

huong 4

By qnujs

WORD COUNT

4115

TIME SUBMITTED

03-DEC-2025 03:20PM

PAPER ID

119286113

ABSTRACT

The objective of this study is to emphasize the importance of digital transformation in the banking sector. 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 was conducted on a sample of 420 users of mobile banking applications. Using a structural equation modeling approach, the research results show that attitude is the most important factor affecting customers' intention to experience digital banking services. On the basis of research results, the article provides some recommendations that contribute to promoting digital transformation in the banking sector in Vietnam.

Keywords: Digital transformation, banking, Viet Nam.

Chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm nhấn mạnh tầm quan trọng của chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng. Bài viết này vận dụng mô hình hệ thống tin cậy 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 Việt Nam. Nghiên cứu được thực hiện trên một mẫu gồm 420 người dùng ứng dụng di động ngân hàng số. Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính, kết quả nghiên cứu cho thấy thái độ là yếu tố quan trọng nhất tác động đến ý định trải nghiệm dịch vụ ngân hàng số của khách hàng. Dựa trên kết quả này, bài viết đưa ra một số khuyến nghị góp phần đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam.

Từ khóa: Chuyển đổi số, ngân hàng, Việt Nam.

1. GIỚI THIỆU

Khái niệm “chuyển đổi số” ngày nay trở thành một thuật ngữ quen thuộc, ảnh hưởng đến nhiều lĩnh vực trong đời sống, trong đó có ngành ngân hàng. Trên thế giới, nhiều ngân hàng lớn đã bắt đầu tiến hành quá trình chuyển đổi số và phát triển các sản phẩm dịch vụ điện tử. Trong bối cảnh ngân hàng, chuyển đổi số không chỉ đơn thuần liên quan đến công nghệ mà còn gắn liền với nhiều vấn đề pháp lý quan trọng.

Công nghệ ngân hàng thường được thể hiện qua các ứng dụng ngân hàng di động, cho phép khách hàng dễ dàng quản lý và truy cập tài khoản của mình thông qua điện thoại di động, máy tính bảng hoặc laptop có kết nối Internet. Theo thời gian, sự phát triển của Cách mạng công nghệ 4.0 đã khiến ứng dụng ngân hàng di động trở thành một công cụ không thể thiếu, đóng vai trò then chốt trong tiến trình chuyển đổi số, giúp nâng cao lợi thế cạnh tranh của các ngân hàng.

Các ngân hàng hiện đang nỗ lực thúc đẩy quá trình chuyển đổi số nhằm nâng cao tình hình tài chính toàn diện. Tại Việt Nam, vào ngày 11 tháng 5 năm 2021, Ngân hàng Nhà nước đã ký ban hành Quyết định số 810/QĐ-NHNN phê duyệt Kế hoạch chuyển đổi số cho ngành Ngân hàng đến năm 2025, với tầm nhìn cho năm 2030. Sau hơn bốn năm triển khai, ngành ngân hàng đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng như tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng số, nâng cao năng suất hoạt động và cải thiện trải nghiệm cho khách hàng. Đồng thời, các tổ chức cung cấp dịch vụ cũng đang mở rộng hệ thống và đa dạng hóa các kênh phân phối sản phẩm tài chính trên toàn quốc.

Chất lượng dịch vụ, hệ thống và thông tin là các tiêu chí quan trọng trong việc đánh giá từ góc độ khách hàng.^{1,2} Sự hấp dẫn cũng như tính đa dạng của nền tảng trực tuyến là những yếu tố quyết định đến thành công.³ Hầu hết các nghiên cứu trước đây đều cho rằng chất lượng dịch vụ, hệ thống và thông tin là những thang đo cốt lõi để

đánh giá hiệu quả của ứng dụng ngân hàng di động.

Việc nghiên cứu về chất lượng ứng dụng ngân hàng di động đã trở nên thiết yếu hơn bao giờ hết. Điều này không chỉ giúp ứng xu hướng chung của xã hội mà còn giúp nâng cao trách nhiệm dịch vụ ngân hàng số cho người dùng. Mục tiêu của nghiên cứu này là làm rõ ba khía cạnh cốt lõi ảnh hưởng đến chất lượng ứng dụng, bao gồm dịch vụ, thông tin và thông tin.^{1,2} Nghiên cứu sẽ dựa trên sự hài lòng của khách hàng trong quá trình sử dụng các tính năng như chuyển tiền, thanh toán hóa đơn điện tử, mở tài khoản trực tuyến và gửi tiết kiệm trực tuyến. Từ những kết quả nghiên cứu thu được, một số chính sách sẽ được đề xuất nhằm thúc đẩy việc ứng dụng công nghệ số trong lĩnh vực ngân hàng. Qua nghiên cứu này kỳ vọng sẽ đóng góp vào việc thực hiện hiệu quả Kế hoạch chuyển đổi số của Ngân hàng tại Việt Nam, hướng tới mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm cho khách hàng.

2. MÔ HÌNH VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình gồm các biến chất lượng ứng dụng di động ngân hàng số dựa trên mô hình của DeLone và McLean,⁴ kết hợp mô hình chấp nhận công nghệ.⁵

2.1.1. Mô hình hệ thống thông tin thành công

Các yếu tố chính cấu thành chất lượng của một trang web bao gồm: chất lượng hệ thống, chất lượng thông tin và chất lượng dịch vụ. Việc áp dụng ba tiêu chí này giúp tổ chức và tổng hợp các thuộc tính của một website một khung chất lượng chung. Trong phạm vi nghiên cứu này, các yếu tố như mức độ hài lòng, khả năng sử dụng và lợi ích mang lại sẽ không được xem xét, vì mục tiêu nghiên cứu chủ yếu tập trung vào tác động của chất lượng ứng dụng di động ngân hàng số đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.

7

2.1.2. Mô hình chấp nhận công nghệ

Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM - Technology Acceptance Model) dựa trên cơ sở sự phát triển của hai lý thuyết: lý thuyết động hợp lý và lý thuyết hành vi dự định, đi sâu hơn vào việc giải thích hành vi chấp nhận và sử dụng công nghệ của người tiêu dùng. "Mục tiêu của TAM là cung cấp một giải thích về các yếu tố quyết định tổng quát khả năng chấp nhận máy tính, những yếu tố này có thể giải thích hành vi người sử dụng qua nhiều loại công nghệ khác nhau..."⁵. Mục đích chính của TAM là cung cấp một cơ sở cho việc khảo sát tác động của các yếu tố bên ngoài vào các yếu tố bên trong là sự tương, thái độ và hành vi. TAM được hệ thống bằng cách nhận dạng một số các biến nền tảng đã được các nghiên cứu trước đề

xuất, các biến này có liên quan đến thành phần nhận thức và cảm tính của việc chấp nhận công nghệ. Cấu trúc thành phần của mô hình TAM bao gồm:

9

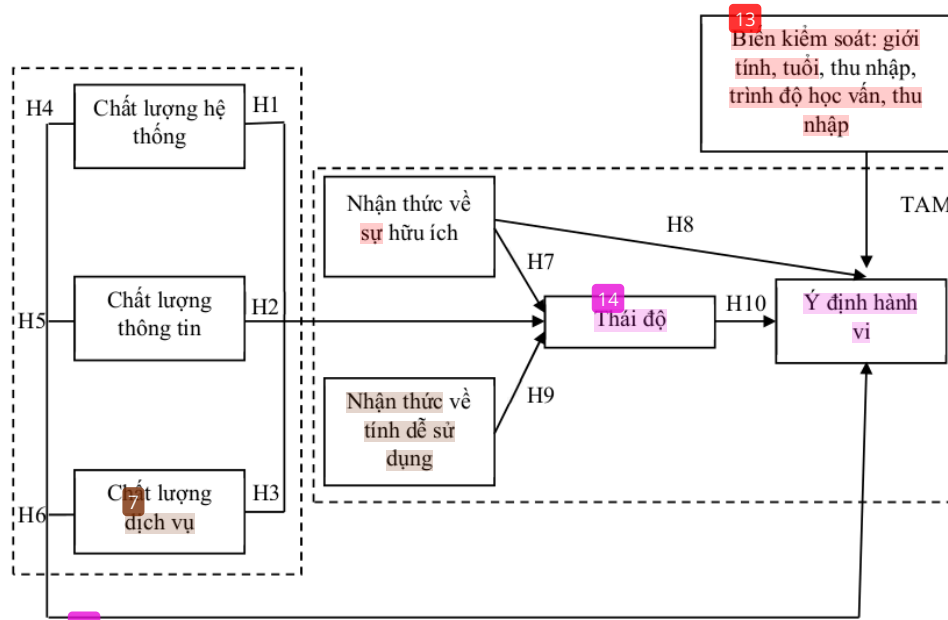
- Lợi ích cảm nhận: Là cấp độ mà một người tin rằng sử dụng một hệ thống đặc thù sẽ nâng cao kết quả thực hiện của họ.

- Dễ sử dụng cảm nhận: Là cấp độ mà một người tin rằng sử dụng một hệ thống đặc thù sẽ không cần nỗ lực.

- Thái độ hướng đến dự định sử dụng: là cảm giác tích cực hay tiêu cực (có tính ước lượng) việc thực hiện hành vi mục tiêu. Và từ dự định hành vi sẽ dẫn đến việc thực hiện hành

thực sự.

Mô hình nghiên cứu do tác giả đề xuất được trình bày trong Hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

2.2. Giả thuyết nghiên cứu

H1: Chất lượng hệ thống của ứng dụng ngân hàng di động có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H2: Chất lượng thông tin của ứng dụng ngân hàng di động có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

Nguồn: Đề xuất của tác giả

H3: Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H4: Hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số chất lượng cao tác động tích cực đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.

H5: Thông tin chính xác và hữu ích trong ứng dụng di động ngân hàng số góp phần tăng cường ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.

H6: Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có tác động tích cực đến ý định hành vi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H7: Nhận thức về sự hữu ích có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H8: Nhận thức về sự hữu ích có tác động tích cực đến ý định hành vi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H9: Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

H10: Thái độ của khách hàng có tác động tích cực đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

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 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

3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

3.1. Dữ liệu nghiên cứu

Bảng câu hỏi được gửi online đến đối tượng khảo sát là những người từng sử dụng ứng dụng di động ngân hàng số trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng, Quảng Ngãi để thu thập ý kiến của khách hàng. Bảng câu hỏi được gửi đi và nhận phản hồi trong khoảng thời gian từ tháng 3/2025 đến tháng 5/2025.

3.2. Các biến và thang đo nghiên cứu

Trên cơ sở các nghiên cứu thực nghiệm trước đây, phương pháp phỏng vấn chuyên gia; tác giả thông kê, điều chỉnh các biến quan sát phù hợp (cụ thể theo Bảng 1), qua đó xây dựng mô hình và kiểm tra tính phù hợp ban đầu của mô hình trước khi khảo sát trên mẫu chính thức.

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

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Tác giả đã xác định 7 biến với 24 quan sát (Bảng 1) dựa trên quá trình tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây. Đồng thời, tác giả kết hợp với mô hình chấp nhận công nghệ TAM nhằm xây dựng mô hình nghiên cứu phù hợp. Ngoài ra, một nghiên cứu định tính đã được thực hiện thông qua việc phỏng vấn sâu 15 chuyên gia, bao gồm giám đốc, phó giám đốc và trưởng phòng đang làm việc tại các ngân hàng, để đánh giá mức độ phù hợp và độ tin cậy của các biến được chọn.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định lượng được dùng nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng. 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

Trong số 420 người được khảo sát có 157 nam (chiếm 37,4%), 263 nữ (chiếm 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)

Phân tích hệ số Cronbach's Alpha được áp dụng để kiểm tra độ tin cậy của thang đo. Kết quả phân tích cho từng nhóm biến quan sát liên quan đến các nhân tố khác nhau cho thấy các giá trị tương quan giữa biến và tổng, cũng như tương quan nội bộ, đều đạt mức cao. Điều này khẳng định rằng thang đo có độ tin cậy cao và có thể sử dụng cho các phân tích tiếp theo. Cụ thể, phân tích độ tin cậy của thang đo các nhân tố cho thấy hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,8 và hệ số tương quan nội bộ đều lớn hơn 0,5. Điều này cho thấy thang đo của các biến đã 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

Để đánh giá giá trị thang đo, tác giả đã thực hiện phân tích EFA (Exploratory Factor Analysis) cho từng thang đo nhằm kiểm tra tính hợp lệ của từng thang đo. Tiếp theo, phân tích nhân tố khám phá (EFA) được thực hiện đồng thời cho tất cả các tiêu chí đo lường. Kết quả phân tích EFA cuối cùng (lần 6) chỉ ra rằng 24 biến quan sát còn lại đều đáp ứng các yêu cầu cần thiết. Chi tiết hơn, các nhân tố đều có chỉ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) nằm trong phạm vi 0 đến 1 và giá trị Sig. nhỏ hơn 0,05. Đồng thời, các biến cũng thể hiện mối tương quan với nhau và dữ liệu được đánh giá là phù hợp để áp dụng phương pháp EFA. Điều này cho thấy rằng kết quả phân tích EFA là đáng tin cậy và có thể được sử dụng cho các phân tích tiếp theo.⁹

Bảng 2. Thang đo các yếu tố tác động đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng

Ký hiệu	Nhân tố						
	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 sau khi xử lý dữ liệu qua phần mềm SPSS 26

Dựa vào Bảng 2, có thể thấy rằng tổng phương sai trích đạt 74,876%, lớn hơn 50%. Điều này cho thấy rằng các thang đo đã đạt yêu cầu và 7 nhân tố có thể giải thích được 74,876% sự biến thiên của dữ liệu. Hay nói cách khác, 74,876% sự thay đổi của các yếu tố được giải thích bởi các biến quan sát. Hệ số tải của các biến quan sát cũng đạt yêu cầu, với giá trị thấp nhất là 0,626 (của biến PEOU3) và giá trị cao nhất là 0,936 (của biến PU4). Điều này đảm bảo rằng kết quả phân tích nhân tố là đáng tin cậy và có thể được sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

4.2.3. Kiểm định các giả thuyết

Kết quả phân tích cho thấy trọng số ước lượng chuẩn hóa trong mô hình phản ánh mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc, như được trình bày trong Bảng 3. Cụ thể, các 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 có ảnh hưởng lớn nhất với hệ số ước lượng lên đến 1,157. Tuy nhiên, một kết quả bất ngờ là chất lượng hệ thống ứng dụng di động ngân hàng số có ảnh hưởng tiêu cực lên ý định hành vi, với hệ số ước lượng là -0,758, trái ngược với giả thuyết ban đầu được đặt ra. Điều này cho thấy rằng mối quan hệ giữa chất lượng hệ thống ứng

dụng di động ngân hàng số và ý định hành vi không phải là mối quan hệ tích cực như dự kiến.

Các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ của khách hàng với ứng dụng di động ngân hàng số đã được phân tích. Kết quả cho thấy, trong số các yếu tố gồm chất lượng thông tin, chất lượng dịch vụ, chất lượng hệ thống, tính dễ sử dụng và tính hữu ích, thì chất lượng hệ thống đóng vai trò quan trọng nhất, tác động mạnh nhất đến thái độ của khách hàng, với hệ số 1,418. Điều đáng chú ý là tính dễ sử dụng lại có mối quan hệ ngược chiều với thái độ, khác với giả thuyết ban đầu, với giá trị -1,772.

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

Giả thuyết	Nội dung giả thuyết	Kết quả	Hệ số hồi quy chuẩn hóa
H1	Chất lượng thông tin của ứng dụng ngân hàng di động có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Chấp nhận	1,418***
H2	Chất lượng thông tin của ứng dụng ngân hàng di động có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Chấp nhận	0,321**
H3	Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng	Chấp nhận	0,473**

	khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.		
H4	Thông tin ứng dụng di động ngân hàng số có tác động tích cực đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.	Không chấp nhận	-0,758***
H5	Thông tin chính xác và ích lợi trong ứng dụng di động ngân hàng số góp phần tăng cường ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số của khách hàng.	Chấp nhận	0,232**
H6	Chất lượng dịch vụ ứng dụng di động ngân hàng số có tác động tích cực đến ý định hành vi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Chấp nhận	0,234**
H7	Nhận thức về sự hữu ích có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Chấp nhận	0,097**
H8	Nhận thức về sự hữu ích có tác động tích cực đến ý	Chấp nhận	0,736***

	định hành vi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.		
H9	Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động tích cực đến thái độ của khách hàng khi sử dụng dịch vụ	Không chấp nhận	-1,772***

	ngân hàng số.		
H10	Thái độ của khách hàng có tác động tích cực đến ý định hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng số.	Chấp nhận	1,157***

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

Nguồn: Kết quả từ xử lý số liệu khảo sát

5. HÀM Ý CHÍNH SÁCH

5.1. Đối với ngân hàng

Để nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng số, các ngân hàng cần thực hiện một số biện pháp:

Thứ nhất, nâng cấp chất lượng về thông tin, sự hiệu quả trong hệ thống và dịch vụ trên các ứng dụng di động ngân hàng số.

Về chất lượng thông tin: Cần đồng bộ hóa dữ liệu để cung cấp thông tin chính xác và cập nhật.

Về chất lượng hệ thống: Ứng dụng cần được kết nối với website của ngân hàng và bổ sung tính năng tư vấn trực tuyến.

Về chất lượng dịch vụ: Cần tăng cường tương tác khách hàng và cải thiện chất lượng dịch vụ hỗ trợ. Bên cạnh đó, ngân hàng liên tục phân tích dữ liệu từ ứng dụng ngân hàng di động giúp tối ưu hóa dịch vụ và cá nhân hóa trải nghiệm người dùng.

Thứ hai, triển khai áp dụng công nghệ tiên tiến trên thế giới để nâng cao hiệu quả hoạt động; tận dụng các gói hỗ trợ của Chính phủ.

Thứ ba, đào tạo đội ngũ nhân sự có chuyên môn cao về công nghệ, có khả năng phát triển hệ thống ứng dụng di động và triển khai chiến lược công nghệ đổi mới.

Thứ tư, các ngân hàng cần xây dựng chiến lược dài hạn, đảm bảo rằng công nghệ và ứng dụng di động luôn đáp ứng được nhu cầu và mang lại hiệu quả cao, giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng và giữ vững vị thế cạnh tranh.

5.2. Đối với cơ quan Nhà nước

Hai giải pháp quan trọng để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số tại ngân hàng:

Thứ nhất, hoàn thiện khung pháp lý tạo điều kiện cho các ngân hàng phát triển sản phẩm số.

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

66%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.researchgate.net Internet	380 words — 9%
2	hvnh.edu.vn Internet	138 words — 3%
3	123docz.net Internet	128 words — 3%
4	tapchitaichinh.vn Internet	112 words — 3%
5	luanvan.org Internet	103 words — 2%
6	tckhtm.tmu.edu.vn Internet	96 words — 2%
7	text.123docz.net Internet	96 words — 2%
8	luutruvn.com Internet	86 words — 2%
9	toc.123docz.net Internet	83 words — 2%
10	tapchinganhang.gov.vn Internet	79 words — 2%
11	ueh.edu.vn	

79 words — 2%

12 Phenikaa University
Publications

72 words — 2%

13 hvtc.edu.vn
Internet

72 words — 2%

14 Ton Duc Thang University
Publications

71 words — 2%

15 tmu.edu.vn
Internet

71 words — 2%

16 www.slideshare.net
Internet

68 words — 2%

17 tailieu.vn
Internet

53 words — 1%

18 luanvan.co
Internet

48 words — 1%

19 sdh.duytan.edu.vn
Internet

43 words — 1%

20 khoaoc.tmu.edu.vn
Internet

37 words — 1%

21 www.zbook.vn
Internet

34 words — 1%

22 Thị Cúc Phan, Đoàn Trang Đỗ, Tiến Đạt Vũ. "Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng lớn tuổi với chất lượng dịch vụ ngân hàng số của các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh", Tập san Khoa học và kỹ thuật trường Đại học Bình Dương, 2023
Crossref

31 words — 1%

23	sdh.tvu.edu.vn Internet	30 words — 1 %
24	ysc2021.iuh.edu.vn Internet	29 words — 1 %
25	www.vib.com.vn Internet	27 words — 1 %
26	dost.hochiminhcity.gov.vn Internet	26 words — 1 %
27	sareb-journal.org Internet	26 words — 1 %
28	www.tailieudaihoc.com Internet	25 words — 1 %
29	ktpt.neu.edu.vn Internet	24 words — 1 %
30	www.luanvan.co Internet	23 words — 1 %
31	hfs1.duytan.edu.vn Internet	22 words — 1 %
32	htttmdt.tmu.edu.vn Internet	21 words — < 1 %
33	thuvienso.itdr.org.vn Internet	21 words — < 1 %
34	user-cdn.uef.edu.vn Internet	20 words — < 1 %
35	evbn.org Internet	17 words — < 1 %

36	huit.edu.vn Internet	17 words — < 1 %
37	fwps.ftu.edu.vn Internet	16 words — < 1 %
38	sbv.gov.vn Internet	16 words — < 1 %
39	tuoitrethudo.com.vn Internet	16 words — < 1 %
40	www.pmv.vn Internet	16 words — < 1 %
41	ngaymoionline.com.vn Internet	15 words — < 1 %
42	websrv2.dthu.edu.vn Internet	15 words — < 1 %
43	Tobias Endress. "Digital Project Practice for Banking and FinTech", CRC Press, 2024 Publications	14 words — < 1 %
44	baothaibinh.com.vn Internet	14 words — < 1 %
45	www.benxemiendong.com.vn Internet	14 words — < 1 %
46	tailieunganhang.com Internet	13 words — < 1 %
47	tapchicongsan.org.vn Internet	13 words — < 1 %
48	thuvienphapluat.vn Internet	13 words — < 1 %

49	www.idp.com Internet	13 words — < 1 %
50	www.studocu.com Internet	13 words — < 1 %
51	hcmuni.fpt.edu.vn Internet	12 words — < 1 %
52	thitruongtaichinhhtiente.vn Internet	12 words — < 1 %
53	vjol.info.vn Internet	12 words — < 1 %
54	ce.ctu.edu.vn Internet	11 words — < 1 %
55	vietnamreport.net.vn Internet	11 words — < 1 %
56	gosmartlog.com Internet	10 words — < 1 %
57	ictnews.vietnamnet.vn Internet	10 words — < 1 %
58	ierp.vn Internet	10 words — < 1 %
59	issuu.com Internet	10 words — < 1 %
60	kinhtevadubao.vn Internet	10 words — < 1 %
61	openstock.vn Internet	10 words — < 1 %

62	sj.ctu.edu.vn Internet	10 words — < 1 %
63	tinhte.vn Internet	10 words — < 1 %
64	www.academia.edu Internet	10 words — < 1 %
65	www.tapchicongthuong.vn Internet	10 words — < 1 %
66	www.thuancapital.com Internet	10 words — < 1 %
67	aaciaegypt.com Internet	9 words — < 1 %
68	academica-e.unavarra.es Internet	9 words — < 1 %
69	khcn.tdmu.edu.vn Internet	9 words — < 1 %
70	text.xemtailieu.net Internet	9 words — < 1 %
71	vn.joblum.com Internet	9 words — < 1 %
72	vnbiti.com Internet	9 words — < 1 %
73	www.boxitvietnam.net Internet	9 words — < 1 %
74	VNUA Publications	8 words — < 1 %

75	nghienccuu.tapchikinhhtetaichinh.vn Internet	8 words — < 1 %
76	sbv.tinhvan.com Internet	8 words — < 1 %
77	tailieuso.udn.vn Internet	8 words — < 1 %
78	tapchi.ftu.edu.vn Internet	8 words — < 1 %
79	thuvienso.bvu.edu.vn Internet	8 words — < 1 %
80	tintuc.kenniex.com Internet	8 words — < 1 %
81	vi.scribd.com Internet	8 words — < 1 %
82	www.quanlynhanuoc.vn Internet	8 words — < 1 %
83	www.vifaconsult.com.vn Internet	8 words — < 1 %
84	Hường Ngô. "Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng công tác quản lý thuế đối với các doanh nghiệp lâm nghiệp tại Việt Nam", Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ Giao thông, 2025 Crossref	6 words — < 1 %

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE SOURCES OFF
EXCLUDE MATCHES OFF