

ẢNH HƯỞNG CỦA NGHIỆN ĐIỆN THOẠI THÔNG MINH ĐẾN HẠNH PHÚC CỦA GEN Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● PHẠM NGUYỄN HÀ LINH^{1*} - BÙI THỊ PHƯƠNG LINH^{1**}

¹Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

*Email: 2036240197@huit.edu.vn

**Email: linhbtp.@huit.edu.vn

TÓM TẮT:

Nghiên cứu nhằm xem xét tác động của nghiện điện thoại thông minh đến hạnh phúc của Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh. Đồng thời, nghiên cứu cũng làm rõ vai trò trung gian của cam kết bằng cách đóng góp nội dung và sự cam kết bằng cách tiêu thụ nội dung trong mối quan hệ này. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ 298 bảng khảo sát được thu thập từ Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh và được phân tích bằng công cụ PLS-SEM. Các phát hiện nghiên cứu cho thấy, nghiện điện thoại thông minh có tác động trực tiếp và tích cực đến sự cam kết bằng cách đóng góp nội dung và sự cam kết bằng cách tiêu thụ nội dung. Phát hiện này cung cấp cơ sở để các công ty xây dựng chính sách marketing phù hợp giúp Gen Z định hướng hành vi sử dụng công nghệ theo hướng lành mạnh, góp phần nâng cao sự hạnh phúc cho thế hệ này.

Từ khóa: nghiện điện thoại thông minh, sự cam kết, hạnh phúc, gen Z.

1. Đặt vấn đề

Trước xu thế chuyển đổi số và sự bùng nổ của khoa học kỹ thuật hiện đại, điện thoại thông minh đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hằng ngày, đặc biệt đối với thế hệ Gen Z - những người sinh ra trong kỷ nguyên số, hiện là một trong những nhóm người tiêu dùng truyền thông lớn nhất.

Theo BrandsVietnam (2025), quỹ thời gian người dùng Việt Nam phân bổ cho các hoạt động trực tuyến đạt trung bình 6 giờ 5 phút mỗi ngày, với hơn 2 giờ cho mạng xã hội (Facebook, Zalo và TikTok hiện là ba nền tảng dẫn đầu). Thiết bị di động chiếm 71%

thời lượng sử dụng Internet và 83% lưu lượng truy cập website, phản ánh vị thế trọng yếu của điện thoại thông minh trong hành vi tiếp cận và tiêu thụ nội dung số. Ngoài ra, theo khảo sát của VietnamPlus (2024) cho thấy, trong 764 người trẻ, có 83,9% Gen Z truy cập nội dung tin tức qua điện thoại thông minh, khoảng 12% dùng máy tính, điều này chứng tỏ điện thoại là thiết bị kết nối chủ yếu trong đời sống trực tuyến của Gen Z. Và theo báo cáo về “Nhu cầu giải trí số tại Việt Nam giai đoạn 2024-2025” của trang Vietnam.vn, thế hệ Z phân bổ trung bình 5-7 giờ mỗi ngày cho các hoạt động giải trí kỹ thuật số, trở thành

thế hệ tiêu thụ giải trí kỹ thuật số nhiều nhất tại Việt Nam. Ngoài ra, hạnh phúc được xem là một thước đo đóng vai trò quan trọng trong việc phản ánh chất lượng cuộc sống của giới trẻ. Gen Z vừa là lực lượng lao động then chốt, vừa là nhóm tiêu dùng có tác động đáng kể đến xu hướng xã hội trong tương lai.

Các nghiên cứu trước đây đã ghi nhận, người nghiện điện thoại thông minh thường có chất lượng giấc ngủ và sức khỏe tinh thần kém hơn, đồng thời năng lực tập trung suy giảm có thể làm gián đoạn việc hoàn thành nhiệm vụ và ảnh hưởng đến hạnh phúc của người dùng (Susmitha và cộng sự, 2024; Jun, 2016; Suh & Diener, 2000). Tuy nhiên, việc sử dụng các nền tảng như X (Twitter) đôi khi cũng có thể giúp giới trẻ tạm thời thoát khỏi áp lực và cải thiện hạnh phúc ngắn hạn, dù sử dụng quá mức lại làm gia tăng nguy cơ tác động tiêu cực đến sức khỏe tinh thần (Marwick & Boyd, 2014; Hollebeek, Hammedi và cộng sự, 2023; Lazarus & Folkman, 1984). Do đó, việc nghiên cứu hành vi dùng điện thoại thông minh cùng tác động của chúng đến sức khỏe tinh thần thế hệ này trở nên cấp thiết trong thời đại số.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn (U&G)

Lý thuyết sử dụng và thỏa mãn (Uses and Gratifications Theory - U&G) từ lâu đã chứng tỏ giá trị trong nghiên cứu truyền thông. Theo hướng tiếp cận này, mô hình nghiên cứu nhấn mạnh vai trò trung

cầu chính là nguồn gốc thúc đẩy các hành vi đó (Katz và cộng sự, 1973). Từ góc độ này, lý thuyết U&G đưa ra một cách tiếp cận mang tính toàn diện để lý giải động cơ tiếp cận và sử dụng các phương tiện truyền thông của người dùng, đồng thời làm rõ yếu tố trung tâm mà lý thuyết này hướng đến.

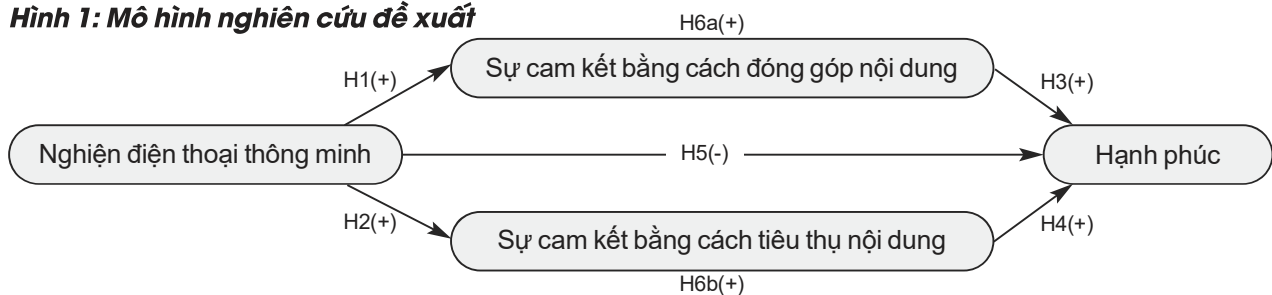
2.2. Giả thuyết nghiên cứu

Trên nền tảng lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu trước, nghiên cứu đề xuất 6 giả thuyết nghiên cứu: H1(+), nghiện điện thoại thông minh (DT) có tác động cùng chiều đến sự cam kết bằng cách đóng góp nội dung (DG); H2(+), nghiện điện thoại thông minh (DT) có tác động cùng chiều đến sự cam kết bằng cách tiêu thụ nội dung (TT); H3(+), sự cam kết bằng cách đóng góp nội dung (DG) tác động cùng chiều đến hạnh phúc (HP); H4 (+), sự cam kết bằng cách tiêu thụ nội dung (TT) có tác động cùng chiều đến hạnh phúc (HP); H5(-), nghiện điện thoại thông minh (DT) có tác động ngược chiều đến hạnh phúc (HP); H6a,b(+), sự cam kết bằng cách đóng góp nội dung (DG) và tiêu thụ (TT) là trung gian trong quan hệ giữa nghiện điện thoại thông minh (DT) với hạnh phúc (HP).

2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Mô hình nghiên cứu minh họa ở Hình 1 được cấu thành từ 4 khái niệm nghiên cứu sau: (1) Nghiện điện thoại thông minh; (2) Sự cam kết bằng cách đóng góp nội dung; (3) Sự cam kết bằng cách tiêu thụ nội dung; (4) Hạnh phúc.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



tâm của người sử dụng. Diễn giải theo cách khác, cá nhân được xem là người đóng vai trò chủ động trong việc lựa chọn và sử dụng các phương tiện truyền thông để đáp ứng những nhu cầu nhất định. Mức độ chủ động của người dùng có thể biểu hiện trên nhiều khía cạnh khác nhau.

Theo lý thuyết này, con người được xem là chủ thể thực hiện các hoạt động, trong đó hệ thống nhu

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp kết hợp, bao gồm định tính và định lượng. Ở giai đoạn định tính, các thang đo của những khái niệm trong mô hình được rà soát, điều chỉnh và hoàn thiện. Sau đó, giai đoạn định lượng được tiến hành nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu đã được xây dựng trong mô hình.

3.2. Thu thập dữ liệu

Dữ liệu được thu thập theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện thông qua phát tán phiếu khảo sát trực tuyến bằng Google Forms tới những cá nhân thuộc thế hệ Z đang sinh sống và làm việc tại Thành phố Hồ Chí Minh trong khoảng thời gian từ tháng 1 đến tháng 3/2026. Tổng số phiếu thu về là 312; sau khi loại bỏ những phiếu không đạt tiêu chuẩn, có 298 phiếu được giữ lại để phân tích, chiếm 95,51% tổng mẫu.

3.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

Việc xử lý dữ liệu nghiên cứu được thực hiện bằng phần mềm SmartPLS để đánh giá đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc. Đối với mô hình đo lường, các chỉ số đánh giá bao gồm hệ số Cronbach α , độ tin cậy tổng hợp (CR), phương sai trích trung bình (AVE) và mức độ phân biệt thực nghiệm được kiểm tra qua tiêu chuẩn Fornell-Larcker và chỉ số HTMT. Mô hình cấu trúc phục vụ cho việc kiểm định các giả thuyết nghiên cứu thông qua phân tích hệ số đường dẫn, giá trị t và mức ý nghĩa thống kê.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Mô hình đo lường

Kết quả đánh giá mô hình cho thấy, tất cả các biến quan sát đều đạt hệ số tải ngoài lớn hơn 0,60, độ tin cậy nội tại và giá trị hội tụ đều đạt yêu cầu. Cụ thể hệ số Cronbach α dao động từ 0,791 đến 0,846; độ tin cậy tổng hợp (CR) từ 0,866 đến 0,896 và AVE từ 0,563 đến 0,683 lớn hơn 0,5 nên thang đo có giá trị hội tụ phù hợp với các ngưỡng khuyến nghị (Hair và cộng sự, 2014). Chỉ số HTMT dao động từ 0,551 đến 0,791. Các giá trị VIF từ 1,214 đến 2.355 cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến đáng kể. (Bảng 1)

4.2. Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tại Bảng 2 cho thấy, DT có tác động trực tiếp đến DG ($\beta=0,447$; $t=5,970$; $p=0,000$) và TT ($\beta=0,652$; $t=13,814$; $p=0,000$). Như vậy, giả thuyết H1 và H2 đều được ủng hộ.

Bên cạnh đó, DG có tác động trực tiếp đến HP ($\beta=0,255$; $t=3,835$; $p=0,000$) và TT có tác động trực tiếp đến HP ($\beta=0,454$; $t=7,027$; $p=0,000$). Như vậy, giả thuyết H3 và H4 đều được ủng hộ. Tuy nhiên, tác động trực tiếp của DT đến HP khá nhỏ ($\beta=0,062$; $t=0,941$; $p=0,347$), do đó giả thuyết H5 bị bác bỏ. Ngoài ra, DT có tác động gián tiếp đến HP thông qua DG ($\beta=0,114$; $t=2,961$; $p=0,003$) và TT ($\beta=0,296$; $t=5,834$; $p=0,000$) có ý nghĩa thống kê. Giá trị R^2 của DG là 0,197, R^2 của HP là 0,444 và R^2 của TT là 0,424.

5. Kết luận và kiến nghị

5.1. Kết luận

Kết quả cho thấy, nghiên cứu viên thông minh (DT) không ảnh hưởng trực tiếp đến hạnh phúc (HP), mà tác động thông qua vai trò trung gian của sự cam kết, bao gồm cam kết dưới hình thức đóng góp nội dung (DG) và tiêu thụ nội dung (TT). Đồng thời, cả 2 hình thức cam kết này đều có mối liên hệ tích cực với hạnh phúc. Bên cạnh đó, mô hình nghiên cứu giải thích được 44,4% mức biến thiên của hạnh phúc (HP), phản ánh mức độ phù hợp tương đối tốt của mô hình.

5.2. Kiến nghị

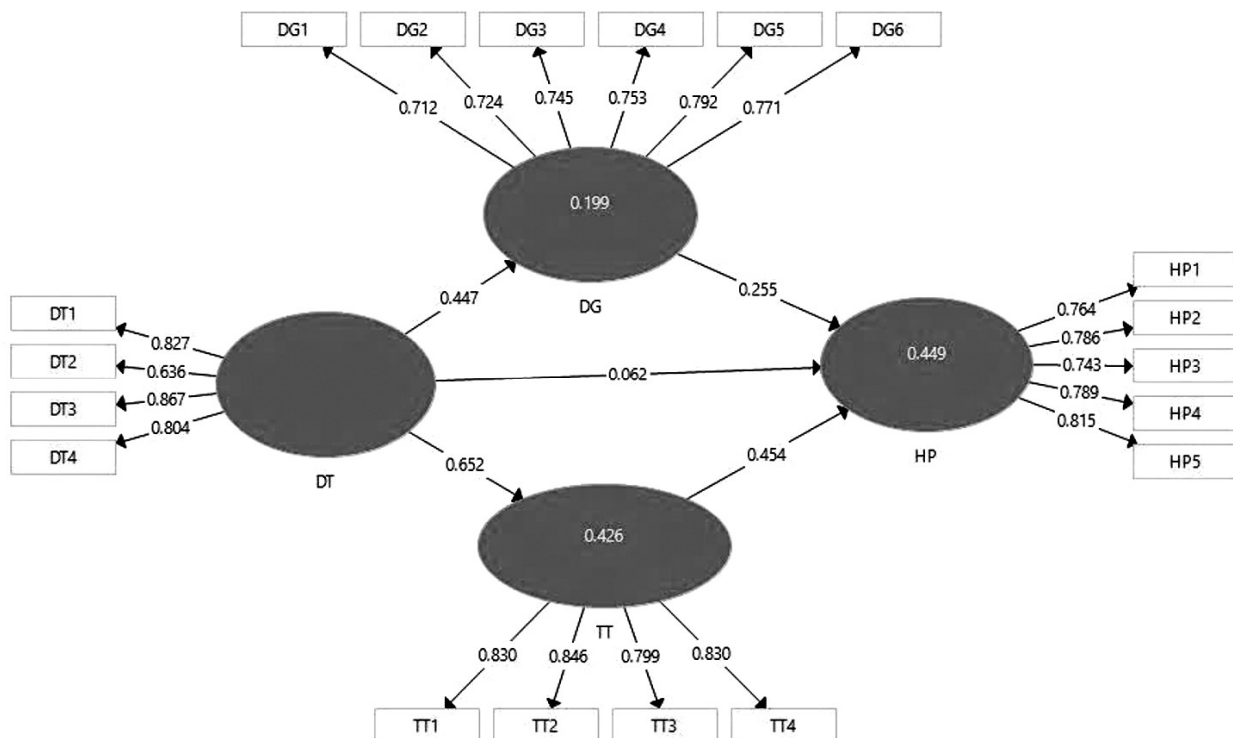
Thứ nhất, các nhà quản trị nền tảng số nên ưu tiên thiết kế hệ thống nội dung theo hướng khuyến khích người dùng tham gia chủ động. Cụ thể, việc xây dựng các tính năng phản hồi nhanh, bình luận, chia sẻ, tạo

Bảng 1. Kết quả đánh giá độ tin cậy nội tại và hội tụ của thang đo

	Cronbach α	rho_A	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích trung bình (AVE)
DG	0,845	0,851	0,885	0,563
DT	0,791	0,802	0,866	0,621
HP	0,839	0,842	0,886	0,608
TT	0,846	0,849	0,896	0,683

Ghi chú: Tất cả hệ số tải ngoài đều lớn hơn 0,60; HTMT dao động từ 0,551 đến 0,791; VIF từ 1,214 đến 2.355

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu

Hình 2: Mô hình cấu trúc

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

Bảng 2. Phân tích mô hình cấu trúc

Mối quan hệ tác động	Hồi quy chuẩn hóa (O)	Trung bình mẫu (M)	Độ lệch chuẩn (STDEV)	Giá trị T	Giá trị P	Kết luận
Tác động trực tiếp						
H1: DT→DG	0,447	0,448	0,075	5,970	0,000	Chấp nhận
H2: DT→TT	0,652	0,653	0,047	13,814	0,000	Chấp nhận
H3: DG→HP	0,255	0,257	0,066	3,835	0,000	Chấp nhận
H4: TT→HP	0,454	0,454	0,065	7,027	0,000	Chấp nhận
H5: DT→HP	0,062	0,059	0,066	0,941	0,347	Bác bỏ
Tác động gián tiếp						
H6a: DT→DG→HP	0,114	0,116	0,038	2,961	0,003	Chấp nhận
H6b: DT→TT→HP	0,296	0,297	0,051	5,830	0,000	Chấp nhận
R-square	R² DG = 0,197; R² HP = 0,444; R² TT = 0,424.					

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu

khảo sát hoặc gợi ý nội dung đồng sáng tạo có thể làm gia tăng mức độ đóng góp nội dung của người dùng. Khi người dùng có cơ hội thể hiện quan điểm và tạo ra giá trị trong môi trường số, cảm nhận tích cực và mức độ hài lòng của họ có thể được cải thiện.

Thứ hai, công ty cần chú trọng tối ưu hóa trải nghiệm tiêu thụ nội dung theo hướng tích cực và có giá trị. Nội dung được cung cấp nên đảm bảo tính hữu ích, giải trí lành mạnh, phù hợp với nhu cầu tâm lý và đặc điểm của từng nhóm người dùng. Cách

tiếp cận này giúp chuyển hóa hành vi tiêu thụ thụ động thành một hình thức tiếp nhận nội dung có ý nghĩa hơn, qua đó góp phần nâng cao hạnh phúc của người dùng.

Thứ ba, các doanh nghiệp truyền thông nên tăng cường định hướng sử dụng thiết bị số theo mục tiêu rõ ràng và có kiểm soát. Thay vì chỉ tập trung cảnh báo về nguy cơ phụ thuộc vào thiết bị, các chương trình can thiệp nên chú trọng hướng dẫn người dùng lựa chọn nội dung mang tính tích cực, hình thành thói quen tương tác lành mạnh và nâng cao mức độ gắn kết với các hoạt động số có giá trị.

Thứ tư, các đơn vị quản lý cộng đồng và thương hiệu có thể khai thác yếu tố cam kết như một đòn bẩy để tạo quan hệ bền vững với người dùng. Việc hình thành các cộng đồng trực tuyến có tính tương tác cao, khuyến khích chia sẻ kinh nghiệm, đóng góp ý kiến và tham gia các hoạt động tập thể sẽ góp phần gia tăng cảm giác thuộc về và mức độ gắn kết của người dùng. Khi cam kết được củng cố, tác động tích cực đến hạnh phúc của người dùng có khả năng được duy trì lâu dài.

Thứ năm, các cơ sở giáo dục và gia đình nên chú trọng giáo dục kỹ năng sử dụng điện thoại thông minh theo hướng phát triển năng lực tự điều chỉnh hành vi số. Việc trang bị cho người học lựa chọn nội dung phù hợp, nhận diện các hành vi sử dụng thụ động kéo dài và chủ động tham gia vào những hoạt động trực tuyến có ý nghĩa sẽ góp phần sử dụng hiệu quả thiết bị. Đây là cơ sở quan trọng để hỗ trợ sức khỏe tinh thần và cải thiện mức độ hạnh phúc trong kỷ nguyên số.

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu này còn hạn chế về phạm vi mẫu và bối cảnh khảo sát. Bên cạnh đó, mô hình chỉ giải thích được 44,4% mức biến thiên của hạnh phúc, cho thấy vẫn còn nhiều yếu tố khác chưa được xem xét.

Các nghiên cứu trong tương lai nên mở rộng phạm vi mẫu khảo sát sang nhiều nhóm đối tượng và bối cảnh khác nhau nhằm kiểm định tính khái quát của mô hình nghiên cứu. Bên cạnh đó, việc bổ sung các biến số như cảm giác cô đơn, hỗ trợ xã hội và khả năng tự kiểm soát cũng cần được xem xét để nâng cao giá trị giải thích của mô hình ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này do Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh bảo trợ và cấp kinh phí theo Hợp đồng số 201/HĐ-DCT ngày 01 tháng 7 năm 2025.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Brands Vietnam. (2025). Báo cáo Digital 2025. Truy cập tại <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/345807-we-are-social-cong-bo-bao-cao-digital-2025-ai-tang-toc-buc-tranh-truyen-thong-xa-hoi-thay-doi>
- Hoàng Hà. (2025). Lứa tuổi Gen Z dẫn đầu tiêu dùng giải trí số. Tạp chí Doanh nghiệp Việt Nam. Truy cập tại <https://doanhnghiepv.vn/kinh-te/kinh-doanh/lua-tuoi-gen-z-dan-dau-tieu-dung-giai-tri-so/20250605043935482>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Sage.
- Hollebeek, L. D., Hammedi, W., & Sprott, D. (2023). Consumer engagement, stress, and conservation of resources theory: A review, conceptual development, and future research agenda. *Psychology & Marketing*, 40(5), 926-937. <https://doi.org/10.1002/mar.21759>
- Jun, S. (2016). The reciprocal longitudinal relationships between mobile phone addiction and depressive symptoms among Korean adolescents. *Computers in Human Behavior*, 58, 179-186. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.061>
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181. <https://doi.org/10.2307/2094393>

Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). Stress, appraisal, and coping. Springer.

Li, L., Marwick, A., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*, 16(7), 1051-1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>

Suh, E. M., & Diener, E. (2000). Culture and subjective well-being. MIT Press.

Susmitha, T., Rao, S., & Doshi, D. (2024). Influence of smartphone addiction on sleep and mental wellbeing among dental students. *Clinical Epidemiology and Global Health*, 25, Article 101447. <https://doi.org/10.1016/j.cegh.2023.101447>

Ngày nhận bài: 5/5/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/5/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/6/2026

THE IMPACT OF SMARTPHONE ADDICTION ON THE HAPPINESS OF GENERATION Z IN HO CHI MINH CITY

● **PHAM NGUYEN HA LINH¹**

● **BUI THI PHUONG LINH¹**

¹Ho Chi Minh City University of Industry and Trade

*Email: 2036240197@huit.edu.vn; linhbtp.@huit.edu.vn

ABSTRACT:

This study examines the impact of smartphone addiction on the happiness of Generation Z (Gen Z) in Ho Chi Minh City. It also investigates the mediating role of engagement through content contribution and content consumption in this relationship. Data were collected from 298 survey responses from Gen Z individuals in Ho Chi Minh City and analyzed using PLS-SEM. The findings indicate that smartphone addiction has a direct and positive effect on both content contribution engagement and content consumption engagement. Engagement plays a mediating role in the relationship between smartphone addiction and happiness. These findings provide a basis for companies to design appropriate marketing strategies that guide Gen Z toward healthier technology usage behaviors, thereby enhancing their overall well-being.

Keywords: smartphone addiction, engagement, happiness, Generation Z.