

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG

-----



**ĐẠI HỌC LẠC HỒNG**  
KHÁT VỌNG DẪN ĐẦU

**NGUYỄN THỊ CẨM PHÚ**

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN DỊCH VỤ  
NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN:  
NGHIÊN CỨU TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Đồng Nai, năm 2021

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG**



**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC LỰA CHỌN DỊCH VỤ  
NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN:  
NGHIÊN CỨU TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

**Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Mã số: 9340101**

**NGUYỄN THỊ CẨM PHÚ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC**

**GVHD 1: TS. TRẦN ANH MINH**

**GVHD 2: TS. TRẦN ĐĂNG KHOA**

**Đồng Nai, năm 2021**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận án tiến sĩ kinh tế với tên đề tài “*Các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn dịch vụ ngân hàng trực tuyến của khách hàng cá nhân: Nghiên cứu tại các ngân hàng thương mại*” là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện với sự hướng dẫn của tập thể nhà khoa học TS. Trần Anh Minh và TS. Trần Đăng Khoa.

Các số liệu, kết quả nghiên cứu trong luận án là hoàn toàn trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

*Đồng Nai, ngày tháng năm 2021*

**Nghiên cứu sinh**

**Nguyễn Thị Cẩm Phú**

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình nghiên cứu học tập tại Trường Đại Học Lạc Hồng, bên cạnh sự nỗ lực và cố gắng học hỏi của bản thân còn có sự đóng góp rất lớn từ quý thầy cô, chuyên viên từ các Khoa, phòng ban của Trường. Trước hết, tôi xin bày tỏ sự kính trọng và lòng biết ơn sâu sắc đến TS. Trần Anh Minh và TS. Trần Đăng Khoa người hướng dẫn khoa học, đã luôn hướng dẫn tận tình và đồng hành cùng tôi để tôi thực hiện luận án này. Những đánh giá góp ý của quý thầy đã giúp tôi có phương pháp luận và cách giải quyết vấn đề trong công việc cũng như hoàn thành luận án. Tôi thật sự trân trọng và biết ơn sự hướng dẫn đầy tâm huyết của quý thầy.

Tôi xin chân thành cảm quý thầy cô tham gia giảng dạy, đào tạo và quản lý chương trình Tiến sĩ ở Trường Đại học Lạc Hồng. Tôi cũng xin bày tỏ lòng biết ơn đến cán bộ viên chức Khoa đào tạo Sau đại học của Trường tạo điều kiện thuận lợi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu tại Trường.

Tôi cũng bày tỏ lòng biết ơn đến đồng nghiệp, các chuyên gia, các anh chị đang làm việc tại các ngân hàng thương mại đã tạo điều kiện thuận lợi nhất để cho tôi cập nhật thông tin, số liệu, khảo sát và hoàn thành luận án.

Cuối cùng, tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn sâu sắc đến tất cả bạn bè, người thân, gia đình những người đã luôn bên cạnh tôi đã giúp đỡ, động viên và tạo mọi điều kiện thuận lợi nhất để tôi có đủ nghị lực và sức khỏe để hoàn thành luận án này.

Xin chân thành cảm ơn!

**Nghiên cứu sinh**

**Nguyễn Thị Cẩm Phú**

## TÓM TẮT

Đối với Việt Nam, cách mạng công nghiệp 4.0 đang mang lại cơ hội cho nền kinh tế số, sản xuất và dịch vụ thông minh, các loại hình nông nghiệp thông minh, du lịch thông minh, logistic thông minh mà đặc biệt là dịch vụ tài chính - ngân hàng,... giúp tăng năng suất lao động, tiết kiệm chi phí quản lý, chi phí sản xuất, mang lại lợi ích to lớn cho nhà nước, doanh nghiệp và người tiêu dùng. Ngân hàng trực tuyến (NHTT) cung cấp các tính năng như sao kê tài khoản ngân hàng, đơn đề nghị vay tiền, chuyển tiền, thanh toán hóa đơn điện tử hay tổng hợp tài khoản cho phép khách hàng giám sát tất cả tài khoản của họ ở mọi lúc, mọi nơi. NHTT cung cấp nhiều lợi thế cho ngân hàng và khách hàng, giúp cho quá trình giao dịch được nhanh chóng, tiết kiệm và hiệu quả.

Theo số liệu thống kê đến tháng 8 năm 2020, ở Việt Nam có khoảng 68,17 triệu người đang sử dụng dịch vụ internet. Mặt khác, với chủ trương của Chính phủ trong việc hạn chế sử dụng tiền mặt, cũng như ảnh hưởng không mong muốn của đại dịch Covid-19 đã góp phần thay đổi thói quen sinh hoạt của nhiều người, đặc biệt là việc sử dụng di động cũng tăng cao hơn. Chính vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện để xác định các yếu tố và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến quyết định sử dụng dịch vụ NHTT ở các NHTM Việt Nam.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp được kết hợp giữa phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng. Kết quả nghiên cứu định tính thông qua lược khảo lý thuyết nền, các nghiên cứu trước và phỏng vấn chuyên gia, mô hình nghiên cứu dự kiến và thang đo sơ bộ được phát hiện. Từ đó, nghiên cứu thực hiện nghiên cứu định lượng, giai đoạn sơ bộ đã xác định bảng khảo sát chính thức sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu chính thức. Tại 3 thành phố lớn gồm Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, thu thập được 443 quan sát đáp ứng yêu cầu để thực hiện phân tích. Tiếp tục sử dụng SPSS và AMOS kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu chỉ ra các yếu tố hiệu quả kỳ vọng, ảnh hưởng xã hội, giá trị chi phí, hình ảnh thương hiệu, nỗ lực kỳ vọng có ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn dịch vụ NHTT. Trong khi đó, cảm nhận rủi ro có ảnh hưởng tiêu cực đến ý định lựa chọn dịch vụ NHTT.

Nghiên cứu cũng chỉ ra đối với nhóm nữ giới, các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi lựa chọn dịch vụ NHTT bao gồm: hiệu quả kỳ vọng, ảnh hưởng xã hội, giá trị chi phí, cảm nhận rủi ro, hình ảnh thương hiệu, nỗ lực kỳ vọng. Trong khi đó, đối với nhóm nam giới, các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi lựa chọn dịch vụ NHTT chỉ bao gồm: hiệu quả kỳ vọng, cảm nhận rủi ro, hình ảnh thương hiệu, nỗ lực kỳ vọng. Kết quả này hàm ý rằng khách hàng nữ giới sẽ có nhiều sự quan tâm hơn khi lựa chọn sử dụng một dịch vụ mới. Ngoài ra, khi phân tích theo các nhóm độ tuổi khác nhau, nghiên cứu cũng thu được những kết quả khá thú vị. Cụ thể, đối với nhóm độ tuổi dưới 18, chỉ có yếu tố tính hữu dụng và nỗ lực kỳ vọng ảnh hưởng đến ý định lựa chọn dịch vụ NHTT. Do nhóm độ tuổi này thường ít sử dụng các dịch vụ ngân hàng. Với nhóm độ tuổi trên 42 tuổi, chỉ có yếu tố tính hữu dụng, giá trị chi phí và hình ảnh thương hiệu ảnh hưởng đến ý định lựa chọn dịch vụ NHTT. Do nhóm độ tuổi này thường quan tâm nhiều đến sự tiết kiệm và an toàn của tài sản. Tương tự, nhóm độ tuổi từ 30 đến 42 tuổi, chỉ có yếu tố tính hữu dụng, ảnh hưởng xã hội, cảm nhận rủi ro ảnh hưởng đến ý định hành vi lựa chọn dịch vụ NHTT. Đối với nhóm độ tuổi từ 18 đến 30, đây là đội ngũ trẻ, năng động và có khả năng tiếp thu công nghệ mới cũng như quan tâm đến các tiện ích của cuộc sống. Với nhóm độ tuổi này, các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi lựa chọn dịch vụ NHTT bao gồm: hiệu quả kỳ vọng, ảnh hưởng xã hội, giá trị chi phí, cảm nhận rủi ro, hình ảnh thương hiệu, nỗ lực kỳ vọng. Nghiên cứu cũng tìm thấy bằng chứng cho rằng khi KHCN có kinh nghiệm sử dụng internet nhiều hơn, họ sẽ dễ dàng sử dụng các dịch vụ NHTT, do đó sẽ làm gia tăng tác động tích cực của ý định lựa chọn dịch vụ NHTT đến việc lựa chọn dịch vụ này.

# MỤC LỤC

Trang

DANH MỤC HÌNH VÀ ĐỒ THỊ

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU .....	1
1.1 Lý do chọn đề tài .....	1
1.2 Mục tiêu nghiên cứu.....	11
1.2.1 Mục tiêu tổng quát.....	11
1.2.2 Mục tiêu cụ thể .....	11
1.3 Câu hỏi nghiên cứu.....	11
1.4 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	12
1.5 Phương pháp nghiên cứu .....	12
1.5.1 Nghiên cứu định tính .....	12
1.5.2 Nghiên cứu định lượng sơ bộ .....	13
1.5.3 Nghiên cứu định lượng chính thức .....	14
1.6 Đóng góp mới của đề tài .....	16
1.7 Kết cấu nghiên cứu .....	17
Kết luận chương 1 .....	18
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ CÁC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN.....	19
2.1 Tổng quan về Ngân hàng trực tuyến .....	19
2.1.1 Khái niệm.....	19
2.1.2 Đặc điểm của Ngân hàng trực tuyến.....	20
2.1.3 Rủi ro của Ngân hàng trực tuyến .....	21
2.2 Các lý thuyết có liên quan về việc lựa chọn dịch vụ ngân hàng trực tuyến.....	23
2.2.1 Lý thuyết về việc lựa chọn .....	23
2.2.2 Lý thuyết 5 giá trị tiêu dùng .....	26
2.2.3 Lý thuyết hành động hợp lý TRA.....	28
2.2.4 Lý thuyết hành vi dự định TPB.....	30

2.2.5 Mô hình chấp nhận công nghệ TAM.....	31
2.2.6 Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT).....	33
2.3 Lược khảo các nghiên cứu liên quan .....	35
2.3.1 Các nghiên cứu nước ngoài.....	35
2.3.2 Các nghiên cứu trong nước .....	40
2.3.3 Nhận xét về các nghiên cứu trước và mô hình nghiên cứu đề xuất.....	47
Kết luận chương 2.....	49
CHƯƠNG 3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....	51
3.1 Quy trình nghiên cứu .....	51
3.2 Phát triển giả thuyết và mô hình nghiên cứu .....	52
3.2.1 Phát triển giả thuyết .....	52
3.2.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất .....	60
3.3 Nghiên cứu định tính .....	61
3.4 Nghiên cứu định lượng .....	62
3.4.1 Nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	62
3.4.2 Nghiên cứu định lượng chính thức .....	64
3.5 Kết quả phát triển thang đo bằng nghiên cứu định tính .....	68
3.5.1 Đề xuất thang đo.....	68
3.5.2 Kết quả điều chỉnh bổ sung thang đo .....	70
Kết luận chương 3.....	73
CHƯƠNG 4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN .....	75
4.1 Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	75
4.1.1 Đánh giá độ tin cậy của thang đo.....	75
4.1.2 Phân tích nhân tố khám phá (EFA) .....	81
4.2 Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức.....	86
4.2.1 Thống kê mô tả.....	87
4.2.2 Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo .....	87
4.2.3 Phân tích nhân tố khám phá (EFA) .....	93
4.2.4 Phân tích nhân tố khẳng định (CFA).....	98



4.2.5 Phân tích mô hình cấu trúc (SEM).....	103
4.3 Thảo luận về kết quả nghiên cứu.....	111
Kết luận chương 4 .....	114
CHƯƠNG 5 KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	115
5.1 Kết luận .....	115
5.2 Hàm ý quản trị và kiến nghị .....	117
5.2.1 Hàm ý đối với các NHTM.....	117
5.2.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước và Chính phủ .....	128
5.3 Hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai .....	130
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC 1: BẢNG CÂU HỎI SƠ BỘ	
PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH CHUYÊN GIA PHỎNG VẤN	
PHỤ LỤC 2.1. DÀN BÀI THẢO LUẬN CHUYÊN GIA	
PHỤ LỤC 2.2. DÀN BÀI THẢO LUẬN NHÀ QUẢN LÝ	
PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH	
PHỤ LỤC 4: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT SƠ BỘ	
PHỤ LỤC 5: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT CHÍNH THỨC	
PHỤ LỤC 6: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG SƠ BỘ	
PHỤ LỤC 7: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC	

## DANH MỤC HÌNH VÀ ĐỒ THỊ

Hình 2.1 Tiến trình ra quyết định việc lựa chọn.....	24
Hình 2.2 Lý thuyết 5 giá trị tiêu dùng .....	26
Hình 2.3 Thuyết hành động hợp lý (TRA) .....	29
Hình 2.4 Thuyết hành vi dự định (TPB).....	30
Hình 2.5 Mô hình chấp nhận công nghệ TAM.....	32
Hình 2.6 Mô hình UTAUT .....	34
Hình 2.7 Mô hình UTAUT .....	35
Hình 2.8 Mô hình nghiên cứu của Paul và cộng sự (2008) .....	36
Hình 2.9 Mô hình nghiên cứu của Amit Shankar (2018) .....	37
Hình 2.10 Mô hình nghiên cứu của Sindhu Singh (2017).....	38
Hình 2.11 Mô hình nghiên cứu của Saad và cộng sự (2017) .....	39
Hình 2.12 Mô hình nghiên cứu của Nguyễn và cộng sự (2011).....	40
Hình 2.13 Mô hình nghiên cứu của Khuru và cộng sự (2011) .....	41
Hình 2.14 Mô hình nghiên cứu của Khuru (2016).....	42
Hình 2.15 Mô hình nghiên cứu của Trương (2020).....	43
Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu .....	51
Hình 3.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất .....	61
Hình 4.1 Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA).....	100
Hình 4.2 Kết quả mô hình cấu trúc (SEM).....	104
Hình 4.3 Kết quả mô hình cấu trúc (SEM) với biến điều tiết kinh nghiệm sử dụng Internet .....	110