CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KHẢ NĂNG TIẾP CẬN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TỰ ĐỘNG: NGHIÊN CỨU TẠI HÀ NỘI

FACTORS INFLUENCING ACCESS TO AUTOMATED BANKING SERVICES: A CASE STUDY IN HANOI

Nguyễn Ngọc Hải

Khoa Tài chính ngân hàng và Bảo hiểm, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 20/12/2024, chấp nhận đăng ngày 20/01/2025

Tóm tắt: Nghiên cứu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng tự động tại Hà Nội, dựa trên mô hình lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ. Năm yếu tố chính được xác định là: hiệu quả mong đợi, nỗ lực mong đợi, ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận tiện và tính bảo mật. Thông qua khảo sát 219 khách hàng và phân tích hồi quy bội, kết quả cho thấy tính bảo mật có ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là hiệu quả và nỗ lực mong đợi. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp như tăng cường bảo mật, cải thiện hiệu quả vận hành, tối ưu trải nghiệm người dùng và nâng cấp hạ tầng công nghệ. Đồng thời, các khuyến nghị về chính sách bao gồm hoàn thiện khung pháp lý, phát triển cơ sở hạ tầng số và tăng cường nhận thức cộng đồng.

Từ khóa: Tiếp cận dịch vụ, ngân hàng tự động, Hà Nội.

Abstract: The study analyzes factors influencing the accessibility of automated banking services in Hanoi, based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology model. Five key factors were identified: expected performance, expected effort, social influence, facilitating conditions, and security. Through a survey of 219 customers and multiple regression analysis, the results revealed that security exerts the strongest influence, followed by expected performance and expected effort. The study suggests solutions such as enhancing security measures, improving operational efficiency, optimizing user experience and upgrading technological infrastructure. Policy recommendations include improving the legal framework, advancing digital infrastructure, and raising public awareness.

Keywords: Service accessibility, automated banking, Hanoi.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ, ngân hàng (NH) số và các dịch vụ dịch vụ ngân hàng tự động (DVNHTĐ) đã trở thành xu hướng phát triển tất yếu của ngành tài chính trên toàn thế giới. NH tự động là hình thức giao dịch hiện đại, cho phép khách hàng (KH) tự thực hiện các thao tác như mở tài khoản, gửi tiết kiệm, nộp tiền mặt, rút tiền hoặc các dịch vụ (DV) khác thông qua máy móc mà không cần sự hỗ trợ trực tiếp từ giao dịch viên.

Thành phố Hà Nội, trung tâm kinh tế - xã hội lớn của cả nước, là một trong những địa bàn tiên phong ứng dụng các DVNHTĐ. Tuy nhiên, khả năng tiếp cận các DV này không đồng đều giữa các nhóm KH, chịu tác động bởi nhiều yếu tố như sự sẵn có của hạ tầng công nghệ, mức độ nhận thức về DV, khả năng tương tác với các hệ thống tự động. Những yếu tố này không chỉ ảnh hưởng đến mức độ sử dụng DV mà còn đặt ra những

thách thức lớn đối với các NH trong việc cải thiện trải nghiệm KH và gia tăng sự chấp nhận của thị trường. Bài viết nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận DVNHTĐ tại Hà Nội, từ đó đề xuất các giải pháp cải thiện hiệu quả triển khai DVNHTĐ trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HÀNH VI SỬ DỤNG DỊCH VỤ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

2.1. Khái niệm về hành vi của người tiêu dùng

Hành vi người tiêu dùng là một lĩnh vực nghiên cứu (NC) nhằm hiểu và giải thích các quyết định và hành động liên quan đến việc lựa chọn, sử dụng và thải bỏ các sản phẩm hoặc DV để đáp ứng nhu cầu cá nhân. Theo Philip Kotler và cộng sự (2016) [2], NC hành vi người tiêu dùng là nền tảng để xây dựng chiến lược marketing, giúp doanh nghiệp nhận diện nhu cầu, sở thích và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của KH. Việc NC hành vi này tập trung vào các câu hỏi như: KH muốn mua gì, lý do họ mua sản phẩm hoặc DV, cách thức và thời điểm họ mua hàng. Hành vi người tiêu dùng chịu ảnh hưởng từ nhiều yếu tố cá nhân (nhận thức, thái độ, động cơ) và yếu tố bên ngoài (ý kiến xã hội, quảng cáo, thương hiệu), tất cả đều góp phần định hình quyết định của họ.

2.2. Lý thuyết hành vi người tiêu dùng

Mô hình TAM (Technology Acceptance Model) là một trong những mô hình đầu tiên nhằm giải thích hành vi chấp nhận công nghệ của người dùng, tập trung vào hai yếu tố chính là nhận thức về tính hữu ích (Perceived Usefulness) và nhận thức về tính dễ sử dụng (Perceived Ease of Use). Trong khi đó, mô hình MTAM (Modified Technology Acceptance Model) mở rộng TAM bằng cách thêm các yếu tố như niềm tin (Trust), ảnh hưởng xã hội (Social Influence) và điều kiện hỗ trợ (Facilitating Conditions) để phù hợp hơn với các ngữ cảnh NC cụ thể. Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) được phát triển bởi Venkatesh và cộng sự (2003) [3] nhằm giải thích ý định và hành vi sử dụng công nghệ của người tiêu dùng. Mô hình này được xây dựng dựa trên các lý thuyết kinh điển trước đây như lý thuyết hành động hợp lý (Ajzen, 1991) [4] và mô hình chấp nhận công nghệ (Davis, 1989) [5]. Theo UTAUT, bốn yếu tố chính ảnh hưởng đến hành vi sử dụng công nghệ: (i) Kỳ vọng về hiệu năng (Performance Expectancy): Mức độ mà người tiêu dùng tin rằng việc sử dụng công nghệ sẽ cải thiện hiệu suất công việc hoặc cuộc sống. (ii) Kỳ vọng về sự cố gắng (Effort Expectancy): Mức độ dễ dàng mà người dùng nhận thấy khi sử dụng công nghệ. (iii) Ảnh hưởng xã hội (Social Influence): Mức độ tác động từ môi trường xã hội trong việc khuyến khích sử dụng công nghệ. (iv) Điều kiện thuận lợi (Facilitating Condition): Các yếu tố kỹ thuật và hạ tầng hỗ trợ cần thiết để cá nhân sử dụng công nghệ hiệu quả. UTAUT được đánh giá là toàn diện và có khả năng giải thích hành vi sử dụng công nghệ với độ chính xác cao.

2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng tự động

Tác giả dựa trên mô hình chấp nhận công nghệ UTAUT để giải thích mức độ tiếp cận của KH sử dụng DVNHTĐ. Nhân tố Venkatesh đề cập trong mô hình UTAUT (2003) [3]: Hiệu quả mong đợi; nỗ lực mong đợi; ảnh hưởng của xã hội; điều kiện thuận tiện. Một số nghiên cứu (NC) khác như NC của Hussein Ahmad Alwan và cộng sự (2016) [6]. NC này nhằm điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận NH trực tuyến của

KH tại các NH thương mại ở Jordan, đồng thời xác định các rào cản và giải pháp để khắc phục những trở ngại chính đối với công nghệ này. Một mẫu gồm 476 KH có tài khoản tại 13 NH địa phương và đang sử dụng NH trực tuyến được chọn ngẫu nhiên để tham gia khảo sát. Kết quả NC cho thấy quyền riêng tư và bảo mật đóng vai trò quan trọng ảnh hưởng đến quyết định sử dụng của KH. Theo một NC khác của Bùi Kiên Trung (2019) [1], "Tính bảo mật" được chứng minh là có ảnh hưởng đến "Ý định sử dụng" (β=0,12). Trong NC này, tác giả đề xuất bổ sung nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tiếp cận của KH sử dụng DVNHTĐ là nhân tố" Tính bảo mật".

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

NC gồm hai bước: khám phá (định tính) và kiểm định (định lượng).

NC định tính: Phương pháp này được thực hiện thông qua các cuộc phỏng vấn sâu nhằm xây dựng, điều chỉnh, bổ sung các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận DVNHTĐ tại Hà Nội. Thông tin thu thập được từ giai đoạn định tính sẽ giúp định hình, hoàn thiện thang đo các nhân tố ảnh hưởng, đóng vai trò làm cơ sở đầu vào cho giai đoạn NC định lượng.

NC định lượng: Trên cơ sở các kết quả từ NC định tính, tác giả phát triển và kiểm tra tính tin cậy của thang đo. Dữ liệu định lượng được thu thập thông qua bảng hỏi khảo sát, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Trong giai đoạn này, tác giả áp dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA) để rút trích các nhóm nhân tố có ý nghĩa, đồng thời sử dụng mô hình hồi quy bội nhằm kiểm định các giả thuyết NC.

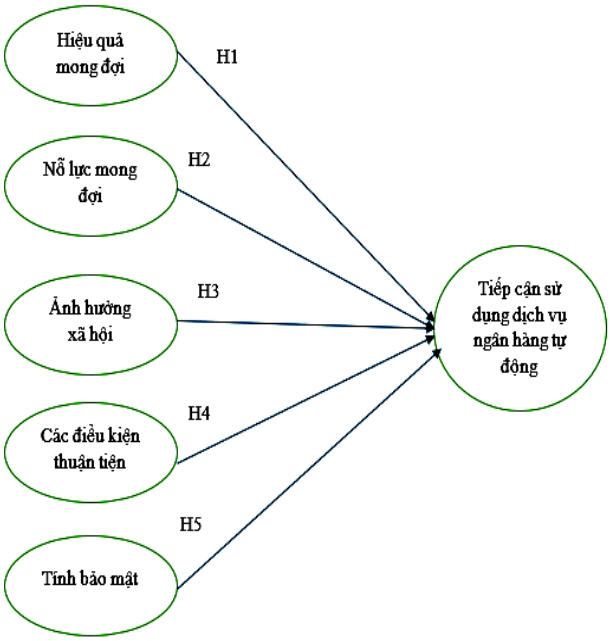
3.1. Xác định mẫu nghiên cứu

Dựa trên phương pháp phân tích EFA, theo khuyến nghị của Hair và cộng sự (2009) [7], tỷ lệ số quan sát/biến quan sát là 5/1, nghĩa là mỗi biến quan sát cần có ít nhất 5 quan sát. Trong NC này, với 21 biến quan sát được xác định, cỡ mẫu tối thiểu cần thiết là 105 quan sát. Tuy nhiên, để đảm bảo tính đại diện và tăng độ tin cậy của kết quả, NC đã thực hiện khảo sát 250 đối tượng.

Các đối tượng tham gia khảo sát là KH cá nhân đang sử dụng DVNHTĐ tại các khu vực trên địa bàn thành phố Hà Nội. Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên đã được áp dụng nhằm đảm bảo tính khách quan. Sau khi thu thập dữ liệu, quá trình làm sạch dữ liệu được thực hiện để loại bỏ các phiếu trả lời không đầy đủ hoặc không hợp lệ. Kết quả, NC chính thức đã sử dụng 219 phiếu khảo sát hợp lệ, đáp ứng yêu cầu của phân tích.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận DVNHTĐ, tác giả đề xuất mô hình NC như sau:



Nguồn: Venkatesh và cộng sự [3]

Hình 1. Mô hình UTAUT

NC sử dụng mô hình hồi quy bội với dạng tổng quát như sau: $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \epsilon$. Trong đó:

Y: Mức độ tiếp cận DVNHTĐ (biến phụ thuộc, đo lường thông qua thang đo Likert 5 mức độ);

β_0: Hằng số;

$\beta_1 \rightarrow \beta_5$: Hệ số hồi quy ước lượng cho các biến độc lập;

$X_1 \rightarrow X_5$: Biến độc lập, gồm:

Hiệu quả mong đợi (EP): Đo lường mức độ KH tin rằng DVNHTĐ sẽ mang lại lợi ích cao hơn. Nỗ lực mong đợi (EE): Đánh giá mức độ dễ dàng trong việc học cách sử dụng DV. Ảnh hưởng xã hội (SI): Mức độ ảnh hưởng từ môi trường xã hội đến quyết định sử dụng DV. Điều kiện thuận tiện (FC): Các yếu tố hỗ trợ như cơ sở hạ tầng, thiết bị công nghệ. Tính bảo mật (SP): Đo lường mức độ KH cảm thấy an toàn khi sử dụng DV.

ϵ: Sai số ngẫu nhiên.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Kết quả nghiên cứu

Trước khi tiến hành phân tích EFA, cần kiểm tra tính phù hợp của dữ liệu thông qua hai kiểm định chính: KMO và Bartlett. Hệ số KMO được sử dụng để đánh giá mức độ thích hợp của dữ liệu cho phân tích nhân tố, với yêu cầu tối thiểu là 0.5. Trong NC này, bảng 1 cho thấy giá trị KMO là 0.86, cho thấy dữ liệu có mức độ tương thích cao và đủ điều kiện để thực hiện phân tích EFA.

Kiểm định Bartlett được sử dụng để xem xét mối tương quan giữa các biến quan sát trong cùng một thang đo. Kết quả kiểm định Bartlett trong NC có giá trị $\chi^2 = 1859.144$, bậc tự do = 171, và p-value = 4.67e-281 (nhỏ hơn 0.05), chứng minh rằng các biến có tương quan đủ lớn để áp dụng phân tích nhân tố. Do đó, dữ liệu thu thập đáp ứng đầy đủ các điều kiện cần thiết cho phân tích EFA.

Bảng 1. Kiểm định KMO và Bartlett

KMO	Cortest.bartlett		
Overall MSA	chisq	p.value	df
0.86	1859.14	4.67e-281	171

Nguồn: Kết quả kiểm định từ R

Trong phân tích EFA, việc xác định các nhân tố chính dựa trên giá trị Eigenvalue. Theo tiêu chuẩn của Kaiser, chỉ những nhân tố có giá trị Eigenvalue >1 mới được giữ lại. Trong NC này, bảng 2 cho thấy có 5 nhân tố chính được rút ra dựa trên tiêu chuẩn này. Nhân tố thứ nhất (Dim.1) có giá trị Eigenvalue là 5.91, nghĩa là nhân tố này giải thích được 5.91/19= 31.12% tổng phương sai. Tổng cộng, cả 5 nhân tố giải thích được 69.44% tổng phương sai. Với tổng phương sai trích ≥ 50%, mô hình EFA này được xem là phù hợp và đáng tin cậy. Để xác định các biến thuộc về từng nhân tố, phép xoay Varimax được sử dụng nhằm tối đa hóa sự khác biệt giữa các nhân tố. Theo khuyến nghị, với cỡ mẫu ≥ 200, hệ số tải nhân tố (factor loading) tối thiểu được chọn là 0.4. Trong NC này, với quy mô mẫu gồm 219 phiếu khảo sát hợp lệ, mức ngưỡng hệ số tải nhân tố được giữ ở mức 0.4.

Bảng 2. Số lượng nhân tố chính rút ra

	Eigenvalue	**Variance. percent**	**Cumulative. variance. percent**
Dim.1	5.91	31.12	31.12
Dim.2	2.46	12.95	44.07
Dim.3	2.06	10.84	54.91
Dim.4	1.73	9.08	63.99
Dim.5	1.03	5.45	69.44
Dim.6	0.61	3.19	72.62
Dim.7	0.57	3.00	75.63
Dim.8	0.56	2.92	78.55
Dim.9	0.49	2.61	81.15
Dim.10	0.47	2.46	83.61

	Eigenvalue	Variance. percent	Cumulative. variance. percent
Dim.11	0.44	2.29	85.90
Dim.12	0.42	2.21	88.11
Dim.13	0.38	2.02	90.12
Dim.14	0.37	1.95	92.07
Dim.15	0.33	1.75	93.82
Dim.16	0.33	1.73	95.55
Dim.17	0.30	1.59	97.14
Dim.18	0.30	1.56	98.70
Dim.19	0.25	1.30	100.00

Nguồn: Kết quả kiểm định từ R

Kết quả phân tích EFA ở bảng 3 chỉ ra rằng thang đo các yếu tố đạt giá trị hội tụ, cho phép rút trích 5 nhân tố chính từ tổng số 19 biến quan sát. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng DVNHTĐ bao gồm: Hiệu quả mong đợi (EP), với 5 biến quan sát, thể hiện khả năng DV giúp tiết kiệm thời gian, chi phí và nâng cao hiệu quả công việc; Nỗ lực mong đợi (EE), gồm 3 biến, đánh giá mức độ dễ dàng trong việc học và sử dụng DV qua thao tác đơn giản và giao diện rõ ràng; Ảnh hưởng xã hội (SI), với 4 biến, phản ánh sự ủng hộ từ gia đình, bạn bè, môi trường làm việc và thông tin truyền thông; Điều kiện thuận tiện (FC), gồm 4 biến, tập trung vào cơ sở hạ tầng, thiết bị sẵn có, khả năng tự sử dụng, ít gặp trở ngại và Tính bảo mật (SP), với 3 biến, nhấn mạnh mức độ an toàn và bảo mật thông tin cá nhân khi sử dụng DV.

Bảng 3. Ma trận xoay nhân tố

	item	RC2	RC5	RC3	RC4	RC1
EP2	6	0.81				
EP5	9	0.80				
EP3	7	0.79				
EP1	5	0.78				
EP4	8	0.75				
SI2	2		0.81			
SI3	3		0.80			
SI4	4		0.79			
SI1	1		0.75			
FC3	12			0.80		
FC4	13			0.79		
FC1	10			0.78		
FC2	11			0.78		
EE3	16				0.84	
EE1	14				0.84	
EE2	15				0.83	
SP3	19					0.84
SP2	18					0.84
SP1	17					0.83

Nguồn: Kết quả kiểm định từ R

Bảng 4. Kiểm định Cronbach Alpha

	Variable Group	Observations	Cronbach Alpha
1	EP	5	0.87
2	EE	3	0.83
3	SI	4	0.84
4	FC	4	0.82
5	SP	3	0.83
6	AB	2	0.79

Nguồn: Kết quả kiểm định từ R

NC sử dụng kiểm định Cronbach's Alpha để đánh giá mức độ phù hợp và độ tin cậy nội tại của thang đo với các biến quan sát. Theo tiêu chuẩn, hệ số Cronbach's Alpha > 0.6 được coi là chấp nhận được, trong khi hệ số > 0.7 cho thấy độ tin cậy cao. Kết quả kiểm định, trình bày trong bảng 4, cho thấy tất cả các thang đo

của các nhân tố chính đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.7, khẳng định thang đo phù hợp và đáng tin cậy, đáp ứng yêu cầu cho các phân tích tiếp theo. Với 5 nhóm nhân tố chính, NC đã áp dụng phương pháp hồi quy bội để phân tích mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

Variable	Estimate	Std. Error	t value	Pr(>|t|)	Tolerance	VIF
(Intercept)	-0.41679	0.28298	-1.473	0.142269	0.7691757	1.300093
SI	0.13461	0.06308	2.134	0.033989	0.7917805	1.262976
EP	0.28447	0.06495	4.38	1.86e-05	0.8074519	1.238464
FC	0.13859	0.06334	2.188	0.029749	0.8319379	1.202013
EE	0.20082	0.05891	3.409	0.000781	0.5568999	1.795655
SP	0.40184	0.06302	6.376	1.11e-09	0.7691757	1.300093
Multiple R-squared: 0.5427, Adjusted R-squared: 0.5319 F-statistic: 50.55 on 5 and 213 DF, p-value: < 2.2e-16						

Nguồn: Kết quả kiểm định từ R

Kết quả hồi quy trong bảng 5 cho thấy mô hình hồi quy là phù hợp với tập dữ liệu (R2 hiệu chỉnh = 0.5319) với mức ý nghĩa p-value: < 2.2e-16. Điều đó cho thấy 5 biến độc lập đã giải thích được 53,19% sự thay đổi của biến phụ thuộc. Hệ số VIF đều dưới 2, khẳng định rằng đa cộng tuyến không phải là vấn đề đáng lo ngại trong mô hình. Dựa trên kết quả hồi quy tuyến tính bội, mức độ tiếp cận DVNHTĐ (AB) được xác định bởi 5 yếu tố độc lập: AB = -0.417+0.135*SI+ 0.284*EP +0.139*FC + 0.201*EE + 0.402*SP.

4.2. Thảo luận

4.2.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả hồi quy cho thấy tính bảo mật (SP) (Beta = 0.402,) có ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng tiếp cận DVNHTĐ. Điều này phản ánh rằng KH rất quan tâm đến việc bảo vệ thông tin cá nhân và các giao dịch tài chính. Hiệu quả mong đợi (EP) (Beta = 0.284) cho thấy mức độ KH tin tưởng vào lợi ích của DV, chẳng hạn như tiết kiệm thời gian và cải thiện hiệu suất cá nhân, là yếu tố quan trọng thứ hai. Điều này phù hợp với kỳ vọng của KH tại các đô thị lớn như Hà Nội, nơi nhu cầu về sự nhanh chóng và tiện lợi rất cao. Nỗ lực mong đợi (EE) (Beta = 0.201) xếp thứ ba, nhấn mạnh tính dễ sử dụng và giao diện thân thiện đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp cận DV. Điều này đặc biệt quan trọng đối với những KH chưa quen với công nghệ hoặc có ít kinh nghiệm sử dụng DVNHTĐ. Điều kiện thuận tiện (FC) (Beta = 0.139) cho thấy tầm quan trọng của cơ sở hạ tầng và các yếu tố hỗ trợ kỹ thuật như mạng internet ổn định và thiết bị hiện đại trong việc thúc đẩy sử dụng DV. Đây là yếu tố cần cải thiện, đặc biệt ở các khu vực ngoại thành. Ảnh hưởng xã hội (SI) (Beta = 0.135) mặc dù có tác động thấp nhất nhưng vẫn đáng kể, cho thấy ý kiến từ gia đình, bạn bè và môi trường xã hội có thể khuyến khích hoặc cản trở việc tiếp cận DV. So với các NC trước đây, kết quả này nhấn mạnh thêm vai trò quan trọng của tính bảo mật trong bối cảnh người tiêu dùng Việt Nam ngày càng nhạy cảm với các vấn đề về thông tin cá nhân và gian lận tài chính.

4.2.2. Giải pháp đề xuất

Tăng cường an ninh và bảo mật thông tin

Tính bảo mật là nền tảng quyết định sự thành công của các DVNHTĐ. Các NH cần triển khai các giải pháp công nghệ số như mã hóa dữ liệu, xác thực sinh trắc học, hệ thống phát hiện gian lận dựa trên trí tuệ nhân tạo. Đồng thời, xây dựng các quy trình kiểm soát bảo mật định kỳ và tuân thủ chặt chẽ các tiêu chuẩn quốc tế như ISO 27001 hoặc PCI DSS.

Nâng cao hiệu quả vận hành DVNHTĐ

Các NH cần cải thiện hiệu quả vận hành các điểm giao dịch tự động, nền tảng NH số. Điều này gồm việc rút ngắn thời gian xử lý giao dịch, tăng tính chính xác, cung cấp các sản phẩm, DV mới như mở tài khoản trực tuyến, quản lý tài chính. Hệ thống cần được thiết kế linh hoạt đáp ứng nhu cầu đa dạng của KH.

Đơn giản hóa trải nghiệm người dùng

Việc giảm thiểu các rào cản trong sử dụng DV là yếu tố quan trọng giúp tăng cường khả năng tiếp cận. Giao diện các nền tảng NH tự động cần thiết kế trực quan, thân thiện với người dùng, kể cả những người ít tiếp xúc với công nghệ. Các NH có thể tích hợp các công cụ hỗ trợ thông minh như chatbot, hoặc hỗ trợ trực tuyến qua video call.

Cải thiện hạ tầng và điều kiện DV

Hạ tầng của NH cần được cải thiện để tạo điều kiện thuận tiện nhất cho KH. Các NH cần mở rộng mạng lưới và các kênh DV số tại các khu vực đông dân cư, vùng sâu vùng xa hoặc những nơi chưa có nhiều DV NH truyền thống. Đảm bảo các DV hoạt động liên tục 24/7, tích hợp đa dạng các tiện ích để phục vụ nhu cầu đa dạng của KH.

Xây dựng chiến lược truyền thông

NH cần thực hiện các chiến dịch truyền thông mạnh mẽ để quảng bá lợi ích của DVNHTĐ, đặc biệt nhấn mạnh vào tính bảo mật, hiệu quả và tiện ích. Xây dựng cộng đồng KH trung thành thông qua các chương trình khuyến mãi, tích điểm thưởng, và ưu đãi dành riêng cho những KH thường xuyên sử dụng DV. Việc tạo dựng niềm tin xã hội đối với DVNHTĐ sẽ giúp gia tăng sự chấp nhận của KH.

4.2.3. Một số khuyến nghị

Hoàn thiện khung pháp lý

Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan liên quan cần ban hành các quy định pháp lý chi tiết nhằm hỗ trợ sự phát triển của NH số và DVNHTĐ. Trọng tâm là việc áp dụng định danh KH điện tử (e-KYC), cho phép KH mở tài khoản và thực hiện các giao dịch NH trực tuyến mà không cần gặp mặt trực tiếp. Cần sửa đổi, bổ sung quy định liên quan để đảm bảo tính hợp pháp, bảo vệ quyền lợi KH trong giao dịch NH số.

Phát triển cơ sở hạ tầng dữ liệu và công nghệ

Chính phủ cần đầu tư xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư, tích hợp với các hệ thống NH để hỗ trợ định danh KH và nâng cao tính chính xác trong giao dịch tự động. TP. Hà Nội cũng cần hỗ trợ phát triển hạ tầng kỹ thuật số, bao gồm mở rộng mạng lưới internet đặc biệt tại các vùng ven đô và ngoại thành, tăng khả năng tiếp cận DVNHTĐ cho mọi người dân.

Tăng cường giáo dục và nhận thức cộng đồng

Các cơ quan như Bộ Giáo dục và Đào tạo, Ngân hàng Nhà nước và TP. Hà Nội cần phối hợp thực hiện các chương trình giáo dục, các buổi hội thảo phổ cập kiến thức về DVNHTĐ. Điều này giúp người dân, đặc biệt tại các khu vực ngoại thành và vùng nông thôn hiểu rõ lợi ích, cách sử dụng và các biện pháp bảo mật cần thiết khi tham gia vào hệ sinh thái NH số.

Khuyến khích sử dụng DVNHTĐ

Chính phủ, TP. Hà Nội cần triển khai các

chính sách khuyến khích sử dụng DVNHTĐ. Điều này có thể bao gồm miễn giảm phí giao dịch hoặc cung cấp các ưu đãi khi KH thực hiện giao dịch DV công của thành phố qua các kênh NH tự động.

5. KẾT LUẬN

Kết quả NC xác định năm nhân tố chính ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận DVNHTĐ tại Hà Nội, bao gồm: (i) hiệu quả mong đợi, (ii) nỗ lực mong đợi, (iii) ảnh hưởng xã hội, (iv) điều kiện thuận tiện và (v) tính bảo mật. Các NH thương mại cần xây dựng chiến lược triển khai toàn diện nhằm đáp ứng kỳ vọng KH. Các giải pháp bao gồm đảm bảo an toàn và bảo mật giao dịch, đơn giản hóa quy trình sử dụng, thúc đẩy nhận thức tích cực thông qua truyền thông. Ngoài ra, sự phát triển bền vững của DVNHTĐ đòi hỏi sự phối hợp từ phía cơ quan quản lý. Các chính sách thúc đẩy hạ tầng công nghệ, bảo vệ dữ liệu cá nhân và khuyến khích sử dụng NH tự động sẽ tạo điều kiện thuận lợi để DVNHTĐ phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Bùi Kiên Trung & cộng sự, Các nhân tố tác động đến tiếp cận dịch vụ tài chính qua ngân hàng số: Bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam, Tạp chí Kinh tế Phát triển, số 1, trang 20-29. (2019).

[2] Philip Kotler & cộng sự, Quản trị Marketing, trang 45-48, NXB Thống kê, Hà Nội, (2016).

[3] Venkatesh và cộng sự. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly, Vol. 27, No. 3, pp. 425–478, (2003).

[4] Ajzen, I. The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 50, No. 2, pp. 179–211, (1991).

[5] Davis, F. D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, pp. 319–340, (1989).

[6] Hussein Ahmad Alwan & cộng sự, Determinants of Internet Banking Adoption among Customers of Commercial Banks: An Empirical Study in the Jordanian, International Journal of Business Management; Vol. 11, No. 3, pg 95-104; (2016)

[7] Hair & cộng sự, “Multivariate Data Analysis”, Pearson, New Jersey (2009).

Thông tin liên hệ: **Nguyễn Ngọc Hải**

Điện thoại: 0972980638 - Email: nnhai@uneti.edu.vn.

Khoa Tài chính ngân hàng và Bảo hiểm, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.