

NHẬN THỨC BẢO MẬT VÀ LÒNG TIN TRONG Ý ĐỊNH TIẾP TỤC SỬ DỤNG THANH TOÁN ĐIỆN TỬ

● ĐỖ THANH NGÂN - NGUYỄN DUY THANH*

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này phân tích và đánh giá vai trò của nhận thức bảo mật và lòng tin trong ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử. Bài báo dựa trên nền tảng lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ (TAM, UTAUT), lý thuyết nhận thức bảo mật và lòng tin, cùng các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan để kiểm định mô hình nghiên cứu với 260 mẫu khảo sát từ các đáp viên đã sử dụng và có ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử. Dữ liệu được phân tích bằng phương pháp mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố nhận thức bảo mật, sự trải nghiệm và lòng tin có tác động tích cực đến kỳ vọng hiệu quả và kỳ vọng nỗ lực. Đồng thời, yếu tố trung gian là kỳ vọng nỗ lực và kỳ vọng hiệu quả cũng tác động tích cực đến ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử.

Từ khóa: ý định tiếp tục sử dụng, thanh toán điện tử, nhận thức bảo mật, lòng tin.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay tại Việt Nam, người dùng đang sử dụng một số phương tiện thanh toán điện tử như: thẻ phi tiếp xúc khoảng 7%; thẻ tiếp xúc chiếm 8%; mã QR chiếm 7%; thanh toán di động không tiếp xúc chiếm 5%; thẻ trực tuyến chiếm 7%; ví điện tử trực tuyến chiếm 15% (Statista, 2024). Ngoài ra, báo cáo của Statista (2024) cho thấy, có 51,8 triệu người dùng thương mại kỹ thuật số tại Việt Nam vào năm 2021. Đến năm 2027, ước tính số lượng người sử dụng trong phân khúc này sẽ tăng lên 79,32 triệu. Điều này chỉ ra rằng, thanh toán điện tử tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ.

Ngay cả trong các giao dịch thương mại điện tử, thanh toán điện tử vẫn còn ở mức thấp, đa phần người dân thực hiện mua sắm bằng hình thức thanh toán bằng tiền mặt khi nhận hàng - COD, chiếm khoảng 85-90% tổng số giao dịch (AppotaPay

News, 2023). Đã có các báo cáo cảnh báo tội phạm gian lận và lừa đảo trong thanh toán điện tử đang có xu hướng di chuyển địa bàn hoạt động từ châu Âu sang thị trường châu Á, sau khi các nước châu Âu áp dụng công nghệ cao vào hoạt động thanh toán. Trong khu vực Đông Nam Á, Việt Nam được đánh giá có thể là đích ngắm của giới tội phạm trong thời gian tới sau khi chúng đã hoạt động mạnh tại các nước trong khu vực như Thái Lan, Malaysia (Juniper Research, 2023). Do đó, nghiên cứu về vai trò của nhận thức bảo mật và lòng tin trong ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử trong thời đại công nghiệp 4.0 mang ý nghĩa nhất định về mặt lý thuyết, cũng như thực tiễn.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Thanh toán điện tử (E-payment) trong bối cảnh thương mại điện tử đề cập đến các giao dịch trực

tuyến được thực hiện qua Internet, mặc dù có nhiều hình thức thanh toán điện tử khác (Armash & Hamed, 2010). Thanh toán điện tử cũng có thể được định nghĩa là quá trình thanh toán được thực hiện mà không cần sử dụng các công cụ giấy (Tella & Adeyinka, 2012). Theo đó có nhiều loại thanh toán điện tử, ví dụ: ví điện tử, tiền mặt điện tử, thẻ ghi nợ/thẻ tín dụng, sổ dư tích lũy kỹ thuật số, thanh toán séc kỹ thuật số và giá trị được lưu trữ trực tuyến (Kim et. al., 2010).

Mô hình chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model) giải thích hành vi của người sử dụng công nghệ dựa trên TRA và TPB (Davis et. al., 1989). Sự điều chỉnh tổng quát hơn của TRA là bắt nguồn của mô hình TAM và được phát triển cụ thể hơn sau này để giải thích và dự đoán hành vi sử dụng công nghệ và mô hình này được phát triển để xác định các yếu tố dẫn đến việc người sử dụng từ chối hoặc chấp nhận một công nghệ bằng cách tích hợp những khía cạnh công nghệ với khái niệm hành vi của tổ chức (Davis et. al., 1989).

Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) với mục đích kiểm tra sự chấp nhận công nghệ và sử dụng cách tiếp cận tổng quát nhất hơn được phát triển bởi Venkatesh et. al. (2003). UTAUT cung cấp bộ công cụ hữu ích để giải thích về hành vi dự định và hành vi sử dụng công nghệ của con người (Venkatesh et. al., 2003).

Lòng tin (Trust) theo nghĩa truyền thống là niềm tin người bán sẽ hành động theo kỳ vọng từ tin của người tiêu dùng bằng cách thể hiện khả năng, sự chính trực và lòng nhân từ (Gefen 2002). Ngoài ra, Gefen (2002) đã nhận định lòng tin là công cụ để chấp nhận công nghệ Internet. Đặc biệt, lòng tin đề cập đến sự tin tưởng của người sử dụng đối với tính an toàn và độ tin cậy của công nghệ (Gefen et. al., 2003).

Nhận thức bảo mật (Perceived Security) được điều chỉnh từ nghiên cứu của Chellappa & Pavlou (2002) được áp dụng để minh họa các khái niệm về bảo mật và được sửa đổi thành xác suất chủ quan mà mọi người tin rằng thông tin nhạy cảm của họ sẽ không bị xem, lưu trữ hoặc bị thao túng trong quá

trình vận chuyển hoặc lưu trữ bởi các bên không phù hợp, theo cách phù hợp với sự tin tưởng tuyệt đối của họ.

2.2. Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết về nhận thức bảo mật, sự trải nghiệm, lòng tin, kỳ vọng hiệu quả, kỳ vọng nỗ lực, ý định tiếp tục sử dụng và các nghiên cứu liên quan, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như ở Hình 1, chi tiết được diễn giải như sau:

- Kỳ vọng hiệu quả (Performance Expectancy - PEE) đề cập đến việc khách hàng thấy bản thân có lợi nếu thực hiện các hoạt động nhất định khi sử dụng công nghệ như thế nào. Nó chỉ ra mức độ khách hàng tin rằng việc sử dụng hệ thống sẽ làm tăng hiệu suất hoặc sản lượng (Davis, 1989). Kỳ vọng hiệu quả là yếu tố dự báo mạnh nhất về ý định sử dụng và có ý nghĩa trong cả việc tự nguyện và bắt buộc (Venkatesh et. al., 2016).

- Kỳ vọng nỗ lực (Effort Expectancy - EFE) đề cập đến việc người dùng sẽ dễ dàng áp dụng hệ thống thanh toán như thế nào. Nếu hệ thống thanh toán dễ sử dụng, những nỗ lực liên quan đến việc áp dụng hệ thống thanh toán sẽ ít hơn. Theo Mathieson (1991), những nỗ lực ít hơn sẽ làm cho hoạt động dễ thực hiện. Davis (1989) còn lưu ý, họ cần nhận thức nó dễ dàng và liên quan đến nỗ lực ít hơn. Đồng thời, Davis (1989) cũng lưu ý rằng họ cần nhận thức nó dễ dàng và liên quan đến nỗ lực ít hơn.

- Nhận thức bảo mật (Perceived Security - PES) được định nghĩa là mức độ khách hàng tin vào việc sử dụng một thủ tục thanh toán di động cụ thể sẽ an toàn (Yenissey et. al., 2005). Mặc dù các đánh giá khoa học đối với bảo mật, nhưng nhận thức của khách hàng về bảo mật mới là yếu tố ảnh hưởng đến lòng tin và ý định (Linck et. al., 2006). Xử lý vấn đề bảo mật dịch vụ giao dịch tài chính luôn là mối quan tâm hàng đầu của người dùng (Kumar et. al., 2018). Do đó, đối với thanh toán điện tử, giả thuyết H1, H2 được đề xuất như sau:

H1: Nhận thức bảo mật có tác động tích cực đến kỳ vọng hiệu quả.

H2: Nhận thức bảo mật có tác động tích cực đến kỳ vọng nỗ lực.

- Sự trải nghiệm (Experience - EXP) đề cập

đến cơ hội sử dụng công nghệ và thói quen cho thấy việc sử dụng công nghệ thường xuyên do học hỏi và thay đổi hành vi (Limayem et. al., 2007). Sự điều chỉnh của sự trải nghiệm làm thay đổi sức mạnh trong mối quan hệ giữa ảnh hưởng xã hội, kỳ vọng nỗ lực và các điều kiện thuận lợi. Điều hòa mối quan hệ giữa ảnh hưởng xã hội và ý định hành vi là tác dụng duy nhất của tính tự nguyện (Venkatesh et. al., 2003). Sự trải nghiệm người sử dụng tích cực có liên quan đến việc tăng sự hài lòng, lòng tin của người dùng và việc tiếp tục sử dụng (Venkatesh et. al., 2012). Do đó, đối với thanh toán điện tử, giả thuyết H3, H4 được đề xuất như sau:

H3: Sự trải nghiệm có tác động tích cực đến kỳ vọng hiệu quả.

H4: Sự trải nghiệm có tác động tích cực đến kỳ vọng nỗ lực.

- Lòng tin (Trust - TRU) đã được định nghĩa là sự sẵn sàng của một bên chấp nhận rủi ro do hành động của một bên khác, dựa trên kỳ vọng bên kia sẽ thực hiện một hành động cụ thể quan trọng đối với bên ủy thác, bất kể có khả năng kiểm soát hoặc giám sát của bên kia (Mayer et. al., 1995). Ngoài ra, Talwar et. al. (2020) chỉ ra nhận thức về tính hữu ích và sự thỏa mãn của người dùng ảnh hưởng tích cực đến lòng tin của họ vào công nghệ, từ đó ảnh hưởng đến hành vi sử dụng liên tục của họ. Do đó, đối với thanh toán điện tử, giả thuyết H5, H6 được đề xuất như sau:

H5: Lòng tin có tác động tích cực đến kỳ vọng hiệu quả.

H6: Lòng tin có tác động tích cực đến kỳ vọng nỗ lực.

- Ý định tiếp tục sử dụng (Continuance Intention to Use - CIU) thể hiện các mô hình hành vi phản ánh việc tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử, điều này liên quan đến hành vi sau khi áp dụng (Limayem et. al., 2007). Trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, ý định tiếp tục sử dụng được xác định bởi các yếu tố như lòng tin, sự hài lòng, thái độ và nhận thức đối với giá trị cung cấp của phương thức thanh toán (Chang et. al., 2014). Do đó, đối với thanh toán điện tử, giả thuyết H7, H8 được đề xuất như sau:

H7: Kỳ vọng hiệu quả có tác động tích cực đến ý định tiếp tục sử dụng.

H8: Kỳ vọng nỗ lực có tác động tích cực đến ý định tiếp tục sử dụng.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu đề xuất và kiểm định mô hình cấu trúc vai trò của nhận thức bảo mật và lòng tin trong ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử. Thang đo Likert 5 điểm được sử dụng trong bảng câu hỏi và được chia theo các thành phần khái niệm của nghiên cứu: nhận thức bảo mật, sự trải nghiệm, lòng tin, kỳ vọng hiệu quả, kỳ vọng nỗ lực và ý định tiếp tục sử dụng. Đối tượng khảo sát nhận bảng câu hỏi là những người đã sử dụng và có ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử trong tương lai để thu thập dữ liệu qua Google Form. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện được sử dụng trong nghiên cứu. Có tất cả 260 mẫu hợp lệ trong số 300 mẫu thu thập được đưa vào tiến hành phân tích dữ liệu. Các phương pháp phân tích chính mà nghiên cứu sử dụng bao gồm phân tích độ tin cậy (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định (CFA) để kiểm định thang đo và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định mô hình và các giả thuyết. Trong đó, AMOS và SPSS sẽ là hai công cụ chính được sử dụng để phân tích dữ liệu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Giới tính: dựa vào số liệu thu thập được, không có quá nhiều sự chênh lệch đáng kể là 52,3% nam và nữ là 45,6% trong tổng số người có sự quan tâm đến thanh toán điện tử.

Độ tuổi: từ 18 tuổi đến 24 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất là 49,2%; từ 25 tuổi đến 30 tuổi chiếm 36,2% và trên 30 tuổi chiếm 14,6% tổng số người có sử dụng thanh toán điện tử.

Thu nhập: đa số người tham gia khảo sát có mức thu nhập từ 5 đến dưới 10 triệu chiếm 40%; dưới 5 triệu chiếm 26,5%; kể đến là từ 10 đến 15 triệu chiếm 25,8% và trên 15 triệu chiếm 7,7% tổng số người tham gia khảo sát.

Trình độ học vấn: trình độ đại học là 33,8% chiếm tỷ lệ cao nhất, sau đại học chiếm 25,4%; phổ

thông và cao đẳng/trung cấp chiếm lần lượt 6,2% và 13,1%; trình độ học vấn khác chiếm 21,5%.

Nghề nghiệp: chiếm tỷ lệ cao nhất là nhân viên với 33,8% và sinh viên là 24,2%; chuyên gia chiếm 9,6%; những nghề nghiệp khác chiếm 25,4% và quản lý chiếm tỷ lệ thấp nhất là 6,9%.

Số lần sử dụng thanh toán điện tử: hầu hết mọi người sử dụng thanh toán điện tử từ 6 đến 10 lần trên 1 tháng, chiếm 51,2%; từ 1 đến 5 lần chiếm 16,9%; từ 11 đến 15 lần chiếm 16,9% và trên 15 lần chiếm 15%.

Hình thức thanh toán điện tử: ngân hàng điện tử chiếm nhiều nhất là 33,2%; ngân hàng di động chiếm 20,4%; ATM chiếm 15,3%; ví điện tử chiếm 11,7%; QR chiếm 8,6% và những hình thức thanh toán điện tử khác chiếm chỉ 1,4%.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá và phân tích nhân tố khẳng định

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho thấy, các nhân tố trích xuất từ 21 biến quan sát được trích thành 6 nhân tố trong ma trận theo phép xoay Varimax. Phân tích EFA phù hợp với mô hình lý thuyết đề xuất với các thành phần: Nhận thức bảo mật (PES), sự trải nghiệm (EXP), Lòng tin (TRU), Kỳ vọng hiệu quả (PEE), Kỳ vọng nỗ lực (EFE), Ý định tiếp tục sử dụng (CIU). Cụ thể, chỉ số KMO = 0,925 ($> 0,5$). Tổng phương sai trích (TV) của 6 thành phần thang đo là 85,623%, tức là các thành phần này giải thích được khoảng 85,623% sự biến thiên của các biến quan sát.

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cho thấy, các chỉ số CMIN/DF = 2,348 (< 2) và có ý nghĩa thống kê (p -value = 0,000); các chỉ số kiểm định sự

phù hợp của mô hình là TLI = 0,953 ($> 0,9$); CFI = 0,961 ($> 0,9$); GFI = 0,866 ($> 0,8$); RMSEA = 0,072 ($> 0,08$). Theo kết quả phân tích CFA, giá trị của phương sai trích trung bình (AVE) nằm trong khoảng từ 0,654 đến 0,976 ($> 0,5$), độ tin cậy tổng hợp (CR) có giá trị từ 0,850 đến 0,989 ($> 0,7$). Do đó, mô hình phù hợp với dữ liệu thực tế và thang đo đạt giá trị hội tụ (Bảng 1). Mặt khác, giá trị AVE của mỗi thành phần lớn hơn hệ số r^2 tương ứng. Thế nên, mô hình đo lường cho tất cả các cấu trúc đều đạt yêu cầu phân tích.

4.3. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) (Bảng 2) chỉ ra rằng, mô hình đạt độ phù hợp chung với các chỉ số CMIN/DF = 2,568 và có ý nghĩa thống kê ($p = 0,000$), các chỉ số TLI = 0,946; CFI = 0,956 ($> 0,9$); GFI = 0,857 ($> 0,8$); RMSEA = 0,078 ($< 0,6$). Kết quả cho thấy, các thành phần: nhận thức bảo mật (PES), sự trải nghiệm (EXP), lòng tin (TRU) có tác động tích cực đến kỳ vọng hiệu quả (PEE) với các hệ số γ của các giả thuyết H1, H3 và H5 lần lượt là 0,279 và 0,550 và 0,182 ($p < 0,05$), nên các giả thuyết này đạt chỉ số tiêu chuẩn đều được chấp nhận. Ba yếu tố nhận thức bảo mật (PES), sự trải nghiệm (EXP), lòng tin (TRU) cũng có tác động tích cực đến kỳ vọng nỗ lực (EFE) với hệ số γ của các giả thuyết H2, H4 và H6 lần lượt là 0,210 và 0,523 và 0,335 ($p < 0,05$), nên các giả thuyết này lần lượt được chấp nhận. Đặc biệt, EXP có tác động rất mạnh đến cả PEE và EFE so với các yếu tố khác với hệ số rất cao tương ứng $\gamma = 0,550$ và $\gamma = 0,523$. Kết quả cuối cùng, PEE và EFE đều có tác động mạnh đến ý định tiếp tục sử dụng (CIU),

Bảng 1. Các chỉ số CFA và hệ số tương quan

	CR	AVE	PES	EXP	TRU	PEE	EFE	CIU
PES	0,850	0,654	0,809					
EXP	0,966	0,878	0,389	0,937				
TRU	0,856	0,666	0,529	0,526	0,816			
PEE	0,926	0,758	0,499	0,663	0,497	0,871		
EFE	0,934	0,779	0,471	0,644	0,589	0,662	0,883	
CIU	0,989	0,967	0,422	0,591	0,515	0,653	0,652	0,983

AVE: Phương sai trích trung bình; CR: Độ tin cậy tổng hợp

Bảng 2. Các chỉ số SEM và kết quả kiểm định các giả thuyết

Giả thuyết	Quan hệ	Ước lượng	Sai số chuẩn	Mức ý nghĩa	Kết quả
H1	PEE ← PES	0,279	0,054	***	Chấp nhận
H2	EFE ← PES	0,210	0,054	***	Chấp nhận
H3	PEE ← EXP	0,550	0,051	***	Chấp nhận
H4	EFE ← EXP	0,523	0,050	***	Chấp nhận
H5	PEE ← TRU	0,182	0,047	0,001	Chấp nhận
H6	EFE ← TRU	0,335	0,050	***	Chấp nhận
H7	CIU ← PEE	0,411	0,074	***	Chấp nhận
H8	CIU ← EFE	0,382	0,068	***	Chấp nhận

*** $p < 0,001$

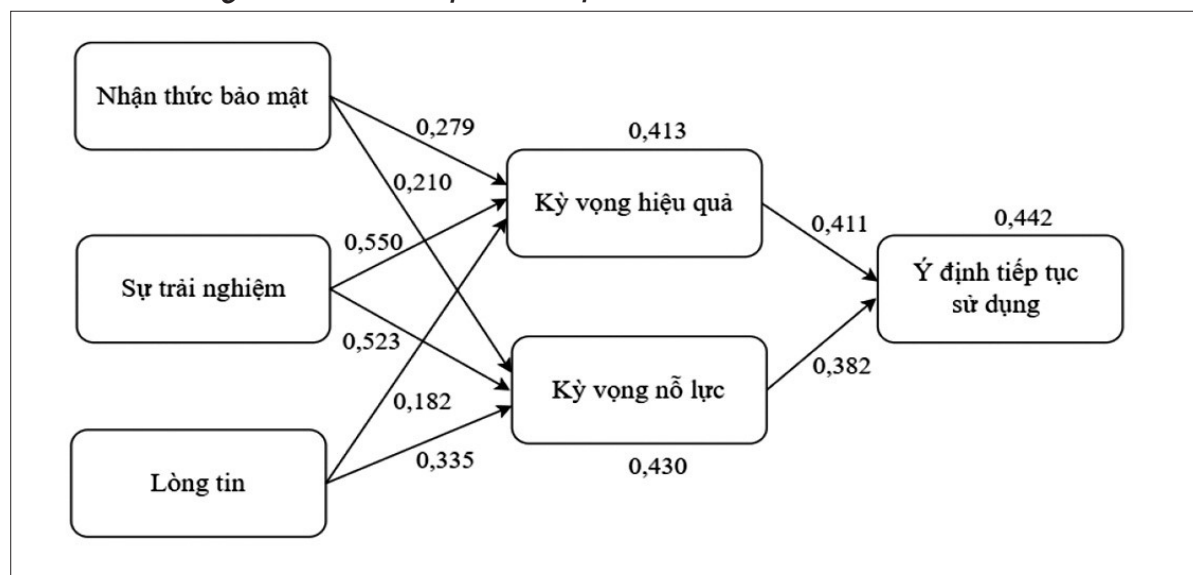
với hệ số γ rất cao lần lượt là 0,411 và 0,382 ($p < 0,05$), thế nên giả thuyết H8 được chấp nhận.

Mặt khác, kết quả phân tích SEM (Hình 1) cũng cho thấy, các biến độc lập là nhận thức bảo mật (PES), sự trải nghiệm (EXP), lòng tin (TRU) có thể giải thích được khoảng 41,3% (hệ số xác định $R^2 = 0,413$) sự biến thiên của kỳ vọng hiệu quả (PEE) và 43% (hệ số xác định $R^2 = 0,43$) sự biến thiên của kỳ vọng nỗ lực (EFE); kỳ vọng hiệu quả (PEE) và kỳ vọng nỗ lực (EFE) cũng có thể giải thích được khoảng 44,2% (hệ số xác định $R^2 = 0,442$) sự biến thiên của ý định tiếp tục sử dụng (CIU). Kết quả chỉ

ra rằng, đối với thanh toán điện tử, nhận thức bảo mật và lòng tin cùng với một số yếu tố liên quan đóng vai trò rất quan trọng trong việc thúc đẩy ý định tiếp tục sử dụng của người dùng tại Việt Nam.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã chỉ ra những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến việc tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử và dựa vào những yếu tố này để tiếp cận, thúc đẩy người sử dụng tiếp tục sử dụng các dịch vụ thanh toán điện tử, nhanh chóng hòa nhập vào xã hội. Kết quả nghiên cứu cũng nhấn mạnh, thanh toán điện tử là xu hướng tất yếu trong xã hội

Hình 1: Mô hình nghiên cứu và kết quả kiểm định mô hình

hiện đại, với nhiều lợi ích vượt trội so với thanh toán bằng tiền mặt truyền thống. Điều này phù hợp với định hướng phát triển của chính phủ Việt Nam trong việc xây dựng một môi trường thanh toán điện tử đơn giản, dễ sử dụng và phổ biến cho cả doanh nghiệp lẫn người dân. Do đó, nghiên cứu không chỉ đóng góp vào cơ sở lý thuyết bằng cách khám phá các yếu tố độc lập và trung gian ảnh

hưởng đến ý định tiếp tục sử dụng thanh toán điện tử, mà còn cung cấp những hiểu biết quan trọng cho các nhà phát triển dịch vụ thanh toán điện tử. Từ đó, có thể nhận diện và khắc phục những khó khăn, cản trở, đồng thời nắm bắt được kỳ vọng và mong muốn của người dùng để cải thiện và phát triển hệ thống, đáp ứng nhu cầu và xu hướng của xã hội hiện tại và tương lai ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. AppotaPay News (2023). Thanh toán điện tử tại Việt Nam giai đoạn 2022-2025 ra sao? Truy cập tại <https://news.appotapay.com>
2. Armesh, H., Salarzchi, H., Yaghoobi, N. M., Heydari, A., & Nikbin, D. (2010). The effects of security and privacy information on trust & trustworthiness and loyalty in online marketing in Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 223.
3. Chellappa, R. K., & Pavlou, P. A. (2002). Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions. *Logistics Information Management*, 15(5/6), 358-368.
4. 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.
5. Gefen, D. (2002). Customer loyalty in e-commerce. *Journal of the association for information systems*, 3(1), 2.
6. Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
7. Juniper Research (2023), Losses from Online Payment Fraud to Exceed \$362 Billion Globally Over Next 5 Years. [Online] Available at <https://www.juniperresearch.com>
8. Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84-95.
9. Kumar, A., Adlakha, A., & Mukherjee, K. (2018). The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1170-1189.
10. Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS Quarterly*, 705-737.
11. Linck, K., Pousttchi, K., & Wiedemann, D. G. (2006). Security issues in mobile payment from the customer viewpoint. 14th European Conference on Information Systems (ECIS), (pp.1-11). Goteborg, Sweden.
12. M. M. Yenisey, A. A. Ozok, G. Salvendy (2005). Perceived security determinants in e-commerce among Turkish university students. *Behaviour and Information Technology*, 24(4), 259-274.
13. Mathieson, K. (1991). Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. *Information Systems Research*, 2(3), 173-191.
14. Mayer, R. C. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*.
15. Shalini Talwar - Amandeep Dhir - Dilraj Singh - Gurnam Singh Virk - Jari Salo (2020). Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102197.

16. Statista (2024). Digital payment users in Vietnam 2017-2027, by segment. Retrieved from <https://www.statista.com/>
17. Tella, A. (2012). Determinants of e-payment systems success: A user's satisfaction perspective. *International Journal of E-Adoption (IJEa)*, 4(3), 15-38.
18. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425.
19. Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157-178.
20. Yang, K. C. (2005). Exploring factors affecting the adoption of mobile commerce in Singapore. *Telematics and Informatics*, 22(3), 257-277.

Ngày nhận bài: 2/10/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/10/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 5/11/2024

Thông tin tác giả:

1. ĐỖ THANH NGÂN

2. NGUYỄN DUY THANH*

Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

***Email: thanhdn@hub.edu.vn**

PERCEIVED SECURITY AND TRUST AS DETERMINANTS OF CONTINUANCE INTENTION TO USE E-PAYMENTS

● **ĐỖ THANH NGÂN¹**

● **NGUYỄN DUY THANH¹**

¹Ho Chi Minh University of Banking

ABSTRACT:

This study examines the role of perceived security and trust in shaping users' intention to continue using e-payment systems. Grounded in the Technology Acceptance Model (TAM), the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), and the theories of security perception and trust, the study employs a structural equation modeling (SEM) approach to analyze data collected from 260 respondents who have experience with e-payment. The findings reveal that perceived security, experience, and trust positively influence both performance expectancy and effort expectancy. Furthermore, these mediating factors significantly impact users' intention to continue adopting electronic payments, offering valuable insights for improving user retention and trust in digital payment platforms.

Keywords: continuance intention, e-payment, perceived security, trust.