KHẢ NĂNG CHẤP NHẬN THANH TOÁN TRỰC TUYẾN TẠI VIỆT NAM: NHẬN THỨC RỦI RO TRONG THẾ HỆ Y, Z

● TRẦN THỊ MỸ HƯƠNG - NGUYỄN THỊ MINH TIÊN - BÙI NGỌC TUẤN ANH

TÓM TẮT:

Việt Nam là một đất nước có cơ cấu dân số trẻ và là thị trường tiềm năng cho phát triển thương mại điện tử (TMĐT). Thanh toán trực tuyến (TTTT) là thành phần quan trọng trong việc thúc đẩy giao dịch giữa người mua và người bán, góp phần phát triển TMĐT. Do đó, việc thực hiện nghiên cứu khả năng chấp nhận TTTT của thế hệ Y, Z tại Việt Nam là vô cùng cần thiết. Với các phát hiện có tính khám phá, đóng góp về mặt lý thuyết và thực tiễn trong nghiên cứu này, các tác giả sẽ có những đề xuất nhằm đáp ứng người dùng tốt hơn, từ đó thúc đẩy TMĐT.

Từ khóa: Thanh toán trực tuyến, thương mại điện tử, rủi ro nhận thức, thế hệ Y, Z Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Sự xuất hiện các doanh nghiệp kinh doanh trực tuyến như Sendo.vn, Shopee.vn, Tiki.vn,... khiến khách hàng quen dần với hình thức mua sắm trực tuyến thay vì mua sắm truyền thống. Năm 2019, ước tính có hơn 44,8 triệu người tham gia mua sắm trực tuyến với tỉ lệ tăng trưởng trung bình trên 20% (Bộ Công Thương, 2020). Tuy nhiên, 86% người mua hàng đều lựa chọn hình thức thanh toán bằng tiền mặt khi nhận hàng (COD) (Bộ Công Thương, 2020). Có thể thấy, tiềm năng phát triển TMĐT tại Việt Nam là rất cao, tuy nhiên, sự phát triển vẫn chưa đạt được như tiềm năng của nó, đặc biệt là thế hệ Y, Z - đối tượng khách hàng tiềm năng của TMĐT, với độ tuổi mua sắm online từ 25-29 tuổi chiếm 55% (Nielsen, 2020). Một trong các nguyên nhân chính là do bị hạn chế ở khâu TTTT, khách hàng chưa có niềm tin với các giao dịch TTTT. Họ lo ngại sản phẩm kém chất lượng so với quảng cáo và thông tin cá nhân sẽ bị tiết lộ (Bộ Công Thương, 2020).

Về mặt chính sách, các nhà quản lý đã và đang có những chính sách thúc đẩy phù hợp. Cụ thể, giai đoạn 2016 - 2020, để khuyến khích người dân sử dụng hình thức thanh toán không

dùng tiền mặt, Chính phủ ban hành Quyết định số 2545/QĐ-TTg với mục tiêu đến năm 2020 lắp đặt trên 300.000 thiết bị chấp nhận thẻ POS (Point of Sale) với khoảng 200 triệu giao dịch/năm toàn thị trường; cá nhân, hộ gia đình ở các thành phố lớn sử dụng hình thức thanh toán không dùng tiền mặt trong sinh hoạt hằng ngày đạt mức 50%; tỷ lệ người dân trên 15 tuổi có tài khoản ngân hàng đạt mức thấp nhất 70% vào cuối năm 2020.

Có thể thấy, TMĐT là lĩnh vực hoạt động kinh tế có tiềm năng phát triển trong tương lai rất lớn tại Việt Nam nhưng chưa đạt được những mục tiêu đề ra bởi nhiều nguyên nhân khác nhau, trong đó có nguyên nhân quan trọng là sự e ngại về các rủi ro khi chấp nhận sử dụng các hình thức TTTT. Vì vậy, việc thực hiện nghiên cứu để khám phá các yếu tố tác động đến khả năng chấp nhận TTTT của thế hệ Y, Z tại Việt Nam cũng như mối quan hệ giữa các yếu tố đó là vô cùng cần thiết cho các nhà cung cấp dịch vụ và các nhà làm chính sách.

2. Cơ sở lý thuyết

Rủi ro nhận thức (Perceived Risk): Nghiên cứu này sử dụng định nghĩa về rủi ro nhận thức là "khả năng mất mát khi theo đuổi kết quả mong muốn của việc sử dụng dịch vụ điện tử" (Featherman và Pavlou, 2003). Rủi ro nhận thức gồm 7 khía cạnh, gồm: rủi ro bảo mật, rủi ro quyền riêng tư, rủi ro thời gian, rủi ro kinh tế, rủi ro tâm lí, rủi ro chức năng, rủi ro xã hội (Featherman và Pavlou, 2003; Yang và cộng sự, 2015).

Sự lạc quan thiên vị (Optimism Bias): Một lỗi hệ thống trong nhận thức của một cá nhân riêng lẻ so với mức trung bình của nhóm, trong đó các sự kiện tiêu cực được xem là ít xảy ra với cá nhân hơn mức trung bình nhóm và các sự kiện tích cực có khả năng xảy ra nhiều hơn so với trung bình nhóm (Weinstein, 1980). Tức là nhiều người tin rằng với kiến thức, kĩ năng và kinh nghiệm của họ thì khả năng họ gặp rủi ro là rất thấp khi sử dụng các giao dịch điện tử.

Thông tin về thanh toán điện tử (Information on E-payment): Thông tin mà khách hàng có được về các sản phẩm và thông tin đó là một trong những yếu tố chính ảnh hưởng trực tiếp đến việc áp dụng hệ thống công nghệ mới (Pikkarainen và cộng sự, 2004). Khách hàng tin tưởng sử dụng sản phẩm/dịch vụ mới, bởi vì họ biết về nó và thông tin về nó khiến mọi người tự tin hơn khi sử dụng (Lin và Nguyen, 2001). Nghiên cứu này giả định rằng thông tin về thanh toán điện tử ảnh hưởng trực tiếp đến ý định chấp nhận thanh toán điện tử.

Mô hình TAM cho rằng, sự chấp nhận của người dùng đối với một hệ thống mới được xác định bởi ý định sử dụng của người dùng, điều này bị ảnh hưởng bởi niềm tin của người dùng về hệ thống, nhận thức hữu ích (Perceived Usefulness) và nhận thức dễ sử dụng (Perceived Ease of Use) (Davis và cộng sự, 1989). Mô hình đề xuất được phát triển dựa trên mô hình nghiên cứu dự đoán về ý định sử dụng dịch vụ điện tử của Featherman và Pavlou (2003) và bổ sung thêm các yếu tố: sự lạc quan thiên vị (Optimism Bias) (Schaupp và Carter, 2010); thông tin về thanh toán điện tử (Lin và Nguyen, 2011).

Qua các nghiên cứu trên, các tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

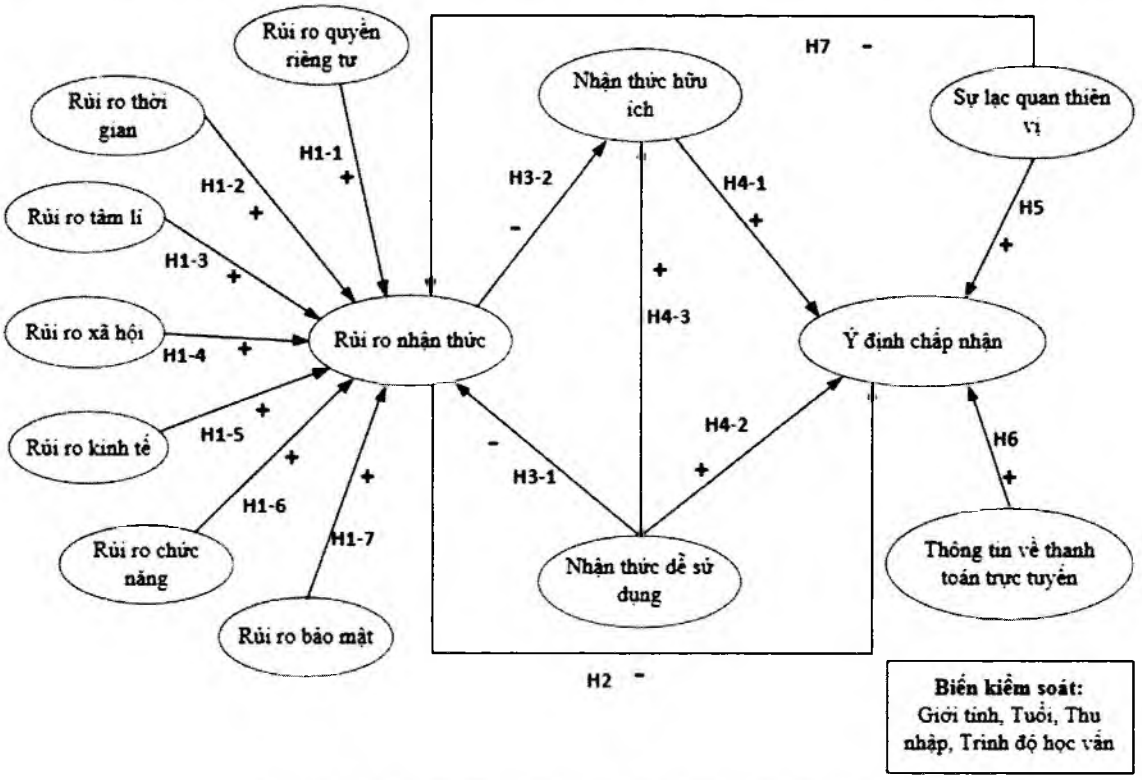
Để kết quả nghiên cứu được khách quan và có kết quả tốt nhất thì quá trình nghiên cứu được thực hiện qua 3 bước: nghiên cứu định tính, nghiên cứu định lượng sơ bộ và nghiên cứu định lượng chính thức. Tại bước nghiên cứu định lượng chính thức, nghiên cứu này thực hiện khảo sát với 700 bảng câu hỏi được gửi đến các đối tượng là người có độ tuổi từ 18 - 40 tuổi, đã từng mua hàng trực tuyến trong vòng 6 tháng tại thời điểm phỏng vấn. Kết quả thu hồi được 397 bảng câu hỏi đạt yêu cầu và được phân tích bằng phần mềm SmartPLS 3.2.8 và SPSS 20.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy thang đo và tính hội tụ

Khi kiểm định độ tin cậy của Cronbach's Alpha (CA), nếu kết quả đạt trên 0.7 thì sẽ chấp nhận kết quả. Kết quả nghiên cứu có giá trị dao động từ 0.724 (thang đo FR) đến 1 (thang đo OB). Trong đó, thang đo IE3, IA3 và OB1 không đạt độ tin cậy nên đã bị loại bỏ.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất thông tin về thanh toán điện tử



Khi kiểm định tính hội tụ thì giá trị của tổng phương sai trích AVE phải bằng hoặc trên 0.5 thì đạt yêu cầu, nghĩa là biến tiềm ẩn có thể giải thích được hơn một nửa phương sai của nó với trung bình. Các chỉ số AVE của các thang đo đều thỏa mãn điều kiện lớn hơn 0.5 khi chỉ số nhỏ nhất là 0.743. Điều này chứng tỏ các nhân tố trích được giải thích nhiều hơn bất kì các tổ hợp phương sai trích khác. (Bảng 1)

4.2. Đánh giá đa cộng tuyến

Thông thường, hiện tượng đa cộng tuyến được đánh giá thông qua chỉ số VIF do phần mềm

Bảng 1. Kết quả kiểm định tính hội tụ

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Nhận thức dễ sử dụng	0.920	0.927	0.944	0.807
Nhận thức hữu ích	0.916	0.918	0.947	0.857
Rủi ro bảo mật	0.929	0.929	0.966	0.934
Rủi ro chức năng	0.724	0.725	0.879	0.784
Rủi ro kinh tế	0.826	0.845	0.896	0.743
Rủi ro nhận thức	0.923	0.923	0.951	0.867
Rủi ro quyền riêng tư	0.928	0.931	0.954	0.874
Rủi ro thời gian	0.834	0.835	0.901	0.751
Rủi ro tâm lí	0.860	0.860	0.914	0.781
Rủi ro xã hội	0.758	0.760	0.892	0.805
Sự lạc quan thiên vị	1.000	1.000	1.000	1.000
Thông tin về thanh toán điện tử	0.776	0.835	0.897	0.813
Ý định chấp nhận	0.914	0.914	0.959	0.921

Smart PLS cung cấp. Kết quả phân tích đa cộng tuyến cho thấy chỉ số VIF của thang đo PEOU2 lớn hơn 5 nên đã bị loại bỏ khỏi mô hình. Các thang đo còn lại vẫn đảm bảo VIF nhỏ hơn 5. (Bảng 2)

4.3. Đánh giá mô hình cấu trúc

Đánh giá mô hình cấu trúc tuyến tính cần phải xem xét mối quan hệ giữa các cấu trúc ngoại sinh có tốt hay không. Khi đánh giá mô hình cấu trúc thì chỉ số R^2 phải lớn hơn 0.1 thì mô hình mới được gọi là tốt. Các hệ số R^2 đều lớn hơn 0.1 cho nên mô hình cấu trúc được xem là đạt yêu cầu. Cụ thể: Nhận thức hữu ích (0.68), Rủi ro nhận thức (0.95), Ý định chấp nhận (0.645). (Bảng 3)

4.4. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu (Bảng 4)

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Các giả thuyết rủi ro thành phần tác động lên rủi ro nhận thức từ H1-1 đến H1-7 đều được chấp nhận, điều này có nghĩa là rủi ro quyền riêng tư, rủi ro thời gian, rủi ro tâm lí, rủi ro xã hội, rủi ro kinh tế, rủi ro chức năng, rủi ro bảo mật đều có tác động đến rủi ro nhận thức chung của người dùng.

Kết quả cho thấy, rủi ro nhận thức chung có tác động tiêu cực trực tiếp đến ý định chấp nhận TTTT của thế hệ Y, Z Việt Nam (P=0.001). Bên cạnh đó, sự lạc quan thiên vị và thông tin về thanh toán điện tử là hai cách tiếp cận mới trong nghiên cứu cũng được xác nhận có ảnh hưởng tích cực trực tiếp đến ý định.

Về mặt thực tiễn, kết quả nghiên cứu giúp các nhà quản trị của các doanh nghiệp hiểu hơn về các yếu tố làm ảnh hưởng đến quyết định chọn TTTT của người dùng, cụ thể là thế hệ Y, Z Việt Nam, từ đó có thể tập trung giải quyết, hạn chế tổn thất của các rủi ro nếu sự cố xảy ra; nâng cao và bảo đảm lợi ích của khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Đồng thời, phát triển thêm các dịch vụ

Bảng 2. Kết quả đánh giá đa cộng tuyến

	VIF
ER1	1.571
ER2	2.425
ER3	2.206
FR1	1.475
FR2	1.475
IA1	3.425
IA2	3.425
IE1	1.673
IE2	1.673

OB2	1.000
PEOU1	3.124
PEOU3	2.622
PEOU4	2.988
PEOU5	3.486
PR1	3.142
PR2	4.164
PR3	4.030
PU1	3.448
PU2	3.884
PU3	2.805

PeR1	3.767
PeR2	3.953
PeR3	3.007
PhR1	2.173
PhR2	2.326
PhR3	2.063
SR1	1.592
SR2	1.592
SeR1	4.057
SeR2	4.057

TR1	1.793
TR2	2.119
TR3	1.980

Bảng 3. Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Nhận thức hữu ích	0.680	0.678
Rủi ro nhận thức	0.950	0.949
Ý định chấp nhận	0.645	0.641

Bảng 4. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Mean, STDE..., T-values, P-values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDE	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Nhận thức dễ sử dụng -> Nhận thức hữu ích	0.688	0.689	0.031	21.968	0.000
Nhận thức dễ sử dụng -> Rủi ro nhận thức	0.015	0.016	0.016	0.900	0.369
Nhận thức dễ sử dụng -> Ý định chấp nhận	0.214	0.214	0.067	3.187	0.002
Nhận thức hữu ích -> Ý định chấp nhận	0.278	0.276	0.061	4.526	0.000
Rủi ro bảo mật -> Rủi ro nhận thức	0.163	0.164	0.016	10.061	0.000
Rủi ro chức năng -> Rủi ro nhận thức	0.104	0.103	0.017	6.175	0.000
Rủi ro kinh tế -> Rủi ro nhận thức	0.197	0.198	0.018	10.756	0.000
Rủi ro nhận thức -> Nhận thức hữu ích	0.247	0.244	0.037	6.654	0.000
Rủi ro nhận thức -> Ý định chấp nhận	0.127	0.125	0.040	3.202	0.001
Rủi ro quyền riêng tư -> Rủi ro nhận thức	0.248	0.248	0.018	13.988	0.000
Rủi ro thời gian -> Rủi ro nhận thức	0.220	0.222	0.017	12.589	0.000
Rủi ro tâm lí -> Rủi ro nhận thức	0.253	0.252	0.020	12.679	0.000
Rủi ro xã hội -> Rủi ro nhận thức	0.140	0.143	0.015	9.110	0.000
Sự lạc quan thiên vị -> Rủi ro nhận thức	-0.035	-0.034	0.016	2.137	0.033
Sự lạc quan thiên vị -> Ý định chấp nhận	0.324	0.325	0.052	6.251	0.000
Thông tin về thanh toán điện tử -> Ý định c	0.013	0.017	0.050	0.265	0.791

tiện ích, chăm sóc khách hàng để mang lại cho khách hàng sự tiện lợi, thoải mái khi sử dụng dịch vụ.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu còn giúp các nhà làm chính sách hiểu thêm về những vấn đề mà người dùng gặp phải và những khó khăn mà họ gặp phải trong quá trình tìm lại lợi ích. Từ đó, các nhà làm chính sách có được cái nhìn tổng quát và đưa ra những quy định phù hợp hơn để bảo vệ lợi ích người dùng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bộ Công Thương - Cục TMĐT và Kinh tế số (2020). *Sách trắng TMĐT Việt Nam 2020.*

2. Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.

3. Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International journal of human-computer studies*, 59(4), 451-474.

4. Lin, C., & Nguyen, C. (2011). Exploring e-payment adoption in Vietnam and Taiwan. *Journal of Computer Information Systems*, 51(4), 41-52.

5. Nielsen (2020). *Báo cáo hành vi người tiêu dùng tháng 7/2020*

6. Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnila, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet research*.14(3), 224-235.

http://www.sciepub.com/reference/169453

7. Schaupp, L. C., & Carter, L. (2010). The impact of trust, risk and optimism bias on E-file adoption. *Information Systems Frontiers*, 12(3), 299-309.

8. Weinstein, N. D. (1980). Unrealistic optimism about future life events. *Journal of personality and social psychology*, 39(5), 806.

9. Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D. C., & Tarn, J. M. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China's younger generation. *Computers in Human Behavior*, 50, 9-24.54.

10. 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.

Ngày nhận bài: 7/10/2020
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/10/2020
Ngày chấp nhận đăng bài: 27/10/2020

Thông tin tác giả:
1. TRẦN THỊ MỸ HƯƠNG
Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh
2. NGUYỄN THỊ MINH TIÊN
Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh
3. BÙI NGỌC TUẤN ANH
Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

THE ACCEPTABILITY OF ONLINE PAYMENT AND THE PERCEIVED RISKS OF VIETNAMESE GENERATION Y AND GENERATION Z

● TRAN THI MY HUONG
● NGUYEN THI MINH TIEN
● BUI NGOC TUAN ANH
Ho Chi Minh City Open University

ABSTRACT:

Vietnam's population is quite young and the country has huge potential market for e-commerce development. Online payment plays a key role in promoting online transactions between buyers and sellers, contributing to the development of e-commerce. It is necessary to have researches on the acceptability of online payment of Vietnamese Generation Y and Generation Z. Based on this research's new theoretical and practical findings, some suggestions are proposed to promote the e-commerce development in Vietnam.

Keywords: E-payment, e-commerce, perceived risks, Vietnamese Generation Y and Generation Z.