

# PHÁT TRIỂN THANG ĐO ĐẠO ĐỨC CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ DƯỚI GÓC ĐỘ NHẬN THỨC CỦA KHÁCH HÀNG TẠI VIỆT NAM

## DEVELOPING A NEW SCALE FOR ETHIC OF RETAILERS IN E-COMMERCE IN VIETNAM UNDER CUSTOMERS' PERCEPTION

Thân Thanh Sơn<sup>1\*</sup>, Ngô Văn Quang<sup>1</sup>

### TÓM TẮT

Những năm gần đây, cùng với sự tăng trưởng kinh tế, thương mại điện tử tại Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ, tuy nhiên, chưa thực sự tương xứng với tiềm năng hiện có. Một trong những nguyên nhân cản trở sự phát triển đó là sự thiếu niềm tin của khách hàng bởi vẫn còn một số doanh nghiệp, doanh thương vụ lợi, gian dối. Điều này liên quan đến vấn đề đạo đức trong kinh doanh, đặc biệt trong môi trường thương mại điện tử. Vấn đề này nhận được sự quan tâm của nhiều học giả, tuy nhiên hầu hết các nghiên cứu đã có được thực hiện ở các nước phát triển, do đó việc nghiên cứu tại các nước đang phát triển là cần thiết. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phát triển một thang đo về đạo đức của người bán hàng trong thương mại điện tử dưới góc độ nhận thức của khách hàng tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu này là cơ sở tiền đề cho các nghiên cứu sâu hơn trong tương lai, góp phần giúp nhà quản trị, quản lý tham khảo những chính sách kinh doanh phù hợp, hiệu quả cho doanh nghiệp mình.

**Từ khóa:** đạo đức; người bán hàng trực tuyến; TMĐT Việt Nam; nước đang phát triển

### ABSTRACT

In recent years, along with the economic growth, e-commerce in Vietnam has developed strongly but has not achieved its full potential. One of the reasons that hinder the development is the lack of trust of customers because there are still some businesses and sellers cheating. This involves ethical issues in business, especially in the e-commerce environment, which has received the attention of many scholars. However, most studies have been conducted in developed countries thus being necessary to be done in developing countries. This research was conducted to develop a new scale to measure the sellers' ethics in e-commerce under customers' perspective in the context of Vietnam. This research is the basis for further research in the future, helping managers to refer to appropriate and effective business policies.

**Keywords:** ethic; e-retailers; e-commerce; Vietnam; developing countries

---

<sup>1</sup>Khoa Quản lý kinh doanh, Đại học Công nghiệp Hà Nội

\*E-mail: [sonnt@hau.edu.vn](mailto:sonnt@hau.edu.vn)

Ngày nhận bài: 22/01/2018

Ngày nhận bài sửa sau phân biện: 18/04/2018

Ngày chấp nhận đăng: 15/06/2018