

Ý định sử dụng dịch vụ thanh toán phi tiền mặt tại TP. Hồ Chí Minh

NGUYỄN QUỐC CƯỜNG¹

PHAN TUYẾT NHƯ², NGUYỄN VĂN NGHĨA³, NGUYỄN THỊ DUYỀN⁴

Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM

LƯU QUANG VINH²

Trường Đại học Công nghệ TP.HCM

Nhận bài: 17/04/2021 - Duyệt đăng: 07/05/2021

Tóm tắt:

Nghiên cứu này nhằm đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của người tiêu dùng tại TP.HCM. Nghiên cứu được thực hiện thông qua phương pháp định lượng với số liệu khảo sát từ 260 người tiêu dùng trên địa bàn. Kết quả cho thấy Tính linh động, Chuẩn chủ quan, Nhận thức hữu ích và Niềm tin là các nhân tố có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Trong đó, nhân tố Niềm tin là nhân tố có tác động mạnh mẽ nhất đến ý định sử dụng. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề ra các hàm ý chính sách giúp các nhà cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt có những chiến lược marketing hiệu quả để tăng thêm ý định sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của người dân tại TP.HCM.

Từ khóa: Thanh toán không dùng tiền mặt, thuyết hành vi dự định, ý định sử dụng, TP.HCM.

Abstract:

This study aims to assess the factors influencing consumer's intention to use cashless payment service in Ho Chi Minh City. Quantitative research approach is employed with the sample size of 260 people living in the area. The result shows that the Service Flexibility, Subjective Norm, Perceived Usefulness and Trust are the factors positively impact the intention to use cashless payment services in Ho Chi Minh City. Notably, Trust is the strongest factor influencing consumer's intention to use cashless payment services. Base on the findings, policy implications are recommended for cashless payment service providers to encourage consumer's intention to use the service in Ho Chi Minh City.

Keywords: Cashless payment service, non-cash transactions, consumer's intention, Ho Chi Minh City.