

TÁC ĐỘNG CỦA MARKETING SỐ ĐẾN SỨC KHỎE TÂM LÝ CỦA KHÁCH HÀNG GEN Z: BẰNG CHỨNG THỰC NGHIỆM TỪ VIỆT NAM

Impact of digital marketing on the mental health of Gen Z customers: empirical evidence from Vietnam

NGUYỄN THỊ NHUNG

*N*ghiên cứu này phân tích tác động của marketing số đến sức khỏe tâm lý của khách hàng Gen Z tại Việt Nam. Dữ liệu định lượng được thu thập từ 432 người trả lời đang sinh sống tại các đô thị lớn và được phân tích bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả cho thấy, marketing số có tác động tiêu cực trực tiếp đến sức khỏe tâm lý. Đồng thời, marketing số có mối liên hệ tích cực với sự mệt mỏi do tiếp xúc marketing số, trong khi sự mệt mỏi do tiếp xúc marketing số và quá tải thông tin đều ảnh hưởng tiêu cực đến sức khỏe tâm lý của khách hàng Gen Z. Những phát hiện này gợi ý rằng việc tiếp xúc với các hoạt động marketing số ở cường độ cao có thể làm gia tăng áp lực tâm lý đối với người tiêu dùng trẻ. Nghiên cứu đóng góp bằng chứng thực nghiệm từ Việt Nam, qua đó mở rộng nghiên cứu marketing số theo hướng xem xét phúc lợi tâm lý của người tiêu dùng và nhấn mạnh sự cần thiết của các chiến lược marketing số có trách nhiệm đối với doanh nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: mệt mỏi do tiếp xúc marketing số, quá tải thông tin, marketing có trách nhiệm, mô hình phương trình cấu trúc.

This study examines the impact of digital marketing on the mental health of Generation Z customers in Vietnam. Quantitative data were collected from 432 respondents residing in major urban areas and analyzed using structural equation modeling (SEM). The results indicate that digital marketing has a significant negative direct effect on mental health. In addition, digital marketing is positively associated with digital fatigue, and both digital fatigue and information overload negatively affect the mental health of Generation Z customers. These findings suggest that intensive exposure to digital marketing activities may increase psychological pressure among young consumers. This study provides empirical evidence from Vietnam, thereby extending digital marketing research toward a consumer well-being perspective and highlighting the need for more responsible digital marketing strategies among Vietnamese firms.

Keywords: digital fatigue, information overload, responsible marketing, structural equation modeling.

1. Giới thiệu

Trong kỷ nguyên số hóa, marketing số không chỉ đơn thuần là sự chuyển dịch công cụ sang môi trường trực tuyến mà đã trở

thành một hệ sinh thái tương tác phức hợp. Tại đây, doanh nghiệp và người tiêu dùng

Nguyễn Thị Nhung, TS., Học viện Tài chính.