

**The Saigon International
University**



Khóa luận
tốt nghiệp

Thành phố Hồ Chí Minh - 2024

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

Quản trị kinh doanh

Chuyên ngành: **Marketing**

Đề tài

**CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ
DỤNG QR PAY TRONG VIỆC THANH TOÁN CỦA
THANH NIÊN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Giảng viên hướng dẫn

Th.S Phạm Quang Trường

Sinh viên

Chen Phương Mai

MSSV: 54012001923



**The Saigon
International
University**

Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn
Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “Các yếu tố tác động đến ý định sử dụng QR Pay trong việc thanh toán của thanh niên tại Thành phố Hồ Chí Minh” là công trình nghiên cứu thuộc quyền sở hữu duy nhất của em dưới sự hướng dẫn và hỗ trợ từ Giảng viên hướng dẫn là ThS. Phạm Quang Trường. Những tài liệu tham khảo được sử dụng trong Khóa luận đã được trích dẫn và nêu rõ trong mục Tài liệu tham khảo. Bên cạnh đó, những kết quả nghiên cứu có trong bài hoàn toàn mang tính chất trung thực, không sao chép, đạo nhái từ bất kỳ công trình nghiên cứu nào trước đây.

Nếu những lời cam đoan trên của em không chính xác, em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm và chịu mọi hình thức kỷ luật từ Khoa và Nhà trường.

SINH VIÊN THỰC HIỆN

CHEN PHƯƠNG MAI

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp này, đầu tiên em xin được gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến Ban Giám hiệu Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn (SIU) vì đã tạo điều kiện về cơ sở vật chất điển hình là hệ thống thư viện hiện đại, đa dạng các loại sách, tài liệu thuận lợi cho việc tìm kiếm, nghiên cứu thông tin của sinh viên.

Tiếp theo, em xin được gửi lời biết ơn sâu sắc đến quý Thầy, Cô SIU - những giảng viên có tâm trong giảng dạy và có tâm trong hướng dẫn. Đặc biệt là Giảng viên hướng dẫn chính của em - ThS. Phạm Quang Trường, là người đã đồng hành và chỉ dạy cho em rất nhiều kiến thức và kinh nghiệm quý báu trong suốt 4 năm ở giảng đường đại học, để từ đó em có thể hoàn thành bài Khóa luận tốt nghiệp một cách chín chu và hoàn thiện nhất trong khả năng của bản thân.

Vì kiến thức còn hạn chế và chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế nên bài Khóa luận sẽ không tránh khỏi những thiếu sót trong việc trình bày và phân tích. Kính mong nhận được những sự nhận xét, ý kiến đóng góp và phê bình từ phía Thầy, Cô để bài Khóa luận được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, em xin kính chúc quý Thầy Cô thật nhiều sức khỏe và ngày càng thành công hơn nữa trên con đường làm “người lái đò”.

Em xin trân trọng cảm ơn.

SINH VIÊN THỰC HIỆN

CHEN PHƯƠNG MAI

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

I. Thông tin chung

1. **Họ và tên giảng viên hướng dẫn:** PHẠM QUANG TRƯỜNG
2. **Đơn vị công tác:** Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn (SIU)
3. **Trình độ:** Thạc sĩ
4. **Họ và tên sinh viên:** CHEN PHƯƠNG MAI
5. **Tên đề tài:** “Các yếu tố tác động đến ý định sử dụng QR Pay trong việc thanh toán của thanh niên tại Thành phố Hồ Chí Minh”

II. Nhận xét về khóa luận

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TP. Thủ Đức, ngày 15 tháng 07 năm 2024

Giảng viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

PHẠM QUANG TRƯỜNG

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT	9
DANH SÁCH CÁC BẢNG SỬ DỤNG	18
DANH SÁCH CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH.....	20
CHƯƠNG 1: CHƯƠNG MỞ ĐẦU	24
1.1 GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	24
1.1.1 Lý do chọn đề tài	24
1.1.2 Mục tiêu nghiên cứu	27
1.1.3 Ý nghĩa thực tiễn của đề tài nghiên cứu	28
1.1.4 Câu hỏi nghiên cứu	29
1.2 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	29
1.2.1 Đối tượng nghiên cứu	29
1.2.2 Phạm vi nghiên cứu	29
1.3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	30
1.3.1 Phương pháp nghiên cứu định tính.....	30
1.3.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng.....	31
1.4 ĐÓNG GÓP DỰ KIẾN CỦA ĐỀ TÀI	32
1.5 KẾT CẤU CỦA ĐỀ TÀI	33
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	34
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	35
2.1 TỔNG QUAN VỀ QR PAY.....	35
2.1.1 Khái niệm về mã QR	35
2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của mã QR	36
2.1.3 So sánh mã QR và mã UPC	38
2.1.4 Các loại mã QR.....	38
2.1.5 Khái niệm và nguyên lý hoạt động của QR Pay.....	40

2.1.6 Lợi ích và hạn chế của phương thức thanh toán QR Pay	40
2.2 THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG QR PAY TRONG VIỆC THANH TOÁN.....	42
TOÁN.....	42
2.2.1 Tình hình áp dụng QR Pay trong việc thanh toán trên toàn cầu.....	42
2.2.2 Thực trạng sử dụng QR Pay trong việc thanh toán tại Việt Nam	53
2.3 CÁC KHUNG LÝ THUYẾT.....	62
2.3.1 Thuyết Hành động Hợp lý (TRA - Theory of Reasoned Action) (Fishbein	62
và Ajzen, 1975; Ajzen và Fishbein, 1980).....	62
2.3.2 Thuyết Hành vi Hoạch định (TPB - Theory of Planned Behavior) (Ajzen,	64
1991)	64
2.3.3 Mô hình Chấp nhận Công nghệ (TAM - Technology Acceptance Model)	66
(Davis và cộng sự, 1989)	66
2.3.4 Lý thuyết Thống nhất về Chấp nhận và Sử dụng Công nghệ (UTAUT - Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) (Venkatesh và cộng	68
sự, 2003)	68
2.3.5 Lý thuyết Thống nhất Mở rộng về Chấp nhận và Sử dụng Công nghệ (UTAUT2 - Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2)	69
(Venkatesh và cộng sự, 2012).....	69
2.4 CÁC BÀI NGHIÊN CỨU THAM KHẢO.....	72
2.4.1 Các nghiên cứu nước ngoài	72
2.4.2 Các nghiên cứu trong nước.....	78
2.5 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT	88
2.5.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất	88
2.5.2 Các yếu tố trong mô hình nghiên cứu đề xuất	89
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	96

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	97
3.1 GIỚI THIỆU	97
3.2 THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	97
3.2.1 Nghiên cứu sơ bộ	97
3.2.2 Nghiên cứu chính thức.....	98
3.2.3 Xác định mẫu nghiên cứu	98
3.2.4 Quy trình nghiên cứu	99
3.3 XÂY DỰNG THANG ĐO	100
3.3.1 Thang đo yếu tố “Hiệu quả mong đợi” (PE - Performance Expectancy).....	100
3.3.2 Thang đo yếu tố “Nỗ lực kỳ vọng” (EE - Effort Expectation)	102
3.3.3 Thang đo yếu tố “Ảnh hưởng xã hội” (SI - Social Influence)	103
3.3.4 Thang đo yếu tố “Đổi mới cá nhân” (PI - Personal Innovation)	104
3.3.5 Thang đo yếu tố “Thói quen” (HT - Habit)	105
3.3.6 Thang đo yếu tố “Giá trị giá cả” (PV - Price Value).....	106
3.3.7 Thang đo yếu tố “Ý định sử dụng” (IU - Intention to Use)	108
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	109
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	110
4.1. GIỚI THIỆU	110
4.2. THỐNG KÊ MÔ TẢ	110
4.3. THỐNG KÊ TRUNG BÌNH.....	114
4.4. KIỂM ĐỊNH HỆ SỐ TIN CẬY CRONBACH'S ALPHA	122
4.5. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA	137
4.5.1 Phân tích EFA cho các biến độc lập.....	139
4.5.2 Phân tích EFA cho biến phụ thuộc.....	142
4.6. PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN PEARSON.....	148
4.7 PHÂN TÍCH HỒI QUY	151
4.7.1 Bảng ANOVA	152

4.7.2 Bảng Model Summary	152
4.7.3 Bảng Coefficients.....	153
KẾT LUẬN CHƯƠNG 4	157
CHƯƠNG 5: HÀM Ý QUẢN TRỊ	157
5.1. KẾT LUẬN.....	157
5.1.1 Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha	157
5.1.2 Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA	158
5.1.3 Kết quả phân tích tương quan Pearson và hồi quy	158
5.2. MỘT SỐ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	159
5.2.1 Hàm ý quản trị đối với yếu tố “Hiệu quả mong đợi”	159
5.2.2 Hàm ý quản trị đối với yếu tố “Ảnh hưởng xã hội”	161
5.2.3 Hàm ý quản trị đối với yếu tố “Nỗ lực kỳ vọng”	163
5.2.4 Hàm ý quản trị đối với yếu tố “Đổi mới cá nhân”	165
5.2.5 Hàm ý quản trị đối với yếu tố “Thói quen”	168
5.2.6 Hàm ý quản trị đối với yếu tố “Giá trị giá cả”	170
5.3. KIẾN NGHỊ	172
5.4. HẠN CHẾ CỦA NGHIÊN CỨU	174
KẾT LUẬN CHƯƠNG 5	175
TÀI LIỆU THAM KHẢO	177
PHỤ LỤC.....	187

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

STT	Danh mục	Diễn giải	
		Tiếng Anh	Tiếng Việt

CHƯƠNG 1			
1	ĐTTM		Điện thoại thông minh
2	Fintech	Finance technology	Công nghệ tài chính
3	NHNHVN		Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
4	PTTT		Phương thức thanh toán
5	TP.HCM		Thành phố Hồ Chí Minh
6	TTKDTM		Thanh toán không dùng tiền mặt
CHƯƠNG 2			
7	1D	1 Dimensional	Một chiều
8	2D	2 Dimensional	Hai chiều
9	2FA	Two Factor Authentication	Xác thực 2 yếu tố

10	ACB	Asia Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Á Châu
11	AI	Artificial Intelligence	Trí tuệ Nhân tạo
12	BBC	British Broadcasting Corporation	Tổng công ty phát sóng Anh Quốc
13	BIDV	Joint Stock Commercial	Ngân hàng TMCP Đầu tư và

		Bank for Investment and Development of Vietnam	Phát triển Việt Nam
14	BVBank	Ban Viet Capital Bank	Ngân hàng TMCP Bản Việt
15	CVS Pharmacy	Consumer Value Stores Pharmacy	Công ty bán lẻ dược phẩm
16	ĐTDD		Điện thoại di động
17	JPQR	Japan Quick Response	Mã QR thống nhất của Nhật Bản
18	LPBank	Lienviet Post Bank	Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt

19	MB Bank	Military Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Quân đội
20	ML	Machine Learning	Công nghệ Máy học
21	MSB	Vietnam Maritime Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Hàng hải Việt Nam
22	Napas	National Payment Services	Công ty cổ phần Thanh toán Quốc gia Việt Nam
23	Nam A Bank	Nam A Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Nam Á
24	OTP	One Time Password	Mật khẩu dùng 1 lần
25	POS	Point of Sale	Điểm bán hàng
26	QR Code	Quick Response Code	Mã phản hồi nhanh
27	QR Pay	QR Payment	Phương thức thanh toán

			bằng mã QR
28	QRIS	Quick Response Indonesian Standard	mã QR tiêu chuẩn của Indonesia

29	Sacombank	Saigon Thuong Tin Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín
30	SeABank	Southeast Asia Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Đông Nam Á
31	TAM	Technology Acceptance Model	Mô hình Chấp nhận Công nghệ
32	TMCP		Thương mại Cổ phần
33	TPBank	Tien Phong Bank	Ngân hàng TMCP Tiên Phong
34	TPB	Theory of Planned Behavior	Thuyết Hành vi Hoạch định
35	TRA	Theory of Reasoned Action	Thuyết Hành động Hợp lý
36	UPC	Universal Product Code	Mã sản phẩm chung
37	UTAUT	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology	Lý thuyết Thống nhất về Chấp nhận và Sử dụng Công nghệ
38	UTAUT2	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2	Lý thuyết Thống nhất Mở rộng về Chấp nhận và Sử dụng Công nghệ

39	VCB	Joint Stock Commercial Bank For Foreign Trade Of Vietnam	Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam
40	VietinBank	Vietnam Joint Stock Commercial Bank for Industry	Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam
41	VIB	Vietnam International Commercial Joint Stock Bank	Ngân hàng TMCP Quốc tế Việt Nam
42	VPBank	Vietnam Prosperity Joint Stock Commercial Bank	Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng
CHƯƠNG 3			
43	CFA	Confirmatory Factor Analysis	Phân tích Nhân tố Khẳng định
44	EE	Effort Expectation	Nỗ lực kỳ vọng
45	EFA	Exploratory Factor Analysis	Phân tích Nhân tố Khám phá
46	HT	Habit	Thói quen

47	IU	Intention to Use	Ý định hành vi
48	PE	Performance Expectancy	Hiệu quả mong đợi
49	PI	Personal Innovation	Đổi mới cá nhân
50	PLS-SEM	Partial Least Square- Structural Equation Modeling	Mô hình Phương trình Cấu trúc Bình phương Tối thiểu Từng phần
51	PV	Price Value	Giá trị giá cả
52	SEM	Structural Equation Modeling	Mô hình Phương trình Cấu trúc
53	SI	Social Influence	Ảnh hưởng xã hội

CHƯƠNG 4

54	Bartlett	Bartlett's test of sphericity	
55	B		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa

56	β	Beta	Hệ số hồi quy chuẩn hóa
57	DW	Durbin-Watson	
58	ε		Phần dư
59	KMO	Kaiser-Meyer-Olkin	
60	MLR	Multiple Linear Regression	Hồi quy tuyến tính bội
61	PCA	Principal Components Analysis	Phân tích Thành phần Chính
62	r		Hệ số tương quan Pearson
63	R ²	R square	R bình phương
64	Sig	Significance Level	Mức ý nghĩa
65	SLR	Simple Linear Regression	Hồi quy tuyến tính đơn
66	t	student	Kiểm định t
67	VIF	Variance Inflation Factor	Hệ số phóng đại phương sai

68	X		Biến độc lập
69	Y		Biến phụ thuộc
CHƯƠNG 5			

70	ANN	Artificial Neural Network	Mạng lưới thần kinh (nơron) nhân tạo
71	KOL	Key Opinion Leader	Người có sức ảnh hưởng
72	NLR	Non Linear Regression	Hồi quy phi tuyến tính

DANH SÁCH CÁC BẢNG SỬ DỤNG

Bảng 1.1: Kết cấu của đề tài nghiên cứu	21
Bảng 2.4: So sánh QR Code và UPC (Ricson, 2024)	26
Bảng 2.1: Đặc điểm, tính năng và công dụng của 3 loại mã QR trên thị trường hiện nay (Techcombank, 2023)	27
Bảng 2.2: So sánh 3 loại hình dịch vụ Internet Banking, Mobile Banking và Smart Banking (Sambia, 2019)	43
Bảng 2.3: Mức độ tăng trưởng giao dịch qua điện thoại di động và mã QR (Tuấn, 2024).....	46
Bảng 2.4: Tổng hợp các khung lý thuyết	59
Bảng 2.5: Tổng hợp các bài nghiên cứu tham khảo	70
Bảng 2.6: Cơ sở tham khảo các yếu tố của mô hình nghiên cứu đề xuất	80
Bảng 3.1: Thang đo yếu tố “Hiệu quả mong đợi” (Suo và cộng sự, 2022)	86
Bảng 3.2: Thang đo yếu tố “Nỗ lực kỳ vọng” (Suo và cộng sự, 2022)	87
Bảng 3.3: Thang đo yếu tố “Ảnh hưởng xã hội” (Suo và cộng sự, 2022)	88
Bảng 3.4: Thang đo yếu tố “Đổi mới cá nhân” (Suo và cộng sự, 2022)	89
Bảng 3.5: Thang đo yếu tố “Thói quen” (Suo và cộng sự, 2022)	90
Bảng 3.6: Thang đo yếu tố “Giá trị giá cả” (Suo và cộng sự, 2022)	91
Bảng 3.7: Thang đo yếu tố “Ý định sử dụng” (Suo và cộng sự, 2022)	92
Bảng 4.1: Kết quả thống kê mô tả các biến nhân khẩu học	94
Bảng 4.2: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố PE	98
Bảng 4.3: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố EE	99
Bảng 4.4: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố SI	100
Bảng 4.5: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố PI	101
Bảng 4.6: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố HT	102
Bảng 4.7: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố PV	103

Bảng 4.8: Kết quả thống kê trung bình các biến quan sát của nhân tố IU	104
Bảng 4.9: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố PE	106
Bảng 4.10: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố EE	107
Bảng 4.11: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố SI	108
Bảng 4.12: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố PI	109
Bảng 4.13: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố HT	110
Bảng 4.14: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố PV	111
Bảng 4.15: Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của nhân tố IU	112
Bảng 4.16: Các biến quan sát hợp lệ sau khi kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	113
Bảng 4.17: Mối quan hệ giữa hệ số tải và kích thước mẫu (Phạm Lộc Blog, 2023).....	117
Bảng 4.17: Các biến quan sát hợp lệ sau khi kiểm định EFA	123
Bảng 4.18: Tạo lập biến đại diện cho các nhân tố trung bình cộng sau kiểm định EFA	127
Bảng 4.8: Kết luận giả thuyết	134

DANH SÁCH CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH

Hình 1.1: Minh họa nền kinh tế không tiền mặt (Internet)	13
Hình 1.2: Thống kê nghiên cứu Thái độ thanh toán của người tiêu dùng Việt Nam năm 2023 (Visa ,2024)	14
Hình 2.1: Minh họa phương thức thanh toán bằng mã QR (Internet)	23
Hình 2.2: Quá trình hình thành và phát triển của mã QR (Ricson, 2024)	25
Hình 2.3: Sự khác nhau giữa mã QR và mã UPC (Ricson, 2024)	26
Hình 2.5: Minh họa nguyên lý hoạt động của QR Pay (Internet)	28
Hình 2.6: Sự phát triển của công nghệ mã QR trong 26 năm (03/2004 - 03/2021) và tác động của đại dịch COVID-19 đến công nghệ này (November và Ricson, 2024).....	30
Hình 2.7: Dự báo tăng trưởng thị trường thanh toán bằng mã QR toàn cầu giai đoạn 2022 2032 (Ricson, 2024)	31
Hình 2.8: So sánh tỷ lệ người trưởng thành trên toàn cầu sử dụng QR Pay của tháng 09 năm 2020 với tháng 04 năm 2021 (Ricson, 2024)	31
Hình 2.9: Tỷ lệ sử dụng QR Pay trong khu vực Đông Nam Á năm 2021 (Ricson, 2024).....	32
Hình 2.10: Thống kê lý do vì sao người tiêu dùng Đông Nam Á lựa chọn sử dụng QR Pay năm 2022 (Ricson, 2024)	33
Hình 2.11: Sự gia tăng việc sử dụng mã QR tại các ngân hàng quốc gia trên toàn thế giới năm 2021 (Ricson, 2024)	34
Hình 2.12: Sự chấp nhận của người tiêu dùng Mỹ đối với QR Pay (Ricson, 2024) 35	35
Hình 2.13: Phân bố vị trí quét mã QR trong 6 tháng năm 2021 tại khu vực Bắc Mỹ (November và Ricson, 2024)	35
Hình 2.14: Sự “bùng nổ” việc sử dụng QR Pay tại Mỹ Latinh năm 2022 (Ricson, 2024).....	36
Hình 2.15: Tỷ lệ người trưởng thành ở Argentina sử dụng phương thức thanh toán bằng mã QR giai đoạn 2018 - 2022 (November và Ricson, 2024)	37