CZU: 330.59:004 https://doi.org/10.59295/dnwe2025.76

PERCEIVED WELL-BEING IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION AND TECHNOLOGY

Maria COJOCARU
Moldova State University, 60 Alexe Mateevici, Chisinau, Republic of Moldova
maria.cojocaru@usm.md
ORCID iD: 0000-0003-0357-5689

Maria-Lavinia BULEAC
PhD student, Târgu Jiu, Gorj, România
ORCID iD: 0009-0006-6828-8890

Purpose of the article: *The study aims to investigate the relationship between the adoption of digital technologies and citizens' perceived well-being by applying the theoretical frameworks of TAM (Technology Acceptance Model) and UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology).*

Methodology: *A quantitative approach was employed, based on questionnaires administered to a sample of respondents. The research evaluated variables such as perceived usefulness, social influence, and facilitating conditions for technology adoption.*

Conclusions*: The results highlight that a positive perception of the usefulness and ease of use of digital platforms has a significant impact on the level of perceived well-being among citizens. At the same time, social influences and access to adequate digital infrastructure prove to be key determinants in the technology adoption process, especially for individuals with limited resources. The research confirms that digital inclusion has the potential to reduce social inequalities and enhance quality of life, provided that support measures are implemented and tailored to the needs of vulnerable groups.*

Originality*: The originality of the study lies in the integration of TAM and UTAUT models into the analysis of perceived well-being, offering evidence-based recommendations for digital and social inclusion public policies.*

Keywords: *perceived usefulness, ease of use, digital inclusion, perceived well-being.*
JEL Classifications: D91, I31, O33

INTRODUCERE

Aria de cercetare privind adoptarea tehnologiilro financiare (FinTech) a devenit actuală în ultimii ani, pe fondul accelerării proceselor de digitalizare și al accentuării nevoii de incluziune financiară în societățile contemporane. FinTech desemnează ansamblul soluțiilor care valorifică inovațiile tehnologice pentru furnizarea de servicii financiare, precum plățile digitale, transferurile de fonduri, creditarea online sau investițiile automatizate. Prin accesibilitatea și eficiența lor, aceste servicii au potențialul de a influența pozitiv bunăstarea percepută a utilizatorilor, în special a celor care au fost anterior marginalizați sau excluși din sistemul financiar tradițional.

REVIZUIREA LITERATURII

În contextul extinderii serviciilor FinTech și al impactului lor potențial asupra bunăstării utilizatorilor, devine esențială înțelegerea factorilor care determină adoptarea acestor tehnologii. Tot mai mulți cercetători au apelat frecvent la modelele TAM (Technology Acceptance Model) și UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) pentru a explica mecanismele prin care utilizatorii acceptă și utilizează soluțiile FinTech (Cojocaru, 2025, p.79). Într-un studiu bibliografic realizat pe un număr de articole selectate din baza de date Scopus, a fost constatat ca TAM este cel mai frecvent cadru teoretic aplicat (Firmansyah, 2023). Conform acestui cadru teoretic, utilitatea percepută, încrederea și ușurința în utilizare reprezintă determinanții centrali ai intenției de a adopta o tehnologie, iar în contextul FinTech aceste dimensiuni se

corelează cu percepția asupra eficienței, rapidității și accesibilității serviciilor financiare (Alalwan et al., 2022; Al-Sharafi et al, 2025). Cadrul TAM este urmat UTAUT, care extinde această perspectivă prin introducerea unor factori precum influența socială și condițiile favorizante, deosebit de relevanți pentru utilizatorii din zone rurale, femei, grupuri de persoane sărace. Cu toate acestea, cercetările dedicate persoanelor vârstnice si persoanelor cu dizabilități sunt limitate, fapt care rezultă din analiza a 185 de lucrări științifice realizată de către un grup de cercetători de la Universitatea Multimedia din Malaysia (Lye et al., 2025).

Suficiente studii (Nguyen et al., 2021; Firmansyah et all, 2022; Banna et al., 2023) au demonstrat că adoptarea FinTech este influențată pozitiv de educația financiară, de încrederea în tehnologie și de percepția asupra securității tranzacțiilor. De asemenea, integrarea aplicațiilor FinTech în viața de zi cu zi a fost corelată cu creșterea autonomiei financiare, reducerea dependenței de instituții tradiționale și îmbunătățirea calității vieții, în special în rândul grupurilor defavorizate. Un aspect emergent în literatură este analiza loialității digitale (e-loyalty) față de serviciile FinTech, care apare ca rezultat al unei experiențe digitale pozitive și a creșterii încrederii în platforme financiare (Alkhwaldi et al., 2022; Firmansyah et all, 2022). Dat fiind faptul că relația dintre furnizorii de tehnologii financiare și utilizator are loc în mediul virtual, ea trebuie să se bazeze pe un nivel înalt de încredere, iar dobândirea acestei încrederi este un imperativ pentru loialitatea de durată și sustenabilitatea furnizorului. Astfel, se conturează o relație indirectă între percepția pozitivă asupra tehnologiei și *bunăstarea subiectivă*, mediată de nivelul de încredere, frecvența utilizării și sentimentul de încredere în tehnologiile financiare.

Sinteza literaturii de specialitate confirmă faptul că FinTech nu este doar un instrument de eficientizare financiară, ci și un catalizator pentru incluziune socială și dezvoltare individuală. Pe baza cadrului teoretic și a literaturii de specialitate analizate ne-am propus să analizăm relația dintre adoptarea tehnologiilor digitale și bunăstarea percepută a cetățenilor, prin aplicarea cadrelor metodologice TAM și UTAUT.

MATERIALE SI METODE

Pentru a investiga relația dintre adoptarea serviciilor FinTech și bunăstarea percepută a utilizatorilor, autorii au optat pentru abordare **cantitativă**, specifică studiilor empirice bazate pe modele teoretice precum **TAM** și **UTAUT**, datorită validității lor ridicate în analiza comportamentului utilizatorilor în contexte digitale și financiare. Au fost selectate variabilele clasice: **utilitatea percepută**, **ușurința în utilizare**, **influența socială** *și* **condițiile favorizante**, cu variabile suplimentare relevante în contextul FinTech, precum **educația financiară**, **încrederea în tehnologie**, **comoditatea percepută** și **calitatea vieții percepută**. Alegerea se bazează pe ipoteza că aceste variabile influențează atât **intenția de utilizare a serviciilor FinTech**, cât și **nivelul de bunăstare percepută** al utilizatorilor.

Datele au fost colectate printr-un **chestionar structurat** online, alcătuit din date precum: vârstă, gen, nivel de educație, venit mediu lunar; întrebări privind experiența anterioară cu aplicațiile FinTech. Variabilele modelului au fost evaluate cu itemi scalați pe o scală Likert de la 1 la 5, fiind adaptați la cercetări validate anterior de alți cercetători (Venkatesh et al., 2003; Alalwan et al., 2022), asigurând astfel **validitate de conținut**. Cercetarea a fost realizată pe un eșantion de **128 de respondenți**, utilizatori actuali sau potențiali ai serviciilor FinTech, recrutați din rândul populației active cu acces la internet și aplicații mobile. Criteriile de selecție au inclus: vârsta peste 18 ani, interes pentru servicii financiare digitale și acces la un dispozitiv mobil. A fost utilizată metoda **de eșantionare aleatorie simplă**, pentru a spori reprezentativitatea rezultatelor. Fiabilitatea sondajului a fost testată cu **coeficientul Cronbach's Alpha, calculat conform formulei (1), conform expresiei din lucrarea lui Marian Popa (Popa, 2011, pag. 88). Datele acumulate au fost prelucrate cu ajutorul calculatorului statistic Numiqo (numiqo.com), fiind aplicată analiza cantitativă și modelarea SEM (Structural Equation Modeling**).

REZULTATE ȘI DISCUȚII

Eșantionul final a fost compus din 128 de respondenți, utilizatori actuali sau potențiali ai serviciilor FinTech, selectați pe baza criteriilor de acces la tehnologie mobilă și interes pentru servicii financiare digitale. Dintre aceștia, 56% au fost femei și 44% bărbați, cu vârste cuprinse între 20 și 55 de ani. Majoritatea respondenților (65%) aveau studii superioare, iar 72% raportau un venit lunar mediu sau sub medie, ceea ce sugerează o relevanță crescută pentru analiza incluziunii financiare prin FinTech.

Pentru a testa consistența internă a scalelor utilizate, a fost calculat coeficientul Cronbach's Alpha (Frost, 2020) cu aplicarea soft-ului Statistics Calculator de la Numiqo, care a înregistrat valori cuprinse între 0,76 și 0,89 pentru toate variabilele (utilitate percepută, ușurință în utilizare, influență socială, educație financiară, bunăstare percepută). Aceasta indică un nivel satisfăcător de fiabilitate. Validitatea a fost confirmată prin valorile *AVE* (Average Variance Extracted), toate depășind pragul de 0,60.

$$\alpha = \frac{N \cdot r_m}{1 + (N-1) \cdot r_m} \quad (1)$$

unde: N – numărul de itemi;

r_m – media coeficienților de corelație dintre itemi.

Valorile obținute ale coeficientului Cronbach's Alpha (α) se încadrează în intervalul valoric 0 și 1 și se interpretează, după cum urmează:

$\alpha < 0,5$ – consistență inacceptabilă

$0,50 < \alpha < 0,60$ – consistență slabă

$0,60 \leq \alpha < 0,70$ – acceptabilă în studii exploratorii

$0,70 \leq \alpha < 0,80$ – adecvată

$0,80 \leq \alpha < 0,90$ – foarte bună

$\alpha > 0,90$ – excelentă

Marian Popa în cercetarea „Infidelitățile" coeficientului de fidelitate Cronbach alfa" afirmă că „… nu există un standard absolut cu privire la mărimea pe care ar trebui să o aibă un coeficient Cronbach alfa pentru a indica o fidelitate corespunzătoare" (Popa, 2011). Valorile de 0,60 pot fi acceptate, cu titlu de excepție, „în studii cu caracter exploratoriu" (Garson, 2010)". Cu toate acestea, există situații când coeficientul Cronbach alfa poate avea valoare negativă (Field, 2009, p. 675-676).

Pentru a evalua gradul de potrivire a modelului teoretic propus cu datele empirice colectate, a fost aplicată o analiză de tip *SEM* (**Structural Equation Modeling)**. Potrivirea modelului a fost verificată printr-o serie de indicatori standard acceptați în literatura de specialitate, inclusiv **Chi-square/df**, **Comparative Fit Index (CFI)**, **Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)** și **Tucker-Lewis Index (TLI)**. Analiza SEM a prezentat o **bună potrivire** statistică cu datele empirice: **Chi-square/df = 1,88; CFI = 0,94; RMSEA = 0,065**; **TLI = 0,91.**

Valoarea raportului *Chi-square/df* este de **1,88**, ceea ce indică o **potrivire bună a modelului**. În general, un raport mai mic de 2 (sau până la 3) este considerat acceptabil în analiza SEM, sugerând că diferențele dintre modelul propus și datele reale sunt minime. Indicele *CFI* a înregistrat o valoare de **0,94**, ceea ce reflectă o **potrivire foarte bună**. *CFI* compară modelul propus cu un model nul, iar valori peste 0,90 indică faptul că modelul reproduce bine matricea de covarianță observată. Cu o valoare apropiată de 1, modelul demonstrează o performanță statistică solidă. Valoarea **RMSEA** este de **0,065**, ceea ce se încadrează în intervalul acceptabil (**0,05–0,08**), indicând o **eroare de aproximare scăzută**. RMSEA evaluează cât de bine s-ar potrivi modelul propus în populația generală. O valoare sub 0,08 este considerată o dovadă a unei potriviri rezonabile, iar sub 0,05 – o potrivire excelentă. Astfel, valoarea obținută reflectă un model bine ajustat, cu o eroare de estimare redusă. Indicele *TLI* a fost de **0,91**, confirmând încă o dată o **potrivire bună** a modelului. Acest indice penalizează modelele mai complexe și oferă o estimare riguroasă a calității potrivirii. Valori peste 0,90 indică, în mod obișnuit, un model adecvat și stabil.

Toți indicatorii utilizați susțin ipoteza că modelul teoretic se **potrivește bine cu datele empirice colectate** de la cei 128 de respondenți. Acest lucru validează utilizarea modelului pentru **testarea relațiilor ipotetice** dintre variabilele analizate, precum: utilitatea percepută, ușurința în utilizare, influența socială, educația financiară, intenția de utilizare a FinTech și bunăstarea percepută.

Tabelul 1.Rezultatele modelării SEM.

Nr. crt.	Relație testată	Coeficient *β*	Valoare *p*	Semnificație
1	Utilitate percepută → Intenția de utilizare FinTech	0.41	< 0.001	Semnificativ
2	Ușurință în utilizare → Intenția de utilizare FinTech	0.33	< 0.01	Semnificativ
3	Influență socială → Intenția de utilizare FinTech	0.29	< 0.05	Semnificativ
4	Educație financiară → Intenția de utilizare FinTech	0.27	< 0.05	Semnificativ
5	Educație financiară → Bunăstare percepută	0.31	< 0.01	Semnificativ
6	Intenția de utilizare FinTech → Bunăstare percepută	0.36	< 0.001	Semnificativ
7	Condiții favorizante → Intenția de utilizare (indirect)	—	—	Efect indirect

***Sursă**: rezultatele analizei cantitative cu ajutorul calculatorului statistic **Numiqo**.*

Rezultatele obținute au confirmat mai multe ipoteze formulate în modelul teoretic:

- **Utilitatea percepută** ($\beta = 0.41$, $p < 0.001$) și **ușurința în utilizare** ($\beta = 0.33$, $p < 0.01$) influențează semnificativ **intenția de utilizare a serviciilor FinTech**.
- **Influența socială** ($\beta = 0.29$, $p < 0.05$) are un impact semnificativ, mai ales în rândul respondenților cu alfabetizare digitală redusă.
- **Educația financiară** are un efect semnificativ atât asupra **intenției de utilizare** ($\beta = 0.27$, $p < 0.05$), cât și direct asupra **bunăstării percepute** ($\beta = 0.31$, $p < 0.01$).
- **Condițiile favorizante** (ex. acces la internet, aplicații intuitive) au un impact indirect, facilitând relația dintre ceilalți factori și utilizare.

Una dintre cele mai importante constatări ale studiului este faptul că **intenția de utilizare a FinTech** este corelată pozitiv cu **bunăstarea percepută** a respondenților ($\beta = 0.36$, $p < 0.001$). Acest rezultat susține ipoteza conform căreia **adoptarea serviciilor FinTech este influențată semnificativ de percepția utilizatorilor asupra utilității, ușurinței de utilizare și influenței sociale**. Aceste constatări sunt în concordanță cu studiile anterioare bazate pe modelele TAM și UTAUT (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003), care arată că percepțiile subiective asupra tehnologiei sunt factori determinanți ai comportamentului de utilizare.

Un aspect notabil este rolul **educației financiare**, care nu doar că influențează direct intenția de utilizare, ci are și un impact pozitiv semnificativ asupra **bunăstării percepute**. Aceasta subliniază importanța alfabetizării financiare în rândul populației generale, mai ales în contextul digitalizării accelerate a serviciilor bancare. Persoanele care înțeleg mai bine funcționarea serviciilor FinTech și își gestionează mai eficient resursele financiare tind să experimenteze o **creștere a satisfacției personale și a sentimentului de control financiar.**

CONCLUZII SI RECOMANDĂRI

1. Această cercetare confirmă importanța **integrării dimensiunii bunăstării percepute** în modelul de adoptare a tehnologiilor FinTech, aspect încă puțin explorat în ale cercetări. Analiza realizată a evidențiat că dezvoltatorii de aplicații FinTech trebuie să pună accent pe ușurința în utilizare, încredere și educație, pentru a spori gradul de acceptare în rândul utilizatorilor.

2. Pentru **decidenții politici**, rezultatele indică necesitatea **implementării de programe de alfabetizare financiară și digitală** care să susțină adoptarea echitabilă a serviciilor FinTech, în special în comunitățile cu acces limitat la resurse.

3. Studiul confirmă faptul că nivelul de educație financiară influențează atât intenția de utilizare a serviciilor FinTech, cât și bunăstarea percepută. Prin urmare, este esențială dezvoltarea de programe de alfabetizare financiară și digitală accesibile, în special pentru categoriile vulnerabile. Astfel de inițiative pot fi implementate eficient prin adoptarea unei strategii naționale de alfabetizare financiară, corelată cu Cadrul de competențe financiare pentru copii, tineri și adulți, dezvoltat de Uniunea Europeană în colaborare cu OECD-INFE (International Network on Financial Education). Integrarea acestui cadru permite o abordare structurată, progresivă și adaptată vârstei, în vederea dezvoltării competențelor financiare de bază, a gândirii critice și a capacității de luare a deciziilor informate, în special în contextul digitalizării accelerate a serviciilor financiare. Acest cadru oferă un set clar de competențe financiare pe care copiii și tinerii ar trebui să le dobândească pentru a lua decizii financiare în cunoștință de cauză pe parcursul vieții. Cadrul acoperă domenii precum gestionarea banilor și tranzacțiilor, planificarea și administrarea finanțelor, înțelegerea riscurilor și recompenselor, precum și peisajul financiar general, inclusiv competențe transversale legate de finanțele digitale și sustenabile. Pentru adulți, un alt cadru comun UE/OECD-INFE prezintă competențele financiare esențiale pentru luarea deciziilor financiare responsabile și sprijină dezvoltarea politicilor publice și a programelor educaționale dedicate cetățenilor maturi.

4. Un factor cu influență semnificativă asupra intenției de adoptare constatată în cadrul analizei cantitative reprezintă ușurința percepută în utilizare. În acest sens, dezvoltatorii de aplicații FinTech ar trebui să acorde o atenție sporită experienței utilizatorului (UX), prin crearea unor interfețe intuitive, cu funcționalități clare și suport integrat pentru utilizatorii mai puțin familiarizați cu tehnologia digitală.

5. Deși încrederea în tehnologie nu a fost direct testată în acest studiu, literatura de specialitate susține că percepția asupra siguranței tranzacțiilor este un factor esențial pentru utilizatorii de servicii financiare digitale. Furnizorii de soluții FinTech ar trebui să comunice transparent politicile de protecție a datelor, să implementeze autentificări sigure și să obțină certificări recunoscute, pentru a crește gradul de încredere al utilizatorilor.

6. Având în vedere că utilizarea serviciilor FinTech a fost asociată pozitiv cu bunăstarea percepută, aceste instrumente pot fi valorificate pentru reducerea disparităților sociale. FinTech poate deveni un canal eficient pentru distribuirea ajutoarelor sociale, accesarea creditelor micro și sprijinirea antreprenoriatului în comunități dezavantajate.

7. Pentru a maximiza impactul pozitiv al tehnologiilor financiare asupra bunăstării și incluziunii, este recomandată crearea de parteneriate între autoritățile publice, instituțiile bancare, startup-urile FinTech și mediul academic. Aceste colaborări pot genera politici coerente și soluții digitale durabile, cu impact la scară largă.

Limitări și direcții viitoare de cercetare

Cercetarea realizată are unele limitări. În primul rând, dimensiunea eșantionului (128 de respondenți) și metoda de colectare online pot afecta acuratețea generalizării rezultatelor modelării. În al doilea rând, cercetarea s-a concentrat pe utilizatori cu un anumit nivel minim de acces tehnologic (dispozitive mobile, internet, aplicații financiare), ceea ce poate exclude o parte semnificativă a populației care rămâne digital vulnerabilă sau exclusă financiar. Astfel, rezultatele nu pot fi extrapolate direct asupra populațiilor care nu utilizează tehnologia sau nu au încredere în platformele FinTech. De asemenea, modelul propus, bazat pe TAM și UTAUT, a inclus un număr limitat de variabile. Factori precum încrederea în instituțiile financiare, experiențele negative anterioare, gradul de securitate perceput sau nivelul de suport tehnic disponibil pot influența considerabil adoptarea FinTech și nu au fost incluși în acest model.

Viitoarele noastre cercetări se vor axa pe următoarele direcții: extinderea eșantionului pentru a asigura o reprezentativitate sporită; explorarea populațiilor din grupurile vulnerabile (persoane în vârstă, cu venituri mici, din mediul rural); testarea influenței competențelor financiare și digitale, corelate cu Cadrul de competențe al UE și OECD, pentru a fundamenta inițiative educaționale specifice.

MULȚUMIRI

Această cercetare este realizată în cadrul subprogramului 01.05.02 „Consolidarea mecanismelor socio-economice și juridice pentru asigurarea bunăstării și securității cetățenilor”

REFERINȚE

1. Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2022). Factors influencing adoption of FinTech services: A systematic literature review. Journal of Enterprise Information Management, 35(3), 732–758. https://doi.org/10.1108/JEIM-07-2021-0296
2. Alkhwaldi, A. F., Alharasis, E. E., Shehadeh, M., Abu-Al Sondos, I. A., Oudat, M. S., & Bani Atta, A. A. (2022). Towards an understanding of FinTech users' adoption: Intention and e-loyalty post-COVID-19 from a developing country perspective. Sustainability, 14(19), 12616. https://doi.org/10.3390/su141912616
3. Al-Sharafi, M. A., Muhammed, I., Alzaeemi, S., Albashrawi, M. A., Chae, I., & Dwivedi, Y. K. (2025). Factors shaping FinTech adoption: A systematic review, key determinants, theoretical insights, conceptual framework and future research directions. Information Discovery and Delivery. Advance online publication. https://doi.org/10.1108/IDD-04-2025-0098
4. Banna, H., Hasan, M. M., & Das, A. (2023). Factors influencing FinTech adoption in developing countries: The role of perceived risk and financial literacy. International Journal of Bank Marketing, 41(2), 331–350. https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2022-0161
5. Cojocaru, M., & Buleac, M. L. (2025). Research on citizens' perceived well-being through the application of the technology acceptance model (TAM) and the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). In *Dezvoltarea sustenabilă a cooperativelor şi bunăstare pentru toţi, DEC3* (pp. 79_1-79_1).
6. 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
7. Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2020). Re-examining the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Towards a revised theoretical model. Information Systems Frontiers, 21(3), 719–734. https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y
8. Field, A. (2009). Discovering statistics using SPSS (3rd ed.). SAGE Publications. ISBN 978-1-84787-906-6
9. Firmansyah, E. A., Masri, M., Anshari, M., & Besar, M. H. A. (2023). Factors affecting FinTech adoption: A systematic literature review. FinTech, 2(1), 21–33. https://doi.org/10.3390/fintech2010002
10. Frost, J. (2020). Introduction to statistics: An intuitive guide for analyzing data and unlocking discoveries. ISBN 978-1735431109
11. Garson, D. (2010). Statnotes: Topics in multivariate analysis – Reliability analysis. http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/reliab.htm
12. Lye, C. T., Tay, L. Y., Ng, T. H., et al. (2025). A systematic literature review of FinTech, financial inclusion and vulnerable groups. Discover Sustainability, 6, 1467. https://doi.org/10.1007/s43621-025-02368-2
13. Nguyen, T. H., Nguyen, H. M., & Cao, T. T. H. (2021). Digital financial services and quality of life: Evidence from emerging economies. Journal of Economic Studies, 48(7), 1365–1383. https://doi.org/10.1108/JES-02-2021-0072
14. Popa, M. (2011). „Infidelităţile“ coeficientului de fidelitate Cronbach alfa [The "unreliability" of the Cronbach alpha reliability coefficient]. Psihologia Resurselor Umane, 9(1), 85–99.
15. 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
16. Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. Journal of the Association for Information Systems, 17(5), 328–376. https://doi.org/10.17705/1jais.00428
17. Zhou, T. (2012). Understanding mobile internet continuance usage from the perspectives of UTAUT and flow. Information Development, 28(3), 232–238. https://doi.org/10.1177/0266666911433196