

TRANG THÔNG TIN VỀ LUẬN ÁN

- Tên luận án: ***Các nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng tại thành phố Cần Thơ.***

- Ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã số: **9340101**

- Họ tên nghiên cứu sinh: **DƯƠNG KIẾN VĂN**

Khóa: **1**

- Người hướng dẫn luận án tiến sĩ: **PGS. TS. VÕ KHẮC THƯỜNG**

PGS. TS. PHAN ĐÌNH KHÔI

- Cơ sở đào tạo: Trường Đại học Tây Đô

1. Tóm tắt nội dung luận án

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, việc ứng dụng các tiến bộ công nghệ trong lĩnh vực tài chính ngân hàng đã trở thành xu hướng tất yếu. Một trong những biểu hiện rõ nét nhất của xu hướng này là sự phát triển nhanh chóng và rộng khắp của các dịch vụ ngân hàng điện tử. Không chỉ ở các quốc gia phát triển, ngân hàng điện tử cũng đang ngày càng phổ biến và được đón nhận rộng rãi tại các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Với đặc tính tiện lợi, tốc độ xử lý nhanh chóng và khả năng hoạt động liên tục không bị giới hạn bởi thời gian hay không gian, ngân hàng điện tử đã trở thành một trong những phương thức thanh toán hiện đại được ưa chuộng bởi cả cá nhân và doanh nghiệp.

Việc sử dụng ngân hàng điện tử không chỉ giúp khách hàng tiết kiệm thời gian trong giao dịch mà còn góp phần giảm thiểu chi phí vận hành, tối ưu hóa quy trình làm việc và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Đặc biệt, dịch vụ này còn giúp xóa bỏ các rào cản địa lý, tạo điều kiện cho người dân ở các khu vực xa trung tâm có thể tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính một cách dễ dàng hơn. Chính những lợi ích vượt trội này đã góp phần thúc đẩy số lượng người sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng tăng nhanh trong những năm gần đây.

Song song với sự phát triển đó, việc nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng đối với ngân hàng điện tử cũng nhận được sự quan tâm đáng kể từ cộng đồng học thuật. Nhiều

nghiên cứu đã được thực hiện nhằm khám phá các yếu tố tác động đến sự chấp nhận của khách hàng đối với các dịch vụ ngân hàng điện tử, tuy nhiên chỉ diễn ra tại các đô thị lớn như Hà Nội hoặc thành phố Hồ Chí Minh nên kết quả của các nghiên cứu trước đó vẫn còn tồn tại nhiều điểm chưa đồng nhất, chưa phản ánh chuyên sâu dẫn đến những khoảng trống trong việc xây dựng một mô hình lý thuyết toàn diện và phù hợp với bối cảnh địa phương cụ thể là thành phố Cần Thơ.

Trước thực tiễn đó, nghiên cứu này được triển khai với mục tiêu xác định rõ các yếu tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ ngân hàng điện tử tại thành phố Cần Thơ, một trong những trung tâm kinh tế lớn của khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Dữ liệu được thu thập từ khoảng 500 khách hàng hiện đang có giao dịch hoặc sử dụng dịch vụ tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố, qua đó đảm bảo tính đại diện và độ tin cậy của mẫu nghiên cứu.

Ngoài ra, luận án tập trung phát triển và kiểm định một mô hình lý thuyết tích hợp, kết hợp giữa các khái niệm cốt lõi của mô hình Chấp nhận công nghệ (TAM), Lý thuyết hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT), cùng với việc mở rộng thêm một số yếu tố phù hợp với bối cảnh Việt Nam, chẳng hạn như rủi ro cảm nhận và giá trị thương hiệu ngân hàng. Thông qua phương pháp phân tích mô hình cấu trúc (SEM), nghiên cứu chỉ ra rằng các yếu tố như nhận thức về tính hữu ích, mức độ dễ sử dụng, ảnh hưởng xã hội, giá trị thương hiệu và rủi ro cảm nhận đều có tác động đáng kể đến hành vi sử dụng ngân hàng điện tử của khách hàng. Kết quả này không chỉ góp phần củng cố nền tảng lý thuyết trong lĩnh vực nghiên cứu hành vi người tiêu dùng đối với dịch vụ số mà còn cung cấp những hàm ý thực tiễn quan trọng cho các ngân hàng thương mại trong việc thiết kế và triển khai chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử phù hợp với nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng tại địa phương.

2. Những kết quả mới của luận án

Luận án mang đến nhiều điểm mới cả về nội dung lý luận, phạm vi nghiên cứu và cách tiếp cận phương pháp luận. Trước hết, trong bối cảnh dịch vụ ngân hàng điện tử (NHĐT) ngày càng phát triển mạnh tại Việt Nam nhưng chưa được khai thác đầy đủ dưới góc độ nghiên cứu hành vi người tiêu dùng, đặc biệt là ở thành phố Cần Thơ, một trung

tâm kinh tế trọng điểm của khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, luận án đã lựa chọn phạm vi và đối tượng nghiên cứu phù hợp với tính thời sự và nhu cầu thực tiễn. Nghiên cứu tập trung vào khách hàng giao dịch tại các ngân hàng thương mại cổ phần, đây là nhóm đối tượng có tính đa dạng cao về nhân khẩu học và có vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi số của ngành ngân hàng tại địa phương.

Về lý luận, luận án đã xây dựng mô hình nghiên cứu có tính tích hợp giữa lý thuyết Lan tỏa Đổi mới (DOI) và lý thuyết Xác nhận Kỳ vọng (ECT) với UTAUT và TAM, trong đó, DOI và ECT bổ sung những khía cạnh quan trọng ở điểm nhấn mạnh đến tính chất nội tại của đổi mới công nghệ, như tính ưu việt, tính tương thích và độ phức tạp, từ đó góp phần lý giải tốc độ và mức độ lan tỏa của đổi mới trong cộng đồng, trong khi UTAUT gộp các yếu tố này vào hiệu quả và nỗ lực kỳ vọng. Việc kết hợp với lý thuyết DOI cho thấy sự phân hóa rõ rệt hơn trong cách người dùng đánh giá và tiếp nhận một công nghệ mới so với những nghiên cứu trước đây. Ngoài ra, việc kết hợp các lý thuyết DOI và ECT với UTAUT và TAM cũng cho phép mở rộng phạm vi mô hình theo cả chiều ngang (các yếu tố ảnh hưởng) và chiều dọc (trải dài theo hành trình người dùng), tức là từ khởi đầu nhận thức đổi mới đến quyết định tiếp tục sử dụng.

Về phương pháp, một điểm mới đáng chú ý là việc vận dụng phân tích SEM (Structural Equation Modeling) để đánh giá các mối quan hệ đa chiều giữa các biến trong mô hình. Kỹ thuật này cho phép kiểm định đồng thời cả mô hình đo lường và mô hình cấu trúc, qua đó mang lại độ tin cậy và chính xác cao cho kết quả nghiên cứu. Luận án cũng tiến hành phân tích đa nhóm theo các đặc điểm nhân khẩu học để kiểm tra tính ổn định của mô hình trong các phân khúc khác nhau, từ đó làm sâu sắc hơn hiểu biết về sự khác biệt hành vi trong từng nhóm khách hàng.

Luận án cũng tích hợp TAM, UTAUT, DOI, ECT đồng thời bổ sung thêm biến Perceived risk và Brand value nhằm mở rộng thêm so với những nghiên cứu trước đây vì thêm yếu tố thương hiệu sẽ phù hợp với thị trường có nhiều NHTM cạnh tranh tại địa phương và thêm DOI/ECT làm rõ hơn cơ chế lan tỏa.

Tổng thể, luận án không chỉ góp phần bổ sung nền tảng lý luận về hành vi người tiêu dùng trong lĩnh vực ngân hàng số, mà còn tạo ra một khung phân tích có thể áp dụng trong

các bối cảnh tương tự tại các đô thị đang phát triển như thành phố Cần Thơ.

3. Các ứng dụng/khả năng ứng dụng trong thực tiễn, các vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu

Về mặt thực nghiệm, luận án là công trình đầu tiên triển khai khảo sát quy mô lớn (N=500) tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, cụ thể là TP Cần Thơ, nơi trước đây hầu như chưa có nghiên cứu nào phân tích hành vi người dùng NHĐT. Phần lớn các công trình trước chỉ tập trung vào khu vực đô thị trung tâm, khiến kết quả chưa phản ánh sự đa dạng vùng miền. Việc mở rộng khảo sát sang khu vực Tây Nam Bộ giúp bổ sung bằng chứng thực nghiệm mới về hành vi khách hàng ở vùng có mức độ tiếp cận công nghệ thấp hơn, thu nhập trung bình, và thói quen tài chính truyền thống, yếu tố vốn bị bỏ ngỏ trong các công trình trước.

Nhìn chung, những kết quả này không chỉ bổ sung khoảng trống về vùng miền và nhân khẩu học, mà còn gợi mở hướng tiếp cận mới trong việc kết hợp yếu tố tâm lý, công nghệ và xã hội để lý giải hành vi người dùng trong thời kỳ chuyển đổi số của ngành ngân hàng. Đồng thời, các giải pháp đề xuất được xây dựng trên cơ sở bối cảnh đặc thù của thành phố Cần Thơ, trung tâm kinh tế, giáo dục và tài chính của vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nơi mà mức độ phổ cập ngân hàng điện tử còn đang trong quá trình phát triển và phân hóa theo nhóm nhân khẩu học. Vì vậy, các khuyến nghị không chỉ phù hợp với năng lực nội tại và định hướng phát triển của các ngân hàng thương mại đang hoạt động tại địa phương, mà còn đóng góp vào việc thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng tại thành phố, từ đó tạo tiền đề nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng nói riêng và đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Cần Thơ nói chung trong thời kỳ cách mạng công nghiệp 4.0.

Điểm hạn chế của luận án thể hiện ở chỗ nghiên cứu của tác giả chỉ tập trung chủ yếu vào các yếu tố cơ bản có ảnh hưởng tới việc sử dụng NHĐT của khách hàng cá nhân. Bên cạnh việc kế thừa mô hình UTAUT, nghiên cứu đã mở rộng mô hình với hai nhân tố là Nhận thức hữu ích và Nhận thức rủi ro. Thực tế cho thấy, trong bối cảnh dịch vụ Internet Banking ngày càng phát triển, hành vi sử dụng của khách hàng có thể chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác, đặc biệt là các đặc điểm nhân khẩu học. Tuy nhiên, quy mô mẫu khảo

sát trong nghiên cứu vẫn còn hạn chế, chưa đủ lớn để phản ánh một cách toàn diện cho toàn khu vực.

Vì vậy, trong các nghiên cứu tiếp theo, tác giả sẽ tiếp tục phát triển mô hình nghiên cứu với các biến mở rộng phù hợp hơn, mở rộng phạm vi khảo sát trên toàn vùng Tây Nam Bộ với quy mô mẫu lớn hơn. Đồng thời, tác giả cũng sẽ tập trung nghiên cứu đối tượng khách hàng tổ chức và doanh nghiệp, nhóm đối tượng hiện vẫn chưa được đề cập trong nghiên cứu này.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2025

Xác nhận của người hướng dẫn

Nghiên cứu sinh

Xác nhận của Khoa chuyên môn