

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Nghiên cứu - Trao đổi

## Các nhân tố ảnh hưởng tới niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội

10:56 | 09/10/2024

**EFR** Thông qua dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát 356 đáp viên, nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng tới niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.

ThS. Hoàng Hải Hà

Giảng viên Khoa Hệ thống thông tin kinh tế & Thương mại điện tử, Trường Đại học Thương mại

Email: [Haiha@tmu.edu.vn](mailto:Haiha@tmu.edu.vn)

Phan Thị Thu Hà, Dương Thị Thảo Vy, Nguyễn Văn An, Dương Thị Mai, Nguyễn Hồng Phúc

Khoa Hệ thống thông tin kinh tế & Thương mại điện tử, Trường Đại học Thương mại

### Tóm tắt

Thông qua dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát 356 đáp viên, nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng tới niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội. Kết quả chỉ ra, Nhận thức về tính hữu ích, Danh tiếng, Nhận thức về tính bảo mật và Chất lượng dịch vụ là 4 nhân tố có ảnh hưởng tới Niềm tin; đồng thời, Niềm tin và Nhận thức về tính hữu ích là tiền đề của Ý định học đại học trực tuyến. Từ đó, một số khuyến nghị được đề xuất nhằm nâng cao niềm tin và ý định tham gia của người học đối với chương trình.

**Từ khóa:** đại học trực tuyến, niềm tin, thế hệ Z, TAM

### Summary

The study uses data collected through a survey of 356 respondents to identify factors affecting Trust in online university programs of Generation Z in Hanoi. The results show that Perception of Usefulness, Reputation, Perception of Security, and Service Quality are 4 factors that affect Trust and, at the same time, Trust and Perception of Usefulness are the premises of the Intention to study online university. From there, the study proposes recommendations to enhance learners' Trust and Intention to participate in the program.

**Keywords:** online university, trust, Generation Z, TAM

### GIỚI THIỆU

Cách mạng công nghiệp 4.0 đang tạo ra những thay đổi đáng kể cho thị trường lao động toàn cầu. Theo dự báo của McKinsey, 15% lực lượng lao động toàn cầu có thể mất việc vì AI và robot vào năm 2030, song số lượng việc làm mới sẽ tăng từ 21%-33%. Để thích ứng, giáo dục đại học, với vai trò cung cấp nguồn nhân lực trình độ cao cho xã hội, đã phát triển hình thức đào tạo trực tuyến nhằm mở rộng cơ hội học tập suốt đời, giúp người học liên tục nâng cao kiến thức và kỹ năng (Tri và cộng sự, 2021). Trên thế giới, nhiều quốc gia đã tích cực đẩy mạnh triển khai hệ thống học trực tuyến (Liu và Yu, 2023) và tại Việt Nam, các trường đại học cũng đang nghiên cứu và phát triển hình thức đào tạo này. Để hỗ trợ quá trình đó, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã ban hành Thông tư số 30/2023/TT-BGDĐT, ngày 29/12/2023 quy định về ứng dụng công nghệ thông tin trong đào tạo trực tuyến đối với giáo dục đại học nhằm đảm bảo và nâng cao chất lượng của đào tạo đại học trực tuyến. Tuy nhiên, so với các quốc gia khác, việc triển khai đại học trực tuyến tại Việt Nam mới chỉ đang ở giai đoạn bắt đầu và còn phải đối mặt với nhiều thách thức (Quy và cộng sự, 2023).

Nghiên cứu của Hashem (2011) chỉ ra rằng, sự hoài nghi về hình thức học tập trực tuyến là nguyên nhân chính khiến nó chưa được áp dụng thành công. Niềm tin đã được chứng minh là yếu tố quan trọng giúp giảm bớt sự hoài nghi (Kramer, 1999). Đặc biệt, trong môi trường trực tuyến, niềm tin càng đóng vai trò quan trọng hơn so với bối cảnh ngoại tuyến thông thường (Harris và Goode, 2004). Trong lĩnh vực giáo dục trực tuyến, niềm tin còn được xác định là yếu tố then chốt, ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định tham gia chương trình học (Almaiah và cộng sự, 2020). Mặc dù một số nghiên cứu đã xem xét về niềm tin trong giáo dục đại học trực tuyến (Payne và cộng sự, 2023; Rofiah và cộng sự, 2023; Hue và cộng sự, 2019; Pham và cộng sự, 2020), nhưng các tiền đề của niềm tin đều chưa được nghiên cứu kỹ lưỡng. Do đó, việc hiểu rõ các yếu tố này là rất cần thiết để đảm bảo sự thành công của việc triển khai đại học trực tuyến.

Từ bối cảnh trên, nghiên cứu được thực hiện nhằm khám phá các nhân tố ảnh hưởng tới niềm tin đối với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z – là thế hệ có độ tuổi theo học đại học tại Việt Nam, nhằm góp phần cung cấp cơ sở khoa

học cho sự phát triển giáo dục trực tuyến tại Việt Nam.

**CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

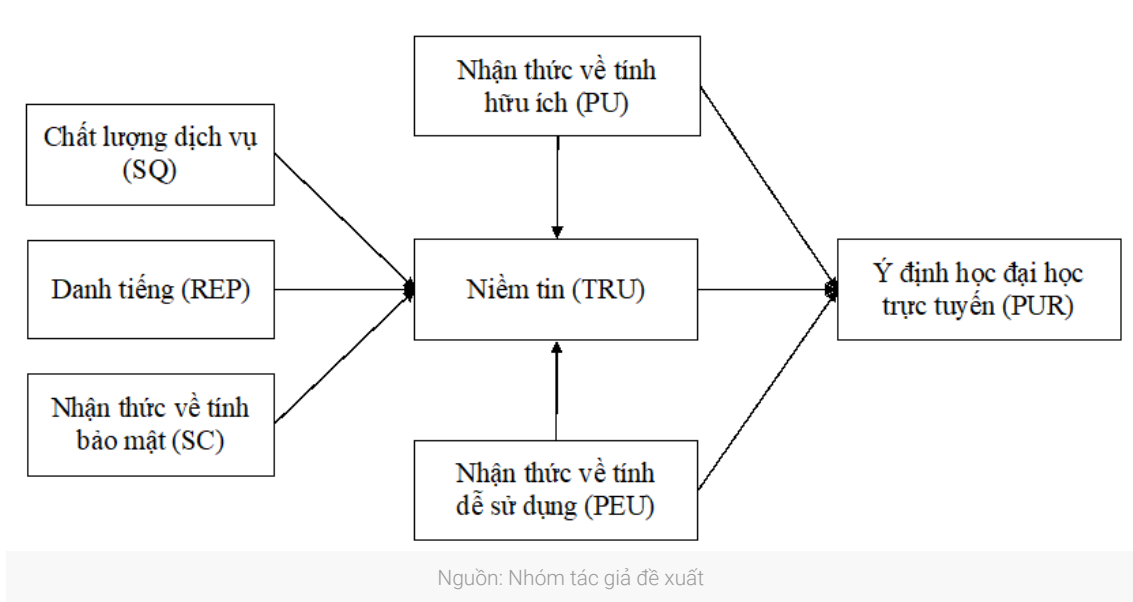
**Cơ sở lý thuyết**

Theo Thông tư số 30/2023/TT-BGDĐT, đào tạo trực tuyến được định nghĩa “là hoạt động đào tạo (gồm hoạt động dạy, hướng dẫn, học tập, đánh giá) được tổ chức trên môi trường số thông qua hệ thống đào tạo trực tuyến”. Nhìn chung, đây là phương pháp dạy và học sử dụng các thiết bị có thể kết nối mạng để truy cập tài liệu học và tham gia giao tiếp từ xa, không cần đến lớp học truyền thống. Ưu điểm lớn nhất của học trực tuyến là khả năng học tập suốt đời và khuyến khích sự công bằng trong giáo dục, không phân biệt tuổi tác, giới tính, chủng tộc và địa điểm, góp phần nâng cao chất lượng giáo dục trong một xã hội dựa trên tri thức (Rodrigues và cộng sự, 2019). Chương trình học đại học trực tuyến kết hợp giữa hình thức học tập trực tuyến và chương trình học đại học chính quy, được đào tạo hoàn toàn trực tuyến.

**Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu**

Mô hình chấp nhận công nghệ TAM, dựa trên Lý thuyết hành động hợp lý của Ajzen và Fishbein (1975), giúp giải thích và dự đoán về hành vi chấp nhận công nghệ. Các nghiên cứu trước đây cho thấy hai yếu tố trong mô hình TAM là “Nhận thức về tính hữu ích” và “Nhận thức về tính dễ sử dụng” đều có tác động đáng kể đến niềm tin trong môi trường trực tuyến (Odusanya và cộng sự, 2022; Sarkar và cộng sự, 2020; Kaushik và cộng sự, 2020). Đồng thời, niềm tin, cùng với mô hình TAM, đóng vai trò quyết định tới ý định tham gia của người dùng trong môi trường trực tuyến (Akour và cộng sự, 2022; Jadil và cộng sự, 2022). Hơn nữa, về bản chất, một hệ thống học tập trực tuyến là một nền tảng công nghệ thông tin. Do đó, nghiên cứu đã sử dụng TAM làm nền tảng cho mô hình nghiên cứu và mở rộng bằng cách bổ sung ba yếu tố: “Chất lượng dịch vụ” (Giao và cộng sự, 2020; Su và cộng sự, 2022), “Danh tiếng” (Jadil và cộng sự, 2022; Sarkar và cộng sự, 2020), “Nhận thức về tính bảo mật” (Leung và Ma, 2020). Từ đó, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1.

**Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất**



Các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

- H1: Nhận thức về tính dễ sử dụng ảnh hưởng tích cực đến niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H2: Nhận thức về tính dễ sử dụng ảnh hưởng tích cực đến Ý định học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H3: Nhận thức về tính hữu ích ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H4: Nhận thức về tính hữu ích ảnh hưởng tích cực đến Ý định học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H5: Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H6: Nhận thức về tính bảo mật ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H7: Danh tiếng ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin với chương trình học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.
- H8: Niềm tin ảnh hưởng tích cực đến Ý định học đại học trực tuyến của thế hệ Z tại Hà Nội.

**Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Phương pháp định tính được sử dụng để tổng hợp lý thuyết, xác định mô hình, các nhân tố và biến phù hợp. Thang đo cuối cùng sau khi hiệu chỉnh bao gồm 24 biến quan sát, được thiết kế theo thang đo Likert 5 điểm. Phương pháp định lượng được thực hiện để xử lý dữ liệu sơ cấp thông qua hai phần mềm SPSS 27 và AMOS 20. SPSS 27 thực hiện các phân tích gồm thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), kiểm định One-Way ANOVA. AMOS 20 đảm nhận phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

Bảng hỏi khảo sát có 24 biến quan sát, nên quy mô mẫu tối thiểu sẽ là  $24 \times 5 = 120$  quan sát. Đối tượng khảo sát là thế hệ Z (sinh năm 1997-2012) đang sống tại Hà Nội, được chọn ngẫu nhiên. Phiếu khảo sát được xây dựng trên công cụ Google Form và được gửi thông qua các kênh: thư điện tử (Gmail), các mạng xã hội trực tuyến (Facebook, Instagram), các ứng dụng liên lạc trực tuyến (Zalo, Telegram). Thời gian thực hiện nghiên cứu là từ tháng 11/2023 đến tháng 12/2023. Kết quả thu được 377 phiếu trả lời, trong đó có 356 phiếu trả lời hợp lệ.

**KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

**Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha**

**Bảng 1: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha**

Nhân tố	Biến quan sát	Thống kê các biến quan sát	
		Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến - tổng
Nhận thức về tính dễ sử dụng (PEU)	PEU1	0,829	0,648
	PEU2		0,667
	PEU3		0,749
Nhận thức về tính hữu ích (PU)	PU1	0,786	0,676
	PU2		0,620
	PU3		0,667
	PU4		0,431
Chất lượng dịch vụ (SQ)	SQ1	0,831	0,645
	SQ2		0,683
	SQ3		0,550
	SQ4		0,606
	SQ5		0,664
Danh tiếng (REP)	REP1	0,751	0,473
	REP2		0,625
	REP3		0,647
Nhận thức về tính bảo mật (SC)	SC1	0,829	0,653
	SC2		0,707
	SC3		0,704
Niềm tin (TRU)	TRU1	0,783	0,612
	TRU2		0,685
	TRU3		0,569
Ý định học đại học trực tuyến (PUR)	PUR1	0,841	0,671
	PUR2		0,675
	PUR3		0,773

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 1 cho thấy, tất cả các biến quan sát đều đạt độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và tương quan biến - tổng > 0,3, phù hợp cho phân tích EFA trong bước tiếp theo.

**Kết quả phân tích EFA**

Phân tích EFA cho hệ số KMO = 0,766 ( $0,5 \leq KMO \leq 1$ ), Sig. của kiểm định Bartlett = 0,000 < 0,05, như vậy phân tích EFA là phù hợp. Hệ số Eigenvalues = 1,104 (> 1) với 7 nhân tố được trích. Tổng phương sai mà 7 nhân tố này trích được là 69,638% (> 50%), cho thấy 7 nhân tố được trích giải thích được 69,638% biến thiên dữ liệu của 24 biến quan sát tham gia vào EFA. Các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố > 0,5, đạt ý nghĩa thống kê tốt. Như vậy, sau khi phân tích EFA, không có biến nào bị loại, có 7 nhóm yếu tố được rút ra (Bảng 2).

**Bảng 2: Kết quả phân tích EFA**

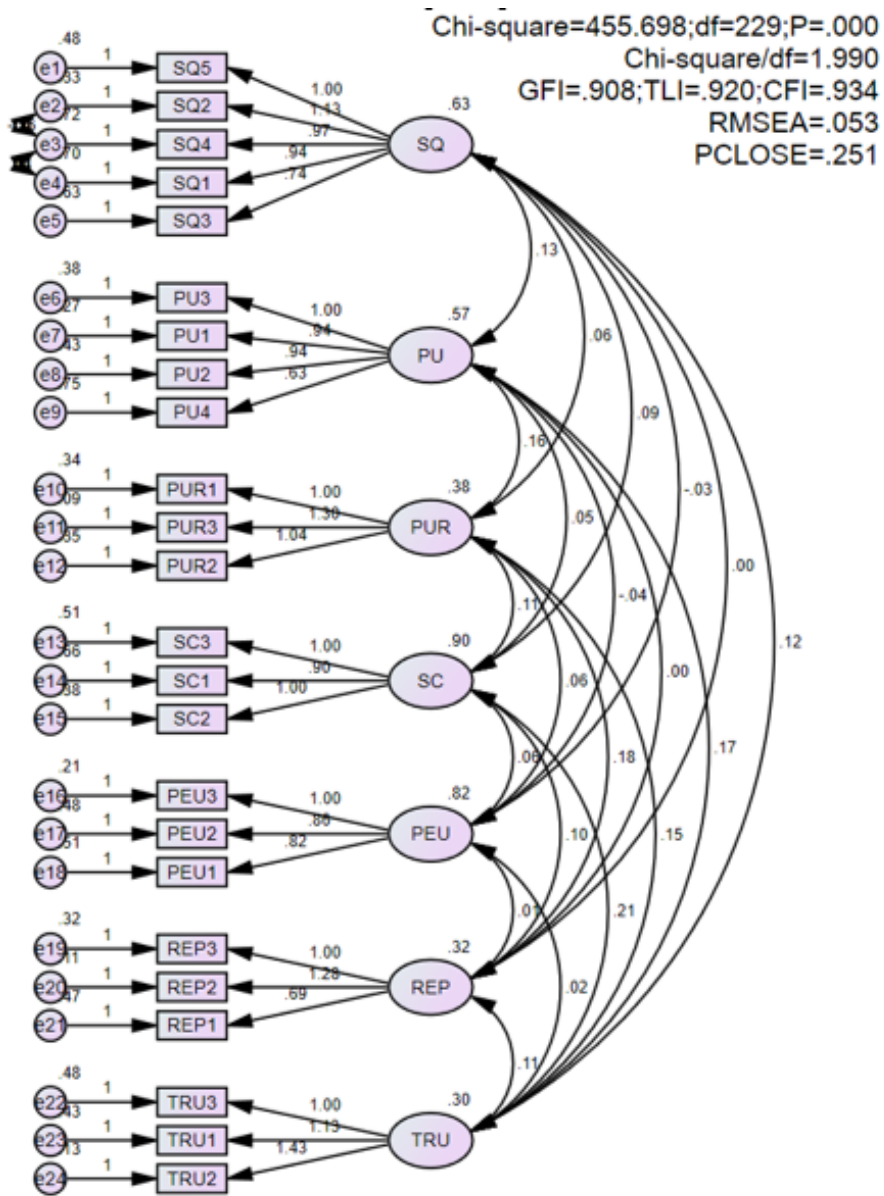
Biến quan sát	Nhóm nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
SQ5	0,824						
SQ2	0,809						
SQ4	0,775						
SQ1	0,749						
SQ3	0,709						
PU3		0,837					
PU1		0,803					
PU2		0,772					
PU4		0,656					
PUR1			0,872				
PUR3			0,861				
PUR2			0,848				
SC3				0,880			
SC1				0,852			
SC2				0,851			
PEU3					0,897		
PEU2					0,860		
PEU1					0,828		
REP3						0,911	
REP2						0,758	
REP1						0,748	
TRU3							0,894
TRU1							0,797
TRU2							0,760
<b>KMO = 0,766</b>							
<b>Giá trị Eigenvalues = 1,104</b>							
<b>Tổng phương sai trích = 69,638%</b>							

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

**Kết quả phân tích CFA**

Mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu vì các chỉ số đều đảm bảo yêu cầu. Cụ thể: Chi-square/df = 1,990 ( $\leq 3$ ); TLI = 0,920 ( $\geq 0,9$ ); CFI = 0,934 ( $\geq 0,9$ ); RMSEA = 0,053 ( $\leq 0,6$ ); GFI = 0,908 ( $\geq 0,9$ ); PCLOSE = 0,251 ( $\geq 0,05$ ) (Hình 2).

**Hình 2: Kết quả phân tích CFA**



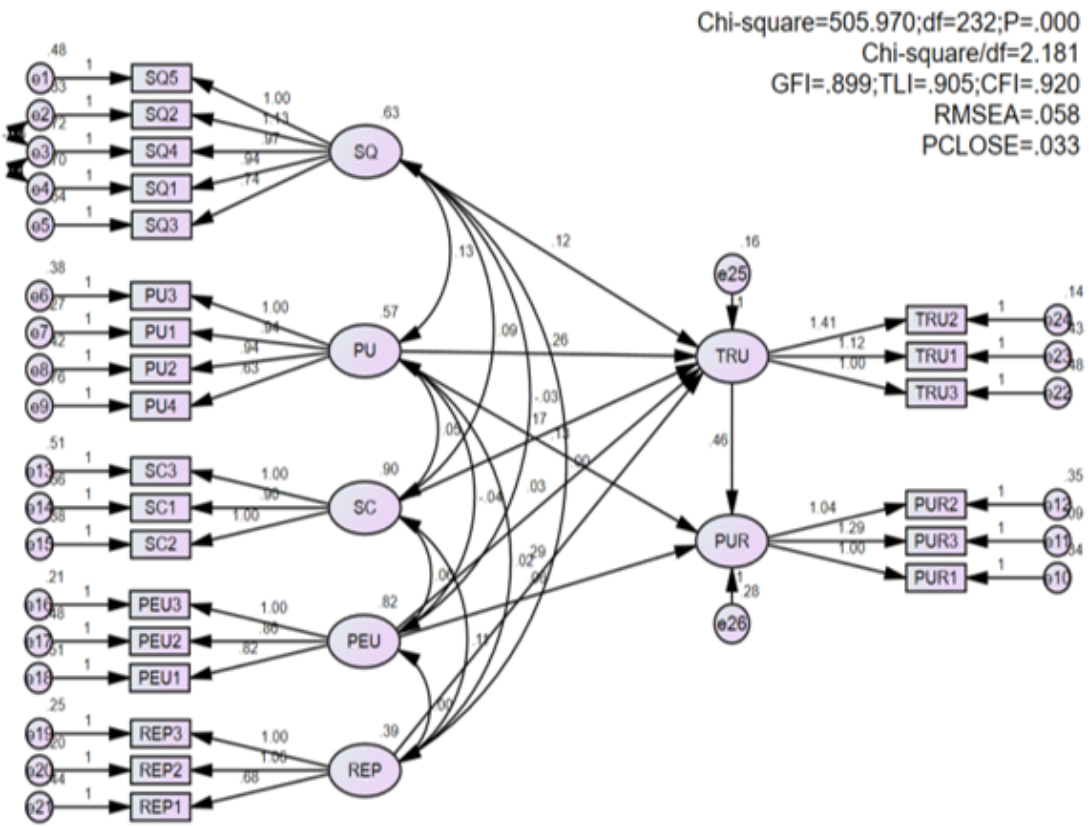
Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

Như vậy, mô hình tiếp tục được đưa vào kiểm định tính phân biệt và tính hội. Kết quả kiểm định cho thấy, phương sai trung bình được trích (AVE) đều > 0,5. Phương sai chia sẻ lớn nhất (MSV) đều < AVE, căn bậc 2 của AVE đều lớn hơn tương quan giữa các khái niệm. Như vậy, các thang đo trong mô hình đảm bảo độ tin cậy tổng hợp, tính phân biệt và tính hội tụ.

**Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)**

Phân tích SEM ở Hình 3 cho thấy, mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu bởi giá trị P = 0,000; CMIN/df = 2,180 (≤ 3); TLI = 0,905 (≥ 0,9); CFI = 0,920 (≥ 0,9); RMSEA = 0,058 (≤ 0,6); PCLOSE = 0,033 (≥ 0,01); GFI = 0,899 (0,8 < GFI < 0,9).

**Hình 3: Kết quả mô hình SEM**



Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

Giả thuyết H1 và H2 bị bác bỏ ( $p > 0,05$ ), các giả thuyết còn lại bao gồm H3, H4, H5, H6, H7, H8 được chấp nhận ( $p < 0,05$ ) (Bảng 3). Trong 4 biến tác động lên “Niềm tin”, “Nhận thức về tính hữu ích” có mức độ ảnh hưởng lớn nhất ( $b = 0,356$ ), tiếp theo là “Danh tiếng” ( $b = 0,329$ ), “Nhận thức về tính bảo mật” ( $b = 0,289$ ) và “Chất lượng dịch vụ” ( $b = 0,180$ ). “Niềm tin” có ảnh hưởng lớn nhất đến “Ý định học đại học trực tuyến” ( $b = 0,409$ ), tiếp theo là “Nhận thức về tính hữu ích” ( $b = 0,165$ ). Giá trị của “Niềm tin” là  $0,451 = 45,1\%$ , như vậy các biến độc lập tác động lên 45,1% sự biến thiên của “Niềm tin”. Tương tự,  $R^2$  của “Ý định học đại học trực tuyến” là  $0,262 = 26,2\%$ , như vậy các biến độc lập tác động lên 26,2% sự biến thiên của “Ý định học đại học trực tuyến”.

**Bảng 3: Kết quả mô hình SEM**

Giả thuyết	Mối quan hệ	Estimate	S.E	C.R	P	Standardized	Kết luận
H5	TRU ← SQ	0,124	0,038	3,295	***	0,180	Chấp nhận
H3	TRU ← PU	0,257	0,045	5,740	***	0,356	Chấp nhận
H6	TRU ← SC	0,167	0,034	4,904	***	0,289	Chấp nhận
H1	TRU ← PEU	0,033	0,031	1,052	0,293	0,054	Bác bỏ
H7	TRU ← REP	0,288	0,054	5,332	***	0,329	Chấp nhận
H8	PUR ← TRU	0,463	0,081	5,700	***	0,409	Chấp nhận
H4	PUR ← PU	0,134	0,052	2,569	0,010	0,165	Chấp nhận
H2	PUR ← PEU	0,062	0,037	1,683	0,092	0,092	Bác bỏ

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

**Kiểm định sự khác biệt trung bình**

Kết quả kiểm định cho thấy không có khác biệt về niềm tin giữa các nhóm đáp viên, nhưng có khác biệt về ý định học đại học trực tuyến giữa các đáp viên có nghề nghiệp khác nhau (Sig. kiểm định  $F = 0,031 < 0,05$ ). Cụ thể, thế hệ Z hiện đang là nhân viên văn phòng (Mean = 4,0877) có ý định học đại học trực tuyến cao hơn học sinh, sinh viên (Mean = 3,7577) và nghề nghiệp khác (Mean = 3,5556).

**KẾT LUẬN VÀ GIẢI PHÁP**

**Kết luận**

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, “Nhận thức về tính dễ sử dụng” không có ảnh hưởng đến “Niềm tin” và “Ý định học đại học

trực tuyến” của thể hệ Z tại Hà Nội. Trong 4 biến tác động tới “Niềm tin”, “Nhận thức về tính hữu ích” có tác động lớn nhất, tiếp theo là “Danh tiếng”, “Nhận thức về tính bảo mật” và “Chất lượng dịch vụ”. Đối với “Ý định học đại học trực tuyến”, “Niềm tin” có tác động mạnh hơn “Nhận thức về tính hữu ích”. Ngoài ra, nghiên cứu còn chỉ ra rằng, thể hệ Z là nhân viên văn phòng có ý định học đại học trực tuyến cao hơn học sinh, sinh viên và nghề nghiệp khác.

### Giải pháp

Dựa trên kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao niềm tin và ý định học đại học trực tuyến:

**Nhận thức về tính hữu ích:** Cung cấp đầy đủ thông tin về chương trình đào tạo; xây dựng chương trình học chất lượng cao, phù hợp với xu hướng, đảm bảo tính thiết thực và đa dạng ngành học (Vuong và Nguyen, 2024).

**Chất lượng dịch vụ:** Đầu tư vào hệ thống học tập, chất lượng giảng dạy, đảm bảo hỗ trợ sinh viên kịp thời và cam kết chất lượng đầu ra.

**Nhận thức về tính bảo mật:** Tăng cường biện pháp bảo mật, bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu của người học, đồng thời hướng dẫn rõ ràng về các quy trình bảo mật.

**Danh tiếng:** Xây dựng hình ảnh tốt qua việc nâng cao chất lượng giảng dạy và môi trường học trực tuyến, tạo cơ hội kết nối giữa sinh viên, giảng viên và doanh nghiệp.

**Nhóm đối tượng là nhân viên văn phòng:** Đa dạng hóa chương trình, kết hợp lý thuyết và thực hành để người học có cơ hội áp dụng kiến thức vào thực tiễn, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp./.

### Tài liệu tham khảo

1. Ajzen, I., Fishbein, M. (1975), A Bayesian analysis of attribution processes, *Psychological bulletin*, 82(2).
2. Akour, I. A., Al-Marouf, R. S., Alfaisal, R., Salloum, S. A. (2022), A conceptual framework for determining metaverse adoption in higher institutions of gulf area: An empirical study using hybrid SEM-ANN approach, *Computers and education: artificial intelligence*, 3.
3. Almaiah, M. A., Al-Khasawneh, A., Althunibat, A. (2020), Exploring the critical challenges and factors influencing the E-learning system usage during COVID-19 pandemic, *Education and Information Technologies*, 25, 5261-5280.
4. Giao, H., Vuong, B., Quan, T. (2020), The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust and e-satisfaction: An evidence from online shopping in Vietnam, *Uncertain supply chain management*, 8(2), 351-370.
5. Harris, L. C., Goode, M. M. (2004), The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: a study of online service dynamics, *Journal of retailing*, 80(2), 139-158.
6. Hashem, M. E. (2011), The role of new information technology in education and development: A case study of building trust in distance education, *International Journal of Arts & Sciences*, 4(11), 387.
7. Hue, H. T., Thuy, N. T., Thom, N. T., Giang, T. T. H. (2019), The relationships among overall e-learning service quality, e-learning student trust, and e-learning student loyalty: Evidence in Vietnam, *Socio-economic and environmental issues in development*, 751.
8. Jadir, Y., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K. (2022), Understanding the drivers of online trust and intention to buy on a website: An emerging market perspective, *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 100065.
9. Kaushik, A. K., Mohan, G., Kumar, V. (2020), Examining the antecedents and consequences of customers' trust toward mobile retail apps in India, *Journal of Internet Commerce*, 19(1), 1-31.
10. Kramer, R. M. (1999), Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions, *Annual review of psychology*, 50(1), 569-598.
11. Leung, D., Ma, J. (2020), Antecedents and consequences of consumers' trust in hybrid travel websites, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(6), 756-772.
12. Liu, M., Yu, D. (2023). Towards intelligent E-learning systems. *Education and Information Technologies*, 28(7), 7845-7876.
13. Odusanya, K., Aluko, O., Lal, B. (2022), Building consumers' trust in electronic retail platforms in the sub-Saharan context: an exploratory study on drivers and impact on continuance intention, *Information Systems Frontiers*, 23, 1-15.
14. Payne, A. L., Stone, C., Bennett, R. (2023). Conceptualising and building trust to enhance the engagement and achievement of under-served students, *The Journal of Continuing Higher Education*, 71(2), 134-151.
15. Pham, C., Vu, N., Tran, G. (2020), The role of e-learning service quality and e-trust on e-loyalty, *Management Science Letters*, 10(12), 2741-2750.
16. Quy, V. K., Thanh, B. T., Chehri, A., Linh, D. M., Tuan, D. A. (2023), AI and digital transformation in higher education: Vision

and approach of a specific university in Vietnam, *Sustainability*, 15(14), 11093.

17. Rofiah, C., Amelia, A., Ronald, R. (2023). The importance of E-trust and E-satisfaction in asynchronous online learning, *Review of Integrative Business and Economics Research*, 12(1), 195-204.

18. Sarkar, S., Chauhan, S., Khare, A. (2020) A meta-analysis of antecedents and consequences of trust in mobile commerce, *International Journal of Information Management*, 50, 286-301.

19. Su, D. N., Nguyen, N. A. N., Nguyen, L. N. T., Luu, T. T., Nguyen-Phuoc, D. Q. (2022), Modeling consumers' trust in mobile food delivery apps: perspectives of technology acceptance model, mobile service quality and personalization-privacy theory, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 535-569.

20. Tri, N. M., Hoang, P. D., Dung, N. T. (2021), Impact of the industrial revolution 4.0 on higher education in Vietnam: challenges and opportunities, *Linguistics and Culture Review*, 5(S3), 1-15.

21. Vuong, Q. H., Nguyen, M. H. (2024). Further on informational quanta, interactions, and entropy under the granular view of value formation. <https://books.google.com/books/about?id=vy4ZEQAQBAJ>

**Ngày nhận bài: 20/9/2024; Ngày phản biện: 27/9/2024; Ngày duyệt đăng: 09/10/2024**

URL: <https://kinhtevadubao.vn/cac-nhan-to-anh-huong-toi-niem-tin-voi-chuong-trinh-hoc-dai-hoc-truc-tuyen-cua-the-he-z-tai-ha-noi-29995.html>

© Kinh tế và Dự báo - Bộ Kế hoạch và Đầu tư