

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA FOMO VÀ KẾT NỐI XÃ HỘI ĐẾN HẠNH PHÚC CỦA NHÂN VIÊN THỂ HỆ GEN Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Thị Bình Minh¹, Trương Thị Mỹ Hạnh², Khúc Đình Nam³

Tóm tắt

Nghiên cứu này phân tích ảnh hưởng của nỗi sợ bị bỏ lỡ (FOMO) và kết nối xã hội đến hạnh phúc của nhân viên thế hệ gen Z tại TP.HCM, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của kết nối xã hội trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc. Dựa trên thuyết tự quyết (SDT), lý thuyết gắn kết xã hội và lý thuyết mạng lưới xã hội, nghiên cứu đề xuất và kiểm định mô hình cấu trúc phản ánh cơ chế tác động của FOMO trong bối cảnh môi trường làm việc hiện đại. Dữ liệu khảo sát từ 242 nhân viên Gen Z được phân tích bằng phương pháp PLS-SEM với phần mềm SmartPLS. Kết quả nghiên cứu cho thấy FOMO có tác động tiêu cực đến hạnh phúc và làm suy giảm đáng kể mức độ kết nối xã hội tại nơi làm việc. Đồng thời, kết nối xã hội có ảnh hưởng tích cực đến hạnh phúc và đóng vai trò trung gian bán phần trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc. Nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam và gợi ý các hàm ý quản trị nhằm nâng cao hạnh phúc của nhân viên thế hệ Gen Z.

Từ khóa: FOMO, mô hình SEM, kết nối xã hội, hạnh phúc của nhân viên.

A STUDY ON THE IMPACT OF FOMO AND SOCIAL CONNECTEDNESS ON THE WELL-BEING OF GEN Z EMPLOYEES IN HO CHI MINH CITY

Abstract

This study examines the effects of fear of missing out (FOMO) and social connectedness on the well-being of Generation Z employees in Ho Chi Minh City, and tests the mediating role of social connectedness in the relationship between FOMO and well-being. Grounded in self-determination theory, social bonding theory, and social network theory, the study proposes and tests a structural model in the context of the contemporary workplace. Survey data collected from 242 Generation Z employees were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach with SmartPLS software. The results indicate that FOMO has a negative effect on employee well-being and significantly reduces social connectedness at work. In addition, social connectedness positively influences well-being and plays a partial mediating role in the relationship between FOMO and well-being. The study provides empirical evidence from Vietnam and offers managerial implications for enhancing social connectedness and employee well-being.

Keywords: FOMO, SEM model, social connectedness, employees' well-being.

JEL classification: I31, J28, M54, D91, J11.

DOI: 10.63767/TCKT.38.2026.13.22

1. Giới thiệu

Phương tiện truyền thông xã hội khai thác nhu cầu được thuộc về tồn tại ở nhiều mức độ khác nhau ở những cá nhân ở mọi lứa tuổi (Beyens và cộng sự, 2016; Nadkarni và Hofmann, 2012). Trong một thế hệ được đặc trưng bởi mong muốn được kết nối liên tục, các mạng xã hội cho phép người dùng theo dõi liên tục các mạng xã hội của họ, theo kịp mọi cập nhật hoặc thay đổi (Roberts và cộng sự, 2014; David và cộng sự, 2017; Roberts và Pirog, 2013). Sự kết nối liên tục này, bên cạnh những lợi ích về thông tin và giao tiếp, cũng làm gia tăng nguy cơ phát sinh các trạng thái tâm lý tiêu cực, trong đó nổi bật là nỗi sợ bị bỏ lỡ (Fear of Missing Out – FOMO). FOMO được hiểu là “nỗi lo sợ lan tỏa rằng người khác có thể đang có những trải nghiệm bổ ích mà bản thân không có, kèm theo mong muốn liên tục được kết nối với những gì người khác đang làm” (Przybylski và cộng sự, 2013). Nhìn chung, người ta cho rằng FOMO có liên quan cùng chiều đến cường độ của mạng lưới xã hội, nhưng có liên quan tiêu cực đến cảm giác kết nối xã hội và sức khỏe tâm lý. Sự bỏ lỡ chúng có thể mở ra nhiều phương tiện tương tác và/hoặc cho người dùng tiếp xúc với nhiều cơ hội tương tác quá nhiều để theo dõi. Ba phần tư số người trẻ tuổi cho biết họ cảm thấy sợ bỏ lỡ các hoạt động thú

vị mà người khác trải nghiệm và quan trọng nhất là được chia sẻ trên mạng xã hội (Przybylski và cộng sự, 2013). Trong bối cảnh môi trường làm việc hiện đại, đặc biệt với lực lượng lao động trẻ như thế hệ Gen Z – nhóm gắn bó chặt chẽ với công nghệ số và mạng xã hội – FOMO không chỉ giới hạn trong đời sống cá nhân mà ngày càng biểu hiện rõ trong công việc, thông qua lo ngại bỏ lỡ thông tin, cơ hội nghề nghiệp và các mối quan hệ xã hội tại nơi làm việc.

Các nghiên cứu trước đây về mối quan hệ giữa việc sử dụng phương tiện truyền thông xã hội và hạnh phúc cho thấy những kết quả chưa thống nhất. Một số nghiên cứu chỉ ra tác động tiêu cực của việc sử dụng mạng xã hội quá mức đến sức khỏe tâm lý và hạnh phúc bao gồm mức độ stress gia tăng, lòng tự trọng thấp hơn, chất lượng các mối quan hệ giảm và chất lượng giấc ngủ thấp hơn, cũng như ý định tự tử và các sự kiện tự tử gia tăng ở thanh thiếu niên (Twenge và cộng sự, 2018; Kross và cộng sự, 2013; Adams và Kisler, 2013; Woods và Scott, 2016; Tromholt, 2016). Trong khi các nghiên cứu khác lại ghi nhận vai trò tích cực của mạng xã hội trong việc xây dựng vốn xã hội và cảm giác kết nối, đặc biệt là việc xây dựng vốn xã hội (Ellison và cộng sự, 2007; Green-Hamann và cộng sự, 2011), lòng tự trọng (Best và cộng sự, 2014), kết nối với người khác

(Sheldon và cộng sự, 2011) và giảm cảm giác trầm cảm (Deters và Mehl, 2013). Sự không nhất quán này cho thấy cần xem xét các cơ chế trung gian để giải thích rõ hơn cách thức FOMO ảnh hưởng đến hạnh phúc, thay vì chỉ tập trung vào mối quan hệ trực tiếp.

Nỗi sợ bỏ lỡ (FOMO) phát sinh từ sự cảm nhận thiếu thốn về sự liên kết xã hội hoặc thông tin (Elhai và cộng sự, 2016). Cảm nhận thiếu vắng này dẫn đến sự gia tăng nhu cầu cá nhân cũng như động cơ để có sự tương tác trong xã hội với mục đích thúc đẩy sự gắn kết (Gupta Sharma, 2021). Vì vậy, FOMO trở thành một hiện tượng tâm lý thịnh hành, thường liên quan mật thiết với thời đại hiện nay, đặc biệt trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin (Przybylski và cộng sự, 2013). Kết nối xã hội được xem là một trong những nền tảng cốt lõi của hạnh phúc và sức khỏe tâm lý, đặc biệt trong môi trường làm việc. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tiếp cận FOMO trong bối cảnh người dùng mạng xã hội nói chung hoặc sinh viên, trong khi các nghiên cứu chuyên sâu về FOMO tại nơi làm việc (workplace FOMO), đặc biệt đối với nhân viên thế hệ Gen Z, vẫn còn hạn chế, nhất là tại các quốc gia đang phát triển như Việt Nam.

Khoảng trống nghiên cứu này đặt ra yêu cầu cấp thiết phải làm rõ: (i) FOMO ảnh hưởng như thế nào đến hạnh phúc của nhân viên Gen Z trong môi trường làm việc; và (ii) liệu kết nối xã hội có đóng vai trò là cơ chế trung gian trong mối quan hệ này hay không. Việc giải quyết khoảng trống này không chỉ có ý nghĩa về mặt lý thuyết trong việc mở rộng dòng nghiên cứu về FOMO tại nơi làm việc, mà còn mang giá trị thực tiễn quan trọng đối với quản trị nguồn nhân lực.

Xuất phát từ những lập luận trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích tác động của FOMO đến hạnh phúc của nhân viên thế hệ Gen Z tại TP. HCM, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của kết nối xã hội trong mối quan hệ này, qua đó cung cấp cơ sở khoa học cho việc xây dựng các chính sách và thực hành quản trị nhân sự phù hợp nhằm nâng cao hạnh phúc và sự gắn kết của lực lượng lao động trẻ trong bối cảnh số hóa.

2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

Các nghiên cứu liên quan đến FOMO, kết nối xã hội và hạnh phúc đã được tiếp cận theo nhiều hướng khác nhau trong các lĩnh vực tâm lý học, truyền thông và quản trị. Nhìn chung, các nghiên cứu hiện có có thể được hệ thống hóa thành ba dòng nghiên cứu chính.

Thứ nhất, dòng nghiên cứu về FOMO và hành vi sử dụng mạng xã hội tập trung phân tích nguyên nhân hình thành và hệ quả tâm lý của FOMO trong bối cảnh truyền thông số. Przybylski và cộng sự (2013) là những tác giả tiên phong trong việc khái niệm hóa FOMO như một trạng thái tâm lý xuất phát từ nhu cầu tâm lý chưa được thỏa mãn, đặc biệt là nhu cầu kết nối xã hội. Các nghiên cứu sau đó cho thấy FOMO có mối liên hệ chặt chẽ với cường độ sử dụng mạng xã hội, so sánh xã hội

và sự lo âu (Beyens và cộng sự, 2016; Nadkarni và Hofmann, 2012; Roberts và cộng sự, 2014). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu trong dòng này tập trung vào người dùng nói chung hoặc sinh viên, chưa mở rộng sang bối cảnh môi trường làm việc.

Thứ hai, dòng nghiên cứu về FOMO và hạnh phúc/sức khỏe tâm lý ghi nhận những kết quả chưa thống nhất. Một số nghiên cứu chỉ ra rằng FOMO có tác động tiêu cực đến hạnh phúc, sự hài lòng với cuộc sống và sức khỏe tâm lý (Przybylski và cộng sự, 2013; Tromholt, 2016; Twenge và cộng sự, 2018). Ngược lại, một số nghiên cứu khác cho rằng việc kết nối thông qua mạng xã hội có thể mang lại lợi ích nhất định như gia tăng vốn xã hội, cảm giác được hỗ trợ và giảm trầm cảm (Ellison và cộng sự, 2007; Sheldon và cộng sự, 2011). Sự không nhất quán này cho thấy mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc có thể chịu ảnh hưởng bởi các cơ chế trung gian, thay vì chỉ là mối quan hệ trực tiếp.

Thứ ba, dòng nghiên cứu về kết nối xã hội và hạnh phúc nhấn mạnh vai trò trung tâm của các mối quan hệ xã hội đối với sức khỏe tâm lý và cảm nhận hạnh phúc. Diener và Seligman (2002) cho rằng các cá nhân có mức độ kết nối xã hội cao thường có mức độ hạnh phúc và khả năng thích ứng tâm lý tốt hơn. Trong bối cảnh tổ chức, kết nối xã hội tại nơi làm việc giúp tăng cường sự gắn kết, hỗ trợ lẫn nhau và cảm nhận thuộc về tổ chức (Grant và cộng sự, 2007; Pradhan và Hati, 2022). Tuy nhiên, rất ít nghiên cứu kết hợp đồng thời FOMO, kết nối xã hội và hạnh phúc trong cùng một mô hình nghiên cứu, đặc biệt trong bối cảnh môi trường làm việc.

Đáng chú ý, các nghiên cứu về FOMO tại nơi làm việc (workplace FOMO) mới chỉ xuất hiện trong những năm gần đây và chủ yếu được thực hiện tại các quốc gia phát triển (Budnick và cộng sự, 2020; Roberts và David, 2020). Trong bối cảnh Việt Nam, các nghiên cứu thực nghiệm về FOMO của lực lượng lao động, đặc biệt là nhân viên thế hệ Gen Z, vẫn còn rất hạn chế. Điều này dẫn đến khoảng trống trong việc hiểu rõ cơ chế mà FOMO ảnh hưởng đến hạnh phúc của nhân viên trong môi trường làm việc thông qua các yếu tố xã hội.

Từ tổng quan các nghiên cứu liên quan, phần tiếp theo trình bày các lý thuyết nền làm cơ sở cho việc phát triển giả thuyết và mô hình nghiên cứu.

2.1. Các lý thuyết được sử dụng trong nghiên cứu

Thuyết tự quyết (Self-Determination Theory – SDT) của tác giả Ryan và Deci (2000) liên quan đến vấn đề về động cơ của con người, với vai trò chủ đạo của sự tự chủ và sự tự quyết định. Theo thuyết này, mỗi cá nhân đều có những nhu cầu cơ bản về tâm lý với khao khát được thỏa mãn trong sự phát triển cá nhân, bao gồm nhu cầu về năng lực, tự chủ và kết nối xã hội. Đối với từng cá nhân, sự phát triển tâm lý của họ chịu tác động đáng kể bởi các yếu tố này và là nền móng của việc hình thành nên tư tưởng lành mạnh và hạnh phúc. FOMO, hay nỗi sợ bỏ lỡ, xuất hiện như một hình thức tự điều chỉnh bắt nguồn từ sự thiếu hụt trong việc đáp

ứng các nhu cầu cá nhân, đặc biệt là về trải nghiệm cá nhân và thông tin (Dorani, 2021). Theo lý thuyết tự quyết, cảm giác bỏ lỡ những tin tức hoặc trải nghiệm đang thịnh hành có thể khiến cá nhân cảm thấy lạc hậu hơn so với bạn bè đồng trang lứa (Abel và cộng sự, 2016). Cảm giác này thúc đẩy mỗi người tham gia vào những trải nghiệm đó để giảm bớt cảm giác "mất kết nối" và lo lắng; tuy nhiên, điều này có thể làm giảm khả năng tự kiểm soát và dẫn đến quá tải và kiệt sức. Hơn nữa, một nghiên cứu khác tại Việt Nam, dựa trên lý thuyết tự quyết, đã tiết lộ rằng FOMO có tác động bất lợi đến chất lượng cuộc sống nói chung (Dam và cộng sự, 2023). Do đó, nghiên cứu này đã chọn lý thuyết tự quyết làm nền tảng để xem xét mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc.

Lý thuyết gắn kết xã hội được Travis Hirschi phát triển vào năm 1969, khám phá những lý do đằng sau hành vi phạm tội và sự tuân thủ xã hội. Lý thuyết này đưa ra giả thuyết rằng sức mạnh của bốn mối liên kết xã hội - sự gắn bó, sự tham gia, sự cam kết và niềm tin - đóng vai trò quan trọng trong việc ngăn ngừa các cá nhân tham gia vào hành vi lệch lạc. Sự gắn bó đề cập đến các kết nối mà một người có với gia đình và bạn bè, được coi là mối liên kết quan trọng nhất. Sự tham gia liên quan đến việc tham gia vào các hoạt động chung trong cộng đồng và các nhóm xã hội, cho thấy rằng một lối sống bận rộn làm giảm sự cảm dỗ phạm tội. Cam kết liên quan đến các nghĩa vụ như theo đuổi giáo dục hoặc sự nghiệp, trong khi niềm tin bao gồm sự tuân thủ các chuẩn mực và giá trị của xã hội. Hirschi đưa ra giả thuyết rằng những mối liên kết này có mối liên hệ với nhau; nếu một mối liên kết yếu đi, nó có thể dẫn đến sự suy giảm của những mối liên kết khác, làm tăng khả năng lệch lạc. Lý thuyết này nhấn mạnh tầm quan trọng của các mối quan hệ xã hội và sự tham gia của cộng đồng trong việc thúc đẩy sự tuân thủ và giảm tội phạm, nhấn mạnh rằng các mối liên kết xã hội mạnh mẽ là điều cần thiết để duy trì trật tự xã hội.

Lý thuyết mạng xã hội: Lý thuyết của Mark Granovetter về các mối quan hệ mạnh và yếu nhấn mạnh rằng các mối liên hệ xã hội thường gắn liền với lượng thời gian dành cho nhau, mức độ tình cảm hoặc sự thân mật được chia sẻ, và sự hiện diện của sự hỗ trợ lẫn nhau. Những yếu tố này có thể tồn tại độc lập hoặc có thể liên quan đến nhau. Granovetter mô tả các mối quan hệ xã hội mạnh mẽ là chiều sâu của sự hiểu biết giữa các cá nhân và những mối liên kết thân thiết, gần gũi tồn tại giữa các thành viên của một cộng đồng. Chính xác hơn, các mối quan hệ mạnh mẽ được định nghĩa là những mối quan hệ liên quan đến sự đầu tư đáng kể về thời gian của các thực thể xã hội, bao gồm nội dung đáng kể và thể hiện mức độ tin tưởng và cường độ cảm xúc cao—điều này thể hiện rõ trong các mối quan hệ giữa các thành viên gia đình, bạn bè thân thiết và đồng bào. Tuy nhiên, các mối quan hệ mạnh mẽ cũng có một nhược điểm đáng kể: chúng có xu hướng thúc đẩy sự cô lập trong mạng lưới của mình, do

đó hạn chế dòng chảy thông tin và cản trở việc giới thiệu các ý tưởng mới. Bên cạnh các kết nối mạnh là kết nối yếu hoặc không có mối liên hệ. Loại kết nối này đề cập đến các mối quan hệ không chặt chẽ giữa các thành viên với nhau nhưng các thành viên này lại có những mối liên kết khác bên ngoài cộng đồng. Do đó, các mối quan hệ này không gây lãng phí thời gian cho các đối tượng trong mối quan hệ với đặc trưng ít cảm xúc cũng như độ tin cậy không cao. Mặc dù vậy, mối liên kết lỏng lẻo này giúp các thành viên dễ dàng trong tiếp cận đa dạng thông tin và mở rộng sự giao tiếp xã hội.

2.2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu

Theo Thuyết Tự quyết (Self-Determination Theory – SDT) FOMO làm xói mòn 3 nhu cầu tâm lý cơ bản tạo nên hạnh phúc: Tự chủ: Hành vi bị điều khiển bởi sợ hãi, không xuất phát từ ý muốn thật sự. Năng lực: So sánh xã hội làm giảm lòng tin vào bản thân. Kết nối: Giao tiếp trở nên hời hợt, gây cảm giác cô đơn dù đang ở giữa đám đông. FOMO không chỉ là một trạng thái lo âu thoáng qua mà có thể bào mòn từng khía cạnh quan trọng của hạnh phúc, đặc biệt là trong môi trường làm việc với mạng xã hội là một phần không thể thiếu, như với nhân viên Gen Z tại TP. HCM. Việc nắm rõ các tác động này là nền tảng quan trọng để xây dựng các biện pháp hỗ trợ tinh thần, kỹ năng chống FOMO và tăng cường kết nối nhân viên thực tế trong doanh nghiệp.

Przybylski và cộng sự (2013) đã nghiên cứu mối tương quan về mặt cảm xúc và hành vi của FOMO trong một mẫu người trưởng thành trẻ tuổi và kết luận rằng, mặc dù FOMO có liên quan tích cực đến việc sử dụng Facebook nhiều hơn, nhưng nó cũng liên quan đến trạng thái tâm trạng kém hơn và mức độ hài lòng với cuộc sống thấp hơn. Tương tự như vậy, nghiên cứu với một mẫu đại diện toàn quốc gồm 2.079 người lớn ở Anh đã đánh giá mối tương quan giữa FOMO và các biến nhu cầu tâm lý về quyền tự chủ, năng lực và mối quan hệ, cũng như hạnh phúc và phát hiện ra rằng cả ba nhu cầu tâm lý đều có liên quan ngược chiều với FOMO (Przybylski và cộng sự, 2013). Khi những nhu cầu này không được đáp ứng, FOMO cũng tăng lên tương ứng. Những phát hiện này dường như cho thấy rằng FOMO có thể liên quan đến kết nối xã hội thấp hơn và hạnh phúc tổng thể. Từ những luận điểm trên, tác giả đề xuất giả thuyết H1:

H1: FOMO ảnh hưởng tiêu cực tới hạnh phúc của nhân viên thế hệ gen Z.

Trong một nghiên cứu trên 1.013 sinh viên đại học, Przybylski và cộng sự (2013) cho thấy những người có mức FOMO cao thường xuyên cảm thấy bị "tách biệt" với người khác, bất chấp việc họ tương tác nhiều trên mạng xã hội. Kết quả cũng cho thấy FOMO có mối tương quan âm với mức độ gắn kết xã hội ($r = -0.24, p < 0.01$) và với mức độ hài lòng cuộc sống ($r = -0.27, p < 0.01$). Từ những yếu tố trên tác giả đề xuất giả thuyết như sau:

H2: FOMO ảnh hưởng tiêu cực đến kết nối xã hội của nhân viên thế hệ gen Z

Kết nối xã hội được xem là một trong những yếu tố nền tảng của sức khỏe tâm lý và cảm nhận hạnh phúc. Các cá nhân có mối quan hệ xã hội bền vững, được hỗ trợ và thấu hiểu thường có mức độ hài lòng cuộc sống cao hơn, khả năng chống chịu stress tốt hơn và ý thức rõ ràng hơn về giá trị bản thân (Diener và Seligman, 2002). Đặc biệt trong môi trường công việc hiện đại, nơi Gen Z thường xuyên chịu áp lực đồng thời từ công nghệ, kỳ vọng xã hội và tốc độ thay đổi, thì cảm giác "thuộc về" và được kết nối có vai trò quan trọng trong việc duy trì trạng thái tinh thần tích cực.

Trong công ty, sự hạnh phúc của nhân viên được biểu hiện trong sự liên kết trong công việc chẳng hạn như mối liên kết giữa các thành viên với nhau, giữa nhân viên với sếp hay giữa thành viên và tổ chức về các khía cạnh như sự giúp đỡ, niềm tin hoặc vấn đề trao đổi và hỗ trợ giữa nhân viên và người quản lý (Grant và cộng sự, 2007). Pradhan và Hati (2022) cho rằng sự hạnh phúc của người lao động là mức độ mà họ cảm nhận về sự thân thiết và gắn bó đối với môi trường làm việc hoặc địa vị đối với công việc mà người nhân viên đang nỗ lực thực hiện. Như vậy trong nghiên cứu này,

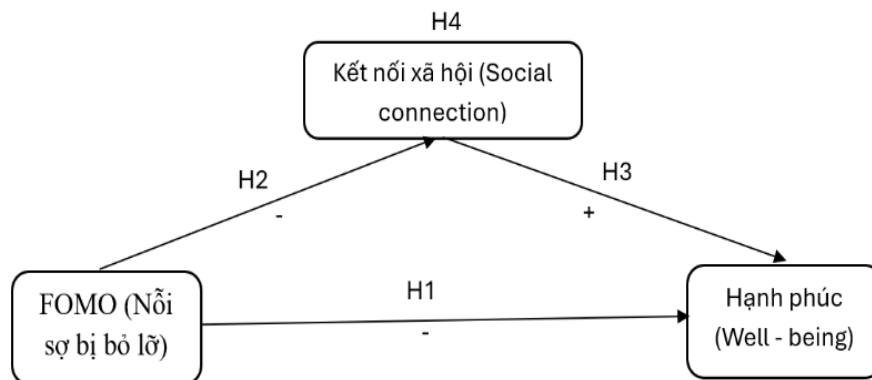
sự hạnh phúc của nhân viên được hiểu là sự cảm nhận về mối quan hệ xã hội diễn ra tại công ty và sự công nhận của xã hội với ngành nghề, công việc của người lao động đang thực hiện.

H3: Kết nối xã hội ảnh hưởng tích cực tới hạnh phúc của nhân viên thế hệ gen Z

Mặc dù FOMO có thể ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hạnh phúc, nhiều nghiên cứu cho thấy mối quan hệ này phần lớn được hình thành thông qua yếu tố trung gian là kết nối xã hội. Cụ thể, khi trải nghiệm FOMO, cá nhân có xu hướng tập trung vào các tương tác ảo và so sánh xã hội, dẫn đến giảm sự gắn kết thực tế với người khác (Przybylski và cộng sự, 2013; Barry và cộng sự, 2017). Mức độ kết nối xã hội giảm làm hạn chế cảm giác được thấu hiểu, hỗ trợ và thuộc về – những yếu tố đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành cảm nhận hạnh phúc (Diener và Seligman, 2002). Như vậy, kết nối xã hội chính là cơ chế trung gian giải thích cách mà FOMO làm giảm hạnh phúc ở nhân viên Gen Z.

H4: Kết nối xã hội đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc tại nơi làm việc.

Dựa trên các lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu đề xuất, mô hình nghiên cứu được thể hiện tại Hình 1.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này áp dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng nhằm kiểm định mô hình lý thuyết về tác động của FOMO và kết nối xã hội đến hạnh phúc của nhân viên, dựa trên ba lý thuyết nền: thuyết tự quyết, lý thuyết gắn kết xã hội và lý thuyết mạng lưới xã hội. Ở giai đoạn định tính, nhóm tác giả tiến hành tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến FOMO, kết nối xã hội và hạnh phúc của nhân viên, đặc biệt là các nghiên cứu trong bối cảnh môi trường làm việc. Trên cơ sở đó, các thang đo được kế thừa từ các nghiên cứu trước có độ tin cậy và giá trị đã được kiểm định, đồng thời được điều chỉnh về ngữ cảnh và ngôn ngữ cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Việt Nam và đối tượng

nhân viên thế hệ Gen Z. Cụ thể, thang đo FOMO được kế thừa từ nghiên cứu của Budnick và cộng sự (2019); thang đo kết nối xã hội được kế thừa từ Lee và Robbins (1995); và thang đo hạnh phúc được kế thừa từ Diener và cộng sự (1985) và Lyubomirsky và Lepper (1999). Trước khi tiến hành khảo sát chính thức, bảng hỏi được rà soát về mặt nội dung và ngôn ngữ nhằm đảm bảo tính rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với bối cảnh làm việc của đối tượng khảo sát. Bảng hỏi khảo sát gồm 3 phần: đầu tiên là phần gạn lọc, tiếp theo đến nội dung khảo sát gồm 3 biến trong mô hình với 22 biến quan sát (chi tiết thang đo xem tại Bảng 1), sử dụng thang đo Likert 5 mức độ và cuối cùng là thông tin nhân khẩu học của người tham gia khảo sát.

Bảng 1: Thang đo nghiên cứu

BIẾN	MÃ HÓA	THANG ĐO	NGUỒN
FOMO	FM1	Tôi lo rằng tôi có thể bỏ lỡ những cập nhật mới nhất liên quan đến công việc.	Budnick và cộng sự (2019)
	FM2	Tôi lo rằng mình có thể bỏ lỡ những thông tin có giá trị liên quan đến công việc.	
	FM3	Tôi lo rằng tôi sẽ bỏ lỡ những tin tức quan trọng về công việc.	
	FM4	Tôi lo rằng tôi sẽ bỏ lỡ những thông tin quan trọng có liên quan trực tiếp đến công việc của mình.	
	FM5	Tôi lo rằng tôi sẽ không biết chuyện gì đang xảy ra ở nơi làm việc.	
	FM6	Tôi lo lắng rằng mình sẽ bỏ lỡ cơ hội tạo dựng những mối quan hệ kinh doanh quan trọng.	
	FM7	Tôi liên tục nghĩ rằng mình có thể bỏ lỡ cơ hội củng cố các mối quan hệ kinh doanh.	
	FM8	Tôi liên tục nghĩ rằng mình có thể bỏ lỡ cơ hội thiết lập các mối quan hệ kinh doanh mới.	
	FM9	Tôi lo rằng tôi sẽ bỏ lỡ cơ hội kết nối với các đồng nghiệp của mình.	
	FM10	Tôi sợ rằng đồng nghiệp của tôi có thể có được những mối quan hệ kinh doanh mà tôi không muốn có.	
Kết nối xã hội	SC1	Tôi cảm thấy mất kết nối với thế giới xung quanh	Lee và Robbins (1994)
	SC2	Ngay cả khi ở cạnh những người tôi biết, tôi cũng không cảm thấy mình thực sự thuộc về.	
	SC3	Tôi cảm thấy rất xa cách với mọi người	
	SC4	Tôi không có cảm giác đoàn kết với các bạn cùng lứa.	
	SC5	Tôi không có quan hệ gì với bất cứ ai	
	SC6	Tôi thấy mình đang mất đi mọi cảm giác kết nối với xã hội	
	SC7	Ngay cả trong số bạn bè của tôi cũng không có tình cảm anh chị em.	
	SC8	Tôi không cảm thấy mình tham gia với bất kỳ ai hoặc bất kỳ nhóm nào.	
Hạnh phúc	WB1	Tôi cảm thấy cuộc sống hiện tại của mình gần với điều mà tôi mong muốn.	Diener và cộng sự (1985); Lyubomirsky và Lepper (1999)
	WB2	Tôi hài lòng với cách mọi thứ đang diễn ra trong cuộc sống cá nhân và công việc của tôi.	
	WB3	Nhìn chung, tôi cảm thấy hạnh phúc với những gì đang có.	
	WB4	So với bạn bè đồng trang lứa, tôi nghĩ mình là người hạnh phúc hơn.	

Sau đó giai đoạn định lượng được thực hiện thông qua khảo sát trực tuyến bằng Google Form được gửi đến nhân viên tại các doanh nghiệp trên địa bàn TP.HCM qua email và mạng xã hội. Vì hạn chế bởi thời gian và nguồn lực, chúng tôi đã quyết định sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện- một phương pháp được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu khám phá và nghiên cứu hành vi tại nơi làm việc trong lĩnh vực quản trị nguồn nhân lực, đặc biệt khi đối tượng nghiên cứu là lực lượng lao động trẻ và khó tiếp cận theo phương pháp chọn mẫu xác suất. Mặc dù phương pháp chọn mẫu thuận tiện giúp nghiên cứu tiếp cận nhanh đối tượng khảo sát và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, phương pháp này cũng làm hạn chế khả năng khái quát hóa kết quả cho toàn bộ lực lượng lao động Gen Z. Đây là một trong những hạn chế của nghiên cứu và được đề xuất xem xét trong các nghiên cứu tiếp theo. Hair và cộng sự (2016) khuyến nghị nên áp dụng công thức tính cỡ mẫu nghiên cứu theo chuẩn của Cohen (1992). Mặc khác, Hair và cộng sự (2019) đề xuất cỡ mẫu tối thiểu cho PLS SEM là 10 lần số mũi tên

chỉ vào một biến cấu trúc và cỡ mẫu nên từ 100 trở lên. Dựa trên các khuyến nghị này, nghiên cứu lựa chọn kích thước mẫu dự kiến là 250 nhằm đảm bảo độ tin cậy và bù đắp cho các bảng hỏi không hợp lệ.

Dữ liệu thu thập được xử lý và phân tích bằng phương pháp mô hình cấu trúc tuyến tính bình phương bé nhất từng phần (PLS-SEM) thông qua phần mềm SmartPLS 3.2.9. PLS-SEM được lựa chọn do phù hợp với mục tiêu nghiên cứu khám phá, mô hình có biến trung gian và không yêu cầu phân phối chuẩn nghiêm ngặt của dữ liệu. Quy trình phân tích bao gồm đánh giá mô hình đo lường (độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt) và mô hình cấu trúc (đa cộng tuyến, ý nghĩa thống kê của các mối quan hệ, hệ số xác định và khả năng dự báo). Cách tiếp cận này đảm bảo tính chặt chẽ khoa học trong việc kiểm định các giả thuyết và đánh giá độ phù hợp của mô hình nghiên cứu.

Sau khi tiến hành khảo sát bằng bảng hỏi với nhóm đối tượng là người lao động thuộc thế hệ gen Z đang làm việc tại các doanh nghiệp trên địa bàn TP.HCM, nghiên

cứu đã thu về 250 phiếu khảo sát. Tuy nhiên, trong quá trình sàng lọc dữ liệu có 8 phiếu bị loại do chọn toàn bộ một phương án duy nhất. Do đó, chỉ 242 phiếu hợp lệ

cho quá trình xử lý tiếp theo. Bảng 2 dưới đây là thông tin nhân khẩu học về mẫu của nghiên cứu.

Bảng 2: Thông tin về mẫu của nghiên cứu (N=242)

	Đặc điểm	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	108	44,6%
	Nữ	134	55,4%
Độ tuổi	Từ 18 tuổi đến 20 tuổi	11	4,5%
	Từ 21 tuổi đến 24 tuổi	76	31,5%
	Từ 25 tuổi đến 28 tuổi	155	64,0%
Trình độ	Đại học	104	43,0%
	Cao đẳng	47	19,4%
	Trung cấp	15	6,2%
	Trên đại học	52	21,5%
	Trung học phổ thông	24	9,9%
Tình trạng công việc	Nhân viên chính thức (Full time)	180	74,4%
	Nhân viên bán thời gian (Part time)	10	4,1%
	Thực tập sinh	52	21,5%
Nghề nghiệp	Hành chính-văn phòng	96	39,7%
	Marketing / Truyền thông	72	29,8%
	Công nghệ thông tin	34	14,0%
	Kinh doanh	33	13,6%
	Quản lý môi trường	7	2,9%
Thu nhập	Dưới 5 triệu đồng	48	19,8%
	Từ 5 triệu đồng đến 10 triệu đồng	13	5,4%
	Từ 10 triệu đồng đến 15 triệu đồng	103	42,6%
	Trên 15 triệu đồng	78	32,2%

Nguồn: SmartPLS 3.2.9

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả nghiên cứu mô hình đo lường

4.1.1 Đánh giá chất lượng biến quan sát

Kết quả nghiên cứu trong Bảng 3 cho thấy, tất cả các biến quan sát đều có giá trị outer loading lớn hơn

0,7 (Hair và cộng sự, 2016) nên chúng đều có độ tin cậy chỉ báo, hay nói cách khác chúng đều phản ánh tốt khái niệm mà chúng đại diện và góp phần củng cố độ tin cậy của thang đo.

Bảng 3: Kết quả phân tích Outer loading

	FM	SC	WB
FM1	0,752		
FM2	0,793		
FM3	0,751		
FM4	0,825		
FM5	0,815		
FM6	0,760		
FM7	0,747		
FM8	0,752		
FM9	0,745		
FM10	0,728		
SC1		0,705	
SC2		0,800	
SC3		0,717	
SC4		0,821	
SC5		0,811	
SC6		0,714	
SC7		0,719	
SC8		0,736	
WB1			0,861
WB2			0,907
WB3			0,865
WB4			0,872

Nguồn: SmartPLS 3.2.9

4.1.2. Đánh giá độ tin cậy và hội tụ của thang đo

Độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo được đánh giá qua Cronbach's Alpha, độ tin cậy tổng hợp (CR) và phương sai trích trung bình (AVE). Theo Hair và cộng sự (2016), thang đo đạt yêu cầu khi Cronbach's Alpha $\geq 0,7$; CR $\geq 0,7$ (Hair và cộng sự, 2022) và theo Hair và cộng sự (A Primer on Partial Least Squares

Structural Equation Modeling, 2021) AVE $> 0,5$. Kết quả cho thấy Cronbach's Alpha từ 0,894 đến 0,922, CR đều vượt 0,8 và AVE đều $> 0,5$. Điều này khẳng định các thang đo có độ tin cậy và giá trị hội tụ tốt, đáp ứng điều kiện để tiếp tục kiểm định giá trị phân biệt và phân tích cấu trúc.

Bảng 4: Kết quả phân tích Cronbach's Alpha, CR, AVE

	Cronbach's Alpha	Hệ số tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích (AVE)
FM	0,922	0,935	0,589
SC	0,894	0,913	0,569
WB	0,899	0,930	0,768

Nguồn: SmartPls 3.2.9

4.1.3. Đánh giá giá trị phân biệt của thang đo

Henseler và cộng sự (2015) đã đề xuất ngưỡng HTMT phù hợp sẽ là từ 0,9 trở xuống. Kết quả tại Bảng 5 cho thấy tất cả các hệ số HTMT đều nằm dưới

ngưỡng 0,9. Điều này cho thấy các thang đo trong mô hình đều đạt yêu cầu về giá trị phân biệt, tức là các biến tiềm ẩn trong mô hình đo lường phân biệt nhau về mặt khái niệm.

Bảng 5: Kết quả phân tích HTMT

	FM	SC	WB
FM			
SC	0,753		
WB	0,837	0,713	

Nguồn: Smart Pls 3.2.9

4.2. Kết quả mô hình cấu trúc

4.2.1. Đánh giá hiện tượng đa cộng tuyến

Kết quả nghiên cứu ở Bảng 6 đã chỉ ra hệ số phóng đại phương sai (VIF) của tất cả các biến đều < 3

theo Hari và cộng sự (2019) thì với ngưỡng này mô hình không xảy ra đa cộng tuyến.

Bảng 6: Kết quả kiểm tra đa cộng tuyến (VIF)

	FM	SC	WB
FM		1,000	2,021
SC			2,021
WB			

Nguồn: Smart Pls 3.2.9

4.2.2. Đánh giá ý nghĩa thống kê của các mối quan hệ tác động

Mô hình cấu trúc được kiểm định thông qua phương pháp bootstrapping với 1.000 mẫu lặp lại nhằm đánh giá ý nghĩa thống kê của các mối quan hệ giữa các biến trong mô hình. Các kết quả được trình bày trong Bảng 7, bao gồm hệ số hồi quy chuẩn hóa, sai số chuẩn, giá trị t, p-value và quyết định kiểm định giả thuyết.

Kết quả cho thấy tất cả các giả thuyết nghiên cứu đều được ủng hộ với độ tin cậy rất cao. Cụ thể, FOMO

(FM) có ảnh hưởng tiêu cực đến hạnh phúc (WB) và kết nối xã hội (SC) với hệ số lần lượt là -0,570 và -0,711. Đồng thời, kết nối xã hội (SC) có tác động tích cực đến hạnh phúc (WB) với hệ số 0,276, khẳng định vai trò trung gian của kết nối xã hội trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc.

Tất cả các mối quan hệ đều đạt giá trị $t > 1,96$ và p-value = 0,000, cho thấy ý nghĩa thống kê mạnh mẽ và khẳng định độ tin cậy cao của mô hình trong việc giải thích các cơ chế ảnh hưởng.

Bảng 7: Kết quả kiểm định các giả thuyết của mô hình

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Sai số chuẩn	Giá trị t	Giá trị P-Value	Kết luận
H1	FM $\rightarrow$ WB	-0,570	0,078	7,324	0,000	Chấp nhận
H2	FM $\rightarrow$ SC	-0,711	0,032	22,157	0,000	Chấp nhận
H3	SC $\rightarrow$ WB	0,276	0,066	4,156	0,000	Chấp nhận
H4	FM $\rightarrow$ SC $\rightarrow$ WB	-0,196	0,047	4,170	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Smart Pls 3.2.9

Bảng 8: Kết quả phân tích R² và Q²

	R² Adjusted	Q²
SC	0,503	0,266
WB	0,621	0,472

Nguồn: Smart PLS 3.2.9

4.2.3. Đánh giá hệ số R² và Q²

Kết quả nghiên cứu cho thấy Q² của SC và WB có giá trị lần lượt là 0,266 và 0,472 đều lớn hơn 0 cho thấy biến hạnh phúc, biến trung gian kết nối xã hội có sự liên quan dự báo ngoài mẫu trong mô hình nghiên cứu.

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Các phát hiện nghiên cứu xác nhận FOMO tạo ra tác động ngược chiều đến hạnh phúc của nhân viên thế hệ gen Z (ủng hộ giả thuyết H1). Phát hiện này phù hợp với các nghiên cứu trước cho rằng FOMO làm gia tăng căng thẳng tâm lý, cảm giác bất an và giảm mức độ hài lòng trong công việc và cuộc sống (Przybylski et al., 2013). Điều này có nghĩa là trong bối cảnh môi trường làm việc, FOMO có thể khiến nhân viên liên tục so sánh bản thân với đồng nghiệp và lo ngại bị bỏ lại phía sau, từ đó làm suy giảm trạng thái cảm xúc tích cực. Kết quả nghiên cứu này có ý nghĩa đáng kể về mặt lý luận và thực tiễn, nhất là trong bối cảnh hiện nay khi mà các nghiên cứu về mối quan hệ giữa FOMO và kết nối xã hội đến hạnh phúc của nhân viên thế hệ gen Z tại TP.HCM chưa được thực hiện.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ tiêu cực giữa FOMO và kết nối xã hội của nhân viên thế hệ gen Z (ủng hộ giả thuyết H2). Hệ số tác động tương đối lớn cho thấy FOMO không chỉ là trạng thái tâm lý cá nhân mà còn ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng các mối quan hệ xã hội tại nơi làm việc. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu trước đây Przybylski và cộng sự (2013) theo đó FOMO làm suy giảm cảm nhận gắn kết xã hội do cá nhân tập trung nhiều hơn vào các tương tác và thông tin bên ngoài.

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu chỉ ra tác động tích cực của kết nối xã hội đến hạnh phúc của nhân viên thế hệ gen Z (ủng hộ giả thuyết H3). Phát hiện này củng cố các nghiên cứu trước nhấn mạnh vai trò của các mối quan hệ xã hội trong việc nâng cao sức khỏe tâm lý và cảm nhận hạnh phúc của người lao động (Diener và Seligman, 2002).

Đáng chú ý, kết quả phân tích cho thấy kết nối xã hội đóng vai trò trung gian bán phần trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc của nhân viên (ủng hộ giả thuyết H4). Phát hiện này tương đồng với nghiên cứu của (Przybylski và cộng sự, 2013; Barry và cộng sự, 2017; Diener và Seligman, 2002). Điều này cho thấy mặc dù FOMO vẫn có tác động trực tiếp đáng kể đến hạnh phúc, một phần tác động này được truyền dẫn thông qua sự suy giảm kết nối xã hội tại nơi làm việc. Phát hiện này góp phần làm rõ cơ chế tác động của FOMO trong bối cảnh tổ chức, đồng thời bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho dòng nghiên cứu về FOMO tại nơi làm việc trong bối cảnh các nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam.

5. Kết luận

Nghiên cứu này nhằm phân tích tác động của nỗi sợ bị bỏ lỡ (FOMO) đến hạnh phúc của nhân viên thế

hệ Gen Z, đồng thời xem xét vai trò trung gian của kết nối xã hội trong mối quan hệ này. Dựa trên dữ liệu khảo sát tại TP. Hồ Chí Minh và kết quả phân tích mô hình cấu trúc, nghiên cứu cho thấy FOMO có tác động tiêu cực trực tiếp đến hạnh phúc của nhân viên Gen Z, trong khi kết nối xã hội có tác động tích cực đến hạnh phúc. Đặc biệt, kết quả nghiên cứu xác nhận kết nối xã hội đóng vai trò trung gian bán phần trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc của nhân viên. Điều này cho thấy FOMO không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến trạng thái hạnh phúc mà còn gián tiếp làm suy giảm hạnh phúc thông qua việc làm giảm mức độ kết nối xã hội tại nơi làm việc.

Về mặt học thuật, nghiên cứu góp phần mở rộng các nghiên cứu về FOMO từ bối cảnh người dùng mạng xã hội và sinh viên sang bối cảnh tổ chức, đồng thời cung cấp bằng chứng thực nghiệm về cơ chế tác động của FOMO đến hạnh phúc của nhân viên trong một nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam.

Từ các kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị được đề xuất cho các doanh nghiệp và nhà quản lý nguồn nhân lực. Thứ nhất, do FOMO có tác động tiêu cực đến hạnh phúc của nhân viên Gen Z, các tổ chức cần nhận diện và hạn chế các yếu tố trong môi trường làm việc có thể làm gia tăng FOMO, chẳng hạn như văn hóa so sánh thành tích quá mức, truyền thông nội bộ thiếu minh bạch hoặc áp lực cạnh tranh không cần thiết. Thứ hai, kết quả nghiên cứu cho thấy kết nối xã hội là một cơ chế quan trọng giúp giảm thiểu tác động tiêu cực của FOMO, do đó các doanh nghiệp cần chú trọng xây dựng môi trường làm việc khuyến khích sự tương tác, hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau giữa các nhân viên. Các hoạt động như làm việc nhóm, mentoring, chia sẻ kinh nghiệm và các chương trình gắn kết nội bộ có thể góp phần tăng cường kết nối xã hội và nâng cao hạnh phúc của nhân viên, đặc biệt đối với lực lượng lao động Gen Z.

Mặc dù đạt được những kết quả nhất định, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện và dữ liệu được thu thập tại một khu vực địa lý cụ thể, do đó khả năng khái quát hóa kết quả còn hạn chế. Thứ hai, dữ liệu nghiên cứu được thu thập tại một thời điểm, nên chưa phản ánh được sự thay đổi theo thời gian của FOMO, kết nối xã hội và hạnh phúc của nhân viên. Trong các nghiên cứu tiếp theo, các tác giả có thể mở rộng phạm vi khảo sát sang các khu vực và ngành nghề khác, sử dụng phương pháp chọn mẫu xác suất hoặc thiết kế nghiên cứu theo chiều dọc nhằm nâng cao khả năng khái quát hóa và làm rõ hơn mối quan hệ nhân quả giữa các biến nghiên cứu. Ngoài ra, các nghiên cứu tương lai có thể xem xét vai trò điều tiết của các yếu tố cá nhân hoặc tổ chức, chẳng hạn như văn hóa doanh nghiệp hoặc phong cách lãnh đạo, trong mối quan hệ giữa FOMO và hạnh phúc của nhân viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Adams, S. K., & Kisler, T. S. (2013). Sleep quality as a mediator between technology-related sleep quality, depression, and anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(1), 25–31. doi:10.1089/cyber.2012.0157
- 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(1), 1-12.
- Apriyatmoko, R., Wakhid, A., & Aini, F. (2025, January). Occurrence, Contributing Factors, and Impact of Fear of Missing Out (FOMO) in Workers: A Systematic Literature Review. In *Proceedings of International Conference on Health Science, Practice, and Education* (pp. 781-794). <https://doi.org/10.15294/icohespe.2025.4153>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, facebook use, and facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. doi:10.1016/j.chb.2016.05.083
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communications, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Review*, 41, 27–36. doi:10.1016/j.chldyouth.2014.03.001
- Barry C. T., Sidoti C. L., Briggs S. M., Reiter S. R., Lindsey R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>
- Christopher J. Budnick¹, Arielle P. Rogers, Larissa K. Barber (2020). The Fear of Missing Out at Work: Examining Costs and Benefits to Employee Health and Motivation. *Computers in Human Behavior Volume 104, March 2020, 106-161*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106161>
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- David, M. E., Roberts, J. A., & Christenson, B. (2017). Too much of a good thing: Investigating the association between actual smartphone use and individual well-being. *International Journal of Human computer Interaction*. doi:10.1080/10447318.2017.1349250
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychology and Personality Science*, 4(5), 579–586. doi:10.1177/1948550612469233
- Dorani, D. N. (2021). The effect of the fear of missing out phenomenon in the relationship between well-being and social media addiction. *Journal of Experiential Psychotherapy*, 24(3), 40-53.
- Dam, V. A. T., Dao, N. G., Nguyen, D. C., Vu, T. M. T., Boyer, L., Auquier, P., Fond, G., Ho, R. C. M., Ho, C. S. H., & Zhang, M. W. (2023). Quality of life and mental health of adolescents: Relationships with social media addiction, Fear of Missing out, and stress associated with neglect and negative reactions by online peers. *PloS One*, 18(6), Article e0286766.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2002). Very happy people. *Psychological Science*, 13(1), 81–84. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00415>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook 'Friends': Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. doi:10.1111/jcmc.2007.12.issue-4
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63(October), 509-516.
- Green-Hamann, S., Eichhorn, K. C., & Sherblom, J. C. (2011). An exploration of why people participate in second life social support groups. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16, 465–491. doi:10.1111/jcmc.2011.16.issue-4
- Gupta, M., & Sharma, A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World Journal of Clinical Cases*, 9(19), 4881-4889.
- Grant, A.M., Christianson, M.K. & Price, R.H. (2007), 'Happiness, health, or relationships? Managerial practices and employee well-being tradeoffs', *Academy of management perspectives*, 21(3), 51-63.
- Hair, Jr. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis*. In *Cengage Learning* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kross, E., Verduyn, P., Park, J., Seungjae, D., Lin, N., Shablack, H., ... Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One*, 8(8), e69841. doi:10.1371/journal.pone.0069841
- Lyubomirsky, S., & Lepper, HS (1999). Một thước đo về hạnh phúc chủ quan: Độ tin cậy sơ bộ và xác thực cấu trúc. *Nghiên cứu các chỉ số xã hội*, 46 (2), 137–155. <https://doi.org/10.1023/A:1006824100041>
- Mark Granovetter (1973), "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, Vol.78.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental drive. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529.

- Memiş, G. (2024). Unveiling the Fear: Workplace FOMO and Its Impact on Employee Well-being (Master's thesis). <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/46007>
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? Personality and Individual Differences, 52, 243–249. doi:10.1016/j.paid.2011.11.007
- Ngô Thị Kim Phụng, Lê Xuân Tùng, Nguyễn Thúy Lan Anh & Phạm Minh (2025). Phân tích ảnh hưởng của nỗi sợ bị bỏ lỡ đến tâm lý hạnh phúc của học sinh, sinh viên tại Thành phố Hồ Chí Minh. *TẠP CHÍ KHOA HỌC ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH*, 20(7), 70–87. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.20.7.3758.2025>
- Nguyễn Thị Thanh Thúy, Nguyễn Bùi Giang Phụng, Vương Kim Ngân, Nguyễn Thị Kim Ngân, Ngô Thị Bích Ngọc & Hoàng Khả Thuý (2024). Mối quan hệ giữa yếu tố cá nhân, presenteeism và hạnh phúc của nhân viên làm việc tại Thành phố Hồ Chí Minh. *HCMCOUJS-Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 19(12), 91–105. DOI:10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.19.12.3379.2024
- Novy Fitria (2023). The Relationship between FOMO and Work Motivation with Employee Performance in Gen Z. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage* 7(2):189-198. DOI:10.30741/adv.v7i2.1208.
- 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, 1841–1848. doi:10.1016/j.chb.2013.02.014
- Pradhan, R.K. & Hati, L. (2022). 'The measurement of employee well-being: development and validation of a scale', *Global Business Review*, 23(2), 385–407.
- Roberts, J. A., Petnji YaYa, L. H., & Manolis, C. (2014). The invisible addiction: Cell-phone activities and addiction among male and female college students. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(4), 254–265. doi:10.1556/JBA.3.2014.015
- Roberts, J. A., & Pirog, S. F., III. (2013). A preliminary investigation of materialism and impulsiveness as predictors of technological addictions among young adults. *Journal of Behavioral Addictions*, 2(1), 56–62.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386–392.
- Richtel, M. (2014). A deadly wandering: A tale of tragedy and redemption in the age of attention. New York, NY: William Morrow.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Richard Lee, Matthew R. Draper (2001). Social Connectedness, Dysfunctional Interpersonal Behaviors, and Psychological Distress: Testing a Mediator Model. *Journal of Counseling Psychology*, 48(3):310–318. DOI: 10.1037/0022-0167.48.3.310
- Richard Lee, Steven Bernard Robbins (1995). Measuring Belongingness:: The Social Connectedness and the Social Assurance Scales. *Journal of Counseling Psychology*, 42(2):232–241. DOI: 10.1037/0022-0167.42.2.232
- Sheldon, K. M., Abad, N., & Hinsch, C. (2011). A two-process view of Facebook use and relatedness need-satisfaction: Disconnection drives use, and connection rewards it. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(94), 766–775. doi:10.1037/a0022407
- Savitri, J. A. (2019). Impact of Fear of Missing Out on Psychological Well-Being Among Emerging Adulthood Aged Social Media Users. *Psychological Research and Intervention* 2(2), (Dec. 2019), 65–72. DOI:10.21831/pri.v2i2.30363
- Tromholt, M. (2016). The Facebook experiment: Quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(11), 661–666. doi:10.1089/cyber.2016.0259
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6, 3–17. doi:10.1177/2167702617723376
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49. doi:10.1016/j.adolescence.2016.05.008
- Yang, S., & Tınmaz, H. (2024). Exploring workplace Fear of Missing Out (FoMO): A systematic literature review. *Environment and Social Psychology*, 9(7), 213–229. DOI:10.59429/esp.v9i7.2786

Thông tin tác giả:

1. Nguyễn Thị Bình Minh *

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Nông Lâm TP.HCM

2. Trương Thị Mỹ Hạnh

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Nông Lâm TP.HCM

3. Khúc Đình Nam

- Đơn vị công tác: Trường Đại học Nông Lâm TP.HCM

*Tác giả liên hệ: Nguyễn Thị Bình Minh

- Email: binhminh_sunshine@hcmuaf.edu.vn

Ngày nhận bài: 05/12/2025

Ngày nhận bản sửa: 29/12/2025

Ngày duyệt đăng: 10/08/2026