BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

TÔ MINH TUẤN

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG THẺ ATM CỦA NGÂN HÀNG ĐÔNG Á

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 60.34.01.02

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng – Năm 2016

Công trình được hoàn thành tại

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. LÊ DÂN

Phản biện 1: TS. NGUYỄN XUÂN LÃN

Phản biện 2: TS. NGUYỄN THÀNH HIẾU

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Kon Tum vào ngày 18 tháng 9 năm 2016

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

Với quá nhiều đối thủ cạnh tranh, các công ty cần chi tiêu nhiều nổ lực trong việc dành được khách hàng cũng như duy trì họ.Với sự phát triển của công nghệ thông tin, và xã hội ngày nay, ATM là một giải pháp của nền văn minh hiện đại, giải pháp không dùng tiền mặt. Thị trường ATM dự báo sẽ rất lớn trong tương lai, các ngân hàng đang rất chú trọng vào việc thu hút những khách hàng hàng mới cho mình mà quên mất một điều rất quan trọng là giữ họ luôn sử dụng thẻ ngân hàng mình, khiến những người sử dụng ATM rất dễ thay đổi ngân hàng và thường sử dụng nhiều thẻ của các ngân hàng khác nhau. Mà chi phí bỏ ra để thu hút khách hàng mới luôn lớn duy trì một khách hàng cũ. Mà để có Khách hàng cũ thì việc đầu tiên là phải có được một số lượng khách hàng mới nhất định. Vấn đề nghiên cứu ở đây là ***"Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ ATM của Ngân Hàng Đông Á".*** Phạm vi nghiên cứu chủ yếu là ở thị trường Kon Tum.

2. Mục đích nghiên cứu

Thứ nhất là nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ của khách hàng đối với ngân hàng Đông Á. Thứ hai là dựa trên những yếu tố ảnh hưởng đó để đề xuất những giải pháp cơ bản nhằm gia tăng quyết định lựa chọn sử dụng dịch vụ của khách hàng đối với ngân hàng Đông Á.

3. Câu hỏi nghiên cứu

- Dịch vụ thẻ ngân hàng là gì? Ý định sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng của khách hàng là gì?

- Những yếu tố nào ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ ngân hàng? Áp dụng cho trường hợp ngân hàng Đông Á gồm những

nhân tố nào?

- Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến ý định của khách hàng sử dụng thẻ ATM của ngân hàng Đông Á?

- Mức độ ảnh hưởng và giá trị thực trạng của các yếu tố này ở thời điểm hiện tại được khách hàng đánh giá như thế nào?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Lý thuyết về ý định hành vi, các mô hình nghiên cứu về ý định hành vi và các nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi áp dụng đối với dịch vụ thương mại điện tử.

- Đặc điểm của dịch vụ thẻ ngân hàng và thị trường thẻ ngân hàng Đông Á tại Kon Tum, cùng những vấn đề khác liên quan đến quá trình xây dựng, kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ ATM của khách hàng – Áp dụng cho trường hợp ngân hàng Đông Á – CN Kon Tum

Đối tượng khảo sát bao gồm những khách hàng có ý định sử dụng hoặc đang sử dụng dịch vụ thẻ tại Ngân hàng Đông Á

Thời gian thực hiện nghiên cứu được tiến hành từ tháng 07/2016 đến tháng 09/2016

5. Phương pháp nghiên cứu.

a. Phương pháp thu thập dữ liệu.

b. Phương pháp chọn mẫu.

c. Phương pháp xử lý dữ liệu.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Kết quả nghiên cứu này mang đến một số ý nghĩa sau:

Dịch vụ khó đo lường, nhận ra các yếu tố chất lượng đặc trưng của một dịch vụ do khách hàng đánh giá. Việc hiểu kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng trong việc sử dụng thẻ ATM của Ngân hàng

Đông Á giúp nhà quản lý hiểu rõ hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu đối tượng phục vụ của mình để thu hút khách hàng

Mức độ chất lượng của dịch vụ cung cấp và mức độ ảnh hưởng của nó đến sự hài lòng của khách hàng giúp ngân hàng Đông Á có cơ hội nhìn lại mình từ góc độ khách hàng. Đây là cơ sở để DongA bank nhận ra điểm mạnh yếu, các chức năng cần tập trung trong việc cung ứng sản phẩm thẻ ATM từ đó đưa ra chính sách quản lý, biện pháp điều chỉnh thích hợp để nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

7. Tổng quan các tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ

1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ

1.1.1. Định nghĩa về dịch vụ

1.1.2. Đặc tính của dịch vụ

a. Tính vô hình (intangible)

b. Tính không đồng nhất (heterogeneous)

c. Tính không thể tách rời (inseparable)

d. Tính không thể cất trữ (unstored)

1.1.3 Chất lượng dịch vụ

1.1.3.1 Định nghĩa

1.1.3.2 Các loại khoảng cách trong chất lượng dịch vụ

1.2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ

1.3. CÁC CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ

1.3.1. Mô hình nghiên cứu thực nghiệm "Factors Affecting the Decisions of Tabung Haji Customers in Malaysia to Use ATM Banking" (2010) của Hanudin Amin.

Nghiên cứu dựa trên mô hình TAM mở rộng để giải thích các nhân tố tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ của một ngân hàng ở Malaysia bằng cách thêm vào mô hình TAM nguyên thủy hai biến mới là nhận thức tôn giáo và nhận thức sự tín nhiệm. Kết quả chỉ ra rằng nhận thức sự hữu dụng, nhận thức tính dễ sử dụng, nhận thức tôn giáo và nhận thức sự tín nhiệm là những nhân tố quyết định đến ý định sử dụng dịch vụ.

1.3.2. Mô hình nghiên cứu của Sultan Singh, Ms Komal (2009)

Mô hình nghiên cứu so sánh giữa ba ngân hàng SBI, ICICI và HDFC về ảnh hưởng của dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng. Trong nghiên cứu, tác giả đã chỉ ra 4 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng để sử dụng dịch vụ của khách hàng.

1.3.3. Mô hình nghiên cứu "Evaluating the ATM insourcing/ outsourcing decision" (2007)

Mô hình được thực hiện bởi First Annapolis đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ của khách hàng. Theo tác giả, có ba vấn đề ảnh hưởng đến hành vi khách hàng, đó là vấn đề về các loại phí (gồm phí trực tiếp như phí phát hành, phí giao dịch,… và phí gián tiếp như phí bảo hành hằng năm…), các vấn đề liên quan đến chức năng và hoạt động của sản phẩm dịch vụ và các vấn đề liên quan đến chiến lược như sự khác biệt đối với sản phẩm cạnh tranh, chi phí chuyển đổi, dịch vụ chăm sóc khách hàng…

CHƯƠNG 2
MÔ HÌNH ĐỀ XUẤT VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

2.1. TỔNG QUAN VỀ SẢN PHẨM CỦA NGÂN HÀNG

2.1.1. Khái niệm sản phẩm ngân hàng

2.1.2. Phân loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng

2.1.3. Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ ngân hàng

- Tính vô hình
- Tính không thể tách biệt
- Tính không ổn định và khó xác định

2.2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG ĐÔNG Á

2.2.1. Tổng quan về ngân hàng Đông Á

2.2.2. Tình hình hoạt động của ngân hàng Đông Á

2.3. THỰC TRẠNG DỊCH VỤ ATM NGÂN HÀNG ĐÔNG Á

2.3.1. Thuận lợi và hạn chế của thẻ ATM

❖ **Thuận lợi**

a. Đối với người sử dụng

Rút tiền mặt: Khả năng đầu tiên và cơ bản nhất của thẻ ATM là giúp cho người sử dụng có thể rút tiền mặt trong tài khoản của mình một cách dễ dàng và nhanh chóng. Khi người chủ thẻ có nhu cầu rút tiền, họ chỉ cần mang thẻ ATM đến bất cứ máy ATM nào gần nhất. Khách hàng chỉ việc ấn thẻ ATM vào máy, bấm mã số và yêu cầu số tiền mình cần rút, mọi thao tác chỉ diễn ra trong vòng từ 30 giây đến 1 phút

Gửi tiền: Đây là dịch vụ mà ngân hàng Đông Á là ngân hàng đầu tiên trong nước cho phép khách hàng của mình gửi tiền qua thẻ ATM mà không phải đến trực tiếp ngân hàng. Đây là một tiện ích nhằm nâng cao giá trị sử dụng của thẻ ATM đồng thời tạo được ưu thế cho thẻ ATM của ngân hàng trên thị trường thẻ hiện nay..

Thanh toán các dịch vụ: Đây là một tiện ích góp phần phục vụ tốt hơn cuộc sống của con người vì nó tiết kiệm được thời gian, công sức và chi phí cho người sử dụng. Người sử dụng có thể trả các khoản chi phí dịch vụ của gia đình như: điện, nước, điện thoại, phí internet, đóng bảo hiểm, thậm chí cả việc ủng hộ các quỹ từ thiện bằng cách chuyển khoản qua chính thẻ ATM của mình. Điều này sẽ giúp người dân thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt. Hiện nay các ngân hàng đang tìm cách để liên kết với các công ty điện lực, cấp

nước, điện thoại… để tiến hành đưa dịnh vụ này vào phục vụ khách hàng mà đi đầu là ngân hàng Đông Á. Trên thực tế, các công ty điện thoại, điện, nước..hoàn toàn có khả năng uỷ thác cho ngân hàng thu tiền dịch vụ hàng tháng của khách hàng. Giấy báo tiền điện, nước…được gửi trực tiếp đến ngân hàng, ngân hàng sẽ thanh toán cho các công ty, cuối tháng ngân hàng sẽ gửi bản sao kê các loại tiền dịch vụ đã được khấu trừ cho khách hàng của mình là xong. Điều này cũng giúp các công ty tiết kiệm được thời gian công sức và chi phí cho việc thu tiền hàng tháng theo cách thủ công.

+ Khi thanh toán hoá đơn: Khách hàng bấm phím "Thanh toán hoá đơn" máy sẽ yêu cầu chọn loại dịch vụ cần thanh toán (điện, nước, điện thoại, …). Bấm phím tương ứng mà hình sẽ xuất hiện chọn nhà cung cấp dịch vụ (ví dụ: MobiFone, Vinaphone, Manulife…). Máy yêu cầu nhập số tham chiếu (hợp đồng, mã khách hàng, số thuê bao, …) bấm ENTER/NHẬP.

Máy yêu cầu xác nhận lại số tham chiếu-bấm ENTER/NHẬP. Máy yêu cầu nhập số tiền muốn thanh toán-bấm ENTER/NHẬP. Màn hình xuất hiện "xác nhận số tiền bạn vừa thanh toán số tiền X cho dịch vụ Y với số tham chiếu Z" và hỏi "Bạn có muốn in hoá đơn giao dịch", bấm phím "Có" hoặc "Không", nếu có chờ nhận hoá đơn tại "Khe hoá đơn"…

Danh mục các dịch vụ mà chủ thẻ có thể thanh toán qua ATM được hiển thị ngay trên máy ATM. Chủ thẻ đa năng của ngân hàng Đông Á có thể thanh toán tiền bảo hiểm, nước, điện, điện thoại,…Chủ thẻ VCB có thể thanh toán qua ATM cho các hoá đơn dịch vụ sinh hoạt như: điện thoại cố định, thuê bao di động trả sau, tiền phí bảo hiểm, tiền điện…Trong đó riêng thanh toán tiền MobiFone thì chủ thẻ phải đăng ký qua tin nhắn để được cấp pin và

số pin này để nhập vào khi thanh toán.

+ Thanh toán tự động: ngoài ra, ở một số ngân hàng chủ thẻ có thể thanh toán tiền dịch vụ mà không cần đến ATM. Như ở ngân hàng Đông Á có dịch vụ thanh toán tự động tiền điện, nước, điện thoại/internet, tiền bảo hiểm qua thẻ Đông Á. Chủ thẻ chỉ cần đăng ký một lần tại ngân hàng, thủ tục là giấy thông báo hoặc hoá đơn kỳ trước. Hiện ngân hàng Đông Á đã hợp tác được với các đơn vị để triển khai chương trình thanh toán các dịch vụ tự động cho khách hàng…

Đến kỳ thanh toán, căn cứ trên hồ sơ nhờ thu của bên cung cấp dịch vụ gửi qua, ngân hàng tự động trích tiền từ tài khoản thẻ của khách hàng để thanh toán cho kỳ hoá đơn dịch vụ đó, hoá đơn sẽ được gửi đến khách hàng sau.

Chuyển khoản: Ngoài việc gửi tiền, rút tiền và thanh toán các chi phí dịch vụ của gia đình, thẻ ATM còn có chức năng chuyển khoản theo yêu cầu của khách hàng trở nên nhanh chóng, an toàn và tiện lợi.

An toàn và có khả năng sinh lời: Thẻ ATM còn có tác dụng như một người bảo vệ túi tiền cho khách hàng, bởi chỉ duy nhất chủ thẻ mới biết mã số để rút tiền. Ngay cả trong trường hợp chủ thẻ đánh mất thẻ của mình thì người khác cũng không thể rút tiền trong tài khoản nếu không biết mã số. Hơn nữa, do không giữ quá nhiều tiền mặt trong người nên khách hàng cũng không sợ mất mát do trộm cắp. Bên cạnh đó việc có thể thường xuyên kiểm tra các khoản tiền đã được sử dụng qua thẻ ATM sẽ giúp người chủ thẻ quản lý tốt túi tiền của mình và có kế hoạch chi tiêu hợp lý. Một điều hết sức có lợi cho người sử dụng thẻ ATM được tính theo mức lãi xuất tiền gửi không kỳ hạn là 0.02% tháng.

b. Đối với các doanh nghiệp

Tiện lợi trong việc sử dụng dịch vụ trả lương qua thẻ: So với hình thức chi trả lương thủ công như lâu nay thì việc chi trả lương qua tài khoản tiện lợi hơn nhiều. Vì các doanh nghiệp chỉ cần đăng ký mở tài khoản cho nhân viên của mình tại ngân hàng và chuyển bảng lương của doanh nghiệp vào mỗi kỳ phát lương cho ngân hàng, ngân hàng sẽ tự động hoạch toán và chuyển số lương tương ứng vào tài khoản của từng nhân viên

Tiết kiệm được thời gian và chi phí: Việc trả lương qua thẻ ATM sẽ giúp cho các doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian do không phải trực tiếp phát lương đến từng nhân viên như trước đây và hơn nữa khi thực hiện trả lương qua thẻ doanh nghiệp cũng giảm được chi phí cho bộ máy phát lương, quản lý tốt ngân quỹ trong chi trả và tránh tình trạng tiền giả

Quản lý tốt tiền lương cho công nhân: Khi các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ trả lương qua thẻ ATM thì ngoài việc các doanh nghiệp có lợi thì công nhân nhận lương từ thẻ ATM cũng có lợi về nhiều mặt. Trước hết là các công nhân sẽ được hưởng mọi tiện ích từ chiếc thẻ ATM và họ có thể rút tiền theo nhu cầu chi tiêu của mình. Hơn nữa tiền lương còn lại trên tài khoản thẻ ATM của họ sẽ được bảo đảm an toàn và được hưởng lãi suất tiền gửi không kỳ hạn theo quy định của ngân hàng. Thêm vào đó việc sử dụng thẻ ATM trong việc chi trả lương giúp bảo mật về tiền lương, thưởng và các khoản tiền phụ cấp khác của công nhân, điều này sẽ tránh được chuyện ganh tỵ lẫn nhau trong nội bộ. Đây cũng là một trong nhiều nguyên nhân khiến các doanh nghiệp quay sang sử dụng dịch vụ

c. Đối với các ngân hàng

Đối với ngân hàng trung ương: Tuy ngân hàng trung ương

không trực tiếp tham gia vào dịch vụ thẻ ATM nhưng việc người dân sử dụng thẻ ATM lại có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động của ngân hàng trung ương cũng như hệ thống tài chính của một quốc gia, đặc biệt là đối với một nước đang phát triển và trên 90% người dân có thói quen sử dụng tiền mặt trong thanh toán. Việc các ngân hàng thương mại huy động được vốn từ việc mở tài khoản thanh toán cho thẻ ATM đã làm tăng mức dự trữ bắt buộc của các ngân hàng thương mại tại ngân hàng Trung ương

Đối với các ngân hàng thương mại: Có thể nói việc xuất hiện của thẻ ATM trong thanh toán đã góp phần làm cho các dịch vụ tài chính tiền tệ trở nên đa dạng, phong phú và hiệu quả hơn. Ngân hàng có thể phục tốt hơn các nhu cầu giao dịch ngày càng cao của khách hàng trong nền kinh tế phát triển như hiện nay. Việc các ngân hàng đua nhau phát triển thẻ ATM ở Việt Nam sẽ giúp các ngân thu hút những khách hàng đang có nhu cầu sử dụng thẻ ATM. Bên cạnh đó việc đưa dịch vụ thẻ ATM vào phục vụ nhu cầu giao dịch của người dân đòi hỏi các ngân hàng phải tự trang bị và nâng cao khả năng tự động hoá trong giao dịch và chất lượng phục vụ khách hàng trong và ngoài nước, nhất là khi Việt Nam đang trong quá trình hội nhập với thế giới và ngành du lịch Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ như hiên nay. Đây là một bước tiến tất yếu phù hợp với yêu cầu của một một nền kinh tế công nghiệp hoá hiện đại hoá. Bên cạnh đó việc các ngân hàng đưa dịch vụ thẻ ATM vào khai thác sẽ mở ra một kênh huy động vốn lớn cho ngân hàng. Có thể số lượng tiền gửi trong tài khoản của mỗi thẻ ATM không lớn, nhưng nếu tính trên tổng số thẻ ATM mà ngân hàng phát hành thì đây là một số tiền đáng kể với các ngân hàng. Theo thống kê của báo Tuổi Trẻ Net 19/10/2004 thì với 360.600 tài khoản cá nhân được mở tại các ngân hàng thì số tiền bình

quân trên các tài khoản này là 5.400 tỷ đồng. Trong đó ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam chỉ với khoảng 11.000 tài khoản của các cán bộ, nhân viên và sinh viên của trường Đại học Kinh Tế thành phố HCM thì số dư bình quân trên các tài khoản này là từ 30 đến 40 tỷ đồng. Còn đối với ngân hàng Đông Á khi phát hành được khoảng 63.000 thẻ ATM thì số tiền bình quân trên tài khoản của khách hàng là khoảng 60 tỷ đồng. Từ các số liệu trên có thể thấy rằng thẻ ATM là một kênh huy động vốn hết sức hiệu quả

❖ **Nhược điểm**

e. Thẻ ATM chưa thật sự an toàn

Có thể nói, ngày nay văn minh thanh toán không dùng tiền mặt đang được phổ biến rộng rãi ở khá nhiều nước trên toàn thế giới. Một trong những công cụ góp phần làm giảm việc thanh toán tiền mặt chính là những chiếc thẻ nhỏ gọn và xinh xắn, được coi như là những "chiếc ví điện tử". Tuy nhiên, trong thời đại khoa học cực thịnh công nghệ cực thịnh như hiện nay và internet được phổ cập rộng rãi và toàn cầu thì việc bảo mật cho những chiếc thẻ đang là một vấn đề làm đau đầu các chuyên gia trong ngành ngân hàng bởi nạn làm thẻ giả và đánh cắp thông tin cá nhân của thẻ qua các máy ATM đang ngày càng được phổ biến nhân rộng với những cách thức tinh vi hơn điều đó đã được tổ chức thẻ quốc tế cảnh báo từ rất lâu.

Tuy mới phát triển chưa lâu song có nhiều vụ khiếu kiện về việc mất tiền trong tài khoản thẻ ATM mà "khổ chủ" - người sử dụng không biết kêu ai đành phải ngậm đắng chịu thiệt thòi. Một trong những nguyên nhân chính là tính an toàn của dịch vụ thẻ chưa được đảm bảo. Theo dự báo của các chuyên gia, đây chính là cuộc chiến mới của các ngân hàng khi chấp nhận vào cuộc chơi với dịch vụ thẻ.

Việc làm giả thẻ khá phổ biến trên thế giới và chắc chắn các dịch vụ thẻ của Việt Nam cũng không là ngoại lệ. Nhưng điều quan trọng hơn mà người dân quan tâm là các biện pháp hữu hiệu để bảo vệ quyền lợi của khách hàng lại chưa có. Chính vì thế, khi các ngân hàng Việt Nam có máy ATM bị rút tiền bằng thẻ tín dụng quốc tế giả thì họ không phải chịu trách nhiệm gì về thiệt hại tài chính do thẻ tín dụng quốc tế giả gây nên bởi đó là giao dịch "hợp pháp". Thực chất, thẻ tín dụng chỉ là một tấm thẻ cung cấp các thông tin cho hệ thống phần mềm máy tính sử lý, nếu các thông tin đó là đúng thì máy tính sẽ tiến hành giao dịch.

Ngoài ra, hiện nay ngân hàng và người sử dụng vẫn phải giao dịch với nhau trên cơ sở pháp lý là quy chế phát hành thẻ đã ban hành từ trước đó.Ngân hàng nhà nước chưa có bất kỳ quy định nào ràng buộc các ngân hàng cung cấp dịch vụ thẻ phải trang bị camera an ninh tại nơi đặt máy ATM

f. Dịch vụ thẻ ATM còn yếu

Gần đây các ngân hàng đã lắp đặt thêm nhiều máy ATM trên toàn quốc. Tuy nhiên dường như hệ thống giao dịch điện tử qua máy ATM vẫn chưa thực sự sẵn sàng vào cuộc. Đó là chưa kể đến những thách thức không dễ khắc phục càng làm hạn chế các tính năng của thẻ. Các ngân hàng phát hành thẻ chưa liên kết với nhau thành một hệ thống nên thẻ của ngân hàng này phát hành không sử dụng được tại máy ATM của ngân hàng khác.

Trong khi chức năng chính của thẻ là thanh toán thì đa số người tiêu dùng hiện nay chỉ dùng thẻ để rút tiền mặt tại các máy ATM, từ đó dẫn đến hiểu sai chức năng của thẻ. Các địa điểm có lượng giao dịch đòi hỏi thanh toán nhiều như siêu thị, trung tâm thương mại, nhà hàng hiện nay vẫn chưa có các máy đọc thẻ. Ngay

tại một số siêu thị lớn có máy đọc thẻ thì cũng không được trang bị tại tất cả các quầy thu ngân, do đó khách hàng vẫn gặp khó khăn khi muốn trả tiền bằng thẻ. Một bất cập khác của thẻ ATM là chưa thật sự có nhiều tiện ích, hấp dẫn khách hàng. Mảng phát triển mạnh nhất của dịch vụ thẻ này là trả lương qua tài khoản. Tuy nhiên, mới chỉ có các công ty lớn, tập đoàn, liên doanh và các tổ chức nước ngoài "sài" dịch vụ này. Các tiện ích khác như chuyển khoản, thanh toán bảo hiểm, tiền điện thoại, tiền điện… hiện chỉ có một số ngân hàng áp dụng điển hình là ngân hàng Đông Á

g. Hệ thống thẻ ATM thường xuyên bị quá tải

Trong những năm gần đây, mặc dù thị trường thẻ ATM phát triển nhanh chóng nhưng số lượng thẻ ATM phát hành còn rất thấp so với tiềm năng thị trường. Tuy nhiên, hệ thống ATM đã bắt đầu có dấu hiệu quá tải.

2.3.2. Hệ thống ATM và thẻ của ngân hàng Đông Á

Bảng 2.3. Tốc độ mở rộng mạng lưới phân phối của ngân hàng Đông Á giai đoạn 2013 - 2015

Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	2014/2013		2015/2014	
				+/-	%	+/-	%
Hệ thống máy ATM	978	983	1,016	5	0.51	33	3.36
ATM thế hệ mới	240	244	250	4	1.67	6	2.46

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Đông Á)

2.3.3. Chính sách phát triển thẻ của ngân hàng Đông Á

a. Phương thức vận động khách hàng sử dụng thẻ

b. Phương thức phát triển các tiện ích gia tăng

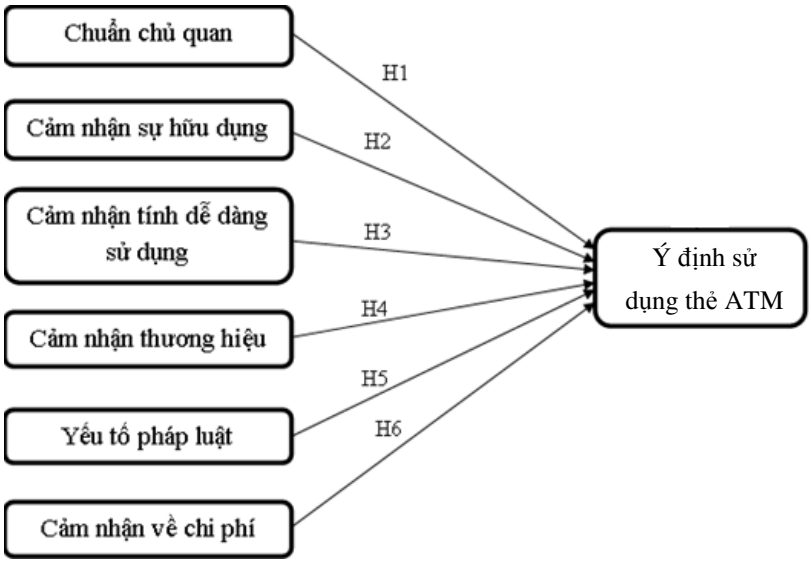
c. Thiết lập mạng lưới chấp nhận thẻ ATM

2.4. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT

2.4.1. Nguyên tắc xây dựng mô hình

2.4.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Mô hình nghiên cứu các nhân tố tác động đến ý định sử dụng thẻ ATM của ngân hàng Đông Á được đề xuất gồm một biến phụ thuộc: Ý định sử dụng thẻ ATM– YĐ và sáu biến độc lập: (1) Chuẩn chủ quan – CQ, (2) Cảm nhận hữu dụng – HD, (3) Cảm nhận tính dễ dàng sử dụng – DD, (4) Cảm nhận thương hiệu – TH, (5) Yếu tố pháp luật – PL, (6) Cảm nhận về chi phí – CP. Ngoài ra còn có yếu tố nhân khẩu.



Hình 2.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.5. CÁC THÀNH PHẦN CỦA MÔ HÌNH VÀ CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

2.5.1. Chuẩn chủ quan (CQ)

H1:Chuẩn chủ quan của cá nhân khách hàng có ảnh hưởng

cùng chiều và trực tiếp đến ý định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành.

2.5.2. Cảm nhận hữu dụng (HD)

H2: Cảm nhận hữu dụng khi sử dụng thẻ có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành.

2.5.3. Cảm nhận tính dễ dàng sử dụng (DD)

H3: Cảm nhận tính dễ dàng sử dụng khi sử dụng thẻ có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành.

2.5.4. Cảm nhận thương hiệu (TH)

H4: Cảm nhận thương hiệu ngân hàng có ảnh hưởng cùng chiều và trực tiếp đến ý định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành.

2.5.5. Nhân tố pháp luật (PL)

H5: Yếu tố pháp luật có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành.

2.5.6. Cảm nhận chi phí (CP)

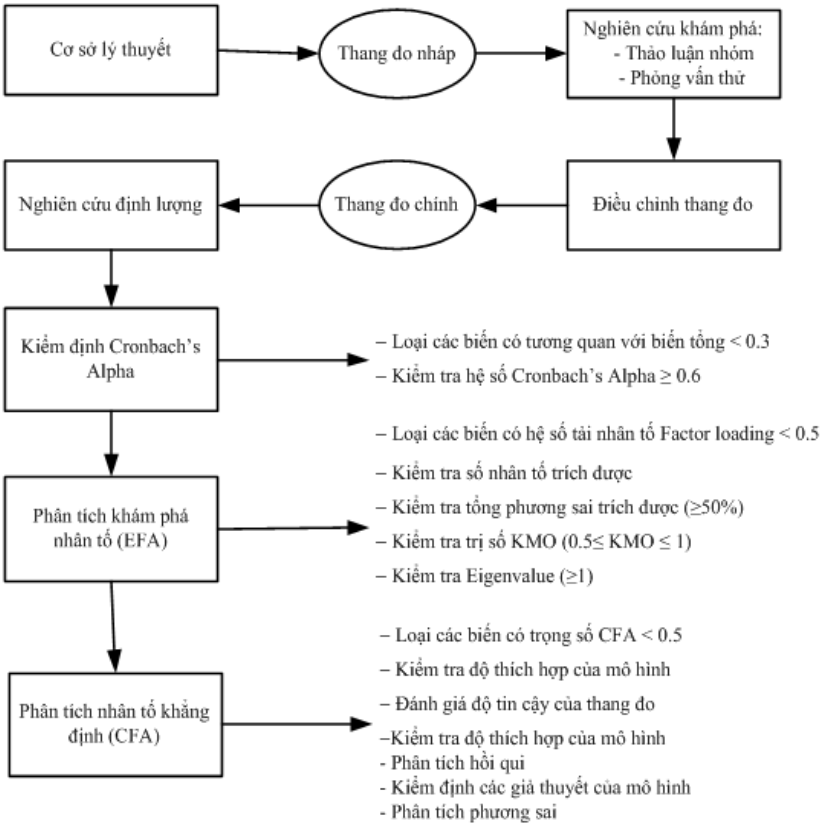
H6: Cảm nhận về chi phí khi sử dụng thẻ có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành.

2.5.7. Ý định sử dụng (YĐ)

Ý định của khách hàng phụ thuộc vào sản phẩm hay dịch vụ mà họ sử dụng, nên các yếu tố khác nhau sẽ có mức ảnh hưởng khác nhau lên khách hàng. Các lý thuyết về việc từ khi có ý định đến khi ra quyết định sử dụng của khách hàng đã phát triển theo thời gian. Quá trình từ ý định đến ra quyết định sử dụng thẻ ATM do Ngân hàng Đông Á phát hành của các nhóm khách hàng có thể được giải thích bằng một cách tiếp cận xử lý thông tin, khách hàng tìm thấy những thông tin, đánh giá nó và quyết định lựa chọn để sử dụng.

CHƯƠNG 3
THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

3.1. QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU



Hình 3.1. Quy trình nghiên cứu

3.2. NGHIÊN CỨU SƠ BỘ

3.2.1. Xây dựng thang đo

- Thang đo chuẩn chủ quan (CQ)
- Thang đo cảm nhận hữu dụng (HD)
- Thang đo cảm nhận tính dễ dàng sử dụng (DD)

- Thang đo cảm nhận thương hiệu (TH)
- Thang đo nhân tố pháp luật (PL
- Thang đo cảm nhận chi phí (CP)
- Thang đo ý định sử dụng (YĐ)

3.2.2. Thiết kế Bảng hỏi

Để triển khai, trước tiên cần xác định bảng câu hỏi gồm những thành phần chính như sau:

Phần I: Thông tin tổng quát về người dân (đối tượng phỏng vấn)

Phần II: Đánh giá của người dân về một số mặt liên quan trong ý định sử thẻ ATM của Ngân hàng Đông Á.

Phần III: Phần góp ý

Bảng hỏi xem Phụ lục 1.

3.3. NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

3.3.1. Phương pháp thu thập thông tin và cỡ mẫu

Mẫu được chọn theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên. Dữ liệu trong nghiên cứu này có sử dụng phương pháp phân tích khám phá nhân tố EFA.

3.3.2. Mã hóa, nhập liệu

Để thuận tiện cho việc khảo sát, phân tích, đánh giá các yếu tổ ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ ATM của Ngân Hàng Đông Á, tác giả sẽ mã hóa dữ liệu bằng thang đo chất lượng dịch vụ thẻ ATM

3.3.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

a. Tổng quan về mẫu điều tra

Phương pháp sử dụng chủ yếu là phân tổ kết hợp, số tuyệt đối và số tương đối, phương pháp đồ thị và bảng thống kê. Thực hiện thống kê theo các đặc tính: giới tính, loại hình dịch vụ, trình độ học vấn. Dựa vào kết quả để đánh giá mức độ đại diện của mẫu.

b. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Phương pháp này cho phép loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong quá trình nghiên cứu. Những biến quan sát không ảnh hưởng nhiều đến tiêu chí đánh giá sẽ tương quan yếu với tổng số điểm. Nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng khi Cronbach's alpha từ 0,8 đến gần bằng 1 thì thang đo lường là tốt, từ 0,7 đến gần 0,8 là sử dụng được.

c. Phân tích nhân tố EFA

Phân tích nhân tố dựa vào chỉ số Eigenvalue để xác định số lượng các nhân tố.

d. Phương pháp hồi qui và tương quan

Luận văn sẽ thực hiện phân tích hồi quy theo trình tự sau:

Thiết lập mô hình

Ước lượng các tham số của mô hình

Đánh giá mô hình

Phân tích kết quả

e. Phân tích phương sai (ANOVA)

Phân tích phương sai là cách thức để kiểm định có hay không sự khác nhau về hành vi theo các đặc điểm: giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, trình độ học vấn bằng phân tích phương sai ANOVA với mức ý nghĩa $\alpha = 0.05$

CHƯƠNG 4
PHÂN TÍCH NGHIÊN CỨU

4.1. TỔNG QUAN VỀ SỐ LIỆU ĐIỀU TRA

❖ Giới tính, tuổi

Bảng 4.1. Giới tính, tuổi, trình độ học vấn mẫu khảo sát

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	137	54.8
	Nữ	113	45.2
Tuổi	Dưới 20	15	6
	Từ 20 - 29	144	57.6
	Từ 30 - 39	71	28.4
	Trên 40	20	8
Trình độ học vấn	Sau đại học	16	6.4
	Đại học	91	36.4
	Cao đẳng	55	22
	Trung cấp	75	30
	THPT	10	4.0
	Khác	3	1.2

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

❖ Nghề nghiệp và thu nhập

Bảng 4.2. Nghề nghiệp, thu nhập mẫu khảo sát

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ
Nghề nghiệp	Hoc sinh	1	0,4
	Sinh viên	74	29,6
	Cán bộ công nhân viên	60	24,0
	Công nhân	86	34,4
	Thất nghiệp	23	9,2
	Khác	6	2,4
Thu nhập	Dưới 2 triệu	11	4.4
	2-5 triệu	91	36.4
	Từ 5-10 triệu	110	44
	Trên 10 triệu	38	15.2

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

Nghề nghiệp mẫu khảo sát được được phân bố đều và rải rác từ trình độ thấp nhất cho tới trình độ sau đại học. Trong đó nhóm người khảo sát là công nhân và sinh viên và cán bộ công nhân viên chiếm tỷ trọng cao nhất với tỷ trọng 24% - 34,4%

Mức thu nhập của đối tượng tham gia khảo sát cao nhất là trên 10 triệu với 38 người chiếm tỷ trọng 15,2%. Mức thu nhập thấp nhất là dưới 2 triệu đồng với 11 người chiếm tỷ trọng 4,4%

❖ Thời gian sử dụng thẻ

Bảng 4.3. Thời gian sử dụng thẻ của mẫu khảo sát

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ
Thời gian sử dụng thẻ	< 1 năm	92	36.8
	1 - 3 năm	37	14.8
	> 3 năm	38	15.2
	Chưa sử dụng	83	33.2
Tổng cộng		250	100

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

Đối tượng khảo sát có thời gian sử dụng thẻ ATM dưới 1 năm là 92 người chiếm 36,8%, từ 1 đến 3 năm là 37 người chiếm 14,8% và trên 3 năm là 38 người chiếm 15,2% và những người chưa sử dụng là 83 người chiếm tỷ rọng 33,2%

❖ Mục đích sử dụng thẻ

Mục đích sử dụng thẻ của khách hàng nhằm rút tiền chiếm tỷ trọng cao nhất với 88 người lựa chọn tương ứng với tỷ trọng 35,2% và truy vấn thông tin tài khoản với 66 người lựa chọn tương ứng với tỷ trọng 26,4%. Khách hàng sử dụng thẻ với mục đích nộp tiền vào tài khoản và mục đích khác chiếm tỷ trọng thấp nhất

Bảng 4.4. Mục đích sử dụng thẻ

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ
Mục đích sử dụng thẻ	Chuyển khoản	41	16,4
	Nộp tiền vào tài khoản	37	14,8
	Truy vấn thông tin tài khoản	66	26,4
	Rút tiền	88	35,2
	Mục đích khác	18	7,2
TỔNG CỘNG		250	100

❖ Mức độ thường xuyên sử dụng thẻ

Mức độ thường xuyên sử dụng thẻ 1 lần 1 tuần chiếm tỷ trọng cao nhất là 30,4% tương ứng với 76 người lựa chọn. Số lượng người sử dụng thay đổi qua từng tháng chiếm tỷ trọng thấp nhất với 1,6%

Bảng 4.5. Mức độ thường xuyên sử dụng thẻ

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ
Mức độ thường xuyên sử dụng thẻ	Hàng ngày	21	8.4
	1 lần 1 tuần	76	30.4
	Vài lần 1 tuần	60	24
	1 lần 1 tháng	72	28.8
	Vài lần 1 tháng	17	6.8
	Thay đổi qua từng tháng	4	1.6
TỔNG CỘNG		250	100

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

❖ Khách hàng tiếp cận thẻ ATM qua các kênh

Ta thấy khách hàng biết đến thẻ ATM của ngân hàng thông qua Tivi, radio, internet chiếm tỷ trọng cao nhất với tỷ trọng 32,8%. Điều này cho thấy chiến lược quảng cáo của ngân hàng trong thời gian qua là hiệu quả. Lượng khách hàng biết đến thẻ ATM không

ngừng tăng qua các năm. Kênh băng rôn, áp phíc và khác chiểm tỷ trọng thấp nhất. Các kênh này chưa mang lại hiệu quả cao

Bảng 4.6. Khách hàng tiếp cận thẻ ATM qua các kênh

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ
Khách hàng tiếp cận thẻ ATM qua các kênh	Tivi, radio, internet	82	32.8
	Băng rôn, áp phíc	16	6.4
	Báo, tạp chí	50	20
	Sự giới thiệu của người thân, bạn bè	70	28
	Suự giới thiệu của người ngân hàng	27	10.8
	Khác	5	2
TỔNG CỘNG		250	100

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

4.2. ĐÁNH GIÁ CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CÁC NHÂN TỐ

4.2.1. Cảm nhận của khách hàng về Chuẩn chủ quan

4.2.2. Cảm nhận của khách hàng về Cảm nhận hữu dụng

4.2.3. Cảm nhận của khách hàng về tính Dễ sử dụng

4.2.4. Cảm nhận của khách hàng về cảm nhận thương hiệu

4.2.5. Cảm nhận của khách hàng về Nhân tố pháp luật

4.2.6.Cảm nhận của khách hàng về Cảm nhận chi phí

4.2.7. Đánh giá về nhân tố Ý định

Lượng khách hàng đã và đang sử dụng thẻ ATM của Ngân hàng sẽ tiếp tục sử dụng trong tương lai.

4.3. ĐÁNH GIÁ THANG ĐO BẰNG HỆ SỐ TIN CẬY CRONBACH'S ALPHA VÀ RÚT TRÍCH NHÂN TỐ EFA

4.3.1. Đánh giá thang đo nhân tố Chuẩn chủ quan

4.3.2. Đánh giá thang đo nhân tố Cảm nhận hữu dụng

4.3.3. Đánh giá thang đo nhân tố tính dễ sử dụng

4.3.4. Đánh giá thang đo nhân tố Cảm nhận thương hiệu

4.3.5. Đánh giá thang đo nhân tố Nhân tố pháp luật

4.3.6. Đánh giá thang đo nhân tố Chi phí

4.3.7. Đánh giá thang đo nhân tố Ý định

4.3.8. Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ ATM của Ngân hàng Đông Á

4.4. PHÂN TÍCH MÔ HÌNH HỒI QUI

4.4.1. Kết quả ước lượng hồi qui

4.4.2. Kiểm định các giả thiết của mô hình nghiên cứu

4.4.3. Kiểm định các giả thuyết của mô hình

4.4.4 Phân tích mô hình

4.5. PHÂN TÍCH PHƯƠNG SAI

4.5.1. Kiểm định khác biệt theo giới tính

4.5.2 Sự khác biệt giữa các nhóm độ tuổi

4.5.3. Kiểm định khác biệt theo trình độ học vấn

4.5.4. Sự khác biệt giữa các nhóm nghề nghiệp

CHƯƠNG 5
KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ HÀM Ý

5.1. KẾT LUẬN

Sau khi tiến hành phân tích và xử lý số liệu, kết quả phân tích cho thấy rằng sự hài lòng có mối quan hệ đối với ý định sử dụng thẻ. Mối quan hệ này rất chặt chẽ, nếu nhà quản trị ngân hàng muốn khách hàng lựa chọn, họ nên có chiến lược đặc biệt để làm thoả mãn khách hàng trước để tạo danh tiếng cho ngân hàng mình. Khi có được một lượng lớn khách hàng hài lòng với sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng, các khách hàng mới sẽ lựa chọn sử dụng thẻ và các khách hàng cũ không muốn chuyển sang một đối thủ cạnh tranh khác.

Vì lý do này, nhà quản trị phải luôn xem xét nhu cầu của khách hàng. Nó có thể là nhu cầu hiện tại hoặc một mong muốn trong tương lai. Điều này có nghĩa rằng, ngân hàng nên có một đội ngũ có thể dự đoán được các yêu cầu trong tương lai với sự thay đổi nhanh chóng của thế giới và công nghệ, đặc biệt cần phải xem xét môi trường phát triển của nước ta. Ngân hàng cũng cần phải quan tâm đến môi trường cạnh tranh, cần phải làm cho khách hàng hài lòng hơn đối thủ cạnh tranh của mình.

5.2. MỘT SỐ HÀM Ý

- ❖ Yếu tố chuẩn chủ quan
- ❖ Cảm nhận sự hữu dụng
- ❖ Cảm nhận tính dễ sử dụng
- ❖ Cảm nhận thương hiệu
- ❖ Cảm nhận về chi phí

5.3. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI VÀ NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

5.3.1. Hạn chế của đề tài

5.3.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo