

huong

By qnujs

WORD COUNT

4077

TIME SUBMITTED

28-NOV-2025 10:10AM

PAPER ID

119208986

7 Factors affecting the intention to use digital banking services in Vietnam

ABSTRACT

In the current context, digital transformation plays an important role for all banks. This article applies the information system model and the technology acceptance model, to analyze the relationship between the quality of digital banking mobile applications and behavioral intention to experience digital banking services of customers in Vietnam. The study uses structural equation modeling and the data source is collected from a survey of 420 digital banking mobile app users. The research results show that the Attitude variable has the strongest impact on the behavioral intention of customers to experience digital banking services. On the basis of research results, the article provides some policy implications that contribute to promoting digital transformation in the banking sector in Vietnam.

Keywords: Intention, digital banking, Viet Nam.

Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại Việt Nam

TÓM TẮT

Trong bối cảnh hiện nay, chuyển đổi số đóng một vai trò quan trọng đối với mọi ngân hàng. Bài viết này vận dụng mô hình hệ thống thông tin và mô hình chấp nhận công nghệ, để phân tích mối quan hệ giữa chất lượng ứng dụng di động ngân hàng số và ý định hành vi trải nghiệm dịch vụ ngân hàng số của khách hàng tại Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính và nguồn dữ liệu được thu thập từ khảo sát 420 người dùng ứng dụng di động ngân hàng số. Kết quả nghiên cứu cho thấy, biến Thái độ có tác động mạnh nhất tới ý định hành vi trải nghiệm dịch vụ ngân hàng số của khách hàng. Trên cơ sở các kết quả nghiên cứu, bài viết đưa ra một số hàm ý chính sách góp phần thúc đẩy tiến trình chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam.

Từ khóa: Ý định, ngân hàng số, Việt Nam.

1. GIỚI THIỆU

Khái niệm “chuyển đổi số” ngày càng trở nên quen thuộc và ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực của cuộc sống, bao gồm cả ngành ngân hàng. Trên nền tảng này, các ngân hàng lớn đã bắt đầu áp dụng chuyển đổi số và phát triển nhiều sản phẩm, dịch vụ. Trong lĩnh vực ngân hàng, việc chuyển đổi số không chỉ liên quan đến công nghệ mà còn gắn liền với các vấn đề pháp lý. Công nghệ ngân hàng thường được hiểu là ứng dụng ngân hàng di động. Nhờ vào những ứng dụng này, khách hàng có thể quản lý và truy cập tài khoản của mình dễ dàng thông qua các thiết bị như điện thoại di động, máy tính bảng hoặc máy tính cá nhân có kết nối Internet. Qua thời gian, cùng với sự phát triển của Cách mạng công nghiệp 4.0, ứng dụng ngân hàng di động đã trở thành một công cụ rất phổ biến và đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi số tại các ngân hàng.

Các ngân hàng đang tích cực thúc đẩy chuyển đổi số để củng cố tài chính toàn diện. Tại Việt Nam, vào ngày 11/05/2021, Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Quyết định số 810/QĐ-NHNN nhằm phê duyệt Kế hoạch chuyển đổi số cho ngành Ngân hàng đến năm 2025 và định hướng năm 2030. Sau hơn 4 năm triển khai, ngành Ngân hàng đã gặt hái được nhiều thành tựu nổi bật, bao gồm việc tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng số, nâng cao hiệu quả hoạt động cũng như cải thiện trải nghiệm cho khách hàng. Đồng thời, các tổ chức cung cấp dịch vụ vẫn đang mở rộng mạng

2.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình gồm các yếu tố chất lượng ứng dụng di động ngân hàng số dựa trên mô hình hệ thống thông tin thành công⁴, kết hợp mô hình chấp nhận công nghệ⁵.

2.1.1. Mô hình hệ thống thông tin thành công

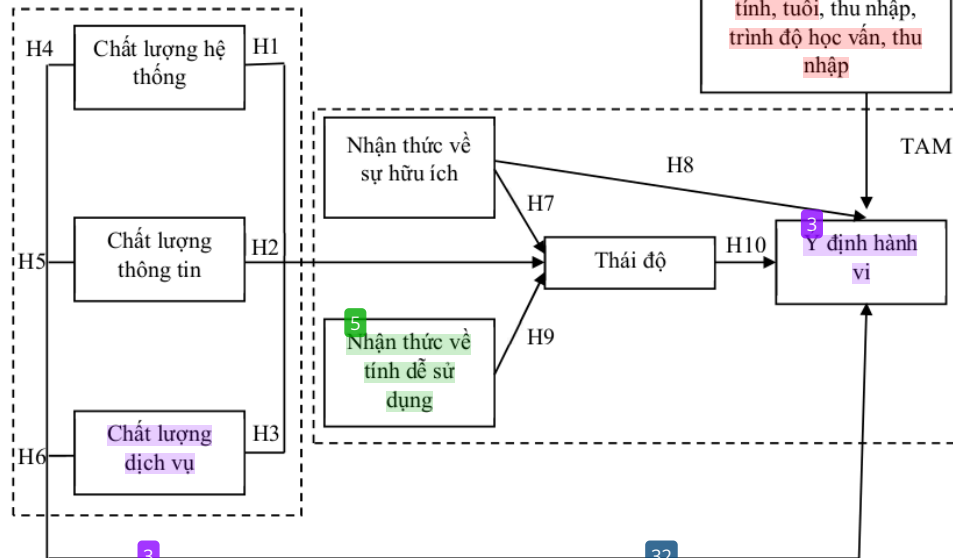
lưới và đa dạng hóa các kênh phân phối sản phẩm tài chính trên toàn quốc.

Chất lượng dịch vụ, chất lượng hệ thống và chất lượng thông tin là những tiêu chí quan trọng trong việc đánh giá từ góc độ của khách hàng.^{1,2} Sự hấp dẫn cũng như tính đa dạng của nền tảng trực tuyến là những yếu tố quyết định đến sự thành công.³ Vì vậy, về lý thuyết, mặc dù vẫn chưa có một thang đo thống nhất, nhưng hầu hết các nghiên cứu đều nhất trí rằng chất lượng thông tin, chất lượng hệ thống và chất lượng dịch vụ là những tiêu chí then chốt để đánh giá chất lượng của một ứng dụng ngân hàng di động.

Do đó, nghiên cứu về chất lượng của ứng dụng ngân hàng di động là vô cùng cần thiết, không chỉ để đáp ứng xu hướng của xã hội mà còn để cải thiện trải nghiệm dịch vụ ngân hàng số cho khách hàng. Nghiên cứu này sẽ làm rõ ba khía cạnh chính của chất lượng ứng dụng là hệ thống, thông tin và dịch vụ, dựa trên trải nghiệm thực tế của khách hàng khi thực hiện các giao dịch như chuyển tiền, thanh toán hóa đơn điện tử, mở tài khoản trực tuyến, và tiết kiệm online. Từ đó, nghiên cứu cũng sẽ đưa ra một số đề xuất chính sách nhằm thúc đẩy việc áp dụng công nghệ số trong hoạt động ngân hàng, góp phần vào công cuộc thực hiện kế hoạch chuyển đổi số của ngành Ngân hàng tại Việt Nam.

2. MÔ HÌNH VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

Ba nhóm chính cho chất lượng website là: chất lượng hệ thống, chất lượng thông tin và chất lượng dịch vụ. Khi áp dụng ba tiêu chí này, các thuộc tính của một website sẽ được sắp xếp vào một khung chất lượng chung có tính tổ chức và tổng quát. Trong khuôn khổ phạm vi nghiên cứu này, các yếu tố: sử dụng, sự thỏa mãn và lợi ích ròng được bỏ qua vì mục tiêu nghiên cứu tập trung vào ảnh hưởng của chất lượng các thuộc tính của ứng dụng di động ngân hàng số lên ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số.



2.1.2. Mô hình chấp nhận công nghệ

Mô hình chấp nhận công nghệ TAM (Technology Acceptance Model) dựa trên lý thuyết hành động hợp lý, nhằm dự đoán khả năng

chấp nhận của hệ thống thông tin. “Mục tiêu của TAM là cung cấp một giải thích về những yếu tố xác định tổng quát sự chấp nhận máy tính, và những yếu tố này có khả năng giải thích hành vi của người sử dụng qua nhiều loại công nghệ...”.⁵ Mô hình này chỉ ra rằng khả năng chấp nhận của một hệ thống thông tin phụ thuộc vào hai yếu tố chính: nhận thức về sự hữu ích và nhận thức về tính dễ sử dụng. Dựa trên lý thuyết này và các phân tích từ kết quả nghiên cứu trước, tác giả đề xuất rằng chất lượng của ứng dụng ngân hàng di động có

tác động đến nhận thức của khách hàng, từ đó ảnh hưởng đến thái độ và ý định sử dụng ứng dụng trong tương lai. Mô hình nghiên cứu mà tác giả đề xuất được minh họa trong Hình 1.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

H1: Chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H2: Chất lượng thông tin ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H3: Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H4: Chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H5: Chất lượng thông tin ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H6: Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

Nguồn: Đề xuất của tác giả

H7: Nhận thức về sự hữu ích có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H8: Nhận thức về sự hữu ích có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H9: Nhận thức về tính dễ sử dụng có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H10: Thái độ có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Mẫu nghiên cứu

Dữ liệu được thu thập bằng bảng điều tra khảo sát online với đối tượng khảo sát là những người

Bảng 1. Tóm tắt các biến trong mô hình nghiên cứu

Tên biến	Định nghĩa	Số quan sát	Quan sát	Thang đo
SQ	Chất lượng hệ thống	4	Q1: Dịch vụ ngân hàng số luôn có sẵn; SQ2: Dịch vụ ngân hàng số hoạt động liên tục; SQ3: Dịch vụ ngân hàng số không bị lỗi; SQ4: Dịch vụ ngân hàng số đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng. ⁶	Likert 5 mức độ
IQ	Chất lượng thông tin	4	IQ1: Dịch vụ ngân hàng số cung cấp thông tin chính xác; IQ2: Dịch vụ ngân hàng số cung cấp thông tin hữu ích; IQ3: Dịch vụ ngân hàng số cung cấp thông tin kịp thời; IQ4: Dịch vụ ngân hàng số cung cấp thông tin cập nhật. ⁷	Likert 5 mức độ
SeQ	Chất lượng dịch vụ	3	SeQ1: Dịch vụ ngân hàng số rất đáng tin cậy; SeQ2: Dịch vụ ngân hàng số rất bảo mật; SeQ3: Dịch vụ ngân hàng số không lạm dụng thông tin cá nhân của khách hàng. ⁷	Likert 5 mức độ
PU	Nhận thức về sự hữu ích	4	PU1: Sử dụng dịch vụ ngân hàng số sẽ cải thiện hiệu suất thực hiện các giao dịch ngân hàng; PU2: Sử dụng dịch vụ ngân hàng số giúp thực hiện các giao dịch ngân hàng dễ dàng hơn; PU3: Sử dụng dịch vụ ngân hàng số rất hữu ích trong việc thực hiện các giao dịch ngân hàng; PU4: Sử dụng dịch vụ ngân hàng số giúp thực hiện các giao dịch ngân hàng nhanh chóng hơn. ⁸	Likert 5 mức độ
PEOU	Nhận thức về tính dễ sử dụng	3	PEOU1: Học cách sử dụng dịch vụ ngân hàng số rất dễ dàng; PEOU2: Dịch vụ ngân hàng số rất dễ sử dụng; PEOU3: Sử dụng thành thạo dịch vụ ngân hàng số rất đơn giản. ⁸	Likert 5 mức độ

đã sử dụng ứng dụng di động ngân hàng số tại địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Quảng Ngãi. Thời gian thu thập số liệu là từ tháng 3/2025 đến tháng 5/2025.

3.2. Các biến và đo lường các biến

Dựa trên tổng quan nghiên cứu, tác giả xây dựng 3 thành phần chính trong phiếu khảo sát bao gồm: chất lượng ứng dụng di động ngân hàng số, nhận thức trong quá trình sử dụng ứng dụng di động ngân hàng số và ý định hành vi sau khi sử dụng; từ đó xây dựng biến quan sát phù hợp tương ứng với từng thành phần (cụ thể theo Bảng 1). Tác giả lựa chọn thang đo Likert để đo lường các biến. Trong đó: 1 là Hoàn toàn không đồng ý, 2 là Không đồng ý, 3 là Trung lập, 4 là Đồng ý, và 5 là Hoàn toàn đồng ý.

ATT	Thái độ	3	ATT1: Tôi ủng hộ dịch vụ ngân hàng số; ATT2: Tôi yêu thích việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số; ATT3: Tôi đồng ý với các ứng dụng của dịch vụ ngân hàng số.	Likert 5 mức độ
BI	Ý định hành vi	3	BI1: Tôi sẽ sử dụng dịch vụ ngân hàng số; BI2: Tôi dự định gia tăng việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số trong tương lai; BI3: Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ ngân hàng số đến người thân và bạn bè. ⁸	Likert 5 mức độ

⁴ Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

¹ Tác giả đã chỉ ra 7 biến (24 quan sát) (Bảng 1) ¹ ra trên việc tổng hợp và chọn lọc thông tin từ các nguồn sách, báo cáo khoa học trong và ngoài nước. Ngoài ra, tác giả cũng xem xét các mô hình lý thuyết có liên quan đến nội dung nghiên cứu để tham khảo và chọn lựa làm căn cứ cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu, đặc biệt là xoay quanh mô hình chấp nhận công nghệ TAM. Đồng thời, thông qua nghiên cứu ²² h tính bằng cách phỏng vấn sâu 15 chuyên gia là giám đốc, phó giám đốc, trưởng phòng đang làm việc tại các ngân hàng để kiểm tra mức độ phù hợp và đáng tin cậy của các biến.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

¹ Dữ liệu được xử lý, phân tích bằng phần mềm SPSS Statistics và kết hợp ⁴ i xử lý số liệu trên Microsoft Excel. Cụ thể, các thang đo trong nghiên cứu được kiểm định qua đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha, phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis) và mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (Structural Equation Modeling).

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Kết quả thống kê mô tả

¹ Tổng số có 420 quan sát được sử dụng để phân tích sau khi thu thập và xử lý từ dữ liệu thu thập. Trong các đáp viên, có 157 nam (chiếm 37,4%),

263 nữ (chiếm ⁴ 62,6%). Chia theo nhóm tuổi, nhóm chiếm đa số là từ 26 tuổi đến 35 tuổi (205 người - chiếm 48,8%), nhóm thấp nhất là trên 55 tuổi (44 người - chiếm 10,5%).

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá và nhân tố khẳng định

4.2.1. Kiểm định hệ số tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha)

¹⁴ Thực hiện đánh giá độ tin cậy của thang đo qua Cronbach's Alpha cho từng nhóm biến quan sát thuộc các nhân tố khác nhau, ta thấy các hệ số tương quan biến tổng và tương quan bội bình phương đều cao. Thang đo đạt yêu cầu tin cậy để dùng cho các phân tích tiếp theo. Tương tự, phân tích độ tin cậy thang đo các nhân tố đều có số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,8 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,5. Như vậy, thang đo của các biến đáp ứng độ tin cậy cần thiết để thực hiện các phân tích tiếp theo.⁹

4.2.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

³ Để đánh giá giá trị thang đo, tác giả tiến hành phân tích EFA cho từng thang đo để kiểm tra tính độc lập của từng thang đo, sau đó tiến hành kiểm tra đồng thời EFA cho toàn bộ các tiêu chí đo lường. Kết quả phân tích EFA lần cuối (lần 6) còn 24 biến quan sát cho thấy các nhân tố đều có số $0 < KMO < 1$, Sig. $< 0,05$, các biến tương quan với nhau và dữ liệu phù hợp để EFA.⁹

¹ Bảng 2. Kết quả ma trận sau khi xoay nhân tố lần cuối

Ký hiệu	Nhân tố						
	¹³ 1	2	3	4	5	6	7
IQ1	0,825						
IQ4	0,758						
IQ3	0,665						
IQ2	0,672						

PU1		0,848					
PU3		0,813					
PU2		0,715					
PU4		0,936					
SQ4			0,716				
SQ3			0,865				
SQ1			0,925				
SQ2			0,728				
SeQ1				0,654			
SeQ2				0,628			
SeQ3				0,741			
ATT1					0,926		
ATT3					0,918		
ATT2					0,912		
BI2						0,628	
BI1						0,638	
BI3						0,673	
PEOU1							0,757
PEOU3							0,626
PEOU2							0,787
¹ Eigenvalue	6,540	3,107	2,298	1,932	1,725	1,253	1,132
Phương sai trích (%)	27,209	40,149	49,721	57,766	64,947	70,167	74,876
Sig.= 0,000; KMO = 0,817							

Nguồn: Kết quả khảo sát

Quan sát Bảng 2 ta thấy, tổng phương sai trích (là 74,876%) nói lên mức độ giải thích sự biến thiên của dữ liệu đều lớn hơn 50%, điều này cho thấy các thang đo đạt yêu cầu và khả năng sử dụng 07 nhân tố giải thích 24 biến quan sát là 74,876%. Kết quả này thể hiện: các biến quan sát đều tải về đúng nhân tố gốc với hệ số tải thấp nhất là 0,626 (PEOU3) và cao nhất là 0,936 (PU4) đảm bảo yêu cầu trong phân tích nhân tố.

⁵ 4.2.3. Kiểm định các giả thuyết

Bảng 3. Tóm tắt kết quả kiểm định các giả thuyết

¹ Trọng số ước lượng chuẩn hóa trong mô hình cho thấy mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc (Bảng 3). Hệ số ước lượng của biến chất lượng thông tin, chất lượng dịch vụ, nhận thức về tính hữu ích và thái độ đều có tác động thuận chiều lên biến ý định hành vi trong đó thái độ là có tác động mạnh nhất với giá trị 1,157. Ngược lại với giả thuyết đặt ra, sau khi kiểm định cho thấy chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số có tác động ngược chiều lên ý định hành vi với giá trị -0,758.

² Giả thuyết	Nội dung giả thuyết	Kết quả	Hệ số hồi quy chuẩn hóa
H1	¹ Chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Được ủng hộ	1,418***
H2	¹ Chất lượng thông tin ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Được ủng hộ	0,321**
H3	Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Được ủng hộ	0,473**
H4	¹ Chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Không được ủng hộ	-0,758***
H5	¹ Chất lượng thông tin ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Được ủng hộ	0,232**
H6	Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Được ủng hộ	0,234**
H7	Nhận thức về sự hữu ích có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Được ủng hộ	0,097**
H8	Nhận thức về sự hữu ích có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	² Được ủng hộ	0,736***
H9	Nhận thức về tính dễ ²⁰ dùng có mối quan hệ thuận chiều tới thái độ của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Không được ủng hộ	-1,772***
² H10	Thái độ ¹⁷ có mối quan hệ thuận chiều tới ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.	Được ủng hộ	1,157***

Chú thích: * ¹⁸ $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Nguồn: Kết quả từ xử lý số liệu khảo sát

¹Trong các nhân tố có ảnh hưởng đến thái độ gồm: chất lượng thông tin, chất lượng dịch vụ, ³chất lượng hệ thống, nhận thức về tính dễ sử dụng và nhận thức về tính hữu ích thì chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số là nhân tố tác động mạnh nhất đến thái độ của khách hàng với giá trị 1,418. Duy nhất chỉ có biến nhận thức về tính dễ sử dụng thuộc mô hình chấp nhận công nghệ trái ngược với giả thuyết đặt ra có mối quan hệ ngược chiều với thái độ với giá trị -1,772.

5. HÀM Ý CHÍNH SÁCH

²⁴5.1. Đối với ngân hàng

Một là, các ngân hàng cần cải thiện chất lượng thông tin, hệ thống và dịch vụ trên các ứng dụng ngân hàng di động hiện tại để nâng cao trải nghiệm người dùng.

¹ **Về chất lượng thông tin:** Các ⁴⁷ ngân hàng cần đồng bộ hóa dữ liệu trên ứng dụng di ¹² để thiết lập một khuôn khổ thông tin nhất quán. Điều này sẽ giúp cải thiện việc quản lý thông ⁴⁰ và đảm bảo rằng khách hàng có thể tiếp cận những thông tin mới nhất, chi tiết và chính xác, bao gồm thông tin cá nhân cũng như thông tin liên quan đến gửi tiết kiệm online.

¹⁴ **Về chất lượng hệ thống:** Các ứng dụng ngân hàng di động cần được kết nối với website của ngân hàng và bổ sung tính năng tự ¹ trực tuyến. Ngoài ra, cũng cần tối ưu hóa các công cụ và bộ lọc truy cập để nâng cao trải nghiệm của người dùng.

Về chất lượng dịch vụ: Ngân hàng cần nâng cao mức độ tương tác với khách hàn ²¹ cải thiện dịch vụ hỗ trợ. Họ cũng nên thường xuyên phân tích dữ liệu từ ứng dụng ngân hàng di động để tối ưu hóa dịch vụ và cá nhân hóa trải nghiệm truy cập của khách hàng.

⁵⁴ **Hai là,** cần tận dụng các gói hỗ trợ từ Chính phủ cho do ³³ nghiệp và ngân hàng t ⁵⁶ quá trình chuyển đổi số, đồng thời áp dụng những giải pháp công nghệ mới vào các ứng dụng di động để nâng cao hiệu quả hoạt động.

³⁹ **Ba là,** việc nâng cao trình độ và xây dựng đội ngũ nhân sự có chuyên ⁵⁸ n cao về công nghệ cùng với tư duy đ ¹⁸ mới là điều vô cùng cần thiết. Nhân sự này cần có khả năng phát triển hệ thống ứng dụng di động và triển khai các chiến lược công nghệ đổi mới, sáng tạo.

¹ **Bốn là,** các ngân hàng cần phát triển một tam nhìn chiến lược bền vững để đảm bảo ²⁸ g công nghệ và những cải tiến trên ứng dụng di động luôn thích ứng và mang lại hiệu quả cao. Việc này không chỉ giúp cải thiện trải nghiệm của khách hàng mà còn duy trì được tính cạnh tranh trong ngành.

¹⁷ 5.2. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

²⁵ **Thứ nhất,** ngân hàng cần tăng cường sự tương tác ²⁶ khách hàng và cải thiện chất lượng dịch vụ ²¹ trợ. Đồng thời, việc thường xuyên phân tích dữ liệu từ ứng dụng ngân hàng di động sẽ giúp ngân hàng tối ưu hóa dịch vụ và cá nhân hóa trải nghiệm truy cập cho người dùng.

¹⁰ **Thứ hai,** cần hoàn thiện Cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư bằng cách kết hợp các yếu tố sinh trắc học và xác thực điện tử, nhằm khai thác dữ liệu hiệu quả để thúc đẩy việc mở tài khoản từ xa. Điều này sẽ tạo ra một phương thức điện tử thuận tiện và an toàn trong các giao dịch ngân hàng.

70%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.researchgate.net Internet	1361 words — 32%
2	text.123docz.net Internet	244 words — 6%
3	tmu.edu.vn Internet	133 words — 3%
4	luutruvn.com Internet	65 words — 2%
5	user-cdn.uef.edu.vn Internet	61 words — 1%
6	hvnh.edu.vn Internet	60 words — 1%
7	tapchinganhang.gov.vn Internet	60 words — 1%
8	Phenikaa University Publications	54 words — 1%
9	www.vib.com.vn Internet	52 words — 1%
10	tapchitaichinh.vn Internet	50 words — 1%
11	123docz.net	

49 words — 1 %

12 Ton Duc Thang University
Publications

42 words — 1 %

13 tailieu.vn
Internet

42 words — 1 %

14 www.slideshare.net
Internet

42 words — 1 %

15 www.tapchicongsan.org.vn
Internet

33 words — 1 %

16 Banking Academy
Publications

32 words — 1 %

17 hvtc.edu.vn
Internet

28 words — 1 %

18 khoahoc.tmu.edu.vn
Internet

25 words — 1 %

19 www.uob.com.vn
Internet

24 words — 1 %

20 VNUA
Publications

22 words — 1 %

21 ierp.vn
Internet

21 words — < 1 %

22 tailieumienphi.vn
Internet

19 words — < 1 %

23 elib.duytan.edu.vn
Internet

17 words — < 1 %

24	Internet	17 words — < 1 %
25	evbn.org Internet	16 words — < 1 %
26	kinhteso.viettimes.vn Internet	16 words — < 1 %
27	sdh.duytan.edu.vn Internet	16 words — < 1 %
28	tviff.com Internet	15 words — < 1 %
29	tailieunganhang.com Internet	13 words — < 1 %
30	tcnn.vn Internet	13 words — < 1 %
31	thitruongtaichinhhtiente.vn Internet	13 words — < 1 %
32	Mỹ Sang Tăng. "Nhân tố tác động đến ý định sử dụng trợ lý ảo theo mức độ phức tạp của dịch vụ tài chính tại các ngân hàng thương mại Việt Nam", Tập san Khoa học và kỹ thuật trường Đại học Bình Dương, 2025 Crossref	12 words — < 1 %
33	Phạm Hải Sơn, Lê Hoàng Sơn, Byeongnam Yoon, Đặng Vũ Tuấn. "ĐỀ XUẤT KHUNG KIẾN TRÚC ỨNG DỤNG CHO CHÍNH PHỦ DI ĐỘNG DỰA TRÊN KIẾN TRÚC TỔNG THỂ TẠI VIỆT NAM", KỶ YẾU HỘI NGHỊ KHOA HỌC CÔNG NGHỆ QUỐC GIA LẦN THỨ XIII NGHIÊN CỨU CƠ BẢN VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN - Proceedings of the 13th National Conference on Fundamental & Applied Information Technology Research, 2020 Crossref	12 words — < 1 %

34 Thị Cúc Phan, Cẩm Nhung Vũ, Minh Xuân Phan. 12 words — < 1 %
"Phát triển ngân hàng số tại Việt Nam - thực trạng
và giải pháp", Tập san Khoa học và kỹ thuật trường Đại học
Bình Dương, 2023
Crossref

35 nhandan.org.vn 12 words — < 1 %
Internet

36 thuvien.hce.edu.vn:8080 12 words — < 1 %
Internet

37 www.academia.edu 12 words — < 1 %
Internet

38 khuyenmaithenap.blogspot.com 11 words — < 1 %
Internet

39 luanvan.net.vn 11 words — < 1 %
Internet

40 saudaihoc.tmu.edu.vn 11 words — < 1 %
Internet

41 tapchicongthuong.vn 11 words — < 1 %
Internet

42 thoibaonganhang.vn 11 words — < 1 %
Internet

43 thuvienphapluat.vn 11 words — < 1 %
Internet

44 www.vietnamplus.vn 11 words — < 1 %
Internet

45 eldata3.neu.topica.vn 10 words — < 1 %
Internet

46	fr.slideshare.net Internet	10 words — < 1 %
47	thewaterexperts.com Internet	10 words — < 1 %
48	vanbanphapluat.co Internet	10 words — < 1 %
49	vi.stpatrickschoolwhitelake.org Internet	10 words — < 1 %
50	www.baovietbank.vn Internet	10 words — < 1 %
51	academica-e.unavarra.es Internet	9 words — < 1 %
52	bidv.com.vn Internet	9 words — < 1 %
53	dangcongsan.vn Internet	9 words — < 1 %
54	evn.com.vn Internet	9 words — < 1 %
55	kinvux.com Internet	9 words — < 1 %
56	ueh.edu.vn Internet	9 words — < 1 %
57	doc.edu.vn Internet	8 words — < 1 %
58	khoinghiepvietnam.org Internet	8 words — < 1 %

59

nghiencuu.tapchikinhtetaichinh.vn

Internet

8 words — < 1%

60

vinabeco.vn

Internet

8 words — < 1%

61

www.tailieudaihoc.com

Internet

8 words — < 1%

62

Minh Vũ Huỳnh. "Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ di động VinaPhone tại tỉnh Bạc Liêu", Tập san Khoa học và kỹ thuật trường Đại học Bình Dương, 2024

Crossref

7 words — < 1%

63

Vietnam National University of Forestry

Publications

7 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES

OFF

EXCLUDE SOURCES

OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY

OFF

EXCLUDE MATCHES

OFF