

Нгуєн Мінх Сан

## **Чинники, що впливають на намір покоління Z використовувати QR-оплату у В'єтнамі після Covid-19**

Мета дослідження – вивчити чинники, що впливають на готовність покоління Z використовувати QR-оплату в умовах після COVID-19 у В'єтнамі. Для збору даних протягом цього дослідження було опитано 415 клієнтів, які користувалися відповідними продуктами чи послугами. Опитування проводилося за допомогою Google Forms у період із вересня 2022 по січень 2023 року з використанням методу зручної вибірки. У цій статті була побудована дослідницька модель із використанням моделі прийняття технологій (TAM) та єдиної теорії прийняття та використання технологій (UTAUT). Потім дані були проаналізовані за допомогою моделювання структурних рівнянь методом часткових найменших квадратів (PLS-SEM). Основні результати показують, що ставлення, вплив COVID-19, особиста інноваційність, сприйнята сумісність, сприйнята простота використання, сприйнята корисність та соціальний вплив є важливими чинниками, що визначають намір в'єтнамського покоління Z впровадити QR-оплату. Це дослідження дає цінну інформацію про чинники, що впливають на ставлення споживачів покоління Z до впровадження технологій у В'єтнамі в умовах пандемії COVID-19. Результати можуть принести користь бізнес-менеджерам та політичним діячам, оскільки вони зможуть краще зрозуміти чинники, що впливають на покупців щодо впровадження технологій, та розробити ефективні стратегії для підвищення рівня сприйняття технологій покупцями.

**Ключові слова:** споживча поведінка, часткові найменші квадрати, моделювання структурних рівнянь, TAM, UTAUT

**Класифікація JEL:** D12, G21, M31, P46, Z13



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.