associated with activation of the right middle temporal gyrus during inclusion social cue', *Computers in Human Behavior*, 61, 516-521.
- Lê Thị Ngân Anh & Phạm Thị Tố Uyên (2024), 'Vàng – tài sản phòng ngừa rủi ro hay nơi trú ẩn an toàn: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam', *FTU Working Paper Series*, FTU.
- Lindert, P.H. (1969), *Key Currencies and Gold, 1900-1913*, Princeton, N.J.: International Finance Section, Princeton University.
- Long, L.H., De Ceuster, M.J., Annaert, J. & Amonhaemanon, D. (2013), 'Gold as a hedge against inflation: the Vietnamese case', *Procedia Economics and Finance*, 5, 502-511.
- Lusardi, A. & Mitchell, O.S. (2014), 'The economic importance of financial literacy: Theory and evidence', *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- McConnell, A.R., Niedermeier, K.E., Leibold, J.M., El-Alayli, A.G., Chin, P.P. & Kuiper, N.M. (2000), 'What if I find it cheaper someplace else?: Role of prefactual thinking and anticipated regret in consumer behavior', *Psychology & Marketing*, 17(4), 281-298.
- McCown, J.R. & Zimmerman, J.R. (2006), 'Is gold a zero-beta asset? Analysis of the investment potential of precious metals', *SSRN Electronic Journal*, <https://ssrn.com/abstract=920496>.
- Moeller, F.G., Barratt, E.S., Dougherty, D.M., Schmitz, J.M. & Swann, A.C. (2001), 'Psychiatric aspects of impulsivity', *American Journal of Psychiatry*, 158, 1783-1793.
- Monnet, E. & Puy, D. (2020), 'Do old habits die hard? Central banks and the bretton woods gold puzzle', *Journal of International Economics*, 127, 1-20.
- Moore, D.J. (2014), 'Is anticipation delicious? Visceral factors as mediators of the effect of olfactory cues on purchase intentions', *Journal of Business Research*, 67, 2045-2051.
- Morris, A. (2019), 'House prices plummet in Sydney: The financialisation of housing comes unstuck', *Housing Finance International*, 23(4), 19-24.
- Nguyen, Lan Hoang & Le, Thuy Bich Thi (2020), 'E-health literacy of medical students at a university in central Vietnam', *Indian Journal of Public Health Research & Development*, 11(2), 1299.
- Passanisi, A. & Pace, U. (2017), 'The unique and common contributions of impulsivity and decision-making strategies among young adult Italian regular gamblers', *Personality and Individual Differences*, 105, 24-29.
- Pichet, E. (2017), 'Bitcoin: speculative bubble or future value?', *SSRN Electronic Journal*, SSRN, <https://doi.org/10.2139/ssrn.3103706>.
- Picón-Berjoyo, A., Ruiz-Moreno, C. & Castro, I. (2016), 'A mediating and multigroup analysis of customer loyalty', *European Management Journal*, 34(6), 701-713.
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C.R. & Gladwell, V. (2013), 'Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out', *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Ralston, D.A., Van Thang & Nancy, K.N. (1999), 'A comparative study of the work values of North and South Vietnamese managers', *Journal of International Business Studies*, 30(4), 655-672.
- Riordan, B.C., Flett, J.A., Hunter, J.A., Scarf, D. & Conner, T.S. (2015), 'Fear of missing out (FoMO): The relationship between FoMO, alcohol use, and alcohol-related consequences in college students', *Annals of Neuroscience and Psychology*, 2(7), 1-7.
- Sarstedt, M., Ringle, C.M., Smith, D., Reams, R. & Hair, J.F. (2014), 'Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers', *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 105-115.



---

Shefrin, H. & Statman, M. (1985)', 'The disposition to sell winners too early and ride losers too long: Theory and

- 
- evidence', *The Journal of Finance*, 40(3), 777-790.
- Tedeschi, J.T. (1986), 'Private and public experiences and the self', in *Public self and private self*, New York, NY: Springer New York, 1-20.
- Wang, M.L., Wang, C.P. & Huang, T.Y. (2010), 'Relationships among oil price, gold price, exchange rate and international stock markets', *International Research Journal of Finance and Economics*, 47(47), 1450-2887.
- Wen, B. & Chang, E.C. (2022), 'Will winning always encourage risk-taking? The effects of winning-losing perception on consumers' risk preference', *Journal of Contemporary Marketing Science*, 5(2), 140-157.
- Wolniewicz, C.A., Tiamiyu, M.F., Weeks, J.W. & Elhai, J.D. (2018), 'Problematic smartphone use and relations with negative affect, fear of missing out, and fear of negative and positive evaluation', *Psychiatry research*, 262, 618-623.
- Wong, K.F.E. & Kwong, J.Y.Y. (2007), 'The role of anticipated regret in escalation of commitment', *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 545-554.
- World Bank (2020), *Trạng thái bình thường mới ở Việt Nam sẽ ra sao?*, Việt Nam.
- Yakoboski, P.J., Lusardi, A. & Hasler, A. (2019), *African American personal finance knowledge*, TIAA Institute.
- Zeelenberg, M. (1999), 'Anticipated regret, expected feedback and behavioral decision making', *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(2), 93-106.

**\*Tác giả liên hệ: Nguyễn Xuân Hưng. Email: hungnx@neu.edu.vn**