
NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THANH TOÁN BẰNG ĐIỆN THOẠI CỦA GIỚI TRẺ TRONG BỐI CẢNH COVID-19

Đỗ Hồng Nhung

Email: nhungdh@gmail.com

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Mã bài báo: JED-631

Ngày nhận: 18/04/2021

Ngày nhận bản sửa: 04/06/2022

Ngày duyệt đăng: 07/06/2022

Tóm tắt

Trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19 diễn biến phức tạp, các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng được ưu tiên lựa chọn, đặc biệt là thanh toán bằng điện thoại của giới trẻ. Nghiên cứu này nhằm phân tích các yếu tố tác động đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 301 người tiêu dùng tại Việt Nam. Mô hình và các phương pháp nghiên cứu được xây dựng dựa trên lý thuyết thống nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT). Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố Điều kiện thuận lợi, Động lực thụ hưởng, Dịch bệnh COVID-19 và Chính sách của Chính phủ đã tác động đến quyết định thanh toán bằng điện thoại theo mức độ giảm dần. Từ kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị chính sách thúc đẩy sự chấp nhận dịch vụ thanh toán bằng điện thoại của giới trẻ được đề xuất.

Từ khóa: COVID-19, ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại, UTAUT, giới trẻ.

Mã JEL: G02, G23, Q55.

Determinants influencing the intention of young people to use mobile payment in the context of Covid-19 pandemic

Abstract

In the context of the complicated development of the COVID-19 epidemic with new strains, non-cash payment methods are increasingly preferred, especially mobile payment, in which most consumers using this service are young people. This study aims to analyze determinants influencing the intention to use mobile payment during COVID - 19 pandemic. Data are collected from 301 consumers in Vietnam. The model and methods are designed based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). The results show factors of Facilitating Condition, Hedonic Motivation, COVID-19, and Government Policy influence the intention of consumers using mobile payment in decreasing order. Based on the findings, some recommendations are proposed for increasing youth adoption of mobile payment.

Keywords: COVID-19, intention to use mobile payment, UTAUT, young people.

Mã JEL: G02, G23, Q55.

1. Giới thiệu

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, trong hơn 2 năm trở lại đây, đại dịch COVID-19 tạo nên mối đe dọa lớn đối với sức khỏe con người và gây ra những tác động tiêu cực đến kinh tế toàn cầu. Trong bối cảnh đó, các biện pháp giãn cách và hạn chế tiếp xúc được đặt ra nhằm ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh. Việc thực hiện những chính sách này đã thúc đẩy việc mua sắm trực tuyến và các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt.

Nhiều nghiên cứu nhằm tìm hiểu các nhân tố tác động đến ý định thanh toán không dùng tiền mặt trong bối cảnh COVID-19 của người tiêu dùng đã được thực hiện. Một số nghiên cứu chỉ ra rằng trong các nhân

tổ ảnh hưởng đến ý định sử dụng của người dùng, kỳ vọng hiệu suất, điều kiện thuận lợi, ảnh hưởng xã hội, bảo mật công nghệ, rủi ro COVID-19 là những yếu tố có tác động lớn nhất (Ida & cộng sự, 2019; Jung & cộng sự, 2020). Bên cạnh đó, một số nghiên cứu khác chỉ ra các nhân tố khác quyết định đến ý định sử dụng của người tiêu dùng như khả năng tương thích, tốc độ, sự điều tiết của Chính phủ (Felicia & cộng sự, 2020; Kamal & cộng sự, 2021).

Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) và Lý thuyết thống nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) là hai mô hình được sử dụng rộng rãi nhất khi tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến thanh toán bằng điện thoại và các ứng dụng công nghệ khác. Mô hình và các phương pháp trong nghiên cứu này được xây dựng dựa trên Lý thuyết thống nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT).

Hiện nay, hình thức thanh toán bằng điện thoại ngày càng được ưu tiên và trở nên phổ biến, đặc biệt là trong nhóm người trẻ. Tại Việt Nam, theo số liệu do Ngân hàng Nhà nước công bố, giá trị thanh toán bằng điện thoại đã tăng gần 90% trong 9 tháng đầu năm 2021, riêng thanh toán qua mã QR cũng tăng 130%. Với hơn 60% dân số sử dụng điện thoại thông minh, thanh toán qua đi động được kỳ vọng sẽ giúp đẩy nhanh quá trình thanh toán trực tuyến (Hoa Trà, 2021). Nghiên cứu này được thực hiện nhằm nhận diện những nhân tố tác động tới ý định sử dụng điện thoại trong thanh toán thích ứng với điều kiện đổi mới công nghệ trong bối cảnh Covid-19 tại Việt Nam. Trên cơ sở đó, nghiên cứu chỉ ra những điều kiện còn hạn chế, từ đó hỗ trợ các đơn vị cung cấp dịch vụ thanh toán trực tuyến có thêm thông tin để phát triển dịch vụ thanh toán này tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Ý định sử dụng và sự chấp nhận sử dụng thanh toán bằng điện thoại

Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại

“Ý định hành vi” là tính sẵn sàng của mỗi người khi thực hiện một hành vi quy định, là tiền đề trực tiếp dẫn tới hành vi (Fishbein, 1967). Quyết định của một cá nhân để tham gia vào một hành vi cụ thể dựa trên kết quả mà cá nhân mong đợi sẽ đến khi thực hiện hành vi đó.

Sự chấp nhận sử dụng thanh toán bằng điện thoại

Nhiều mô hình và cấu trúc khác nhau đã được phát triển để làm rõ sự chấp nhận của khách hàng đối với công nghệ mới và những mô hình này đưa ra các yếu tố có thể ảnh hưởng đến sự chấp nhận của khách hàng, chẳng hạn như TAM (Davis, 1989), lý thuyết khuếch tán đổi mới (DOI) (Rogers, 2003) và lý thuyết UTAUT (Venkatesh & cộng sự, 2003).

Mô hình UTAUT xác định bốn yếu tố quyết định chính đến ý định hành vi và việc sử dụng của người tiêu dùng: Kỳ vọng hiệu quả, Kỳ vọng nỗ lực, Ảnh hưởng xã hội, và Điều kiện thuận lợi. Mô hình UTAUT có các yếu tố ngoại vi ảnh hưởng đến ý định sử dụng (giới tính, tuổi tác, kinh nghiệm và tự nguyện sử dụng) và giải thích được 70% các trường hợp liên quan đến ý định sử dụng do đó mô hình đã được áp dụng trong nhiều lĩnh vực. Tuy nhiên, mô hình UTAUT cũng có góc nhìn hạn chế nhất định. Mô hình này tập trung vào niềm tin, nhận thức và ý định sử dụng của mỗi người tiêu dùng (Shachak & cộng sự, 2019). Do vậy, 3 yếu tố của mô hình UTAUT: Kỳ vọng hiệu quả, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi được sử dụng trong nghiên cứu này. Đồng thời, 3 yếu tố là Động lực thụ hưởng, Sự đổi mới và Bảo mật công nghệ bổ sung. Đây là những yếu tố có tác động đáng kể đến ý định sử dụng thanh toán di động (Hossain, 2019).

2.2. Nhân tố tác động đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại

Nhân tố 1: Kỳ vọng hiệu quả

Kỳ vọng hiệu quả diễn tả sự tin tưởng của người tiêu dùng khi sử dụng những công cụ, phát minh tân tiến đem đến hiệu quả về công việc cho họ. Những nghiên cứu trước đây cũng đã chỉ ra rằng kỳ vọng hiệu quả có ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thanh toán bằng điện thoại (Jung & cộng sự, 2020). Trên cơ sở đó, giả thuyết được xây dựng như sau:

H1: Kỳ vọng hiệu quả có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Nhân tố 2: Điều kiện thuận lợi

Điều kiện thuận lợi chỉ những điều kiện tốt về cơ sở hạ tầng để hỗ trợ sử dụng công nghệ đó một cách tốt nhất (Venkatesh & cộng sự, 2012). Mối quan hệ giữa điều kiện thuận lợi và ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại cũng đã được Oliveira & cộng sự (2016) chứng minh. Do đó, giả thuyết được thiết lập như sau:

H2: Điều kiện thuận lợi có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Nhân tố 3: Sự đổi mới

Sự đổi mới đề cập đến quá trình chấp nhận sử dụng sản phẩm mới và sự thay đổi của công nghệ sử dụng trong thanh toán qua điện thoại. Sự đổi mới có tác động đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại của những người tiêu dùng trẻ tuổi. Đồng thời, sự đổi mới ảnh hưởng tích cực đến quá trình sử dụng thanh toán bằng điện thoại tại Malaysia (Rahman & cộng sự, 2020). Do đó, giả thuyết tiếp theo được xây dựng như sau:

H3: Sự đổi mới có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Nhân tố 4: Bảo mật công nghệ

Bảo mật được coi như một trong những nhân tố nền tảng để khách hàng chấp nhận một phương thức thanh toán, khi sự chấp nhận này diễn ra liên tục sẽ khuyến khích tính liên tục của ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong tương lai (Zhang & cộng sự, 2012). Do đó, giả thuyết tiếp theo sẽ là:

H4: Bảo mật công nghệ có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Nhân tố 5: Ảnh hưởng xã hội

Ảnh hưởng xã hội được định nghĩa là suy nghĩ, quan điểm và ý định hành động của cá nhân bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài (Ajzen, 1991). Theo những nghiên cứu trước đây, những quảng cáo trong những ứng dụng điện thoại sẽ có lợi thế tiếp cận đến ý định sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng. Những khách hàng tiếp cận những quảng cáo này sẽ tìm hiểu sản phẩm này thông qua Internet hoặc trao đổi với bạn bè, từ đó họ sẽ dần dần chấp nhận việc sử dụng sản phẩm. Như vậy, ảnh hưởng xã hội có thể ảnh hưởng đến ý định sử dụng điện thoại (Zhang & cộng sự, 2012). Dựa trên cơ sở này, giả thuyết tiếp theo được đề xuất:

H5: Ảnh hưởng xã hội có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Nhân tố 6: Động lực thụ hưởng

Động lực thụ hưởng là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định việc sử dụng thanh toán bằng điện thoại của người tiêu dùng (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2019) và là nhân tố quan trọng của việc tiếp nhận công nghệ mới của người tiêu dùng cuối cùng trong lĩnh vực thương mại bán hàng đa kênh (Juaneda-Ayensa & cộng sự, 2016) và thương mại di động (Zhang & cộng sự, 2012). Ở đây, mô hình UTAUT sẽ được áp dụng để tìm hiểu mối tương quan giữa động lực thụ hưởng và ý định sử dụng:

H6: Động lực thụ hưởng có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Nhân tố 7: Chính sách chính phủ

Theo lý thuyết quản lý rủi ro và chính sách công, Chính phủ có vai trò rất quan trọng trong quản lý vĩ mô, ban hành những chính tác động tới tổng thể nền kinh tế. Những chính sách tác động tới hệ thống tài chính giúp tạo ra sự gắn kết giữa hoạt động thanh toán với các cá nhân và doanh nghiệp. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng chịu trách nhiệm trước những vấn đề về sức khỏe với người dân (Sheikh & cộng sự, 2020). Vì vậy, trong bối cảnh COVID-19, Chính phủ cần có những chính sách khuyến khích thanh toán bằng điện thoại nhằm hạn chế sự lây lan dịch bệnh thông qua tiếp xúc và khuyến khích các hoạt động nghiên cứu, phát minh công nghệ mới để tạo sự dễ dàng, tiện ích và an toàn khi thanh toán bằng điện thoại. Dựa trên cơ sở đó, các giả thuyết được xây dựng như sau:

H7.1: Chính sách chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

H7.2: Chính sách chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến Kỳ vọng hiệu quả.

H7.3: Chính sách chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến Điều kiện thuận lợi.

H7.4: Chính sách chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến Sự đổi mới.

H7.5: Chính sách chính phủ có ảnh hưởng tích cực đến Bảo mật công nghệ.

Nhân tố 8: COVID-19

Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, để hạn chế lây nhiễm bằng giãn cách xã hội được thực hiện. Phương thức thanh toán bằng điện thoại ra đời đáp ứng đòi hỏi tất yếu của môi trường xã hội. Người dân sẽ kỳ vọng cao vào mức hiệu quả của thanh toán di động. Patil & cộng sự (2020) đã xác định điều kiện thuận lợi ảnh hưởng đến thái độ của khách hàng. Vì vậy, Sự đổi mới về các tính năng của thanh toán bằng điện thoại sẽ được chú trọng và cải tiến để giao dịch được diễn ra an toàn. Các giả thuyết được xây dựng như sau:

H8.1: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

H8.2: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Chính sách chính phủ.

H8.3: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Kỳ vọng hiệu quả.

H8.4: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Điều kiện thuận lợi.

H8.5: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Sự đổi mới.

H8.6: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Bảo mật công nghệ.

H8.7: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Ảnh hưởng xã hội.

H8.8: COVID-19 có ảnh hưởng tích cực đến Động lực thụ hưởng.

Bên cạnh các yếu tố tác động tới ý định thanh toán bằng điện thoại, Khu vực địa lý tác động đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại gián tiếp thông qua việc điều chỉnh mức độ ảnh hưởng của các nhân tố chính tới ý định. Mặc dù các tỉnh, thành phố thuộc cùng lãnh thổ Việt Nam, song vẫn có khác biệt về đặc tính địa lý, phong cách sống và trình độ phát triển công nghệ. Khu vực sinh sống ảnh hưởng một phần đến thái độ và hành vi tiêu dùng (Kotler, 2012). Trong bối cảnh đại dịch COVID-19, biến điều tiết khu vực địa lý sẽ được đo lường tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại:

H9.1: Tác động của Kỳ vọng hiệu quả lên Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi Khu vực địa lý.

H9.2: Tác động của Điều kiện thuận lợi lên Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi Khu vực địa lý.

H9.3: Tác động của Sự đổi mới lên Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi Khu vực địa lý.

H9.4: Tác động của Bảo mật công nghệ lên Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi Khu vực địa lý.

H9.5: Tác động của Ảnh hưởng xã hội lên Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi Khu vực địa lý.

H9.6: Tác động của Động lực thụ hưởng lên Ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi Khu vực địa lý.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở các giả thuyết nghiên cứu, mô hình nghiên cứu được phát triển từ mô hình UTAUT để đánh giá tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19. Mô hình nghiên cứu được phát triển và bổ sung 2 nhóm biến về “*Sự đổi mới*” và “*Bảo mật công nghệ*” để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu, đặc biệt là sự đổi mới công nghệ trong bối cảnh COVID-19 tại Việt Nam.

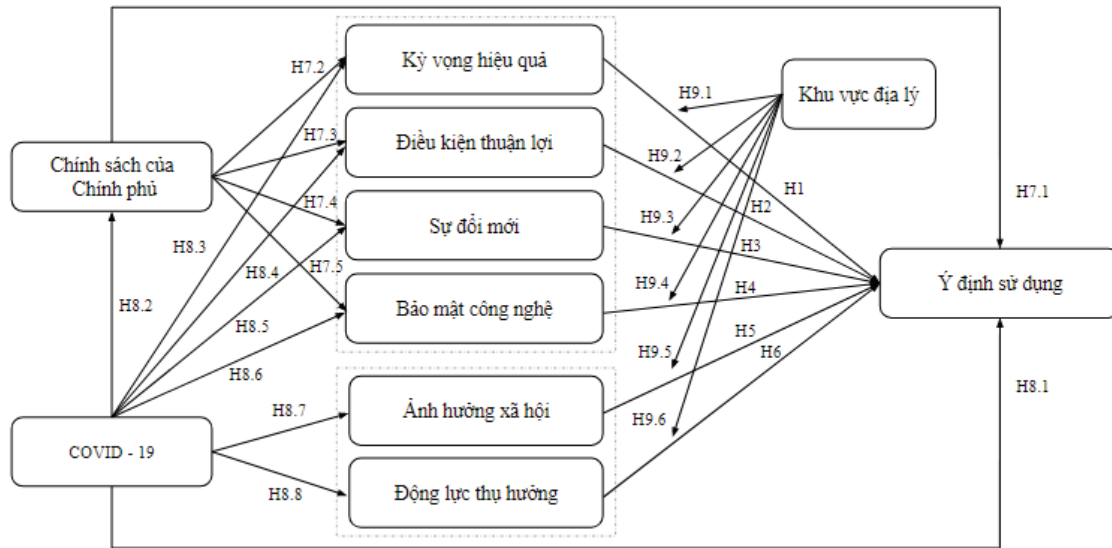
3.2. Thang đo các biến số nghiên cứu

Các biến được sử dụng trong nghiên cứu bao gồm: Kỳ vọng hiệu quả (PE), Điều kiện thuận lợi (FC), Sự đổi mới (IN), Bảo mật công nghệ (TS), Ảnh hưởng xã hội (SI), Động lực thụ hưởng (HM), Chính sách của Chính phủ (GO), Dịch bệnh COVID-19, Ý định sử dụng (BI). Thang đo các biến số nghiên cứu được trình bày trong Phụ lục 1.

3.3. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được khảo sát từ hơn 300 đối tượng ở các lứa tuổi và các tỉnh thành tại Việt Nam từ ngày 5 tháng 1 năm 2022 đến ngày 1 tháng 3 năm 2022. Khảo sát được thực hiện bằng bảng hỏi theo thang đo Likert 5 từ

Hình 1: Mô hình nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19



Nguồn: Nhóm nghiên cứu năm 2022.

“hoàn toàn không đồng ý” đến “hoàn toàn đồng ý” và được thu thập trên các nền tảng mạng xã hội, nhóm truyền thông theo hình thức trực tuyến.

Theo kết quả khảo sát, với hơn 300 mẫu điều tra thu được, những quan sát bao gồm 2 nhóm tuổi: 18-25 tuổi (71,1%) và trên 35 tuổi (17,61%). Phần lớn người tham gia khảo sát có trình độ đại học và sau đại học với tỷ trọng là 76,08%. Khu vực sinh sống của người được khảo sát được phân bố ở các tỉnh thành, khu vực chiếm tỷ trọng cao nhất là ở Hà Nội với 43,85%.

3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu

Kiểm định Cronbach's Alpha được sử dụng để đánh giá mức độ tin cậy của thang đo đối với các câu hỏi trọng tâm của nghiên cứu, kết hợp với hệ số tương quan biến tổng để tiến hành loại bỏ biến quan sát không phù hợp trong mô hình.

Sau khi thực hiện loại bỏ biến không phù hợp, phân tích nhân tố khám phá (EFA) bằng phương pháp sử dụng ma trận xoay. Trị số KMO (Kraiser-Meyer-Olkin) và kiểm định Bartlett được sử dụng đánh giá việc sử dụng phân tích nhân tố là phù hợp, các biến quan sát có sự tương quan với nhau về tổng thể.

Từ đó, phân tích hồi quy tuyến tính được thực hiện để kiểm định giả thuyết ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại, phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng với phương pháp tổng bình phương nhỏ nhất cùng độ tin cậy 95%.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy biến “Sự đổi mới” không đáp ứng đủ điều kiện có thang đo tin cậy nên nhân tố này bị loại bỏ. Bảng 1 cũng cho thấy các nhân tố còn lại trong mô hình phân tích có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6. Do đó, những thang đo này được đánh giá tốt.

Kết quả kiểm định cũng cho thấy tất cả các biến quan sát có hệ số tương quan biến - tổng lớn hơn 0,35. Vì vậy, thang đo được đánh giá là đạt tiêu chuẩn về độ tin cậy, trừ sự đổi mới (Xem Bảng 1).

Phân tích nhân tố tác động tới Ý định sử dụng thanh toán qua điện thoại bằng phân tích EFA. Phương pháp phân tích nhân tố thích hợp với dữ liệu đã được thu thập với hệ số KMO = 0,9261 (lớn hơn 0,9). Kết quả ước lượng cũng cho thấy tất cả các biến được sử dụng trong mô hình phân tích đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,35. Các biến này đều có ý nghĩa phân tích.

Bảng 1: Tổng hợp kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha

Nhân tố	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
Kỳ vọng hiệu quả	7	0,9300	0,7178
Điều kiện thuận lợi	3	0,8713	0,8716
Bảo mật công nghệ	4	0,8892	0,733
Ảnh hưởng xã hội	4	0,8349	0,6207
Động lực thụ hưởng	5	0,8739	0,6587
Chính sách của Chính phủ	6	0,9223	0,7367
Dịch bệnh COVID-19	3	0,9111	0,7976
Ý định sử dụng	4	0,9022	0,7314

Nguồn: Nhóm nghiên cứu năm 2022.

Mô hình không mắc khuyết tật đa cộng tuyến và phương sai sai số thay đổi. Các biến độc lập trong mô hình không có tương quan chặt, mạnh với nhau, sai số chuẩn của các hệ số nhỏ và các ước lượng chính xác hơn với hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến nhỏ hơn 2 và ước lượng P-value là 0,2479 (lớn hơn 0,1). Kết quả phân tích hồi quy mô hình tại Bảng 2.

Bảng 2: Kết quả phân tích hồi quy nhân tố tác động tới ý định thanh toán bằng điện thoại

Nhân tố tác động	Coef,	Std, Err,	t	P-value
Kỳ vọng hiệu quả	0,0835632	0,0427264	1,96	0,052
Điều kiện thuận lợi	0,3439569	0,0488636	7,04	0,000
Bảo mật công nghệ	0,0623002	0,043689	1,43	0,155
Ảnh hưởng xã hội	0,0407658	0,0365017	-1,12	0,265
Động lực hưởng thụ	0,3024253	0,0493135	6,13	0,000
Chính sách chính phủ	0,1247758	0,0566652	2,20	0,029
Dịch bệnh COVID-19	0,1793295	0,0395043	4,54	0,000

Nguồn: Nhóm nghiên cứu năm 2022.

Bảng 2 cho thấy các biến Điều kiện thuận lợi, Động lực thụ hưởng, Dịch bệnh COVID-19 và Chính sách của Chính phủ có tác động thuận chiều, tương quan có ý nghĩa tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19. Theo đó, phương trình nhân tố tác động tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại, như sau:

$$BI = -0,17 + 0,33 FC + 0,32 HM + 0,16 CO + 0,14 GO$$

Như vậy, kết quả nghiên cứu cho thấy có 4 nhóm nhân tố ảnh hưởng tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19 là: Điều kiện thuận lợi với hệ số Beta là 0,33; Động lực thụ hưởng với hệ số Beta là 0,32; Dịch bệnh COVID-19 với hệ số Beta là 0,16; và Chính sách của Chính phủ với hệ số Beta là 0,14.

Xét về địa bàn sinh sống, trong tất cả 37 tỉnh/thành phố của người tham gia khảo sát, giá trị P-value > 0,05, những con số này cho biết ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại là như nhau ở các tỉnh/thành phố của những người được khảo sát.

4.2. Thảo luận về kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại bị ảnh hưởng bởi 4 nhân tố theo mức độ giảm dần là Điều kiện thuận lợi, Động lực thụ hưởng, COVID-19 và Chính sách của chính phủ. Các nhân tố Kỳ vọng hiệu quả, Sự đổi mới, Bảo mật công nghệ, Ảnh hưởng xã hội không có tác động tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại. Điều này trái ngược với các nghiên cứu trước đây chúng tôi đã thảo luận. Sự khác biệt này xuất phát từ tác động của yếu tố COVID-19.

Thứ nhất, điều kiện thuận lợi ảnh hưởng tích cực tới ý định sử dụng thanh toán di động. Điều này nhất quán với nghiên cứu của Alshehri & cộng sự (2019), Ariffin & cộng sự, (2020), Patil & cộng sự (2020), cho thấy rằng giới trẻ trong bối cảnh COVID-19 càng có nhiều điều kiện thuận lợi như sự sẵn có của các thiết bị (điện thoại, 4G,...), kiến thức cần thiết về thanh toán bằng điện thoại và sự hỗ trợ của hệ thống thanh toán thì họ càng sẵn sàng chấp nhận sử dụng thanh toán bằng điện thoại.

Thứ hai, ảnh hưởng của động lực thụ hưởng đến ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại là cùng chiều. Kết quả nghiên cứu đạt sự thống nhất với nghiên cứu của Salimon & cộng sự (2017), Sivathanu's (2018) khi chỉ ra rằng động lực thụ hưởng tác động đáng kể tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại. Phát hiện này thể hiện người sử dụng càng cảm thấy hài lòng thì họ sẽ dễ có ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19.

Thứ ba, dịch bệnh COVID-19 có tác động đáng kể tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại. Khi người dùng bị hạn chế trong việc mua sắm trực tiếp và có nhiều mối lo sợ về rủi ro lây nhiễm dịch bệnh thông qua giao dịch tiền mặt, họ sẽ thay đổi phương thức thanh toán từ trực tiếp sang trực tuyến. Những người tiêu dùng trẻ cũng dễ dàng đón nhận những thay đổi và cập nhật công nghệ tốt hơn. Họ sẵn sàng thay đổi thói quen khi các phương thức thanh toán mới trở nên thuận tiện hơn và dễ dàng đáp ứng nhu cầu hơn nhất là trong giai đoạn đại dịch COVID-19 bùng phát.

Thứ tư, chính sách chính phủ có tác động tới ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại. Điều này cũng được đề cập trong một số nghiên cứu trước đây của Nathan (2017), Nishimura (2020). Sự tin tưởng dành cho chính phủ là điều kiện để người dân sử dụng thanh toán bằng điện thoại thông qua những chính sách, chủ trương hỗ trợ và phát triển phương thức thanh toán này. Chính phủ càng tạo ra được niềm tin về sự an toàn khi sử dụng phương thức thanh toán bằng điện thoại thì người tiêu dùng càng có ý định sử dụng mạnh mẽ hơn.

Qua kết quả nghiên cứu, có thể thấy ý định sử dụng thanh toán bằng điện thoại của người trẻ trong bối cảnh COVID-19 không bị tác động bởi sự cải thiện hiệu suất làm việc, sự đổi mới và bảo mật dữ liệu riêng tư của công nghệ và ảnh hưởng xã hội. Một trong những nguyên nhân chủ yếu đó là người trẻ có khả năng học hỏi nhanh và thích ứng tốt với những đổi mới công nghệ. Họ sẵn sàng trải nghiệm những công nghệ mới đặc biệt là trong bối cảnh COVID-19.

5. Kết luận và khuyến nghị chính sách

5.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy dịch bệnh COVID-19 có tác động thúc đẩy việc thanh toán không dùng tiền mặt, đồng thời thúc đẩy các ứng dụng công nghệ trong thanh toán ra đời, đặc biệt là thanh toán trên nền tảng của điện thoại. Sự kết hợp của Điều kiện thuận lợi và Động lực thụ hưởng có tác động khá mạnh mẽ tới việc sử dụng điện thoại trong thanh toán. Bên cạnh đó, khi Chính sách của Chính phủ hỗ trợ tốt hơn cũng là động lực thúc đẩy các nền tảng ứng dụng công nghệ trong thanh toán ra đời. Đây là điều kiện đủ để thanh toán không dùng tiền mặt phát triển tại Việt Nam, trong đó có thanh toán bằng điện thoại.

Nghiên cứu này chủ yếu tập trung khảo sát ý định sử dụng dịch vụ trong thanh toán của giới trẻ tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy thay đổi thói quen thanh toán trong tiêu dùng của giới trẻ cũng sẽ dễ dàng hơn khi họ có khả năng thích ứng và đáp ứng đổi mới công nghệ tốt hơn. Khi đủ các điều kiện cần và đủ thì phương thức thanh toán bằng điện thoại sẽ tiếp tục phát triển hơn nữa tại Việt Nam. Trên cơ sở này, thanh toán không dùng tiền mặt được đẩy nhanh quá trình và trở nên phổ biến tại Việt Nam trong tương lai gần.

Một số hạn chế nghiên cứu: Một trong hạn chế lớn nhất của nghiên cứu là khảo sát dữ liệu và thanh toán bằng di động tập trung vào giới trẻ. Nghiên cứu sẽ toàn diện hơn khi quy mô mẫu được mở rộng và đánh giá so sánh sự chấp nhận sử dụng dịch vụ thanh toán bằng di động theo các độ tuổi.

5.2. Khuyến nghị

Trên cơ sở những kết quả kiểm định từ số liệu khảo sát, một số hàm ý về chính sách được đề xuất đối với các nhà cung cấp dịch vụ và Chính phủ nhằm thúc đẩy ý định của người tiêu dùng trong việc lựa chọn sử dụng thanh toán qua điện thoại. Cụ thể:

Trong nghiên cứu này, kết quả cho thấy Điều kiện thuận lợi và Động lực thụ hưởng có tác động đến quyết định sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong bối cảnh COVID-19. Vì vậy, các nhà cung cấp dịch vụ cần tập trung duy trì, phát triển và đổi mới các dịch vụ nhằm nâng cao trải nghiệm của người dùng khi sử dụng thanh toán qua điện thoại. Các ứng dụng, trang web cho phép thanh toán trực tuyến cần được thiết kế đơn giản, dễ sử dụng và giảm các sự cố gây ra sự không hài lòng cho khách hàng. Bên cạnh đó, nhiều chương trình ưu

đãi cũng nên được bổ sung để thu hút sự chú ý và thúc đẩy quyết định sử dụng của người dùng. Các ngân hàng, tổ chức tín dụng và các nhà cung cấp dịch vụ công nghệ tài chính có thể liên kết tạo thành hệ thống thanh toán trực tuyến nhằm mang đến sự tiện lợi và đa dạng hoá lựa chọn cho khách hàng.

Kết quả nghiên cứu này cũng cho thấy COVID-19 và chính sách của Chính phủ cũng là các nhân tố tác động đến ý định sử dụng thanh toán qua di động. Để thúc đẩy các hình thức thanh toán bằng điện thoại tại Việt Nam, Chính phủ cần xây dựng cơ sở hạ tầng tài chính và hành lang pháp lý cần thiết cho sự tồn tại và phát triển của các dịch vụ thanh toán trực tuyến. Các thủ tục hành chính cần được rút gọn để tiết kiệm thời gian và công sức của doanh nghiệp, Chính phủ trong quá trình đưa các dịch vụ tài chính trực tuyến vào sử dụng. Chính phủ cũng nên xem xét ban hành các chính sách khuyến khích cạnh tranh và phát triển, hỗ trợ vốn vay cho các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ tài chính. Ngoài ra, Chính phủ cũng cần có các biện pháp quản lý nhằm đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng. Đồng thời, tuyên truyền nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về thanh toán qua điện thoại thông qua các phương tiện truyền thông như mạng xã hội, kênh truyền hình, báo chí.

Phụ lục 1: Thiết kế thang đo

Ký hiệu	Biến quan sát	Nguồn
Thang đo Kỳ vọng hiệu quả		Ahmad & cộng sự (2021), Kamal & cộng sự (2021).
PE1	Tôi sẽ thực hiện các hoạt động chuyển tiền, mua sắm... dễ dàng hơn khi thanh toán bằng điện thoại	
PE2	Tôi sẽ tiết kiệm thời gian khi thực hiện thanh toán bằng điện thoại	
PE3	Tôi tin rằng thanh toán bằng điện thoại là một dịch vụ hữu ích cho các hoạt động hàng ngày	
PE4	Những lựa chọn tiêu dùng của tôi được cải thiện hơn nhờ thanh toán bằng điện thoại	
PE5	Sử dụng thanh toán bằng di động tiện lợi hơn so với các phương thức thanh toán truyền thống (tiền mặt/giao dịch trực tiếp)	
PE6	Sử dụng thanh toán bằng di động tiện lợi hơn so với các phương thức thanh toán truyền thống (tiền mặt/giao dịch trực tiếp)	
PE7	Hiệu suất làm việc của tôi sẽ được cải thiện nhờ thanh toán bằng điện thoại	
Thang đo Điều kiện thuận lợi		
FC1	Tôi có các điều kiện cần thiết (điện thoại thông minh, wifi, 4G...) để sử dụng thanh toán bằng điện thoại	
FC2	Tôi có hiểu biết về thanh toán bằng điện thoại	
FC3	Thanh toán bằng điện thoại phù hợp với các hệ thống/ứng dụng mà tôi sử dụng	
FC4	Tôi sẽ dễ dàng nhận được sự giúp đỡ từ người khác nếu cảm thấy khó khăn khi thanh toán bằng điện thoại	
Thang đo Sự đổi mới		
IN1	Tôi thường là người đầu tiên thử công nghệ mới trước những người khác	
IN2	Tôi thường do dự khi quyết định thay đổi các thói quen sử dụng các dịch vụ thanh toán	
IN3	Công nghệ mới sẽ tạo ra nhiều tiện ích trong cuộc sống	
IN4	Nếu tôi nghe nói về cơ chế giao dịch mới như hệ thống thanh toán di động, tôi sẽ tìm cách thử nghiệm với nó	
IN5	Tôi sẽ tìm cách thử nghiệm hệ thống thanh toán bằng điện thoại di động nếu có nhà cung cấp dịch vụ này	
Thang đo Bảo mật công nghệ		
TS1	Sử dụng thanh toán bằng điện thoại di động sẽ hạn chế được nguy cơ lạm dụng thông tin sử dụng (ví dụ: tên của đối tác, số tiền giao dịch...)	
TS2	Sử dụng thanh toán bằng điện thoại di động sẽ hạn chế nguy cơ lạm dụng thông tin thanh toán (ví dụ: số thẻ tín dụng, dữ liệu tài khoản ngân hàng...)	

TS3	Tôi thấy an toàn khi thực hiện giao dịch bằng các phương tiện thanh toán di động
TS4	Tôi tin rằng các giao dịch trực tuyến sử dụng dịch vụ thanh toán di động là đáng tin cậy

Thang đo Ảnh hưởng xã hội

SI1	Tôi thích dùng thanh toán bằng điện thoại di động để thực hiện các hoạt động tài chính trực tuyến cùng bạn bè
SI2	Những người sử dụng thanh toán bằng điện thoại xung quanh tôi có uy tín hơn những người không sử dụng
SI3	Những người nổi tiếng có thể ảnh hưởng đến hành vi của tôi trong việc sử dụng thanh toán bằng điện thoại
SI4	Người thân trong gia đình có thể ảnh hưởng đến hành vi của tôi trong việc sử dụng thanh toán bằng điện thoại
SI5	Bạn bè / đồng nghiệp có thể ảnh hưởng đến hành vi của tôi trong việc sử dụng thanh toán bằng điện thoại

Thang đo Động lực thụ hưởng

HM1	Tôi hài lòng với việc sử dụng điện thoại để thanh toán
HM2	Sử dụng thanh toán bằng điện thoại rất thú vị
HM3	Tôi cảm thấy tốt khi sử dụng thanh toán không tiền mặt
HM4	Tôi thấy vui khi nhận được những chương trình giảm giá qua những ứng dụng thanh toán di động (Momo, Viettelpay...)
HM5	Tôi thấy rất thú vị khi tặng và được tặng những khoản tiền thông qua các ứng dụng thanh toán di động (ví dụ: lì xì momo, ...)

Thang đo Chính sách chính phủ

GO1	Chính phủ ủng hộ cho việc phát triển thanh toán bằng điện thoại di động
GO2	Chính phủ có những biện pháp truyền thông thúc đẩy thanh toán bằng điện thoại di động
GO3	Chính phủ có các chính sách hỗ trợ cho thanh toán bằng điện thoại là điều quan trọng
GO4	Chính phủ ban hành luật và các quy định hỗ trợ thúc đẩy cho thanh toán bằng điện thoại
GO5	Chính phủ có các chính sách kiểm soát hoạt động thanh toán qua điện thoại
GO6	Chính phủ có các chính sách khuyến khích giao dịch thanh toán qua điện thoại

Thang đo Dịch bệnh COVID-19

CO1	Tôi sợ nhiễm Covid-19 khi sử dụng tiền mặt và những dịch vụ tài chính có tiếp xúc trực tiếp với người khác
CO2	Tôi cảm thấy rủi ro khi thực hiện các giao dịch thanh toán bằng tiền mặt và các dịch vụ tài chính có tiếp xúc trực tiếp trong giai đoạn COVID-19
CO3	Tôi lo lắng những rủi ro nhiễm vi-rút corona khi giao dịch bằng tiền mặt và những phương thức thanh toán có tiếp xúc trực tiếp
CO4	Tôi tin rằng thanh toán bằng điện thoại sẽ trở thành một xu hướng tích cực kể từ khi đại dịch COVID-19 diễn ra

Thang đo Ý định sử dụng

BI1	Tôi sẽ sử dụng các phương tiện thanh toán bằng điện thoại nếu tôi có thể dễ dàng truy cập các ứng dụng này
BI2	Tôi sẽ luôn luôn sử dụng thanh toán bằng điện thoại trong cuộc sống hàng ngày
BI3	Tôi dự định sử dụng thanh toán bằng điện thoại di động trong thời gian sắp tới
BI4	Tôi nghĩ mình sẽ tiếp tục sử dụng thanh toán bằng điện thoại di động
BI5	Tôi sẽ giới thiệu bạn bè của mình sử dụng thanh toán di động

Nguồn: Nhóm nghiên cứu năm 2022.

Tài liệu tham khảo

- Ahmad, D., Csaba, L. & Judit, S. (2021), 'FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment', *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 1-12.
- Ajzen, I. (1991), 'The theory of planned behavior', *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Alshehri, A., Rutter, M.J. & Smith, S. (2019), 'An implementation of the UTAUT model for understanding students' perceptions of learning management systems: A study within tertiary institutions in Saudi Arabia', *International Journal of Distance Education Technologies (IJDET)*, 17(3), 1-24.
- Ariffin, N.H.M., Ahmad, F. & Haneef, U.M. (2020), 'Acceptance of mobile payments by retailers using UTAUT model', *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 19(1), 149-155.
- Boonsiritomachai, W. & Pitchayadejanant, K. (2019), 'Determinants affecting mobile banking adoption by generation Y based on the unified theory of acceptance and use of technology model modified by the technology acceptance model concept', *Kasetsart Journal of Social Sciences*, xxx, 1-10.
- Davis, F. (1989), 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly*, 13, 319-340.
- Felicia, W., Oktaviani, M.G., Audian, V.V. & Gunadi, W. (2020), 'Factors influencing consumers' continuance intention to use mobile payments in Indonesia', *Psychology and Education Journal*, 57(9) 2393-2301.
- Fishbein, M. (1967), 'Attitude and the prediction of behavior', in *Readings in attitude theory and measurement*, Fishbein, M. (Ed.), New York: John Wiley, 477-492.
- Hoa Trà (2021), *Thanh toán qua di động tăng gần 90%*, truy cập ngày 12 tháng 3 năm 2022, từ <<https://vtv.vn/kinh-te/thanh-toan-qua-di-dong-tang-gan-90-20211129091425546.htm>>
- Hossain, M.A. (2019), 'Security perception in the adoption of mobile payment and the moderating effect of gender', *PSU Research Review*, 3(3), 179-190.
- Ida, R., Arinal, M., Ayatullah, M.M. & Nelia, F.S. (2019), 'Critical factor of mobile payment acceptance in millennial generation: Study on the UTAUT model', *Atlantis Press*, 306, 1-5.
- Juaneda-Ayensa, E., Mosquera, A. & Sierra Murillo, Y. (2016), 'Omnichannel customer behavior: key drivers of technology acceptance and use and their effects on purchase intention', *Frontiers in psychology*, 7, p.1117.
- Jung, J.H., Kwon, E. & Kim, D.H. (2020), 'Mobile payment service usage: US consumers' motivations and intentions', *Computers in Human Behavior Reports*, 1, p.100008.
- Kamal, A.A.S., Lan, J., Hongzhen, L., Ru, L., Yuanxin, O. & Wenge, R. (2021), 'User trust levels and adoption of mobile payment systems in China: An empirical analysis', *SAGE Journals*, 11(4), 1-16.
- Kotler, P.K.K.L. (2012), *Marketing management*, 14th edition, Prentice Hall, USA.
- Nathan, A. J. (2017), 'China's changing of the guard: Authoritarian resilience', *Critical Readings on the Communist Party of China*, 4, 86-99.
- Nishimura, Y. (2020), 'New normal and new economy: a new growth engine for China', *International Journal of Economic Policy Studies*, 14(2), 301-312.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G. & Campos, F. (2016), 'Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology', *Computers in human behavior*, 61, 404-414.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N.P. & Raghavan, V. (2020), 'Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal', *International Journal of Information Management*, 54, p.102144.
- Rahman, M., Ismail, I. & Bahri, S. (2020), 'Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia', *Digital Business*, 1(1), p.100004.
- Rogers, E.M. (2003), *Diffusion of innovations*, 5th edition, New York: Free Press, New York, USA.
- Salimon, M.G., Yusoff, R.Z.B. & Mokhtar, S.S.M. (2017), 'The mediating role of hedonic motivation on the relationship

-
- between adoption of e-banking and its determinants', *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 558-582.
- Shachak, A., Kuziemsky, C. & Petersen, C. (2019), 'Beyond TAM and UTAUT: Future directions for HIT implementation research', *Journal of biomedical informatics*, 100, p.103315.
- Sheikh, K., Sriram, V., Rouffy, B., Lane, B., Soucat, A. & Bigdeli, M. (2020), 'Governance roles and capacities of ministries of health: A multidimensional framework', *International Journal of Health Policy and Management*, 10(10), 1-7.
- Sivathanu, B. (2018), 'Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study', *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143-171.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B. & Davis, F.D. (2003), 'User acceptance of information technology: Toward a unified view', *MIS quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y. & Xu, X. (2012), 'Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology', *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.
- Zhang, L., Zhu, J. & Liu, Q. (2012), 'A meta-analysis of mobile commerce adoption and the moderating effect of culture', *Computers in human behavior*, 28(5), 1902-1911.