

NGHIÊN CỨU Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THẺ THANH TOÁN CỦA NGƯỜI DÂN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - ÁP DỤNG LÝ THUYẾT THỐNG NHẤT VIỆC CHẤP NHẬN VÀ SỬ DỤNG CÔNG NGHỆ (UTAUT)

• Bùi Ngọc Toàn(*)

Tóm tắt

Nhằm xác định các yếu tố tác động đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh, tác giả đã tiến hành nghiên cứu thực nghiệm dựa trên lý thuyết thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT). Kết quả nghiên cứu cho thấy hiệu quả mong đợi (PE), ảnh hưởng xã hội (SI), nỗ lực mong đợi (EE) và điều kiện thuận tiện (FC) tác động có ý nghĩa thống kê đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh. Trên cơ sở đó, nghiên cứu sẽ góp phần giúp các nhà quản lý ngân hàng đưa ra những quyết định và chiến lược kinh doanh đúng đắn để thu hút khách hàng.

Từ khóa: thẻ thanh toán, công nghệ, UTAUT.

1. Đặt vấn đề

Thẻ thanh toán được hiểu là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt mà người chủ thẻ có thể sử dụng để rút tiền mặt hoặc thanh toán tiền mua hàng hóa, dịch vụ tại các điểm chấp nhận thanh toán bằng thẻ. Thẻ thanh toán được xuất hiện tại Việt Nam đã khá lâu nhưng trong một vài năm trở lại đây mới thực sự phát triển mạnh. Có thể khẳng định rằng, Việt Nam là một trong những quốc gia có tốc độ phát triển thị trường thẻ nhanh nhất trên thế giới. Tuy nhiên, thị trường thẻ thanh toán của nước ta vẫn còn khá nhiều vấn đề tồn tại và tiền mặt vẫn là phương tiện thanh toán phổ biến trong xã hội. Trong khi đó, tại Việt Nam có rất ít nghiên cứu mang tính lý luận và thực tiễn nhằm xác định mức độ chấp nhận sử dụng thẻ thanh toán của người dân. Do đó, việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân có vai trò hết sức quan trọng trong việc “giữ chân” và thu hút khách hàng của các ngân hàng. Nghiên cứu này tập trung vào việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, qua đó góp phần giúp các nhà quản lý ngân hàng đưa ra những quyết định và chiến lược kinh doanh đúng đắn để thu hút khách hàng. Không chỉ vậy, nghiên cứu có thể là một tài liệu tham khảo cho những nghiên cứu liên quan về vấn đề ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng nói chung, đặc biệt là dịch vụ thẻ thanh toán.

2. Tổng quan về lý thuyết thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT)

Năm 2003, lý thuyết thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT) đã được xây dựng bởi các nhà nghiên cứu hàng đầu về sự chấp nhận công nghệ là V. Venkatesh, M.G. Morris, G.B. Davis, F.D. Davis dựa trên tám lý thuyết, mô hình giải thích sự chấp nhận công nghệ. Cũng như các lý thuyết nghiên cứu về sự chấp nhận sử dụng công nghệ trước đây, lý thuyết UTAUT cho rằng ý định hành vi là yếu tố tác động mạnh nhất đến hành vi sử dụng thực sự của khách hàng. Thật vậy, “ý định hành vi giải thích được 70% các trường hợp trong hành vi sử dụng thực sự của khách hàng, tốt hơn so với bất kỳ lý thuyết nào trước đây (chỉ có thể giải thích được khoảng 30-45%)” [7]. Vậy, căn cứ vào kết quả nghiên cứu V. Venkatesh, M.G. Morris, G.B. Davis và F.D. Davis [7] ta thấy rằng, UTAUT là lý thuyết có tính ưu việt và tốt hơn so với bất kỳ lý thuyết nào trước đây. Do đó, nghiên cứu sẽ ứng dụng lý thuyết UTAUT để xác định các yếu tố tác động đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh.

“Bốn yếu tố tác động đến ý định hành vi của khách hàng là: hiệu quả mong đợi, nỗ lực mong đợi, ảnh hưởng xã hội và điều kiện thuận tiện” [7].

- Hiệu quả mong đợi (Performance Expectancy): được định nghĩa là “mức độ mà một cá nhân tin rằng bằng cách sử dụng hệ thống sẽ giúp họ đạt được hiệu quả công việc cao.

- Nỗ lực mong đợi (Effort Expectancy): diễn

(*) Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh.

tả “mức độ dễ dàng sử dụng của hệ thống”. Là mức độ dễ dàng liên quan đến việc sử dụng hệ thống, sản phẩm công nghệ mà người sử dụng cảm nhận. Khái niệm này đề cập đến mức độ người sử dụng tin rằng họ sẽ không cần sự nỗ lực nhiều và dễ dàng khi sử dụng hệ thống.

- Ảnh hưởng xã hội (Social Influence): “mức độ mà người sử dụng nhận thức rằng những người quan trọng tin họ nên sử dụng hệ thống mới”. Ảnh hưởng xã hội được xem là nhân tố quan trọng trực tiếp ảnh hưởng đến ý định sử dụng được thể hiện qua chuẩn chủ quan (Subjective Norm) trong các mô hình khác như TRA.

- Điều kiện thuận tiện (Facilitating Conditions): được định nghĩa như là “mức độ một cá nhân tin rằng cơ sở hạ tầng kỹ thuật của tổ chức có hỗ trợ việc sử dụng hệ thống”.

Một số nghiên cứu thực nghiệm áp dụng lý thuyết thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT):

Năm 2007, Okan Veli đã căn cứ vào lý thuyết UTAUT nhằm xác định các yếu tố tác động đến việc sử dụng thẻ tín dụng thông qua việc khảo sát thực nghiệm 469 bảng câu hỏi tại thủ đô Nicosia trong giai đoạn từ tháng 7 đến tháng 8 năm 2005. Kết quả từ nghiên cứu cho thấy yếu tố nỗ lực mong đợi và điều kiện thuận tiện ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc sử dụng thẻ tín dụng tại Nicosia [6].

Năm 2009, Dalia El-Kasheir và các cộng sự đã áp dụng lý thuyết UTAUT khi nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc tiếp tục sử dụng Internet Banking của khách hàng tại Ai Cập. Kết quả nghiên cứu cho rằng: hiệu quả mong đợi, nỗ lực mong đợi, điều kiện thuận tiện và yếu tố xã hội có ảnh hưởng đến việc tiếp tục sử dụng Internet Banking [1].

Tại Việt Nam, Lê Ngọc Đức đã nghiên cứu các yếu tố tác động đến xu hướng sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử thông qua việc nghiên cứu thực nghiệm 721 người dân tại thành phố Hồ Chí Minh vào năm 2008. Kết quả kiểm định cho thấy bốn yếu tố: hiệu quả mong đợi, nỗ lực mong đợi, điều kiện thuận tiện và yếu tố xã hội có ảnh hưởng đến xu hướng sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử tại thành phố Hồ Chí Minh [4].

3. Phương pháp nghiên cứu và cơ sở dữ liệu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu vận dụng phương pháp phân

tích yếu tố khám phá EFA, phân tích mô hình hồi quy bội nhằm đánh giá mức độ tác động của các yếu tố đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh, công cụ được chọn sử dụng là phần mềm phân tích SPSS.

3.2. Cơ sở dữ liệu

Cỡ mẫu được chọn lọc gồm 204 quan sát, tác giả thu thập trong quá trình điều tra, phỏng vấn trực tiếp và ngẫu nhiên từ những người dân tại thành phố Hồ Chí Minh. Thời gian điều tra từ 05/5/2015 đến ngày 10/7/2015 theo mẫu đã được thiết kế sẵn.

Bảng 1. Kết quả thống kê mô tả

Biến quan sát	Số lượng mẫu	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
PE1	204	3	5	4.40	0.705
PE2	204	2	5	4.22	0.828
PE3	204	3	5	4.00	0.574
PE4	204	2	5	4.04	0.711
PE5	204	3	5	4.09	0.667
EE1	204	2	5	3.90	0.730
EE2	204	2	5	4.20	0.711
EE3	204	2	5	4.23	0.847
EE4	204	2	5	3.90	0.719
FC1	204	2	5	3.42	0.956
FC2	204	2	5	3.48	1.038
FC3	204	2	5	3.57	0.982
FC4	204	2	5	4.03	0.904
SI1	204	2	5	4.13	0.792
SI2	204	2	5	4.25	0.803
SI3	204	2	5	4.44	0.667
BI1	204	2	5	3.99	0.709
BI2	204	2	5	4.18	0.737
BI3	204	2	5	4.09	0.792
Valid N (listwise)	204				

Nguồn: Tính toán của tác giả

Dựa vào kết quả thống kê mô tả trên bảng 1 ta thấy mẫu điều tra hợp lệ. Mức độ ảnh hưởng của các biến quan sát đều được đánh giá trên mức “bình thường” (lớn hơn 3).

4. Mô hình nghiên cứu

4.1. Xây dựng mô hình nghiên cứu

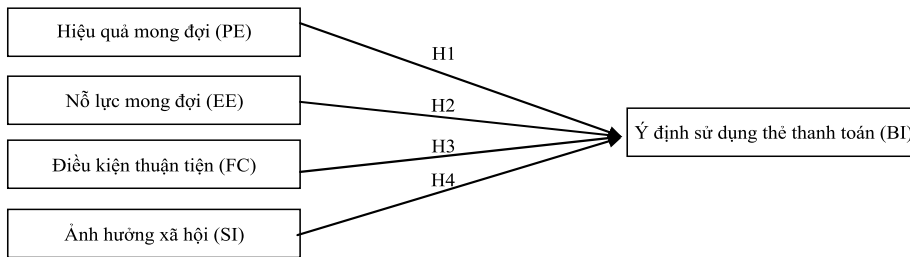
Căn cứ vào các nghiên cứu thực nghiệm trước đây có sử dụng lý thuyết UTAUT như Dalia El-Kasheir và các cộng sự năm 2009 [1], Okan Veli

năm 2007 [6], Lê Ngọc Đức năm 2008 [4], tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu như sau (Hình 1):

$$BI = \beta_0 + \beta_1 * PE + \beta_2 * EE + \beta_3 * FC + \beta_4 * SI + \epsilon$$

Biến phụ thuộc: ý định sử dụng thẻ thanh toán (BI).

Các biến độc lập: hiệu quả mong đợi (PE), nỗ lực mong đợi (EE), điều kiện thuận tiện (FC), ảnh hưởng xã hội (SI).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ thanh toán

4.2. Thiết kế câu hỏi khảo sát

Câu hỏi khảo sát sẽ được xây dựng, phát triển từ cơ sở lý thuyết và các mô hình nghiên cứu thực nghiệm trước đây, kết hợp với việc xây dựng mới một số câu hỏi khảo sát nhằm tạo tính mới của đề tài và phù hợp với thực tiễn về dịch vụ thẻ thanh toán tại thành phố Hồ Chí Minh. Các câu hỏi khảo sát sẽ được thiết kế cụ thể như sau:

Bảng 2. Thiết kế câu hỏi khảo sát

Biến	Mã hóa	Diễn giải	Nguồn tham khảo
Hiệu quả mong đợi (PE)	PE1	Sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán cho phép khách hàng quản lý tốt thông tin tài chính của mình	[1], [4], [7]
	PE2	Khách hàng tiết kiệm được nhiều thời gian khi sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán	[1], [4], [7]
	PE3	Khách hàng không cần phải ghé các ngân hàng truyền thống thường xuyên	[1], [4], [7]
	PE4	Sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán làm tăng năng suất và chất lượng công việc của khách hàng	[1], [4], [7]
	PE5	Khách hàng cảm thấy dịch vụ thẻ thanh toán rất hữu ích	[1], [4], [7]
Nỗ lực mong đợi (EE)	EE1	Khách hàng có thể dễ dàng tương tác với hệ thống dịch vụ thẻ thanh toán	[1], [4], [6], [7]
	EE2	Hướng dẫn trên hệ thống dịch vụ thẻ thanh toán rõ ràng và dễ hiểu	[1], [4], [6], [7]
	EE3	Những thao tác thực hiện trong dịch vụ thẻ thanh toán khá đơn giản đối với khách hàng	[1], [4], [6], [7]
	EE4	Khách hàng có thể dễ dàng sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán khi được hướng dẫn	Xây dựng mới
Điều kiện thuận tiện (FC)	FC1	Khách hàng có đủ các nguồn lực cần thiết để sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán	[1], [4], [6], [7]
	FC2	Khách hàng có đủ kiến thức cần thiết để sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán	[1], [4], [6], [7]
	FC3	Ngôn ngữ được trình bày trên dịch vụ thẻ thanh toán dễ đọc và dễ hiểu	[1], [4], [6], [7]
	FC4	Khách hàng cảm thấy thuận tiện khi sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán	Xây dựng mới
Ảnh hưởng xã hội (SI)	SI1	Hầu hết những người quan trọng (gia đình, bạn bè,...) đều khuyên khách hàng nên sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán	[1], [4], [7]
	SI2	Môi trường làm việc/ học tập của khách hàng có hỗ trợ dịch vụ thẻ thanh toán	[1], [4], [7]
	SI3	Khách hàng cảm thấy sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán là phù hợp với xu thế phát triển hiện nay	Xây dựng mới
Ý định sử dụng thẻ thanh toán (BI)	BI1	Khách hàng có ý định sẽ sử dụng/ sẽ tiếp tục sử dụng thẻ thanh toán trong thời gian tới	[1], [4], [6], [7]
	BI2	Nếu có thể, khách hàng sẽ sử dụng thẻ thanh toán thường xuyên hơn	[1], [4], [6], [7]
	BI3	Khách hàng có ý định khuyên gia đình, bạn bè sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán của ngân hàng	Xây dựng mới

4.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu

4.3.1. Phân tích các yếu tố khám phá EFA

Nhằm xác định tập hợp biến cần thiết cho vấn đề nghiên cứu, tác giả sử dụng phương pháp phân tích yếu tố khám phá EFA để xem xét mức độ hội tụ của các biến quan sát theo từng thành phần và giá trị phân biệt giữa các yếu tố. Sau khi phân tích yếu tố, chỉ những nhóm yếu tố thỏa mãn điều kiện mới có thể tham gia vào các phần phân tích tiếp theo.

Các tham số thống kê quan trọng trong phân tích yếu tố khám phá EFA gồm [2]:

Chỉ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin measure of sampling adequacy): một chỉ số dùng để xem xét mức độ thích hợp của phân tích yếu tố khám phá. Chỉ số KMO phải đủ lớn (>0.5) thì phân tích yếu tố khám phá là thích hợp, còn nếu nhỏ hơn 0.5 thì phân tích yếu tố khám phá có khả năng không thích hợp với dữ liệu.

Chỉ số Eigenvalue: đại diện cho lượng biến thiên được giải thích bởi yếu tố. Chỉ những yếu tố có Eigenvalue lớn hơn 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích, các yếu tố có Eigenvalue nhỏ hơn 1 sẽ bị loại khỏi mô hình.

Phương sai trích (Variance Explained Criteria): tổng phương sai trích phải lớn hơn 50%.

Hệ số tải yếu tố (factor loadings): hệ số tương quan đơn giữa các biến và yếu tố. Hệ số này càng lớn cho biết các biến và yếu tố càng có quan hệ chặt chẽ với nhau. Với mẫu khoảng 200, hệ số tải yếu tố được chấp nhận là lớn hơn 0.5, các biến có hệ số tải yếu tố nhỏ hơn 0.5 sẽ bị loại khỏi mô hình.

Kiểm định Bartlett: để kiểm tra độ tương quan giữa các biến quan sát và tổng thể, phân tích chỉ có ý nghĩa khi sig. có giá trị nhỏ hơn 5%.

Kết quả phân tích yếu tố khám phá EFA các biến độc lập:

Bảng 3. Kết quả phân tích yếu tố khám phá EFA các biến độc lập

Biến quan sát	Yếu tố			
	1	2	3	4
PE2	0.874			
PE1	0.863			
PE3	0.772			
PE4	0.748			
PE5	0.721			
FC1		0.874		
FC2		0.853		

FC3		0.842		
FC4		0.803		
EE1			0.873	
EE4			0.859	
EE3			0.762	
EE2			0.755	
SI3				0.890
SI2				0.889
SI1				0.874

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả phân tích yếu tố khám phá EFA các biến độc lập cho thấy, phân tích rút trích được bốn yếu tố (*hiệu quả mong đợi (PE)*, *nỗ lực mong đợi (EE)*, *điều kiện thuận tiện (FC)*, *ảnh hưởng xã hội (SI)*) với: chỉ số KMO là 0.747 (lớn hơn 0.5); chỉ số Eigenvalue là 1.694 (lớn hơn 1); tổng phương sai trích được là 72.021% (lớn hơn 50%); kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa là 0.000 (nhỏ hơn 5%). Vậy, bốn yếu tố là các biến độc lập được đưa vào phân tích các bước tiếp theo để kiểm định mô hình nghiên cứu.

Kết quả phân tích yếu tố khám phá EFA biến phụ thuộc:

Bảng 4. Kết quả phân tích yếu tố khám phá EFA biến phụ thuộc

Biến quan sát	Yếu tố
	1
BI1	0.872
BI3	0.868
BI2	0.577

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả phân tích yếu tố khám phá EFA biến phụ thuộc cho thấy, phân tích rút trích được một yếu tố (*ý định sử dụng thẻ thanh toán (BI)*) với: chỉ số KMO là 0.578 (lớn hơn 0.5); chỉ số Eigenvalue là 1.846 (lớn hơn 1); tổng phương sai trích được là 61.537% (lớn hơn 50%); kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa là 0.000 (nhỏ hơn 5%). Vậy, một yếu tố này là biến phụ thuộc đưa vào phân tích các bước tiếp theo để kiểm định mô hình nghiên cứu.

4.3.2. Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê dùng để kiểm tra sự chặt chẽ và tương quan giữa các biến quan sát. Điều này liên quan đến hai khía cạnh là tương quan giữa bản thân các biến và tương quan của các điểm số của từng

biến với điểm số toàn bộ các biến của mỗi người trả lời. Phương pháp này cho phép người phân tích loại bỏ những biến không phù hợp và hạn chế biến rác trong mô hình nghiên cứu. Theo đó, “chỉ những biến có hệ số tương quan biến tổng phù hợp (Corrected Item - Total Correlation) lớn hơn 0.3 và có hệ số Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên mới được xem là chấp nhận được và thích hợp đưa vào phân tích những bước tiếp theo” [3], [5].

Bảng 5. Xác định hệ số Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Hiệu quả mong đợi (PE): Cronbach's Alpha = 0.868				
PE1	16.35	5.085	0.780	0.818
PE2	16.52	4.635	0.770	0.822
PE3	16.75	5.893	0.660	0.851
PE4	16.70	5.452	0.634	0.855
PE5	16.66	5.586	0.644	0.852
Nỗ lực mong đợi (EE): Cronbach's Alpha = 0.843				
EE1	12.32	3.629	0.725	0.781
EE2	12.02	3.916	0.623	0.823
EE3	12.00	3.419	0.651	0.818
EE4	12.33	3.660	0.727	0.780
Điều kiện thuận tiện (FC): Cronbach's Alpha = 0.875				
FC1	11.08	6.362	0.768	0.826
FC2	11.02	6.197	0.717	0.847
FC3	10.93	6.334	0.744	0.835
FC4	10.47	6.841	0.703	0.852
Ảnh hưởng xã hội (SI): Cronbach's Alpha = 0.881				
SI1	8.70	1.897	0.750	0.852
SI2	8.57	1.842	0.770	0.835
SI3	8.39	2.140	0.809	0.811
Ý định sử dụng thẻ thanh toán (BI): Cronbach's Alpha = 0.673				
BI1	8.27	1.491	0.601	0.430
BI2	8.08	1.870	0.308	0.792
BI3	8.17	1.345	0.578	0.445

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kết quả kiểm định thực nghiệm cho rằng, các biến đều có hệ số tương quan biến tổng phù hợp (Corrected Item - Total Correlation) lớn hơn 0.3 và có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 nên các biến đều chấp nhận được và thích hợp đưa vào phân tích những bước tiếp theo.

4.4. Phân tích hồi quy

Kết quả hồi quy thực nghiệm như sau:

Bảng 6. Hệ số hồi quy chuẩn hóa của từng biến trong mô hình

	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Sig.
Hằng số		0.649
Hiệu quả mong đợi (PE)	0.364	0.000***
Nỗ lực mong đợi (EE)	0.266	0.000***
Điều kiện thuận tiện (FC)	0.213	0.000***
Ảnh hưởng xã hội (SI)	0.310	0.000***
Số quan sát		204
Kết quả kiểm định ANOVA (sig.)		0.000
Hệ số xác định R ²		50.7%

*Ghi chú: (***) có ý nghĩa ở mức 1%*

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kết quả kiểm định ANOVA với mức ý nghĩa sig. là 0.000 cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính bội đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu. Bên cạnh đó, để đánh giá mức độ phù hợp của mô hình, ta sử dụng hệ số xác định R². Hệ số này cho biết các biến độc lập giải thích được bao nhiêu phần trăm về ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh. Hệ số này càng gần 1 thì mô hình xây dựng càng thích hợp với tập dữ liệu mẫu và ngược lại càng gần 0 mô hình kém phù hợp. Qua bảng kết quả mô hình hồi quy cho thấy, hệ số xác định R² = 50.7 có ý nghĩa là các biến độc lập giải thích được 50.7% về ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh. Ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh có quan hệ cùng chiều với các biến độc lập. Căn cứ vào hệ số beta chuẩn hóa, ta có mức độ tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc theo thứ tự từ mạnh đến yếu như sau: hiệu quả mong đợi (PE) với hệ số beta là 0.364, ảnh hưởng xã hội (SI) với hệ số beta là 0.310, nỗ lực mong đợi (EE) với hệ số beta là 0.266, điều kiện thuận tiện (FC) với hệ số beta là 0.213.

Kết quả nghiên cứu cho thấy:

- Yếu tố tác động mạnh nhất đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh là hiệu quả mong đợi (PE) với hệ số beta là 0.364. Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Dalia El-Kasheir và các cộng sự năm 2009 [1], Lê Ngọc Đức năm 2008 [4]. Yếu tố này nói lên mức độ hiệu quả công việc mà người dân tại

thành phố Hồ Chí Minh tin rằng họ sẽ đạt được nếu sử dụng thẻ thanh toán. Hiệu quả thể hiện ở chỗ dịch vụ giúp giao dịch đơn giản và nhanh chóng thì người dân sẽ cảm thấy thuận tiện hơn, hiệu quả hơn và tiết kiệm thời gian hơn. Vì vậy, người dân cho rằng hiệu quả đạt được khi sử dụng thẻ thanh toán càng cao thì sẽ tác động đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ và đây là yếu tố tác động mạnh nhất.

- Yếu tố tác động mạnh thứ hai đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh là ảnh hưởng xã hội (SI). Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Dalia El-Kasheir và các cộng sự năm 2009 [1], Lê Ngọc Đức năm 2008 [4]. Yếu tố này thể hiện rằng mỗi cá nhân thường chịu tác động từ những người quan trọng xung quanh như: gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, người đi trước... Sự giới thiệu của người thân, đồng nghiệp, bạn bè sẽ là một kênh truyền thông khá hiệu quả giúp gia tăng lượng khách hàng sử dụng thẻ thanh toán cho ngân hàng. Nếu những người này (người thân, đồng nghiệp, bạn bè) cho rằng khách hàng nên sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán thì ý định sử dụng của người dân sẽ càng tăng.

- Yếu tố tiếp theo tác động đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh là nỗ lực mong đợi (EE). Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Dalia El-Kasheir và các cộng sự năm 2009 [1], Okan Veli năm 2007 [6], Lê Ngọc Đức năm 2008 [4]. Yếu tố này là mức độ dễ dàng sử dụng của hệ thống. Rõ ràng, nếu một dịch vụ quá phức tạp thì khách hàng sẽ ngần ngại khi sử dụng. Sự phức tạp này có thể dẫn đến lỗi sai khi khách hàng sử dụng dịch vụ. Nếu khách hàng tin rằng họ sẽ không cần sự nỗ lực nhiều và dễ dàng khi sử dụng hệ thống thì điều này sẽ có tác động đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ của họ.

- Yếu tố tác động cuối cùng đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh là điều kiện thuận tiện (FC). Kết quả này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Dalia El-Kasheir và các cộng sự năm 2009 [1], Okan Veli năm 2007 [6], Lê Ngọc Đức năm 2008 [4]. Yếu tố này nói lên mức độ khách hàng tin rằng cơ sở hạ tầng kỹ thuật của ngân hàng có hỗ trợ việc sử dụng hệ thống. Việc một ngân hàng cung cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật tốt giúp khách hàng thuận tiện trong việc sử dụng dịch vụ sẽ có tác động đến

ý định sử dụng của khách hàng. Việc sử dụng thẻ thanh toán sẽ đem lại những điều kiện thuận tiện cho người sử dụng, khách hàng không còn bị giới hạn về thời gian và không gian thực hiện giao dịch với ngân hàng. Trong một số trường hợp, điều kiện thuận tiện đơn giản chỉ là khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận với dịch vụ (các máy ATM, máy POS...) là có thể tác động đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng.

5. Kết luận và một số kiến nghị

Với mục tiêu nghiên cứu ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh thông qua việc áp dụng lý thuyết thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT), tác giả đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để làm sáng tỏ vấn đề cần nghiên cứu và đạt được mục tiêu đề ra. Nghiên cứu đã xây dựng mới bốn biến quan sát (được thể hiện trong bảng 2), đây cũng là điểm mới của bài nghiên cứu so với các nghiên cứu thực nghiệm trước đây. Việc xác định được các yếu tố tác động đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh là cơ sở để cung cấp thông tin cho các nhà quản lý hoạch định về chính sách phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại ngân hàng mình. Với các trọng số ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ thanh toán tại thành phố Hồ Chí Minh khác nhau, các nhà quản lý sẽ có cơ sở để chú trọng đến từng yếu tố nhằm nâng cao ý định sử dụng thẻ thanh toán của khách hàng và nhân rộng dịch vụ nhiều hơn nữa. Căn cứ vào kết quả nghiên cứu thực nghiệm, tác giả đưa ra một số kiến nghị nhằm nâng cao ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh như sau:

Nâng cao hiệu quả mong đợi: Nhà quản lý ngân hàng cần xây dựng cách thức quản lý tài chính cá nhân hiệu quả hơn cho khách hàng của mình bằng cách xây dựng mới và liên kết nhiều chức năng khi sử dụng thẻ thanh toán như: tra cứu số dư; lịch sử giao dịch; thay đổi thông tin; chuyển khoản; thanh toán hóa đơn điện, nước, điện thoại;... nhằm đảm bảo cho khách hàng được quản lý toàn bộ thông tin tài chính một cách hiệu quả và đơn giản nhất.

Coi trọng ảnh hưởng của xã hội: Ngân hàng cần xây dựng kế hoạch tiếp thị, quảng cáo sản phẩm thẻ thanh toán một cách rộng rãi và hiệu quả đến

các tập thể, tổ chức, người dân. Khi người dân thấy được lợi ích của việc sử dụng thẻ thanh toán thì sẽ giới thiệu sản phẩm này đến cho người thân của mình cùng sử dụng. Song song với việc tiếp thị dịch vụ thẻ thanh toán đến các tập thể, tổ chức là việc đưa ra các gói khuyến mại hấp dẫn để khách hàng thích thú khám phá các tiện ích của dịch vụ thẻ thanh toán.

Nâng cao nỗ lực mong đợi: Ngân hàng cần chú trọng đến chất lượng dịch vụ thẻ thanh toán cung cấp cho khách hàng. Cụ thể, ngân hàng cần thiết kế giao diện trên các thiết bị hỗ trợ một cách hợp lý, tốc độ xử lý nhanh, chính xác nhằm tránh tình trạng lỗi hệ thống, sự cố kỹ thuật,... và tránh những sự cố tạo rủi ro cũng như mất thời gian giao dịch của khách hàng. Sự chuẩn bị tốt này sẽ làm tăng sự cảm nhận về mặt dễ dàng tương tác với hệ thống khi khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán. Ngoài ra, ngân hàng cần cập nhật cũng như giới thiệu rộng rãi về những hướng dẫn chi tiết cho

từng giao dịch cụ thể để khách hàng có thể tự chủ trong khi giao dịch.

Chú ý điều kiện thuận tiện: Các thiết bị trong dịch vụ thẻ thanh toán càng hấp dẫn thì càng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ. Vì vậy, hiện đại hóa công nghệ là nhiệm vụ quan trọng trong định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung, dịch vụ thẻ thanh toán nói riêng. Ngân hàng nào tiên phong trong việc ứng dụng các công nghệ mới thì sẽ có lợi thế cạnh tranh trong việc giới thiệu sản phẩm dịch vụ đến với khách hàng.

Bài nghiên cứu đã đạt được mục tiêu phân tích, xác định được mức độ tác động của các yếu tố đến ý định sử dụng thẻ thanh toán của người dân tại thành phố Hồ Chí Minh bằng áp dụng lý thuyết thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT). Hy vọng rằng, với các kiến nghị trên sẽ góp phần phát triển bền vững dịch vụ thẻ thanh toán tại thành phố Hồ Chí Minh./.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Dalia El-Kasheir, Ahmed S. Ashour, Omneya M. Yacout (2009), "Factors Affecting Continued Usage of Internet Banking Among Egyptian Customers", *IBIMA Volume 9*, 2009, ISSN: 1943-7765.
- [2]. Hair, Anderson, Tatham, Black (1998), *Multivariate Data Analysis, Upper Saddle River, NJ: Prentice - Hall*.
- [3]. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức.
- [4]. Lê Ngọc Đức (2008), *Khảo sát một số yếu tố tác động đến xu hướng sử dụng thanh toán điện tử*, Luận văn Thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Bách Khoa Thành phố Hồ Chí Minh.
- [5]. Nunnally & Burnstein (1994), "Calculating, Interpreting and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert - Type Scales", <https://scholarworks.iupui.edu/bitstream/handle/1805/344/Gliem%20&%20Gliem.pdf?sequence=1>.
- [6]. Okan Veli (2007), "Motivating Factors Of Credit Card Usage And Ownership: Evidence From Northern Cyprus", *Investment Management and Financial Innovations*, Volume 4, Issue 4, pp.133-144.
- [7]. V. Venkatesh, M.G. Morris, G.B. Davis, & F.D. Davis (2003), "User acceptance of information technology: toward a unified view", *MIS Quarterly: Management Information Systems* 27 (3), pp. 425-478.

STUDYING PAYMENT CARD USERS' INTENT IN HO CHI MINH CITY - APPLYING UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)

Summary

In order to determine factors affecting payment card users' intent in Ho Chi Minh City (HCMC), the author conducted an empirical research based on unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). The results showed that performance expectancy (PE), social influence (SI), expectancy effort (EE) and facilitating conditions (FC) have statistic significances on payment card users' intent in HCMC. On that basis, the study will help the bank managers make sound decisions and business strategies to attract customers.

Keywords: payment card, technology, UTAUT.

Ngày nhận bài: 18/9/2015; Ngày nhận lại: 2/2/2016; Ngày duyệt đăng: 27/6/2016.