

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG



KHÓA LUẬN
TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG
DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM
– CHI NHÁNH HUẾ

SINH VIÊN THỰC HIỆN
TRƯƠNG THỊ MỸ LỆ

Khóa học: 2016-2020

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ HUẾ
KHOA TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG



KHÓA LUẬN
TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG
DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG
MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM
– CHI NHÁNH HUẾ

Sinh viên: Trương Thị Mỹ Lệ

Giáo viên hướng dẫn

Lớp: K50 – Tài Chính

ThS. Bùi Thành Công

Niên khóa: 2016-202

Huế, tháng 01 năm 2019

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài khóa luận này. Trước hết, tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam - Chi nhánh Huế đã tạo điều kiện cho tôi có được cơ hội thực tập ở đây, cảm ơn các anh chị nhân viên phòng giao dịch Huế đã giúp đỡ tôi trong quá trình thực tập.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Quý thầy cô giáo Khoa Tài chính - Ngân hàng, cũng như các thầy cô giáo đã truyền đạt những kiến thức vô cùng quý giá trong suốt những năm tháng ngồi trên ghế nhà trường. Cảm ơn các thầy cô đã không ngừng nghiên cứu và chia sẻ những kiến thức kinh nghiệm để tôi có thể tự tin bước vào một môi trường học tập và rèn luyện mới, làm hành trang cho tương lai sau này.

Đặc biệt tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Thầy giáo Bùi Thành Công đã nhiệt tình, tận tâm hướng dẫn, giúp đỡ tôi hoàn thành bài khóa luận này.

Sau cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến gia đình, bạn bè những người luôn giúp đỡ tôi, động viên tôi, làm động lực giúp đỡ tôi đạt được những kết quả tốt hơn.

Trong bài luận văn này mặc dù bản thân đã cố gắng nỗ lực hết mình để giải quyết các yêu cầu và mục đích đặt ra. Tuy nhiên do kiến thức và kinh nghiệm còn hạn chế nên không thể tránh khỏi những thiếu sót. Rất mong nhận sự chỉ bảo, bổ sung ý kiến đóng góp của quý thầy, cô giáo, để bài báo cáo của tôi hoàn thiện hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Huế, tháng 11 năm 2019

Sinh viên

Trương Thị Mỹ Lệ

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
DANH MỤC VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC BẢNG	viii
DANH MỤC HÌNH	ix
PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
2.1 Mục tiêu chung.....	2
2.2 Mục tiêu cụ thể.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
3.1 Đối tượng nghiên cứu.....	3
3.2 Phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
4.1 Thiết kế nghiên cứu.....	4
4.1.1 Nghiên cứu định tính.....	4
4.1.2 Nghiên cứu định lượng.....	4
4.2 Phương pháp thu thập dữ liệu	5
4.2.1 Dữ liệu thứ cấp.....	5
4.2.2 Dữ liệu sơ cấp.....	5
4.3 Phương pháp chọn mẫu và xác định quy mô mẫu	5
4.4 Phương pháp phân tích và xử lý số liệu	6
5. Kết cấu khóa luận.....	7
PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	9
CHƯƠNG 1: DỊCH VỤ THẺ VÀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN	9
1.1 Cơ sở lý luận	9
1.1.1 Cơ sở lý luận về ngân hàng thương mại và dịch vụ ngân hàng	9

1.1.1.1 Khái niệm về ngân hàng thương mại	9
1.1.1.2 Khái niệm về dịch vụ ngân hàng.....	9
1.1.2 Dịch vụ thẻ thanh toán và vai trò của thẻ thanh toán.....	11
1.1.2.1 Dịch vụ thẻ thanh toán	11
1.1.2.2 Đặc điểm cấu tạo của thẻ	11
1.1.2.3 Phân loại thẻ.....	12
1.1.2.4 Vai trò và lợi ích của dịch vụ thẻ thanh toán.	12
1.1.3 Lý luận cơ bản về hành vi người tiêu dùng.....	14
1.1.3.1 Mô hình hành vi người tiêu dùng.....	14
1.1.3.2 Tiến trình ra ý định của người tiêu dùng.....	15
1.1.3.3 Xu hướng tiêu dùng.....	16
1.2 Mô hình nghiên cứu	16
1.2.1 Một vài mô hình nghiên cứu liên quan	16
1.2.1.1 Mô hình Thuyết hành động hợp lý (TRA).....	16
1.2.1.2 Mô hình thuyết hành vi hoạch định (TPB)	17
1.2.1.3 Mô hình Thuyết chấp nhận công nghệ (TAM)	18
1.2.1.4 Mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ.....	19
1.2.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	21
1.2.3 Một số công trình nghiên cứu đã thực hiện trên thực tế	22
CHƯƠNG 2: NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH	
SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN	
TẠI NGÂN HÀNG TECHCOMBANK - CHI NHÁNH HUẾ.....	24
2.1 Tổng quan về Ngân hàng Techcombank - Chi nhánh Huế.....	24
2.1.1 Đặc điểm chung của Ngân hàng Techcombank - Chi nhánh Huế	24
2.1.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển ngân hàng Techcombank Việt Nam.....	24
2.1.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển Techcombank - Chi nhánh Huế.	25
2.1.3 Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý.....	26
2.1.4 Đặc điểm về nhân lực.....	28

2.1.5 Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Techcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2016 - 2018	31
2.2 Cơ sở thực tiễn về dịch vụ thẻ thanh toán hiện nay	33
2.2.1 Thực trạng hoạt động thanh toán thẻ của các Ngân hàng tại Việt Nam hiện nay.	33
2.2.2 Thực trạng hoạt động thanh toán thẻ tại các ngân hàng trên địa bàn Thừa Thiên Huế.....	34
2.3 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Kỹ Thương - Chi nhánh Huế.	35
2.3.1 Đặc điểm mẫu điều tra	35
2.3.1.1 Cơ cấu mẫu theo giới tính	36
2.3.1.2 Cơ cấu mẫu theo độ tuổi	36
2.3.1.3 Cơ cấu mẫu theo nghề nghiệp.....	36
2.3.1.4 Cơ cấu mẫu theo thu nhập.....	37
2.3.2 Mô tả hành vi sử dụng dịch vụ thẻ tại ngân hàng	37
2.3.2.1 Loại thẻ khách hàng đang sử dụng tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế.....	37
2.3.2.2 Dịch vụ khác khách hàng đang sử dụng tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế.....	38
2.3.2.3 Nguồn thông tin giúp khách hàng biết đến dịch vụ thẻ tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế	39
2.3.2.4 Thời gian sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán của khách hàng tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế	40
2.3.2.5 Chức năng thẻ thanh toán của khách hàng tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế.....	40
2.3.2.6 Khách hàng sử dụng thẻ thanh toán tại ngân hàng khác.....	41
2.3.2.7 Ngân hàng khác Techcombank mà khách hàng đang sử dụng	41
2.4 Đánh giá của khách hàng về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế.....	42

2.4.1 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm hiệu quả mong đợi.....	42
2.4.2 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm nỗ lực mong đợi	43
2.4.6 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm ý định sử dụng.....	46
2.5 Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach's Alpha	47
2.5.1 Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA)	51
2.5.1.1 Rút trích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thẻ của khách hàng cá nhân.	51
2.5.1.2 Rút trích nhân tố “Ý định sử dụng”	54
2.5.2 Kiểm định sự phù hợp của mô hình	56
2.5.2.1 Kiểm định mối tương quan giữa biến độc lập và biến phụ thuộc	56
2.5.3 Xây dựng mô hình hồi quy.....	56
2.5.3.1 Phân tích hồi quy.....	57
2.5.3.2 Đánh giá độ phù hợp của mô hình	59
2.5.3.3 Kiểm định sự phù hợp của mô hình	59
2.5.4 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết	59
CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP ĐỂ NÂNG CAO Ý ĐỊNH SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ CỦA KHCN TẠI NGÂN HÀNG TMCP KỸ THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH HUẾ	61
3.1 Cơ sở đề xuất giải pháp	61
3.1.1 Định hướng chung và mục tiêu kinh doanh của Techcombank Huế trong thời gian tới.....	61
3.1.2 Ma trận SWOT của ngân hàng Techcombank Huế về dịch vụ thẻ.....	62
3.2 Các giải pháp đề xuất đối với ngân hàng Techcombank Huế.....	63
3.2.1 Nhóm giải pháp “Hiệu quả mong đợi	63
3.2.2 Nhóm giải pháp “Năng lực mong đợi”	64
3.2.3 Nhóm giải pháp “Điều kiện thuận lợi ”	65
3.2.4 Nhóm giải pháp “Cảm nhận an toàn ”	66
3.2.5 Nhóm giải pháp “Ảnh hưởng xã hội ”	66
3.2.5 Nhóm giải pháp “Chi phí sử dụng”	67

PHẦN III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	68
1.Kết luận	68
2. Kiến nghị	69
2.1 Đối với các cấp chính quyền	69
TÀI LIỆU KHAM THẢO	72
PHỤ LỤC	

DANH MỤC VIẾT TẮT

Techcombank(TCB)	Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam
TMCP	Thương mại cổ phần
KHCN	Khách hàng cá nhân
NHTM	Ngân hàng thương mại
DVKH	Dịch vụ khách hàng
HQMD	Hiệu quả mong đợi
NLMD	Năng lực mong đợi
DKTL	Điều kiện thuận lợi
AHXXH	Ảnh hưởng xã hội
CPSD	Chi phí sử dụng
CNAT	Cảm nhận an toàn
PGD	Phòng giao dịch

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Tình hình nhân sự tại Techcombank Huế trong giai đoạn 2017 -2019	28
Bảng 2.2: Thu nhập, chi phí và lợi nhuận của Techcombank Huế qua 3 năm 2016 – 2018	31
Bảng 2.3: Tình hình phát hành thẻ qua các năm 2016 -2018	34
Bảng 2.4: Đặc điểm mẫu điều tra.....	35
Bảng 2.5: Loại thẻ khách hàng đang sử dụng tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt	38
Bảng 2.8: Thời gian sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán tại ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Huế	40
Bảng 2.10: Khách hàng sử dụng thẻ thanh toán tại ngân hàng khác	41
Bảng 2.11: Ngân hàng khác Techcombank mà khách hàng đang sử dụng.....	41
Bảng 2.12: Đánh giá của khách hàng đối với nhóm hiệu quả mong đợi	42
Bảng 2.13: Đánh giá của khách hàng đối với nhóm nỗ lực mong đợi.....	43
Bảng 2.14: Đánh giá của khách hàng đối với nhóm điều kiện thuận lợi	44
Bảng 2.15: Đánh giá của khách hàng đối với nhóm cảm nhận an toàn	45
Bảng 2.16: Đánh giá của khách hàng đối với nhóm chi phí sử dụng	46
Bảng 2.17: Đánh giá của khách hàng đối với nhóm ý định sử dụng	46
Bảng 2.17: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha	48
Bảng 2.18: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha các nhóm biến độc lập	49
Bảng 2.19: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha các nhóm biến phụ thuộc	50
Bảng 2.20: Kiểm định KMO và Bartlett's Test biến độc lập.....	51
Bảng 2.21: Rút trích nhân tố biến độc lập.....	52
Bảng 2.22: Kiểm định KMO và Bartlett's Test biến phụ thuộc	55
Bảng 2.23: Rút trích nhân tố biến phụ thuộc	55
Bảng 2.24: Phân tích tương quan Pearson	56
Bảng 2.25: Hệ số phân tích hồi quy	57
Bảng 2.26: Đánh giá độ phù hợp của mô hình.....	59
Bảng 2.27: Kiểm định ANOVA.....	59

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1 : Mô hình hành vi người tiêu dùng.....	14
Hình 1.2: Tiến trình mua của người tiêu dùng.....	15
Hình 1.3: Thuyết hành động hợp lý (TRA).....	17
Hình 1.4: Mô hình Thuyết hành vi hoạch định TPB.....	18
Hình 1.5: Mô hình TAM	19
Hình 1.5: Mô hình thống nhất việc chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT)	20
Hình 1.6: Mô hình nghiên cứu đề xuất	21
Hình 2.1 : Logo ngân hàng Techcombank.....	25

PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Lý do chọn đề tài

Hoạt động Ngân hàng là lĩnh vực không thể thiếu đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Những năm qua kết quả từ hoạt động kinh doanh của ngành Ngân hàng đã đóng góp một phần hết sức quan trọng vào sự nghiệp phát triển chung của đất nước. Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu đang diễn ra mạnh mẽ, sự cạnh tranh trong lĩnh vực Ngân hàng ngày càng trở nên gay gắt cả về mức độ, phạm vi, sản phẩm và dịch vụ cung ứng trên thị trường. Cùng với sự phát triển đó đồng nghĩa với nó là các mối quan hệ mua bán, trao đổi giao thương cũng ngày càng nhiều. Các mối quan hệ này không chỉ thu hẹp trong phạm vi quốc gia mà còn mở rộng khắp thế giới. Chính vì vậy, nhu cầu thanh toán diễn ra nhiều hơn, phức tạp hơn, đòi hỏi các phương thức thanh toán cần phải đa dạng hơn để hỗ trợ, giải quyết nhanh chóng và bảo đảm an toàn cho các lần giao dịch.

Hiện nay trên thế giới, hình thức thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng trở nên phổ biến và chiếm tỷ lệ cao. Đỉnh cao của sự phát triển các công cụ thanh toán không dùng tiền mặt là sự ra đời của thẻ thanh toán điện tử. Thẻ thanh toán điện tử nó góp phần đẩy nhanh nhịp độ phát triển kinh tế, tốc độ chu chuyển tiền tệ, giảm chi phí in tiền, vận chuyển... rút ngắn thời gian, thuận tiện đối với khách hàng ở mọi nơi, mọi lúc và đảm bảo tính an toàn cho tài khoản. Tại Việt Nam, nền kinh tế ngày một phát triển, đời sống của người dân ngày càng được nâng cao, thêm vào đó là xu thế hội nhập phát triển với nền kinh tế thế giới. Theo khảo sát của Cục TMDT và Công nghệ thông tin (Bộ Công Thương) cho thấy số lượng thẻ phát hành đã đạt trên 121,5 triệu thẻ thanh toán tính đến hết tháng 6/2017. Như vậy, trung bình mỗi người dân Việt Nam sở hữu 1,3 chiếc thẻ ngân hàng để thanh toán. Sự xuất hiện của thẻ thanh toán đã làm thay đổi cách chi tiêu, thanh toán của cộng đồng xã hội. Với các đặc tính vốn có và các tiện ích mà nó mang lại dịch vụ thẻ đang từng bước thu hút được sự quan tâm của người dân. Qua đó, Chính phủ đã thực thi Nghị định 101/2012 ND - CP với chiến lược phát triển ngành ngân hàng Việt Nam đến

năm 2025, định hướng đến năm 2030 đặt ra mục tiêu đưa tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán xuống dưới mức 10% vào cuối năm 2020 và rút xuống còn 8% vào cuối năm 2025. Thẻ ngân hàng đã nhanh chóng trở thành phương tiện thanh toán thông dụng.

Với thực tế đó, không chỉ thị trường Việt Nam nói chung, riêng đối với thị trường Ngân hàng của Thừa Thiên Huế hiện nay cũng đang dần nóng lên khi có sự xuất hiện thêm nhiều ngân hàng mới. Số lượng các ngân hàng gia tăng và đa dạng về các sản phẩm và dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ thẻ thanh toán đã giúp cho khách hàng có nhiều sự lựa chọn cũng như dễ dàng thay đổi ngân hàng. Ngân hàng nào cũng muốn nắm bắt nhu cầu của khách hàng và chiếm lĩnh thị trường cũng như khuynh hướng hành vi của khách hàng. Như vậy, có quá nhiều ngân hàng để lựa chọn thì việc nghiên cứu định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn dịch vụ thẻ thanh toán của khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng trở nên quan trọng, giúp ngân hàng nắm bắt được hành vi và nhu cầu của khách hàng, là cơ sở đề ra các giải pháp và chiến lược nhằm khai thác hiệu quả, thu hút và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Việc thỏa mãn và làm hài lòng khách hàng sẽ giúp nâng cao doanh số và năng lực cạnh tranh cho ngân hàng. Xuất phát từ thực tế đó, cùng với những kiến thức đã được trang bị tại nhà trường, kết hợp với quá trình thực tập tại Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam - Chi nhánh Huế, tôi xin mạnh dạn chọn đề tài “ **Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán tại Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Chi nhánh Huế**” làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu chung

Tìm hiểu, nghiên cứu và đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Techcombank Huế. Từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm giúp Ngân hàng nắm bắt và khai thác tốt hơn nhu cầu của

khách hàng cũng như hoàn thiện chất lượng dịch vụ thẻ thanh toán để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

2.2 Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hành vi khách hàng, xu hướng sử dụng và dịch vụ thẻ thanh toán
- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng cá nhân tại ngân hàng Techcombank Huế và mức độ quan trọng của các nhân tố tác động đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng cá nhân
- Đề xuất, kiến nghị đưa ra các giải pháp dựa trên các yếu tố đã tìm ra để cung cấp một công cụ hỗ trợ cho việc quản lý và lập kế hoạch phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại Ngân hàng Techcombank chi nhánh Huế.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1 Đối tượng nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu là các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Techcombank - Chi nhánh Huế.

3.2 Phạm vi nghiên cứu

❖ Phạm vi không gian: Trên địa bàn thành phố Huế

❖ Phạm vi thời gian:

- Thu thập dữ liệu thứ cấp: Thu thập dữ liệu 3 năm từ năm 2016 đến 2018 từ các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo thường niên, báo cáo tài chính và các báo cáo từ các phòng ban của Ngân hàng Techcombank Huế
- Thu thập dữ liệu sơ cấp: Thu thập dữ liệu từ tháng 9 đến tháng 12 năm 2019. Thông qua thu thập những bảng hỏi khách hàng được phỏng vấn tại trụ sở chính và các cây ATM của Techcombank Huế

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1 Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện qua hai giai đoạn: (1) Nghiên cứu định tính nhằm xây dựng bảng hỏi khảo sát ý kiến của khách hàng. (2) Nghiên cứu định lượng nhằm thu thập thông tin, phân tích dữ liệu phục vụ cho mục đích nghiên cứu.

4.1.1 Nghiên cứu định tính

Trên cơ sở nghiên cứu lý thuyết, xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết

Sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm mục tiêu (Focus group) với 4-7 người là khách hàng đang sử dụng dịch vụ thẻ của ngân hàng Techcombank. Vấn đề được đưa ra thảo luận là các ý kiến về những lợi ích mà dịch vụ thẻ thanh toán mang lại, các nhân tố nào ảnh hưởng đến ý định lựa chọn dịch vụ thẻ thanh toán của khách hàng cá nhân tại ngân hàng.

Sử dụng phương pháp chuyên gia để tập hợp ý kiến của những người thường xuyên tiếp xúc với khách hàng. Cụ thể đối tượng phỏng vấn là hai chuyên viên tư vấn dịch vụ tài chính khách hàng cá nhân và hai giao dịch viên tại Ngân hàng Techcombank Huế. Đây là những người thường xuyên tiếp xúc và tư vấn cho khách hàng nên sẽ hiểu được hành vi khách hàng khi lựa chọn dịch vụ thẻ thanh toán.

4.1.2 Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phương pháp phỏng vấn trực tiếp các khách hàng đang sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán ở Ngân hàng Techcombank - Chi nhánh Huế. Kết quả nghiên cứu chính thức dùng để kiểm định lại mô hình lý thuyết. Các bước thực hiện:

- Thiết kế bảng hỏi: Điều tra thử và tiến hành điều chỉnh bảng hỏi sao cho thật rõ ràng, dễ hiểu để thu được kết quả tốt nhất.

- Phỏng vấn chính thức: Dùng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp, người phỏng vấn giải thích nội dung có trong bảng hỏi để người trả lời hiểu câu hỏi và trả lời chính xác những câu hỏi.

4.2 Phương pháp thu thập dữ liệu

Đối với đề tài nghiên cứu này, nghiên cứu sử dụng các nguồn dữ liệu thứ cấp và sơ cấp để khám thảo và phân tích phục vụ cho việc tiến hành nghiên cứu.

4.2.1 Dữ liệu thứ cấp

- Thu thập từ các thông tin, số liệu liên quan đến Ngân hàng Techcombank Huế như: Kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo tài chính, các báo cáo từ các phòng ban của Ngân hàng.

- Các giáo trình bộ môn liên quan đã được học và các tài liệu tìm hiểu được trên các trang web.

- Một số công trình nghiên cứu luận văn tốt nghiệp đại học, cao học có mục tiêu tương tự như đề tài nhằm tìm kiếm thông tin khám thảo có tính định hướng cho đề tài.

- Sử dụng các thông tin từ Internet, các website có uy tín để đảm bảo tính khách quan.

4.2.2 Dữ liệu sơ cấp

- Đây là dữ liệu thu thập thông qua những bảng hỏi khách hàng được phỏng vấn tại trụ sở chính và các cây ATM của Techcombank Huế

4.3 Phương pháp chọn mẫu và xác định quy mô mẫu

- Phương pháp chọn mẫu:

Đề tài sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, bên cạnh đó kết hợp phương pháp phát triển mầm. Theo phương pháp chọn mẫu này, điều tra viên sẽ phỏng vấn khách hàng đang sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán tại ngân hàng Techcombank – chi nhánh Huế dựa trên tính dễ tiếp cận đối tượng điều tra, tiếp cận

thông qua cơ sở dữ liệu khách hàng của ngân hàng Techcombank - Chi Nhánh Huế. Trường hợp khách hàng này hạn chế giới thiệu thì điều tra viên tiếp tục tìm kiếm và phỏng vấn những người sử dụng dịch vụ này. Cuộc điều tra được tiến hành cho đến khi phỏng vấn đủ 150 bảng hỏi.

- **Phương pháp xác định quy mô mẫu:**

Xác định quy mô mẫu: Sử dụng một số công thức tính kích thước mẫu như sau:

✓ Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS.20 (2008) cho rằng “Thông thường thì số quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải bằng 4 đến 5 lần số biến trong phân tích nhân tố”. Trong bảng hỏi có 30 biến quan sát, nên cỡ mẫu ít nhất là đảm bảo 150.

✓ Theo Hair & các cộng sự (1998): kích thước mẫu tối thiểu để đảm bảo tính đại diện cho tổng thể theo nguyên tắc cỡ mẫu được chọn gấp 5 lần số biến độc lập. Mô hình đo lường dự kiến có 30 biến quan sát, như vậy kích thước mẫu cần thiết là 150.

✓ Từ những phương pháp xác định kích thước mẫu trên, đề tài này xác định kích thước mẫu cần điều tra là 150 khách hàng.

4.4 Phương pháp phân tích và xử lý số liệu

Các bảng hỏi sau khi thu về sẽ tiến hành chọn lọc, loại bỏ những bảng hỏi không hợp lệ, cuối cùng chọn được số bảng đủ dùng cho nghiên cứu. Sau đó dữ liệu được điều chỉnh, nhập vào máy, mã hóa, và xử lý. Ở đây bài nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích, thống kê mô tả, phương pháp kiểm định giả thuyết thống kê... công cụ phân tích là sử dụng phần mềm thống kê SPSS.v20 , Excel để thực hiện phân tích cần thiết cho nghiên cứu bao gồm các bước sau:

- **Thống kê mô tả:** mục đích của phương pháp này nhằm mô tả, hiểu rõ được đặc điểm của đối tượng điều tra. Thông qua các tiêu chí tần số (Frequency), biểu đồ, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, phương sai.

- **Đánh giá độ tin cậy của thang đo:** tiến hành kiểm tra độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha.

- **Phân tích nhân tố khám phá EFA:**

Phân tích nhân tố khám phá được sử dụng để rút gọn tập nhiều biến quan sát phụ thuộc lẫn nhau thành một tập biến (gọi là các nhân tố) ít hơn để chúng có ý nghĩa hơn nhưng vẫn chứa đựng hầu hết thông tin của tập biến ban đầu (theo Hair & cộng sự, 1998).

Trong phân tích nhân tố khám phá, trị số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) là chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của các nhân tố. Trị số KMO phải có giá trị trong khoảng 0,5 đến 1,0 và giá trị Sig nhỏ hơn 0,05 thì phân tích này mới thích hợp, còn nếu trị số KMO nhỏ hơn 0,5 thì phân tích nhân tố khám phá EFA có khả năng là không thích hợp với các dữ liệu.

- **Phân tích hồi quy tương quan:**

Sau khi tiến hành điều tra sơ bộ và lập bảng hỏi chính thức, đề tài sẽ rút ra được các biến định tính phù hợp để điều tra và lập mô hình hồi quy với các biến độc lập và biến phụ thuộc.

Sau khi rút trích được các nhân tố từ phân tích nhân tố EFA, xem xét các giả định cần thiết trong mô hình hồi quy tuyến tính như kiểm tra phần dư chuẩn hóa, kiểm tra hệ số phóng đại phương sai VIF, kiểm tra giá trị Durbin – Watson. Nếu các giả định ở trên không bị vi phạm, mô hình hồi quy được xây dựng. Hệ số R^2 cho thấy các biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được bao nhiêu phần trăm sự biến thiên của biến phụ thuộc.

5. Kết cấu khóa luận

Phần I: Đặt vấn đề.

Phần II: Nội dung và kết quả nghiên cứu.

Chương 1: Dịch vụ thẻ và các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán.

Chương 2: Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ thanh toán của khách hàng cá nhân tại ngân hàng Techcombank- Chi nhánh Huế.

Chương 3: Định hướng và giải pháp nâng cao khả năng thu hút khách hàng sử dụng thẻ thanh toán tại Ngân hàng TMCP Kỹ thương chi nhánh Huế

Phần III: Kết luận và kiến nghị.

PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 1: DỊCH VỤ THẺ VÀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN

1.1 Cơ sở lý luận

1.1.1 Cơ sở lý luận về ngân hàng thương mại và dịch vụ ngân hàng

1.1.1.1 Khái niệm về ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại là tổ chức tín dụng giao dịch trực tiếp với các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và cá nhân, bằng cách nhận tiền gửi, tiền tiết kiệm, rồi sử dụng số vốn đó để cho vay, chiết khấu, cung cấp các dịch vụ thanh toán và các dịch vụ khác.

Theo pháp lệnh Ngân hàng năm 1990 của Việt Nam: Ngân hàng thương mại là một tổ chức kinh doanh tiền tệ mà nghiệp vụ thường xuyên chủ yếu là nhận tiền gửi của khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, chiết khấu và làm phương tiện thanh toán.

Theo luật các tổ chức tín dụng năm 2010, Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định nhằm mục tiêu lợi nhuận.

1.1.1.2 Khái niệm về dịch vụ ngân hàng

Có hai quan điểm khác nhau về dịch vụ ngân hàng:

o Theo nghĩa rộng, sản phẩm dịch vụ ngân hàng bao gồm toàn bộ các hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối của ngân hàng. Quan điểm phù hợp với cách phân ngành dịch vụ ngân hàng trong dịch vụ tài chính của (WTO) và của Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Hoa Kỳ cũng như cách phân loại của nhiều nước phát triển trên thế giới.

o Theo nghĩa hẹp, dịch vụ ngân hàng chỉ bao gồm những hoạt động không thuộc phạm vi kinh doanh tiền tệ và các nghiệp vụ ngân hàng theo chức năng của