

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG LẠI DỊCH VỤ THANH TOÁN BẰNG THẺ ATM CỦA KHÁCH HÀNG TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH TRÀ VINH

● TRẦN THỊ THU HƯƠNG - PHƯỚC MINH HIỆP

## TÓM TẮT:

Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) chi nhánh tỉnh Trà Vinh. Các phương pháp phân tích độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và mô hình hồi quy tuyến tính bội được sử dụng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 nhân tố ảnh hưởng tích đến ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh bao gồm: hạ tầng công nghệ, độ an toàn, cảm nhận về sự tiện ích, thói quen sử dụng, chính sách marketing dịch vụ thanh toán thẻ và uy tín của ngân hàng cung cấp.

**Từ khóa:** Dịch vụ thanh toán, thẻ ATM, ý định sử dụng lại.

## 1. Giới thiệu

Hệ thống giao dịch tự động (ATM - Automatic Teller Machine) được xem là một kênh ngân hàng tự phục vụ và là một công cụ quan trọng trong hoạt động bán lẻ của các ngân hàng thương mại. Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh luôn coi trọng lợi ích từ hoạt động cung cấp dịch vụ rút tiền tự động ATM. Tính đến cuối năm 2019, Agribank đã lắp đặt 32 máy ATM và lắp đặt 30 máy POS tại 310 điểm chấp nhận thẻ trên địa bàn tỉnh Trà Vinh. Bên cạnh đó, Agribank đã hoàn thành kết nối liên thông mạng lưới thanh toán thẻ qua POS giữa các liên minh thẻ của các ngân hàng thương mại trên địa bàn.

Thị trường ATM tại Việt Nam đang hoạt động mạnh mẽ và được dự báo trong tương lai sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh bởi ATM là giải pháp

không dùng tiền mặt trong xã hội hiện đại. Tuy nhiên, tốc độ phát triển thẻ ATM của Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh có sự tăng trưởng chậm lại và các tiện ích dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM vẫn chưa thực sự hấp dẫn đối với khách hàng. Mục tiêu của nghiên cứu này là phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh.

## 2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở khung lý thuyết về hành động hợp lý (TRA - Theory of Reasonable Action) được xây dựng bởi Fishbein và Ajzen (1975), thuyết hành vi dự định (TPB) của Ajzen (1991) được phát triển từ lý thuyết hành động hợp lý, mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) được xây dựng bởi Davis

và cộng sự (1989) và các nghiên cứu thực nghiệm của Nguyễn Mạnh Tú và Hồ Huy Tựu (2014), Lê Thị Tiểu Mai và Lê Văn Huy (2012) Lê Thế Giới và Lê Văn Huy (2006) kết hợp với thảo luận nhóm, nghiên cứu đề xuất mô hình hồi quy tuyến tính bội để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh như sau:

$$YDSD = \beta_0 + \beta_1HT + \beta_2AT + \beta_3TI + \beta_4TQ + \beta_5MK + \beta_6UT + u_i$$

Trong đó: YDSD: Ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng;  $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_6$ : Hệ số ước lượng; HT: Hạ tầng công nghệ; AT: Độ an toàn; TI: Cảm nhận về sự tiện ích;

TQ: Thói quen sử dụng; MK: Chính sách marketing dịch vụ thanh toán thẻ; UT: Uy tín của ngân hàng cung cấp;  $u_i$ : Sai số.

2.2. Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát 162 khách hàng cá nhân đã sử dụng dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM do Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh phát hành theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Các biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likert 5 mức độ. Mô hình phân tích chính thức gồm 6 nhóm thang đo (với 23 biến quan sát) ảnh hưởng đến ý định sử dụng lại của khách hàng và 1 thang đo đại diện cho ý định sử dụng lại của khách hàng (với 4 biến quan sát) (Bảng 1).

Bảng 1. Thang đo chính thức được mã hóa

STT	Mã hóa	Nội dung
<b>Hạ tầng công nghệ</b>		
1	HT1	Mạng lưới máy ATM của Agribank được bố trí hợp lý
2	HT2	Thao tác sử dụng máy ATM của Agribank đơn giản
3	HT3	Thao tác sử dụng máy ATM của Agribank khi rút tiền ít tốn thời gian
4	HT4	Giao diện (màn hình) máy ATM của Agribank thiết kế hợp lý
<b>Độ an toàn</b>		
5	AT1	Số tiền trong tài khoản của thẻ ATM do Agribank cung cấp luôn được an toàn
6	AT2	Trong trường hợp tiền trong tài khoản thẻ ATM do Agribank cung cấp bị mất, ngân hàng sẽ tìm ra nguyên nhân bị mất
7	AT3	Trường hợp thẻ ATM của khách hàng bị mất, Agribank sẽ hỗ trợ khóa thẻ và cấp lại thẻ mới
<b>Cảm nhận về sự tiện ích</b>		
8	TI1	Khi thực hiện giao dịch, hệ thống máy ATM, máy POS luôn vận hành tốt, không xảy ra sự cố
9	TI2	Hệ thống máy ATM, máy POS phục vụ nhu cầu giao dịch bằng thẻ của khách hàng 24/24
10	TI3	Hệ thống máy ATM, máy POS được phân bố rộng khắp
11	TI4	Thẻ ATM do Agribank phát hành được chấp nhận thanh toán tại nhiều đơn vị chấp nhận thẻ
12	TI5	Tôi dễ dàng thanh toán bằng thẻ ATM do Agribank phát hành khi tôi mua hàng qua internet, điện thoại,...
<b>Thói quen sử dụng</b>		
13	TQ1	Tôi thường xuyên để tiền trong tài khoản thẻ ATM của mình
14	TQ2	Khi đi ra khỏi nhà, tôi luôn mang theo thẻ ATM bên mình
15	TQ3	Tôi thường xuyên chuyển tiền cho người thân, bạn bè bằng thẻ ATM

STT	Mã hóa	Nội dung
<b>Chính sách marketing dịch vụ thanh toán thẻ</b>		
16	MK1	Agribank luôn có chính sách hỗ trợ và tư vấn khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM
17	MK2	Các đơn vị chấp nhận thẻ của Agribank hướng dẫn, hỗ trợ khách hàng nhiệt tình khi thanh toán bằng thẻ
18	MK3	Các đơn vị chấp nhận thẻ luôn luôn chấp nhận khách hàng thanh toán bằng thẻ của Agribank.
19	MK4	Tôi biết đến dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM thông qua các quảng cáo trên phương tiện truyền thông, internet
20	MK5	Tôi thường xuyên nhận được tuyến truyền, vận động về thanh toán không dùng tiền mặt tại nơi tôi sinh sống
21	MK6	Tôi nhận được nhiều ưu đãi khi thanh toán bằng thẻ bằng thẻ ATM (chiết khấu, giảm giá, quà tặng,...)
<b>Uy tín của ngân hàng cung cấp</b>		
22	UT1	Tôi luôn tin tưởng các thủ tục phát hành thẻ ATM của Agribank .
23	UT2	Tôi đánh giá cao uy tín của Agribank đối với dịch vụ quản lý tài khoản thẻ ATM của khách hàng
24	UT3	Tôi tin tưởng dịch vụ chăm sóc khách hàng của Agribank
<b>Ý định sử dụng lại</b>		
25	YDSD1	Tôi có ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của Agribank trong thời gian tới
26	YDSD2	Tôi có ý định thanh toán bằng thẻ ATM của Agribank thường xuyên hơn
27	YDSD3	Tôi có ý định khuyến khích người thân thanh toán bằng thẻ ATM của Agribank trong thời gian tới
28	YDSD4	Tôi có ý định giới thiệu cho bạn bè sử dụng dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của Agribank trong thời gian tới

**2.3. Phương pháp phân tích**

Các phương pháp phân tích được sử dụng để định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh được tiến hành thông qua 3 bước: (1) Kiểm định độ tin cậy của thang đo, (2) Phân tích nhân tố khám phá (EFA - Exploratory Factor Analysis) và (3) Phân tích hồi quy tuyến tính bội.

**3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận**

**3.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo**

Trong nghiên cứu này, các thang đo được kiểm định độ tin cậy bằng công cụ Cronbach's Alpha. Kết quả kiểm định cho thấy, hệ số Cronbach's

Alpha của các thang đo đều > 0,6, chứng tỏ các biến đo lường là tốt. Đồng thời, các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng > 0,3. Tuy nhiên, biến MK4 có hệ số tương quan biến tổng là  $0,257 < 0,3$  nên nghiên cứu loại biến MK4 khỏi mô hình. Các biến quan sát đáp ứng được độ tin cậy thang đo sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá EFA.

**3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA**

**3.2.1. Phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập**

Phương pháp rút trích được chọn để phân tích nhân tố khám phá EFA là phương pháp Principal components với phép xoay Varimax và điểm dừng

khi trích các yếu tố có Eigenvalues là 1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA lần 1 loại bỏ 2 biến quan sát (TI2 và MK2) và kết quả phân tích EFA lần 2 loại bỏ 2 biến quan sát (TI2 và MK2) do các biến quan sát này có hệ số tải nhân tố (factor Loading) đều < 0,5.

Nghiên cứu tiến hành phân tích EFA lần 3 với 20 biến quan sát. Kết quả cho thấy, hệ số KMO = 0,806 (> 0,5) nên phương pháp phân tích EFA là thích hợp. Bên cạnh đó, kết quả kiểm định Barlett có giá trị Sig. = 0,000 (< 0,05), điều này chứng tỏ các biến quan sát có sự tương quan với nhau trong tổng thể. Có 6 nhóm nhân tố được hình thành (được trích) từ 20 biến quan sát thang đo biến độc lập. Tổng phương sai trích được là 70,323% (> 50%), điều này chứng tỏ, 6 nhóm nhân tố được hình thành giải thích được 70,323% biến thiên của dữ liệu. Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố > 0,5. (Bảng 2)

**3.2.2. Phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc**

Kết quả phân tích EFA thang đo biến phụ thuộc với 4 biến quan sát cho thấy: Hệ số KMO bằng 0,713 (> 0,5) nên kết quả EFA phù hợp với dữ liệu. Kiểm định Bartlett's có mức ý nghĩa Sig. = 0,000 (< 0,05), nghĩa là các biến quan sát có sự tương quan với nhau trong tổng thể. Tổng phương sai trích là 64,550%, cho thấy 01 nhân tố được hình thành giải thích 64,55% độ biến thiên của dữ liệu. Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố > 0,5.

**Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá thang đo biến độc lập**

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
TI5	0,838					
TI4	0,788					
TI3	0,741					
TI1	0,728					
MK1		0,862				
MK3		0,832				
MK5		0,706				
MK6		0,703				
AT1			0,807			
AT2			0,779			
AT3			0,776			
TQ3				0,834		
TQ1				0,786		
TQ2				0,731		
UT3					0,850	
UT1					0,787	
UT2					0,761	
HT1						0,800
HT4						0,750
HT3						0,651

*Nguồn: Kết quả xử lý bằng SPSS của tác giả, 2020*

**3.3. Phân tích hồi quy tuyến tính bội**

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội (Bảng 3) cho thấy, hệ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh 0,595 chứng tỏ mô hình giải thích được 59,5% sự biến thiên của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình, còn lại 40,5% được giải thích bởi các biến khác ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Đại lượng thống kê Durbin-Watson (d) = 2,067

**Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội**

Ký hiệu biến	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Mức ý nghĩa Sig.	VIF
	B	Sai số chuẩn	$\beta$		
(Hằng số)	0,199	0,244		0,415	
TI	0,090	0,042	0,134	0,035	1,570
MK	0,289	0,044	0,362	0,000	1,190
AT	0,261	0,066	0,238	0,000	1,450
TQ	0,097	0,039	0,148	0,014	1,409
UT	0,116	0,049	0,132	0,020	1,257
HT	0,092	0,042	0,139	0,029	1,592
R <sup>2</sup> hiệu chỉnh 0,595; Durbin - Watson: 2,067; Sig. F: 0,000					

*Nguồn: Kết quả xử lý bằng SPSS của tác giả, 2020*

nằm trong khoảng từ 1 đến 3 nên không có hiện tượng tự tương quan giữa các nhân tố độc lập. Mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến do tất cả các nhân tố đều có hệ số phóng đại phương sai VIF < 10 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Kết quả ước lượng cho thấy, cả 6 biến độc lập đưa vào mô hình hồi quy tuyến tính bội gồm Cảm nhận về sự tiện ích (TI), Chính sách marketing dịch vụ thanh toán thẻ (MK), Độ an toàn (AT), Thói quen sử dụng (TQ), Uy tín của ngân hàng cung cấp (UT), Hạ tầng công nghệ (HT) đều có hệ số ước lượng dương ( $\beta > 0$ ) và có ý nghĩa thống kê (Sig. < 5%). Điều này chứng tỏ, cả 6 nhân tố này có tương quan thuận với ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng tại Agribank chi nhánh

tỉnh Trà Vinh. Phương trình hồi quy chuẩn hóa được xác định như sau:

$$YDSD = 0,134TI + 0,362MK + 0,238AT + 0,148TQ + 0,132UT + 0,139HT$$

#### **4. Kết luận**

Dựa trên số liệu khảo sát 162 khách hàng cá nhân đã sử dụng dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM và các phương pháp phân tích định lượng, nghiên cứu đã chỉ ra 6 nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng lại dịch vụ thanh toán bằng thẻ ATM của khách hàng bao gồm cảm nhận về sự tiện ích, chính sách marketing dịch vụ thanh toán thẻ, độ an toàn, thói quen sử dụng, uy tín của ngân hàng cung cấp và hạ tầng công nghệ. Đây là cơ sở khoa học thực tiễn để Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh tham khảo và đưa ra các kế hoạch kinh doanh phù hợp ■

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Ajzen, I., (1991). *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Process, 50, 179-211.
2. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
3. Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

4. Lê Văn Huy và Lê Thế Giới (2006). Mô hình nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến ý định và quyết định sử dụng thẻ ATM tại Việt Nam, *Tạp chí Ngân hàng*, số 4 năm 2006, trang 14-21.
5. Lê Thị Tiểu Mai và Lê Văn Huy (2012). Các nhân tố tác động đến quyết định sử dụng thẻ ATM của Ngân hàng đầu tư và Phát triển tại địa bàn thành phố Nha Trang. *Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản*, số 3 trang 116-121.
6. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Thống kê.
7. Nguyễn Mạnh Tú và Hồ Huy Tự (2014). Một số nhân tố tác động đến ý định sử dụng thẻ ATM nhận lương hưu của cán bộ hưu trí tại thành phố Nha Trang. *Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản*, số 2, trang 202-206.

**Ngày nhận bài: 5/9/2020**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/9/2020**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 25/9/2020**

*Thông tin tác giả:*

**1. TRẦN THỊ THU HƯƠNG**

Học viên cao học, Trường Đại học Trà Vinh

**2. PHƯỚC MINH HIỆP**

Tạp chí Cộng sản

**FACTORS INFLUENCING  
THE INTENTION OF CUSTOMERS TO RE-USE  
ATM CARD PAYMENT SERVICES PROVIDED  
BY AGRIBANK - TRA VINH PROVINCE BRANCH**

● Master's student **TRAN THI THU HUONG**

Tra Vinh University

● **PHUOC MINH HIEP**

The communist magazine

**ABSTRACT**

This study is to analyze the factors affecting the repurchase intention of customers when using the ATM card payment services provided by Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) - Tra Vinh Province Branch. This study uses Cronbach's Alpha, exploratory factor analysis (EFA) and multiple linear regression analysis. This study's findings show that there are 6 factors affecting the customers' intention of re-using the ATM card payment service provided by Agribank - Tra Vinh Province Branch, namely technology infrastructure, safety, usability, usage habits, marketing policy for card payment services, and reputation of the bank.

**Keywords:** Payment services, ATM card, repurchase intention.