

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI SỬ DỤNG VÍ ĐIỆN TỬ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG

● HUỖNH ĐĂNG THÀNH - PHAN THỊ THU HIỀN - TRẦN THỊ TRÚC KIỀU  
- LÊ THỊ LINH - LÊ THÀNH THÁI - NGUYỄN HOÀNG KHÁNH LY

## TÓM TẮT:

Ví điện tử đóng vai trò như một loại tài khoản điện tử thay cho tiền mặt thông thường, giúp khách hàng thanh toán trực tuyến qua máy tính, laptop hoặc smartphone, chỉ cần có kết nối internet. Điều này chứng tỏ ví điện tử là phương thức thanh toán phù hợp với nhu cầu và nền công nghệ mới. Bài viết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang, đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên và giúp các công ty cung cấp dịch vụ ví điện tử hiểu rõ hơn hành vi sử dụng của sinh viên để cải thiện tốt hơn dịch vụ.

**Từ khóa:** hành vi, sinh viên, ví điện tử, thanh toán, Trường Đại học Văn Lang.

## 1. Đặt vấn đề

Ví điện tử được xem là phương thức thanh toán an toàn, tiện lợi và phù hợp với sự phát triển không ngừng của công nghệ, xu hướng sử dụng ví điện tử được thúc đẩy từ sự phát triển mạnh mẽ của thị trường thanh toán trực tuyến. Sinh viên là đối tượng tiếp xúc với môi trường điện tử hiện đại, hay cập nhật xu hướng, nhanh chóng trở thành lượng khách hàng sử dụng ví điện tử nhiều nhất trên thị trường hiện nay.

Tỉ lệ sinh viên dùng ví điện tử ngày càng tăng và thị trường ví điện tử ngày càng phát triển. Đi cùng với sự phát triển của ví điện tử, các nhà cung cấp ví cũng cần quan tâm đến hành vi sử dụng của khách hàng nhiều hơn để đưa ra các tiện ích mới

đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đặc biệt là đối tượng sinh viên khi họ chưa có nguồn thu ổn định qua tài khoản ngân hàng thì việc sử dụng ví điện tử lại càng phổ biến hơn. Xuất phát từ lý do đó, nghiên cứu đã khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang.

## 2. Cơ sở lý thuyết

- *Ví điện tử:* Trước hết, ví điện tử là sản phẩm phái sinh của Fintech (Thakor 2020, Knewtson và cộng sự; 2020). Shin (2009) đã giải thích ví điện tử là ví tiền kỹ thuật số, là một ứng dụng thanh toán di động mới có chức năng thay thế ví vật lý. Ví điện tử có thể được xem như một kho lưu trữ tất cả thông tin liên quan đến khách hàng cần thiết cho

các giao dịch di động. Tương tự, theo Hoàng Thị Phương Thảo & Nguyễn Kim Ngọc (2022), định nghĩa ví điện tử rộng hơn, trong đó tiền có thể được lưu trữ kỹ thuật số và thanh toán có thể được thực hiện thông qua máy tính để bàn, máy tính xách tay hoặc điện thoại thông minh. Tóm gọn lại, theo Sharma et al. (2018), ví điện tử là cách thức mới nhất của thương mại, cho phép người dùng thực hiện giao dịch, mua sắm trực tuyến, đặt hàng và chia sẻ những dịch vụ sẵn có.

- *Hành vi sử dụng*: Nghiên cứu của Ajzen (1991) cho rằng, hành vi là khả năng chủ quan của con người dự định đạt được trong một thời gian nhất định. Theo Tirtiroglu và Elbeck (2008), sử dụng là miêu tả sự sẵn lòng của khách hàng để sử dụng một sản phẩm nào đó. Theo nghiên cứu của Davis' (1989), Hành vi sử dụng là khuynh hướng một cá nhân thể hiện, nó chỉ ra rằng liệu họ sử dụng một công nghệ mới hay không. Tổng hợp lại, Hành vi sử dụng là sự tương tác năng động của các yếu tố ảnh hưởng, nhận thức, hành vi và môi trường mà qua sự thay đổi đó con người thay đổi cuộc sống của họ.

### 3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

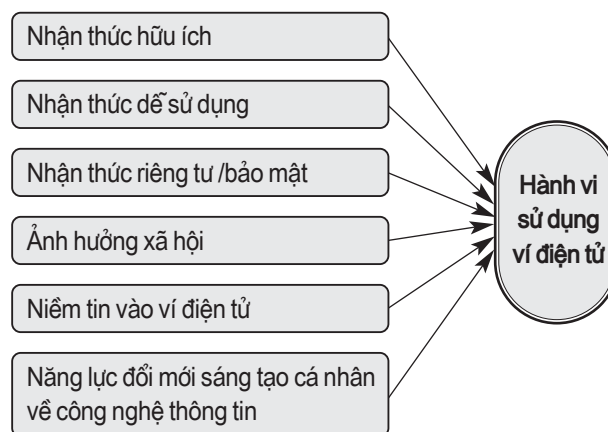
#### 3.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên phân tích được nêu ở trên, chúng tôi xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 7 nhân tố, trong đó: biến phụ thuộc là hành vi sử dụng ví điện tử và 6 biến độc lập là: nhận thức hữu ích, nhận thức dễ sử dụng, nhận thức riêng tư/bảo mật, ảnh hưởng xã hội, niềm tin vào ví điện tử, năng lực đổi mới sáng tạo cá nhân về công nghệ thông tin. Giả thuyết được đưa ra là: mối quan hệ giữa các biến độc lập này với hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang là mối quan hệ thuận chiều. (Hình 1)

#### 3.2. Phương pháp nghiên cứu

Mẫu mục tiêu cho nghiên cứu này bao gồm sinh viên Trường Đại học Văn Lang đang học hệ đại học. Bảng câu hỏi chính thức bao gồm 35 biến quan sát để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến

**Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất**



*Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất*

hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang. Nghiên cứu này được thực hiện bằng phương pháp hỗn hợp thông qua phát bảng hỏi với kích thước mẫu hơn 180 sinh viên để đánh giá thang đo, cũng như kiểm định lại mô hình lý thuyết và các giả thuyết trong mô hình. Thông tin thu thập được dùng để đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo, kiểm định thang đo, kiểm định sự phù hợp của mô hình. Sau khi thu thập và loại bỏ các bảng câu hỏi không đạt yêu cầu, tác giả tiến hành mã hóa và nhập số liệu, sau đó số liệu được tiến hành xử lý bằng phần mềm SPSS 22.0.

### 4. Kết quả nghiên cứu

Hệ số kiểm định Bartlett Sig = 0,000 và hệ số KMO là 0,901, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhân tố phân tích, thỏa mãn điều kiện cần cho phân tích nhân tố. Bên cạnh đó, hệ số tổng phương sai trích là 67,774% cho biết các biến sử dụng trong nghiên cứu giải thích 67,774% cho các nhân tố quan sát. Hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3 nên khẳng định thang đo của các biến này là phù hợp. Có thể nói là các thang đo thể hiện được nội hàm của nhân tố dùng phân tích.

Kết quả quan sát đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 và được gom thành 5 nhân tố, trong đó nhân tố

niềm tin vào ví điện tử và ảnh hưởng xã hội được gom thành nhân tố mới, gọi tên là niềm tin vào ví điện tử. Phân tích tương quan cho thấy, mối tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc ở mức trung bình, mô hình có khả năng vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến hay tự tương quan. Kết quả ước lượng mô hình hồi quy (Bảng 1) cho thấy, mô hình đưa ra là phù hợp thông qua các giá trị: Hệ số Durbin- Watson =  $1,892 < 3$ , và  $VIF < 5$ . Các nhân tố như Năng lực đổi mới sáng tạo cá nhân về công nghệ thông tin (X3), Nhận thức riêng tư/bảo mật (X4) và Nhận thức dễ sử dụng (X5) có giá trị  $Sig < 0,05$  nên đều có ý nghĩa trong mô hình và có tác động cùng chiều đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang. Trong đó, nhân tố Nhận thức dễ sử dụng (X5) là có mức ảnh hưởng cao nhất. Các nhân tố còn lại là niềm tin vào ví điện tử (X1), niềm tin hữu ích (X2) không ý nghĩa về mặt thống kê nên không phù hợp cho phân tích. (Bảng 1)

### 5. Kết luận và kiến nghị

+ Yếu tố Năng lực đổi mới sáng tạo cá nhân về công nghệ thông tin có tác động thuận chiều đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường

Đại học Văn Lang. Điều này cho thấy, khi khả năng và trình độ hiểu biết về các công nghệ mới của một cá nhân cao hơn, sự thích nghi và dễ dàng chấp nhận những thay đổi mới trong cách thức mua sắm, tiêu dùng hay thanh toán... cũng trở nên thoải mái hơn. Theo khảo sát, có một số sinh viên sử dụng nhiều ví điện tử khác nhau. Việc rời bỏ ví điện tử này sang ví điện tử khác do sự đổi mới công nghệ, nếu như biết ví điện tử kia có nhiều ứng dụng công nghệ hay hơn. Vì vậy, các nhà cung cấp dịch vụ cần tìm hiểu thêm nhu cầu của khách hàng trẻ tuổi này để cải tiến quy trình, gia tăng các tính năng độc đáo giúp thu hút sinh viên.

+ Yếu tố Nhận thức riêng tư, bảo mật cũng có sức ảnh hưởng đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang. Vấn nạn nhức nhối đối với sử dụng ví điện tử chính là thông tin bị đánh cắp, lừa đảo, gian lận tài chính. Sinh viên Trường Đại học Văn Lang được tiếp cận các môn học liên quan đến sản phẩm, dịch vụ sử dụng công nghệ thường sẽ quan tâm nhiều đến bảo mật của ví điện tử so với các dịch vụ thanh toán truyền thống. Các nhà cung cấp dịch vụ cần nâng cao tính bảo mật thông tin cá nhân và tài khoản người

**Bảng 1. Phân tích hệ số hồi quy**

| Mô hình                                      |          | Hệ số chưa chuẩn hóa |               | Hệ số chuẩn hóa | t                        | Sig.  | Phân tích tương quan |
|----------------------------------------------|----------|----------------------|---------------|-----------------|--------------------------|-------|----------------------|
|                                              |          | B                    | Độ lệch chuẩn | Beta            |                          |       | VIF                  |
| Model Summary                                | Constant | 0,796                | 0,189         |                 | 4,221                    | 0,000 |                      |
|                                              | X1       | 0,013                | 0,069         | 0,014           | 0,182                    | 0,856 | 2,895                |
|                                              | X2       | 0,025                | 0,047         | 0,033           | 0,546                    | 0,586 | 1,744                |
|                                              | X3       | 0,128                | 0,044         | 0,168           | 2,908                    | 0,004 | 1,592                |
|                                              | X4       | 0,164                | 0,048         | 0,198           | 3,422                    | 0,001 | 1,592                |
|                                              | X5       | 0,476                | 0,057         | 0,548           | 8,388                    | 0,000 | 2,034                |
| Predictors: Constant, X1, X2, X3, X4, X5, X6 |          |                      |               |                 | R Square: 0,633          |       |                      |
| Dependent Variable: Y                        |          |                      |               |                 | Adjusted R square: 0,623 |       |                      |
| Std. Error of the Estimate: 0,58671          |          |                      |               |                 | Durbin - Waston: 1,892   |       |                      |

*Nguồn: Dữ liệu phân tích từ SPSS của nhóm tác giả*

dùng, đây chính là nhiệm vụ cấp thiết của hầu hết các đơn vị cung ứng dịch vụ trực tuyến điện tử.

+ Yếu tố Nhận thức dễ sử dụng cũng ảnh hưởng thuận chiều đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên Trường Đại học Văn Lang. Điều này phù hợp, bởi vì hiện nay có nhiều ví điện tử tích hợp những tiện ích thanh toán trong nhiều lĩnh

vực dịch vụ. Gia tăng tính dễ sử dụng của ví điện tử sẽ góp phần thúc đẩy người tiêu dùng sử dụng loại hình dịch vụ này. Sinh viên có thể học cách vận hành ví điện tử dễ dàng, chuyển tiền nhanh chóng, vì nó không yêu cầu nhiều bước. Các nhà cung cấp nên cải tiến không ngừng mức độ dễ sử dụng của các dịch vụ mình cung cấp ■

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019). Thông tư số 23/2019/TT-NHNN, ngày 22/11/2019 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/2014/TT-NHNN, ngày 11/12/2014 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán.
2. Đặng Thị Minh Nguyệt, Ngô Thị Thành, Dương Thị Tình, Trần Thị Thảo Hương (2021). Yếu tố tác động đến hành vi sử dụng ví điện tử của sinh viên khối ngành kinh tế các Trường Đại học tại Hà Nội. Tạp chí Khoa học Thương mại, Số 151/2021, 62-69.
3. Hoàng Thị Phương Thảo, Nguyễn Kim Ngọc (2022). Ý định tiếp tục sử dụng ví điện tử của khách hàng Việt Nam và vai trò quan trọng của niềm tin. Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á, số 3, tr.79-97.
4. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. Hà Nội: NXB Hồng Đức, 02, 24.
5. Nguyễn Thị Ánh Ngọc, Đặng Thùy Linh, Nguyễn Thị Diễm (2020). Thị trường ví điện tử Việt Nam - Cơ hội và thách thức. Tạp chí Ngân hàng, 8(10), 1-15.
6. Ajzen I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes, 50(2), 179-211.
7. Davis F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-339
8. Knewton H. S., & Rosenbaum Z. A. (2020). Toward understanding FinTech and its industry. Managerial Finance, 46(8), 1043-1060.
9. Sharma S. K., Mangla S. K., Luthra S., & Al-Salti Z. (2018). Mobile wallet inhibitors: Developing a comprehensive theory using an integrated model. Journal of Retailing and Consumer Services, 45, 52-63.6
10. Shin D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. Computers in Human Behavior, 25(6), 1343-1354..
11. Thakor A. V. (2020). Fintech and banking: What do we know?. Journal of Financial Intermediation, 41, 100833.
12. Tirtiroglu E., & Elbeck M. (2008). Qualifying purchase intentions using queueing theory. Journal of applied quantitative methods, 3(2), 167-178.

**Ngày nhận bài: 1/11/2023**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 18/11/2023**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 2/12/2023**

*Thông tin tác giả:*

**1. HUỲNH ĐĂNG THÀNH**

**2. PHAN THỊ THU HIỀN**

**3. TRẦN THỊ TRÚC KIỀU**

**4. LÊ THỊ LINH**

**5. LÊ THÀNH THÁI**

**6. NGUYỄN HOÀNG KHÁNH LY**

**Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Văn Lang**

## **FACTORS AFFECTING THE E-WALLET USAGE BEHAVIOR OF VAN LANG UNIVERSITY'S STUDENTS**

● HUYNH DANG THANH<sup>1</sup>

● PHAN THI THU HIEN<sup>1</sup>

● TRAN THI TRUC KIEU<sup>1</sup>

● LE THI LINH<sup>1</sup>

● LE THANH THAI<sup>1</sup>

● NGUYEN HOANG KHANH LY<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Accounting and Auditing  
Van Lang University

### **ABSTRACT:**

E-wallet serves as an online account instead of cash, helping customers make online payments through computers, laptops, or smartphones with Internet access. It proves that e-wallets are a suitable payment method for current needs and new technology. This study explored the factors affecting the e-wallet usage behavior of Van Lang University's students. The study also measured the impact of these factors on e-wallet usage behavior. The study is expected to help digital wallet service providers better understand the e-wallet usage behavior of students and improve their service quality.

**Keywords:** behavior, student, e-wallet, payment, Van Lang University.