



Working Paper 2021.1.5.04
- Vol 1, No 5

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG ĐIỀU TIẾT CỦA YẾU TỐ NHÂN KHẨU HỌC ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI VIỆT NAM

Bùi Thị Hà Trang¹

Sinh viên K56 Tài chính Quốc tế - Khoa Tài chính ngân hàng
Trường Đại học Ngoại Thương, Hà Nội, Việt Nam

Nguyễn Thị Hà Thanh

Giảng viên bộ môn Tiền tệ Ngân hàng - Khoa Tài chính ngân hàng
Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng cá nhân Việt Nam, trong đó tập trung xem xét tác động điều tiết của các yếu tố nhân khẩu học, từ đó đề xuất khuyến nghị, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của ví điện tử tại Việt Nam. Trên cơ sở lý thuyết về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) được xây dựng bởi Venkatesh & cộng sự (2003), bài nghiên cứu đã xây dựng mô hình định lượng dựa trên dữ liệu thu thập được từ 349 phiếu khảo sát khách hàng cá nhân tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy bốn nhân tố ảnh hưởng tới ý định lựa chọn sử dụng ví điện tử của người dùng bao gồm: Hiệu quả kỳ vọng, Nỗ lực kỳ vọng, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi. Bài nghiên cứu cũng chứng minh được hai yếu tố nhân khẩu học là Giới tính và Độ tuổi có tác động điều tiết trong các mối quan hệ giữa các nhân tố với Ý định sử dụng ví điện tử. Trong đó, Giới tính có tác động điều tiết trong tất cả các mối quan hệ, còn Độ tuổi điều tiết mối quan hệ giữa Ảnh hưởng xã hội và Ý định sử dụng ví điện tử.

Từ khóa: Ví điện tử, Ý định hành vi, UTAUT

ANALYZING THE MODERATION EFFECT OF DEMOGRAPHIC FACTORS ON INDIVIDUAL CUSTOMER'S INTENTION TO USE E-WALLET IN VIETNAM

Abstract

The study aims to find out the factors affecting the intention to use e-wallets of individual customers in Vietnam, focusing on examining the moderating impact of demographic factors, thereby proposing recommendations and solutions to improve the efficiency of the e-wallet market performance in Vietnam. On the basis of the theory of technology acceptance and use (UTAUT) developed by Venkatesh *et al.* (2003), the study has built a quantitative model based on data collected from 349 surveyed individual customers in Vietnam. Research results show that four factors affect users' intention to choose to use e-wallets: Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence,

¹ Tác giả liên hệ, Email: k56.1713310156@ftu.edu.vn

Facilitating conditions. The study also proves that two demographic factors, Gender and Age, have a moderating effect in the relationship between these factors and Intent to use e-wallets. Gender has a moderating effect in all relationships, and Age moderates the relationship between Social Influence and Intent to use e-wallets.

Key words: E-wallet, Intention to use, UTA.

1. Giới thiệu

Trong thời đại công nghiệp 4.0, phương thức thanh toán dựa trên nền tảng tài chính công nghệ (Financial Technology - Fintech) đang trên đà phát triển và trở thành một trong những xu hướng mới trên thị trường. Bắt đầu từ những năm 2007, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã bắt đầu cấp phép hoạt động cho loại hình ví điện tử, tuy nhiên phải đến giai đoạn từ năm 2019, ví điện tử mới có tốc độ phát triển vượt trội. Theo thống kê của Vụ Thanh toán Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, tính đến tháng 4 năm 2021, trên cả nước có tổng cộng 43 công ty được Ngân hàng Nhà nước cấp giấy phép hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán trong đó có 37 công ty cung cấp dịch vụ ví điện tử.

Theo báo cáo thống kê của Appota năm 2021, tới cuối tháng 06/2020, 70% dân số Việt Nam sở hữu điện thoại di động, trong đó 95% sử dụng internet qua điện thoại di động. Nhóm tuổi sử dụng internet lớn nhất là nhóm tuổi từ 15-34 tuổi, chiếm hơn 50% số lượng người sử dụng internet trên toàn quốc. Có thể thấy thị trường Việt Nam là một thị trường tiềm năng cho sự phát triển của ví điện tử, bởi vì nhóm người trẻ là nhóm người rất dễ dàng tiếp cận và chấp nhận sử dụng công nghệ mới.

Tuy nhiên, trong quan điểm lựa chọn sử dụng sản phẩm công nghệ, mỗi thế hệ, độ tuổi lại có nhiều quan điểm khác nhau. Người lớn tuổi có thể cảm thấy khó khăn trong việc học cách sử dụng ví điện tử trong khi người trẻ lại dễ dàng chấp nhận phương thức thanh toán này. Bài nghiên cứu sẽ tìm hiểu các nhân tố tác động đến ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng cá nhân tại Việt Nam, trong đó tập trung vào yếu tố nhân khẩu học để tìm hiểu rõ hơn tình hình sử dụng ví điện tử hiện nay, qua đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả khi sử dụng dịch vụ này.

2. Tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến đề tài

Bằng việc áp dụng các mô hình lý thuyết về hành vi như Thuyết hành động hợp lý TRA của Ajzen và Fishbein (1975), Lý thuyết hành vi dự định TPB của Ajzen (1991), Mô hình chấp nhận công nghệ TAM của Davis và cộng sự (1989), Lý thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ UTAUT của Venkatesh và cộng sự (2003), các nghiên cứu trên thế giới chỉ ra được nhiều kết quả như nghiên cứu của Wang và Yi (2012) cho kết quả hai yếu tố Hiệu quả kỳ vọng và Nỗ lực kỳ vọng có tác động tới ý định sử dụng phương thức thanh toán di động của người tiêu dùng. Madan và Yadav (2016) chứng minh được 7 yếu tố ảnh hưởng tích cực tới ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng, cụ thể là Hiệu quả kỳ vọng, Ảnh hưởng xã hội, Điều kiện thuận lợi, Giá trị cảm nhận, Sự tin tưởng, Sự hỗ trợ của hệ thống và Các chương trình khuyến mãi. Trivedi (2016) đã chỉ ra Nhận thức sự hữu ích và Nhận thức tính dễ sử dụng là hai yếu tố tác động mạnh nhất tới việc chấp nhận sử dụng ví điện tử của thế hệ gen Y tại Ấn Độ, còn các yếu tố Chuẩn chủ quan, Nhận thức sự tín nhiệm, Niềm tin vào năng lực xử lý của bản thân không ảnh hưởng tới ý định sử dụng. Hay có thể kể đến nhiều nghiên cứu khác trên thế giới như nghiên cứu của Changsu Kim và cộng sự (2017), Sushil và Manoj (2018), Nandhini và Girija (2019), Latupeirissa và cộng sự (2020).

Bên cạnh đó, một số nghiên cứu còn chỉ ra được tác động điều tiết của các nhân tố như Giới tính (Yang và cộng sự, 2021), Độ tuổi (Riskinanto và cộng sự, 2017), Kinh nghiệm sử dụng (Tusyanah

và cộng sự, 2021), Chứng nghiệm điện thoại di động (Shaw và Kesharwani, 2019) trong quan hệ của các nhân tố khác với ý định sử dụng ví điện tử.

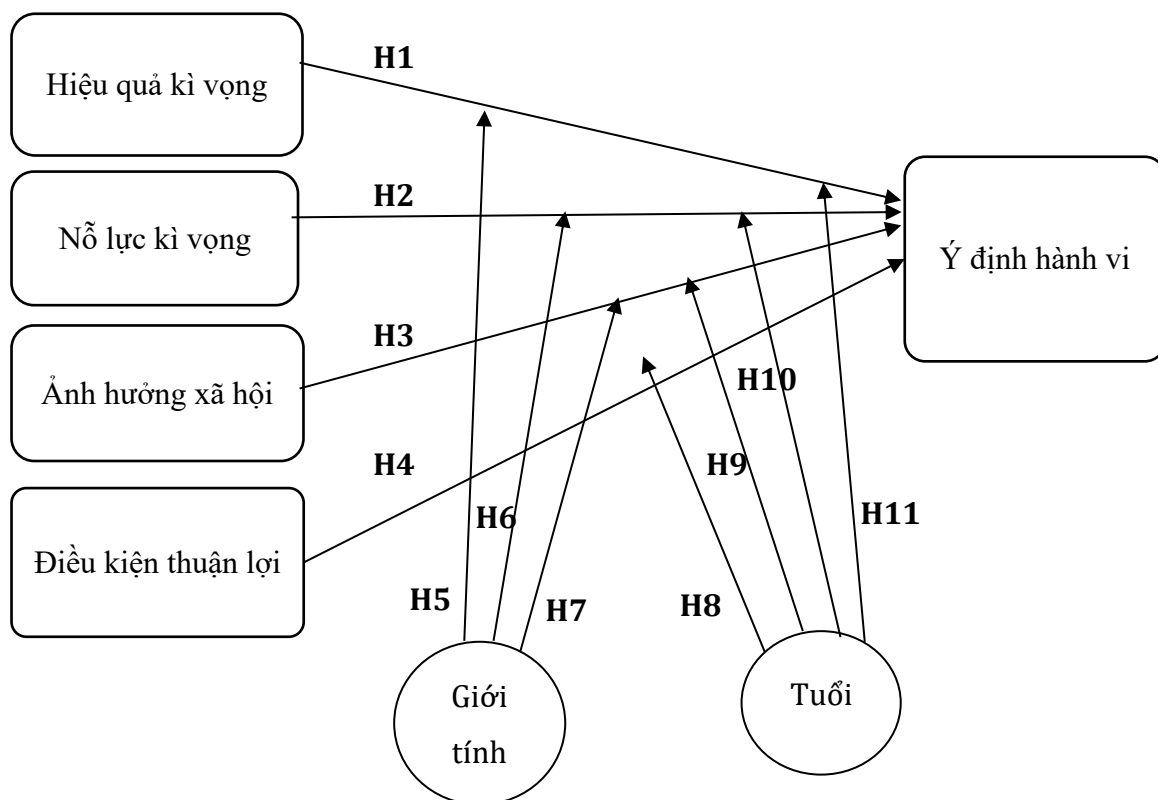
Tại Việt Nam, một số nghiên cứu với những kết quả nổi bật như nghiên cứu của Nguyễn và Phạm (2017) cho kết quả các yếu tố Tính linh hoạt, Dịch vụ đa dạng, Nhận thức về sự hữu ích, Nhận thức tính dễ sử dụng có ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví điện tử của người tiêu dùng. Đào (2019) chứng minh được Ảnh hưởng xã hội, Hiệu quả kỳ vọng, Điều kiện thuận lợi có ảnh hưởng tới ý định sử dụng. Hay nghiên cứu của Trần và cộng sự (2020) chỉ ra rằng ngoài các nhân tố như Nhận thức về tính hữu ích, Ảnh hưởng xã hội thì Thái độ của khách hàng và Nhận thức về rủi ro cũng là hai yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng trong ngành du lịch.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu trong nước áp dụng các lý thuyết về ý định sử dụng dịch vụ tài chính ngân hàng có yếu tố công nghệ, tuy nhiên chưa có nhiều nghiên cứu đi sâu vào mối quan hệ điều tiết của các biến Độ tuổi, Giới tính như các nghiên cứu trên thế giới đã từng thực hiện. Ngoài ra, các nghiên cứu trong nước hầu hết tập trung trong phạm vi địa lý nhỏ lẻ, ví dụ như Nguyễn và Phạm (2017) nghiên cứu trên tập người tiêu dùng tại tỉnh An Giang, nghiên cứu của Nguyễn và Huỳnh (2017) dùng dữ liệu khách hàng thành phố Hồ Chí Minh hay nghiên cứu của Đào (2019) tập trung trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Chưa có nhiều nghiên cứu thực hiện trên phạm vi cả nước giống như nghiên cứu của Đỗ và Đỗ (2020). Vì vậy trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ xây dựng mô hình xác định tác động điều tiết của nhóm yếu tố nhân khẩu học trong mối quan hệ với ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng cá nhân tại Việt Nam.

3. Xây dựng mô hình nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Năm 2003, Venkatesh và cộng sự đã cho ra đời lý thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ (Unified theory of acceptance and use of technology - UTAUT). Mô hình UTAUT bao gồm bốn nhân tố Hiệu quả kỳ vọng (Performance expectancy), Nỗ lực kỳ vọng (Effort expectancy), Ảnh hưởng xã hội (Social influence) và Điều kiện thuận lợi (Facilitating conditions). Ngoài các nhân tố trên, mô hình của Venkatesh và cộng sự cũng chứng minh bốn yếu tố Giới tính, Tuổi, Kinh nghiệm sử dụng và Sự tự nguyện có vai trò điều tiết trong tương quan của bốn nhân tố với ý định hành vi. Dựa trên khung mô hình lý thuyết UTAUT kết hợp với phân tích điều kiện thực tế tại Việt Nam, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố tác động đến ý định sử dụng ví điện tử dưới tác động điều tiết của yếu tố nhân khẩu học như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả

3.2. Các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết H1: Hiệu quả kỳ vọng có tác động tích cực đến Ý định sử dụng ví điện tử.

Hiệu quả kỳ vọng là mức độ mà một cá nhân tin rằng việc sử dụng hệ thống sẽ giúp họ đạt được thành tựu trong hiệu suất công việc (Venkatesh và cộng sự, 2003). Hiệu quả kỳ vọng được kỳ vọng có tác động thuận tới ý định sử dụng ví điện tử. Nghĩa là, nếu người dùng càng có nhận thức lợi ích cao khi sử dụng ví điện tử, thì theo giả thuyết, nó sẽ có tác động tích cực tới ý định sử dụng của người đó trong tương lai.

Giả thuyết H2: Nỗ lực kỳ vọng có tác động tích cực đến Ý định sử dụng ví điện tử.

Nỗ lực kỳ vọng là mức độ một người cảm thấy dễ dàng liên quan đến việc sử dụng hệ thống (Venkatesh và cộng sự, 2003). Nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng sự kỳ vọng nỗ lực có ảnh hưởng đáng kể đến ý định hành vi của người dùng (Yang và cộng sự, 2005; Shi và cộng sự, 2008).

Giả thuyết H3: Ảnh hưởng xã hội có tác động tích cực đến Ý định sử dụng ví điện tử.

Ảnh hưởng xã hội là mức độ mà một cá nhân nhận thấy rằng những người khác quan trọng tin rằng họ nên sử dụng hệ thống (Venkatesh và cộng sự, 2003). Nhân tố này sẽ đánh giá xã hội có đóng vai trò ảnh hưởng tới ý định sử dụng của cá nhân hay không.

Giả thuyết H4: Điều kiện thuận lợi tác động tích cực đến Ý định sử dụng ví điện tử.

Điều kiện thuận lợi là mức độ một cá nhân tin rằng có một tổ chức và cơ sở hạ tầng kỹ thuật để hỗ trợ việc sử dụng hệ thống (Venkatesh và cộng sự, 2003). Điều kiện thuận lợi được kì vọng có tác động thuận chiều tới ý định sử dụng. Nghĩa là càng nhiều điều kiện thuận lợi cho người dùng dẫn đến ý định sử dụng ví điện tử của người dùng càng cao.

Các giả thuyết nghiên cứu về yếu tố nhân khẩu học

Nhân khẩu học là “nghiên cứu khoa học về dân số loài người, chủ yếu liên quan đến kích thước, cấu trúc và sự phát triển của dân số” (Hauser & Duncan, 1959). Nhân khẩu học tập trung vào ít nhất năm khía cạnh của con người quần thể trong đó có thành phần dân số. Thành phần dân số bao gồm nơi sinh, giới tính và tuổi (Yusuf và cộng sự, 2014).

Giả thuyết H5: *Giới tính có tác động điều tiết đến quan hệ giữa Hiệu quả kỳ vọng và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Giả thuyết H6: *Giới tính có tác động điều tiết đến quan hệ giữa Nỗ lực kỳ vọng và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Giả thuyết H7: *Giới tính có tác động điều tiết đến quan hệ giữa Ảnh hưởng xã hội và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Giới tính trong mô hình được chia thành 2 nhóm: Nam và Nữ

Giả thuyết H8: *Độ tuổi có tác động điều tiết đến quan hệ giữa Hiệu quả kỳ vọng và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Giả thuyết H9: *Độ tuổi có tác động điều tiết đến quan hệ giữa Nỗ lực kỳ vọng và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Giả thuyết H10: *Độ tuổi có tác động điều tiết đến quan hệ Ảnh hưởng xã hội và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Giả thuyết H11: *Độ tuổi có tác động điều tiết đến quan hệ giữa Điều kiện thuận lợi và Ý định sử dụng ví điện tử.*

Độ tuổi trong mô hình được chia thành 4 nhóm: “Dưới 18 tuổi”; “Từ 18 đến 24 tuổi”; “Từ 25 đến 34 tuổi”; “Trên 34 tuổi”

3.3. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu là nhóm khách hàng cá nhân, hiện đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam. Dữ liệu được thu thập thông qua bảng hỏi được thiết kế bằng Google Form dưới hình thức trực tuyến. Kết thúc thời gian khảo sát, tổng số phiếu khảo sát thu được là 349 phiếu khảo sát hợp lệ.

Bảng 1. Thống kê cơ bản mẫu nghiên cứu

Yếu tố	Phân loại	Số lượng	%
Giới tính	Nam	116	33,24%
	Nữ	233	66,76%
Độ tuổi	<18	5	1,43%
	18-24	250	71,63%
	25-34	72	20,63%

Yếu tố	Phân loại	Số lượng	%
Trình độ học vấn	>34	22	6,30%
	Trung học phổ thông	10	2,90%
	Cao đẳng	3	0,90%
	Đại học	322	92,30%
	Sau đại học	14	4,00%
	Dưới 5.000.000	205	58,70%
Thu nhập trung bình hàng tháng (VND)	5.000.000 – 10.000.000	53	15,20%
	10.000.000 – 15.000.000	37	10,60%
	15.000.000 – 20.000.000	30	8,60%
	Trên 20.000.000	24	6,90%

Nguồn: Kết quả khảo sát

4. Phân tích kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích tác động của các nhân tố đến ý định sử dụng ví điện tử

4.1.1. Đánh giá độ tin cậy của các nhân tố bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kiểm định Cronbach's Alpha được sử dụng để đánh giá sự tin cậy của các thang đo. Theo kết quả ở bảng 2, hệ số Cronbach's Alpha của cả năm nhân tố $> 0,7$, độ tin cậy các nhân tố thể hiện ở mức tốt.

Bảng 2: Kết quả hệ số Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Số biến
HQ	0,817	4
NL	0,761	4
XH	0,777	4
DK	0,734	3
YD	0,841	4

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

Mỗi thang đo cần có hệ số Cronbach's Alpha của biến tổng phải lớn hơn 0.7 và biến thành phần có hệ số tương quan với tổng (Corrected Item - Total Correlation) lớn hơn hoặc bằng 0.3 (Nunnally và Bernstein, 1994). Theo bảng 3, kết quả hệ số tương quan của tất cả các thang đo chứng tỏ độ phù hợp của cả tất cả các biến thành phần với mô hình nghiên cứu, không biến nào bị loại bỏ khỏi mô hình.

Bảng 3. Hệ số tương quan với biến tổng của các biến thành phần

Các thang đo		Hệ số tương quan với tổng
HQ1	Sử dụng ví điện tử giúp tôi tiết kiệm thời gian.	0,601
HQ2	Sử dụng ví điện tử giúp tôi tiết kiệm chi phí.	0,584
HQ3	Sử dụng ví điện tử giúp tăng hiệu quả công việc của tôi.	0,697
HQ4	Sử dụng ví điện tử giúp tăng chất lượng cuộc sống của tôi.	0,681
NL1	Tôi thấy sử dụng ví điện tử không cần đến quá nhiều sự nỗ lực về mặt trí tuệ.	0,523
NL2	Tôi thấy giao diện tương tác của ví điện tử rất rõ ràng và dễ hiểu.	0,663
NL3	Tôi có thể dễ dàng nhớ các bước thực hiện những lần giao dịch tiếp theo.	0,663
NL4	Tôi có thể thực hiện giao dịch mọi lúc mọi nơi.	0,449
XH1	Các phương tiện truyền thông khuyến khích tôi sử dụng ví điện tử.	0,524
XH2	Gia đình khuyến khích tôi sử dụng ví điện tử.	0,601
XH3	Bạn bè, đồng nghiệp khuyến khích tôi sử dụng ví điện tử.	0,494
XH4	Người có ảnh hưởng trong xã hội khuyến khích tôi sử dụng ví điện tử.	0,717
DK1	Có đủ kiến thức cần thiết để sử dụng ví điện tử.	0,633
DK2	Có đầy đủ trang thiết bị (thiết bị điện tử, tài khoản ngân hàng..) để sử dụng ví điện tử.	0,622
DK3	Tôi có sự giúp đỡ sẵn sàng từ người khác khi gặp khó khăn với ví điện tử.	0,483
YD1	Khi có điều kiện thích hợp (khả năng tài chính, giá, yêu cầu công việc...), tôi sẽ sử dụng ví điện tử.	0,598
YD2	Tôi sẽ giới thiệu cho người khác về ví điện tử.	0,672
YD3	Tôi sẽ sử dụng thêm nhiều loại dịch vụ của ví điện tử hơn trong tương lai.	0,720
YD4	Tôi tin rằng tôi sẽ tăng tần suất sử dụng ví điện tử.	0,725

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

4.1.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá EFA (Phụ lục 1) cho thấy mô hình là phù hợp. Theo bảng kết quả ma trận xoay, các thang đo xoay về đúng nhóm nhân tố, ngoại trừ thang đo DK3 không hiện kết quả hệ số tải, chúng tỏ hệ số tải nhỏ hơn 0,5.

Sau khi loại bỏ biến DK3, chạy lại phân tích nhân tố EFA được kết quả hệ số KMO = 0,883 trong khoảng từ 0,5 đến 1 và mức ý nghĩa sig của kiểm định Bartlett = 0,000 < 0,05. Giá trị Eigenvalue = 1,003 > 1 và trích được 4 nhân tố mang ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất (phụ lục 2). Tổng phương sai trích = 65,980% > 50%. Tất cả các kết quả này đều cho thấy mô hình là phù hợp.

Bảng 4. Hệ số KMO và kiểm định Bartlett sau khi loại biến xấu

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.)		0,883
Approx. Chi-Square		1942,201
Bartlett's Test of Sphericity	df	91
Mức ý nghĩa (Sig.)		0,000

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

Tương tự với kết quả trên, phân tích nhân tố EFA cho biến độc lập YD (phụ lục 3) cũng chứng minh việc sử dụng phương pháp phân tích nhân tố YD là phù hợp với mô hình.

4.1.3. Phân tích tương quan Pearson

Theo bảng 5, hệ số tương quan của cả bốn nhân tố đều có mức ý nghĩa sig = 0,000 < 0,05, tất cả giá trị tương quan đều dương và tiến tới 1 cho thấy kết quả rằng cả bốn nhân tố HQ, NL, XH, DK đều có tương quan tuyến tính dương với nhân tố YD.

Bảng 5. Kết quả tương quan Pearson

		YD	HQ	NL	XH	DK
YD	Tương quan Pearson Correlation	1	0,566	0,519	0,528	0,582
	Mức ý nghĩa Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

4.1.4. Phân tích hồi quy

Hệ số R^2 hiệu chỉnh = 0,497 cho ý nghĩa trong mô hình có 49,7% sự thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập, còn lại được giải thích bởi các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kiểm định F có mức ý nghĩa sig = 0,000 < 0,05, hệ số Durbin - Watson = 1,890, khẳng định không xảy ra hiện tượng tự tương quan.

Bảng 6. Hệ số R^2 hiệu chỉnh, kiểm định Durbin-Watson và kiểm định F

R Square	R^2 hiệu chỉnh (Adjusted R Square)	F	Mức ý nghĩa (Sig.)	Durbin-Watson
0,503	0,497	87,074	0,000	1,890

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

Trong bảng 7, kiểm định t cho kết quả về mức ý nghĩa sig của tất cả các nhân tố đều nhỏ hơn 0,05 cho thấy cả bốn nhân tố HQ, NL, XH, DK đều có tác động tới YD. Hệ số VIF nhỏ hơn 2 cho ý nghĩa cả bốn nhân tố đều không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Thông qua hệ số hồi quy, thứ tự ảnh hưởng của các nhân tố được sắp xếp từ mức độ cao xuống thấp lần lượt như sau: Điều kiện thuận lợi, Ảnh hưởng xã hội, Hiệu quả kỳ vọng, Nỗ lực kì vọng.

Bảng 7. Bảng kết quả kiểm định hồi quy

Giả thuyết	Nội dung	Hệ số hồi quy (β)	t	Mức ý nghĩa (sig.)	Kết luận
H1	HQ -> YD	0,236	4,835	0,000	Chấp nhận
H2	NL -> YD	0,106	2,117	0,035	Chấp nhận
H3	XH -> YD	0,238	5,154	0,000	Chấp nhận
H4	DK -> YD	0,325	7,003	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

4.2. Phân tích tác động điều tiết của nhân tố nhân khẩu học

Theo bảng 8, hệ số R^2 hiệu chỉnh cho ý nghĩa 33,6% sự thay đổi của biến YD được giải thích bởi biến HQ dưới sự điều tiết của Giới tính, còn lại được giải thích bởi các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Tương tự, Giới tính giải thích các mối quan hệ còn lại với mức độ lần lượt là 28,5% và 29,3%.

32,9% sự thay đổi của biến YD được giải thích bởi biến HQ dưới sự điều tiết của Độ tuổi, còn lại được giải thích bởi các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Tương tự, Độ tuổi giải thích các mối quan hệ còn lại với mức độ lần lượt là 28,1%; 28,4% và 35,5%.

Cả các yếu tố đều cho mức ý nghĩa sig = 0,000 < 0,05 cho thấy mô hình là phù hợp. Các hệ số Durbin-Watson đều có kết quả khẳng định không xảy ra hiện tượng tự tương quan.

Bảng 8. Hệ số R^2 hiệu chỉnh, kiểm định Durbin-Watson và kiểm định F trong các mô hình điều tiết về Giới tính và Độ tuổi

	R Square	R^2 hiệu chỉnh (Adjusted R Square)	F	Mức ý nghĩa (Sig.)	Durbin-Watson
HQ*GT-> YD	0,341	0,336	59,575	0,000	1,807
NL*GT-> YD	0,292	0,285	47,342	0,000	1,883
XH*GT-> YD	0,299	0,293	49,156	0,000	1,951
HQ * T -> YD	0,335	0,329	57,829	0,000	1,785
NL * T -> YD	0,287	0,281	46,381	0,000	1,849
XH * T -> YD	0,290	0,284	46,951	0,000	1,926
DK * T -> YD	0,361	0,355	64,921	0,000	1,650

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

Tất cả các kiểm định t có mức ý nghĩa sig < 0,05, chứng tỏ kiểm định có ý nghĩa thống kê, ngoại trừ kiểm định t của 3 nhân tố HQ, NL, DK trong mô hình điều tiết của Độ tuổi có mức ý nghĩa sig > 0,05. Tất cả các hệ số phóng đại phương sai VIF < 2, mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 9. Bảng kết quả kiểm định mô hình điều tiết

Giả thuyết	Nội dung	Hệ số hồi quy (β)	t	Mức ý nghĩa (sig.)	VIF	Kết luận
H5	HQ * GT -> YD	-0,108	-2,446	0,015	1,016	Chấp nhận
H6	NL * GT -> YD	-0,098	-2,139	0,033	1,019	Chấp nhận
H7	XH * GT -> YD	-0,145	-3,118	0,002	1,067	Chấp nhận
H8	HQ * T -> YD	0,040	0,865	0,387	1,009	Bác bỏ
H9	NL * T -> YD	0,004	0,086	0,932	1,090	Bác bỏ
H10	XH * T -> YD	0,102	1,972	0,049	1,311	Chấp nhận
H11	DK * T -> YD	0,034	0,774	0,440	1,027	Bác bỏ

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

5. Hàm ý nghiên cứu và một số khuyến nghị

5.1. Hàm ý nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới ý định lựa chọn sử dụng ví điện tử của khách hàng cá nhân Việt Nam dưới tác động điều tiết của yếu tố nhân khẩu học.

Điều kiện thuận lợi được tìm thấy là nhân tố tác động cùng chiều và mạnh nhất đến ý định sử dụng ví điện tử. Kết quả này trái với nghiên cứu của Wang và Yi (2012) nhưng lại tương đồng với nghiên cứu của Đào (2019), Hoàng (2019) trên thị trường Việt Nam.

Các Nhân tố Hiệu quả kỳ vọng, Nỗ lực kỳ vọng đều có tác động trực tiếp và thuận chiều đến ý định sử dụng. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Wang và Yi (2012) ở thị trường Trung Quốc hay nghiên cứu của Tusyanah và cộng sự (2021) ở thị trường Trung Java nhưng lại trái ngược với kết quả nghiên cứu của Madan và Yadav (2016) hay nghiên cứu của Đào (2019) tại thị trường TP. Đà Nẵng. Ảnh hưởng xã hội cũng là một nhân tố được tìm thấy có ảnh hưởng tới ý định sử dụng ví điện tử của người dùng. Kết quả này một lần nữa khẳng định sự ảnh hưởng của yếu tố xã hội trong lý thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ UTAUT của Venkatesh và cộng sự (2003) và nhiều nghiên cứu trên thế giới (Đào, 2019; Phan và Đăng, 2020; Yang và cộng sự, 2021) đến ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng.

Tất cả các kiểm định t có mức ý nghĩa sig < 0,05, chứng tỏ kiểm định có ý nghĩa thống kê, ngoại trừ kiểm định t của 3 nhân tố HQ, NL, DK trong mô hình điều tiết của Độ tuổi có mức ý nghĩa sig > 0,05. Tất cả các hệ số phóng đại phương sai VIF < 2, mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 9. Bảng kết quả kiểm định mô hình điều tiết

Giả thuyết	Nội dung	Hệ số hồi quy (β)	t	Mức ý nghĩa (sig.)	VIF	Kết luận
H5	HQ * GT -> YD	-0,108	-2,446	0,015	1,016	Chấp nhận
H6	NL * GT -> YD	-0,098	-2,139	0,033	1,019	Chấp nhận
H7	XH * GT -> YD	-0,145	-3,118	0,002	1,067	Chấp nhận

H8	HQ * T -> YD	0,040	0,865	0,387	1,009	Bác bỏ
H9	NL * T -> YD	0,004	0,086	0,932	1,090	Bác bỏ
H10	XH * T -> YD	0,102	1,972	0,049	1,311	Chấp nhận
H11	DK * T -> YD	0,034	0,774	0,440	1,027	Bác bỏ

Nguồn: Kết quả phân tích của mô hình nghiên cứu

6. Hàm ý nghiên cứu và một số khuyến nghị

6.1. Hàm ý nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng tới ý định lựa chọn sử dụng ví điện tử của khách hàng cá nhân Việt Nam dưới tác động điều tiết của yếu tố nhân khẩu học.

Điều kiện thuận lợi được tìm thấy là nhân tố tác động cùng chiều và mạnh nhất đến ý định sử dụng ví điện tử. Kết quả này trái với nghiên cứu của Wang và Yi (2012) nhưng lại tương đồng với nghiên cứu của Đào Thị Thu Hường (2019), Hoàng Hà (2019) trên thị trường Việt Nam.

Các Nhân tố Hiệu quả kỳ vọng, Nỗ lực kỳ vọng đều có tác động trực tiếp và thuận chiều đến ý định sử dụng. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Wang và Yi (2012) ở thị trường Trung Quốc hay nghiên cứu của Tusyanah Tusyanah và cộng sự (2021) ở thị trường Trung Java nhưng lại trái ngược với kết quả nghiên cứu của Madan và Yadav (2016) hay nghiên cứu của Đào Thị Thu Hường (2019) tại thị trường TP.Đà Nẵng. Ảnh hưởng xã hội cũng là một nhân tố được tìm thấy có ảnh hưởng tới ý định sử dụng ví điện tử của người dùng. Kết quả này một lần nữa khẳng định sự ảnh hưởng của yếu tố xã hội trong lý thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ UTAUT của Venkatesh và cộng sự (2003) và nhiều nghiên cứu trên thế giới (Đào Thị Thu Hường, 2019; Phan Hữu Nghị và Đặng Thanh Dung, 2020; Marvello Yang và cộng sự, 2021) đến ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng.

Ngoài ra, nghiên cứu còn chỉ ra 2 yếu tố nhân khẩu học có tác động điều tiết các mối quan hệ với ý định sử dụng. Giới tính - điều tiết tất cả các mối quan hệ. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Marvello Yang và cộng sự (2021). Mô hình nghiên cứu thu thập lượng phiếu khảo sát đến từ khách hàng nữ nhiều hơn nam, sự chênh lệch này dẫn đến sự điều tiết của Giới tính đến tất cả các mối quan hệ với ý định sử dụng.

Độ tuổi điều tiết mối quan hệ giữa Ảnh hưởng xã hội và Ý định sử dụng ví điện tử. Với mỗi độ tuổi khác nhau, khả năng học hỏi, tiếp cận và sử dụng sản phẩm là khác nhau. Giới trẻ có thể lựa chọn sử dụng theo xu hướng đám đông hay sự định hướng của xã hội nhưng thế hệ lớn tuổi hơn lại lựa chọn tin tưởng sản phẩm theo lời khuyên từ những người đã sử dụng, người thân, bạn bè xung quanh mình. Tuy nhiên, Độ tuổi không có tác động điều tiết trong các mối quan hệ giữa Hiệu quả kỳ vọng, Nỗ lực kỳ vọng, Điều kiện thuận lợi tới Ý định sử dụng. Khẳng định này tương đồng với nghiên cứu của Anggar Riskinanto và cộng sự (2017).

6.2. Một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng ví điện tử tại Việt Nam

Chính phủ cần triển khai hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, xác định những chuẩn mực, khuôn khổ pháp lý dành cho các ứng dụng công nghệ số, cho các sản phẩm, dịch vụ thanh toán dựa trên công nghệ tài chính như ví điện tử; Ban hành nhiều chính sách khuyến khích phổ cập cho người dân về những lợi ích của việc sử dụng thanh toán điện tử, nhằm thu hút và xây dựng lòng tin

cho người tiêu dùng; ban hành nhiều chính sách thu hút đầu tư vào lĩnh vực ví điện tử. Ngân hàng nhà nước cần đưa ra các quy định tăng cường an ninh, an toàn thông tin và bảo mật cho người dùng.

Để gia tăng nhân tố điều kiện thuận lợi, các đơn vị cung ứng ví điện tử cần mở rộng nhiều điểm chấp nhận thanh toán, kể cả điểm thanh toán vật lý và thanh toán điện tử. Để phát triển một hệ sinh thái ổn định và tạo lòng tin ở người tiêu dùng, doanh nghiệp cần phát triển thêm nhiều dịch vụ trong ví điện tử để có thể đáp ứng được tối đa nhu cầu của khách hàng, nâng cao tính hữu ích của ví điện tử, tận dụng các lợi thế của ảnh hưởng xã hội để thu hút khách hàng.

6.3. Hạn chế của nghiên cứu và định hướng nghiên cứu trong tương lai

Mặc dù kết quả của nghiên cứu đã chỉ ra được cụ thể các nhân tố ảnh hưởng tới ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng, tác giả vẫn nhìn nhận được còn nhiều hạn chế trong quy mô của nghiên cứu làm cho nghiên cứu chưa đủ thông tin đại diện. Một mẫu lớn trong độ tuổi từ 34 trở lên là một trong những hạn chế của nghiên cứu. Sự phân phối bảng hỏi khảo sát qua mạng xã hội chưa thực sự tiếp cận được đa dạng khách hàng ở nhiều độ tuổi khác nhau, do đó nghiên cứu bị giới hạn trong một nhóm tuổi hẹp. Vì vậy, đề xuất gia tăng số lượng mẫu lớn là một trong những đề xuất giúp cải thiện chất lượng cho bài nghiên cứu. Tác giả hy vọng rằng trong tương lai sẽ có nhiều nghiên cứu phát triển theo phương pháp này và tận dụng tối đa tiềm năng của mô hình định lượng để nghiên cứu sâu hơn về các nhân tố ảnh hưởng tới ý định sử dụng ví điện tử của khách hàng cá nhân tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo tiếng Anh

Do, N.B & Do, T.H.N. (2020), *An investigation of Generation Z's Intention to use Electronic Wallet in Vietnam*.

Hauser, P.M. & Duncan, O.D 1(959), *The Study of Population: An Inventory and Appraisal*, The University of Chicago Press, Chicago.

Kim, C., Mirusmonov, M. & Lee, I. (2017), “An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 26 No. 3, pp. 310 - 322.

Latupeirissa, J., Paul, J., Gorda, O.S. & Subanda, N. (2020), “Antecedents of Intention to Use E-wallet: The Development of Acceptance Model with PLS-SEM Approach”, *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems*, Vol. 12 Is. 7.

Madan, K. & Yadav, R. (2016), “Behavioural intention to adopt mobile wallet: A developing country perspective”, *Journal of Indian Business Research*, Vol. 8 No. 3, pp. 227 - 244.

Nandhini, M. & Girija, K. (2019), “Customer Perception Regards E-Wallet. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)”, ISSN: 2277-3878, Vol. 8 Iss. 4.

Punwatkar, S. & Verghese, M. (2018), “Adaptation of e-Wallet Payment: An Empirical Study on Consumers' Adoption Behavior in Central India”, *International Journal of Advanced in Management, Technology and Engineering Sciences*, Vol.8 Iss. 3.

Riskinanto, A., Kelana, B. & Hilmawan, D.R. (2017), *The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology*.

Shaw, B. & Kesharwani, A. (2019), “Moderating Effect of Smartphone Addiction on Mobile Wallet Payment Adoption”, *Journal of Internet Commerce*, pp.1 – 19.

Shi, S., Larson, K., Guo, D., Lim, S.J., Dutta, P., Yan., S.J. & Li.W.X (2008), “Drosophila STAT is required for directly maintaining HP1 localization and heterochromatin stability”, *Nat. Cell Biol*, Vol. 10 No. 4, pp.489 - 496.

Tusyanah, T., Wahyudin, A. & Khafid, M. (2021), “Analyzing Factors Affecting the Behavioral Intention to Use e-Wallet with the UTAUT Model with Experience as Moderating Variable”, *Journal of Economic Education*, Vol. 10 No. 2, pp. 113 – 123.

Tran, P.H., Tran, A.T. & Nguyen, T.T.H. (2020), “Factors Affecting the Intention of Using Electronic Wallets of Vietnamese Tourists: a Case in Ho Chi Minh City”, *European Academic Research*, Vol. 8 Iss. 4.

Trivedi, J. (2016), “Factors Determining the Acceptance of E-Wallet International”, *Journal of Applied Marketing and Management*, Vol.1 - 2, pp. 42 - 53.

Venkatesh, V., & Morris, M.G. (2000), “Why Don't Men Ever Stop to Ask For Directions? Gender, Social Influence, and Their Role in Technology Acceptance and Usage Behavior”, *MIS Quarterly*, Vol. 24 No. 1, pp. 115 - 139.

Venkatesh, V., Morris, M. & Davis, F. (2003), “User acceptance of information technology: Toward a unified view”, *MIS quarterly: Management information systems*, pp. 425 - 478.

Wang, L. & Yi, Y. (2012), “The Impact of Use Context on Mobile Payment Acceptance: An Empirical Study in China”, *Advances in Intelligent and Soft Computing*, pp. 293 – 299.

Yang, et al. (2005), “Expression of an uncleavable n-terminal rasgap fragment in insulin secreting cells increases their resistance towards apoptotic stimuli without affecting their glucose-induced insulin secretion”, *JBC Papers in Press*.

Yang, M., Mamun, A.A, Mohiuddin, M., Nawi, N.C. & Zainol, N.R. (2021), “Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets”.

Yusuf, F., Martins, J.M. & Swanson, D.A. (2014), *Methods of Demographic Analysis*.

Tài liệu tham khảo tiếng Việt

Appota. (2020), *Báo cáo thị trường điện thoại & ứng dụng di động Việt Nam H1-2020*, tr. 44 - 49.

Đào, T.T.H. (2019), “Mô hình chấp nhận sử dụng ví điện tử trong thanh toán của khách hàng cá nhân – trường hợp tại TP. Đà Nẵng”.

Hoàng, H. (2019), *Tìm hiểu các yếu tố tác động đến hành vi sử dụng mobile banking – mô hình UTAUT mở rộng với cảm nhận rủi ro và tính tin cậy*, Hội thảo quốc tế dành cho các nhà khoa học trẻ lần thứ V – ICYREB 2019.

Nguyễn, D.T. & Huỳnh, A.P. (2017), “Chất lượng dịch vụ và ảnh hưởng xã hội trong sự chấp nhận thanh toán điện tử”, *Science & Technology Development*, Vol. 20 No. Q3.

Nguyễn, Đ.Y.O. & Phạm, T.B.U. (2017), “Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thương mại di động của người tiêu dùng tỉnh An Giang”.

Phạm, T.T. & Nguyễn, B.N. (2021), “Một số giải pháp phát triển hình thức thanh toán bằng ví điện tử tại Việt Nam”, *Tạp chí công thương*.

Phan, H.N. & Đặng, T.D. (2020), “Nghiên cứu quyết định sử dụng dịch vụ thanh toán qua thiết bị di động của khách hàng trên địa bàn Hà Nội”.

Website

Ngân hàng nhà nước Việt Nam. (2021), “Danh sách các tổ chức không phải là ngân hàng được NHNN cấp giấy phép hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán”, https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/tk/hdt/ctccudvt?_afrLoop=21859298765844224#%40%3F_afrLoop%3D21859298765844224%26centerWidth%3D80%2525%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3Dxslyl2yrl_115, truy cập ngày 06/05/2021

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Kiểm định EFA ban đầu

Total Variance Explained

Comp onent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Varianc e	Cumula tive %	Total	% of Varianc e	Cumula tive %	Total	% of Varianc e	Cumula tive %
1	6,000	40,000	40,000	6,000	40,000	40,000	2,648	17,653	17,653
2	1,391	9,276	49,276	1,391	9,276	49,276	2,523	16,823	34,475
3	1,226	8,172	57,448	1,226	8,172	57,448	2,476	16,504	50,979
4	1,012	6,749	64,197	1,012	6,749	64,197	1,983	13,217	64,197
5	,803	5,356	69,552						
6	,682	4,547	74,099						
7	,637	4,248	78,347						
8	,573	3,820	82,167						
9	,536	3,571	85,737						
10	,444	2,957	88,694						
11	,429	2,863	91,557						
12	,343	2,290	93,847						
13	,331	2,210	96,057						
14	,301	2,005	98,062						
15	,291	1,938	100,00						

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
HQ3	,804			
HQ4	,766			
HQ1	,734			
HQ2	,668			
XH4		,842		
XH2		,781		
XH1		,652		
XH3		,558		
NL2			,781	
NL3			,766	
NL4			,648	
NL1			,599	
DK2				,823
DK1				,815
DK3				

Phụ lục 2. Kiểm định EFA sau khi loại biến xấu

Total Variance Explained

Comp onent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Varianc e	Cumula tive %	Total	% of Varian ce	Cumula tive %	Total	% of Varianc e	Cumula tive %
1	5,652	40,370	40,370	5,652	40,370	40,370	2,624	18,746	18,746
2	1,389	9,922	50,291	1,389	9,922	50,291	2,432	17,371	36,117
3	1,194	8,528	58,819	1,194	8,528	58,819	2,402	17,155	53,272
4	1,003	7,161	65,980	1,003	7,161	65,980	1,779	12,707	65,980
5	,722	5,156	71,136						
6	,654	4,675	75,811						
7	,597	4,268	80,079						
8	,570	4,073	84,152						
9	,505	3,609	87,760						
10	,430	3,075	90,835						
11	,351	2,509	93,344						
12	,334	2,389	95,732						
13	,306	2,185	97,918						
14	,292	2,082	100,00						

Phụ lục 3. Kiểm định EFA của biến phụ thuộc YD

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,805
	Approx. Chi-Square	561,010
Bartlett's Test of Sphericity	df	6
	Sig.	,000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,719	67,968	67,968	2,719	67,968	67,968
2	,533	13,337	81,305			
3	,434	10,858	92,163			
4	,313	7,837	100,000			