

Мі Ву Ха Конг, Куонг Хунг Нгуйен, Ліен Туї Нху, Тхе Туан Тран

Дослідження впливу безпеки на намір споживачів користуватися електронними гаманцями у місті Ханой

Метою статті є аналіз впливу безпеки на намір споживачів користуватися електронними гаманцями у місті Ханой. Зроблено оцінку показників за допомогою 7-бальної шкали Лайкерта. Дослідження було проведено на основі даних з використанням Google Forms. Загалом було зібрано 237 обґрунтованих відповідей. Для аналізу даних було обрано кількісні методи з використанням програм SPSS 22 і AMOS 25. Результати вказують на те, що безпека має позитивний вплив на чотири фактори в такому порядку: фінансові вигоди ($\beta = 0,853$; $p = 0,000$), імідж бренду ($\beta = 0,830$; $p = 0,000$), технологічні функції ($\beta = 0,708$; $p = 0,000$), соціальний вплив ($\beta = 0,589$; $p = 0,000$). Зокрема, сприйняття ризику ($\beta = -0,192$; $p = 0,013$), є фактором, на який безпека має негативний вплив, в той час як вищий рівень безпеки призводять до зниження рівня сприйнятого ризику. У статті також вказано на те, що показник безпеки має непрямий вплив на схильність до використання електронних гаманців через два показники: соціальний вплив ($\beta = 0,408$; $p = 0,000$) та імідж бренду ($\beta = 0,172$; $p = 0,000$). У статті надано рекомендації для постачальників послуг електронних гаманців, визначено недоліки та запропоновано напрямки подальших досліджень.

Ключові слова: споживча поведінка, ставлення споживачів, цифровий платіж, електронний платіж, довіра, Ханой

Класифікація JEL: C01, G41, M21



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.