

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤP NHẬN SỬ DỤNG DỊCH VỤ E-BANKING CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SCB- CHI NHÁNH CHỢ HÀN

Lê Đức Toàn

*Trường Đại học Duy Tân
Email: leductoan2002@gmail.com*

Hồ Văn Nhân

*Trường Đại học Duy Tân
Email: nhanhv77@gmail.com*

Nguyễn Thị Kim Uyên

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Chi nhánh Chợ Hàn, Thành phố Đà Nẵng

Ngày nhận: 29/8/2016

Ngày nhận bản sửa: 01/9/2016

Ngày duyệt đăng: 25/01/2017

Tóm tắt:

Nghiên cứu nhằm phân tích các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chấp nhận sử dụng dịch vụ E-Banking tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Chi nhánh Chợ Hàn, TP Đà Nẵng. Số liệu sơ cấp sử dụng từ kết quả điều tra 226 khách hàng cá nhân; các phương pháp EFA, CFA và SEM được dùng. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking tại Ngân hàng, đó là: Hiệu quả mong đợi; Khả năng tương thích; Nhận thức dễ dàng sử dụng; Chuẩn chủ quan; Rủi ro trong giao dịch. Và kết quả nghiên cứu cho thấy có một số điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước đây như nhân tố Hình ảnh ngân hàng, Yếu tố pháp luật và Nhận thức kiểm soát hành vi không ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ SCB E-Banking đồng thời cũng phát hiện Nhân tố chuẩn chủ quan có ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ SCB E-Banking.

Từ khóa: Dịch vụ E-Banking, Phân tích nhân tố khám phá (EFA), Phân tích nhân tố khẳng định (CFA), Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

Factors affecting the acceptance of using E-Banking services at the Saigon Commercial Bank - the Han Market Branch, Da Nang City

Abstract:

This study analyzes the factors and their degree of influence on the acceptance of using E-Banking services at the Saigon Commercial Bank - the Han Market Branch, Da Nang City. Primary data used in the study are from the survey of 226 individual customers. Exploratory Factor Analysis, Confirmation Factor Analysis and Structural Equation Modeling are used in this study. The results show that the factors affecting the acceptance of E-Banking services at the SCB Bank include The expectation efficiency, Compatibility, Ease of use awareness, Subjective standards, and Risks in the transaction. The research results also show that there are some differences compared to the previous studies as the factors of Bank Image, Legal element, Behavioral control awareness do not affect the use of SCB E-Banking Services. Besides, the results also derive Subjective standards factor affecting the use of SCB E-Banking services.

Keywords: E-Banking Services; Exploratory Factor Analysis (EFA); Confirmation Factor Analysis (CFA); Structural Equation Modeling (SEM).

1. Giới thiệu

Nhiều ngân hàng thương mại Việt Nam đã triển khai dịch vụ E-Banking nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu ngày càng đa dạng của các khách hàng như Internet Banking, SMS Banking,... Tuy nhiên, số lượng khách hàng sử dụng E-Banking ở Việt Nam còn chưa nhiều. Nguyên nhân một phần có thể là do số lượng khách hàng biết sử dụng chưa cao hay còn e ngại, lo lắng trước những dịch vụ mới mẻ này. Nhằm phát hiện các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ E-Banking và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến việc sử dụng E-Banking của khách hàng cá nhân, bài viết tập trung vào “Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chấp nhận sử dụng dịch vụ SCB E-Banking của khách hàng cá nhân tại SCB - Chi nhánh Chợ Hàn”, từ đó đề ra các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ E-Banking tại ngân hàng.

2. Lý thuyết nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Có nhiều công trình nghiên cứu về mô hình và các giả thiết trong mô hình chấp nhận công nghệ Ebanking như:

- **Mô hình hành động hợp lý TRA** do Fishbein & Ajzen (1975), mô hình này 3 thành phần nhận thức, cảm xúc, và thành phần xu hướng được sắp xếp theo thứ tự.

$$B - I = W_1 A_B + W_2 SN_B$$

Trong đó:

B: là hành vi mua.

I: là xu hướng mua.

A: là thái độ của người tiêu dùng đối với sản phẩm, thương hiệu.

SN: là chuẩn chủ quan.

W_1 và W_2 : là các trọng số của A và SN.

Chuẩn chủ quan của mô hình này là người tiêu dùng có thể sẽ chịu sự tác động và ảnh hưởng của đối tượng là cha mẹ, vợ chồng, con cái, bạn bè... đến ý định mua của mình. Thái độ được giả thuyết là một

trong những nhân tố quyết định chính trong việc lý giải hành vi tiêu dùng.

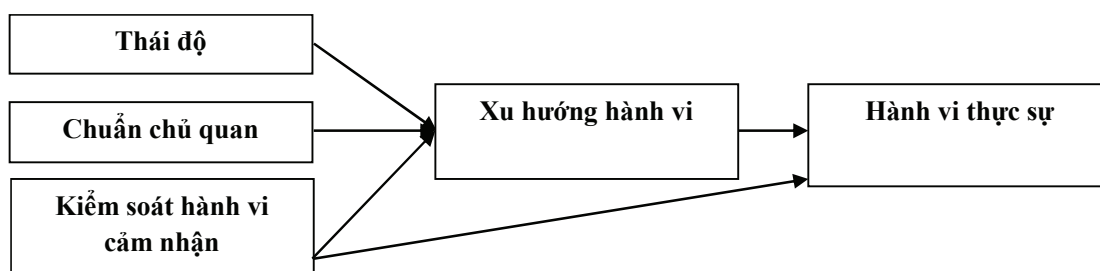
- **Mô hình hành vi dự định (TPB)** của Ajzen (1985) giả định rằng một hành vi có thể được dự báo hoặc giải thích bởi các xu hướng hành vi để thực hiện hành vi đó. Các xu hướng hành vi được giả sử bao gồm các nhân tố động cơ mà ảnh hưởng đến hành vi, và được định nghĩa như là mức độ nỗ lực mà mọi người cố gắng để thực hiện hành vi đó (Ajzen, 1991).

- Mô hình tiếp cận công nghệ TAM của Davis & cộng sự (1989): mô hình này cho rằng có 3 yếu tố cấu thành nên mô hình chấp nhận công nghệ TAM, bao gồm Nhận thức sự hữu ích (Perceive Usefulness-PU); Nhận thức tính dễ sử dụng (perceive Easy of Use- PEU); Thái độ hướng đến việc sử dụng, tức là cảm giác tích cực hay tiêu cực (có ước lượng) về việc thực hiện hành vi mục tiêu.

- Lê Văn Huy & Trương Thị Vân Anh (2008), với nghiên cứu “Mô hình nghiên cứu chấp nhận E-Banking tại Việt Nam”. Sử dụng mô hình TAM mở rộng thêm hai biến: Sự tự tin sử dụng và sự tin cậy cảm nhận. Nghiên cứu này cho thấy ba biến hữu ích cảm nhận, tin cậy cảm nhận và khả năng sử dụng là có ảnh hưởng đến ý định sử dụng E-Banking của khách hàng. Trong đó, biến khả năng sử dụng bao gồm sự dễ sử dụng cảm nhận và sự tự tin cảm nhận.

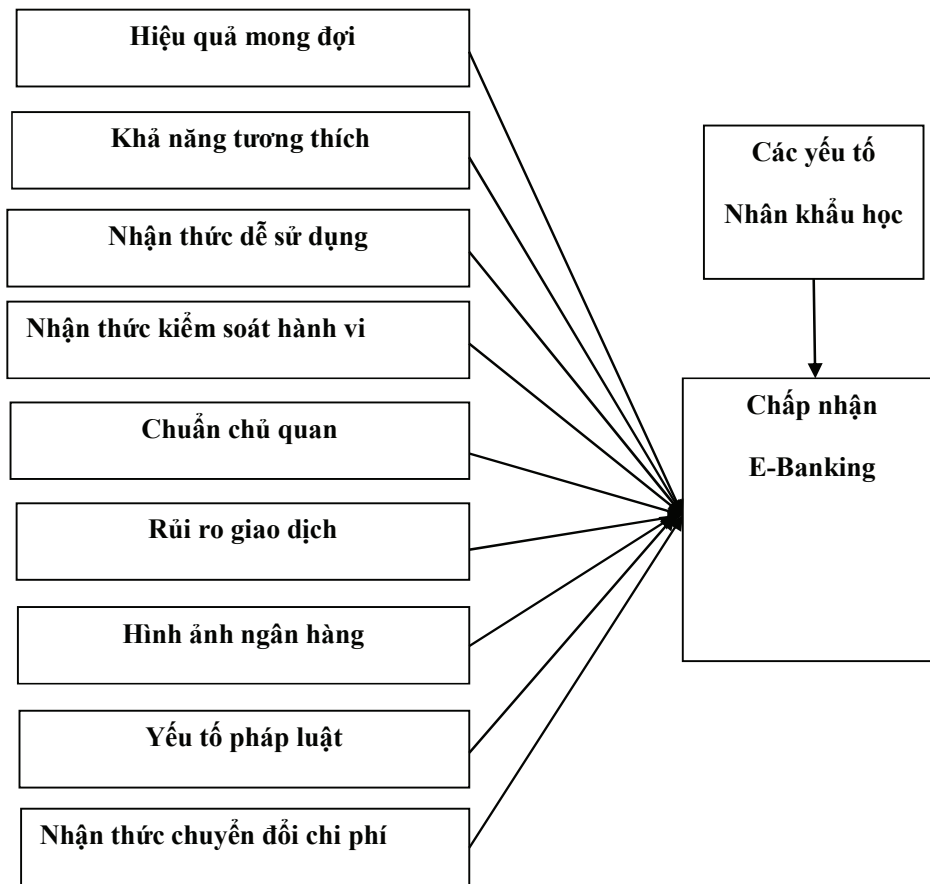
- Nguyễn Thanh Duy & Cao Hào Thi (2011) nghiên cứu về “Mô hình chấp nhận và sử dụng ngân hàng điện tử ở Việt Nam”. Nghiên cứu đề xuất mô hình E-BAM (E-Banking Adoption Model) được tích hợp từ các mô hình TRA, TBP, TAM, TAM2, IDT. Kết quả nghiên cứu thu được là: các yếu tố hiệu quả mong đợi, sự tương thích, nhận thức dễ dàng sử dụng, nhận thức kiểm soát hành vi, chuẩn chủ quan, hình ảnh ngân hàng, yếu tố pháp luật có quan hệ tỷ lệ thuận với sự chấp nhận E-Banking. Yếu tố rủi ro và bảo mật trong giao dịch là một trong những yếu tố quan trọng khiến khách hàng cân nhắc có nên

Hình 1: Mô hình TPB của Ajzen



Nguồn: Ajzen (1985)

Hình 2: Mô hình nghiên cứu đề xuất



chấp nhận sử dụng dịch vụ E-Banking hay không bởi họ sợ mất cắp thông tin.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở các nghiên cứu của các tác giả đi trước, tác giả đề xuất mô hình dựa trên mô hình chấp nhận và sử dụng E-Banking trong nghiên cứu “Đề xuất mô hình chấp nhận và sử dụng Ngân hàng điện tử ở Việt Nam” do Nguyễn Thanh Duy & Cao Hào Thi (2011) làm nền tảng cho nghiên cứu này đồng thời tác giả thêm yếu tố nhận thức chuyển đổi chi phí được đưa vào mô hình vì quan niệm rằng nhận thức chuyển đổi chi phí là một rào cản chuyển đổi để khách hàng đến với dịch vụ E-Banking.

Từ mô hình đề xuất (Hình 2), có 9 giả thuyết nghiên cứu:

H1: Hiệu quả mong đợi của khách hàng có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking.

H2: Khả năng tương thích của khách hàng có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking.

H3: Nhận thức về dễ dàng sử dụng của khách hàng có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB

E-Banking.

H4: Nhận thức kiểm soát hành vi của khách hàng có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking.

H5: Chuẩn chủ quan có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking.

H6: Nhận thức rủi ro trong giao dịch trực tuyến của khách hàng có quan hệ nghịch biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking.

H7: Hình ảnh ngân hàng có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking.

H8: Yếu tố pháp luật có quan hệ đồng biến với việc chấp nhận SCB E-Banking.

H9: Nhận thức chi phí chuyển đổi quan hệ nghịch biến với việc chấp nhận SCB

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo

Nghiên cứu thiết kế bảng câu hỏi với 37 biến, trong đó có 3 biến phụ thuộc, sử dụng thang đo Likert 5 bậc. Bảng câu hỏi và thang đo được kiểm tra và hiệu chỉnh dựa trên 4 cơ sở: (1) Nghiên cứu định tính; (2) Phòng vấn chuyên gia (14 người); (3) Kết

quả phỏng vấn sâu 10 người sử dụng; (4) Kết quả điều tra thử 20 mẫu.

3.2. Kích thước mẫu

Bollen (1989) đề nghị tỷ lệ là 5:1 cho việc chọn cỡ mẫu so với số lượng tham số trong phân tích đa biến. Hair & cộng sự (1998) đề nghị nếu cỡ mẫu khoảng 100 thì tiêu chuẩn factor loading phải lớn hơn 0,5. Trong mô hình nghiên cứu đã xác định được 37 biến quan sát, sử dụng thang đo Likert 5. Số mẫu tính toán ban đầu là $37 * 5 > 185$ mẫu. Nghiên cứu của tác giả có kích thước mẫu chọn là 250 khách hàng cá nhân, có thể đảm bảo yêu cầu và đạt tính khái quát, đại diện được cho tổng thể nghiên cứu; tổng số bản câu hỏi hợp lệ được đưa vào xử lý là 226.

3.3. Phương pháp phân tích

Tác giả thực hiện EFA, CFA, SEM bằng phần mềm SPSS 20 kết hợp với AMOS 20. Kiểm định được thực hiện qua các bước:

- Đánh giá sơ bộ thang đo và độ tin cậy của biến đo lường bằng hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tải nhân tố (factor loading) bằng phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis);

- Phân tích nhân tố khẳng định CFA (Confirmation Fator Analysis) để kiểm định chặt chẽ hơn về tính đơn nguyên, độ tin cậy tổng hợp, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các khái niệm;

- Từ kết quả CFA, xây dựng và kiểm định sự phù hợp của mô hình nghiên cứu thông qua mô hình cấu trúc (SEM). Đánh giá cường độ tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Đồng thời, để đánh giá tính bền vững của mô hình lý thuyết, mô hình sẽ được kiểm nghiệm ước lượng bằng phân tích

Bootstrap;

- Cuối cùng, đánh giá sự khác biệt về ảnh hưởng của các nhóm yếu tố nhân khẩu học đến yếu tố chấp nhận sử dụng dịch vụ SCB E-Banking bằng phân tích ANOVA và Independent Sample T-Test.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá và kiểm định độ tin cậy thang đo

Sử dụng phần mềm SPSS 20.0 để xử lý 34 biến quan sát, tác giả loại 3 biến PL1, PL2, PL2 vì có hệ số Cronbach's alpha là $0,385 < 0,6$ và hệ số Corrected Item- Total Correlation $< 0,3$. Còn 31 biến quan sát được thực hiện EFA lần 1 và có được kết quả như Bảng 1. Sử dụng phương pháp trích Principal Axis Factoring với phép xoay Promax vì theo phương pháp này phản ánh dữ liệu chính xác hơn phương pháp trích Principal Component với phép xoay Varimax. Factor loading phải lớn hơn 0.5 mới có ý nghĩa thực tiễn. Kết quả cho thấy hệ số KMO = $0,904 > 0,5$: phân tích nhân tố EFA rất thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả kiểm định Barlett's là 3606.287 với mức ý nghĩa $0,000 < 0,05$, điều này chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích là hoàn toàn thích hợp.

Sau khi phân tích đánh giá, mô hình đánh giá các nhân tố ảnh hưởng quyết định lựa chọn sử dụng Ebanking có 8 nhân tố. Tất cả hệ số tải nhân tố (Factor loading) của các yếu tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận dịch vụ SCB E-Banking đều lớn hơn 0,5. Riêng 2 biến HQ4, HA3 $< 0,4$ nên bị loại khỏi mô hình để tiến hành phân tích nhân tố khám phá lần 2. Kết quả lần 2 như sau: KMO = $0,902 > 0,5$, thống kê Chi-square của kiểm định Barlett's đạt

Bảng 1: Cronbach's alpha của các biến

Biến	Các nhân tố chính	Cronbach's Alpha
<u>Biến độc lập</u>	<u>31 biến độc lập</u>	
HQ (Hiệu quả mong đợi)	5 biến: HQ1, HQ2, HQ3, HQ4, HQ5	0.753
KNTT (Khả năng tương thích)	3 biến: KNTT1, KNTT2, KNTT3	0.868
DD (Dễ dàng sử dụng)	5 biến: DD1, DD2, DD3, DD4, DD5	0.885
KS (Kiểm soát hành vi)	3 biến: KS1, KS2, KS3	0.869
CQ (Chuẩn chủ quan)	3 biến: CQ1, CQ2, CQ3	0.712
RR (Rủi ro khi giao dịch)	3 biến: RR1, RR2, RR3	0.928
HA(Hình ảnh ngân hàng)	6 biến: HA1, HA2, HA3, HA4, HA5, HA6	0.88
CP (nhận thức chuyển đổi chi phí)	3 biến: CP1, CP2, CP3	0.949
<u>Biến phụ thuộc</u>		
CN(Chấp nhận SCB E-Banking)	3 biến: CN1, CN2, CN3	0.854

Bảng 2: KMO và Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.904
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3606.287
	df	465

giá trị 3422.68 với mức ý nghĩa là Sig = 0.000 cho thấy phân tích EFA rất thích hợp. Tại các mức giá trị Eigenvalue lớn hơn 1, phân tích nhân tố đã trích được 8 nhân tố từ 29 biến quan sát và với phương sai trích là 65,473% (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu. Thực hiện phân tích nhân tố cho các biến phụ thuộc ta thu được kết quả như sau:

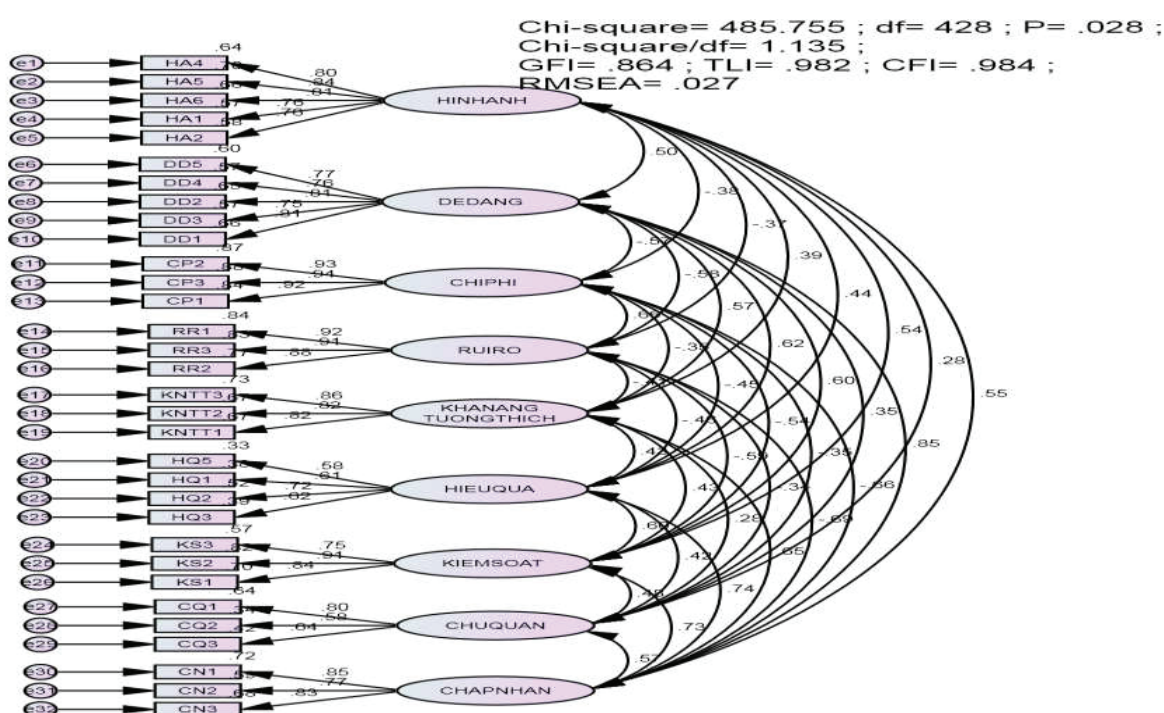
- Kiểm định KMO và Bartlett's trong phân tích nhân tố cho thấy hệ số KMO là 0.73 (> 0.5) với mức ý nghĩa bằng 5% (sig = 0.000) cho thấy phân tích nhân tố EFA rất thích hợp.

Với phương pháp rút trích principal axis factoring và phép quay promax, đã rút trích được một nhân tố duy nhất với hệ số tải nhân của các biến khá cao

Bảng 3: Phân tích EFA cho biến phụ thuộc chấp nhận

Biến quan sát	Nhân tố
Tôi sẽ sử dụng SCB E-Banking thường xuyên hơn	0,841
Tôi sẽ giới thiệu cho người quen sử dụng SCB E-Banking	0.831
Tôi dự định sẽ sử dụng dịch vụ SCB E-Banking trong tương lai	0.769
Phương sai rút trích (%)	66.312

Hình 3: Kết quả CFA chuẩn hóa



Bảng 4: Hệ số tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích

Nhân tố	Hệ số tin cậy tổng hợp	Tổng phương sai trích
Hình ảnh	0,895	63,1%
Dễ dàng	0,904	59,8%
Chi phí	0,949	86,2%
Rủi ro	0,928	81,2%
Khả năng tương thích	0,869	68,9%
Hiệu quả	0,728	50,3%
Kiểm soát	0,872	69,6%
Chủ quan	0,719	50%
Chấp nhận	0,840	62,3%

(đều lớn hơn 0.5) và tổng phương sai rút trích đạt 66,312% (>50%) phù hợp. Như vậy thang đo “Chấp nhận E-Banking” đạt giá trị hội tụ. Kết quả phân tích nhân tố cho thấy tất cả các biến độc lập và phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu sau khi loại bỏ biến HA3, HQ4, PL (PL1, PL2, PL3) đều đạt giá trị hội tụ và giá trị phân biệt chấp nhận được. Phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Có 8 nhân tố được trích ra từ kết quả phân tích gồm 29 biến quan sát được dùng cho các phân tích tiếp theo.

4.2. Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Mô hình đo lường tối hạn các khái niệm nghiên cứu này được biểu diễn ở Hình 3. Kết quả CFA cho mô hình này khá tương đối phù hợp với dữ liệu trị trường: Chi-bình phương = 485,755; bậc tự do df = 428; $p = 0,028$; $CMIN/df = 1,135$ (nhỏ hơn 2), $TLI = 0.982$; $CFI = 0.984$ (đều lớn hơn 0.9); chỉ số $RMSEA = 0.027$ (nhỏ hơn 0,8) nên các thang đo phù hợp đạt được tính đơn hướng. Các trọng số chuẩn hóa cũng cao hơn so với 0.5 và đạt mức ý nghĩa thống kê (tất cả giá trị p đều bằng 0.000, như vậy tất cả thang đo đều đạt giá trị hội tụ. Giá trị độ tin cậy của thang đo trên được đánh giá qua hệ số tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích. Kết quả tính toán từ giá trị trọng số chuẩn hóa của các biến quan sát được thể hiện qua Bảng 4. Ta thấy độ tin cậy tổng hợp đều lớn hơn 0.7, tổng phương sai trích lớn hơn 50% nên có thể kết luận các thành phần trong thang đo đều đạt tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích. Thực hiện kiểm định giá trị phân biệt giữa các

biến kết quả cho thấy các hệ số tương quan kèm với sai lệch chuẩn cho thấy chúng đều khác 1 (vì tất cả các giá trị p đều nhỏ hơn 0.05). Hay nói cách khác các biến quan sát đều đạt giá trị phân biệt.

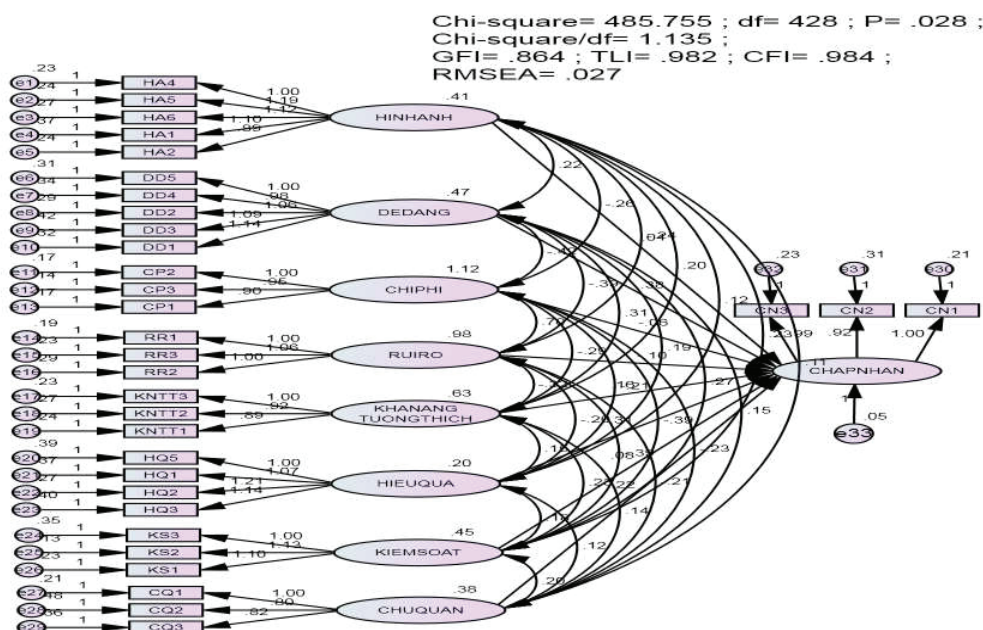
Tóm lại, CFA cho 8 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc với tổng 32 biến quan sát, kết quả cho thấy tất cả các thang đo đều đạt được giá trị hội tụ, giá trị phân biệt, tính đơn hướng, hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích đạt tiêu chuẩn.

4.3. Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu:

4.3.1. Kiểm định mô hình nghiên cứu

Tác giả sử dụng SEM nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu đã có. Mô hình nghiên cứu chưa chuẩn hóa với các nhân tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận sử dụng SCB E-Banking bao gồm 8 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc như Hình 4. Mô hình này có 428 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 485,755 ($p=0.028$). Các chỉ tiêu $Cmin/df$ là 1,135 đạt yêu cầu vì theo Hair & cộng sự (1998), chỉ số Chi-bình phương/bậc tự do lớn hơn 1 và nhỏ hơn 3 được xem là mô hình phù hợp, tốt. Đồng thời mô hình có $RMSEA = .027$ (nhỏ hơn 0.1), đây là chỉ tiêu quan trọng xác định mức độ phù hợp của mô hình so với tổng thể. Một số chỉ tiêu khác như $GFI=0.864$ (đo lường mức độ tuyệt đối của bộ dữ liệu với mô hình cấu trúc); $TLI=0.982$ hay $CFI=0.984$ có giá trị lớn hơn 0.9 mô hình được xem là hoàn hảo. Như vậy, có thể nhận định mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường.

Hình 4: Kết quả SEM của mô hình nghiên cứu ban đầu (chưa chuẩn hóa)



Các mối quan hệ giữa Chấp nhận với Dễ dàng, Rủi ro, Khả năng tương thích, Hiệu quả, Chủ quan đều có $p < 0.05$. Các biến Hình ảnh, Chi phí, Kiểm soát đều có $p > 0.05$, không có ý nghĩa thống kê, vì vậy loại khỏi SEM lần 2.

Kết quả ước lượng lần 2 sau khi loại biến không phù hợp, mô hình tốt hơn ban đầu, các chỉ số được cải thiện đáng kể: Chi-bình phương = 196,369; bậc tự do $df = 174$; $p = 0,118$ (lớn hơn 0,05). Chỉ tiêu CMIN/df = 1,129 (nhỏ hơn 2) mô hình phù hợp. Các chỉ tiêu TLI = 0.987; CFI = 0.989 (đều lớn hơn

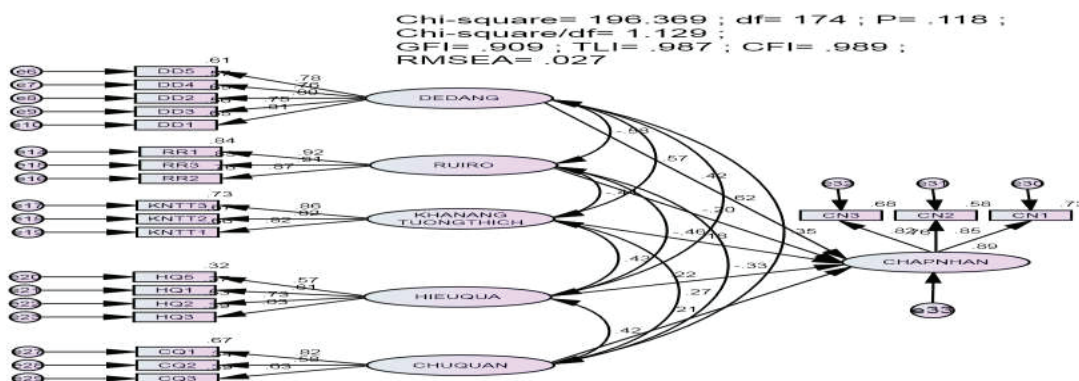
0.9) nên mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu thí trường; chỉ số RMSEA = 0.027 (nhỏ hơn 0,8) nên các thang đo phù hợp đạt được tính đơn hướng.

Kết quả ước lượng các tham số chính thức được trình bày trong bảng 8. Kết quả phân tích chứng minh rằng các nhân tố Dễ dàng sử dụng, Rủi ro, Khả năng tương thích, Hiệu quả mong đợi, Chủ quan đều có ảnh hưởng đến yếu tố “Chấp nhận sử dụng SCB E-Banking” của khách hàng (p -value đều nhỏ hơn 0.05). Các trọng số chưa chuẩn hóa (estimate) của các biến Dễ dàng sử dụng, Khả năng

Bảng 5: Giá trị chưa chuẩn hóa của mô hình cấu trúc

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CHAPNHAN	<---	HINHANH	.043	.063	.673	.501	
CHAPNHAN	<---	DEDANG	.384	.086	4.464	***	
CHAPNHAN	<---	CHIPHI	-.065	.043	-1.503	.133	
CHAPNHAN	<---	RUIRO	-.097	.048	-2.017	.044	
CHAPNHAN	<---	KHANANG_TUONGTHICH	.159	.053	3.009	.003	
CHAPNHAN	<---	HIEUQUA	.309	.129	2.391	.017	
CHAPNHAN	<---	KIEMSOAT	.079	.080	.993	.321	
CHAPNHAN	<---	CHUQUAN	.224	.072	3.104	.002	

Hình 5: Kết quả SEM của mô hình nghiên cứu chính thức (đã chuẩn hóa)



Bảng 6: Kết quả kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu (chưa chuẩn hóa)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CHAPNHAN <--- DEDANG	.438	.086	5.091	***	
CHAPNHAN <--- RUIRO	-.149	.043	-3.486	***	
CHAPNHAN <--- KHANANG_TUONGTHICH	.162	.055	2.967	.003	
CHAPNHAN <--- HIEUQUA	.372	.133	2.797	.005	
CHAPNHAN <--- CHUQUAN	.246	.070	3.484	***	

tương thích, Hiệu quả mong đợi, Chuẩn chủ quan đều mang dấu dương cho thấy các biến này ảnh hưởng tỷ lệ thuận đến “Chấp nhận sử dụng SCB E-Banking”. Trọng số chưa chuẩn hóa của biến Rủi ro mang dấu âm (-0.149) nên ảnh hưởng tỷ lệ nghịch đến “Chấp nhận”.

Chấp nhận sử dụng SCB E-Banking = 0.416 * Dễ dàng sử dụng - 0.204 * Rủi Ro + 0.177 * Khả năng tương thích + 0.233 * Hiệu Quả + 0.214 * Chuẩn Chủ quan.

4.3.2. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu như sau:

- Chấp nhận H1: Estimate = 0.223, p-value =

0.000. Khi khách hàng cảm thấy dịch vụ SCB E-Banking càng hiệu quả thì họ sẽ càng chấp nhận sử dụng dịch vụ SCB-Banking.

- Chấp nhận H2: Estimate = 0.177, p = 0.003; khẳng định khả năng tương thích của khách hàng càng cao sẽ tạo thuận lợi cho việc chấp nhận sử dụng dịch vụ SCB E-Banking và có xu hướng đi đến quyết định sử dụng dịch vụ SCB E-Banking.

- Chấp nhận H3: Estimate = 0.438, p = 0.000. Khi khách hàng cảm thấy dịch vụ SCB E-Banking dễ sử dụng thì họ sẽ dễ chấp nhận và có xu hướng đi đến quyết định sử dụng dịch vụ SCB E-Banking.

- H4 bị bác bỏ: Vì kết quả phân tích cấu trúc ban đầu có p = 0.321 > 0.05.

Bảng 7: Trọng số chuẩn hóa

	Estimate
CHAPNHAN <--- DEDANG	.416
CHAPNHAN <--- RUIRO	-.204
CHAPNHAN <--- KHANANG_TUONGTHICH	.177
CHAPNHAN <--- HIEUQUA	.223
CHAPNHAN <--- CHUQUAN	.214

- Chấp nhận H5: Estimate = 0.214, p=0.000; khẳng định chủ quan của khách hàng về dịch vụ thì họ sẽ dễ chấp nhận và có xu hướng đi đến quyết định sử dụng SCB E- Banking.

- Chấp nhận H6: Estimate = -0.204 với p = 0.000. Khi khách hàng cảm nhận sự rủi ro trong giao dịch khi sử dụng SCB E-Banking thì họ sẽ hạn chế việc chấp nhận.

- H7 bị bác bỏ: “Hình ảnh Ngân hàng” không có ảnh hưởng đến việc chấp nhận SCB E-Banking. (p=0.501).

- H8 bị bác bỏ: “Pháp luật” không có ảnh hưởng đến việc chấp nhận SCB E-Banking.

- H9 bị bác bỏ: Biến “Nhận thức chi phí chuyển đổi quan hệ nghịch biến với việc chấp nhận SCB E-Banking” bị bác bỏ vì p= 0.133.

Kết quả nghiên cứu cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận SCB E-Banking, đó là: Hiệu quả mong đợi; Khả năng tương thích; Nhận thức dễ dàng sử dụng; Chuẩn chủ quan; Rủi ro trong giao dịch. Và kết quả nghiên cứu cho thấy có một số điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước đây như nhân tố Hình ảnh ngân hàng, Nhân tố Yếu tố pháp luật và nhân tố Nhận thức kiểm soát hành vi không ảnh hưởng đến việc sử dụng SCB E-Banking đồng thời cũng phát hiện Nhân tố chuẩn chủ quan có ảnh hưởng đến việc sử dụng SCB E-Banking.

4.4. Kiểm định bằng Bootstrap

Với số mẫu lặp lại N=500, tiến hành phân tích lại SEM và tính được trung bình các ước lượng (hồi quy). Hiệu số giữa trung bình các ước lượng từ Bootstrap và các ước lượng ban đầu gọi là độ chệch. Trị tuyệt đối của độ chệch này càng nhỏ, càng không có ý nghĩa thống kê càng tốt.

Kết quả tính toán từ bảng 8 cho thấy giá trị CR đều nhỏ hơn 2 nên có thể nói độ chệch là rất nhỏ, không có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Như vậy, kết luận là các ước lượng trong mô hình (Sơ đồ ở mục 4.3) có thể tin cậy được.

4.5. Kiểm định sự khác biệt của chấp nhận sử dụng SCB E-banking theo yếu tố nhân khẩu học

- Dùng Independent Sample T-Test cho biến giới tính có 2 giá trị, sig Levene’s Test = 0,427 > 0,05 và sig T-test = 0.714 > 0,05, phương sai giữa 2 giới tính là không khác nhau. Kết luận không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về chấp nhận sử dụng SCB E-Banking thuộc các giới tính khác nhau.

- Phân tích ANOVA giữa độ tuổi với nhân tố Chấp nhận cho thấy có sự khác biệt trong cảm nhận giữa các khách hàng ở độ tuổi khác nhau đối với chấp nhận sử dụng SCB E-Banking. Vì Sig của bảng Test of Homogeneity of Variances = 0.279 > 0.05 đồng thời sig của bảng Anova là 0.00 < 0.05. Nhóm độ tuổi 20-29 là có sự chấp nhận cao nhất với giá trị trung bình của biến Chấp nhận là 4.3, sau đó là nhóm tuổi 30-39 là 4.

Không có sự khác biệt trong cảm nhận giữa các khách hàng ở các trình độ học vấn khác nhau đối với chấp nhận sử dụng SCB E-Banking. Không có sự khác biệt trong cảm nhận giữa các khách hàng ở các trình độ học vấn khác nhau đối với chấp nhận sử dụng SCB E-Banking. Không có sự khác biệt trong cảm nhận giữa các khách hàng ở các mức thu nhập khác nhau đối với chấp nhận sử dụng SCB E-Banking.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

CFA cho thấy các mô hình tối hạn phù hợp với dữ liệu thị trường, các thang đo đều đảm bảo giá trị hội tụ, tính đơn hướng, độ tin cậy, phương sai trích và cả giá trị phân biệt. Từ kết quả CFA, phân tích cấu trúc tuyến tính với SEM được thực hiện, cho thấy mô hình nghiên cứu chính thức phù hợp với dữ liệu thị trường. Độ tin cậy, phương sai trích, giá trị hội tụ, giá trị đơn hướng... đều đạt yêu cầu.

- Nghiên cứu đã xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận SCB E-Banking tại SCB Đà Nẵng là: Hiệu quả mong đợi; Khả năng tương

Bảng 8: Ước lượng bằng bootstrap với N=500

Mối quan hệ			Estimate	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
Chấp nhận	<--	Dễ Dàng	.416	.083	.003	.416	.001	.004	0.25
Chấp nhận	<--	Rủi Ro	-.204	.062	.002	-.199	.005	.003	1.67
Chấp nhận	<--	Khả năng tương thích	.177	.070	.002	.183	.006	.003	2.00
Chấp nhận	<--	Hiệu quả	.223	.093	.003	.228	.005	.004	1.25
Chấp nhận	<--	Chuẩn chủ quan	.214	.061	.002	.215	.001	.003	0.33

thích; Nhận thức dễ dàng sử dụng; Chuẩn chủ quan; Rủi ro trong giao dịch. Trong đó tác động mạnh nhất đó là nhân tố nhận thức dễ dàng sử dụng, tác động ít nhất là nhân tố nhận thức rủi ro trong giao dịch.

- Nhân tố tác động tiêu cực đến việc chấp nhận SCB E-Banking đó là: Nhận thức rủi ro trong giao dịch. Còn các nhân tố còn lại đều tác động tích cực.

- Cơ cấu độ tuổi của mẫu cho thấy phân nửa số khách hàng được phỏng vấn từ 29-39 tuổi, phân nửa còn lại là trên 40 tuổi. Hầu hết người được phỏng vấn có thu nhập khá từ 5,5-9 triệu VND/tháng, nhóm đạt trình độ đại học là cao nhất. Nghề nghiệp thì nhóm nhân viên toàn thời gian chiếm tỷ lệ cao nhất. Trong các yếu tố nhân khẩu học, chỉ có nhóm độ tuổi là có sự khác biệt trong mối ảnh hưởng đến Chấp nhận sử dụng SCB E-Banking.

5.2. Các khuyến nghị

- Tăng tính dễ dàng sử dụng SCB E-Banking: Ngân hàng không chỉ chú trọng đến sự hiện đại của công nghệ mà còn phải quan tâm đến tính Dễ dàng sử dụng vì đối tượng chính là khách hàng đại chúng. Bản thân các sản phẩm phải đơn giản, quy trình đăng ký và việc sử dụng cũng phải đơn giản. Do đó, khi triển khai công nghệ, dịch vụ mới. SCB cần nghiên cứu, rút kinh nghiệm và phát triển có chọn lọc những dịch vụ mới nhằm tăng tính đơn giản, dễ dàng sử dụng.

- Tăng hiệu quả mong đợi về SCB E-Banking: Cần nghiên cứu phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử, cung cấp các dịch vụ ở cấp độ cao cấp hơn và mang lại nhiều lợi nhuận hơn như dịch vụ quản lý quỹ đầu tư, dịch vụ địa ốc, cho

thuê tài chính,... điện tử hoá các thủ tục, chứng từ đăng ký.

- Sự tác động của các yếu tố bên ngoài như người ảnh hưởng, phương tiện truyền thông... có ảnh hưởng đến việc chấp nhận sử dụng SCB E-Banking. Do đó, SCB cần đẩy mạnh công tác Marketing như tiến hành phát tờ rơi, thư ngỏ đến tận tay khách hàng.

- Cần tác động làm thay đổi thói quen và nhận thức của khách hàng trong việc ưa chuộng dùng tiền mặt, thu hút khách hàng mở tài khoản thanh toán, làm cho họ hiểu rõ những tiện ích của dịch vụ. Nếu khách hàng có hiểu biết đầy đủ hơn thì họ sẽ gia tăng khả năng tương thích khi sử dụng SCB-Ebanking.

- Giảm rủi ro khi giao dịch với SCB E-Banking: Khách hàng vẫn chưa hiểu hết dịch vụ này và lo ngại về vấn đề bảo mật. Do vậy, ngân hàng cần giải thích cho khách hàng về các “phương thức xác thực” khi sử dụng E-Banking một cách rõ ràng và dễ hiểu nhất, nhằm tạo sự an tâm khi họ có nhu cầu sử dụng dịch vụ. Đặc biệt chú trọng tới vấn đề bảo mật và an ninh mạng do tác hại của hacker, virus máy tính không chỉ đơn thuần là thiệt hại vật chất mà còn là uy tín, chất lượng của ngân hàng.

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu có các hạn chế sau: Số lượng mẫu thu thập chưa nhiều và khách hàng chủ yếu sinh sống và làm việc tại Đà Nẵng và tỉnh Quảng Nam. Hướng phát triển trong tương lai là mở rộng quy mô điều tra khách hàng cá nhân và mở rộng nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến việc chấp nhận sử dụng E-Banking như địa lý, văn hóa xã hội,... để nâng cao sự giải thích của mô hình.

Tài liệu tham khảo

- Ajzen, Icek (1985), *From intentions to actions: A theory of planned behavior*, Berlin, Heidelberg, New York, Springer-Verlag, 11-39.
- Ajzen, Icek (1991), ‘The theory of planned behavior’, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Bollen, K. A. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*, New York: John Wiley & Sons
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989), *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*, *Management Science*, 35, 982–1003, doi:10.1287/mnsc.35.8.982.
- Fishbein, M. & Ajzen, Icek (1975), *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Hair, J.F., Black, W.C., Tatham, R.L. & Anderson, R.E. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Prentical – Hall International, Inc.
- Lê Văn Huy & Trương Thị Vân Anh (2008), ‘Mô hình nghiên cứu chấp nhận E-Banking tại Việt Nam’, *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*, 362, 40 -47,.,
- Nguyễn Thanh Duy & Cao Hào Thi (2011), ‘Đề xuất mô hình chấp nhận và sử dụng ngân hàng điện tử ở Việt Nam’, *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 14(Q2-2011), 97 -105.