

Nhận thức rủi ro trong sự chấp nhận thanh toán qua mạng xã hội

NGUYỄN THỊ THÙY VÂN

Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM - vanntt.mis@gmail.com

NGUYỄN DUY THANH

Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM - thanhnd@buh.edu.vn

<i>Ngày nhận:</i>	<i>Tóm tắt</i>
08/07/2016	Mạng xã hội đang ngày càng phổ biến rộng rãi trên toàn thế giới, nên việc kết hợp mạng xã hội với các dịch vụ ngân hàng là một nhu cầu tất yếu. Nghiên cứu này xem xét nhận thức rủi ro trong sự chấp nhận thanh toán qua mạng xã hội. Kết quả nghiên cứu chỉ ra các yếu tố kì vọng hiệu quả, kì vọng nỗ lực, ảnh hưởng xã hội, sự tin tưởng, và nhận thức rủi ro có ảnh hưởng đến sự chấp nhận thanh toán qua mạng xã hội. Kết quả này không những mở rộng mô hình thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) mà còn đề xuất các giải pháp để phát triển thanh toán qua mạng xã hội ở VN.
<i>Ngày nhận lại:</i>	
25/12/2016	
<i>Ngày duyệt đăng:</i>	
30/12/2016	
<i>Mã số:</i>	
0716-L81-V06	

Abstract

Từ khóa:

Chấp nhận công nghệ;
Nhận thức rủi ro; Thanh toán qua mạng xã hội; UTAUT.

Keywords:

E-payment via social network; Perceived risk; Technology Adoption, UTAUT.

Social network becomes widely popular in the globe, so the association between social network and bank services is necessary. Most banks in the world have implemented e-payment service via the social network. In Vietnam, Techcombank successfully deployed this service in 2014. By investigating perceived risk in e-payment via social network adoption, this study indicates that several factors such as performance expectancy, effort expectancy, social influence, trust, and perceived risk have impacts on the e-payment via social network adoption. Not only do the results extend the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), but they should also be considered for solutions to the development of the e-payment service via the social network in Vietnam.

1. Giới thiệu

Ngân hàng điện tử đang là một xu hướng mới của ngân hàng hiện đại, đặc biệt là thanh toán điện tử (thanh toán qua di động, thanh toán qua internet). Tuy nhiên, các dịch vụ thanh toán vẫn chưa mang lại lợi ích tối ưu cho khách hàng. Bên cạnh đó, mạng xã hội (MXH) đang trở nên phổ biến trên toàn thế giới. Theo Bradford (2012), Facebook có hơn 1 tỉ người dùng, trong đó có hơn 600 triệu người sử dụng các dịch vụ qua di động trên Facebook; LinkedIn có hơn 185 triệu người dùng; Twitter có hơn 140 triệu người dùng... Do đó, việc triển khai các kênh dịch vụ qua MXH là rất cần thiết trong ngành ngân hàng. Nhiều ngân hàng trên thế giới đã cung cấp các dịch vụ thanh toán qua MXH. Chẳng hạn như: VCU (Vantage Credit Union) ở Mỹ cho phép khách hàng dùng Twitter cho ngân hàng điện tử cơ bản (truy vấn số dư tài khoản, chuyển khoản...); một số ngân hàng khác cũng triển khai thanh toán qua các MXH Facebook, Google+, LinkedIn... như: ICIC¹ ở Ấn Độ, FNB² ở Nam Phi, ASB³ ở Tân Tây Lan (Bradford, 2012).

Hiện nay, đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến sự chấp nhận và sử dụng công nghệ trên thế giới. Các mô hình TAM (Davis, 1989), TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000), UTAUT (Venkatesh & cộng sự, 2003), UTAUT2 (Venkatesh & cộng sự, 2012) đã trở thành những mô hình chuẩn cho các nghiên cứu về chấp nhận và sử dụng công nghệ. Bên cạnh đó cũng có các nghiên cứu về sự chấp nhận ngân hàng điện tử, tiêu biểu có các nghiên cứu như: Chấp nhận thanh toán điện tử (Gholami & cộng sự, 2010; Nguyễn Duy Thanh & Cao Hào Thi, 2011, 2014; Yang & cộng sự, 2015; Khan & cộng sự, 2017), chấp nhận ngân hàng qua di động (Zhou & cộng sự, 2010; Morosan & Defranco, 2016). Tuy nhiên, hiện tại vẫn chưa có nhiều nghiên cứu về sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

Mục tiêu của nghiên cứu nhằm xem xét vai trò của nhận thức rủi ro trong sự chấp nhận thanh toán qua MXH. Trong nghiên cứu này, tác giả dựa trên cơ sở lý thuyết UTAUT của Venkatesh và cộng sự (2003) và bổ sung thêm các yếu tố sự tin tưởng và nhận thức rủi ro. Mẫu khảo sát bao gồm những khách hàng cá nhân đang sử dụng MXH và dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Kỹ thương VN (Techcombank).

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1.1. Thanh toán qua mạng xã hội

MXH là một trong những trang mạng kết nối mọi người với nhau mà không phân biệt tuổi tác, giới tính, vị trí địa lý (Zarrella, 2009). Với những tiện ích MXH mang lại cho người sử dụng, ví dụ, trò chuyện với nhau bằng nhiều hình thức (nhắn tin, giọng nói, phim), chia sẻ tập tin, hình ảnh, phim... MXH đang trở nên phổ biến trong xã hội ngày nay. Thanh toán qua MXH được xem là một hình thức thanh toán trực tuyến mới. Điểm khác biệt là những khách hàng sử dụng tài khoản MXH của mình có liên kết với tài khoản ngân hàng để thực hiện thanh toán (Bradford, 2012). Do có sự liên kết với MXH, khách hàng có thể bỏ qua các rào cản về mặt thời gian, không gian, và tiết kiệm chi phí.

Tại VN, thanh toán qua MXH được Techcombank triển khai từ năm 2014 với các dịch vụ internet banking (F@st iBank)⁴ và mobile banking (F@st Mobile)⁵. Các dịch vụ này cho phép khách hàng thanh toán thông qua tài khoản MXH của mình.

2.1.2. Tổng quan cơ sở lý thuyết

Lý thuyết hành động hợp lý (TRA) được đề xuất bởi Fishbein và Ajzen (1975) nhằm xác định các yếu tố của xu hướng hành vi có ý thức. Lý thuyết hành vi dự định (TPB) được Ajzen (1985) phát triển dựa trên TRA và bổ sung thêm nhân tố kiểm soát hành vi. Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) của Davis (1989) xác định các yếu tố có khả năng giải thích hành vi sử dụng công nghệ mới của người sử dụng. Trong đó, TAM được dùng nhiều hơn trong việc giải thích ý định và hành vi sử dụng hệ thống thông tin. Tuy nhiên, TAM giải thích và dự báo còn hạn chế nên Venkatesh và Davis (2000) đã mở rộng TAM thành TAM2 để giải thích độ hữu ích và ý định sử dụng dưới dạng ảnh hưởng xã hội và quá trình nhận thức.

Lý thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) được Venkatesh và cộng sự (2003) đề xuất để giải thích ý định và hành vi sử dụng hệ thống thông tin. UTAUT được phát triển dựa trên các lý thuyết TRA; TPB; TAM; tích hợp TPB và TAM, lý thuyết phổ biến sự đổi mới (IDT), mô hình động lực thúc đẩy (MM), mô hình sử dụng máy tính (MPCU), và lý thuyết nhận thức xã hội (SCT). Trong đó, TRA, TPB, và TAM có ảnh hưởng nhiều nhất đến UTAUT, UTAUT được xây dựng với các yếu tố của ý định và hành vi sử dụng hệ thống thông tin là kì vọng hiệu quả, kì vọng nỗ lực, ảnh hưởng xã hội, và điều kiện thuận lợi. Venkatesh và cộng sự (2012) tiếp tục mở rộng UTAUT thành UTAUT2 bằng việc tích hợp thêm các yếu tố động lực thụ hưởng, giá trị, giá cả, và thói quen vào mô hình UTAUT gốc.

Sự tin tưởng (Trust) là niềm tin chủ quan mà một bên sẽ thực hiện đầy đủ nghĩa vụ của mình theo sự mong đợi của các bên liên quan (Lu & cộng sự, 2011). Nhận thức rủi

ro (Perceived Risk) là kết hợp của sự không chắc chắn và mức độ nghiêm trọng của các kết quả liên quan (Yang & cộng sự, 2015).

2.1.3 Mô hình nghiên cứu

Từ thực tiễn về thanh toán qua MXH, đồng thời dựa vào mô hình UTAUT (Venkatesh & cộng sự, 2003), sự tin tưởng (Pavlou, 2003; Yang & cộng sự, 2015; Arpaci, 2016) và nhận thức rủi ro (Bauer, 1967; Thakur & Srivastava, 2014; Yang & cộng sự, 2015; Khalizadeh & cộng sự, 2017), tác giả đề xuất mô hình chấp nhận thanh toán qua MXH. Chi tiết các khái niệm của mô hình và các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Chấp nhận thanh toán qua MXH (ESN) phù hợp với các lý thuyết cơ bản của các mô hình ý định hành vi được xem xét trong các nghiên cứu của Sheppard và cộng sự (1988), Venkatesh và cộng sự (2003, 2012), để làm cơ sở cho các mối quan hệ ý định hành vi. Chấp nhận thanh toán qua MXH còn dựa vào các nghiên cứu chấp nhận và sử dụng công nghệ (Venkatesh, 2015; Williams & cộng sự, 2015), mô hình chấp nhận thanh toán điện tử qua internet và di động (Slade & cộng sự, 2015; Morosan & Defranco, 2016). Trong nghiên cứu này, các mối quan hệ giữa kì vọng hiệu quả, kì vọng nỗ lực, ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận lợi, sự tin tưởng, và nhận thức rủi ro có ảnh hưởng trực tiếp đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

Kì vọng hiệu quả (PEE) là việc một cá nhân tin rằng việc sử dụng hệ thống thông tin sẽ giúp đạt hiệu suất cao trong công việc (Venkatesh & cộng sự, 2003, 2012). Những cấu trúc từ các mô hình liên quan đến kì vọng hiệu quả là tính hữu ích của TAM (Davis, 1989); TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000), động lực bên ngoài của MM (Davis & cộng sự, 1992), công việc phù hợp của MPCU (Thompson & cộng sự, 1991), lợi thế tương đối của IDT (Rogers, 1995), và kết quả mong đợi của SCT (Compeau & Higgins, 1995). Khái niệm PEE còn dựa trên một số nghiên cứu khác. Ví dụ như, mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (Venkatesh, 2015), mô hình chấp nhận thanh toán điện tử qua internet và di động (Gholami & cộng sự, 2010; Slade & cộng sự, 2015; Morosan & Defranco, 2016). Trong nghiên cứu này, kì vọng hiệu quả là việc người sử dụng tin rằng khi họ sử dụng dịch vụ thanh toán qua MXH sẽ giúp tối ưu hóa việc thực hiện các giao dịch tại ngân hàng (tiết kiệm thời gian, chi phí). Do đó, giả thuyết H_1 được đề xuất như sau:

H_1 : Kì vọng hiệu quả tác động tích cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

Kì vọng nỗ lực (EFE) chỉ ra mức độ dễ dàng kết hợp với việc sử dụng hệ thống thông tin (Venkatesh & cộng sự, 2003, 2012). Những cấu trúc từ các mô hình liên quan đến kì vọng nỗ lực là dễ dàng sử dụng của TAM (Davis, 1989), TAM2 (Venkatesh & Davis,

2000), sự phức tạp của MPCU (Thompson & cộng sự, 1991), và tính dễ dàng sử dụng của IDT (Rogers, 1995). Ngoài ra, khái niệm EFE còn dựa trên một số nghiên cứu khác. Ví dụ, mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (Venkatesh, 2015), mô hình chấp nhận thanh toán điện tử qua Internet và di động (Gholami & cộng sự, 2010; Slade & cộng sự, 2015; Morosan & Defranco, 2016; Bankole & Bankole, 2017). Trong nghiên cứu này, kì vọng nỗ lực đánh giá mức độ thực hiện thanh toán qua MXH mà không cần phải nỗ lực nhiều. Mặt khác, tác giả còn xem xét mối quan hệ giữa kì vọng hiệu quả và kì vọng nỗ lực (Morosan & Defranco, 2016). Do đó, các giả thuyết H_2 và H_7 được đề xuất như sau:

H_2 : Kì vọng nỗ lực tác động tích cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

H_7 : Kì vọng nỗ lực tác động tích cực đến kì vọng hiệu quả

Ảnh hưởng xã hội (SOI) là mức độ mà cá nhân nhận thấy rằng những người quan trọng tin rằng họ nên sử dụng hệ thống mới (Venkatesh & cộng sự, 2003, 2012). Ảnh hưởng xã hội như là yếu tố quyết định trực tiếp đến ý định hành vi được thể hiện như chuẩn chủ quan của TRA (Fishbein & Ajzen, 1975) và TAM (Davis, 1989); TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000); các yếu tố xã hội của MPCU (Thompson & cộng sự, 1991), và hình ảnh của IDT (Rogers, 1995). Ngoài ra, khái niệm SOI còn dựa trên một số nghiên cứu khác. Ví dụ, mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (Venkatesh, 2015), mô hình chấp nhận thanh toán điện tử qua internet và di động (Gholami & cộng sự, 2010; Slade & cộng sự, 2015; Morosan & Defranco, 2016; Bankole & Bankole, 2017). Trong nghiên cứu này, yếu tố ảnh hưởng xã hội chỉ sự ảnh hưởng của những người xung quanh (gia đình, bạn bè, đồng nghiệp) nghĩ rằng người sử dụng nên thực hiện thanh toán qua MXH. Do đó, giả thuyết H_3 được đề xuất như sau:

H_3 : Ảnh hưởng xã hội tác động tích cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH

Điều kiện thuận lợi (FAC) là mức độ cá nhân tin rằng tồn tại cơ sở hạ tầng kĩ thuật và tổ chức để hỗ trợ cho việc sử dụng hệ thống (Venkatesh & cộng sự, 2003, 2012). Điều kiện thuận lợi được thể hiện bằng các cấu trúc kiểm soát hành vi của TPB (Ajzen, 1985); TAM (Davis, 1989), điều kiện thuận lợi của MPCU (Thompson & cộng sự, 1991), và khả năng tương thích của IDT (Rogers, 1995). Ngoài ra, khái niệm FAC còn dựa trên các nghiên cứu khác như: Mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (Venkatesh, 2015), mô hình chấp nhận thanh toán qua di động (Morosan & Defranco, 2016). Trong nghiên cứu này, điều kiện thuận lợi là mức độ sẵn sàng của công nghệ hoặc sự hỗ trợ kĩ thuật

của tổ chức cho khách hàng thực hiện thanh toán qua MXH. Do đó, giả thuyết H_4 được đề xuất như sau:

H_4 : Điều kiện thuận lợi tác động tích cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

Nhận thức rủi ro (PER) là khả năng thể hiện sự mất mát trong việc thực hiện kết quả mong muốn khi sử dụng dịch vụ điện tử (Yang & cộng sự, 2015). Nhận thức rủi ro được tham chiếu trong một số nghiên cứu trước đây. Ví dụ, nhận thức rủi ro trong sự chấp nhận thanh toán điện tử qua Internet và qua di động (He & Mykytyn, 2009; Tan & cộng sự, 2014; Thakur & Srivastava, 2014), quan hệ giữa sự tin tưởng, nhận thức rủi ro và ý định sử dụng thanh toán điện tử và thanh toán qua di động (Lu & cộng sự, 2011; Yang & cộng sự, 2015; Khalizadeh & cộng sự, 2017), nhận thức rủi ro và ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử (Huang & Cheng, 2012), kinh nghiệm áp dụng các công cụ thanh toán qua di động trên MXH (Cabanillas & cộng sự, 2014, 2016). Trong nghiên cứu này, nhận thức rủi ro là nhận thức của người sử dụng về những khả năng có thể gây thiệt hại cho họ khi thực hiện thanh toán qua MXH. Do đó, giả thuyết H_6 được đề xuất như sau:

H_6 : Nhận thức rủi ro tác động tiêu cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

Sự tin tưởng (TRU) là niềm tin chủ quan mà một bên sẽ thực hiện đầy đủ nghĩa vụ của mình theo sự mong đợi của các bên liên quan. Sự tin tưởng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ý định sử dụng các dịch vụ (Lu & cộng sự, 2011). Khái niệm TRU được tham chiếu trong một số nghiên cứu trước đây, chẳng hạn như các nghiên cứu về sự chấp nhận thương mại điện tử (Pavlou, 2003), quan hệ giữa sự tin tưởng, nhận thức rủi ro và ý định sử dụng thanh toán trực tuyến và thanh toán qua di động (Lu & cộng sự, 2011; Yang & cộng sự, 2015), kinh nghiệm áp dụng các công cụ thanh toán qua di động trên MXH (Cabanillas & cộng sự, 2014, 2016), ảnh hưởng của sự tin tưởng và nhận thức rủi ro đối với các nền tảng truyền thông xã hội (Wang & cộng sự, 2016). Trong nghiên cứu này, sự tin tưởng là lòng tin của người sử dụng đối với hệ thống thanh toán qua MXH nhằm giảm sự cần thiết của việc khảo sát và kiểm soát tình trạng. Sự tin tưởng còn có tác động gián tiếp đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH thông qua nhận thức rủi ro (Yang & cộng sự, 2015), tức là mối lo ngại về khả năng bị thiệt hại khi thanh toán qua MXH sẽ càng thấp khi sự tin tưởng đối với hệ thống càng cao. Do đó, các giả thuyết H_5 và H_8 được đề xuất:

H_5 : Sự tin tưởng tác động tích cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH.

H_8 : Sự tin tưởng tác động tiêu cực đến nhận thức rủi ro.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo hai bước: Nghiên cứu sơ bộ theo phương pháp định tính, và nghiên cứu chính thức với phương pháp định lượng. Đầu tiên, tác giả dựa trên cơ sở lý thuyết và thực trạng của thanh toán qua MXH tại VN để hình thành thang đo nháp. Kế tiếp, tác giả thảo luận với các chuyên gia trong lĩnh vực thanh toán điện tử để hiệu chỉnh thang nhằm đưa ra thang đo thử cho nghiên cứu sơ bộ. Thang đo sau khi hiệu chỉnh từ nghiên cứu sơ bộ được dùng cho nghiên cứu chính thức.

Trong nghiên cứu chính thức, các biến quan sát được đo bằng thang đo Likert 5 điểm (1 - hoàn toàn không đồng ý đến 5 - hoàn toàn đồng ý). Dữ liệu được thu thập bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện qua bảng khảo sát. Các câu hỏi khảo sát được gửi đi thông qua MXH (Facebook, Google+, LinkedIn...) và e-mail tới các khách hàng đang sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại các chi nhánh/phòng giao dịch Techcombank ở khu vực TP.HCM, và phát trực tiếp cho các khách hàng đang sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Techcombank Phan Xích Long và Techcombank Sài Gòn. Tổng cộng có 210 mẫu dữ liệu thu được và có thể sử dụng 192 mẫu (18 mẫu không hợp lệ) của 27 biến quan sát. Dữ liệu sau khi thu thập được làm sạch, và phân tích bằng phần mềm SPSS và AMOS. Các phân tích của nghiên cứu chính thức bao gồm phân tích nhân tố khám phá (EFA); phân tích độ tin cậy (Cronbach's Alpha); phân tích nhân tố khẳng định (CFA); và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

3.1.1. Thống kê mô tả

Giới tính: Không có sự khác biệt nhiều, với tỉ lệ nam là 54% và nữ là 46%.

Tuổi tác: Nhóm tuổi 18–25 chiếm tỉ lệ cao nhất với 51%, các nhóm tuổi còn lại chiếm tỉ lệ xấp xỉ nhau với 23% và 25% cho các nhóm tuổi 26–35 và 36–50, nhóm tuổi trên 50 chiếm tỉ lệ thấp nhất với chỉ 1%.

Thu nhập: Chỉ có 10% khách hàng có thu nhập 3–5 triệu đồng, 21% có thu nhập trên 10 triệu đồng, 27% có thu nhập dưới 3 triệu đồng, 42% có thu nhập 5–10 triệu đồng.

Kinh nghiệm thanh toán điện tử: 6–12 tháng chiếm 11%, từ 12–24 tháng chiếm 17%, đặc biệt có đến 45% người tham gia khảo sát có kinh nghiệm trên 24 tháng.

Tần suất sử dụng MXH: 2–7 giờ một ngày chiếm tỉ lệ cao nhất với 72%, dưới 2 giờ chiếm tỉ lệ 16%, trên 7 giờ chỉ có 6%. Thời gian sử dụng thanh toán qua MXH: 55% người sử dụng thanh toán qua MXH dưới 6 tháng, tiếp theo là 22% từ 6–12 tháng, 17% từ 12–24 tháng, và chỉ có 6% trên 24 tháng.

Bảng 1

Mô tả dữ liệu, phương sai trích trung bình và bình phương hệ số tương quan

	Trung bình	Độ lệch chuẩn	PEE	EFE	SOI	FAC	TRU	PER	ESN
PEE	3,820*	0,752	0,600**						
EFE	3,770*	0,753	0,060	0,619**					
SOI	3,759*	0,682	0,046	0,033	0,560**				
FAC	3,802*	0,671	0,060	0,060	0,044	0,552**			
TRU	3,667*	0,791	0,108	0,080	0,083	0,058	0,611**		
PER	2,693*	0,791	0,001	0,001	0,013	0,001	0,023	0,526**	
ESN	3,787*	0,697	0,029	0,017	0,019	0,023	0,042	0,019	0,588**

Ghi chú: * Trung bình theo Likert 5 điểm; ** Phương sai trích trung bình (AVE)

3.1.2 Kiểm định mô hình và giả thuyết

Bảng 2

Thang đo và tổng hợp các kết quả phân tích

Các biến quan sát			Hệ số tải		CR	AVE
			EFA	CFA		
Kì vọng hiệu quả	PEE1	Thực hiện thanh toán qua MXH sẽ nâng cao hiệu quả giao dịch	0,707	0,869		
	PEE2	Thực hiện thanh toán qua MXH giúp tiết kiệm thời gian	0,828	0,683		
	PEE3	Thanh toán qua MXH rất hữu ích	0,716	0,797	0,856	0,600
	PEE4	Thanh toán qua MXH rất thuận tiện	0,597	0,737		

Kĩ vụng nỗ lực	FEE1	Thanh toán qua MXH dễ dàng sử dụng	0,589	0,859		
	EFE2	Tương tác thực hiện thanh toán qua MXH đơn giản và dễ hiểu	0,730	0,871		
	EFE3	Học cách thanh toán qua MXH dễ dàng	0,803	0,751	0,865	0,619
	EFE4	Dễ dàng thành thạo trong thanh toán qua MXH	0,803	0,644		
Ảnh hưởng xã hội	SOI1	Những người quan trọng ủng hộ thanh toán qua MXH	0,740	0,788		
	SOI2	Bạn bè nghĩ nên thanh toán qua MXH	0,657	0,805		
	SOI3	Ảnh hưởng những người xung quanh khi thực hiện thanh toán	0,809	---	0,791	0,560
	SOI4	Những người quan trọng thích thực hiện thanh toán qua MXH	0,577	0,640		
Điều kiện thuận lợi	FAC1	Có điều kiện phù hợp để thực hiện thanh toán qua MXH	0,755	0,652		
	FAC2	Có kiến thức cần thiết để thực hiện thanh toán qua MXH	0,842	---		
	FAC3	Với nguồn lực cần thiết, thanh toán qua MXH được thực hiện dễ dàng	---	0,824	0,709	0,552
	FAC4	Thanh toán qua MXH tương thích với các công nghệ khác	---	---		
Sự tin tưởng	TRU1	Thanh toán qua MXH cung cấp dịch vụ tài chính chính xác	0,683	0,761		
	TRU2	Thanh toán qua MXH cung cấp dịch vụ tài chính an toàn	0,801	0,766		
	TRU3	Thanh toán qua MXH cung cấp dịch vụ tài chính đáng tin cậy	0,776	0,771	0,863	0,611
	TRU4	Thanh toán qua MXH đáng tin tưởng vì nó mang lại lợi ích tốt nhất	0,748	0,827		

Nhận thức rủi ro	PER1	Những người khác có thể biết thông tin cá nhân khi thanh toán qua MXH	0,707	0,720		
	PER2	Chi phí để thực hiện thanh toán qua MXH cao hơn sơ với dự kiến	0,828	---		
	PER3	Thanh toán qua MXH là một giao dịch mạo hiểm	0,716	---	0,689	0,526
	PER4	Những người khác có thể truy cập vào tài khoản khi thanh toán qua MXH	0,597	0,730		
Chấp nhận thanh toán	ESN1	Nếu truy cập vào dịch vụ thanh toán qua MXH, có ý định sử dụng nó	0,732	0,802		
	ESN2	Có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ thanh toán qua MXH trong tương lai	0,794	0,833	0,809	0,588
	ESN3	Dự định sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ thanh toán qua MXH thường xuyên	0,805	0,654		

Ghi chú: CR: Độ tin cậy tổng hợp; AVE: Phương sai trích trung bình; --- Loại do hệ số tải < 0,5

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích EFA lần 1 bỏ đi biến FAC3 của thành phần điều kiện thuận lợi do có hệ số tải nhân tố của biến thấp (< 0,5). Phân tích EFA lần 2 rút trích được 6 thành phần từ 22 biến quan sát (tiếp tục loại bỏ biến FAC3), các biến được phân thành từng nhóm nhân tố trong ma trận xoay yếu tố đúng như mô hình đề xuất ban đầu. Chi tiết hệ số tải EFA như ở Bảng 2. Ngoài ra, hệ số tin cậy (Cronbach's Alpha) tổng hợp của các thành phần thang đo có giá trị từ 0,720 đến 0,883. Như vậy, thang đo đạt yêu cầu (Hair & cộng sự, 2015).

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Phân tích CFA lần 1 bỏ đi 2 biến FAC2 và FAC4 của thành phần điều kiện thuận lợi do hệ số tải nhân tố của biến thấp (< 0,5). Phân tích CFA lần 2 tiếp tục bỏ đi 3 biến SOI3, PER2 và PER3 của thành phần ảnh hưởng xã hội và nhận thức rủi ro do hệ số tải nhân tố của biến thấp (< 0,5). Kiểm định mô hình đo lường với các chỉ số Chi-square(χ^2)/df = 1,322; GFI = 0,902; TLI = 0,967; CFI = 0,975; RMSEA = 0,041 nên thang đo tương thích với tập dữ liệu. Hệ số tải CFA của các biến từ 0,640 đến 0,871. Phương sai trích trung bình (AVE) có giá trị từ 0,512 đến 0,885 (> 0,5) nên các thang đo đạt giá trị hội tụ. AVE của các thang đo đều lớn hơn bình phương hệ số tương quan (r^2) tương ứng, nên

các thang đo đạt giá trị phân biệt (Bảng 2). Kiểm định mô hình lí thuyết với các chỉ số Chi-square(χ^2)/dF = 1,325; GFI = 0,903; TLI = 0,966; CFI = 0,974; RMSEA = 0,041 nên mô hình lí thuyết phù hợp với tập dữ liệu (Byrne, 2013).

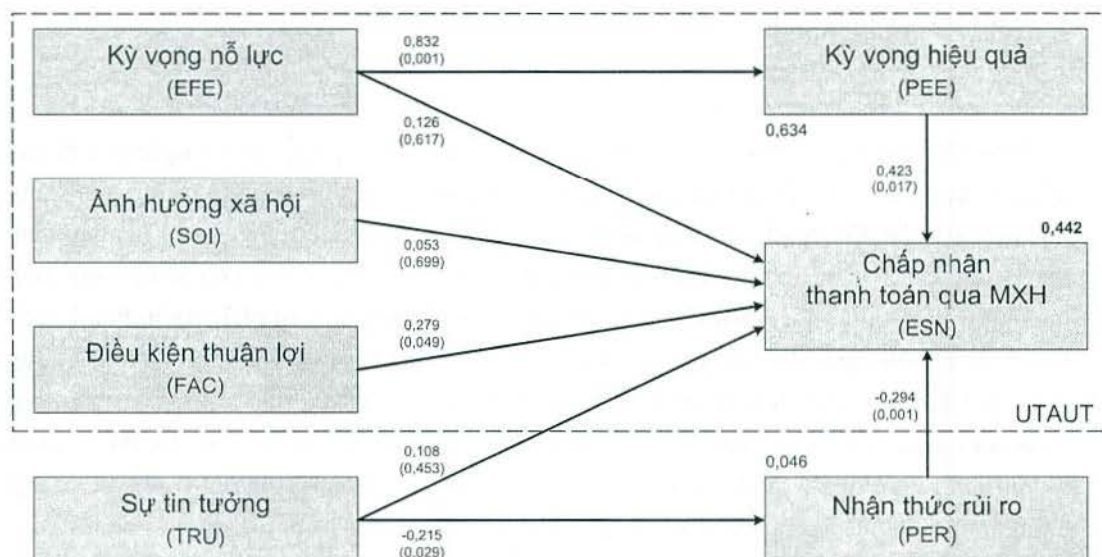
Bảng 3

Mối quan hệ giữa các thành phần và kết quả kiểm định các giả thuyết

Giả thuyết	Quan hệ	Ước lượng	Sai số chuẩn	Mức ý nghĩa	Kết quả
H ₁	ESN $\leftarrow$ PEE	0,423	0,203	0,017	Chấp nhận
H ₂	ESN $\leftarrow$ EFE	0,126	0,361	0,617	Bác bỏ
H ₃	ESN $\leftarrow$ SOI	0,053	0,188	0,699	Bác bỏ
H ₄	ESN $\leftarrow$ FAC	0,279	0,152	0,049	Chấp nhận
H ₅	ESN $\leftarrow$ TRU	0,108	0,129	0,453	Bác bỏ
H ₆	ESN $\leftarrow$ PER	-0,294	0,085	0,001	Chấp nhận
H ₇	PEE $\leftarrow$ EFE	0,832	0,152	0,001	Chấp nhận
H ₈	PER $\leftarrow$ TRU	-0,215	0,094	0,029	Chấp nhận

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

Phân tích SEM theo phương pháp ước lượng khả dĩ nhất (ML), kết quả lấy theo các thông số ước lượng đã được chuẩn hóa (Bảng 2). Theo đó, các yếu tố PEE và FAC có tác động tích cực đến ESN với hệ số γ lần lượt là 0,423 (mức ý nghĩa thống kê $p = 0,017$ và 0,279 ($p = 0,049$), nên các giả thuyết H₁ và H₄ được chấp nhận. Yếu tố PER có tác động tiêu cực đến ESN với hệ số γ là -0,294 ($p = 0,001$), nên giả thuyết H₆ được chấp nhận. Mặt khác, các yếu tố EFE và SOI có tác động đến ESN với hệ số γ lần lượt là 0,126 và 0,053 nhưng không có ý nghĩa thống kê ($p > 0,05$), nên các giả thuyết H₂ và H₃ bị bác bỏ. Ngoài ra, yếu tố TRU còn có tác động tích cực đến ESN với hệ số γ là 0,108 nhưng không có ý nghĩa thống kê ($p > 0,05$), nên giả thuyết H₅ bị bác bỏ. Ngoài ra, yếu tố EFE còn có tác động tích cực đến PEE với hệ số γ là 0,832 ($p = 0,001$), nên giả thuyết H₇ được chấp nhận. Yếu tố TRU có tác động tiêu cực đến PER với hệ số γ là -0,215 ($p = 0,029$), nên giả thuyết H₈ được chấp nhận.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất và kết quả kiểm định

3.2. Thảo luận kết quả

Tóm lại, có 5 trong 8 giả thuyết được chấp nhận, kết quả phân tích SEM cũng cho thấy các yếu tố độc lập và trung gian có thể giải thích được khoảng 44,2% ($R^2 = 0,442$) ý định hành vi hay sự chấp nhận thanh toán qua MXH. Mặc dù, phát hiện này còn khiêm tốn, có thể so sánh với UTAUT (Venkatesh & cộng sự, 2003) và UTAUT2 (Venkatesh & cộng sự, 2012) giải thích được khoảng 56% (UTAUT) và 74% (UTAUT2) trong ý định sử dụng hệ thống thông tin. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra được các yếu tố có ảnh hưởng đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH ở những khía cạnh khác nhau. Trong đó, các yếu tố kì vọng nỗ lực, ảnh hưởng xã hội, sự tin tưởng, dù được xem xét trong mối quan hệ với sự chấp nhận thanh toán qua MXH, nhưng các giả thuyết này đã không được chấp nhận. Tuy nhiên, kì vọng nỗ lực có ảnh hưởng gián tiếp đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH thông qua kì vọng hiệu quả, và sự tin tưởng có ảnh hưởng gián tiếp đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH thông qua nhận thức rủi ro. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đã chỉ ra được các yếu tố sự tin tưởng (Pavlou, 2003; Arpacı, 2016) và nhận thức rủi ro (Bauer, 1967; Khalizadeh & cộng sự, 2017) có quan hệ cấu trúc với sự chấp nhận thanh toán qua MXH (Hình 1). Đây là những đóng góp mới về mặt lí thuyết của sự chấp nhận và sử dụng công nghệ.

4. Kết luận và kiến nghị

4.1. Kết luận

Phân tích nhân tố khám phá và nhân tố khẳng định của các biến trong nghiên cứu này đều có các hệ số tải nhân tố khá cao, thang đo đạt giá trị phân biệt và giá trị hội tụ. Thang đo của các biến độc lập, biến trung gian, và sự chấp nhận thanh toán qua MXH đều đảm bảo độ tin cậy. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính cho thấy các yếu tố kì vọng hiệu quả, điều kiện thuận lợi, và nhận thức rủi ro có ảnh hưởng đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH. Bên cạnh đó, các yếu tố kì vọng nỗ lực và sự tin tưởng cũng có ảnh hưởng gián tiếp đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH thông qua các yếu tố kì vọng hiệu quả và nhận thức rủi ro. Mô hình nghiên cứu có thể giải thích được khoảng 44,2% sự chấp nhận thanh toán qua MXH. Nghiên cứu cũng có đóng góp mới về mặt lí thuyết của sự chấp nhận thanh toán qua MXH, và sự chấp nhận và sử dụng công nghệ nói chung.

Hạn chế của nghiên cứu ở mẫu khảo sát, chỉ trong phạm vi một ngân hàng, đó là Techcombank. Để mô hình lí thuyết có tính tổng quát, cần mở rộng mẫu khảo sát ở nhiều ngân hàng khác, không chỉ tại khu vực TP.HCM mà cả ở VN. Ngoài ra, mô hình hiện tại chưa xem xét các yếu tố cấu trúc khác (sự hài lòng của khách hàng, sự truyền miệng, văn hóa), các biến điều tiết (các yếu tố nhân khẩu học), và cũng chưa xem xét hành vi sử dụng thanh toán qua MXH. Điều này tạo ra cơ hội cho các hướng nghiên cứu tiếp theo.

4.2. Kiến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức rủi ro có ảnh hưởng tiêu cực đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH. Do đó, để nâng cao sự chấp nhận thanh toán qua MXH cần phải giảm thiểu rủi ro, đảm bảo sự an toàn - bảo mật hệ thống thanh toán (bảo mật cơ sở hạ tầng hệ thống, lọc nội dung). Ngân hàng cần tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về bảo mật thông tin và phân quyền truy cập có giới hạn. Mã hóa dữ liệu và sử dụng các công cụ bảo mật thông tin để ngăn chặn sự xâm nhập của tin tặc. Bên cạnh đó, thường xuyên cập nhật những công nghệ hiện đại, nâng cấp các phần mềm bảo mật hệ thống...

Mặt khác, kì vọng hiệu quả có mức ảnh hưởng nhiều nhất đến thanh toán qua MXH, qua đó cho thấy khách hàng đánh giá cao tính hiệu quả mà dịch vụ thanh toán qua MXH đem lại. Cho nên, ngân hàng cần duy trì các tính năng của dịch vụ hiện có, bổ sung thêm các tiện ích và ứng dụng mới cho để thu hút thêm khách hàng. Ví dụ, phát triển ứng dụng có thể chạy được trên nền tảng Window phone, nâng cấp hệ thống để tăng tốc độ thực

hiện giao dịch... Cuối cùng, cần nâng cao sự tin tưởng của khách hàng đối với dịch vụ thanh toán qua MXH. Niềm tin của khách hàng là tài sản quý giá nhất của bất kì doanh nghiệp nào, kết quả nghiên cứu cho thấy sự tin tưởng cũng có ảnh hưởng đáng kể đến sự chấp nhận thanh toán qua MXH. Vì vậy, để duy trì và nâng cao sự tin tưởng của khách hàng, ngân hàng cần phải đào tạo thêm các kĩ năng truyền thông để nhân viên truyền đạt thông tin một cách tốt nhất - giúp khách hàng tin tưởng vào các tiện ích, sự an toàn - bảo mật của dịch vụ thanh toán qua MXH■

Chú thích

¹ ICIC: Industrial Credit and Investment Corporation.

² FNB: First National Bank.

³ ASB: Auckland Savings Bank.

^{4,6} Truy cập ngày 15/01/2017, từ: <https://www.techcombank.com.vn/khach-hang-ca-nhan/ngan-hang-dien-tu/fast-i-bank-dich-vu-internet-banking>.

^{5,7} Truy cập ngày 15/01/2017, từ: <https://www.techcombank.com.vn/khach-hang-ca-nhan/ngan-hang-dien-tu/fast-mobile-chuyen-tien-qua-mang-xa-hoi>.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Part of the series SSSP Springer Series in Social Psychology, pp 11-39.
- Arpaci, I. (2016). Understanding and predicting students' intention to use mobile cloud storage services. *Computers in Human Behavior*, 58(May 2016), 150-157.
- Bankole, F., & Bankole, O. (2017). The effects of cultural dimension on ICT innovation: Empirical analysis of mobile phone services. *Telematics and Informatics*, 34(2), 490-505.
- Bradford, T. (2012). Where social networks, payments and banking intersect. *Payments System Research Briefing*, Kansas.
- Byrne, B. M. (2013). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*, Routledge.
- Cabanillas, F., Fernandez, J., & Leiva, F. (2014). The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in virtual social networks: The m-payment acceptance model in virtual social networks. *International Journal of Information Management*, 34(2), 151-166.
- Cabanillas, F., Herrera, L., & Guillen, A. (2016). Variable selection for payment in social networks: Introducing the Hy-index. *Computers in Human Behavior*, 56, 45-55.
- Compeau, D., & Higgins, C. (1995). Application of social cognitive theory to training for computer skills. *Information Systems Research*, 6(2), 118-143.

- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111-1132.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Massachusetts, Wiley.
- Gholami, R., Ogun, A., Koh, E., & Lim, J. (2010). Factors affecting e-payment adoption in Nigeria. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 8(4), 51-67.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2014). *Multivariate data analysis*, Pearson.
- He, F. & Mykytyn, P. (2009). Decision factors for the adoption of an online payment system by customers. *International Journal of E-Business Research*, 3(4), 1-32.
- Huang, E., Cheng, F. (2012). Online security cues and e-payment continuance intention. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 3(1), 42-58.
- Keramati, A., Hadjiha, B., Modares, T., Taeb, R., & Mojir, N. (2010). Adoption of electronic payment services by Iranian customers. *International Journal of Customer Relationship and Management*, 1(4), 80-97.
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior*, In Press.
- Khan, I., Hameed, Z., & Khan, S. (2017). Understanding online banking adoption in a developing country: UTAUT2 with cultural moderators. *Journal of Global Information Management*, 25(1), 43-65.
- Lu, Y., Yang, S., Chau, P., & Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective. *Information & Management*, 48(8), 393-403.
- Moore, G., & Benbasat, I. (1996). Integrating diffusion of innovations and theory of reasoned action models to predict utilization of information technology by end-users. In *Diffusion and Adoption of Information Technology* (pp. 132-146), Springer.
- Morosan, C., & Defranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17-29.
- Nguyễn Duy Thanh, & Cao Hào Thi. (2011). Đề xuất mô hình chấp nhận và sử dụng ngân hàng điện tử ở VN. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ*, 14(Q2), 97-105.
- Nguyễn Duy Thanh, & Cao Hào Thi. (2014). Mô hình cấu trúc cho sự chấp nhận và sử dụng ngân hàng điện tử ở VN. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 281, 57-75.

- Pavlou, P. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*, Simon and Schuster.
- Sheppard, B., Hartwick, J., & Warshaw, P. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 325-343.
- Slade, E., Dwivedi, Y., Piercy, N., & Williams, M. (2015). Modeling consumers' adoption intentions of remote mobile payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with innovativeness, risk, and trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860-873.
- Tan, G., Ooi, K., Chong, S., & Hew, T. (2014). NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment?. *Telematics and Informatics*, 31(2), 292-307.
- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369-392.
- Thompson, R., Higgins, C., & Howell, J. (1991). Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125-143.
- Venkatesh, V., (2015). Technology acceptance model and the unified theory of acceptance and use of technology. *Management Information Systems*, Wiley.
- Venkatesh, V. & Davis, F. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J., & 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.
- Wang, Y., Min, Q., & Han, S. (2016). Understanding the effects of trust and risk on individual behavior toward social media platforms: A meta-analysis of the empirical evidence. *Computers in Human Behavior*, 56, 34-44.
- Williams, M. Rana, N., & Dwivedi, Y. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): A literature review. *Journal of Enterprise Information*, 28(3), 443-488.
- Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D., & Tarn, J. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China's younger generation. *Computers in Human Behavior*, 50, 9-24.
- Zarrella, D. (2009). *The social media marketing book*, O'Reilly Media.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760-767.