

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**LƯU THỊ MỸ HẠNH**

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ  
CHẤP NHẬN VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ  
TECHCOMBANK TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

**Chuyên ngành: Tài Chính – Ngân hàng**  
**Mã số: 60.34.20**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Đà Nẵng – Năm 2013**

Công trình được hoàn thành tại

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. TRẦN ĐÌNH KHÔI NGUYỄN**

Phản biện 1: **TS. NGUYỄN HIỆP**

Phản biện 2: **TS. TÔNG THIỆN PHƯỚC**

Luận văn đã được bảo vệ trước hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 23 tháng 3 năm 2013.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin – Học liệu , Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, khi hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế đã trở thành một xu thế tất yếu của thời đại, thương mại quốc tế ngày càng phát triển, việc tìm kiếm một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt để phổ cập cho toàn xã hội Việt Nam ngày càng trở nên cấp thiết và quan trọng. Một trong những phương tiện thanh toán đó là thẻ ngân hàng. Mặc dù xuất hiện từ đầu những năm 90 của thế kỉ trước và đang có những bước phát triển đáng kể nhưng đến nay lĩnh vực thẻ ngân hàng vẫn chưa thực sự hòa nhập vào đời sống của mọi người dân Việt Nam. Việc sử dụng phổ biến tiền mặt trong các giao dịch mua bán ở khu vực dân cư trên địa bàn TP Đà Nẵng là một minh chứng dễ dàng nhận thấy. Chúng ta tự hỏi có rất nhiều sản phẩm mới được đưa vào thị trường tiêu dùng Việt Nam nói chung cũng như trên địa bàn TP Đà Nẵng nói riêng chỉ trong một thời gian ngắn đã chiếm lĩnh thị trường và phát triển vững chắc. Thế nhưng, sản phẩm thẻ ngân hàng nói chung và thẻ TCB nói riêng với nhiều tính năng ưu việt thì vẫn chưa được phổ biến đối với mọi tầng lớp dân cư. Chính vì vậy, việc triển khai một mô hình nghiên cứu để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB của người dân trên địa bàn TP Đà Nẵng và mức độ ảnh hưởng của những nhân tố này, từ đó đưa ra hàm ý cho công tác quản lý và thúc đẩy sự phát triển dịch vụ thẻ TCB trên địa bàn TP Đà Nẵng là thật sự cần thiết.

Xuất phát từ nhận thức trên, đề tài ***“Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ Techcombank tại thành phố Đà Nẵng”*** được lựa chọn để nghiên cứu.

### 2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa những vấn đề lí luận liên quan đến phương tiện thanh toán thẻ NH và các nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ.

Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ TCB và xây dựng mô hình những nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB tại TP Đà Nẵng.

Trên cơ sở phân tích và kiểm định mô hình những nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB đề xuất một số giải pháp nhằm mở rộng và nâng cao hiệu quả kinh doanh dịch vụ thẻ TCB tại TP Đà Nẵng.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

*Đối tượng nghiên cứu:* Dịch vụ thẻ TCB tại TP Đà Nẵng.

*Phạm vi nghiên cứu:* Dịch vụ thẻ TCB trên địa bàn TP Đà Nẵng.

Thời gian nghiên cứu từ tháng 01/2012 đến tháng 09/2012.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Đề tài được thực hiện nghiên cứu dựa vào Mô hình hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology – UTAUT) xây dựng năm 2003 bởi Viswanath Venkatesh, Michael G. Moris, Gordon B.Davis, và Fred D. Davis trên cơ sở điều tra thông qua bảng câu hỏi đối với người dân tại TP Đà Nẵng đang sử dụng dịch vụ thẻ của TCB. Sau đó ứng dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp, đánh giá các số liệu đã được xử lý với sự hỗ trợ của một số phần mềm SPSS 16.0 để hình thành mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB tại TP Đà Nẵng.

**5. Bố cục đề tài:** Gồm 5 chương:

## TỔNG QUAN TÀI LIỆU NGHIÊN CỨU

Một vài nghiên cứu liên quan đến lĩnh vực đang nghiên cứu:

❖ *Sử dụng mô hình chấp nhận công nghệ UTAUT để tham khảo hành vi của người sử dụng thông tin di động 3G - Yu-Lung, Yu-Hui Tao, Pei-Chi Yang, 2008.*

❖ *Kiểm tra một mô hình chấp nhận công nghệ của việc sử dụng Internet ở Thái Lan - Napaporn Kripanont, Luận án Tiến sĩ, Đại học Victoria, 2007.*

❖ *Nghiên cứu mức độ chấp nhận sử dụng thẻ thanh toán xăng dầu – Flexicard của người tiêu dùng tại Đà Nẵng: Áp dụng mô hình thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT) – Trần Thị Minh Anh – Báo cáo Hội nghị sinh viên nghiên cứu khoa học lần thứ 7 Đại học Đà Nẵng – 2010.*

❖ *Mô hình nghiên cứu chấp nhận E-banking tại Việt Nam – Ths. Lê Văn Huy và Trương Thị Vân Anh – Đại học Kinh tế Đà Nẵng – 2008.*

❖ *Mô hình nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến ý định và quyết định sử dụng thẻ ATM tại Việt Nam – PGS. TS. Lê Thế Giới và Ths. Lê Văn Huy – 2005.*

Việc xây dựng mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến thái độ, ý định và hành vi sử dụng các sản phẩm công nghệ mới nói chung và thẻ NH nói riêng ở các quốc gia khác nhau là khác nhau. Kết quả khác nhau này có thể do thời điểm thực hiện nghiên cứu, bối cảnh, thực trạng hoạt động liên quan đến dịch vụ thẻ NH khác nhau. Khi thực hiện đề tài này, tôi mong đợi một kết quả phù hợp với bối cảnh dịch vụ thẻ TCB tại thời điểm hiện tại và từ đó đề xuất những giải pháp chiến lược với NH để thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ này trong tương lai.

# CHƯƠNG 1

## CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ CHẤP NHẬN VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG

### 1.1 TỔNG QUAN VỀ THẺ VÀ DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG

#### 1.1.1. Khái niệm, phân loại thẻ ngân hàng

##### *a/ Khái niệm*

Thẻ NH là phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt ứng dụng công nghệ điện tử, tin học kỹ thuật cao, do NH phát hành theo yêu cầu và khả năng chi trả của khách hàng.

##### *b/ Phân loại*

- Theo công nghệ sản xuất: Thẻ khắc chữ nổi, thẻ băng từ, thẻ thông minh.

- Theo tính chất thanh toán của thẻ: Thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ.

- Theo đối tượng sử dụng: Thẻ chuẩn, thẻ vàng.

- Theo phạm vi lãnh thổ: Thẻ nội địa, thẻ quốc tế.

#### 1.1.2. Quy trình thanh toán thẻ ngân hàng

##### *a/ Các chủ thể tham gia phát hành và thanh toán thẻ*

##### *b/ Quy trình thanh toán thẻ ngân hàng*

#### 1.1.3. Dịch vụ thẻ ngân hàng

##### *a/ Khái niệm*

Dịch vụ thẻ NH bao gồm tất cả các dạng của giao dịch giữa NH và khách hàng (cá nhân hoặc tổ chức) dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao dữ liệu số hóa nhằm cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

##### *b/ Đặc điểm*

- Dịch vụ thẻ được phát triển dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại.

- Dịch vụ thẻ NH là một sản phẩm dịch vụ trọn gói, đòi hỏi các NH phải thường xuyên bổ sung và nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Rủi ro đối với dịch vụ thẻ là không nhỏ.

*c/ Các dịch vụ thẻ ngân hàng:* Rút tiền mặt, chuyển khoản, thanh toán, trả lương qua tài khoản, thấu chi. Ngoài những dịch vụ trên

thì NH còn cung cấp các dịch vụ khác cho chủ thẻ như: truy vấn thông tin tài khoản, kiểm tra số dư, in sao kê giao dịch,...

#### **1.1.4. Lợi ích và rủi ro của dịch vụ thẻ ngân hàng**

##### **a/ Lợi ích**

- **Đối với người sử dụng thẻ:** Nhanh chóng và tiện lợi, an toàn, mang đến sự văn minh

- **Đối với NH:** Tập hợp được nguồn vốn tiền tệ vào trong tay NH, tạo nguồn vốn tín dụng, sử dụng hiệu quả nguồn vốn trong thanh toán.

- **Đối với nền kinh tế xã hội:** Là một phương tiện thanh toán ưu việt, tăng cường lưu thông tiền tệ trong nền kinh tế, Thực hiện chính sách quản lí vĩ mô của Nhà nước, góp phần giữ gìn an ninh trật tự xã hội.

##### **b/ Rủi ro**

- **Đối với NHPH:** Thanh toán vượt hạn mức thanh toán cho phép, lợi dụng tính chất của thẻ tín dụng quốc tế để lừa gạt NHPH, chủ thẻ báo mất thẻ nhưng vẫn thực hiện giao dịch

- **Đối với Ngân hàng thanh toán:** Không cung cấp kịp thời danh sách đen cho các CSCNT, thanh toán tiền trong trường hợp nhân viên CSCNT có hành vi gian dối nhưng không phát hiện được.

- **Đối với Cơ sở chấp nhận thẻ:** Thẻ đã hết thời hạn hiệu lực mà CSCNT không phát hiện ra, sửa chữa số tiền trên hóa đơn do ghi nhầm hoặc cố ý.

- **Đối với chủ thẻ:** Lộ số PIN, nạn thẻ giả.

## **1.2. TỔNG QUAN CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU SỰ CHẤP NHẬN CÔNG NGHỆ**

### **1.2.1. Thuyết hành động hợp lý**

Thuyết hành động hợp lý TRA được Ajzen và Fishbein xây dựng từ năm 1967 và được hiệu chỉnh mở rộng theo thời gian. Mô hình TRA (Ajzen và Fishbein, 1975) gồm 2 thành phần tác động đến xu hướng hành vi là thái độ và chuẩn chủ quan.

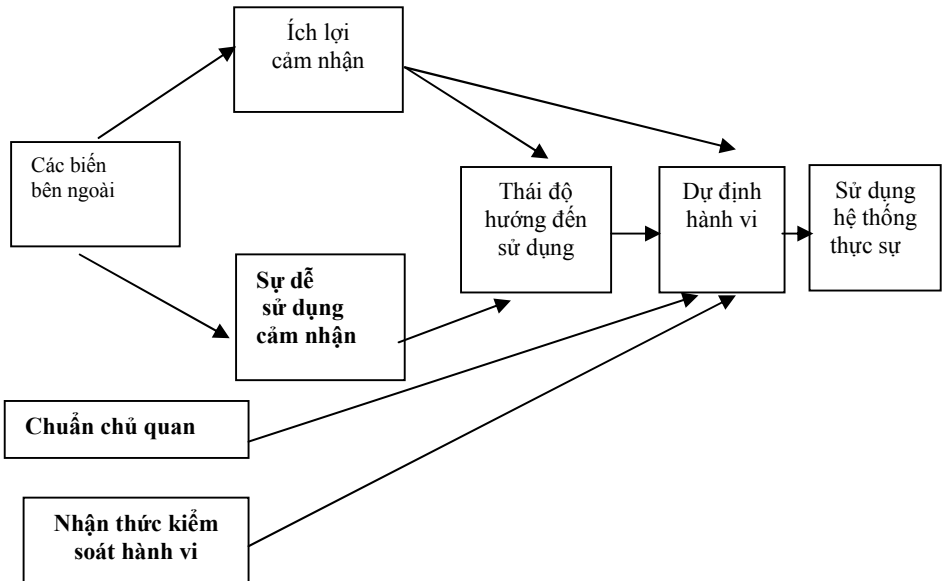
### 1.2.2. Thuyết hành vi dự định

Thuyết hành vi dự định TPB được Ajzen (1985) xây dựng bằng cách bổ sung thêm yếu tố **nhận thức kiểm soát hành vi** vào mô hình TRA. Thành phần nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh việc dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi.

### 1.2.3. Mô hình chấp nhận công nghệ

Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) do Davis (1989) đề xuất, đã được công nhận rộng rãi là mô hình tin cậy và mạnh trong việc mô hình hóa hành vi chấp nhận sử dụng công nghệ của người tiêu dùng. Gồm 2 thành phần chính tác động đến dự định hành vi sử dụng là nhận thức sự hữu ích và nhận thức tin để sử dụng.

### 1.2.4. Mô hình kết hợp TAM và TPB (C – TAM – TPB)



**Hình 1.5. Mô hình kết hợp TAM và TPB**

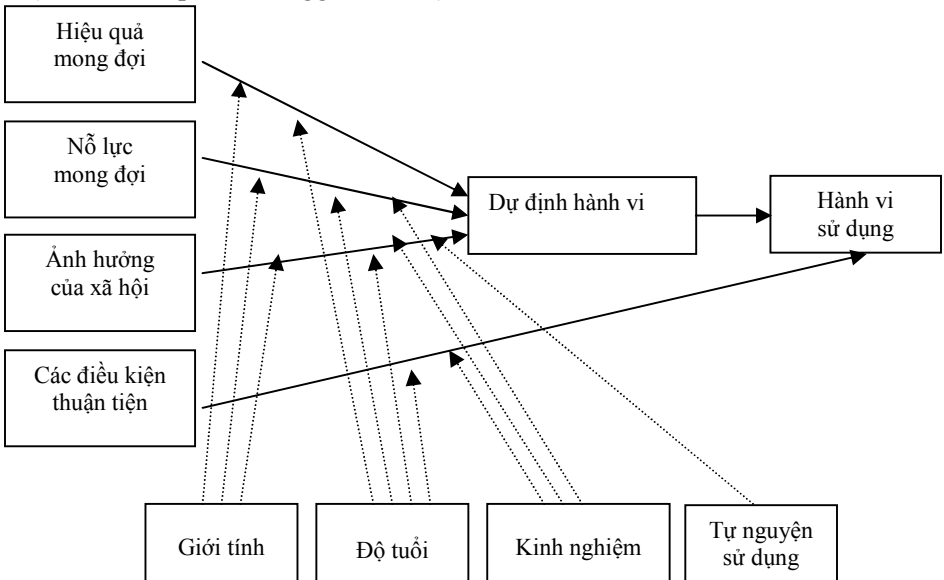
Taylor và Todd đã bổ sung vào mô hình TAM 2 yếu tố chính là chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Taylor và Todd cho rằng việc tăng thêm các yếu tố cho TAM kết hợp với thuyết hành vi dự



định TPB thì sẽ cung cấp một mô hình thích hợp cho việc sử dụng sản phẩm công nghệ thông tin.

### 1.2.5. Mô hình hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ

Năm 2003, mô hình Unified Theory of Acceptance and Use of Technology - UTAUT được xây dựng bởi Viswanath Venkatesh, Michael G. Moris, Gordon B. Davis, và Fred D. Davis dựa trên tám mô hình/lý thuyết thành phần, đó là: Thuyết hành động hợp lý (TRA – Ajzen & Fishbein, 1975), thuyết hành vi dự định (TPB – Ajzen, 1985), mô hình chấp nhận công nghệ (TAM – Davis, 1980; TAM 2 – Venkatesh & Davis, 2000), mô hình động cơ thúc đẩy (MM – Davis, Bagozzi và Warshaw, 1992), mô hình kết hợp TAM và TPB (C – TAM – TPB – Taylor & Todd, 1995), mô hình sử dụng máy tính cá nhân (MPCU – Thompson, Higgins & Howell, 1991), thuyết truyền bá sự đổi mới (IDT – Moore & Benbasat, 1991), thuyết nhận thức xã hội (SCT – Compeau & Higgins, 1995).



**Hình 1.6. Mô hình hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ**

- **Hiệu quả mong đợi:** Là mức độ mà một cá nhân tin rằng bằng cách sử dụng hệ thống đặc thù nào đó sẽ giúp họ đạt được hiệu quả công việc cao.

- **Nỗ lực mong đợi:** Là mức độ dễ dàng sử dụng hệ thống.

- **Ảnh hưởng của xã hội:** Là mức độ mà một cá nhân nhận thức những người khác tin rằng họ nên sử dụng hệ thống.

- **Các điều kiện thuận tiện:** Là mức độ mà một cá nhân tin rằng tổ chức cơ sở hạ tầng và kỹ thuật tồn tại để hỗ trợ việc sử dụng hệ thống.

- **Các yếu tố trung gian:** Giới tính, độ tuổi, kinh nghiệm và tự nguyện sử dụng tác động gián tiếp đến dự định hành vi thông qua các nhân tố chính.

### **1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ CHẤP NHẬN VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG**

#### **1.3.1. Nhân tố kinh tế**

#### **1.3.2. Nhân tố luật pháp**

#### **1.3.3. Hạ tầng công nghệ**

#### **1.3.4. Nhận thức vai trò của thẻ ATM**

#### **1.3.5. Thói quen sử dụng phương thức thanh toán không dùng tiền mặt**

#### **1.3.6. Độ tuổi của người tham gia**

#### **1.3.7. Khả năng sẵn sàng của hệ thống ATM và dịch vụ cấp thẻ của ngân hàng**

#### **1.3.8. Chính sách marketing của đơn vị cấp thẻ**

#### **1.3.9. Tiện ích của thẻ**

#### **1.3.10. Sự bảo mật và an toàn của dịch vụ thẻ**

#### **1.3.11. Ý định sử dụng và quyết định sử dụng**

### **TÓM TẮT CHƯƠNG 1**

**CHƯƠNG 2**  
**THỰC TRẠNG DỊCH VỤ THẺ TECHCOMBANK**  
**TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

**2.1. TỔNG QUAN VỀ TECHCOMBANK ĐÀ NẴNG**

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

2.1.2. Bộ máy quản lý của Techcombank Đà Nẵng

2.1.3. Nhiệm vụ của Techcombank Đà Nẵng

2.1.4. Khái quát kết quả hoạt động kinh doanh của Techcombank Đà Nẵng

**2.2. THỰC TRẠNG DỊCH VỤ THẺ TECHCOMBANK TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

2.2.1. Các sản phẩm thẻ Techcombank

2.2.2. Tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ Techcombank Đà Nẵng qua 3 năm 2009 – 2011

*a/ Hoạt động phát hành thẻ*

*b/ Hoạt động huy động tiền gửi thanh toán thẻ*

*c/ Hoạt động giao dịch thanh toán bằng thẻ*

*d/ Hoạt động kinh doanh các sản phẩm hỗ trợ của thẻ*

*e/ Hoạt động của mạng lưới máy giao dịch tự động và cơ sở chấp nhận thẻ*

*f/ Kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ của chi nhánh*

**Bảng 2.11. Kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ Techcombank Đà Nẵng qua 3 năm 2009 – 2011**

(ĐVT: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	2010/2009		2011/2010	
				+/-	%	+/-	%
<b>Doanh thu</b>	890	1.280	1.815	390	43,82	535	41,8
<b>Chi phí</b>	550	770	1.265	220	40	495	64,29
<b>Lợi nhuận</b>	340	510	550	170	50	40	7,84

## 2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÌNH HÌNH KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ CỦA TECHCOMBANK ĐÀ NẴNG QUA BA NĂM 2009 – 2011

### 2.3.1. Thành công

### 2.3.2. Hạn chế

## TÓM TẮT CHƯƠNG 2

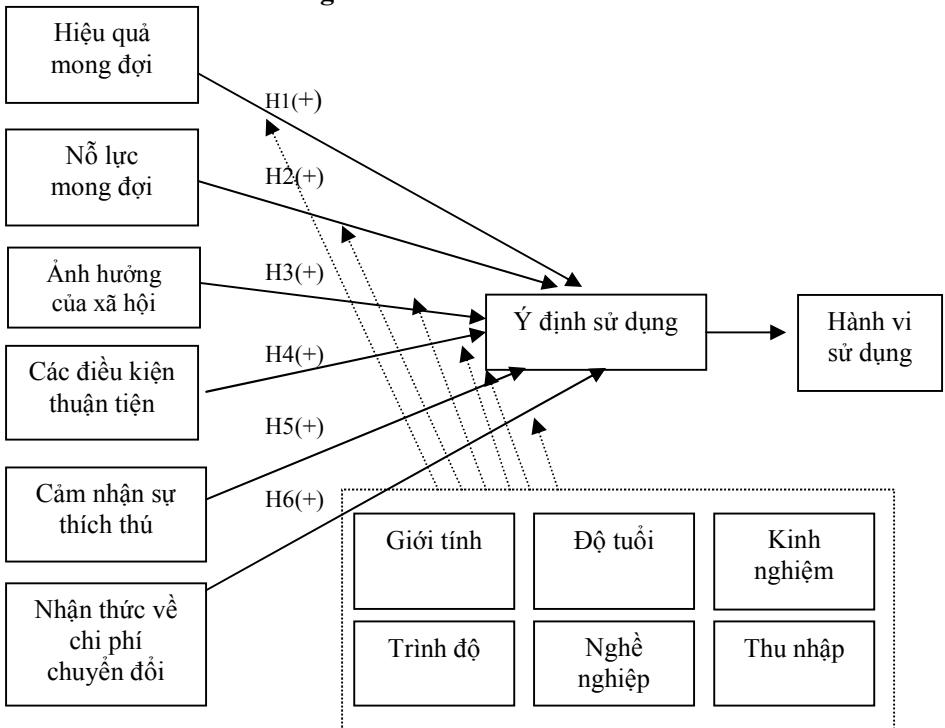
## CHƯƠNG 3

### THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU SỰ CHẤP NHẬN VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ TECHCOMBANK TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

#### 3.1. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Đề tài nghiên cứu được tác giả tham khảo trên những nghiên cứu đi trước về ứng dụng các mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định và xu hướng sử dụng dịch vụ thẻ TCB.

##### 3.1.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



**Hình 3.1: Mô hình nghiên cứu đề xuất**

### 3.1.2. Mô tả các thành phần và các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu

**Hiệu quả mong đợi:** Khách hàng sẽ có ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB nếu họ nhận thấy dịch vụ thẻ TCB thật sự mang lại nhiều hiệu quả trong công việc của họ.

*Giả thuyết H1:* Nếu hiệu quả mong đợi về dịch vụ thẻ TCB tăng (giảm) thì ý định sử dụng dịch vụ cũng tăng (giảm) theo.

**Nỗ lực mong đợi:** Trong quá trình sử dụng, nếu dịch vụ thẻ TCB cung cấp sự dễ dàng, thuận tiện khi sử dụng thì khách hàng sẽ dễ dàng có ý định sử dụng này.

*Giả thuyết H2:* Nếu nỗ lực mong đợi về dịch vụ thẻ TCB tăng (giảm) thì ý định sử dụng dịch vụ cũng tăng (giảm) theo.

**Ảnh hưởng của xã hội:** Mô tả người sử dụng dịch vụ thẻ TCB có thể bị ảnh hưởng từ các đối tượng có liên quan như: cha/mẹ, anh/chị/em, vợ/chồng, bạn bè, đồng nghiệp... Người sử dụng sẽ có ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB nếu như những người quen của họ ủng hộ và khuyên họ sử dụng dịch vụ.

*Giả thuyết H3:* Nếu ảnh hưởng xã hội của người sử dụng dịch vụ thẻ TCB được tác động tích cực tăng (giảm) thì ý định sử dụng dịch vụ cũng tăng (giảm) theo.

**Các điều kiện thuận tiện:** Mô tả các điều kiện dễ dàng tiếp cận dịch vụ thẻ TCB của người sử dụng. Nếu người sử dụng có đầy đủ các điều kiện tiếp cận họ sẽ dễ dàng có ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB.

*Giả thuyết H4:* Nếu các điều kiện thuận tiện của người sử dụng về dịch vụ thẻ TCB tăng (giảm) thì ý định sử dụng dịch vụ cũng tăng (giảm) theo.

**Cảm nhận sự thích thú:** Nếu người sử dụng cảm thấy việc sử dụng dịch vụ thẻ TCB đối với họ là một quá trình khám phá kèm theo sự thích thú và thú vị với các tiện ích của thẻ TCB thì họ sẽ có ý định sử dụng nó trong tương lai.

*Giả thuyết H5:* Nếu mức độ cảm nhận sự thích thú của người sử dụng dịch vụ thẻ TCB càng cao (thấp) thì ý định sử dụng dịch vụ càng cao (thấp).

*Nhận thức về chi phí chuyển đổi:* Nếu khách hàng nhận thức được rằng: chi phí mà họ bỏ ra để sử dụng dịch vụ thẻ TCB là không đáng kể, có thể chấp nhận được hoặc nó xứng đáng với những giá trị, tiện ích mà họ nhận được, thì họ sẽ sẵn sàng chấp nhận sử dụng.

*Giả thuyết H6:* Nếu nhận thức về chi phí chuyển đổi của người sử dụng dịch vụ thẻ TCB càng cao (thấp) thì ý định sử dụng dịch vụ càng cao (thấp).

**Ý định sử dụng:** Ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB là một yếu tố quyết định đến hành vi sử dụng dịch vụ thẻ TCB.

*Các yếu tố về nhân khẩu học:* Giới tính, độ tuổi, kinh nghiệm, trình độ, nghề nghiệp, thu nhập cũng có tác động đáng kể đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB, qua đó cũng tác động đến hành vi sử dụng dịch vụ thẻ TCB.

### **3.2. QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU**

Nghiên cứu sẽ được thực hiện qua hai giai đoạn, đó là: nghiên cứu sơ bộ dùng phương pháp định tính và nghiên cứu chính thức dùng phương pháp định lượng.

#### **3.2.1. Nghiên cứu định tính**

Được thực hiện bằng kỹ thuật phỏng vấn sâu 12 người, trong đó có 5 người là nhân viên của TCB Đà Nẵng. Số còn lại là các khách hàng đang sử dụng dịch vụ thẻ của những NH khác được phỏng vấn qua dàn bài lập sẵn kèm bảng thang đo sơ bộ, nhằm khám phá các yếu tố mới ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ của khách hàng, cũng như điều chỉnh và bổ sung cho các thang đo.

##### **a/ Trình tự tiến hành nghiên cứu**

Sử dụng kỹ thuật thảo luận tay đôi dựa trên dàn bài lập sẵn về tất cả các yếu tố có liên quan trong mô hình nghiên cứu.

Sau khi có kết quả phỏng vấn sơ bộ sẽ tiến hành xây dựng thang đo chính thức cho đề tài.

***b/ Thiết kế thang đo***

Thang đo của đề tài được dựa trên các thang đo của những nghiên cứu về lĩnh vực công nghệ đi trước, sau đó sẽ tiến hành loại bỏ các yếu tố không phù hợp và bổ sung các yếu tố còn thiếu để xây dựng thang đo cho đề tài.

***c/ Tóm tắt kết quả nghiên cứu định tính và hiệu chỉnh thang đo cho đề tài***

**Bảng 3.2. Kết quả nghiên cứu định tính và hiệu chỉnh thang đo**

TT	Mã hóa	Diễn giải
<b>Hiệu quả mong đợi</b>		
1	HQ1	Tôi nghĩ dịch vụ thẻ TCB giúp tôi tiết kiệm thời gian trong công việc
2	HQ2	Tôi nghĩ dịch vụ thẻ TCB giúp tôi tiết kiệm chi phí trong công việc
3	HQ3	Tôi nghĩ dịch vụ thẻ TCB giúp tôi thực hiện công việc thuận tiện hơn
4	HQ4	Tôi nghĩ dịch vụ thẻ TCB giúp tôi thực hiện công việc nhanh chóng hơn
5	HQ5	Tôi nghĩ dịch vụ thẻ TCB giúp tôi nâng cao hiệu quả công việc
<b>Nỗ lực mong đợi</b>		
6	NL1	Có thể dễ dàng tìm được máy rút tiền tự động ATM của TCB
7	NL2	Có thể dễ thanh toán bằng thẻ tại điểm chấp nhận thẻ TCB
8	NL3	Thời gian hoạt động và thực hiện giao dịch qua ATM 24/24
9	NL4	Trụ ATM của TCB luôn có sẵn tiền đáp ứng nhu cầu rút tiền của tôi
10	NL5	Có thể dễ dàng đăng nhập và thoát khỏi hệ thống ATM
11	NL6	Có thể dễ dàng học cách sử dụng dịch vụ thẻ TCB
<b>Ảnh hưởng của xã hội</b>		
12	AH1	Gia đình ủng hộ tôi sử dụng dịch vụ thẻ TCB
13	AH2	Bạn bè, đồng nghiệp, đơn vị công tác,... ủng hộ tôi sử dụng dịch vụ thẻ TCB
14	AH3	Tôi sử dụng dịch vụ thẻ TCB vì những người xung quanh tôi sử dụng nó

<b>Các điều kiện thuận tiện</b>		
15	DK1	Tôi sử dụng thẻ TCB khi được miễn phí mở thẻ và có nhiều ưu đãi cho chủ thẻ
16	DK2	Tôi sử dụng thẻ TCB khi không mất nhiều thời gian chờ đợi việc thực hiện giao dịch thẻ TCB
17	DK3	Tôi sử dụng thẻ TCB khi không mất nhiều thời gian chờ đợi việc thực hiện giao dịch thẻ TCB
<b>Cảm nhận sự thích thú</b>		
18	TT1	Các sản phẩm thẻ TCB cung cấp đều đáp ứng nhu cầu của tôi
19	TT2	Các tiện ích của thẻ TCB đã thực sự kích thích tôi
20	TT3	TCB có nhiều trụ ATM thuận tiện cho việc rút tiền
<b>Nhận thức về chi phí chuyển đổi</b>		
21	CP1	Tôi cho rằng, chi phí để sử dụng dịch vụ thẻ TCB là hợp lý
22	CP2	Tôi sẵn sàng tốn chi phí để chuyển sang sử dụng dịch vụ thẻ TCB
23	CP3	Tôi sẵn sàng dành thời gian để tìm hiểu sử dụng dịch vụ thẻ TCB
<b>Ý định sử dụng</b>		
24	YD1	Tôi sẽ tiếp tục sử dụng/ dự định sẽ sử dụng dịch vụ thẻ TCB trong thời gian đến
25	YD2	Trong phạm vi có thể, tôi sẽ sử dụng dịch vụ thẻ TCB thường xuyên hơn nữa
26	YD3	Tôi sẽ giới thiệu cho mọi người sử dụng dịch vụ thẻ TCB

### **3.2.2. Thiết kế bảng câu hỏi**

Bảng câu hỏi chính thức được sử dụng trong nghiên cứu gồm có các phần sau: *Thông tin chung, Thông tin các phát biểu về dịch vụ thẻ TCB, thông tin về đáp viên.*

### **3.2.3. Nghiên cứu định lượng**

#### **a/ Phương thức lấy mẫu**

Dữ liệu được thu thập thông qua các hình thức phỏng vấn trực tiếp, qua điện thoại và trả lời qua email. Thời gian tiến hành thu thập dữ liệu từ tháng 3/2012 đến tháng 7/2012.



### ***b/ Kích thước mẫu***

Tác giả đã gửi đi 350 bảng câu hỏi và nhận được hồi đáp 300 bảng, trong đó có 280 bảng thỏa mãn yêu cầu và được sử dụng để phân tích.

### ***c/ Xử lý và phân tích dữ liệu***

- **Phân tích mô tả:** Phân tích các thuộc tính của mẫu nghiên cứu như: thông tin về việc sử dụng dịch vụ thẻ TCB và thông tin về độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, trình độ học vấn, thu nhập hàng tháng,...

- **Kiểm định và đánh giá thang đo:** Để đánh giá thang đo các khái niệm trong nghiên cứu, cần phải kiểm tra độ tin cậy, độ giá trị của thang đo qua phân tích Cronbach alpha và phân tích EFA.

- **Phân tích tương quan:** Kiểm định mối tương quan tuyến tính giữa các biến trong mô hình.

- **Phân tích hồi quy đa biến:** Để xác định mối quan hệ giữa các nhóm biến độc lập và nhóm biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu.

- **Phân tích ANOVA:** Nhằm xác định ảnh hưởng của các biến định tính đối với ý định sử dụng thẻ TCB.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 3**

## **CHƯƠNG 4**

### **KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU SỰ CHẤP NHẬN VÀ SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ TECHCOMBANK TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

#### **4.1. PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MẪU**

Phương pháp thu thập dữ liệu là phỏng vấn trực tiếp và gửi bảng câu hỏi trực tiếp đến đối tượng nghiên cứu. Kích thước mẫu là 280.

**Bảng 4.1: Số lượng người điều tra đã từng sử dụng dịch vụ thẻ TCB qua khảo sát**

<b>Đã từng sử dụng dịch vụ thẻ TCB</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Phần trăm (%)</b>
Có	180	64,3
Chưa	100	35,7

**Bảng 4.2: Việc sử dụng các loại thẻ do TCB cung cấp**

	<b>Thẻ F@stAccess</b>		<b>Thẻ TCB Visa Debit</b>		<b>Thẻ TCB Visa Credit</b>		<b>Thẻ VNA-TCB- Visa</b>	
<b>Có</b>	175	97,2 %	74	41,1 %	48	26,7 %	26	14,4 %
<b>Không</b>	5	2,8 %	106	58,9 %	132	73,3 %	154	85,6 %

**Bảng 4.3: Nguồn thông tin hiểu biết về dịch vụ thẻ TCB**

<b>Nguồn thông tin</b>		<b>Số lượng (người)</b>	<b>Phần trăm (%)</b>
<b>Tivi, radio, Internet</b>	Có	99	55
	Không	81	45
<b>Báo, tạp chí,...</b>	Có	80	44,4
	Không	100	55,6
<b>Băng rôn, áp phích, tờ rơi,...</b>	Có	56	31,1
	Không	124	68,9
<b>Sự giới thiệu của người thân, bạn bè</b>	Có	83	46,1
	Không	40	53,9
<b>Sự giới thiệu của nhân viên TCB</b>	Có	91	50,6
	Không	89	49,4
<b>Nguồn khác</b>	Có	16	8,9
	Không	164	91,9

**Bảng 4.4: Việc sử dụng các dịch vụ hỗ trợ cho thẻ TCB**

<b>Dịch vụ hỗ trợ cho thẻ TCB</b>		<b>Số lượng (người)</b>	<b>Phần trăm (%)</b>
<b>Chưa từng sử dụng</b>	Đúng	30	16,7
	Sai	150	83,3
<b>F@stSaving</b>	Có	73	40,6
	Không	107	59,4
<b>F@stAdvance</b>	Có	57	31,7
	Không	123	68,3
<b>Homebanking</b>	Có	104	57,8
	Không	76	42,2
<b>Trả lương qua tài khoản thẻ</b>	Có	<b>124</b>	<b>68,9</b>
	Không	56	31,1

**Bảng 4.5: Lí do sử dụng thẻ TCB**

<b>Nguyên nhân</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Phần trăm (%)</b>
Không muốn mang theo nhiều tiền mặt	128	71,1
Trả lương qua thẻ	86	47,8
Sự đa dạng về tính năng của thẻ	90	50
Mạng lưới ATM phân bố rộng	109	60,6
Sự bảo mật và an toàn của thẻ TCB	43	23,9
Nguyên nhân khác	33	18,3

**Bảng 4.6: Những sự cố thường gặp khi sử dụng dịch vụ thẻ TCB**

<b>Những sự cố thường gặp</b>	<b>Số lượng (người)</b>	<b>Phần trăm (%)</b>
Chưa từng gặp sự cố nào	98	54,4
Thẻ bị nuốt	12	6,7
Máy ATM hết tiền	69	38,3
Bị điện giật trong buồng ATM	3	1,7
Thẻ bị khóa do nhập sai pin	12	6,7
Không rút tiền nhưng tài khoản vẫn bị trừ	6	3,3
Thời gian chờ ở máy ATM lâu	102	56,7
Sự cố khác	30	16,7

## 4.2. KIỂM ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ THANG ĐO

### 4.2.1. Phân tích hệ số tin cậy Cronbach 's Alpha

Cần phải loại bỏ các biến: **HQ1** và **HQ2** của thang đo “Hiệu quả mong đợi”, **NL6** của thang đo “*Nỗ lực mong đợi*”, **TT3** của thang đo “*Cảm nhận sự thích thú*”, **CP3** của thang đo “*Nhận thức về chi phí chuyển đổi*”. Như vậy, còn lại 21 biến được chấp nhận đưa vào phân tích nhân tố ở bước tiếp theo.

### 4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

\* **Phân tích nhân tố cho các biến độc lập:** Sử dụng phương pháp principal components với phép quay varimax. Kết quả có 5 nhân tố được trích ra từ kết quả phân tích gồm 18 biến quan sát.

\* **Phân tích nhân tố cho các biến phụ thuộc:** Sử dụng phương pháp principal components với phép quay varimax. Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố  $> 0,4$ : đạt yêu cầu.

## 4.3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU HIỆU CHỈNH

Mô hình nghiên cứu sử dụng 4 khái niệm trong mô hình đề xuất ban đầu và thêm một khái niệm mới là “Ảnh hưởng xã hội và nhận thức

về chi phí chuyển đổi”, được gộp lại từ 2 thang đo: Ảnh hưởng xã hội và nhận thức về chi phí chuyển đổi.

**Bảng 4.10. Các giả thuyết của mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh**

<b>Giả thuyết</b>	<b>Nội dung</b>
<b>H1</b>	Hiệu quả mong đợi (HQ) có tác động dương (+) lên ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB
<b>H2</b>	Nỗ lực mong đợi (NL) có tác động dương (+) lên ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB
<b>H3</b>	Ảnh hưởng của xã hội và nhận thức về chi phí chuyển đổi (AHCP) có tác động dương (+) lên ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB
<b>H4</b>	Cảm nhận sự thích thú (TT) có tác động dương (+) lên ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB
<b>H5</b>	Các điều kiện thuận tiện (DK) có tác động dương (+) lên ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB

#### **4.4. KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH VÀ CÁC GIẢ THUYẾT**

##### **4.4.1. Phân tích tương quan**

“Cảm nhận sự thích thú” có độ tương quan rất thấp với biến phụ thuộc nên bị loại bỏ và không đưa vào phân tích hồi quy đa biến.

##### **4.4.2. Phân tích hồi quy bội**

**Bảng 4.12. Tổng kết mô hình hồi quy**

Mô hình	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0,926 <sup>a</sup>	0,858	0,855	0,38014428	1,098

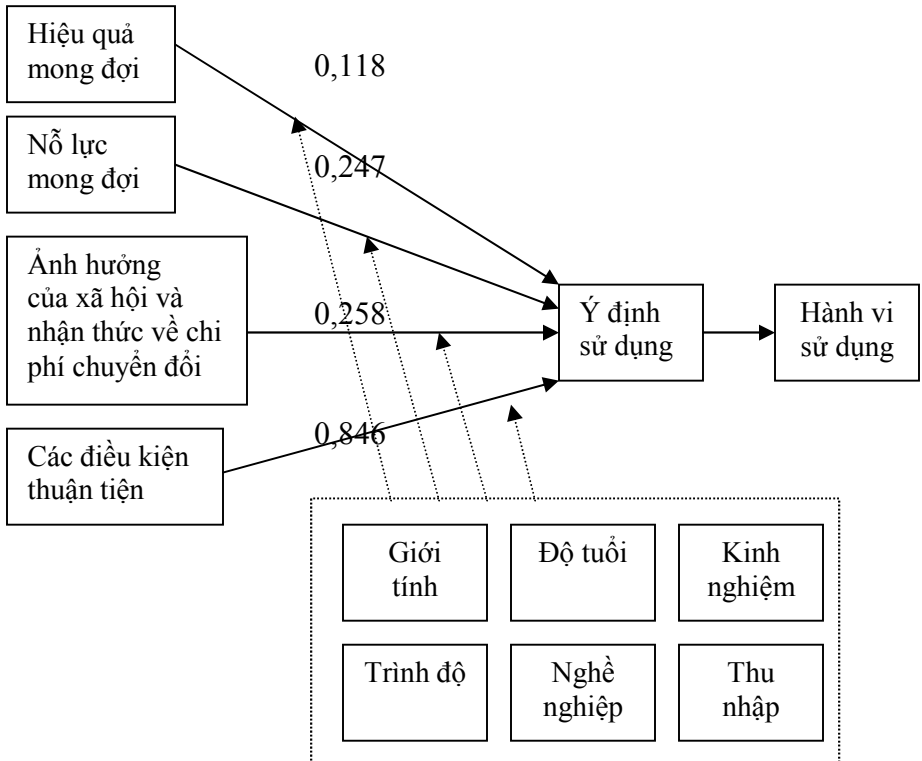
**Bảng 4.13. Các thông số thống kê của từng biến trong mô hình**

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai
1 (Constant)	-4,190E-16	0,023		0,000	1,000		
HQ	0,118	0,023	0,118	5,168	0,000	1,000	1,000
NL	0,247	0,023	0,247	10,849	0,000	1,000	1,000
AHCP	0,258	0,023	0,258	11,335	0,000	1,000	1,000
DK	0,846	0,023	0,846	37,186	0,000	1,000	1,000

Kết quả phân tích hồi quy được biểu diễn dưới dạng toán học như sau:  $YD = 0,118 HQ + 0,247 NL + 0,258 AHCP + 0,846 DK$

### 4.3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB

Sau khi phân tích hồi quy bội, mô hình cho thấy có 4 thành phần (nhân tố) tác động đến Ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB của người dân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Do vậy, mô hình lí thuyết được điều chỉnh lại cho phù hợp như sau:



**Hình 4.2. Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh cuối cùng**

#### 4.3.4. Kiểm định các giả thuyết

**Giả thuyết H1:** Hiệu quả mong đợi của dịch vụ càng cao thì ý định sử dụng dịch vụ càng cao

Hệ số hồi quy giữa HQ và YD là 0,118 nên giả thuyết H1 được chấp nhận với mức ý nghĩa 5% của mẫu dữ liệu đã khảo sát.

**Giả thuyết H2:** Nỗ lực mong đợi của dịch vụ càng cao thì ý định sử dụng dịch vụ càng cao

Hệ số hồi quy giữa NL và YD là 0,247 nên giả thuyết H2 được chấp nhận với mức ý nghĩa 5% của mẫu dữ liệu đã khảo sát.

**Giả thuyết H3:** Ảnh hưởng của xã hội và nhận thức về chi phí chuyển đổi của dịch vụ càng cao thì ý định sử dụng dịch vụ càng cao

Hệ số hồi quy giữa AHCP và YD là 0,258 nên giả thuyết H3 được chấp nhận với mức ý nghĩa 5% của mẫu dữ liệu đã khảo sát

**Giả thuyết H5:** Các điều kiện thuận tiện của khách hàng càng cao thì ý định sử dụng dịch vụ càng cao

Hệ số hồi quy giữa DK và YD là 0,846 nên giả thuyết H5 được chấp nhận với mức ý nghĩa 5% của mẫu dữ liệu đã khảo sát

Như vậy, ta chấp nhận 4 giả thuyết H1, H2, H3, H5 và bác bỏ giả thuyết H4.

#### **4.4. PHÂN TÍCH ANOVA**

Nhằm xác định ảnh hưởng của các biến định tính đối với biến định lượng, mục đích để xem xét các nhóm khách hàng khác nhau có tác động khác nhau đến ý định sử dụng dịch vụ hay không.

#### **TÓM TẮT CHƯƠNG 4**

### **CHƯƠNG 5**

## **KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ VỚI TECHCOMBANK ĐÀ NẴNG NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

### **5.1. TÓM TẮT KẾT QUẢ, Ý NGHĨA VÀ KIẾN NGHỊ**

#### **5.1.1. Tóm tắt kết quả nghiên cứu**

Kết quả nghiên cứu cho thấy các thang đo trong mô hình đều đạt độ tin cậy và độ giá trị. Nghiên cứu cũng đã xác định được mô hình các nhân tố thành phần có ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB tại TP Đà Nẵng, đó là: (1) Hiệu quả mong đợi, (2) Nỗ lực mong đợi, (3) Ảnh hưởng của xã hội và nhận thức về chi phí chuyển đổi, (4) Các điều kiện thuận tiện. Trong đó, nhân tố có tác động lớn nhất đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB là các điều kiện thuận tiện, nhân tố có tác động nhỏ nhất là hiệu quả mong đợi.

Nghiên cứu cũng đã đánh giá được sự ảnh hưởng hay không của từng nhóm khách hàng theo giới tính, độ tuổi, kinh nghiệm, nghề nghiệp, trình độ học vấn và thu nhập hàng tháng đến từng nhân tố trong mô hình, để từ đó có cơ sở xem xét mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ TCB giữa các nhóm khách hàng khác nhau.



### 5.1.2. Ý nghĩa của nghiên cứu

Việc xác định được các nhân tố có ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB tại TP Đà Nẵng là vô cùng cần thiết, nó làm cơ sở để TCB Đà Nẵng có thể hoạch định những chiến lược kinh doanh, kế hoạch phát triển dịch vụ thẻ theo mức độ ưu tiên phù hợp với nguồn lực của mình, nhằm có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng trong tương lai.

### 5.1.3. Một số kiến nghị với Techcombank Đà Nẵng

#### ❖ *Về hiệu quả mong đợi*

- Cần phải nghiên cứu phát triển thêm nhiều loại thẻ mới với nhiều tiện ích hấp dẫn đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.
- Tạo sự kết nối giao dịch thẻ thống nhất giữa các NH trong hệ thống.

#### ❖ *Về nỗ lực mong đợi*

- Cần tăng cường lắp đặt hệ thống máy ATM tại những nơi thuận tiện và đảm bảo an toàn, đảm bảo tính phủ khắp TP Đà Nẵng.
- Cần tăng cường thiết lập mạng lưới máy POS bằng các chính sách ưu đãi nhằm thu hút sự quan tâm của các đơn vị bán hàng như miễn phí lắp đặt, miễn phí đào tạo, hướng dẫn sử dụng máy POS,...
- Có những hướng dẫn cụ thể và chi tiết về cách đăng ký cũng như các thao tác sử dụng dịch vụ.

#### ❖ *Về ảnh hưởng của xã hội*

- Nên có những chương trình ưu đãi đặc biệt với khách hàng đang sử dụng thẻ nếu như họ giới thiệu thêm những khách hàng mới sử dụng dịch vụ thẻ của NH.
- Cần phải xây dựng quy trình chi trả lương qua tài khoản gọn nhẹ nhất, an toàn nhất, đảm bảo nhanh chóng và tiện lợi nhất cho doanh nghiệp.

#### ❖ *Về các điều kiện thuận tiện*

- Cần tăng cường công tác tiếp thị bằng những chương trình, chính sách năng động và ưu đãi trong công tác phát hành thẻ.
- Cần thực hiện đơn giản hóa điều kiện, thủ tục, quy trình mở thẻ, thanh toán thẻ.
- Cần đa dạng hóa các kênh phân phối thẻ

❖ *Về cảm nhận sự thích thú*

- Cần phải xây dựng chính sách giá cả linh hoạt, nâng cao tính năng tiện ích của các sản phẩm thẻ TCB cho phù hợp với nhu cầu và đáp ứng sự mong đợi của người sử dụng.

- Các chương trình quảng bá, khuyến mãi, ưu đãi của TCB phải có sức thu hút và kích thích người tiêu dùng.

- Cần thực hiện tốt công tác chăm sóc khách hàng.

❖ *Về nhận thức về chi phí chuyển đổi*

- Cần xây dựng các mức phí hợp lý và nhiều lựa chọn cho khách hàng.

- Dịch vụ thẻ TCB phải thật sự dễ sử dụng, để khách hàng không phải tốn nhiều thời gian tìm hiểu sử dụng dịch vụ.

## **5.2. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO**

*Thứ nhất*, do hạn chế về điều kiện nghiên cứu như thời gian, chi phí,... nên nghiên cứu chỉ tập trung thực hiện trong phạm vi thành phố Đà Nẵng. Việc thực hiện khảo sát chỉ trên địa bàn này sẽ không phản ánh chính xác cho toàn bộ thị trường của Việt Nam. Nếu phạm vi khảo sát được tiến hành mở rộng trên toàn quốc thì kết quả nghiên cứu sẽ mang tính khái quát hơn.

*Thứ hai*, phương pháp nghiên cứu được thực hiện trong đề tài này là phương pháp lấy mẫu thuận tiện, số lượng mẫu nhỏ và phân bố không đồng đều giữa các nhóm. Nếu có thể lấy số lượng mẫu lớn hơn và phương pháp lấy mẫu theo xác suất kết hợp với phương pháp lấy mẫu theo tỷ lệ thì kết quả nghiên cứu sẽ phản ánh đúng hơn cũng như có thể chỉ ra được sự khác nhau về hành vi sử dụng thẻ TCB đối với các nhóm nghiên cứu khác nhau.

*Cuối cùng*, nghiên cứu này chỉ tập trung khảo sát 6 nhân tố có ảnh hưởng đến sự chấp nhận và sử dụng dịch vụ thẻ TCB. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy độ thích hợp của mô hình là 85,5%, nghĩa là chỉ có 85,5% phương sai của biến phụ thuộc “Ý định sử dụng” được giải thích bởi các nhân tố trong mô hình. Như vậy, còn 14,5% phương sai của biến phụ thuộc được giải thích bởi các nhân tố bên ngoài mô hình, đây là các thành phần chưa được đề cập trong mô hình nghiên cứu đề xuất.