

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Hoa Hồng và Nguyễn Văn Tùng** - Biến động giá cổ phiếu xung quanh thông báo mua lại cổ phiếu của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 128.1FiBa.11** 2
Stock Price Fluctuations around the Buy-back Announcement of Listed Companies on Vietnamese Stock Market
- 2. Trần Thị Thu Hiền và Đàm Văn Huệ** - Một số yếu tố tác động tới quy mô giao dịch của trái phiếu doanh nghiệp niêm yết. **Mã số: 128.1FiBa.11** 10
Influencing Factors on the Transaction Volume of Listed Corporate Bonds

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 3. Dương Thị Hoài Nhung và Lê Thái Phong** - Đánh giá năng lực quản lý của nhân sự phụ trách kinh doanh tại các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam bằng phương pháp ma trận. **Mã số: 128.2HRMg.21** 20
Evaluating Management Capacity of Sales Managers Working in Vietnamese Commercial Banks by Matrix Method
- 4. Nguyễn Trần Hưng và Vũ Thị Thúy Hằng** - Nghiên cứu ảnh hưởng của truyền thông xã hội tới hiệu quả hoạt động kinh doanh trực tuyến của các doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số: 128.2BMkt.21** 31
A Study on the Impact of Social Media on Online Business Performance of Vietnamese Enterprises
- 5. Đào Thanh Bình** - Xây dựng mô hình chấm điểm tín dụng khách hàng cá nhân vay tiêu dùng tại Việt Nam. **Mã số: 128.2FiBa.21** 47
Establishing Credit Scoring Model for Consumer Loans in Vietnam
- 6. Bùi Thị Thu Loan, Vũ Duy Hào và Chu Thị Hiền** - Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng Internet banking trong thanh toán học phí: nghiên cứu trường hợp sinh viên Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. **Mã số: 128.2GEMg.21** 55
Factors Affecting the Intention of Using Internet Banking in Tuition Payment: A Case Study of Hanoi University of Industry Students

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Đoàn Văn Anh** - IAS 41 - Nông nghiệp và những vấn đề đặt ra cho kế toán nông nghiệp của Việt Nam hiện nay. **Mã số: 128.3BAcc.32** 63
IAS 41 - Agriculture and Current Issues for Vietnam's Agricultural Accounting

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG INTERNET BANKING TRONG THANH TOÁN HỌC PHÍ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

Bùi Thị Thu Loan

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
Email: buithithuloan@hau.edu.vn

Vũ Duy Hào

Trường Đại học Kinh tế quốc dân
Email: haodv@neu.edu.vn

Chu Thị Hiền

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
Email: chuthihien120797@gmail.com

Ngày nhận: 18/03/2019

Ngày nhận lại: 10/04/2019

Ngày duyệt đăng: 16/04/2019

Thói quen thanh toán không dùng tiền mặt của người dân, trong đó có hình thức thanh toán trực tuyến (Internet banking) vẫn còn hạn chế tại các nước có nền kinh tế mới nổi như tại Việt Nam bắt chập những đặc tính ưu việt do hình thức thanh toán này mang lại. Mặc dù đã có một vài nghiên cứu kiểm tra các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ internet banking, song các nghiên cứu này chỉ tập trung trên các đối tượng đã có thu nhập. Trong khi thói quen sử dụng một dịch vụ cần được xây dựng và định hướng dựa trên hành vi nhận thức tính hữu ích của giới trẻ. Do đó, nghiên cứu này cung cấp bằng chứng thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến dựa trên đối tượng khảo sát là sinh viên với quy mô mẫu 228. Kết quả phân tích cho thấy, ngoài ảnh hưởng của các yếu tố được biết đến trong hầu hết các nghiên cứu hiện có bao gồm nhân tố chuẩn chủ quan và tính hữu ích đối với dịch vụ thì phong cách giới trẻ cũng là một yếu tố mới được phát hiện có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến ý định sử dụng internet banking. Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng hàm ý một số giải pháp từ kết quả hồi quy và gợi mở hướng nghiên cứu trong tương lai.

Từ khóa: thanh toán trực tuyến, phong cách giới trẻ, ý định, thanh toán không dùng tiền mặt.

1. Giới thiệu

Internet banking (IB) là một ứng dụng được sử dụng phổ biến trong thanh toán hiện nay tại hầu hết các quốc gia. Đây là dịch vụ ngân hàng điện tử dùng để truy vấn thông tin tài khoản và thực hiện các giao dịch chuyển khoản thanh toán qua mạng internet. Dịch vụ này bắt đầu được sử dụng từ những năm 80 tại hầu hết các nước phát triển. Tại Việt Nam, dịch vụ Internet-banking bắt đầu được du nhập khá muộn từ năm 2001 dưới hình thức ngân hàng điện tử trên internet và chính thức trở thành kênh giao dịch điện

tử vào năm 2004. Dịch vụ Internet banking với ưu thế nhanh gọn, tiện lợi và tiết kiệm chi phí ngày càng được nhiều khách hàng lựa chọn. Dựa trên nhu cầu này, các ngân hàng cũng ngày càng cạnh tranh để cung cấp những sản phẩm, dịch vụ tối ưu nhất cho khách hàng.

Trong giai đoạn hiện nay, ứng dụng công nghệ thay thế cho các phương pháp thanh toán truyền thống thủ công là tính tất yếu. Việc triển khai và cung cấp các dịch vụ này từ hệ thống ngân hàng, một mặt khẳng định vị thế của ngân hàng trong việc hiện đại

hóa hạ tầng công nghệ cung cấp sản phẩm dịch vụ tiện ích cho khách hàng. Mặt khác, góp phần hạn chế việc sử dụng tiền mặt trong thanh toán, giúp tiết kiệm chi phí xã hội cũng như minh bạch hóa các hoạt động kinh doanh của các chủ thể trong nền kinh tế.

Về phía khách hàng, sự xuất hiện của internet banking đã mang lại lợi ích lớn về thời gian và chi phí. Các giao dịch thanh toán không còn giới hạn về thời gian và khoảng cách địa lý thông qua các ứng dụng thanh toán qua hệ thống internet 24/24 và 24/7. Thêm vào đó, phí thanh toán qua hệ thống thanh toán trực tuyến cũng được xem là rẻ hơn so với các hình thức thanh toán chuyển tiền truyền thống tại ngân hàng.

Tuy nhiên, tại các nước đang phát triển và các nước có nền kinh tế mới nổi như Việt Nam, thói quen sử dụng tiền mặt vẫn diễn ra trong phần lớn các giao dịch mặc dù Chính phủ đã có những quy định hạn chế nhất định. Theo số liệu từ Ngân hàng thế giới (WB), Việt Nam là một trong những nước có tỷ lệ sử dụng tiền mặt cao nhất trong khu vực, chiếm tới 95,1 % (WB, 2018). Ngay tại môi trường giáo dục Đại học, nơi giúp định hình thói quen và trách nhiệm tuân thủ các quy định về việc nâng cao tính minh bạch trong nền kinh tế, thì vấn đề thanh toán không dùng tiền mặt dường như chưa được quan tâm đúng mức tại một số nơi. Vấn đề này được đặt ra bởi trong bối cảnh tại Việt Nam hiện nay, mặc dù thông tư 02 về quy định bắt buộc đối với việc thanh toán qua ngân hàng sắp có hiệu lực nhưng sinh viên tại một số trường đại học nói chung và trường đại học công nghiệp nói riêng vẫn duy trì thói quen thanh toán học phí bằng tiền mặt. Đây đồng thời cũng là một thực tế gây áp lực đối với việc nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà trường.

Trên cơ sở đó, theo hướng tiếp cận của lý thuyết Hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB) của Ajzen (1991), nghiên cứu này áp dụng phân tích định lượng để kiểm tra mức độ ảnh hưởng và chiều ảnh hưởng của các yếu tố: Thái độ, Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi và yếu tố phong cách giới trẻ đến ý định sử dụng thanh toán internet banking trong thanh toán học phí, nghiên cứu trường hợp tại đại học công nghiệp Hà Nội.

2. Tổng quan nghiên cứu

Lý thuyết TPB của Ajzen (1991), giải thích và dự đoán về hành vi được ứng dụng trong các lĩnh vực nghiên cứu khác nhau dựa trên nền tảng lý thuyết

Hành động có lý trí (hay hành động hợp lý), theo lý thuyết này, ý định của một cá nhân đối với việc thực hiện một hành vi nhất định chịu ảnh hưởng của 03 yếu tố, đó là: Thái độ (Attitude); Chuẩn chủ quan (Subjective Norm); Nhận thức kiểm soát hành vi (Perceived Behavioral Control). Lý thuyết TPB được nhiều nhà nghiên cứu tiếp tục phát triển và mở rộng để giải thích và dự đoán hành vi của con người trong bối cảnh cụ thể, như: Chang (1998), Choo và cộng sự (2004), đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm về ảnh hưởng tích cực của các yếu tố Thái độ, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi đến ý định thực hiện hành vi. Theo hướng tiếp cận này, nhiều nghiên cứu đã mở rộng phạm vi các yếu tố ảnh hưởng trong hướng nghiên cứu cụ thể về hành vi sử dụng IB (Long Phạm, 2014; ChinHo Lin, 2011). Nghiên cứu của Phạm và cộng sự (2014); Wang, Lin và Tin (2003) cho biết khả năng chấp nhận công nghệ (IT) đóng vai trò quan trọng đối với hành vi sử dụng dịch vụ này bên cạnh các yếu tố về thái độ đối với dịch vụ, chuẩn chủ quan và tính hữu ích của dịch vụ (Long và cộng sự, 2014; Wang, Lin và Tin, 2003; Bùi Hải Yến). Tuy nhiên các nghiên cứu này được thực hiện trong giai đoạn việc ứng dụng các phiên bản công nghệ tích hợp trên máy tính và điện thoại chưa thực sự phổ biến như hiện nay. Đồng thời, các nghiên cứu được tiến hành trên mẫu khảo sát là các đối tượng đã có thu nhập, do đó, khả năng chấp nhận công nghệ có thể là yếu tố ảnh hưởng tiên quyết do tính đặc thù về độ tuổi. Câu hỏi đặt ra ở đây là liệu có sự khác biệt đáng kể giữa sinh viên, những người chưa tạo ra thu nhập và những người đã đi làm mà thu nhập của họ có thể được thanh toán qua hệ thống ngân hàng đối với ý định sử dụng internet banking không. Nếu có, thì yếu tố nào ảnh hưởng đến ý định này và liệu đối với đối tượng là sinh viên, còn yếu tố nào có thể tham gia vào mô hình mà có khả năng luận giải thêm đối với ý định sử dụng IB, nghiên cứu cụ thể đối với ứng dụng thanh toán tiền học phí. Việc trả lời câu hỏi nghiên cứu này cũng là mục tiêu hướng đến của bài viết.

3. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

3.1. Giả thuyết nghiên cứu

- Ý định sử dụng internet banking trong thanh toán học phí

Có nhiều lý thuyết khác nhau được sử dụng để lý giải mối quan hệ giữa các yếu tố tiền đề và hành vi

của người sử dụng dịch vụ. Trong nghiên cứu này, tiếp cận theo lý thuyết TPB, ý định sử dụng internet banking được hiểu là ý định của cá nhân đối với khả năng chấp nhận sử dụng thanh toán trực tuyến qua hệ thống ngân hàng thay thế cho hành vi sử dụng tiền mặt. Đây được coi là giai đoạn trong việc hình thành và phản ánh nhận thức về lợi ích của việc thanh toán không dùng tiền. Khi đó, nếu ý định sử dụng dịch vụ thanh toán internet banking của sinh viên càng cao thì khả năng thực hiện hành vi thanh toán qua hệ thống giao dịch trực tuyến dựa trên các ứng dụng công nghệ được cung cấp bởi mỗi ngân hàng đối với khách hàng của mình càng lớn. Vì vậy, nghiên cứu ý định thực hiện hành vi thanh toán qua internet banking của sinh viên dựa trên lý thuyết TPB làm lý thuyết khung và tiền đề cho nghiên cứu nhằm mục đích nhận diện các yếu tố có ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ, từ đó, hàm ý giải pháp thay đổi hành vi, thói quen sử dụng tiền mặt trong thanh toán. Trên cơ sở đó, nhóm tác giả đưa ra nhóm 3 giả thuyết như sau:

Giả thuyết H1: *Thái độ có mối quan hệ thuận chiều đối với ý định sử dụng dịch vụ IB trong thanh toán học phí của sinh viên;*

Giả thuyết H2: *Chuẩn chủ quan có mối quan hệ thuận chiều đối với ý định sử dụng IB trong thanh toán học phí của sinh viên;*

Giả thuyết H3: *Nhận thức về kiểm soát hành vi có mối quan hệ thuận chiều đối với ý định sử dụng IB trong thanh toán học phí của sinh viên.*

Phong cách giới trẻ đối với khuynh hướng sử dụng ứng dụng công nghệ hiện đại trong thanh toán trực tuyến qua ngân hàng

Phong cách tiêu dùng hay sử dụng dịch vụ được đề cập lần đầu trong nghiên cứu của Mai và cộng sự (2009); Tambyah, Nguyễn và Jung (2009), theo đó khuynh hướng tiêu dùng có thể theo hướng truyền thống và hiện đại. Những thay đổi nhanh chóng trong nền kinh tế cùng với sự phát triển vượt bậc của khoa học công nghệ cũng ảnh hưởng đến khuynh hướng lựa chọn và sử dụng dịch vụ của các cá nhân. Mặc dù các nghiên cứu dựa trên mô hình có tính đến khả năng chấp nhận công nghệ (Phạm và cộng sự, 2009; Wang, 2003) song trên thực tế, trong bối cảnh Việt Nam những năm gần đây cho thấy, mặc dù người Việt có tỷ lệ sử dụng internet và điện thoại thông minh rất cao song tỷ lệ thanh toán qua internet lại không tương xứng.

Phong cách sống cá nhân được đặc trưng bởi cái nhìn thực tại về thế giới quan, cá tính, bản sắc cá nhân (bản ngã hay cái tôi) cũng như ảnh hưởng của môi trường xung quanh như gia đình, nơi sinh sống, giáo dục, văn hóa và ảnh hưởng mạnh từ các yếu tố truyền thông. Trong đó, giới trẻ được đánh giá là những người tiên phong cho những trào lưu mới, thời thượng và táo bạo. Đồng thời, họ là những người đi đầu cho xu hướng sử dụng những dịch vụ mới hiện đại hơn.

Kết quả phỏng vấn sâu đối với 11 sinh viên cũng cho thấy họ nhận thức việc thanh toán qua các ứng dụng trực tuyến sẽ trở thành xu hướng và định hình phong cách giới trẻ trong các giao dịch giúp họ thể hiện sự tự tin đối với việc bắt kịp một xu hướng tất yếu trong nền kinh tế. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất giả thuyết H4:

Giả thuyết H4: *Phong cách giới trẻ có ảnh hưởng tích cực đến ý định sử dụng internet banking trong thanh toán*

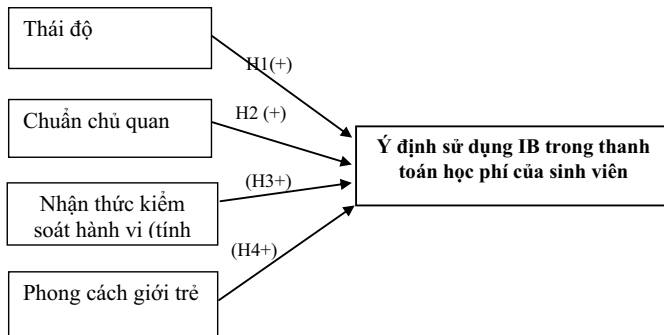
3.2. Phương pháp nghiên cứu và mô hình nghiên cứu

Trước hết, như đã đề cập ở trên, nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, kiểm tra sơ bộ sự phù hợp của các thang đo trong mô hình nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên trước khi tiến hành phân tích hồi quy. Nghiên cứu định tính sơ bộ thông qua phỏng vấn sâu được thực hiện với đối tượng là 11 sinh viên đang học tại trường đại học công nghiệp Hà Nội; độ dài trung bình mỗi cuộc phỏng vấn từ 25 đến 30 phút dựa trên lưới phỏng vấn, trong đó, đối tượng sinh viên trả lời phỏng vấn, gồm: 06 sinh viên nữ và 5 sinh viên nam.

Nội dung phỏng vấn sâu được thực hiện nhằm bước đầu kiểm tra sự phù hợp của các biến độc lập có ảnh hưởng đến ý định sử dụng internet banking của sinh viên, nhận diện sơ bộ mối quan hệ giữa các biến trong mô hình.

Kết quả nghiên cứu định tính sơ bộ ủng hộ mô hình nghiên cứu đề xuất của tác giả. Phần lớn sinh viên được phỏng vấn đều cho rằng sử dụng thanh toán trực tuyến sẽ đem lại sự tiện lợi, nhanh chóng và an toàn. Đặc biệt giảm sự khó chịu khi tham gia thanh toán học phí bằng tiền mặt. Họ hoàn toàn ủng hộ và muốn sử dụng trong thời gian tới bởi IB phù hợp với phong cách sinh viên năng động hiện nay. Tuy nhiên việc sử dụng dịch vụ này lại khó khăn từ

phía gia đình hơn là bạn bè, do đó ảnh hưởng nhất định đến việc thay đổi hoàn toàn hình thức thanh toán này ở hiện tại. Kết quả đáng chú ý trong phân tích định tính đó là sự tham gia của biến phong cách giới trẻ được nhận diện trong mô hình nghiên cứu. Việc nhận diện biến nghiên cứu này, dựa vào mô hình gốc theo lý thuyết TPB của Ajzen (1991), nhóm tác giả xây dựng mô hình gồm 4 yếu tố được đề cập dưới đây (Hình 1).



Nguồn: Tổng hợp từ nhóm tác giả

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Tiếp theo, nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, phân tích dữ liệu sơ cấp thu được từ một mẫu khảo sát ban đầu là 245 sinh viên đang học tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội (Hau). Chúng tôi sử dụng phạm vi nghiên cứu điển hình này là do nghiên cứu ban đầu với việc tham gia của biến mới nên được thực hiện nghiên cứu sơ bộ để xác nhận kết quả trước khi kiểm soát các yếu tố trên

diện rộng. Trên thực tế, trường Đại học Hanoi là trường được biết đến với tỷ lệ sinh viên chủ yếu đến từ các khu vực nông thôn

(trên 85%). Việc thay đổi thói quen sử dụng một dịch vụ thường có những đặc điểm riêng bao gồm cả ảnh hưởng từ yếu tố nhận thức, hành vi, tính hữu ích của dịch vụ và có thể cả từ môi trường học tập và xã hội nơi các chủ thể chịu ảnh hưởng nhất định.

Dựa trên các phản hồi, mẫu phân tích cuối cùng được sử dụng trong phân tích hồi quy là 228. Trong đó, nam giới chiếm tỷ lệ 44% và nữ giới chiếm tỷ lệ 56%. Khảo sát được thực hiện thông qua bảng câu hỏi sử dụng thang đo Likert 5 mức điểm, tương ứng với 1 điểm là Hoàn toàn không đồng ý cho đến 5 điểm là Hoàn toàn đồng ý. Các câu hỏi cho các thang đo trong nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở kế thừa từ kết quả các nghiên cứu trước đây của Ajzen (1991, 2002), Holak và Leman (1990), Nguyễn Thị Tuyết Mai (2016), Adewal và cộng sự (2016), kết hợp với sự điều chỉnh theo kết quả nghiên cứu định tính sơ bộ được thực hiện trong nghiên cứu định tính trước đó. Các câu hỏi nghiên cứu được dựa trên cơ sở các thang đo gốc đã được chuyển thể và sử dụng trong các nghiên cứu trước đó. Một số biến được mô tả tóm tắt trong Bảng 1.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận
Đánh giá thang đo

Kết quả phân tích Cronbach Alpha (Bảng 2) cho thấy, thang đo của 04 yếu tố đều lớn hơn 0,7 đảm bảo yêu cầu về độ tin cậy và giá trị (Hair và cộng sự, 1998). Dữ liệu được sử dụng trong phân tích đảm bảo phù hợp với phân tích yếu tố, giá trị KMO bằng 0,902 (>0,5). Kết quả phân tích EFA dựa trên báo cáo phương sai trích và hệ số tải cho thấy, các thang đo đạt yêu cầu với phương sai trích đạt 62.12 % và hệ số tải lớn hơn 0,5. Kết quả ma trận xoay nhân tố cũng thể hiện tính ổn định của nhóm trong các thang đo được kiểm tra.

Bảng 2: Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo

Biến quan sát	Cronbach Alpha	N of Items
Thái độ cá nhân	0,827	5
Chuẩn chủ quan	0,717	5
Nhận thức hành vi	0,915	4
Phong cách giới trẻ	0,858	6
KMO	0,902	
Bartlett's Test	Sig = 0,000	

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Thống kê mô tả

Kết quả thống kê mẫu ban đầu cho thấy sử dụng tiền mặt hiện là phương thức thanh toán chính được sử dụng đối với sinh viên bao gồm cả nam giới và nữ giới. Tỷ lệ thanh toán tiền mặt được báo cáo trong mẫu nghiên cứu lên tới 95,9%. Trong khi điểm

Bảng 1: Tóm tắt thang đo các biến

Mã hóa		Biến quan sát	Thang điểm	Nguồn
Thái độ (TĐ)	TĐ1	1. Tôi thích ý tưởng sử dụng dịch vụ internet banking trong thanh toán học phí	Likert 5 mức điểm	Long và cộng sự (2014); Wang, Lin (2003); Chan và Chen (2001), Nguyễn Thị Tuyết Mai (2016), Holak và Leman (1990).
	TĐ2	2. Tôi hoàn toàn ủng hộ ý định sử dụng dịch vụ internet banking trong thanh toán học phí		
	TĐ3	3. Sử dụng dịch vụ internet banking trong thanh toán học phí là một ý định tốt		
	TĐ4	4. Tôi hoàn toàn tin tưởng sử dụng internet banking là một ý định hay		
Chuẩn chủ quan (CQ)	CQ1	1. Gia đình và bạn bè có ảnh hưởng đến ý định sử dụng internet banking của tôi	Likert 5 mức điểm	Holak và Leman (1990), Nguyễn Thị Tuyết Mai (2016), Long và cộng sự (2014); Wang, Lin (2003); Chan và Chen (2001).
	CQ2	2. Tôi thấy hầu hết các bạn SV hiện nay đều sử dụng nên tôi cũng có ý định sử dụng IB		
	CQ3	3. Các phương tiện truyền thông có ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ IB		
	CQ4	4. Các nhu cầu từ công việc làm thêm của tôi ảnh hưởng đến ý định sử dụng IB		
Phong cách giới trẻ (PS)	PS1	1. Sử dụng dịch IB thể hiện lối sống thời thượng và hiện đại hơn	Likert 5 mức điểm	Nguyễn Thị Tuyết Mai (2016), Wang, Lin (2003); Chan và Chen (2001).
	PS2	2. Thay vì đến tận trường để đóng học phí tôi thích ở nhà click chuột trên chiếc smartphone có kết nối internet hơn		
	PS3	3. Tôi thích thể hiện đẳng cấp của bản thân, thích sự mới mẻ và hiện đại		
	PS4	4. Tôi thích sử dụng dịch vụ thanh toán học phí vừa tiện lợi, nhanh gọn như IB		
	PS5	5. Sử dụng IB để thanh toán học phí tôi có thể độc lập mà không cần phụ thuộc thầy cô giáo thu phí thể hiện lối sống tự lập của giới trẻ.		
Ý định sử dụng IB trong TTHP (YD)	YĐ1	1. Tôi sẽ cân nhắc về ý định sử dụng IB trong thanh toán học phí nếu được nhà trường khuyến khích	Likert 5 mức điểm	Long và cộng sự (2014); Wang, Lin (2003); Chan và Chen (2001), Nguyễn Thị Tuyết Mai (2016), Holak và Leman (1990).
	YĐ2	2. Tôi tin rằng tôi sẽ sử dụng và tiếp tục sử dụng dịch vụ IB để thanh toán học phí		
	YĐ3	3. Tôi sẽ kêu gọi bạn bè tôi cùng sử dụng dịch vụ IB để thanh toán học phí		

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

đáng lưu ý là mức độ sử dụng internet từ thường xuyên đến rất thường xuyên của sinh viên là 79,4%. Thêm vào đó, trong bối cảnh cạnh tranh trên thị trường tài chính hiện nay, dịch vụ mở tài khoản thẻ miễn phí thuận tiện tại chỗ từ các Ngân hàng cho sinh viên Hanoi đã giúp nâng tỷ lệ sinh viên sở hữu tài khoản thẻ ngân hàng, yếu tố căn bản có thể giúp sinh viên sử dụng được dịch vụ IB, lên tới 72,5%. Tuy nhiên, tính trung bình trong mẫu chỉ có 13,6%

sinh viên đã từng sử dụng dịch vụ IB trong thanh toán học phí, một tỷ lệ được đánh giá là rất thấp.

Kết quả phân tích hồi quy

Kết quả phân tích hồi quy bội kiểm tra (Bảng 3) cho thấy, mô hình nghiên cứu là phù hợp, có ý nghĩa thống kê với $F = 79,09; p < 0,01$. Các yếu tố trong mô hình có thể giải thích được 65,4% ý định sử dụng IB trong thanh toán học phí của sinh viên. Mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến (hệ số

QUẢN TRỊ KINH DOANH

VIF trung bình nhỏ hơn 5) và hiện tượng tự tương quan (hệ số Dubin-Watson là 2,160).

mối quan tâm của giới trẻ chịu ảnh hưởng bởi quan niệm, thói quen và hành vi sử dụng dịch vụ từ bạn

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng IB trong thanh toán học phí của sinh viên

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerane	VIF	
1 (Constant)	-2.183	1.201		1.818	.070			
Thaido	.058	.052	.054	1.120	.264	.659	1.518	
Chuanchuquan	.110	.053	.084	2.061	.040	.922	1.085	
Loi ich su dung	.308	.035	.487	8.688	.000	.487	2.055	
Phongcachgioitre	.303	.048	.338	6.376	.000	.542	1.845	
Durbin- Watson							2.160	
R ²	0.660		R ² adjust		0.654			

a. Dependent Variable: ydinh sudung IB TT hoc phi * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Nguồn: Phân tích của nhóm tác giả

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy, yếu tố Chuẩn chủ quan, Nhận thức kiểm soát hành vi hay nhận thức về tính hữu ích đối với việc sử dụng dịch vụ và phong cách giới trẻ là các yếu tố ảnh hưởng ý định sử dụng IB trong thanh toán học phí (hệ số ã chuẩn hóa lần lượt là 0,110; 0,308 và 0.303 với mức ý nghĩa 5%).

Như vậy, kết quả này cung cấp bằng chứng đối với việc các giả thuyết H2, H3 và H4 được chấp nhận. Tuy nhiên mô hình nghiên cứu cho thấy chưa đủ căn cứ để kết luận thái độ của chính bản thân sinh viên có ảnh hưởng đến ý định này. Cần lưu ý rằng, về chiều hướng tác động của yếu tố thái độ của sinh viên đối với ý định sử dụng dịch vụ là thuận chiều cho thấy, mặc dù kết quả này chưa nhận được sự ủng hộ bởi các nghiên cứu thực nghiệm hiện có, song không trái với nội dung lý thuyết về hành vi. Tuy nhiên trong mẫu nghiên cứu hiện tại, chưa đủ cơ sở kết luận tại mức ý nghĩa 5%.

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu ghi nhận yếu tố chuẩn chủ quan có tác động tích cực đáng kể, có ý nghĩa đối với ý định thực hiện hành vi sử dụng IB trong thanh toán học phí của sinh viên, nghiên cứu trường hợp sinh viên Hanoi. Kết quả này gợi ý rằng ảnh hưởng từ môi trường xã hội bên ngoài đến ý định thực hiện hành vi sử dụng IB được xem là một yếu tố dự đoán tốt đối với giới trẻ (Phạm Lan Hương, 2014), bởi vì

bề, gia đình, môi trường học tập và truyền thông (Bindah và Othman, 2012). Kết quả này phù hợp với nghiên cứu liên quan của Phạm và cộng sự (2014); Wang và cộng sự (2003) và Jaruwachirathanakul, B., & Fink, D. (2005).

Nhận thức tính hữu ích của dịch vụ cũng là yếu tố quan trọng trong mô hình ảnh hưởng đến ý định sử dụng internet banking của sinh viên trong trường hợp cụ thể là thanh toán học phí. Chính những bất tiện trong việc sử dụng hình thức thanh toán học phí bằng tiền mặt hiện nay, nghiên cứu trường hợp tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội đã thúc đẩy mong muốn hình thức thay thế thanh toán giúp tiết kiệm thời gian, an toàn, tiện lợi. Do đó đây cũng là yếu tố được xem có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất trong mô hình đến ý định sử dụng dịch vụ IB của sinh viên Hanoi. Điều này cũng hàm ý, một mặt các trường đại học là nơi giúp tăng cường nhận thức đối với sinh viên trong việc ứng dụng công nghệ để gia tăng tính an toàn tiện lợi trong thanh toán đồng thời nâng cao ý thức thanh toán không dùng tiền mặt trong giới trẻ, điều mà sau đó thói quen này góp phần nâng cao tính minh bạch trong nền kinh tế, vấn đề mà Chính phủ Việt Nam đang nỗ lực hướng tới thông qua với các chính sách về điều khoản thanh toán không dùng tiền mặt đối với các doanh nghiệp hiện nay.

Phong cách giới trẻ được thể hiện bởi tính năng động, nhanh chóng hòa hợp và bắt kịp xu hướng

mới của thời đại. Yếu tố này một phần ảnh hưởng bởi nhu cầu khẳng định cái tôi khi đối chiếu về cách thức sử dụng một dịch vụ của bản thân so với các đối tượng khác trong một bối cảnh xã hội nhất định (Onkvisit và Shaw, 1987). Kết quả này phù hợp với lý giải của (Grubb & Grathwohl, 1967) khi cho rằng cách thức sử dụng dịch vụ có thể giúp gia tăng cái tôi của họ. Cùng quan điểm này, nghiên cứu của Tambyah S, Nguyen T T Mai, Jung K (2009) cũng cho biết khuynh hướng tiêu dùng thể hiện những đặc điểm cá nhân nhất định. Trên thực tế, kết quả nghiên cứu định tính cũng cho biết có tới 5/8 sinh viên được phỏng vấn cho biết hình thức thanh toán học phí hiện nay không còn phù hợp nữa. Họ cho rằng “cái gì càng nhanh chóng, càng tiện lợi” sẽ được ưa thích. Bởi theo họ “những cái hiện đại, cái mới và tiện lợi hữu ích” sẽ phù hợp với giới trẻ hiện nay, đặc biệt trong bối cảnh “Hầu như ai cũng có smart phone và thích online trực tuyến thường xuyên”. Do đó, IB “phù hợp với phong cách sinh viên ngày nay” vì bên cạnh sự tiện lợi, cũng là “một cách thức thể hiện đẳng cấp với bạn bè”.

Mặc dù nghiên cứu cung cấp bằng chứng ý định sử dụng IB chịu ảnh hưởng bởi sự tiện lợi, tính hữu ích và là xu hướng của giới trẻ bởi nhu cầu thể hiện cái tôi, phong cách của giới trẻ hiện nay. Tuy nhiên, giả thuyết về thái độ của sinh viên Hanoi đối với ý định sử dụng dịch vụ này lại không được ủng hộ, trong khi các nghiên cứu liên quan hiện có xác nhận vai trò của yếu tố này đến việc sử dụng IB (Pham, 2009; Wang, 2003). Kết quả này hàm ý một thực tế về sự khác biệt giữa ý định sử dụng (sự yêu thích, nhận thức về lợi ích) và hành vi sử dụng giữa các đối tượng nghiên cứu khác nhau bởi thái độ đối với hành vi sử dụng dịch vụ thanh toán còn phụ thuộc vào đặc tính phụ thuộc về thu nhập đối với chủ thể. Đối với sinh viên Hanoi, bên cạnh vấn đề các khoản thanh toán phụ thuộc thu nhập, thì một đặc tính thực tế khách quan đó là thói quen sử dụng tiền mặt của những người chủ cấp cho các khoản thanh toán của sinh viên cũng như vẫn còn rất nhiều khó khăn đối với việc sử dụng IB tại các khu vực nông thôn xa trung tâm. Nghiên cứu của Jaruwachirathanakul, B., & Fink, D. (2005) cũng nhấn mạnh ảnh hưởng của yếu tố thu nhập đến ý định sử dụng IB của khách hàng nói chung.

Do đó, để đẩy mạnh việc thanh toán không dùng tiền mặt, rõ ràng cần có sự đồng bộ hơn về hạ tầng

dịch vụ giữa các chủ thể tham gia thanh toán. Đối với trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, để nâng cao chất lượng dịch vụ nói chung, chất lượng dịch vụ phục vụ thanh toán học phí nói riêng, nhà trường cần sớm thực hiện các chương trình tuyên truyền, khuyến khích sinh viên sử dụng IB trong thanh toán học phí.

5. Kết luận, hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai

Trên cơ sở kế thừa lý thuyết TPB, thông qua phương pháp nghiên cứu định lượng, nghiên cứu này đã đánh giá, đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố (Thái độ; Chuẩn chủ quan; Nhận thức kiểm soát hành vi; Phong cách giới trẻ) đến ý định sử dụng IB của sinh viên. Kết quả nghiên cứu đã giúp nhận diện và cung cấp bằng chứng thú vị về ảnh hưởng của phong cách giới trẻ đến ý định sử dụng dịch vụ này bên cạnh các yếu tố chuẩn chủ quan và nhận thức kiểm soát hành vi. Các phát hiện của nghiên cứu cung cấp bằng chứng cho thấy sự khác biệt trong ý định sử dụng dịch vụ IB giữa giới trẻ và những người đã đi làm bởi đặc tính phụ thuộc của thu nhập cũng như sự thiếu đồng bộ trong khả năng tiếp cận dịch vụ giữa các chủ thể tham gia. Mặc dù, mục tiêu nghiên cứu là rõ ràng, tuy nhiên chúng tôi thừa nhận phạm vi, đối tượng khảo sát trong nghiên cứu này còn hạn chế. Do đó, các phát hiện của nghiên cứu mới chỉ dừng lại ở mức độ kiểm tra ý định sử dụng dịch vụ IB trong thanh toán học phí của sinh viên, nghiên cứu trường hợp sinh viên Hanoi, mà chưa kết luận đối với hành vi sử dụng IB của sinh viên nói riêng và của giới trẻ trong thời kỳ cách mạng công nghệ hiện nay nói chung. Đây cũng là những vấn đề cần được tiếp tục làm rõ hơn ở những nghiên cứu tiếp theo bởi bối cảnh và môi trường tiếp cận dịch vụ IB khác nhau có thể dẫn đến các kết quả nghiên cứu khác nhau. Khi các vấn đề này được làm rõ hơn, chúng tôi cũng kỳ vọng vào việc xác định hành vi sử dụng IB trong giới trẻ nói chung và sử dụng IB trong thanh toán học phí của sinh viên nói riêng thay vì chỉ dừng lại nghiên cứu ở góc độ “ý định”, đề từ đó các hàm ý chính sách đối với việc khuyến khích thanh toán không dùng tiền mặt ở góc độ cá nhân được thực thi hiệu quả hơn.◆

Tài liệu tham khảo:

1. Ajzen, I., 1991, *The theory of planned behaviour*, Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol. 50.
2. Bindah E.V. & Othman Md. N. (2012), *The Effect of Peer Communication Influence on The Development of Materialistic values among Young Urban Adult Consumers*, International Business Research, Vol.5, No.3, 2-15.
3. Choo, H., Chung, J.E. & Pysarchik, D.T. (2004), *Antecedents to new food product purchasing behaviour among innovator groups in India*, European Journal of Marketing, 38 (5/6), 608-625.
4. Holak, S.L. & Lehmann, D.R. 1990, *Purchase intentions and the dimensions of innovation: An exploratory model*, Journal of Product Innovation and Management, 7, 59-73.
5. Hair, Joseph F., Anderson, Rolph E., Tatham, Ronald L. & Black, William C. (1998), *Multivariate Data Analysis* (5thed.), Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
6. Keh, Hean Tat, Nguyen Thi Tuyet Mai, Hwei Ping Ng(2007), *The effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs*, Journal of Business Venturing, 22, 592-611
7. Jaruwachirathanakul, B., & Fink, D. (2005), *Internet banking adoption strategies for a developing country: The case of Thailand*, Internet Research, 15(3), 295-311. Dois:10.1108/10662240510602708.
8. Nguyen T Tuyet Mai, Smith K, Cao J (2009), *Measurement of Modern and Traditional Self - Concepts in Asian Transitional Economies*, Journal of Asia Pacific Business, 10, 201 -220, 2009
9. Tambyah S, Nguyen T T Mai, Jung K (2009), *Measure status orientations: Scale development and validation in the context of an Asian transitional economy*, Journal of Marketing Theory and Practice, 2009.
10. Onkvisit S. & Shaw J. (1987), *Self-concept and Image Congruence: Some Research and Managerial Implications*, Journal of Consumer Marketing, Vol.4, No.1, 13-23.
11. Pham Long, Đoàn N P Anh (2014), *Intention to Use E-Banking in a Newly Emerging Country*, International Journal of Enterprise Information Systems, 10(2), 103-120, April-June 2014 103.
12. Pham T Lan Hương (2014), *Dự đoán ý định mua xanh của người tiêu dùng trẻ: Ảnh hưởng của nhân tố tâm lý và văn hóa*, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 200, 2/2014, tr. 66-78.
13. Wang, Y., Lin, H., & Tang, T. (2003), *Determinants of user acceptance of Internet banking: An empirical study*, International Journal of Service Industry Management, 14(5), 501-519. doi:10.1108/09564230310500192.
14. World Bank. (2018), *Vietnam development report 2018: Pillars of development*, Report No.VN. Washington, DC: World Bank.

Summary

Non-cash payment habits, including online payment (Internet banking) are still unpopular in emerging countries like Vietnam despite its prominent features. Although there have been a few studies examining the factors affecting the intention to use internet banking services, these studies only focus on those who have income. While the habit of using a service needs to be built and oriented basing on the behavior of recognizing the usefulness of the youth. Therefore, this study provides empirical evidence of the factors affecting the intention to use online payment services based on student surveys with a sample size of 228. Analysis results show that beside the effects of the widely-known factors in most of the existing studies including subjective standard factors and service usefulness, youth style is also a newly discovered element with positive and significant influence on the intention to use Internet banking. In addition, this study also implies some solutions from regression results and suggests future research directions.