



DOI:10.22144/ctujos.2025.171

PHÂN TÍCH HÀNH VI SỬ DỤNG MÃ QR ĐỂ THANH TOÁN CÁC GIAO DỊCH TRÊN ĐỊA BÀN QUẬN CÁI RĂNG, THÀNH PHỐ CẦN THƠ GIAI ĐOẠN TRƯỚC THÁNG 7 NĂM 2025

Nguyễn Lê Mẫn^{1*}, Lư Phạm Thiện Duy¹, Nguyễn Hải Minh² và Nguyễn Ánh Minh¹

¹Khoa Khoa học Chính trị, Xã hội và Nhân văn, Đại học Cần Thơ, Việt Nam

²Viện Mekong, Đại học Cần Thơ, Việt Nam

*Tác giả liên hệ (Corresponding author): nlman@ctu.edu.vn

Thông tin chung (Article Information)

Nhận bài (Received): 14/05/2025

Sửa bài (Revised): 15/09/2025

Duyệt đăng (Accepted): 21/10/2025

Title: An analysis of QR code usage behavior for payment transactions in Cai Rang district, Can Tho city, prior to July 2025

Author: Nguyen Le Man^{1*}, Lu Pham Thien Duy¹, Nguyen Hai Minh² and Nguyen Anh Minh¹

Affiliation(s): ¹School of Political Science, Social Sciences and Humanities, Can Tho University, Viet Nam; ²Mekong Institute, Can Tho University, Viet Nam

TÓM TẮT

Bài viết phân tích thực trạng sử dụng mã QR trong thanh toán tại quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ trước tháng 7/2025 nhằm đề xuất giải pháp phù hợp. Khảo sát 170 người dân (9/2023) được xử lý bằng SPSS qua thống kê mô tả, T-test và ANOVA. Kết quả cho thấy độ tuổi và nghề nghiệp ảnh hưởng đáng kể đến mức độ tiếp cận và nhu cầu sử dụng. Nhóm trẻ, đặc biệt là học sinh – sinh viên, có tỷ lệ dùng cao, trong khi người trên 50 tuổi gặp nhiều hạn chế. Tuy nhiên, sau khi đã sử dụng, tần suất dùng không khác biệt đáng kể giữa giới tính hay nghề nghiệp. Đa số người dùng thể hiện thái độ tích cực, sẵn sàng tiếp tục sử dụng và giới thiệu cho người khác. Từ những phát hiện này, nghiên cứu kiến nghị cần tập trung vào nâng cao an toàn – bảo mật, mở rộng điểm chấp nhận QR, cải thiện hạ tầng kết nối, đơn giản hóa thao tác cho nhóm lớn tuổi và đẩy mạnh truyền thông khuyến khích sử dụng.

Từ khóa: Chuyển đổi số, giải pháp, QR, thanh toán

ABSTRACT

The article analyzes the current use of QR codes in payment transactions in Cai Rang District, Can Tho City before July 2025, aiming to propose suitable solutions. A survey of 170 residents conducted in September 2023 was processed using SPSS with descriptive statistics, T-test, and ANOVA methods. The results indicate that age and occupation significantly affect access levels and usage demand. Younger groups, particularly students, show a higher usage rate, while individuals over 50 years old face more limitations. However, once users adopt QR payment, the frequency of use does not differ significantly by gender or occupation. Most users express a positive attitude, showing willingness to continue using and recommending it to others. Based on these findings, the study suggests focusing on enhancing security and safety, expanding QR acceptance points, improving connection infrastructure, simplifying procedures for older users, and strengthening communication to promote cashless payments.

Keywords: Digital transformation, Payment, QR, solution

1. GIỚI THIỆU

Trong những năm gần đây, phương thức thanh toán bằng mã QR đã thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu (Sreelakshmi & Prathap, 2020). Tại Việt Nam, thanh toán điện tử và không dùng tiền mặt đang phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là việc sử dụng mã QR nhờ vào sự tiện lợi và tốc độ thanh toán. Trong đó, thanh toán bằng mã QR là một hình thức mới với nhiều ưu điểm tuyệt vời và đang có xu hướng trở thành một trong những hình thức thanh toán hàng đầu (Do et al., 2022). Theo Công điện số 124/CD/TTg ngày 30 tháng 7 năm 2025, Thủ tướng Chính phủ đã yêu cầu các bộ, ngành và địa phương tiếp tục thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt nhằm đáp ứng nhu cầu của người dân và doanh nghiệp, đồng thời góp phần tiết kiệm nguồn lực, ngăn ngừa thất thu thuế và hạn chế tội phạm.

Theo thống kê từ Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, các khoản thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam đang tăng trưởng với tốc độ ấn tượng, trung bình từ 30 đến 40% mỗi năm (VietnamPlus, 2025). Đặc biệt, thanh toán trực tuyến trở nên ngày càng phổ biến sau đại dịch Covid-19: đến cuối năm 2023, cả nước ghi nhận khoảng 11 tỷ giao dịch không dùng tiền mặt, tăng gần 50% so với năm 2022, trong đó giao dịch qua mã QR tăng gần 172% về số lượng và 74% về giá trị (Vietnam E-commerce Associati [VECOM], 2024). Tuy vậy, thói quen sử dụng thanh toán di động qua mã QR của người dân vẫn chưa thay đổi đáng kể, tỷ lệ thanh toán trực tuyến bằng tiền mặt vẫn chiếm khoảng 70% và có tới 89% doanh nghiệp vẫn ưu tiên sử dụng tiền mặt (Ministry of Industry and Trade, 2023).

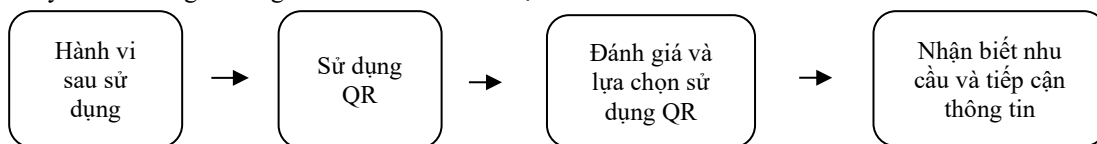
Theo các nghiên cứu trước đây, đặc điểm kinh tế – xã hội như: giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập cá nhân hay quy mô hộ gia đình có ảnh hưởng rõ rệt đến việc chấp nhận thanh toán điện tử (Truong, 2025). Nam và nữ thường có xu hướng sử dụng khác nhau, phần nào chịu tác động của chuẩn mực xã hội và văn hóa (Cao et al., 2018). Nghiên cứu của Truong (2025) tại các tỉnh miền núi phía Bắc Việt Nam cho thấy nam có xu hướng dùng chuyển khoản ngân hàng nhiều hơn nữ. Bên cạnh

đó, nghề nghiệp cũng ảnh hưởng đến hành vi sử dụng: những người làm công việc có tần suất giao dịch cao thường dễ dàng chấp nhận và sử dụng QR/Smart Banking (Truong et al., 2024). Nghiên cứu của Truong (2025) cũng xác nhận rằng nông dân lại ít sử dụng mã QR hơn so với công nhân hoặc cán bộ xã, phường. Bên cạnh đó, người trẻ tuổi thường dễ dàng tiếp nhận công nghệ hơn nên có mức độ sẵn sàng sử dụng cao hơn (Cao et al., 2018; Truong, 2025).

Tại quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ, với sự phát triển kinh tế và đô thị hóa nhanh chóng, các phương thức thanh toán hiện đại đã được áp dụng và triển khai. Cụ thể, Kế hoạch số 87/KH-UBND về triển khai Kế hoạch chuyển đổi số quận Cái Răng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, được ban hành ngày 12/4/2022 bởi Ủy ban nhân dân quận Cái Răng, là một bước quan trọng để thúc đẩy thanh toán trực tuyến trên địa bàn quận. Vì thế, nghiên cứu “Phân tích hành vi sử dụng mã qr để thanh toán các giao dịch trên địa bàn quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ trước tháng 7 năm 2025” nhằm điều tra và đánh giá thực trạng sử dụng mã QR tại quận Cái Răng và cung cấp cái nhìn sâu sắc về mức độ tiếp nhận công nghệ này của người dân địa phương, đồng thời đề xuất những giải pháp phù hợp để khuyến khích sử dụng rộng rãi hơn, góp phần vào phát triển kinh tế và cải thiện chất lượng cuộc sống.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Lý thuyết hành vi tiêu dùng của Kotler and Keller (2013) cho thấy hành vi tiêu dùng là một hành động của một người tiến hành mua và sử dụng các sản phẩm, bao gồm cả quá trình tâm lý xã hội trước và sau hành động. Theo lý thuyết này, tiến trình đưa ra quyết định mua sản phẩm của người tiêu dùng trải qua các giai đoạn như sau: nhận biết nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá lựa chọn, quyết định mua và hành vi sau khi mua. Dựa vào cơ sở lý thuyết từ mô hình của Kotler và Keller năm 2013, mô hình nghiên cứu đối với đề tài được đề xuất như Hình 1 bên dưới:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu của đề tài

Nhận biết nhu cầu và tiếp cận thông tin: Quá trình mua sắm bắt đầu xảy ra khi người tiêu dùng ý

thức được nhu cầu của chính họ. Nhu cầu phát sinh do những kích thích bên trong và kích thích bên

ngoài. Khi nhu cầu của người tiêu dùng đủ mạnh, nó hình thành động cơ thúc đẩy họ tìm kiếm và tiếp cận đối với các thông tin để hiểu biết sản phẩm (Kotler & Keller, 2013). Cụ thể, quá trình sử dụng dịch vụ thanh toán bằng mã QR bắt đầu khi người tiêu dùng nhận thức được nhu cầu của mình. Trong bối cảnh quận Cái Răng, người dân ngày càng nhận thấy sự cần thiết và lợi ích của việc chuyển đổi sang phương thức thanh toán hiện đại này. Đặc biệt là sau đại dịch COVID-19, nhu cầu giảm tiếp xúc trực tiếp và tăng cường an toàn trong giao dịch trở nên cấp thiết. Đây được xem là lý do cần thiết thúc đẩy người dùng bắt đầu tìm kiếm, tiếp cận thông tin cũng như đánh giá và sử dụng mã QR trong các thanh toán.

Đánh giá và lựa chọn sử dụng QR: Trước khi đưa ra quyết định mua sắm, người tiêu dùng xử lý thông tin thu được và đưa ra đánh giá các lựa chọn khác nhau theo một số tiêu chuẩn quan trọng (Kotler & Keller, 2013). Đối với nghiên cứu này, việc đánh giá và lựa chọn sử dụng QR của đáp viên được phân tích dựa trên các quan điểm của người dân và các nhận định của họ về sự tiện lợi cũng như những lợi ích mà sử dụng mã QR mang đến.

Sử dụng QR: Sau khi đánh giá, ý định mua hàng được hình thành đối với lợi ích nhận được và đi đến quyết định mua hàng (Kotler & Keller, 2013). Mức độ sử dụng mã QR (tần suất sử dụng) được tiến hành đánh giá, trong đó cho biết sự khác biệt về mặt nhân khẩu học giữa các đáp viên.

Hành vi sau sử dụng: Sau khi mua, nếu tính năng và công dụng của sản phẩm đáp ứng một cách tốt nhất sự chờ đợi của người tiêu dùng thì họ hài lòng. Hệ quả là hành vi mua sắm được lặp lại khi họ có nhu cầu hoặc giới thiệu cho người khác. Trường hợp ngược lại, họ khó chịu và thiết lập sự cân bằng tâm lý bằng cách chuyển sang tiêu dùng nhãn hiệu khác (Kotler & Keller, 2013). Hành vi sau sử dụng đối với nghiên cứu này được đánh giá dựa trên dự định tiếp tục sử dụng trong tương lai cũng như khả năng mà đáp viên giới thiệu mã QR cho những mối quan hệ xung quanh của họ.

Để điều tra về tình hình sử dụng mã QR để thanh toán các giao dịch trên địa bàn quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ, phương pháp phỏng vấn trực tiếp thông qua phiếu khảo sát chi tiết được áp dụng. Phiếu khảo sát này được thiết kế nhằm thu thập thông tin về thực trạng sử dụng, những khó khăn và lợi ích khi sử dụng, cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng mã QR để thanh toán. Khảo sát trên mẫu gồm 170 người dân đang sinh sống tại quận Cái Răng vào tháng 9 năm 2023 đã được thực hiện trong nghiên cứu. Những người tham gia khảo sát

được lựa chọn sao cho đảm bảo tính đại diện. Trong quá trình phỏng vấn, các câu hỏi được đặt ra và thông tin được ghi nhận trực tiếp từ người trả lời vào phiếu khảo sát, đảm bảo thu thập dữ liệu chính xác và đáng tin cậy. Phương pháp này không chỉ giúp thu thập thông tin chi tiết và cụ thể mà còn tạo điều kiện cho người tham gia chia sẻ trải nghiệm và quan điểm cá nhân về việc sử dụng mã QR trong thanh toán hàng ngày.

Số liệu điều tra sau khi thu thập được mã hóa và xử lý bằng phần mềm SPSS để tiến hành phân tích. Trong nghiên cứu này, các tiêu chí được đo lường thông qua thang đo Likert (3 mức và 5 mức). Việc sử dụng hai dạng thang đo nhằm phù hợp với đặc điểm của từng nội dung khảo sát: đối với các biến phân loại hành vi (biết – chưa biết – đã sử dụng) thì thang 3 mức giúp phản ánh rõ giai đoạn tiếp cận, còn đối với các biến định lượng thái độ và mức độ, tần suất sử dụng thì thang 5 mức giúp thu được thông tin chi tiết và phân biệt rõ hơn về cường độ đồng thuận cũng như sử dụng. Đối với thang đo 5 mức, điểm trung bình được diễn giải theo phương pháp chia khoảng từ “rất không đồng ý” (1,00 – 1,80) đến “rất đồng ý” (4,21 – 5,00) (Hoang and Chu, 2008).

Đầu tiên, các thống kê mô tả như tần suất và giá trị trung bình được sử dụng trong nghiên cứu để khái quát tình hình sử dụng mã QR của người dân. Tiếp theo, để làm rõ sự khác biệt giữa các nhóm nhân khẩu học, các kiểm định phi tham số được áp dụng, cụ thể là Mann–Whitney U test cho trường hợp so sánh hai nhóm (nam và nữ về tần suất sử dụng) và Kruskal–Wallis H test cho trường hợp so sánh từ ba nhóm trở lên (các nhóm tuổi và nghề nghiệp về nhu cầu sử dụng, mức độ thuận tiện và tần suất sử dụng). Cách tiếp cận này phù hợp khi dữ liệu không tuân theo phân phối chuẩn hoặc không đảm bảo phương sai đồng nhất, đồng thời cho phép đánh giá tác động của các yếu tố nhân khẩu học như giới tính, độ tuổi hay nghề nghiệp đối với hành vi tiếp nhận và sử dụng mã QR.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Nhận biết nhu cầu sử dụng và sự tiếp cận thông tin đối với việc sử dụng mã QR

3.1.1. Nhu cầu sử dụng dựa trên cơ cấu nhóm tuổi và nghề nghiệp

Trong quá trình khảo sát, nhu cầu sử dụng mã QR dựa trên đặc điểm nhân khẩu học được tiến hành phân tích, cụ thể là nhóm tuổi của người tiêu dùng. Việc phân tích này nhằm làm rõ mức độ quan tâm và xu hướng sử dụng phương thức thanh toán bằng

mã QR ở các độ tuổi khác nhau, đặc biệt trong bối cảnh thực tế tại quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ. Nội dung ở Bảng 1 dưới đây thể hiện tổng hợp kết

quả khảo sát về nhu cầu sử dụng mã QR theo cơ cấu các nhóm tuổi trong mẫu nghiên cứu gồm 170 người tham gia

Bảng 1. Nhu cầu sử dụng mã QR dựa trên cơ cấu của các nhóm tuổi (n = 170)

Nhóm tuổi	Các lựa chọn					
	Chưa biết đến		Biết đến nhưng không sử dụng		Biết đến và đã sử dụng	
	N	%	N	%	N	%
Dưới 18 tuổi	-	-	-	-	23	16,4
Từ 18 đến 30 tuổi	-	-	2	12,5	80	57,1
Từ 31 đến 50 tuổi	1	7,1	2	12,5	35	25,0
Trên 50 tuổi	13	92,9	12	75,0	2	1,4
Tổng cộng	14	100	16	100	140	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Kết quả kiểm định phi tham số Kruskal–Wallis cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ nhu cầu sử dụng mã QR giữa các nhóm tuổi (Asymp.Sig. = 0,000 < 0,05). Điều này cho thấy yếu tố tuổi tác có ảnh hưởng đáng kể đến việc tiếp cận và sẵn sàng sử dụng QR. Việc phân tích thống kê mô tả giúp làm rõ xu hướng này: nhóm trên 50 tuổi có tới 92,9% chưa biết đến mã QR và 75% biết đến nhưng chưa sử dụng, phản ánh mức độ chậm thích nghi với công nghệ mới. Ngược lại, nhóm dưới 18 tuổi 100% đã biết và sử dụng QR, trong khi nhóm 18–30 tuổi cũng có tỷ lệ sử dụng cao (57,1%). Những kết quả này minh chứng rằng nhóm trẻ có mức độ tiếp cận và nhu cầu sử dụng QR cao hơn đáng kể so với nhóm lớn tuổi.

Bên cạnh đó, sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ nhu cầu sử dụng mã QR giữa các nhóm nghề nghiệp (Kruskal – Wallis, Asymp.Sig. = 0,000 < 0,05) cũng được xác định. Điều này cho thấy yếu tố nghề nghiệp có tác động rõ rệt đến khả năng tiếp cận và quyết định sử dụng mã QR. Phân tích thống kê mô tả giúp minh họa kết quả này: nhóm học sinh, sinh viên có tỷ lệ biết và sử dụng mã QR cao nhất (48,8%), tiếp theo là nhóm lao động trí óc (26,5%). Ngược lại, nhóm lao động phổ thông và nội trợ có tỷ lệ chưa biết hoặc chưa sử dụng cao hơn (3,5% và 7,1%), trong khi nhóm nghỉ hưu gần như không sử dụng. Điều này phản ánh rằng các nhóm có mức độ tiếp xúc công nghệ và nhu cầu giao dịch cao thường có xu hướng chấp nhận mã QR mạnh mẽ hơn so với các nhóm ít tiếp cận hơn.

Bảng 2. Nhu cầu sử dụng mã QR dựa trên cơ cấu của các nhóm nghề nghiệp (n = 170)

Nghề nghiệp	Các lựa chọn					
	Chưa biết đến		Biết đến nhưng không sử dụng		Biết đến và đã sử dụng	
	N	%	N	%	N	%
Học sinh, sinh viên	1	0,6	2	1,2	83	48,8
Lao động trí óc			1	0,6	45	26,5
Lao động phổ thông và nội trợ	6	3,5	12	7,1	12	7,1
Nghỉ hưu	7	4,1	1	0,6	-	-
Tổng cộng	14	100	16	100	140	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Song song đó, nguyên nhân cho các lựa chọn của đáp viên khi sử dụng hoặc không sử dụng QR cũng được phân tích trong nghiên cứu (Bảng 3).

Đối với nhóm đáp viên lựa chọn “chưa từng biết đến” loại hình thanh toán bằng mã QR, dù chưa có

trải nghiệm thực tế, phần lớn vẫn có thể hình dung, cảm nhận hoặc nghe nói rằng hình thức này có thể khó sử dụng (4,60), chưa thực sự cần thiết đối với họ (4,35), thiếu thông tin tiếp cận (4,23) và vẫn có xu hướng ưu tiên tiền mặt trong giao dịch (4,01).

Bảng 3. Nguyên nhân lựa chọn của các đáp viên (n = 170)

Lựa chọn	Nguyên nhân	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
Chưa biết đến (n = 14)	Mã QR khó sử dụng	4,60	0,754	Rất đồng ý
	Chưa có nhu cầu sử dụng	4,35	0,572	Rất đồng ý
	Chưa tiếp cận được thông tin về thanh toán bằng QR	4,23	0,588	Rất đồng ý
	Chỉ muốn thực hiện giao dịch bằng tiền mặt	4,01	0,448	Đồng ý
Biết đến nhưng không sử dụng (n = 16)	Thích sử dụng tiền mặt để thanh toán	4,50	0,516	Rất đồng ý
	Khó sử dụng các thao tác	4,31	0,704	Rất đồng ý
	Rủi ro bảo mật thông tin cá nhân	4,25	0,577	Rất đồng ý
	Ngân hàng/Ví điện tử anh/chị hay xảy ra lỗi khi sử dụng	4,19	0,655	Đồng ý
	Tín hiệu mạng không đảm bảo trong khi thanh toán	4,06	0,443	Đồng ý
	Chỉ áp dụng với các cửa hàng có triển khai thanh toán bằng mã QR	3,69	0,479	Đồng ý
Biết đến và đã sử dụng (n = 140)	Không thích đem theo nhiều tiền mặt	4,04	0,605	Đồng ý
	Giảm chi phí thanh toán (do nhận được các mã giảm giá)	3,71	0,791	Đồng ý
	Người thân, bạn bè giới thiệu	3,68	0,732	Đồng ý
	Nhiều chương trình khuyến mãi tặng quà khi thanh toán bằng mã	3,59	0,951	Đồng ý
	Hạn chế tiếp xúc trực tiếp	3,52	1,109	Đồng ý
	Yêu cầu công việc	2,79	1,016	Trung lập

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Trong khi đó, nhóm “có biết đến nhưng không sử dụng” nêu các lý do cụ thể hơn như sở thích sử dụng tiền mặt (4,50), khó khăn thao tác khi dùng (4,31), lo ngại về bảo mật thông tin cá nhân (4,25), lỗi xảy ra khi dùng ngân hàng/ví điện tử (4,19), tín hiệu mạng không ổn định (4,06) và phạm vi áp dụng còn hạn chế (3,69).

Trong khi đó, đối với nhóm người dân lựa chọn “có biết đến và đã sử dụng” loại hình thanh toán bằng mã QR thì lý do chính để người dân lựa chọn thanh toán bằng mã QR là không thích mang theo nhiều tiền mặt (4,04). Thói quen mua sắm bằng tiền mặt đã thay đổi, khiến họ có xu hướng mang ít tiền mặt và chọn thanh toán bằng mã QR. Giảm chi phí thanh toán nhờ mã giảm giá (3,71) cũng là lý do

quan trọng, giúp người dùng chi trả ít hơn và cảm thấy hứng thú hơn. Giới thiệu từ người thân, bạn bè (3,68) và các chương trình khuyến mãi (3,59) cũng tác động đáng kể đến quyết định sử dụng. Tuy nhiên, yêu cầu công việc (2,79) chỉ có ảnh hưởng trung lập. Nhìn chung, các lý do này đều tác động mạnh đến ý định sử dụng mã QR của người dân hiện tại và tương lai.

3.1.2. Sự tiếp cận thông tin đối với việc sử dụng mã QR

Sự tiếp cận thông tin đối với việc sử dụng mã QR trong việc thanh toán các dịch vụ chỉ được tiến hành đánh giá với hai nhóm đáp viên, bao gồm: nhóm người có biết đến nhưng chưa sử dụng và nhóm đáp viên biết đến và đã sử dụng.

Bảng 4. Các nguồn thông tin tiếp cận của đáp viên đối với việc sử dụng mã QR

Lựa chọn	Nguồn thông tin	Số lượng	Tỷ lệ
Biết đến nhưng không sử dụng (n = 16)	Người thân, bạn bè	14	87,5
	Quảng cáo ngân hàng và tờ rơi	10	62,5
	Mạng Internet	8	50
Biết đến và đã sử dụng (n = 140)	Các kênh truyền thông truyền thống	82	58,6
	Sự giới thiệu từ các cửa hàng và siêu thị	63	45
	Người thân, bạn bè	61	43,6
	Mạng internet	114	81,4
	Quảng cáo từ ngân hàng và tờ rơi	90	63,9

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Đối với nhóm người dân lựa chọn “có biết đến nhưng không sử dụng” loại hình thanh toán bằng mã QR: Các nguồn thông tin tiếp cận của đáp viên đến từ bạn bè, người thân (87,5%), quảng cáo của ngân hàng và tờ rơi (62,5%) và mạng Internet (50%). Trong khi đó, đối với nhóm người dân lựa chọn “biết đến và đã sử dụng” loại hình thanh toán bằng mã QR, có nhiều nguồn thông tin tác động đến ý định sử dụng loại hình này của họ. Theo kết quả khảo sát, phần lớn người trong nhóm này biết đến thanh toán QR chủ yếu thông qua mạng Internet (chiếm 81,4%). Việc sớm tiếp cận và quen thuộc với thiết bị công nghệ của giới trẻ thúc đẩy sự hiểu biết và khám phá các tiến bộ số hóa, làm cho các phát triển mới dễ dàng tiếp cận và được quảng bá trên mạng Internet, bao gồm cả các lựa chọn thanh toán QR trong nhiều giao dịch khác nhau. Tiếp theo là quảng cáo từ ngân hàng và tờ rơi (được chọn bởi 69,3% đáp viên) và các kênh truyền thông truyền thống là 58,6%, tất cả đều đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu và quảng bá thanh toán QR. Ngoài ra, sự giới thiệu từ các cửa hàng và siêu thị (chiếm 45%) cũng như từ người thân, bạn bè (43,6%) cũng là nguồn thông tin có tác động đáng kể đến quyết định của người dân trong việc sử dụng loại hình thanh toán này.

3.2. Đánh giá và lựa chọn của người dân trước khi sử dụng mã QR trong các giao dịch

3.2.1. Đánh giá và lựa chọn của người dân trước khi sử dụng mã QR trong các giao dịch

Sự tiện lợi của thanh toán bằng mã QR có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định sử dụng loại hình này trong tương lai của người dân, giúp nghiên cứu hiểu rõ hơn về thực trạng và mức độ sử dụng. Với sự phổ biến rộng rãi và tính năng thuận tiện, việc thanh toán bằng mã QR đang ngày càng được người dùng đánh giá cao với những lợi ích rõ ràng. Theo kết quả khảo sát, 92,9% người dùng nhận thấy tính nhanh chóng và thuận tiện của việc thanh toán này, trong khi 87,1% người được khảo sát cho rằng quá trình thực hiện đơn giản và dễ dàng. Việc lưu lại chi tiết các giao dịch giúp người dùng có thể dễ dàng quản lý tài chính cá nhân, được 54,3% người khảo sát đánh giá cao. Ngoài ra, các chương trình ưu đãi và khuyến mãi khi sử dụng mã QR cũng thu hút được 47,9% người sử dụng, nhờ vào các mã giảm giá và phần thưởng hấp dẫn. Những ưu điểm này đã giúp cho thanh toán bằng mã QR có khả năng trở thành lựa chọn phổ biến, thay thế cho các phương thức thanh toán truyền thống.

Bảng 5. Các giá trị mang lại của thanh toán bằng mã QR (n = 140 người)

Các giá trị mang lại	Số lượng	Tỷ lệ %
Thanh toán nhanh, thuận tiện	130	92,9
Thực hiện dễ dàng, đơn giản	122	87,1
Quản lý tài chính tốt hơn	76	54,3
Nhiều chương trình ưu đãi, khuyến mãi	67	47,9
Tăng mức độ chính xác số tiền cần thanh toán	64	45,7
Giảm rủi ro tiền mặt	53	37,9

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

3.2.2. *Đánh giá của đáp viên về những rủi ro trong việc sử dụng mã QR*

Song song đó, những rủi ro dựa trên các đánh giá của đáp viên cũng được phân tích trong nghiên cứu nhằm phản ánh chân thực những trải nghiệm tiêu cực mà người dùng từng gặp phải trong quá trình thanh toán bằng mã QR. Các rủi ro được ghi nhận không chỉ xuất phát từ yếu tố kỹ thuật như tín hiệu mạng không ổn định hay lỗi hệ thống từ phía ngân hàng, ví điện tử, mà còn liên quan đến tính phổ biến và mức độ ứng dụng thực tế của phương thức này trong đời sống hàng ngày. Bên cạnh đó, mối quan ngại về việc rò rỉ thông tin cá nhân cũng là một vấn đề nổi bật, cho thấy nhu cầu cấp thiết trong việc nâng cao tính an toàn và bảo mật cho người dùng. Việc tổng hợp và phân tích những đánh giá này giúp phác họa bức tranh toàn diện hơn về các thách thức tiềm ẩn của hình thức thanh toán hiện đại này trong bối cảnh thực tiễn (Bảng 6).

Bảng 6. Các rủi ro mang lại của thanh toán bằng mã QR (n = 140)

Các rủi ro mang lại	Số lượng	Tỉ lệ %
Rủi ro bảo mật thông tin cá nhân	130	92,9
Chỉ áp dụng với các cửa hàng có triển khai thanh toán bằng mã QR	120	85,7
Tín hiệu mạng không đảm bảo trong khi thanh toán	60	42,9
Ngân hàng/Ví điện tử anh/chị hay xảy ra lỗi khi sử dụng	60	42,9

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Bảng 7. Đánh giá của các nhóm tuổi về mức độ thuận tiện sử dụng mã QR để thanh toán (n = 140)

Mức độ thao tác sử dụng	Nhóm tuổi							
	Dưới 18 tuổi		Từ 18 đến 30 tuổi		Từ 31 đến 50 tuổi		Trên 50 tuổi	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Đễ dàng	22	96	52	65	14	40	0	0
Bình thường	1	4	28	35	20	57	0	0
Khó khăn	0	0	0	0	1	3	2	100
Tổng cộng	23	100	80	100	35	100	2	100

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Kết quả kiểm định phi tham số Kruskal–Wallis giữa các nhóm tuổi cho thấy hệ số Sig. = 0,000 < 0,05, chứng tỏ có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ thuận tiện dụng mã QR giữa các nhóm tuổi. Để làm rõ sự khác biệt này, thống kê mô tả cho thấy nhóm đáp viên dưới 18 tuổi đánh giá rằng thao tác sử dụng mã QR rất dễ dàng, với tỷ lệ lên tới 96%

Dựa vào kết quả được thể hiện ở Bảng 6 có thể thấy rằng, rủi ro bảo mật thông tin cá nhân là mối quan ngại lớn nhất, với 130 người (92,9%) bày tỏ sự quan tâm của bản thân. Điều này phản ánh một thực tế rằng người tiêu dùng rất nhạy cảm với vấn đề bảo mật và lo ngại về việc bị đánh cắp thông tin cá nhân hoặc thông tin bị bán cho các tổ chức tín dụng hay bất động sản. Tiếp theo là rủi ro về tín hiệu mạng không đảm bảo trong khi thanh toán, được 60 người (42,9%) nhận thấy. Vấn đề này có thể dẫn đến tình trạng gián đoạn trong quá trình giao dịch, khiến người dùng gặp khó khăn trong việc thanh toán bằng mã QR, nhất là tại các địa điểm mạng yếu hoặc không cung cấp các dịch vụ Wifi miễn phí. Rủi ro chỉ áp dụng với các cửa hàng có triển khai thanh toán bằng mã QR cũng được nhiều người nhắc đến, với 120 người (85,7%) cho rằng điều này gây ra rất nhiều bất tiện nếu trong trường hợp không mang theo tiền mặt. Đây là một trở ngại lớn trong việc phổ biến thanh toán không tiền mặt và đòi hỏi cần có sự thúc đẩy từ các cơ quan quản lý và doanh nghiệp để mở rộng phạm vi áp dụng. Cuối cùng, có 60 người (42,9%) gặp vấn đề với lỗi của ngân hàng hoặc ví điện tử khi sử dụng. Những lỗi này có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân như hệ thống kỹ thuật chưa ổn định, phần mềm chưa hoàn thiện hoặc quy trình xử lý giao dịch phức tạp.

3.2.3. *Sự khác biệt về cơ cấu nhóm tuổi trong việc đánh giá và lựa chọn sử dụng mã QR*

Việc phân tích nhận thức của các nhóm tuổi về việc sử dụng mã QR để thanh toán cho thấy sự khác biệt trong ý định sử dụng lâu dài giữa các đối tượng khác nhau (Bảng 7).

(22 người). Đối với nhóm từ 18 đến 30 tuổi, tỷ lệ người cho rằng thao tác dễ dàng chiếm 65% (52 người) và 35% còn lại cho rằng bình thường (28 người). Đáng chú ý là không có ai trong hai nhóm này báo cáo gặp khó khăn trong quá trình sử dụng, nhờ sự thích ứng sớm với công nghệ giúp họ dễ dàng sử dụng và tiếp nhận lâu dài. Trái lại, nhóm từ 31

đến 50 tuổi có 57% (20 người) cho rằng thao tác bình thường và 40% (14 người) cho rằng dễ dàng. Nhóm này thể hiện sự đa dạng trong cảm nhận, cho thấy một số thách thức trong việc thích ứng với công nghệ mới, đặc biệt là khi độ tuổi tăng lên. Điều này được minh họa rõ hơn trong nhóm trên 50 tuổi, với 100% (2 người) người cho biết gặp khó khăn khi sử dụng mã QR. Như kết quả được thể hiện trong Bảng 6, đa số người trong nhóm này không lựa chọn sử dụng thanh toán bằng mã QR hoặc nếu có, họ gặp khó khăn đáng kể. Các kết quả này nhấn mạnh sự ảnh hưởng đáng kể của độ tuổi đối với ý định sử dụng mã QR trong tương lai.

3.3. Đánh giá việc sử dụng mã QR của đáp viên

Để đánh giá việc sử dụng mã QR của đáp viên, nghiên cứu tập trung phân tích sự khác biệt theo nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp) đối với tần suất sử dụng mã QR. Tiêu chí mức độ sử dụng này được đo lường thông qua thang đo Likert 5 mức (từ 1 = “Rất không thường xuyên” đến 5 = “Rất thường xuyên”). Kết quả kiểm định như sau:

Về mặt giới tính của đáp viên

Kết quả kiểm định sự khác biệt giữa nam và nữ về tần suất sử dụng mã QR để thanh toán các giao dịch, mua bán trên địa bàn quận Cái Răng được trình bày trong Bảng 8 bên dưới:

Bảng 8. Sự khác biệt về tần suất sử dụng mã QR để thanh toán giữa các nhóm nam và nữ (n = 140)

Danh mục	Nam (n = 83)	Nữ (n = 57)	Giá trị Z	Mức độ khác biệt (Sig.)
Tần suất sử dụng (Độ lệch chuẩn)	2,11 0,856	2,46 1,181	-1,533	0,125

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Khi kiểm định sự khác biệt về tần suất sử dụng giữa nam và nữ thông qua Mann–Whitney U test cho thấy, giá trị Asymp. Sig. = 0,125 > 0,05 nên có thể kết luận không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa nam và nữ. Cụ thể, giá trị trung bình của nam là 2,11 và nữ là 2,46, đều nằm ở mức “không thường xuyên” đến “thỉnh thoảng”.

Về mặt nghề nghiệp của đáp viên

Qua kiểm định phi tham số Kruskal – Wallis, kết quả ghi nhận Asymp.Sig. = 0,458 > 0,05, nghiên cứu có thể kết luận không có sự khác biệt trung bình ở các nhóm nghề nghiệp về tần suất sử dụng mã QR để thanh toán tại địa bàn Quận Cái Răng, thành phố Cần Thơ.

Bảng 10. Sự khác biệt về tần suất sử dụng mã QR giữa các nhóm nghề nghiệp (n = 140)

	Học sinh, sinh viên	Lao động trí óc	Lao động phổ thông
Số mẫu	83	45	12
Điểm TB	2,24	2,09	2,75
Độ lệch chuẩn	0,18	0,65	0,17

Ghi chú: Nhóm “Nghỉ hưu” do chưa từng “biết đến và đã sử dụng mã QR” (Xem Bảng 2) nên không được đánh giá trong Bảng này

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

Từ kết quả nghiên cứu, có thể kết luận rằng việc sử dụng mã QR để thanh toán các giao dịch trên địa bàn quận Cái Răng đã trở nên phổ biến và được chấp nhận rộng rãi. Tần suất sử dụng mã QR không có sự khác biệt đáng kể giữa nam và nữ cũng như giữa các nhóm nghề nghiệp. Tuy nhiên, có sự khác biệt rõ rệt về tần suất sử dụng giữa các nhóm tuổi, đặc biệt là nhóm người trên 50 tuổi và nhóm công nhân có xu hướng sử dụng mã QR nhiều hơn. Những phát hiện này cung cấp cơ sở để các đơn vị cung cấp dịch vụ thanh toán và doanh nghiệp điều chỉnh chiến lược nhằm thúc đẩy mạnh mẽ hơn việc áp dụng mã QR, hướng đến mục tiêu tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng và mở rộng phạm vi sử dụng trong cộng đồng.

3.4. Hành vi sau sử dụng

Hành vi sau sử dụng của người tiêu dùng đối với phương thức thanh toán bằng mã QR được tìm hiểu trong nghiên cứu nhằm ghi nhận mức độ gắn bó và xu hướng tiếp tục sử dụng trong tương lai. Nội dung khảo sát tập trung vào ba khía cạnh chính: tần suất dự định sử dụng mã QR để thực hiện các giao dịch thanh toán trực tuyến trong thời gian tới, mức độ tin tưởng vào việc tiếp tục duy trì phương thức này và xu hướng giới thiệu mã QR đến người thân, bạn bè. Các tiêu chí này được đo lường thông qua thang đo Likert, phản ánh mức độ đồng thuận, đồng thời thể hiện giá trị trung bình và độ lệch chuẩn trong đánh giá của người tham gia khảo sát. Hành vi sử dụng

của đáp viên được đánh giá dựa trên các tiêu chí ở Bảng 11 bên dưới:

Kết quả thể hiện ở Bảng 11 cho thấy hành vi sử dụng của đáp viên đối với các giao dịch thanh toán trực tuyến trong tương lai. Thứ nhất, việc “thường xuyên sử dụng để thực hiện các giao dịch thanh toán trực tuyến trong tương lai” có giá trị trung bình là 4,05 và độ lệch chuẩn là 0,661. Điều này cho thấy rằng đa số đáp viên đồng ý rằng họ sẽ thường xuyên sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến trong tương lai. Bên cạnh đó, việc “tin rằng sẽ tiếp tục sử dụng trong tương lai” có giá trị trung bình là 4,11 và

độ lệch chuẩn là 0,746. Đồng thời, việc “giới thiệu thanh toán QR cho người thân và bạn bè” cũng có giá trị trung bình là 4,00 và độ lệch chuẩn là 0,710. Điều này cho thấy đáp viên không chỉ sử dụng mà còn sẵn sàng giới thiệu phương thức thanh toán này cho người khác. Tất cả các tiêu chí đều có ý nghĩa là “Đồng ý”, chứng tỏ rằng thái độ của đáp viên đối với việc sử dụng và giới thiệu các phương thức thanh toán trực tuyến và QR là tích cực. Điều này có thể phản ánh xu hướng gia tăng sử dụng công nghệ trong thanh toán tương lai và sự tin tưởng của người dùng vào các phương thức này.

Bảng 11. Hành vi sau sử dụng của đáp viên (n = 140)

Các tiêu chí	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Ý nghĩa
Thường xuyên sử dụng để thực hiện các giao dịch thanh toán trực tuyến trong tương lai	4,05	0,661	Đồng ý
Tin rằng sẽ tiếp tục sử dụng trong tương lai	4,11	0,746	Đồng ý
Giới thiệu thanh toán QR cho người thân và bạn bè	4,00	0,71	Đồng ý

Nguồn: Kết quả khảo sát, 2023

3.5. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu tại quận Cái Răng cho thấy độ tuổi và nghề nghiệp là những yếu tố phân hóa rõ rệt hành vi sử dụng mã QR. Người trẻ, đặc biệt là nhóm dưới 30 tuổi, học sinh – sinh viên và lao động trí óc có tỷ lệ biết đến và sử dụng QR cao hơn hẳn. Trong khi đó, nhóm lớn tuổi và nghỉ hưu gặp nhiều khó khăn, thậm chí gần như không tiếp cận. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Trương (2025) khi nhấn mạnh rằng nghề nghiệp có vai trò quyết định trong việc chấp nhận các phương thức thanh toán số và nông dân hay người thu nhập thấp thường ít sử dụng hơn.

Một điểm đáng chú ý là nghiên cứu tại Cái Răng cho thấy giới tính không tạo ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong tần suất sử dụng QR. Kết quả này khác với nghiên cứu ở miền núi phía Bắc, nơi yếu tố giới tính và chuẩn mực xã hội có ảnh hưởng rõ rệt đến hành vi chấp nhận thanh toán điện tử (Truong et al., 2024). Sự khác biệt này có thể xuất phát từ đặc trưng của môi trường đô thị hóa ở Cần Thơ, nơi mức độ tiếp cận công nghệ giữa nam và nữ đã cân bằng hơn.

Về các rào cản, người dân tại Cái Răng bày tỏ lo ngại lớn nhất về bảo mật thông tin cá nhân (92,9%), bên cạnh các yếu tố như lỗi ngân hàng/ví điện tử, tín hiệu mạng yếu và phạm vi áp dụng hạn chế. Phát hiện này phù hợp với nhiều nghiên cứu trước (Nguyen & Huynh, 2018; Krishna et al., 2023) khi

khẳng định niềm tin và an toàn dữ liệu là điều kiện tiên quyết để thúc đẩy thanh toán số. Tuy nhiên, điểm khác biệt nổi bật là tại Cái Răng, sự giới thiệu từ người thân, bạn bè và quảng bá truyền thông lại có vai trò khuyến khích, trong khi ở miền núi, ảnh hưởng cộng đồng đôi khi mang tính kìm hãm, thậm chí tác động tiêu cực trực tiếp đến việc chấp nhận thanh toán số.

Điểm mới của nghiên cứu tại Cái Răng là bổ sung góc nhìn từ một quận đô thị hóa nhanh, nơi người dân tiếp cận dễ dàng với ngân hàng, Internet và điện thoại thông minh. Do đó, mã QR được đánh giá cao về tính nhanh chóng, đơn giản và tiện lợi. Trong khi đó, các nghiên cứu ở miền núi lại nhấn mạnh hơn đến vai trò của cộng đồng, yếu tố văn hóa và sự bất bình đẳng trong tiếp cận hạ tầng.

Từ các so sánh này, có thể rút ra rằng hành vi chấp nhận thanh toán số ở Việt Nam không đồng nhất, mà phụ thuộc mạnh vào đặc điểm kinh tế – xã hội và bối cảnh vùng miền.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu trên mẫu 170 người dân quận Cái Răng (thành phố Cần Thơ) cho thấy độ tuổi là yếu tố phân hóa rõ rệt trong hành vi sử dụng mã QR. Nhóm trẻ (dưới 30 tuổi) có tỷ lệ biết và sử dụng cao hơn, trong khi nhóm trên 50 tuổi chủ yếu chưa biết đến hoặc biết nhưng không dùng, đồng thời gặp

khó khăn khi thao tác; kết quả kiểm định phi tham số đều khẳng định có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm tuổi.

Về giới tính, kiểm định phi tham số Mann–Whitney U test cho thấy không tồn tại sự khác biệt có ý nghĩa trong tần suất sử dụng giữa nam và nữ (Sig. > 0,05). Nghề nghiệp cũng tạo ra sự khác biệt ở mức độ nhu cầu và mức độ biết – dùng (Kruskal–Wallis với Sig. < 0,05), với tỷ lệ sử dụng cao tập trung ở học sinh – sinh viên và lao động trí óc, tuy nhiên, khi xét đến tần suất sử dụng trên thang Likert 1–5 thì không phát hiện sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm nghề (Kruskal–Wallis với Sig. > 0,05).

Người dân đánh giá cao những giá trị nổi bật của thanh toán QR, bao gồm tính nhanh chóng và thuận tiện (92,9%), thao tác dễ dàng (87,1%), khả năng hỗ trợ quản lý chi tiêu (54,3%) và các ưu đãi, khuyến mãi đi kèm (47,9%). Song song đó, rào cản lớn nhất mà người dùng lo ngại là rủi ro bảo mật thông tin cá nhân (92,9%), tiếp đến là việc thanh toán chỉ áp dụng tại những điểm chấp nhận QR (85,7%), tình trạng mạng không ổn định (42,9%) và lỗi từ phía ngân hàng hoặc ví điện tử (42,9%).

Đáng chú ý, hành vi sau sử dụng phản ánh xu hướng tích cực khi đa số người tham gia khảo sát cho biết có ý định tiếp tục sử dụng và sẵn sàng giới thiệu cho người thân, bạn bè, với mức độ đồng ý trung bình dao động từ 4,0 đến 4,1 điểm. Những phát hiện này cho thấy QR đã được cộng đồng bước đầu tiếp nhận, song để mở rộng thành thói quen phổ biến cần ưu tiên giải quyết các vấn đề liên quan đến an toàn – bảo mật, chất lượng kết nối, trải nghiệm giao dịch và lựa chọn kênh truyền thông phù hợp.

4.2. Kiến nghị

Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số kiến nghị sau có thể được đề xuất nhằm thúc đẩy việc sử dụng mã QR tại quận Cái Răng.

Trước hết, cần tập trung giải quyết những rào cản chính mà người dân phản ánh, đặc biệt là vấn đề bảo

mật thông tin cá nhân. Các ngân hàng và đơn vị cung cấp ví điện tử cần nâng cao công nghệ bảo mật, đồng thời truyền thông minh bạch về quy trình bảo vệ dữ liệu để củng cố niềm tin của người dùng. Song song đó, việc mở rộng phạm vi áp dụng mã QR tại các cửa hàng, chợ truyền thống và cơ sở dịch vụ nhỏ lẻ là rất cần thiết, giúp người dân có nhiều cơ hội tiếp cận hơn, hạn chế bất tiện khi chỉ một số điểm mới chấp nhận thanh toán. Hạ tầng kết nối cũng cần được cải thiện, chẳng hạn như lắp đặt wifi miễn phí hoặc tăng cường đường truyền ổn định tại các điểm bán, nhằm khắc phục tình trạng gián đoạn giao dịch.

Đặc biệt, cần quan tâm nhiều hơn đến nhóm người lớn tuổi – đối tượng còn nhiều hạn chế trong tiếp cận công nghệ. Các ngân hàng, ví điện tử và chính quyền địa phương nên tổ chức những buổi tập huấn, hướng dẫn trực tiếp tại cộng đồng để giúp người cao tuổi làm quen với thao tác quét mã, cài đặt ứng dụng và xử lý các tình huống thường gặp. Việc đơn giản hóa giao diện ứng dụng, tăng cường chữ to, biểu tượng rõ ràng cũng sẽ hỗ trợ nhóm này thao tác thuận tiện hơn.

Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh truyền thông về tính an toàn và lợi ích của thanh toán QR qua các kênh quen thuộc với người già như: truyền hình, loa phát thanh hoặc tờ rơi, thay vì chỉ dựa vào mạng Internet. Ngoài ra, có thể phát huy vai trò của con cháu và người thân trong gia đình như một kênh hỗ trợ thiết thực, vừa tạo niềm tin, vừa khuyến khích người lớn tuổi trải nghiệm và duy trì thói quen sử dụng QR trong giao dịch hằng ngày.

Cuối cùng, để tạo động lực sử dụng, các chiến dịch khuyến mãi, giảm giá cần được triển khai đồng bộ với hoạt động đào tạo và truyền thông, nhằm hình thành thói quen thanh toán không tiền mặt trong cộng đồng. Khi các rào cản được gỡ bỏ và niềm tin được củng cố, QR code có tiềm năng trở thành phương thức thanh toán phổ biến, góp phần thúc đẩy quá trình chuyển đổi số và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO (REFERENCES)

- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: A trust transfer perspective. *Internet Research*, 28(2), 456–476. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2016-0359>
- Do, N. H., Le, H. K., Hoang, H. X., Tran, T. T., & Nguyen, L. K. (2022). Factors influencing customers' intention to choose QR-PAY payment method in Hanoi amid the Covid-19 context.

- Journal of Science and Technology*, 58(4), 150–158 (in Vietnamese). <https://jst-hauiv.vn>
- Hoang, T., & Chu, N. N. M. (2008). *Data analysis in research with SPSS*. Hong Duc Publishing House.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing management*. Vietnam Labor and Social Publishing House (in Vietnamese).

- Krishna, B., Krishnan, S., & Sebastian, M. P. (2023). Examining the relationship between national cybersecurity commitment, culture, and digital payment usage: An institutional trust theory perspective. *Information Systems Frontiers*, 25(5), 1713–1741.
<https://doi.org/10.1007/s10796-022-10280-7>
- Truong, L. T. (2025). Adoption of digital payment methods in Vietnam: Key determinants and distribution analysis. *Journal of Distribution Science*, 23(2), 39–49.
<https://doi.org/10.15722/jds.23.02.202502.39>
- Truong, L. T., Nguyen, H. T. T., Do, T. N., & Ngo, P. M. (2024). How neighbor influence negatively affects digital payment adoption in Vietnam. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2431654.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2431654>
- Ministry of Industry and Trade. (2023). *Vietnam E-commerce Report 2023*. Department of E-commerce and Digital Economy (in Vietnamese) <https://idea.gov.vn/>
- Ministry of Information and Communications. (2023). 2023 year-end review report and 2024 orientation tasks. December 2023, Hanoi (in Vietnamese).
- Nguyen, T. A. (2024). Current situation of QR code application in banking payments. *State Bank of Vietnam* (in Vietnamese).
<https://tapchinganhang.gov.vn>
- Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). *The roles of perceived risk and trust on e-payment adoption*. In *Studies in Computational Intelligence* (Vol. 760, pp. 926–940). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-73150-6_68
- People's Committee of Cai Rang District. (2022). *Cai Rang District Digital Transformation Plan to 2025, with orientation to 2030*. No. 87/KH-UBND, April 12, 2022 (in Vietnamese).
- Sreelakshmi, C. C., & Prathap, S. K. (2020). Continuance adoption of mobile-based payments in Covid-19 context: An integrated framework of health belief model and expectation confirmation model. *International Journal of Pervasive Computing and Communications*, 16(4), 351–369.
<https://doi.org/10.1108/IJPC-06-2020-0069>
- Vietnam E-commerce Association [VECOM]. (2024). *Vietnam E-Business Index 2024 report*. Vietnam E-commerce Association (VECOM).
<https://www.vecom.vn>
- VietnamPlus. (2025). *Banks accelerate digitalisation, non-cash payments*. VietnamPlus.
<https://en.vietnamplus.vn/banks-accelerate-digitalisation-non-cash-payments-post324215.vnp>