

REFERENCES

- (NSCICT), NATIONAL STEERING COMMITTEE ON ICT. (2011). White book (ed.). Ha Noi, Vietnam: INFORMATION AND COMMUNICATIONS PUBLISHING HOUSE.
- Adams, D, Nelson, R.R, & Todd, P. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication. MIS Quarterly. 16(2), 227-248.
- Adapa, Sujana. (2011). Continued And Frequent Use of Internet Banking by Australian Consumers: Identification of The Factor Components. Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 16(No. 2), 1-22.
- Agarwal, R, & Prasa, J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies? Decision Science. 30(2), 361-391.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior: some unresolved issues. (Vol. 50ed.): Organizational Behavior and Human Decision Process.
- Ajzen, I, & Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social behavior (ed.). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Al-Gahtani, S. (2001). The applicability of TAM outside North America: An empirical test in the United Kingdom. Information Resources Management Journal, Vol. 14(No. 3), 37-46.
- Amin, H. (2007). Internet banking adoption among young intellectuals. Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 12(No. 3).
- Azim, Malia, Ali, Adil, & Sattar, Jahanzeb. (2011). Factors Influencing Adoption of Information Technology Based Banking Services: A Case Study of Pakistan. Frontiers of Information Technology (FIT), 2011.
- Burn, J.M. (1995). The new cultural revolution: the impact of EDI on Asia. Journal of Global Information Management, Vol. 3(No. 4), 16-23.
- C.Lim, Edralin. (2013). Adoption of online banking in manila: what the commercial banks should learn to be competitive. . International Journal of Information Technology and Business Management. 10(1), 001-007.
- Chang, P.V. (2004). The validity of an extended technology acceptance model (TAM) for predicting intranet/portal usage. (Master), University of North Carolina, Chapel Hill.
- Chin, W.W, & Todd, P.A. (1995). On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of caution. MIS Quarterly Vol. 19(No. 2), 237-246.
- Chong, A.Y, & Ooi, K.B. (2008). Adoption of interorganizational system standards in supply chains: an empirical analysis of RosettaNet standards. Industrial Management & Data Systems, 108(4), 529-547.



- Chong, A.Y., Ooi, K.B., Lin, B., Tan, B.I. (2010). Online banking adoption: empirical analysis. International Journal of Bank Marketing. Vol.28(No.4), 267-287.
- Chua, E.K. (1980). Consumer Intention to Deposit at Banks: An Empirical Investigation of its Relationship with Attitude, Normative Belief and Confidence. National University of Singapore.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests (Vol. 16(3)ed.): Psychometrika.
- cuong, Hoang Minh. (2003). Current Status of Vietnamese E-commerce. Ha Noi, Vietnam.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly. 13, 319-340.
- Davis, F, Bagozzi, R.P, & Washaw, P.R. (1989). User acceptance of computertechnology: a comparison of two theoretical models. Management Science. 35(8), 982-1003.
- Davis, F.D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristic, user perception and behavioral impacts. International Journal of Man Machine Studies. Vol.38, 475-487.
- DeLone, W.H, & McLean, E.R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. Information Systems Research. Vol. 3(No. 1), 60-95.
- Doll, W.J, Hendrickson, A, & Deng, X. (1998). Using Davis's perceived usefulness and ease-of-use instruments for decision making: A confirmatory and multigroup invariance analysis. Decision Sciences. Vol. 29(No. 4), 839-869.
- Eriksson, K, Kerem, K, & Nilsson, D. (2005). Customer acceptance of internet banking in Estonia. International Journal of Bank Marketing. Vol. 23(No. 2), 200-216.
- Fishbein, M, & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behaviour: an Introduction to Theory and Research (ed.).
- Foon, Yeoh Sok, & Fah, Benjamin Chan Yin. (2011). Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model. International Journal of Business and Management. Vol. 6(No.4), 161-167.
- Foster, J.J. (1998). Data Analysis using SPSS for Windows: a Beginners Guide (ed.): London:Sage Publications.
- Gefen, D. (2000). e-commerce: The role of familiarity and trust. International Journal Management Science. Vol. 28(No. 6), 725-737.
- Goh, H.P. (1995). The Diffusion of Internet in Singapore: A Content Analytic Approach (ed.). Faculty of Business Administration, National University of Singapore, 1995.
- Gounaris, S, & Koritos, C. (2008). Investigating the drivers of internet banking adoption decision: a comparison of three alternative frameworks. International Journal of Bank Marketing. Vol. 26(No. 5), 282-304.



- H.P.Yeow, Paul, Yuen, Yee Yen, Tong, David Yoon Kim, & Lim, Nena. (2008). Useracceptance of Online Banking Service in Australia. Communications of the IBIMA, Vol. 1, 191-197.
- Hair, J, Black, W, Babin, B, Anderson, R, & Tatham, R. (2005). Multivariate Data Analysis (ed.): Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Hair, J.F, & al, et. (2006). Multivariate Data Analysis (ed.): Pearson Prince Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hair, J.F, Anderson, R.E, Tatham, R.L, & Black, W.C. (1998). Multivariate data analysis with readings (ed.): Prentice Hall (Englewood Cliffs, NJ).
- Hong, W.Y, J.Y.L.Thong, W.Wai-Man, & Tam, K.Y. (2002). Determinants of User Acceptance of Digital Libraries: An Empirical Examination of Individual Differences and System Characteristics. Journal of Management Information Systems, Vol. 18(No. 3), 97-124.
- Hsu, M-H, & Chiu, C-M. (2004). Internet self-efficacy and electronic service acceptance. Decision Support Systems, Vol. 38(No. 3), 369-381.
- Jaruwachirathanakul, B, & Fink, D. (2005). Internet banking adoption strategies for development country: the case of Thailand. Internet Research, 15(3), 295-311.
- Jarvenpaa, S.L, & Tractinsky, N. (1999). Consumer trust in an Internet store: A cross-cultural validation. Journal of Computer Mediated Communication, Vol.5 (No. 2), 1-35.
- Juwaheer, Thanika Devi, Pudaruth, Sharmila, & Ramdin, Priyasha. (2012). Factors influencing the adoption of internet banking: a case study of commercial banks in Mauritius. World Journal of Science. Technology and Sustainable Development, 9(3), 204-234.
- Khanfar, M.R. (2007). The Growing Popularity of Internet Banking among UAE Consumers. The Business Review, Cambridge. Vol. 7(No. 1), 218-223.
- Lederer, A.L, Maupin, D.J, Sena, M.P, & Zhuang, Y. (1998). The role of ease of use, usefulness and attitude in the prediction of World Wide Web usage. Proceedings of the 1998 Association for Computing Machinery Special Interest Group on Computer Personnel Research Conference. 195-204.
- Lu, J, Yu, C.S, Liu, C, & Yao, J.E. (2003). Technology acceptance model for wireless internet. Internet Research, Vol. 13(No. 3), 206-222.
- Mathieson, K. (1991). Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. Information Systems Research, Vol.2(No.3), 173-191.



- Molina, L.M, Montes, J.L, & Ruiz-Moreno, A. (2007). Relationship between quality management practices and knowledge transfer. Journal of Operations Management. 25(3), 682-701.
- Moore, G.C, & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. Information Systems Research. 2(3), 192-222.
- Morgan, R., & Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. Journal of Marketing 1994, 58, 20-38.
- Ndubisi, N.O, Jantan, M, & Richardson, S. (2001). Is the technology acceptance model valid forentrepreneurs? Model testing and examining usage determinants. Asian Academy ofManagement Journal. 6(2), 31-54.
- Nor, Khalil Md, & Pearson, J Michael. (2007). The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. Journal of Internet Banking and Commere. Journal of Internet Banking and Commerce. 12(3).
- Nunnally, J. (1978). Psychometric Theory (ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pallant. (2001). A step by step guide to data analysisusing SPSS for Windows (ed.). Buckingham: Open University Press.
- Peterson, R.A, & Kim, Y. (2012). On the relationship between coefficient alpha and composite reliability. Journal of Applied Psychology. Vol. 98(No. 1), 194-198.
- Pikkarainen, T, Pikkarainen, K, Karjaluoto, H, & Pahlila, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance mode. Internet Research. 14(3), 224-235.
- Polatoglu, V.N, & Ekin, S. (2001). An empirical investigation of the Turkish consumers' acceptance of internet banking services. International Journal of Bank Marketing, Vol. 19(No. 4), 156-165.
- Rogers, E.M. (1983). Diffusion of Innovations (ed.). New York: NY: The FreePress.
- Rogers, E.M. (1995). Diffusion of Innovations (ed.). New York, NY: The Free Press.
- Salari, Saleh, & Salajegheh, Moslem. (2011). Analysis of Factors Affecting the Adoption of Internet Banking. Case Study: Customers of Mellat Bank in Isfahan City. International Conference "Risk in Contemporary Economy.
- Sathye, M. (1999). Adoption of internet banking by Australian consumers: an empirical investigation. The International Journal of Bank Marketing. Vol. 17(No. 7), 324-334.
- Segars, A.H, & Grover, V. (1993). Re-examining perceived ease of use and usefulness: A confirmatory factor analysis. MIS Quarterly. Vol. 17(No. 4), 517-525.
- Shih, Y, & Fang, K. (2004). The use of a decomposed theory of planned behavior to study internet banking in Taiwan. Internet Research. Vol. 14(No. 3), 213-223.



- Somali, Zawlikhah Al, & Ghinea, Gheorghita. (2012). Investigation of factors affecting growth of e-banking services in Saudi Arabia. The 7th International Conference for Internet Technology and Secured Transactions (ICITST-2012).
- Succi, M.J, & Walter, Z.D. (1999). Theory of users acceptance of information technologies: an examination of health care professionals. Proceeding of the 32nd Hawaii international conference on system Science (HICSS). pp. 1-7.
- Suh, B, & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. Electronic Commerce Research and Applications 1, 247-263.
- Tan, Margaret., Teo, Thomson S.H. (2000). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking. Journal of the Association for Information System. 1(5), 1-42.
- Taylor, S, & Todd, P. (1995). Assessing IT usage: The Role of Prior Experience. MIS Quarterly. 19(4), 561-570.
- thang, Thieu Quang. (2010). Factors Affecting the Use of E-payment in Vietnam. (Master), Meiho Institute of Technology.
- Venkatesh, V, & Davis, F.D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: development and test. Decision Sciences. 27, 1996. 451-481.
- Venkatesh, V, Morris, M.G, Davis, G.B, & Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: towards a unified view. MIS Quarterly. Vol. 27(No. 3), 425-478.
- Wenchao, Wang, & Jordan, Declan. (2009). The Determinants of the Adoption of Internet Banking by Chinese Consumers. Service Operations, Logistics and Informatics. 2009. SOLI '09. IEEE/INFORMS International Conference.
- Werts, C.E, Linn, R.L, & Joreskog, K.G. (1974). Intra class reliability estimates:Testing structural assumptions. Educational and Psychological Measurement. Vol. 34, 25-33.
- Wu, Jun. (2005). Factor influencing the adoption of internet banking by South Africans inthe Ethekeweni metropolitan region. (Master), Durbin institute of technology, South Africa.
- Yang, Shuiqing, Lu, Yaobin, Gupta, Sumeet, Cao, Yuzhi, & Zhang, Rui. (2012). Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effectsof behavioral beliefs, social influences, and personal traits. Computers in Human Behavior. 28(1), 14.
- Zhang, Guozheng, Zhou, Faming, Wang, Xi, & Zhang, Ya. (2008). Research on factors affecting customer's interaction with online bank. Wireless Communications, Networking and Mobile Computing. 2008. WiCOM '08. 4th International Conference. 1-3. doi: 10.1109/WiCom.2008.1990



APPENDIX

A : English Questionnaire

Part I: Personal information

Please provide correct information for each item (* required). You can tick [✓] the appropriate responses.

1. Gender *

Male

Female

2. Age *

18 - 30

51 - 60

31 - 40

60 and above

41 - 50

3. Education degree *

High school or under

Graduate school

Trade school/College

Others (specify)

University

4. Occupation *

Office clerk

Academic

Worker

Technician

Manager

Student

Executive

Others (specify)

5. Income/per month (USD)* (\$1USD = 20.800VND)

Under \$200

\$500 - \$700

\$200 - \$300

Over \$700

\$300 - \$500

6. Where do you work or study*

Urban

Town

Suburb

Countryside

7. How long have you been using Internet (not internet banking)? * (if you have never used internet you can skip question 8 and 9)



- Never or less than 1 month 1 - 3 years
 1- 6 months 3 - 5 years
 6 months - 1 year 5 or more than 5years

8. How often do you use internet?

- Once a day at least Once a year at least
 Once a week at least Others (specify)
 Once a month at least

9. Your Internet access location (you can select more than once choice)

- At home At work
 At school Others (specify)
 In internet cafe

10. Preferred methods of performing banking transaction * (you can select more than one choice)

- Visit banks Telephone
 ATMs Internet banking

11. How long have you been using internet banking ?* (If you have never used Internet Banking, you can skip question 12, 13 and 14)

- Never 1 - 3 years
 1- 6 months 3 - 5 years
 6 months - 1 year 5 or more than 5 years

12. How often do you use internet banking?

- Once a day at least Once six month at least
 Once a week at least Once a year at least
 Once a month Other (specify)

13. Which bank (s) do you use for majority of your internet banking? (you can choose more than once)

- Vietcombank SeaBank
 ACB VietinBank
 Techcombank Others (specify)



14. Which of the following services do you more frequently use in internet banking? (you can choose more than once)

- Check balance Bill payment
 Transfer money Others (specify)
 Online transaction

◆ Please indicate your level of agreement or disagreement with each of following statements. Circle the most appropriate response on the following five point likert scale ranging from option 1 =strongly disagree to option 5 = strongly agree .

Part II: Your perceived ease of use about Internet Banking

No.	Item	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	Learn to use Internet banking is easy for me	1	2	3	4	5
2	It is easy to do what I want to do using Internet Banking	1	2	3	4	5
3	My interaction with internet banking is clear and understandable	1	2	3	4	5
4	I find internet banking to be flexible to interact with	1	2	3	4	5
5	It would be easy for me to become skillful at using internet banking	1	2	3	4	5
6	It is easy for me to remember how to perform task with Internet Banking	1	2	3	4	5
7	Overall, I think Internet Banking is easy to use	1	2	3	4	5



Part III: Your perceived usefulness about Internet Banking

No.	Item	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	Using Internet Banking would enable me to accomplish transactions more quickly and easier	1	2	3	4	5
2	Internet Banking allows me to manage my finances more efficiently	1	2	3	4	5
3	Internet banking increases my productivity of utilizing banking service	1	2	3	4	5
4	Internet banking made communication with banks much esier and more convenient	1	2	3	4	5
5	Overall, I would find using Internet Banking to be advantageous	1	2	3	4	5

Part IV: Your trust to using Internet Banking

No.	Item	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	I am confident that transaction conducted through internet banking is secure and privacy	1	2	3	4	5
2	I believe my personal information on internet banking will be kept confidential	1	2	3	4	5
3	I think that my bank uses the best technologies and solutions for security and privacy of customers	1	2	3	4	5



4	I think my bank has enough expertises, resources and experience to manage their internet banking well	1	2	3	4	5
5	I trust my bank will not reveal cusustomer's personal information to unauthorized parties	1	2	3	4	5
6	I think my bank is famous and prestigious with Internet Banking service	1	2	3	4	5
7	Overall, I think my bank provides a trusted Internet Banking service	1	2	3	4	5

Part V: Social influence on your adoption of using Internet Banking.

No.	Item	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	My working/study environment support internet banking	1	2	3	4	5
2	Using internet banking indicates me to have a higher status than those who do not	1	2	3	4	5
My adoption of using internet banking is affected by:						
3	My colleague, peer and friends	1	2	3	4	5
4	My family	1	2	3	4	5
5	People who are important to me	1	2	3	4	5
6	Information on media such as radio, television, internet or newspaper	1	2	3	4	5



Part VI: Vietnamese Government support internet banking in Vietnam

No.	Item	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	Government encourages and promotes the usage of internet banking and e-commerce	1	2	3	4	5
2	The internet infrastructure and facilities such as bandwidth is sufficient for online banking	1	2	3	4	5
3	The government is active in setting up the facilities to enable Internet banking	1	2	3	4	5
4	The government is driving the development of online banking	1	2	3	4	5
5	The government has good regulation and laws for internet banking	1	2	3	4	5

Part VII: Your intention of using internet banking

No.	Item	Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	I would use the internet banking for my banking needs	1	2	3	4	5
2	I would see myself using the internet banking for handling my banking transactions	1	2	3	4	5
3	Assuming that I have access to internet banking, I intend to use it	1	2	3	4	5
4	For future task, I would use internet banking	1	2	3	4	5



5	In the future, I plan to use the internet banking often	1	2	3	4	5
6	I intend to increase my use of the internet banking in the future	1	2	3	4	5

B. Vietnamese Questionnaire

Phần I: Thông tin cá nhân

1. Giới Tính

Nam

Nữ

2. Tuổi

18 - 30

51 - 60

31 - 40

60 và trên 60

41 - 50

3. Trình độ học vấn cao nhất

PTH hoặc thấp hơn

Sau đại học

Trường dạy nghề/Cao đẳng

Khác (ghi rõ)

Đại học

4. Nghề nghiệp

Nhân viên nhà nước

Giảng viên

Công nhân

Kỹ sư

Giám đốc

Sinh viên

Quản lý

Khác (ghi rõ)

5. Thu nhập/Tháng(VND)

Dưới 3 triệu

9 - 12 triệu

3 - 6 triệu

12 - 15 triệu

6 - 9 triệu

Trên 15 triệu



6 tháng - 1 năm

>5 năm

12. Tần suất sử dụng internet banking của anh/chị là

ít nhất 1 ngày 1 lần

ít nhất 6 tháng 1 lần

ít nhất 1 tuần 1 lần

ít nhất 1 năm 1 lần

ít nhất 1 tháng 1 lần

Khác (ghi rõ)

13. Anh/chị chủ yếu dùng dịch vụ Internet Banking của ngân hàng nào?(có thể chọn nhiều hơn 1 câu trả lời)

Vietcombank

SeaBank

ACB

VietinBank

Techcombank

Ngân hàng khác (ghi rõ)

14. Khi sử dụng Internet Banking anh/chị thường sử dụng loại dịch vụ nào? (có thể chọn nhiều hơn 1 đáp án)

Kiểm tra tài khoản

Mua bán qua mạng

Chuyển tiền

Khác (ghi rõ)

Thanh toán hóa đơn



◆ Xin vui lòng chỉ rõ mức độ đồng ý hoặc không đồng ý của anh/chị với những câu bên dưới theo các mức độ sau:

1-Rất không đồng ý 2-Không đồng ý 3-Trung lập 4-Đồng ý 5-Rất đồng ý

Khoanh tròn đáp án mà bạn chọn.

Phần II: Nhận thức về tính dễ sử dụng của internet banking

Stt.	Nội dung	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Học sử dụng Internet Banking thật dễ	1	2	3	4	5
2	Tôi thấy rất dễ dàng trong việc sử dụng internet banking để thực hiện các giao dịch thanh toán qua ngân hàng	1	2	3	4	5
3	Tương tác với Internet Banking là rất rõ ràng, dễ hiểu	1	2	3	4	5
4	Tương tác với internet banking là rất linh động (có thể thực hiện mọi lúc, mọi nơi)	1	2	3	4	5
5	Tôi thấy thật dễ dàng để sử dụng thành thạo internet banking	1	2	3	4	5
7	Thật dễ dàng để ghi nhớ các thao tác khi sử dụng Internet Banking.	1	2	3	4	5
6	Nhìn chung tôi thấy sử dụng Internet Banking thật dễ dàng.	1	2	3	4	5



Phần III: Nhận thức về sự hữu dụng của Internet Banking

Stt	Nội dung	Rất không đồng ý	không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Sử dụng Internet banking giúp tôi thực hiện các giao dịch thanh toán qua ngân hàng dễ dàng và nhanh chóng hơn	1	2	3	4	5
2	Sử dụng Internet Banking giúp tôi quản lý tài chính hiệu quả hơn (quản lý, theo dõi thu chi của tài khoản qua bản sao kê)	1	2	3	4	5
3	Sử dụng Internet Banking giúp tôi làm việc hiệu quả hơn với những công việc liên quan đến ngân hàng và giao dịch thanh toán	1	2	3	4	5
4	Sử dụng Internet Banking giúp tôi liên lạc với ngân hàng thuận tiện hơn	1	2	3	4	5
5	Nhìn chung, sử dụng Internet Banking là tiện dụng và hữu ích với tôi	1	2	3	4	5

Phần IV: Độ tin cậy của Internet Banking.

Stt	Nội dung	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Tôi tin rằng sử dụng Internet Banking để giao dịch và mua bán trên mạng là an toàn và đảm bảo tính bảo mật về dữ liệu của khách hàng	1	2	3	4	5



2	Tôi tin ngân hàng của tôi đảm bảo sự an toàn về thông tin cá nhân và tài khoản Internet Banking của khách hàng	1	2	3	4	5
3	Tôi tin tưởng ngân hàng của tôi sử dụng những công nghệ và biện pháp bảo mật tốt nhất nhằm đảm bảo an toàn về thông tin cá nhân và tài khoản của khách hàng	1	2	3	4	5
4	Tôi nghĩ ngân hàng của tôi có đủ kinh nghiệm, nguồn lực và chuyên gia để quản lý tốt dịch vụ Internet Banking của họ	1	2	3	4	5
5	Tôi tin tưởng ngân hàng của tôi sẽ không tiết lộ thông tin cá nhân và tài khoản của khách hàng cho những người khác mà không có sự cho phép của chủ tài khoản	1	2	3	4	5
6	Tôi nghĩ ngân hàng của tôi nổi tiếng và có uy tín với dịch vụ Internet Banking	1	2	4	6	7
7	Nhìn chung, tôi nghĩ ngân hàng của tôi cung cấp dịch vụ Internet Banking đáng tin cậy	1	2	4	6	7

Phần V: Sự tác động của xả hội lên ý định sử dụng Internet Banking của khách hàng ở Việt Nam.

Stt	Nội dung	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Môi trường làm việc/học tập của tôi ủng hộ và khuyến khích việc sử dụng internet banking	1	2	3	4	5
2	Việc sử dụng internet banking chỉ ra rằng tôi là một người có nhận thức tiên bộ và cập nhật công nghệ hơn những người không dùng internet banking.	1	2	3	4	5

Ý định sử dụng internet banking của tôi chịu ảnh hưởng tích cực từ:						
3	Đồng nghiệp và bạn bè của tôi	1	2	3	4	5
4	Gia đình của tôi	1	2	3	4	5
5	Những người quan trọng với tôi	1	2	3	4	5
6	Thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài, tivi và internet	1	2	3	4	5

Phần VI: Sự hỗ trợ của chính phủ Việt Nam đối với dịch vụ Internet Banking ở Việt Nam.

Stt	Nội dung	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Trung Lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Chính phủ khuyến khích và quảng bá việc sử dụng Internet Banking của người dân và các doanh nghiệp	1	2	3	4	5
2	Cơ sở hạ tầng và các phương tiện phục vụ cho Internet banking như băng thông, trạm thu và phát sóng, vệ tinh ... là khá đầy đủ	1	2	3	4	5
3	Chính phủ đóng vai trò quan trọng và quyết định trong việc định hướng cho sự phát triển của Internet Banking	1	2	3	4	5
4	Chính phủ có các chính sách, điều luật và chỉ thị phù hợp để hỗ trợ cho sự phát triển của Internet Banking	1	2	3	4	5
5	Chính phủ chủ động thiết lập thêm các cơ sở vật chất cũng như các trang thiết bị nhằm hỗ trợ cho sự phát triển của internet banking.	1	2	3	4	5



Phần 7: Định hướng sử dụng internet banking

Stt	Nội dung	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Trung Lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Tôi sử dụng Internet banking cho nhu cầu ngân hàng của mình	1	2	3	4	5
2	Tôi sử dụng Internet banking để xử lý các giao dịch ngân hàng của tôi.	1	2	3	4	5
3	Khi tôi có quyền truy cập vào hệ thống Internet banking, tôi có định hướng sử dụng nó.	1	2	3	4	5
4	Tôi sẽ sử dụng internet banking cho công việc trong tương lai	1	2	3	4	5
5	Tôi sẽ thường xuyên sử dụng Internet banking trong tương lai.	1	2	3	4	5
6	Tôi dự định tăng cường việc sử dụng Internet banking trong tương lai	1	2	3	4	5



VITA

Nguyen Tai Hoan graduated in Bachelor in Applied Physics from Hong Duc University, Vietnam in 2010. 2012 - Till date he is a master student in Department of Mathematics and Computer Science, Faculty of Science, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand under the scholarship of Chulalongkorn University for neighboring countries.

