Vai trò của thiên kiến xác nhận trong mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa dịch vụ công trực tuyến: Phân tích PLS-SEM tại Việt Nam

The role of confirmation bias in the relationship between usage intention and recommendation intention of online public services: A PLS-SEM analysis in Vietnam

Trần Hải Ly[1], Lại Minh Sang[1*], Bùi Thị Lý[1], Nguyễn Kim Thảo[1], Nguyễn Mai Lanh[1], Trần Hồng Nhung[1], Nguyễn Thu Huyền[1], Nguyễn Thị Mỹ Duyên[1]

[1]Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam
[*]Tác giả liên hệ, Email: sanglm@ftu.edu.vn

THÔNG TIN

DOI:10.46223/HCMCOUJS.soci.vi.21.1.4187.2026

Ngày nhận: 02/03/2025

Ngày nhận lại: 01/05/2025

Duyệt đăng: 26/05/2025

Từ khóa:

chuyển đổi số; dịch vụ công trực tuyến; PLS-SEM; thiên kiến xác nhận; xã hội số; ý định lan tỏa; ý định sử dụng

TÓM TẮT

Sự phát triển nhanh chóng của xã hội số đã thúc đẩy quá trình chuyển đổi dịch vụ công truyền thống sang Dịch Vụ Công Trực Tuyến (DVCTT). Nghiên cứu này nhằm xác định mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa dịch vụ công trực tuyến, đồng thời xem xét vai trò của Thiên Kiến Xác Nhận (TKXN). Nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên với người dân đã có trải nghiệm với dịch vụ công trực tuyến tại địa bàn Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, thu về được 320 quan sát và sử dụng phương pháp mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu riêng phần (PLS-SEM) để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả cho thấy ý định sử dụng DVCTT và TKXN ảnh hưởng trực tiếp đến ý định lan tỏa DVCTT. Đáng chú ý, TKXN còn đóng vai trò điều tiết mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT. Nghiên cứu này làm rõ rào cản tâm lý đặc biệt là TKXN, từ đó hàm ý cho các nhà hoạch định chính sách trong việc nâng cao ý định sử dụng để có thể lan tỏa dịch vụ công trực tuyến và đặc biệt giảm định kiến tiêu cực để thúc đẩy mối quan hệ trên.

ABSTRACT

The rapid development of the digital society has accelerated the transition from traditional public services to online public services. This study aims to identify the relationship between the intention to use and the intention to promote online public services while examining the role of confirmation bias. The research employs a random sampling method, collecting data from 320 citizens in Hanoi and Ho Chi Minh City who have prior experience using online public services. The Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method was applied to test the research hypotheses. The results indicate that the intention to use online public services and confirmation bias directly influence the intention to recommend them. Notably, confirmation bias also

Keywords:

digital transformation; online public services; PLS-SEM; confirmation bias; digital society; intention to recommend; intention to use

plays a moderating role in the relationship between the intention to use and the intention to recommend online public services. This study examines psychological barriers, particularly confirmation bias, and provides insights for policymakers on promoting the adoption of online public services. By addressing negative biases, it seeks to facilitate the broader use of these services and enhance public engagement.

1. Giới thiệu

Tại Việt Nam, DVCTT đóng vai trò quan trọng trong cải cách hành chính và phát triển Chính phủ điện tử. Việc triển khai DVCTT không chỉ nhằm số hóa thủ tục hành chính mà còn góp phần nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước, tăng cường tính minh bạch và cải thiện khả năng tiếp cận dịch vụ công cho người dân (Báo Điện Tử Chính Phủ, 2025). Theo Kết quả Chuyển đổi số Quốc gia tháng 01/2025, tỷ lệ DVCTT toàn trình trên tổng số thủ tục hành chính của cả nước đạt 49.5%, trong khi tỷ lệ hồ sơ trực tuyến toàn trình trên tổng hồ sơ giải quyết thủ tục hành chính đạt 49.75% (Cục Cải Cách Hành Chính Nhà Nước, 2025). Mặc dù tỷ lệ này đã có sự gia tăng đáng kể, việc tiếp cận DVCTT vẫn chưa đồng đều giữa các khu vực và nhóm đối tượng khác nhau, gây ra những rào cản nhất định trong quá trình phổ cập. Điều này cho thấy, ngoài việc mở rộng hệ thống DVCTT, cần có những giải pháp mang tính chất đòn bẩy để thúc đẩy mạnh mẽ hơn nữa sự chấp nhận và lan tỏa dịch vụ. Một trong những điểm nghẽn quan trọng ảnh hưởng đến quá trình này chính là TKXN - yếu tố có thể tác động đến nhận thức, hành vi và quyết định của người dân khi tiếp cận DVCTT. Do đó, nghiên cứu này hướng đến việc làm rõ vai trò của TKXN trong việc sử dụng và lan tỏa DVCTT, từ đó đề xuất các giải pháp giúp tháo gỡ rào cản và thúc đẩy chuyển đổi số bền vững trong lĩnh vực dịch vụ công.

Ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT là hai yếu tố quan trọng trong nghiên cứu hành vi công nghệ (Ajzen, 1991; Venkatesh & ctg., 2003). Trong đó, ý định sử dụng phản ánh sự sẵn sàng tiếp nhận công nghệ, còn ý định lan tỏa thể hiện xu hướng giới thiệu, chia sẻ công nghệ với người khác (Oliveira & ctg., 2016; Prayag & ctg., 2016). Mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa đã từng được đề cập trong các nghiên cứu về truyền bá đổi mới và hành vi chia sẻ tri thức. Cụ thể, các nghiên cứu cho rằng người dùng sau khi có trải nghiệm tích cực với công nghệ sẽ có xu hướng lan tỏa thông tin đó đến người khác (Van den Hooff & de Ridder, 2004). Ngoài ra, niềm tin, sự hài lòng (Bock & ctg., 2005), yếu tố nhận thức rủi ro (Gefen & ctg., 2003; Wu & Chen, 2017) hay tác động của trải nghiệm cá nhân hoặc ảnh hưởng xã hội (Zhou, 2011) cũng được chứng minh là đóng vai trò trung gian trong mối liên hệ này. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào đi sâu vào vai trò của TKXN trong việc định hình mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa. Chính vì vậy, nghiên cứu này hướng đến việc làm rõ cách thức TKXN có thể tác động đến cơ chế hành vi đó.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã làm rõ vai trò của TKXN trong việc duy trì định kiến, chia sẻ thông tin phù hợp với niềm tin cá nhân và bóp méo nhận thức về lợi ích, rủi ro của công nghệ (Lewandowsky & ctg., 2012; Metzger & Flanagin, 2013). Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu trước đây mới chỉ tập trung vào khía cạnh nhận thức - tức là cách người dùng suy nghĩ hoặc cảm nhận - mà chưa đi sâu vào hành vi thực tế. Chính vì vậy, nghiên cứu này tiếp cận TKXN từ góc độ hành vi, nhằm khám phá xem TKXN có thể tác động như thế nào đến mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT - hai hành vi then chốt trong việc thúc đẩy ý định sử dụng và lan tỏa DVCTT.

Vì vậy, nhóm nghiên cứu đã thực hiện đề tài này nhằm làm rõ vai trò của TKXN trong quá trình lan tỏa DVCTT bằng cách:

(1) Xác định mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT.

(2) Phân tích tác động trực tiếp của TKXN đến ý định lan tỏa DVCTT đồng thời vai trò điều tiết của TKXN trong mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT.

Nhóm nghiên cứu đề xuất cấu trúc bài nghiên cứu sẽ gồm các phần như sau:

(1) Giới thiệu nghiên cứu.

(2) Tổng quan tình hình nghiên cứu.

(3) Phương pháp nghiên cứu.

(4) Kết quả nghiên cứu.

(5) Thảo luận và kết luận.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

2.1. Dịch Vụ Công Trực Tuyến (DVCTT)

Trên thế giới, khái niệm về "online public service" được các nhà nghiên cứu định nghĩa và tiếp cận từ nhiều phía, Hardill và O'Sullivan (2018) coi DVCTT đồng nghĩa với "chính phủ điện tử" (e-government) hay gần nghĩa nhất với dịch vụ công điện tử (electronic public service) (Hu & ctg., 2008). Đặt trong bối cảnh của Việt Nam, theo quy định tại khoản 5 Điều 3 Nghị định 42/2022/NĐ-CP, định nghĩa DVCTT như sau: "Dịch vụ công trực tuyến của cơ quan nhà nước là dịch vụ hành chính công và các dịch vụ khác của cơ quan nhà nước được cung cấp cho các tổ chức, cá nhân trên môi trường mạng" (Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, 2022, tr. 2). Từ những cách tiếp cận trên, có thể hiểu rằng Dịch Vụ Công Trực Tuyến (DVCTT) là các dịch vụ do cơ quan nhà nước cung cấp trên môi trường số, bao gồm cả dịch vụ hành chính công và các dịch vụ khác phục vụ tổ chức, cá nhân. Đây là hình thức chuyển đổi số trong lĩnh vực công, giúp giảm thiểu thủ tục hành chính truyền thống, nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước và cải thiện trải nghiệm của người dân, doanh nghiệp khi tiếp cận dịch vụ công.

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra nhanh chóng, Chính phủ Việt Nam đã đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng chiến lược và ứng dụng Công Nghệ Thông Tin (CNTT) trong quản lý nhà nước. Trong khoảng hai thập kỷ qua, việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến đã trở thành nhiệm vụ trọng tâm và cốt lõi của các cơ quan nhà nước trong quá trình ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển chính phủ điện tử và chính phủ số. Việc chuyển đổi từ mô hình dịch vụ công truyền thống sang dịch vụ công trực tuyến không chỉ là xu hướng tất yếu mà còn là yêu cầu cấp thiết được Chính phủ Việt Nam cụ thể hóa qua nhiều văn bản pháp lý quan trọng. Nghị quyết số 36a/NQ-CP (Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, 2015) về Chính phủ điện tử đặt mục tiêu đẩy mạnh ứng dụng CNTT trong hoạt động của cơ quan nhà nước, nâng cao chất lượng phục vụ người dân và doanh nghiệp. Nghị định số 43/2011/NĐ-CP (Cổng Thông tin điện tử Chính Phủ, 2011) và Nghị định số 61/2018/NĐ-CP (Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, 2018) quy định về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến trên cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước. Nghị quyết số 17/NQ-CP (Cổng Thông tin điện tử Chính phủ, 2019) nhằm định hướng phát triển Chính phủ điện tử giai đoạn 2019 - 2025, đặt mục tiêu 100% dịch vụ công mức độ 4 được cung cấp trực tuyến, cho phép người dân và doanh nghiệp thực hiện thủ tục hành chính hoàn toàn trên môi trường số. Những chính sách này cho thấy sự thay đổi mạnh mẽ từ mô hình truyền thống sang nền tảng số, trong đó dịch vụ công trực tuyến

không chỉ giúp tiết kiệm chi phí, thời gian mà còn góp phần xây dựng một nền hành chính minh bạch, hiện đại.

2.2. Ý định sử dụng DVCTT (IU)

Ý định sử dụng được đề xuất bởi Davis (1989) trong mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) được phát triển từ lý thuyết hành động hợp lý TRA (Ajzen & Fishbein, 1980), đây là một yếu tố cho biết mức độ nỗ lực hoặc sẵn sàng của một cá nhân sẽ tiếp tục thực hiện một hành vi cụ thể nào đó hoặc sẽ sử dụng một sản phẩm/dịch vụ nào đó trong tương lai. Từ định nghĩa tiêu chuẩn theo lý thuyết hành động hợp lý TRA, một số nghiên cứu đã phát triển định nghĩa để phù hợp với bối cảnh dịch vụ công trực tuyến. Các định nghĩa này đều có điểm chung là mức độ sẵn sàng của công dân trong áp dụng và sử dụng các dịch vụ chính phủ điện tử (Carter & Bélanger, 2005), đồng thời cũng thể hiện tín hiệu về cách người dân sẽ tiếp tục sử dụng DVC trong tương lai (Belanche & ctg., 2010). Như vậy, ý định sử dụng DVCTT có thể được hiểu là mức độ sẵn sàng của một cá nhân trong việc áp dụng và sử dụng các dịch vụ công trực tuyến do chính phủ cung cấp trên môi trường mạng, không chỉ là sử dụng lần đầu mà có thể tiếp tục sử dụng trong tương lai. Qua đây, có thể thấy ý định sử dụng DVCTT được thể hiện qua 03 yếu tố chính: (i) mức độ sẵn sàng được hiểu là người dân đã có kế hoạch và dự định sử dụng DVCTT một cách thường xuyên mỗi khi cần thiết; (ii) sử dụng dịch vụ công trên môi trường mạng thay vì sử dụng dịch vụ công truyền thống và (iii) sự sẵn sàng sử dụng tiếp tục trong tương lai, không chỉ chấm dứt ở lần sử dụng đầu tiên.

Các nghiên cứu trước đây về ý định sử dụng DVCTT tại Việt Nam hầu hết chỉ tập trung vào các yếu tố tác động đến ý định sử dụng DVCTT như nhận thức hữu ích, chất lượng thông tin cảm nhận được, tính tự hiệu quả của internet, nhận thức dễ sử dụng (A. V. Nguyen, 2023), niềm tin vào chính quyền, kinh nghiệm sử dụng, ảnh hưởng xã hội (Nguyen, 2022; T. T. K. Nguyen, 2023), kỳ vọng hiệu quả, kỳ vọng nỗ lực, nhận thức rủi ro (A. N. T. Nguyen, 2023) nhưng lại chưa thực sự xem xét đến mối liên hệ giữa ý định sử dụng đến các hành vi khác của người dân sau khi sử dụng DVCTT. Điều này đã tạo ra khoảng trống nghiên cứu mang tính cấp thiết cần được giải quyết, đặc biệt là trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ tại Việt Nam hiện nay.

2.3. Ý định lan tỏa DVCTT (REC)

Ý định lan tỏa được định nghĩa là sự sẵn lòng của cá nhân trong việc chia sẻ, giới thiệu, khuyến khích người khác sử dụng các sản phẩm, dịch vụ mà cá nhân từng trải nghiệm trước đó (de Matos & Rossi, 2008; Octavius & Antonio, 2021). Ý định lan tỏa là hành vi mang tính chất tự nguyện, phản ánh niềm tin của người dùng vào giá trị và hiệu quả của dịch vụ (Gefen & ctg., 2003). Khi người dùng có trải nghiệm tốt, hài lòng với dịch vụ được cung cấp, họ sẽ có xu hướng giới thiệu những trải nghiệm tích cực đó cho người thân của mình (Chen & Tsai, 2007). Điều này sẽ tạo ra hiệu ứng lan tỏa (Reichheld, 2003). Những đánh giá tích cực trở nên phổ biến rộng rãi hơn, thu hút nhiều người dùng tiềm năng khác (Bueno & ctg., 2024).

REC thường được nghiên cứu trong mối liên hệ với hành vi truyền miệng (WoM), bởi cả hai đều liên quan đến việc chia sẻ trải nghiệm. Tuy nhiên, cần phân biệt rõ: WoM có thể bao gồm cả đánh giá tích cực lẫn tiêu cực, còn REC chỉ phản ánh khía cạnh sẵn sàng giới thiệu với thái độ tích cực (Kang & Choi, 2018; Vázquez-Casielles & ctg., 2013). Chính sự phân biệt này đã làm rõ tính chất khái niệm của REC và giúp định hướng rõ ràng hơn trong việc thiết kế các công cụ đo lường. REC không chỉ là một hành vi xã hội mang tính tự nguyện, mà còn là biểu hiện rõ nét của sự đồng thuận và hài lòng của người dùng đối với dịch vụ mà họ từng sử dụng.

2.4. Các nghiên cứu mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT

2.4.1. Mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT

Mối quan hệ giữa ý định sử dụng (IU) và ý định lan tỏa (REC) không chỉ là kết quả của trải nghiệm tích cực mà còn là một quá trình tâm lý và hành vi phức tạp, được lý giải thông qua lý thuyết kinh điển về hành vi người dùng. Thuyết Xử lý Thông tin (ELM) của Petty và Cacioppo (1986) cũng giúp giải thích cách IU chuyển hóa thành REC. Theo lý thuyết này, quá trình ra quyết định của người dùng có thể diễn ra qua hai con đường: con đường trung tâm (central route) dựa trên phân tích lý trí và con đường ngoại vi (peripheral route) dựa trên tín hiệu cảm xúc. Khi trải nghiệm thực tế củng cố IU, người dùng có thể bị thuyết phục theo con đường trung tâm hoặc con đường ngoại vi, từ đó thúc đẩy REC. Điều này cho thấy IU không chỉ tác động trực tiếp đến REC mà còn có thể chịu ảnh hưởng của các cơ chế nhận thức khác. Việc IU chuyển hóa thành REC còn chịu tác động của các cơ chế tâm lý xã hội. Theo Thuyết Tự Xác Định (SDT) của Deci và Ryan (1985), con người có nhu cầu nội tại trong việc tìm kiếm sự kết nối và khẳng định giá trị bản thân. Khi người dùng DVCTT có trải nghiệm tích cực, họ có thể chủ động chia sẻ để nhận được sự công nhận từ cộng đồng hoặc để xây dựng hình ảnh cá nhân. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết:

H1: Ý định sử dụng (IU) có tác động tích cực đến ý định lan tỏa DVCTT

2.4.2. Vai trò của TKXN trong mối quan hệ giữa IU và REC

Kế thừa định nghĩa của Nickerson (1998) về TKXN - xu hướng con người tìm kiếm và ghi nhớ thông tin phù hợp với niềm tin sẵn có, Baron (2008) bổ sung rằng đây không chỉ là một sự lựa chọn có chủ đích mà còn là một cơ chế nhận thức tự động. Nickerson (1998) và Baron (2008) đã đặt nền tảng vững chắc cho việc hiểu về TKXN, nhưng vẫn dừng lại ở việc mô tả hiện tượng mà chưa đi sâu vào cách nó ảnh hưởng đến ý định hành vi. Họ giúp xác định rằng con người có xu hướng thiên lệch trong việc tiếp nhận thông tin, nhưng chưa đánh giá tác động cụ thể của nó đến hành vi cá nhân và xã hội.

Nghiên cứu của Jonas và cộng sự (2001) đã khắc phục hạn chế này khi không chỉ gọi tên rõ ràng TKXN mà còn đánh giá được mức độ ảnh hưởng của nó đến ý định hành vi. Jonas đã chứng minh rằng TKXN không chỉ mang tính bền vững mà còn có thể tác động mạnh đến quyết định của cá nhân, bao gồm cả việc chia sẻ và truyền tải thông tin đến người khác. Đây là bước tiến quan trọng trong việc hiểu cách TKXN ảnh hưởng đến sự lan tỏa thông tin trong cộng đồng.

Trong bối cảnh dịch vụ công trực tuyến, những phát hiện này có ý nghĩa quan trọng. Nếu người dùng có thiên kiến tích cực, họ sẽ càng củng cố niềm tin vào sự hữu ích của dịch vụ và sẵn sàng giới thiệu cho người khác. Ngược lại, thiên kiến tiêu cực có thể làm suy giảm ý định lan tỏa, thậm chí khiến người dùng chủ động không khuyến khích người khác tiếp cận dịch vụ. Do đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết:

H2: TKXN tác động tích cực đến ý định lan tỏa DVCTT

TKXN ảnh hưởng đến quá trình xử lý thông tin, thái độ và hành vi của mỗi người (Jin, 2023; Yin & ctg., 2016). Mặt khác, theo Thuyết xử lý thông tin ELM (Petty & Cacioppo, 1986) và Thuyết tự xác định (Deci & Ryan, 1985), quá trình đi từ ý định sử dụng đến ý định lan tỏa cần trải qua cả tín hiệu lý trí và cảm xúc. Chính vì vậy nó không chỉ đơn thuần diễn ra tác động một chiều mà còn chịu tác động mạnh mẽ bởi cơ chế điều tiết đến từ các yếu tố tâm lý như TKXN.

Đặt trong mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT, nếu có TKXN tích cực thì tác động của IU đến REC sẽ trở nên mạnh mẽ hơn bởi bằng việc giới thiệu và chia sẻ, họ có thể củng cố niềm tin và khẳng định quyết định của mình là đúng đắn. Ngược lại, TKXN tiêu cực có thể làm suy yếu mối quan hệ giữa IU và REC, thậm chí đảo ngược tác động của IU lên REC. Khi người dùng có định kiến tiêu cực, dù có ý định sử dụng dịch vụ, họ vẫn có xu hướng tập trung vào những trải nghiệm không mong muốn hoặc hạn chế của dịch vụ. Điều này có thể khiến họ do dự hoặc không muốn chia sẻ, thậm chí cảnh báo người khác về những rủi ro tiềm ẩn, làm cho IU không còn thúc đẩy REC mà có thể ảnh hưởng theo chiều ngược lại. Vì vậy, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết:

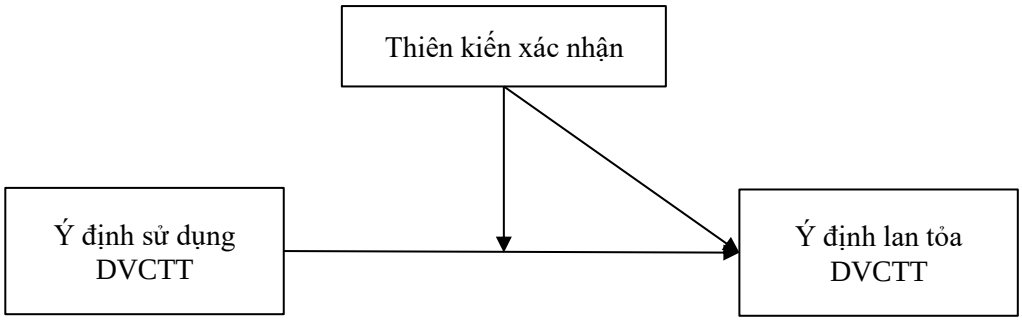
H3: TKXN có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT

2.5. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các giả thuyết đã đề cập bên trên, với nền tảng của các lý thuyết ELM và SDT, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 1:

Hình 1

Mô Hình Nghiên Cứu



Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ cơ sở lý thuyết

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng câu hỏi, bảng này được thiết kế nhằm xác định nhận thức của người dân về Ý định sử dụng, TKXN và Ý định lan toả DVCTT.

3.2. Đo lường

Nhóm tác giả đã sử dụng 02 biến độc lập là Ý định sử dụng (IU) và TKXN. Bên cạnh đó yếu tố TKXN là biến điều tiết tác động lên mối quan hệ giữa biến Ý định sử dụng tới Ý định lan toả. Bảng câu hỏi sử dụng các phép đo được hiệu chỉnh từ các nghiên cứu đi trước với 12 biến quan sát trong 03 nhân tố, sử dụng thang đo Likert 5 với khoảng từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (Hoàn toàn đồng ý).

Nhóm tác giả kế thừa và hiệu chỉnh thang đo từ nghiên cứu của Kurfalı và cộng sự (2017) cho biến IU, nghiên cứu của Nickerson (1998); Jonas và cộng sự (2001) cho biến CB và nghiên cứu của Oliveira và cộng sự (2016); Prayag và cộng sự (2016) cho biến REC.

Bảng 1

Thang Đo Các Biến

Biến số	Biến quan sát	Nguồn
Ý định sử dụng DVCTT (IU)	Tôi đã có kế hoạch sử dụng DVCTT	Kurfalı và cộng sự (2017)
	Tôi dự định sẽ sử dụng DVCTT khi cần thiết	
	Tôi sẽ sử dụng DVCTT thay vì đến trực tiếp đơn vị hành chính	
	Tôi sẽ thường xuyên sử dụng DVCTT để thực hiện các thủ tục hành chính công	
	Tôi tin rằng tôi sẽ tiếp tục sử dụng DVCTT trong thời gian tới	
Thiên kiến xác nhận (CB)	Khi nghe về những trải nghiệm của người khác với DVCTT, tôi dễ dàng chấp nhận ý kiến đó nếu nó giống với ấn tượng ban đầu của tôi	Nickerson (1998); Jonas và cộng sự (2001)
	DVCTT hiện tại khá giống với ấn tượng ban đầu của tôi	
	Tôi nhớ rất rõ các thông tin liên quan đến DVCTT trong ấn tượng ban đầu của tôi	
Ý định lan tỏa DVCTT (REC)	Tôi sẽ giới thiệu bạn bè và người thân sử dụng DVCTT nếu dịch vụ này khả dụng	Oliveira và cộng sự (2016); Prayag và cộng sự (2016)
	Nếu tôi có trải nghiệm tốt với DVCTT, tôi sẽ giới thiệu bạn bè và người thân sử dụng dịch vụ này	
	Tôi sẽ nói những điều tích cực về DVCTT với người khác	
	Tôi sẽ khuyến khích bạn bè và người thân sử dụng DVCTT	

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp

3.3. Thu thập dữ liệu

Nhóm nghiên cứu thực hiện khảo sát trực tiếp và trực tuyến thông qua ứng dụng Google Forms tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh - đây là hai khu vực phát triển và DVCTT được triển khai mạnh mẽ. Nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng theo mức độ phát triển về kinh tế - xã hội các khu vực tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, bao gồm 04 khu vực (quận nội thành Hà Nội, huyện ngoại thành Hà Nội, khu vực trung tâm Thành phố Hồ Chí Minh gồm quận 1, 3, 4, 5, 6, 10, Bình Thạnh, Gò Vấp, Phú Nhuận, Tân Bình, Thành phố Thủ Đức và khu vực ngoài trung tâm Thành phố Hồ Chí Minh), sau đó các quan sát được chọn ngẫu nhiên tại các quận/huyện, từ đó được gửi đi theo một hệ thống ngẫu nhiên các phường hoặc các xã. Số lượng các mẫu thu về từ các khu vực sẽ được lấy sát nhất theo tỷ lệ dân số của các khu vực đó. Đặc biệt, để đảm bảo tính đại diện cho toàn bộ mẫu, các đơn giấy đã được phát đi và được hỗ trợ điền với các quan sát là các công dân lớn tuổi. Triển khai online qua các kênh như Facebook, Zalo và Gmail cũng được gửi với số lượng lớn nhằm tối đa hóa tính đại diện và đảm bảo tính ngẫu nhiên cao nhất có thể, kết hợp với các câu hỏi đảo chiều để đảm bảo tính tin cậy của dữ liệu thu về. Sau quá trình sàng lọc, nhóm tác giả thu được 320 kết quả hợp lệ với các quan sát đa dạng về giới tính, độ tuổi và trình độ học vấn.

Bảng 2

Thống Kê Mô Tả

Đặc tính	Nội dung	Số lượng phản hồi (n = 320)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	168	53%
	Nam	152	47%
Độ tuổi	Từ 18 - 40 tuổi	265	83%
	Từ 40 - 60 tuổi	43	13%
	Trên 60 tuổi	12	4%
Trình độ học vấn	THCS/THPT	87	27%
	Cao đẳng - Đại học	210	66%
	Sau đại học	23	7%
Vị trí địa lý	Nội thành Hà Nội	68	21%
	Ngoại thành Hà Nội	85	27%
	Nội thành Thành phố Hồ Chí Minh	76	24%
	Ngoại thành Thành phố Hồ Chí Minh	91	28%

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SmartPLS

3.4. Phân tích dữ liệu

Nghiên cứu được tiến hành bằng cách sử dụng PLS-SEM trên phần mềm SmartPLS 3.0, một phương pháp phù hợp để đánh giá các mối quan hệ phức tạp giữa các cấu trúc tiềm ẩn. Phương pháp PLS-SEM được lựa chọn vì trong mô hình có sử dụng biến điều tiết. Đây là phương pháp hiện đại và tối ưu nhất trong thời điểm hiện tại và ưu việt hơn phương pháp CB-SEM do khả năng phân tích tổng thể chính xác hơn (Hair & ctg., 2017).

4. Kết quả nghiên cứu

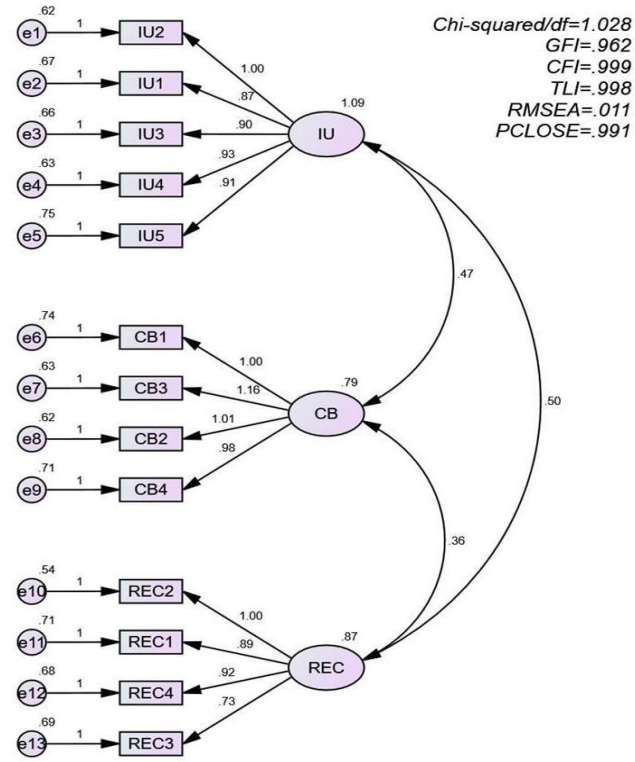
4.1. Kiểm định Common method bias của dữ liệu

Bài nghiên cứu với 03 nhân tố và 12 biến quan sát được đưa vào để kiểm định mô hình đo lường bằng phương pháp CFA cho kết quả với các chỉ số Chi-square/df, CFI, GFI, RMSEA đều là các kết quả tốt, có thể kết luận rằng các biến quan sát dùng để đo lường có độ tin cậy cao, mô hình là phù hợp cho phân tích (Hair & ctg., 2010; Hu & Bentler, 1999).

Kết luận: khảo sát không mắc lỗi CMB.

Hình 2

Kết Quả Kiểm Định CFA



Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm AMOS

4.2. Mô hình đo lường

Để đánh giá vai trò điều tiết của CB lên tác động của IU đến REC, nhóm tác giả đã sử dụng phương pháp two stage để hình thành số hạng tương tác IU*CB, từ đó tối ưu hoá giá trị R bình phương, tập trung làm rõ mối quan hệ giữa các biến thay vì tối ưu hoá khả năng dự đoán của mô hình (Hair & ctg., 2021).

4.2.1. Đánh giá mức độ tin cậy của từng chỉ báo

Mức độ tin cậy của từng chỉ báo được đánh giá thông qua chỉ số tải trọng nhân tố (Outer loadings). Kết quả cho thấy các tải trọng trong mô hình đều có giá trị lớn hơn 0.708 cho thấy mô hình có sự chính xác về độ tin cậy của từng chỉ báo (Hair & ctg., 2017).

Bảng 3

Kết Quả Chỉ Số Tải Trọng Nhân Tố (Outer Loadings)

	CB	***IU**	**IU**	**REC**
CB1	0.795			
CB2	0.869			
CB3	0.866			
IU * CB		0.972		
IU1			0.811	
IU2			0.852	

	CB	*IU	IU	REC
IU3			0.81	
IU4			0.82	
IU5			0.785	
REC1				0.78
REC2				0.839
REC3				0.744
REC4				0.806

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SmartPLS

4.2.2. Đánh giá độ tin cậy và hội tụ của mô hình

Thực hiện đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp với 12 biến quan sát của 03 nhóm nhân tố đưa vào phân tích bao gồm ý định sử dụng IU, ý định lan tỏa REC và CB. Kết quả cho thấy hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp CR đều lớn hơn 0.8 chứng tỏ các nhân tố có thể tin cậy (Nunnally & Bernstein, 1994) và tối ưu để sử dụng (Sarstedt & ctg., 2021).

Kết luận: cả mô hình có mức độ tin cậy tốt.

Phương sai trung bình trích (AVE) là chỉ số cho biết phương sai của các biến quan sát được giải thích bởi nhân tố tiềm ẩn. Dựa trên kết quả phân tích, chỉ số AVE với giá trị nhỏ nhất là 0.629 (REC) và giá trị lớn nhất có ý nghĩa là 0.713 (TKXN) đều lớn hơn 0.5 nên đảm bảo được tính hội tụ tốt (Fornell & Larcker, 1981).

Kết luận: cả mô hình có sự chính xác về độ hội tụ.

Bảng 4

Kết Quả Đánh Giá Độ Tin Cậy của Mô Hình

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CB	0.8	0.818	0.881	0.713
CB*IU	1	1	1	1
IU	0.875	0.883	0.909	0.666
REC	0.803	0.808	0.871	0.629

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SmartPLS

4.2.3. Đánh giá mức độ chính xác về sự phân biệt

Nhóm tác giả sử dụng chỉ số HTMT để đánh giá mức độ tách biệt của các biến trong mô hình. Theo Henseler và cộng sự (2015), HTMT dưới 0.9 đảm bảo giá trị phân biệt. Kết quả Bootstrapping (1,000 mẫu lặp) cho thấy HTMT < 0.9 với độ chính xác 95%, đảm bảo tính phân biệt.

Kết luận: mô hình có sự chính xác về sự phân biệt.

Bảng 5

Kết Quả Đánh Giá Sự Phân Biệt

	CB	*IU	IU	REC
CB				
CB*IU	0.501			
IU	0.501	0.122		
REC	0.429	0.084	0.513	

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ SmartPLS

Thông qua việc đánh giá sự chính xác về tin cậy, hội tụ, phân biệt của mô hình đo lường, ta có thể kết luận thang đo của các biến sử dụng trong mô hình là phù hợp.

4.3. Đánh giá mô hình cấu trúc

Bảng 6

Kết Quả Đánh Giá Hiện Tượng Đa Cộng Tuyến (Inner VIF)

Quan hệ giữa các biến	Inner VIF
CB - REC	1.501
CB*IU - REC	1.255
IU - REC	1.221

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ SmartPLS

Vì VIF < 3, ta có thể kết luận mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Do nghiên cứu chỉ tập trung nghiên cứu khám phá mối quan hệ giữa các biến trong mô hình, R bình phương bằng 27.4% vượt qua 25% là phù hợp (Hair & ctg., 2017).

Ta có phân tích tổng tác động như Bảng 7.

Bảng 7

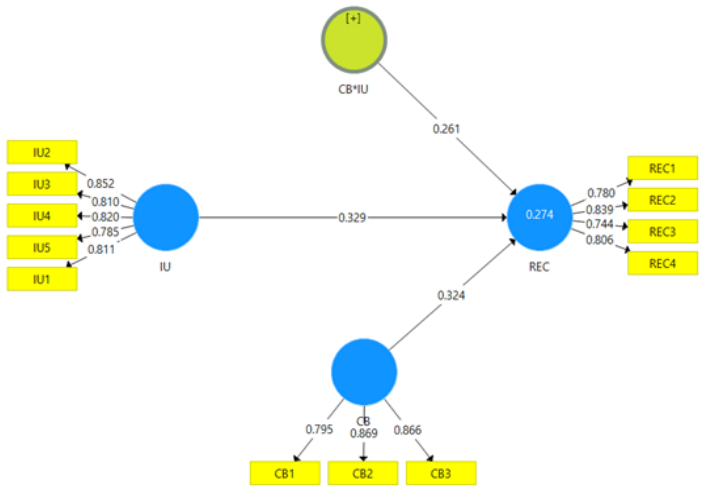
Kết Quả Đánh Giá Tổng Tác Động

	Hệ số tác động chuẩn hóa của dữ liệu gốc (O)	P-value
CB → REC	0.324	0.000
CB*IU → REC	0.261	0.000
IU → REC	0.329	0.000

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ SmartPLS

Hình 3

Kết Quả Mô Hình Cấu Trúc



Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SmartPLS

Kết quả phân tích cho thấy Ý định sử dụng (IU) có ảnh hưởng tích cực đến Ý định lan tỏa DVCTT (REC) với hệ số 0.329 và p-value = 0.000, phù hợp với nghiên cứu của Ahmad và Siddiqi (2024). Điều này cho thấy tỷ lệ rất lớn người dân sau khi sử dụng DVCTT sẵn sàng có ý định lan tỏa đến với người khác. Khi một người đã sử dụng DVCTT một cách thành thạo, ý định này không chỉ thôi thúc họ tiếp tục sử dụng lại trong tương lai mà còn thôi thúc họ trực tiếp giới thiệu công nghệ này đến với những người khác trong mối quan hệ xã hội với họ. Cơ chế tâm lý này dẫn đến việc người dân chủ động, tự nguyện và quảng bá công nghệ DVCTT đến nhiều người hơn nữa, từ đó giúp cho việc chuyển đổi số trở nên mạnh mẽ hơn trong xã hội.

Cũng thông qua kết quả nghiên cứu, TKXN ảnh hưởng mạnh mẽ đến ý định lan tỏa sau khi người dân có ý định sử dụng DVCTT. Khi người dân có thiên kiến tích cực và đã trải qua hành vi sử dụng DVCTT, làm cho họ có xu hướng ủng hộ và giới thiệu DVCTT, do tập trung vào lợi ích và bỏ qua hạn chế còn tồn tại. Đặc biệt là trong bối cảnh xã hội số hiện nay, khi người dân luôn mong muốn tìm kiếm sự tiện lợi hoặc cải thiện trải nghiệm tại các đơn vị hành chính, việc có thái độ tích cực sau khi sử dụng DVCTT sẽ làm tăng thêm một cách đáng kể ý định lan tỏa DVCTT. Ngược lại, nếu như hành vi sử dụng đi với thiên kiến tiêu cực sẽ khiến trải nghiệm của người dân giảm đi, từ đó tạo ra thiên lệch về nhận thức, khiến họ chỉ tập trung vào nhược điểm của hệ thống, từ đó làm giảm khả năng khuyến khích những người xung quanh.

4.4. Xác định hiệu ứng điều tiết của TKXN trong mối quan hệ từ ý định sử dụng đến ý định lan tỏa DVCTT

Vì p-value < 0.05 đối với tất cả các mối quan hệ trong mô hình khi phân tích bằng path coefficient, ta kết luận được TKXN đóng vai trò điều tiết vì tác động của số hạng tương tác đến REC có ý nghĩa thống kê. Ta có phương trình mô tả tác động hiệu ứng điều tiết được trình bày trong Bảng 8.

Từ phương trình, nhóm tác giả tiến hành gán các giá trị -1; 0; 1 cho biến REC nhằm làm rõ hiệu ứng điều tiết của CB trong các giá trị từ cao đến thấp, từ đó phân tích được độ dốc và có các phương trình cụ thể cho độ dốc đó.

Từ đó, nhóm tác giả tiến hành phân tích đường dốc đơn giản (Simple slope analysis): Các đường đồ thị có chiều hướng dốc lên từ trái sang phải cho thấy CB có ảnh hưởng tích cực lên mối quan hệ giữa IU và REC. Với CB càng cao, tác động từ IU lên REC càng mạnh.

Bảng 8

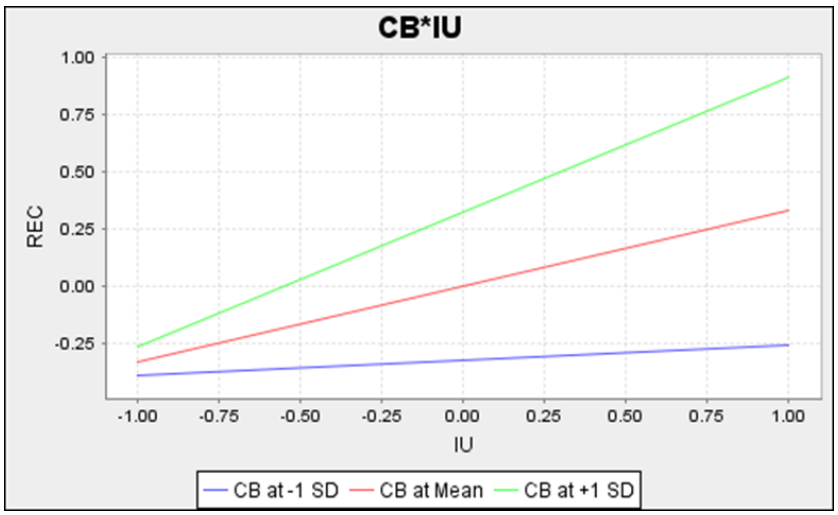
Hiệu Ứng Điều Tiết của TKXN trong Mối Quan Hệ từ IU đến REC

Giá trị RG	Mối quan hệ IU → REC		Phương trình phân tích độ dốc
	Hệ số IU	Hệ số tự do	
Low (-1)	0.068	-0.324	REC = 0.068*IU - 0.324
Mean	0.329	0	REC = 0.329*IU
High (+1)	0.59	0.324	REC = 0.59*IU + 0.324

Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ SmartPLS

Hình 4

Phân Tích Độ Dốc Đơn Giản (Simple Slope Analysis)



Ghi chú. Nhóm tác giả tổng hợp từ phần mềm SmartPLS

Khi ý định sử dụng tác động đến ý định lan tỏa, TKXN có thể khuếch đại mạnh mẽ tác động này. Cụ thể, người dùng mang định kiến tích cực sẽ chủ động giới thiệu DVCTT đến người khác nhằm củng cố niềm tin ban đầu của họ, tạo ra sự nhất quán trong nhận thức. Ngược lại, người dùng có định kiến tiêu cực sẽ ít khuyến khích người khác sử dụng, do việc chia sẻ trải nghiệm mâu thuẫn với quan điểm tiêu cực ban đầu. Kết quả này củng cố cho nghiên cứu trước đó của Zhao và cộng sự (2020), nhấn mạnh tính bền vững và ảnh hưởng mạnh mẽ của TKXN đối với ý định hành vi. Cũng dựa vào phân tích độ dốc đơn giản cho thấy, khi TKXN lớn sẽ tạo ra hiệu ứng kích thích mạnh mẽ đến REC, còn khi TKXN nhỏ thì mức ảnh hưởng gần như không đáng kể. Từ đó, ta thấy rằng sự điều tiết của TKXN trong mối quan hệ giữa IU và REC là nhân tố then chốt, có tác động như đòn bẩy tâm lý mạnh mẽ. Điều này cũng gợi ra giải pháp thực tiễn trong việc thúc đẩy người dân sử dụng DVCTT thông qua vận dụng triệt để yếu tố tâm lý này một cách hiệu quả.

5. Thảo luận và kết luận

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, Ý định sử dụng và TKXN đều tác động tích cực đến Ý định lan toả DVCTT của người dân, trong đó Ý định sử dụng DVCTT (β = 0.329) có tác động mạnh hơn so với TKXN (β = 0.324). Bên cạnh đó, trong mối quan hệ điều tiết chỉ ra rằng, TKXN càng cao thì tác động giữa Ý định sử dụng DVCTT tới Ý định lan toả DVCTT càng mạnh. Kết quả này

phù hợp với giả thuyết cũng như dự đoán của nhóm tác giả, cho thấy người dân đều có quan điểm nhất định của mình về DVCTT và có xu hướng chia sẻ, lan tỏa DVCTT dựa chính trên trải nghiệm, ý kiến cá nhân của mình. Nghiên cứu về DVCTT có thể giúp cơ quan quản lý Nhà nước kịp thời điều chỉnh, đưa ra các hàm ý quản trị nhằm thay đổi, tác động tới sự chủ động sử dụng và lan tỏa DVCTT của người dân.

5.2. Hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu cho thấy ý định sử dụng DVCTT có tác động đáng kể đến ý định lan tỏa, trong khi TKXN đóng vai trò quan trọng điều tiết mối quan hệ này. Do đó, để tăng cường sự chấp nhận và mở rộng phạm vi sử dụng DVCTT, cần có những chính sách phù hợp nhằm nâng cao nhận thức, củng cố niềm tin và khuyến khích hành vi sử dụng của người dân.

Trước hết, để có thể đẩy mạnh quá trình lan toả, chia sẻ DVCTT của người dân, cần sự đẩy mạnh và nâng cao ý định sử dụng DVCTT cũng như TKXN của họ về DVCTT và chính phủ. Chính phủ có thể đẩy mạnh hành vi sử dụng DVCTT bằng những chính sách tuyên truyền, chính sách bắt buộc. Thực tế, tại Việt Nam, một số DVC bắt buộc phải thực hiện trực tuyến, điều này đã tạo cơ hội cho người dân tiếp xúc, trải nghiệm và có những nhận thức nhất định về DVCTT của chính phủ. Càng nhiều người dân có cơ hội sử dụng DVCTT thì càng nhiều cơ hội để họ nhận định, chia sẻ, trao đổi những tính năng mới và hữu ích của DVCTT. Đó cũng là đích đến cuối cùng của quá trình lan toả DVCTT toàn quốc gia.

Thứ hai, bài nghiên cứu đã chứng minh tính quan trọng của TKXN trong nhận thức của người dân tới ý định chia sẻ và lan tỏa DVCTT. Nếu người dân có TKXN tiêu cực về DVCTT, điều này sẽ dẫn đến sự suy giảm nghiêm trọng ý định chia sẻ DVCTT và sự suy giảm trong quá trình từ sử dụng đến ý định chia sẻ DVCTT. Nhưng ngược lại, khi TKXN của người dân tích cực, điều này có thể coi là đòn bẩy, tác động rất lớn đến quá trình chia sẻ DVCTT của người dân, có thể rút ngắn quá trình chia sẻ nhưng vẫn đảm bảo tính hiệu quả. Hiểu rõ mức độ quan trọng của TKX sẽ giúp các nhà quản trị đưa ra những hành động, chính sách phù hợp hơn. Để lan tỏa dịch vụ công trực tuyến tại Việt Nam, chính quyền địa phương cần tăng cường quyền lực và năng lực quản lý chuyển đổi số thông qua việc trang bị kiến thức và kỹ năng cần thiết cho cán bộ, bao gồm quản lý dự án, quản lý thay đổi và sử dụng công nghệ số. Việc hợp tác chặt chẽ với các chuyên gia công nghệ, doanh nghiệp và tổ chức phi chính phủ sẽ giúp chính quyền tiếp cận nguồn tri thức và kinh nghiệm phong phú, đồng thời thành lập các đơn vị chuyên trách ở cấp tỉnh để tập trung nguồn lực và đảm bảo quá trình chuyển đổi diễn ra có hệ thống. Cán bộ cần được đào tạo bài bản về kỹ năng triển khai giải pháp số và áp dụng các nguyên tắc quản lý hiệu quả từ khu vực tư nhân. Hơn nữa, việc thiết lập các mục tiêu đo lường cụ thể và thực hiện kiểm toán độc lập sẽ góp phần đảm bảo tính minh bạch và hiệu quả trong quá trình này. Những nỗ lực này không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ công, mà còn tạo nền tảng kỹ thuật số tiên tiến, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và mang lại lợi ích thiết thực cho người dân và doanh nghiệp.

5.3. Ý nghĩa và đóng góp của nghiên cứu

5.3.1. Đóng góp về mặt lý luận

Nghiên cứu không chỉ mở rộng mô hình ý định sử dụng và ý định lan tỏa DVCTT, mà còn tích hợp góc nhìn tâm lý học nhận thức vào lĩnh vực hành vi sử dụng dịch vụ công, khi thiên kiến xác nhận vốn được nghiên cứu nhiều trong tâm lý học nhưng lại hiếm khi được xem xét trong bối cảnh DVCTT. Việc chứng minh rằng thiên kiến xác nhận có thể khuếch đại hoặc làm suy giảm tác động của ý định sử dụng đối với ý định lan tỏa giúp nghiên cứu này đóng góp một góc nhìn mới về cách con người ra quyết định trong bối cảnh xã hội số.

5.3.2. Đóng góp về mặt thực tiễn

Bên cạnh đóng góp lý luận, nghiên cứu này mang lại ý nghĩa thực tiễn quan trọng cho quá trình phát triển DVCTT. Thông qua việc khuyến khích hành vi sử dụng DVCTT của người dân bằng cách tận dụng thiên kiến xác nhận như một yếu tố tâm lý đòn bẩy quan trọng, Chính phủ có thể đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số một cách hiệu quả và toàn diện.

5.4. Hạn chế nghiên cứu và đề xuất cho các bài nghiên cứu tương lai

Nghiên cứu này vẫn còn hạn chế bởi giới hạn phạm vi miền Bắc, điều này có thể hạn chế khả năng khái quát hóa các phát hiện tại các khu vực hoặc bối cảnh văn hóa khác nhau. Các nghiên cứu trong tương lai có thể khám phá các so sánh giữa các nền văn hóa, khu vực địa lý để hiểu rõ hơn về cách các yếu tố theo ngữ cảnh ảnh hưởng đến ý định sử dụng và lan tỏa DVCTT của người dân. Ngoài ra, các bài nghiên cứu trong tương lai có thể xem xét sử dụng các phương thức lấy mẫu khác nhau nhằm phản ánh chính xác hơn.

ĐÓNG GÓP KHOA HỌC

Bài báo xác định rõ khoảng trống nghiên cứu; bài báo cung cấp bộ dữ liệu mới hoặc bằng chứng thực nghiệm mới; bài báo có ý nghĩa thống kê và thực tiễn rõ ràng; bài báo đưa ra hàm ý chính sách, quản trị hoặc công nghệ; bài báo gợi mở các hướng nghiên cứu tiếp theo.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

CRediT: **Trần Hải Ly**: Tài nguyên, Giám sát, Thẩm định; **Lại Minh Sang**: Xây dựng ý tưởng, Phân tích, Giám sát; **Bùi Thị Lý**: Điều tra, Giám sát, Hiệu đính; **Nguyễn Kim Thảo**: Quản lý dự án, Phân tích, Viết bản thảo ban đầu; **Nguyễn Thị Mỹ Duyên**: Phân tích, Quản lý dữ liệu; **Nguyễn Thu Huyền**: Điều tra, Viết bản thảo ban đầu; **Trần Hồng Nhung**: Trực quan hóa, Viết bản thảo ban đầu; **Nguyễn Mai Lanh**: Trực quan hóa, Viết bản thảo ban đầu.

TÀI TRỢ

Nghiên cứu này không nhận tài trợ từ bất kỳ nguồn bên ngoài nào.

TUYÊN BỐ KHÔNG CÓ XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Các tác giả cam kết, tuyên bố không có bất kỳ xung đột lợi ích nào liên quan đến việc công bố bài báo này.

Tài liệu tham khảo

Ahmad, S., & Siddiqui, D. A. (2024). *Exploring the role of trust in driving e-government adoption and recommendation in pakistan.* https://ssrn.com/abstract=4959607

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.

Báo Điện Tử Chính Phủ. (2025). *Đẩy mạnh cung cấp dịch vụ công trực tuyến gắn với sắp xếp đơn vị hành chính, không để ách tắc công việc* [Promote the provision of online public services associated with the arrangement of administrative units, avoiding work congestion]. https://xaydungchinhsach.chinhphu.vn/day-manh-cung-cap-dich-vu-cong-truc-tuyen-gan-voi-sap-xep-don-vi-hanh-chinh-khong-de-ach-tac-cong-viec-119250318230120591.htm

Baron, J. (2008). *Thinking and deciding* (4th ed.). https://assets.cambridge.org/97805218/62073/frontmatter/9780521862073_frontmatter.pdf

Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2010). Providing online public services successfully: The role of confirmation of citizens' expectations. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, *7*(2), 167-184. https://doi.org/10.1007/s12208-010-0058-1

Bộ Thông tin và truyền thông. (2024). *Báo Cáo Triển khai cung cấp dịch vụ công trực tuyến phục vụ Hội nghị chuyên đề của Ủy ban Quốc gia về chuyển đổi số "Nâng cao hiệu quả cung cấp và sử dụng dịch vụ công trực tuyến"* [Implementation of online public service delivery in support of the thematic conference of the national committee on digital transformation: "Enhancing the effectiveness of online public service provision and usage"]. https://dti.gov.vn/Uploads/TaiLieuHoiThao/HoiThao_22/TaiLieu_143/02_Bao%20cao%20Trien%20khai%20cung%20cap%20DVCTT-F.pdf

Bock, G.-W., Zmud, R., Kim, Y.-G., & Lee, J.-N. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing: Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate. *MIS Quarterly*, *29*(1), Article 87. https://doi.org/10. 2307/25148669

Bueno, B. G. B., Horn, A. L., Bell, B. M., Bahrami, M., Bozkaya, B., Pentland, A., de la Haye, P., & Moro, E. (2024). Effect of mobile food environments on fast food visits. *Nature Communications*, *15*(1), Article 2291. https://doi.org/10.1038/s41467-024-46425-2

Carter, L., & Bélanger, F. (2005). The utilization of e-government services: Citizen trust, innovation and acceptance factors. *Information Systems Journal*, *15*(1), 5-25. https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2005.00183.x

Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, *28*(4), 1115-1122. https://doi.org/10.1016/j.tourman .2006.07.007

Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. (2011). *Nghị định số 43/2011/NĐ-CP của Chính phủ: Quy định về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước* [Decree No. 43/2011/NĐ-CP of the Government: Regulations on the provision of information and online public services on websites or portals of state agencies]. https://chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160 &docid=101050

Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. (2015). *Nghị quyết số 36a/NQ-CP của Chính phủ: Về Chính phủ điện tử* [Resolution No. 36a/NQ-CP of the Government: On e-Government]. https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=181767

Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. (2018). *Nghị định số 61/2018/NĐ-CP của Chính phủ: Về thực hiện cơ chế một cửa, một cửa liên thông trong giải quyết thủ tục hành chính* [Decree No. 61/2018/NĐ-CP of the Government: On implementing the one-stop, one-stop mechanism in handling administrative procedures]. https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=193542

Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. (2019). *Nghị quyết số 17/NQ-CP của Chính phủ: Về một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm phát triển Chính phủ điện tử giai đoạn 2019 - 2020, định hướng đến 2025* [Resolution No. 17/NQ-CP of the Government: On a number of key tasks and solutions for e-Government development in the 2019 - 2020 period, with a vision to 2025]. https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=196383

Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. (2022). *Nghị định số 42/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Quy định về việc cung cấp thông tin và dịch vụ công trực tuyến của cơ quan nhà nước trên môi trường mạng* [Decree No. 42/2022/NĐ-CP of the Government: Regulations on the provision of online public information and services of state agencies in the cyber environment]. https://vanban.chinhphu.vn/?pageid=27160&docid=206001

Cục Cải Cách Hành Chính Nhà Nước. (2025). *Kết quả Chuyển đổi số quốc gia tháng 1/2025* [National digital transformation results January 2025]. http://caicachhanhchinh.gov.vn/tin-tuc/ket-qua-chuyen-doi-so-quoc-gia-thang-012025

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319-340. https://doi.org/10.2307/249008

de Matos, C. A., & Rossi, C. A. V. (2008). Word-of-mouth communications in marketing: A meta-analytic review of the antecedents and moderators. *Journal of the Academy of Marketing Science, 36*(4), 578-596. https://doi.org/10.1007/s11747-008-0121-1

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior* (1st ed.). Springer.

Finn, A., Wang, L., & Frank, T. (2009). Attribute perceptions, customer satisfaction and intention to recommend e-services. *Journal of Interactive Marketing, 23*(3), 209-220. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.04.006

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly, 27*(1), 51-90. https://doi.org/10.2307/30036519

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1074274

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/51463

Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: Updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis, 1*(2), Article 107. https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.087624

Hardill, I., & O'Sullivan, R. (2018). E-government: Accessing public services online: Implications for citizenship. *Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit, 33*(1), 3-9. https://doi.org/10.1177/0269094217753090

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), 115-135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Hu, G., Zhong, W., & Mei, S. (2008). Electronic Public Service (EPS) and its implementation in Chinese local governments. *International Journal of Electronic Governance, 1*(2), 118-138.

Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6*(1), 1-55. https://doi.org/10.1080/10705519909540118

Jin, P. (2023). Research on confirmation bias and its influences on purchase decision-making. *Advances in Economics Management and Political Sciences, 10*(1), 227-231. https://doi.org/10.54254/2754-1169/10/20230471

Jonas, E., Schulz-Hardt, S., Frey, D., & Thelen, N. (2001). Confirmation bias in sequential information search after preliminary decisions: An expansion of dissonance theoretical research on selective exposure to information. *Journal of Personality and Social Psychology, 80*(4), 557-571. https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.4.557

Kang, S., & Choi, H. (2018). The effect on intention to recommendation and satisfaction of communication type of service provider: Based on food-service industry. *International Journal of Smart Business and Technology, 6*(1), 31-38. https://doi.org/10.21742/IJSBT.2018.6.1.03

Kurfalı, M., Arifoğlu, A., Tokdemir, G., & Paçin, Y. (2017). Adoption of e-government services in Turkey. *Computers in Human Behavior, 66*(2017), 168-178. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.041

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest, 13*(3), 106-131. https://doi.org/10.1177/1529100612451018

Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics, 59*(B), 210-220. https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012

Nguyen, A. N. T. (2023). *Các yếu tố tác động đến hành vi sử dụng dịch vụ công trực tuyến của người dân tại Thành phố Hồ Chí Minh* [Factors influencing citizens' behavior in using online public services in Ho Chi Minh City]. https://www.researchgate.net/publication /374950244

Nguyen, A. V. (2023). Các yếu tố tác động đến ý định sử dụng dịch vụ công trực tuyến của người dân: Nghiên cứu trường hợp Quận 7 [Factors influencing citizens' intention to use online public services: A case study of District 7]. *Tạp chí Kinh tế & Quản trị kinh doanh, 26*(2023).

Nguyen, H. N. (2022). *Các yếu tố tác động đến ý định sử dụng dịch vụ công trực tuyến về đăng ký doanh nghiệp của người dân trên địa bàn tỉnh Bình Thuận* [Factors influencing citizens' intention to use online public services for business registration in Binh Thuan Province]. University of Economics Ho Chi Minh City.

Nguyen, T. T. K. (2023). *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi sử dụng Chính phủ điện tử (dịch vụ công trực tuyến) tại địa bàn Quận 7* [Factors affecting behavioral intention to use e-government (online public services) in District 7]. University of Economics Ho Chi Minh City.

Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology, 2*(2), 175-220. https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). Tata Mcgraw-Hill Ed.

Octavius, G. S., & Antonio, F. (2021). Antecedents of intention to adopt mobile health (mHealth) application and its impact on intention to recommend: An evidence from Indonesian customers. *International Journal of Telemedicine and Applications, 2021*(1), 1-24. https://doi.org/10.1155/2021/6698627

Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, *61*, 404-414. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion*. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4964-1

Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2016). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research, 56*(1), 41-54. https://doi.org/10.1177/0047287515620567

Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review, 81*(12), 46-54.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. *Handbook of Market Research, 26*(1), 587-632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15

Van den Hooff, B., & de Ridder, J. A. (2004). Knowledge sharing in context: The influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management, 8*(6), 117-130. https://doi.org/10.1108/13673270410567675

Vázquez-Casielles, R., Suárez-Álvarez, L., & del Río-Lanza, A. B. (2013). The word of mouth dynamic: How positive (and negative) WOM drives purchase probability. *Journal of Advertising Research, 53*(1), 43-60. https://doi.org/10.2501/jar-53-1-043-060

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), 425-478. https://doi.org/10.2307/30036540

Wu, B., & Chen, X. (2017). Continuance intention to use MOOCs: Integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and Task Technology Fit (TTF) model. *Computers in Human Behavior, 67*(1), 221-232. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.028

Yin, D., Mitra, S., & Zhang, H. (2016). Research note - When do consumers value positive vs. negative reviews? An empirical investigation of confirmation bias in online word of mouth. *Information Systems Research, 27*(1), 131-144. https://doi.org/10.1287/isre.2015. 0617

Zhao, H., Fu, S., & Chen, X. (2020). Promoting users' intention to share online health articles on social media: The role of confirmation bias. *Information Processing & Management, 57*(6), Article 102354. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102354

Zhou, T. (2011). Understanding online community user participation: A social influence perspective. *Internet Research, 21*(1), 67-81. https://doi.org/10.1108/10662241111104884

© 2026 The Author(s). Published by Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh - Khoa học Xã hội. This article is licensed under CC BY-NC 4.0.