

Phát triển chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Development of international payment services quality of Vietnamese commercial banks

Nguyễn Thị Hồng Hạnh^{1*}, Hồ Lan Ngọc², Nguyễn Thị Phương Thảo³, Nguyễn Thị Phương Anh⁴, Mai Thị Bạch Tuyết⁵; Nguyễn Khắc Bình⁶

^{1,2,3,4,5,6}Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu

*Email tác giả liên hệ: hanhnhth@bvuu.edu.vn

THÔNG TIN

Ngày nhận: 22/03/2022

Ngày nhận lại: 05/03/2022

Duyệt đăng: 21/07/2022

Từ khóa:

Thanh toán quốc tế, chất lượng dịch vụ, dịch vụ khách hàng, dễ dàng sử dụng

Keywords:

International payment, service quality, customer service, ease of use.

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua khảo sát 500 khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM có chi nhánh trung tâm tại TP. Hồ Chí Minh. Phương pháp nghiên cứu được sử dụng đó là nghiên cứu định lượng sử dụng số liệu sơ cấp được xử lý thông qua phần mềm thống kê SPSS 22.0, đồng thời kết quả nghiên cứu được kết luận thông qua mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS. Nhóm tác giả đã vận dụng lý thuyết về mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ của Cronin và Taylor (1992) - Mô hình SERVPERF, từ đó tập trung phân tích các yếu tố có tác động đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế đó là: Dễ dàng sử dụng; dịch vụ khách hàng; đảm bảo an toàn; hiệu quả chi phí; khả năng đáp ứng. Đồng thời, các yếu tố này có tác động tích cực đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam.

ABSTRACT

This study was conducted a survey of 500 customers using international payment services at commercial banks from central branches in Ho Chi Minh City. The research method used is quantitative research using primary data processed through the statistical software SPSS 22.0, and the research results are concluded in a multivariate regression model according to OLS (ordinary least squares). The authors have applied the theory of service quality evaluation model of Cronin và Taylor (1992) - SERVPERF, thereby focusing on analyzing the factors that affect the quality of international payment services: Ease of use; customer service; secure; cost effectiveness; responsiveness. At the same time, these factors have a positive impact on the quality of international payment services at Vietnamese commercial banks.

1. Giới thiệu

Đối tượng của đề tài là các dịch vụ thanh toán quốc tế trong nước, một lĩnh vực đang bị ảnh hưởng và tác động mạnh mẽ bởi công nghệ hiện đại, đang phát triển trong thời gian gần đây và được các Ngân hàng thương mại quan tâm. Đề tài cung cấp một cái nhìn tổng thể về các sản phẩm dịch vụ thanh toán quốc tế và hoạt động không dùng tiền mặt trong nước của các Ngân hàng thương mại tại Việt Nam cũng như những thách thức và hạn chế mà Ngân hàng đang gặp phải trong hoạt động dịch vụ thanh toán quốc tế. Lấy mục tiêu chất lượng dịch vụ và thoả mãn nhu cầu khách hàng là trên hết, các Ngân hàng liên tục mở rộng thị phần, gia tăng sự cạnh tranh với các đối thủ, đề tài đưa ra các kiến nghị thiết thực để góp phần phát triển dịch vụ thanh toán quốc tế trong nước và đạt được mục tiêu của đề án Thanh toán không dùng tiền mặt mà Chính phủ đề ra một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất. Với số lượng thành lập doanh nghiệp nhanh chóng như hiện nay, theo Thời báo Tài chính Việt Nam Online của Bộ Tài Chính, tính chung năm 2017, cả nước có 126.859 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới, tăng 15,2% so với năm 2016) (Hoa, 2017) cùng với khối lượng giao dịch tiền lớn. Ngoài ra, theo số liệu thống kê của công ty We are Social – Nhóm We Are Social Singapore đã khảo sát các thông tin về internet ở Đông Nam Á vào tháng 1/2017 cho rằng, tại Việt Nam số lượng người dùng Internet chiếm 53% dân số, tăng 6% so với năm 2016, so với thế giới được xem là ở mức cao. (We Are Social Singapore, 2017). Cuối cùng, theo báo cáo “Hành vi người dùng điện thoại thông minh” của công ty nghiên cứu thị trường Nielsen Việt Nam, tỷ lệ người dùng smartphone so với người dùng điện thoại phổ thông (feature phone) trong năm 2017 là 84%; tăng 6% so với năm 2016 (tỷ lệ 78%) (Nielsen Việt Nam, 2017). Vì vậy, sản phẩm dịch vụ của hoạt động thanh toán, đặc biệt là thanh toán điện tử rất tiềm năng để các Ngân hàng khai thác và phát triển dịch vụ này. Biết được xu hướng và nhu cầu hiện nay, các Ngân hàng thương mại Việt Nam đã liên tục cạnh tranh, tung ra các sản phẩm dịch vụ và cải thiện chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu thanh toán cho khách hàng cả doanh nghiệp và cá nhân. Có thể kể đến một số sản phẩm đa kênh thanh toán cho khách hàng doanh nghiệp như dịch vụ thu viện phí không dùng tiền mặt tại các bệnh viện lớn trên toàn quốc, dịch vụ thu phí cầu đường không dùng tiền mặt tại nhiều trạm thu phí lớn trên toàn quốc (Ngân hàng Công Thương Việt Nam); hay dịch vụ internet banking, mobile banking ngày nay được cung cấp gần như đầy đủ bởi các Ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, mặc dù đã nỗ lực cạnh tranh nhưng các Ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay cũng không tránh khỏi những thách thức và gặp phải những vấn đề về hoạt động thanh toán. Cuối cùng, theo Báo cáo tài chính năm 2016 của một số Ngân hàng như Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam (Vietcombank), Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam (Techcombank),... hầu hết các Ngân hàng đều có tỷ lệ thu nhập lãi thuần/tổng thu nhập hoạt động đều trên 70%, chưa đáp ứng được mục tiêu phát triển chung và bền vững của hệ thống Ngân hàng.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm về thanh toán quốc tế

Theo Nguyễn Văn Tiến (2016): “Thanh toán quốc tế là việc thực hiện các nghĩa vụ chi trả và quyền hưởng lợi về tiền tệ phát sinh trên cơ sở các hoạt động kinh tế và phi kinh tế giữa các tổ chức, cá nhân nước này với các tổ chức, cá nhân nước khác, hay giữa một quốc gia với tổ chức quốc tế, thông qua quan hệ giữa các ngân hàng giữa các nước liên quan”. Như vậy, thanh toán quốc tế xét đến các nghĩa vụ tiền tệ phát sinh từ hoạt động kinh tế và phi kinh tế. Do đó, thanh toán quốc tế thường được chia thành: Thanh toán quốc tế (Thanh toán nội địa) và Thanh toán quốc tế phi ngoại thương (Thanh toán quốc tế phi nội địa). Tại các ngân hàng, hoạt động thanh toán quốc tế đóng vai trò chủ đạo với tỷ trọng giao dịch và doanh số là đa số. Thanh toán quốc tế (thanh toán nội địa) là việc thực hiện thanh toán

trên cơ sở hàng hóa xuất nhập khẩu và các dịch vụ thương mại cung ứng cho nước ngoài theo giá cả thị trường quốc tế. Cơ sở để các bên tiến hành mua bán và thanh toán cho nhau là hợp đồng ngoại thương. Thanh toán quốc tế phi ngoại thương (Thanh toán quốc tế phi mậu dịch) là các hoạt động thanh toán xuyên quốc gia không mang tính chất thương mại như: trợ cấp thân nhân ở nước ngoài, các nguồn tiền cho tặng, chuyển tiền du học, định cư...

❖ Các phương thức chuyển tiền

Phương thức chuyển tiền (Remittance): Chuyển tiền là phương thức thanh toán, trong đó khách hàng (bên chuyển tiền) yêu cầu ngân hàng phục vụ mình chuyển một số tiền nhất định cho một người/ bên hưởng lợi khác theo một địa chỉ nhất định và trong một thời gian nhất định.

Phương thức nhờ thu (Collection): Nhờ thu là phương thức thanh toán trong đó bên bán (nhà xuất khẩu) sau khi giao hàng hay cung ứng dịch vụ, ủy thác cho ngân hàng phục vụ mình xuất trình bộ chứng từ thông qua ngân hàng đại lý cho bên mua (nhà nhập khẩu) để được thanh toán, chấp nhận hối phiếu hay chấp nhận các điều kiện và điều khoản khác.

Phương thức Tín dụng chứng từ - LC (Letter Credit): Tại điều 2, UCP 600, tín dụng chứng từ được định nghĩa: “*Credit means any arrangement, however named or described, that is irrevocable and thereby constitutes a definite undertaking of the issuing bank to honour a complying presentation.*” (Tín dụng chứng từ là một thỏa thuận bất kỳ, cho dù được gọi tên hoặc mô tả như thế nào, thể hiện một cam kết chắc chắn và không hủy ngang của NHPH về việc thanh toán khi xuất trình chứng từ phù hợp).

2.2. Đặc điểm cơ bản của hoạt động thanh toán quốc tế

Thanh toán quốc tế chịu sự điều chỉnh của luật pháp và tập quán quốc tế: Thanh toán quốc tế là hoạt động đặc thù trên phạm vi quốc tế, do đó, chịu sự điều chỉnh của các nguồn luật quốc tế và các quốc gia liên quan. Hoạt động thanh toán quốc tế chịu sự điều chỉnh của các hệ thống văn bản pháp lý theo thứ tự ưu tiên giảm dần: (i) Các nguồn luật và công ước quốc tế; (ii) Hiệp định đa biên và song biên; (iii) Các nguồn luật quốc gia; (iv) Thông lệ và tập quán quốc tế (UCP, URC, INCOTERMS...)

Thanh toán quốc tế chịu ảnh hưởng của tỷ giá hối đoái: Trong thanh toán quốc tế, đồng tiền thanh toán chủ yếu là ngoại tệ đối với ít nhất một trong hai bên mua/ bán (trừ khu vực sử dụng đồng tiền chung), do đó, giá trị của giao dịch chịu ảnh hưởng của tỷ giá hối đoái tại thời điểm thực hiện giao dịch thanh toán quốc tế.

Ngôn ngữ chủ yếu dùng trong thanh toán quốc tế là Tiếng Anh: Đa phần các quốc gia trên thế giới dùng tiếng Anh là ngôn ngữ chung cho các hoạt động thanh toán để thuận tiện cho việc xử lý chứng từ thống nhất.

Trong thanh toán quốc tế, tiền mặt không được sử dụng trực tiếp: Thay vào đó là các phương tiện thanh toán như hối phiếu (Hối phiếu nhận nợ - Promissory Note; Hối phiếu đòi nợ (Bill Of Exchange/ Exchange/ Draft); Séc (Check/ Cheque).

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế

Yếu tố khách quan: Môi trường vĩ mô trong nước và chính sách quản lý của chính phủ và Ngân hàng nhà nước sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng như đối với ngân hàng thương mại. Ngoài ra, hoạt động thanh toán quốc tế thực hiện các nghiệp vụ thanh toán xuyên quốc gia, chủ yếu dưới hình thức ngoại tệ nên sẽ bị tác động rất lớn từ các chính sách quản lý của chính phủ và của ngân hàng nhà nước: Môi trường vĩ mô, kinh tế, chính trị, chính sách quản lý tại quốc gia đối tác, bạn hàng. Hiểu biết, đạo đức và năng lực đối tác/ bạn hàng tại nước ngoài

Yếu tố chủ quan: Các yếu tố này thuộc năng lực nội tại của ngân hàng vì vậy cần được sự đánh giá của khách hàng

- **Uy tín ngân hàng trong nước và quốc tế:** Uy tín và danh tiếng của ngân hàng ảnh hưởng đến khả năng nhận diện và quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng đối với ngân hàng.

- **Mô hình tổ chức, quản lý, quy trình thủ tục dịch vụ:** Tại mỗi ngân hàng, với các mảng dịch vụ khác nhau, mô hình tổ chức quản lý và quy trình giao dịch đều khác nhau.

- **Sự đa dạng dịch vụ và các dịch vụ hỗ trợ:** Đối với ngành dịch vụ nói chung và dịch vụ ngân hàng thương mại nói riêng, sự đa dạng sản phẩm dịch vụ và sự hỗ trợ của các mảng dịch vụ khác có tính kết nối cao và tác động lớn đến chất lượng dịch vụ và mang đến sự đáp ứng tốt cho nhu cầu của khách hàng về các phương thức thanh toán quốc tế.

- **Công nghệ ngân hàng, cơ sở hạ tầng và phương tiện hữu hình:** Hiện nay thế giới đang bước vào cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 với sự phát triển như vũ bão của công nghệ.

- **Trình độ nghiệp vụ và năng lực phục vụ của cán bộ ngân hàng:** Thanh toán quốc tế là nghiệp vụ mang tính chất đặc thù cao, đòi hỏi cán bộ nghiệp vụ không những nắm vững nghiệp vụ, mà còn đòi hỏi hiểu biết rộng về ngoại thương, giỏi ngoại ngữ và tỉ mỉ, cẩn thận khi tác nghiệp.

- **Chính sách đối với khách hàng:** Cung cấp sản phẩm, phục vụ khách hàng ở mảng dịch vụ, hoạt động thanh toán quốc tế tại ngân hàng thương mại muốn đạt hiệu quả, nâng cao chất lượng, phục vụ tốt nhất khách hàng đòi hỏi phải luôn hiểu nhu cầu và có các chính sách hợp lý để khuyến khích khách hàng sử dụng và trung thành với dịch vụ mà ngân hàng cung cấp.

- **Mạng lưới ngân hàng đại lý:** Đối với hoạt động thanh toán quốc tế, việc cung cấp dịch vụ của ngân hàng luôn luôn liên quan đến các ngân hàng tại các quốc gia khác.

2.4. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ tại các ngân hàng thương mại

Mô hình đánh giá chất lượng kỹ thuật/chức năng của Gronroos (1984): Theo mô hình này, chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng cách so sánh giữa giá trị mà khách hàng mong đợi trước khi sử dụng dịch vụ và giá trị mà khách hàng nhận được khi sử dụng dịch vụ. Mô hình đưa ra 3 thành phần của chất lượng dịch vụ gồm: Chất lượng kỹ thuật (Technical quality); Chất lượng kỹ năng (Functional quality) và hình ảnh. Gronroos (1984) còn cho rằng kỳ vọng của khách hàng còn bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như: các hoạt động marketing truyền thông (quảng cáo, quan hệ công chúng, chính sách giá cả) và yếu tố ảnh hưởng bên ngoài (phong tục, tập quán, ý thức, truyền miệng), trong đó yếu tố truyền miệng có tác động đáng kể đến khách hàng tiềm năng hơn so với hoạt động tiếp thị truyền thông và cũng nhấn mạnh rằng việc nghiên cứu CLDV phải dựa trên quan điểm của người tiêu dùng.

Mô hình đánh giá dựa trên kết quả thực hiện của Cronin và Taylor (1992) - Mô hình SERVPERF: Trên cơ sở mô hình lý thuyết của Parasuraman và cộng sự (1991), Cronin và Taylor (1992) đã nghiên cứu các khái niệm, phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ và mối quan hệ giữa sự hài lòng cũng như thiện chí của khách hàng, từ đó đưa ra kết luận rằng yếu tố nhận thức là công cụ dự báo tốt hơn về chất lượng dịch vụ. Việc đo lường chất lượng dịch vụ theo mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor được xem là phương pháp thuận tiện và rõ ràng trong việc đo lường chất lượng dịch vụ dựa trên đo lường thông qua kết quả thể hiện của chất lượng dịch vụ. Theo đó chất lượng dịch vụ được đánh giá chỉ thông qua nhận thức của khách hàng mà không có đánh giá về chất lượng dịch vụ trong nhận thức của khách hàng. Bộ thang đo SERVPERF cũng sử dụng 5 đặc tính tương tự như phần hỏi về

cảm nhận của khách hàng trong mô hình SERVQUAL, nhưng bỏ qua phần hỏi về kỳ vọng. Nhìn chung, đa phần các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ đều dựa trên đánh giá của khách hàng đối với dịch vụ thực tế và chất lượng dịch vụ mà khách hàng kỳ vọng để đánh giá chất lượng dịch vụ. Ở các ngành dịch vụ cụ thể, có các đặc thù riêng nên một số nhà nghiên cứu khác đã điều chỉnh mô hình đo lường phù hợp và có tính ứng dụng cao hơn, hình thành các mô hình mới cho nghiên cứu. Tuy nhiên, đa phần đều dựa trên khuôn mẫu của mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1991).

2.5. Tình hình nghiên cứu

Bảng 1:

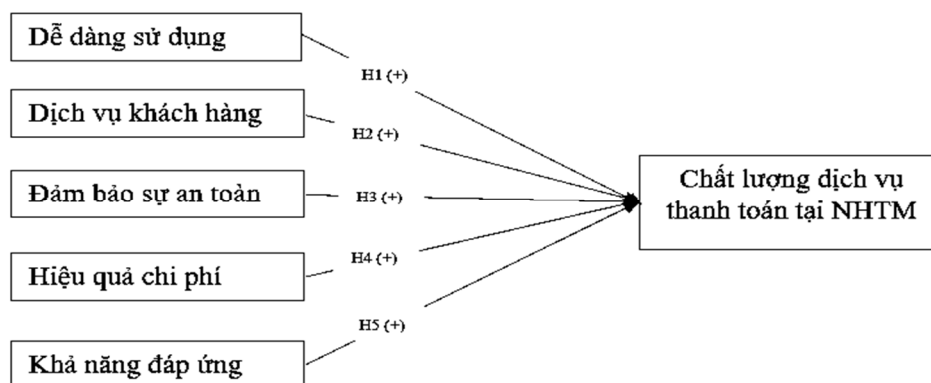
Tóm tắt các nghiên cứu liên quan

Tác giả/năm	Phương pháp nghiên cứu	Các yếu tố và chiều ảnh hưởng
Đặng Lâm Quỳnh Như (2018)	Nghiên cứu định lượng, sử dụng mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS	Tính an toàn về thông tin khách hàng; Dễ dàng sử dụng; Đa dạng tính năng; Chi phí đảm bảo; Đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu; Hiện đại của công nghệ ngân hàng.
Nguyễn Duy Thanh và Cao Hào Thi (2011)	Nghiên cứu định tính sử dụng số liệu thứ cấp của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2006 – 2016.	Nâng cao thu nhập ngoài lãi khi gia tăng CLDV thì các ngân hàng cần phải có hạ tầng kỹ thuật công nghệ ở mức tương thích để mở rộng các hoạt động dịch vụ hiện đại, nâng cao năng lực quản trị điều hành và chất lượng nguồn nhân lực
Lê Long Hậu và Phạm Xuân Quỳnh (2017)	Nghiên cứu định tính sử dụng số liệu thứ cấp của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2004 – 2010.	Để phát triển CLDV TTQT tại các NHTM Việt Nam thì các ngân hàng cần phải có sự đầu tư vào công nghệ, hạ tầng cơ sở để phục vụ khách hàng.
Đỗ Thị Lan Phương (2014)	Nghiên cứu định lượng, sử dụng mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS	Dịch vụ khách hàng, thiết kế web, đảm bảo an toàn, quy trình dễ dàng sử dụng.
Cristobal và cộng sự (2007)	Nghiên cứu định lượng, sử dụng mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS	Tính dễ sử dụng, tính hiệu quả và chăm sóc khách hàng, tin cậy và bảo mật, khả năng tiếp cận, giải quyết vấn đề.
Ho và Lin, 2009	Nghiên cứu định lượng, sử dụng mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS	Tính an toàn về thông tin khách hàng; Dễ dàng sử dụng; Đa dạng tính năng; Chi phí đảm bảo; Đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu; Hiện đại của công nghệ ngân hàng.
Kumar và Garg (2012)	Nghiên cứu định tính sử dụng số liệu thứ cấp của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2006 – 2016.	Nâng cao thu nhập ngoài lãi khi gia tăng CLDV thì các ngân hàng cần phải có hạ tầng kỹ thuật công nghệ ở mức tương thích để mở rộng các hoạt động dịch vụ hiện đại, nâng cao năng lực quản trị điều hành và chất lượng nguồn nhân lực
Hussien và Aziz (2013)	Nghiên cứu định lượng, sử dụng mô hình hồi quy đa biến theo phương pháp bình phương nhỏ nhất OLS	Khả năng sử dụng dễ dàng, độ tin cậy, đáp ứng nhu cầu khách hàng, sự riêng tư của khách hàng, ưu đãi sử dụng, hiệu quả kinh tế, đảm bảo tính năng và sự đồng cảm.

Nguồn: Tổng hợp từ tác giả

2.6. Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở lý luận, các nghiên cứu liên quan đã trình bày, tác giả quyết định sử dụng và phát triển mô hình của Ho và Lin (2009) trong công trình nghiên cứu “Đo lường chất



Hình 1. Sơ đồ Mô hình nghiên cứu

lượng dịch vụ thanh toán quốc tế ngân hàng trực tuyến: Phát triển quy mô và xác nhận của ngân hàng” vì nó có những yếu tố phù hợp với hoàn cảnh kinh tế cũng như hoạt động của NHTM Việt Nam, thuận lợi để tác giả có thể đánh giá chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam. Vì vậy tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế thông qua các NHTM để tạo điều kiện để đưa ra các giải pháp nhằm phát triển chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế của các NHTM Việt Nam trong thời gian tới.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp định tính được sử dụng bằng cách phỏng vấn sâu và thảo luận trong nhóm với các chuyên gia trong lĩnh vực ngân hàng, công nghệ dùng cho ngân hàng tại địa bàn TP. Hồ Chí Minh để điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu từ đó có thể hoàn thiện việc xây dựng bảng câu hỏi khảo sát.

Phương pháp định lượng được thực hiện để phân tích dữ liệu thu thập được từ việc khảo sát chính thức 407 khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán quốc tế thông qua các NHTM và xử lý số liệu dựa trên phần mềm SPSS 22.0. Cụ thể như sau: Đánh giá sơ bộ thang đo và độ tin cậy của biến đo lường bằng hệ số Cronbach’s Alpha và độ giá trị (factor loading), tiến hành phân tích Exploratory Factor Analysis (EFA) để tìm ra các nhân tố đại diện cho các biến quan sát tác động đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế thông qua các NHTM. Sử dụng kỹ thuật phân tích hồi quy để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu về tác động của các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế thông qua các NHTM.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Độ tin cậy của thang đo

Ta thấy kết quả Bảng 2 cho thấy các hệ số Cronbach’s Alpha của các biến Dễ dàng sử dụng; Dịch vụ khách hàng; Đảm bảo an toàn; Hiệu quả chi phí; Khả năng đáp ứng; Chất lượng dịch vụ các hệ số Cronbach’s Alpha lần lượt là 0,894; 0,895; 0,854; 0,882; 0,755; 0,818 đều lớn hơn 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3. Do đó, các thang đo đo lường cho các biến đều đáp ứng độ tin cậy.

4.2. Nhân tố khám phá EFA

Theo kết quả hệ số KMO = 0,830 thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$, cho thấy phân tích EFA là thích hợp cho dữ liệu thực tế. Kết quả kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa Sig. nhỏ hơn 0,05 cho thấy các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện. Phân tích nhân tố khám phá EFA trích ra được 5 nhân tố đại diện cho 20 biến quan sát với tiêu chuẩn Eigenvalues là 1,455 lớn hơn 1. Bảng phương sai tích lũy cho thấy giá trị phương sai trích là 71,926%. Điều này có nghĩa là các nhân tố đại diện giải thích được 71,926% mức độ biến động của 20 biến quan sát trong các thang đo.

4.3. Kết quả mô hình hồi quy

Để nhận diện các yếu tố đã ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế của các ngân hàng thương mại Việt Nam, mô hình hồi quy bội được xây dựng có dạng:

$$CL = \beta_0 + \beta_1 \times DD + \beta_2 \times DV + \beta_3 \times DB + \beta_4 \times HQ + \beta_5 \times DU + \varepsilon_i \quad (1)$$

Bảng 2:

Hệ số hồi quy

		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê tương quan	
		Hệ số	Sai số chuẩn				Tolerance	VIF
Các nhân tố	Hằng số	-0,487	0,187		-2,598	0,010		
	DD	0,251	0,029	0,326	8,736	0,000	0,814	1,228
	DV	0,219	0,038	0,205	5,722	0,000	0,880	1,136
	DB	0,181	0,025	0,256	7,143	0,000	0,881	1,135
	HQ	0,211	0,036	0,203	5,882	0,000	0,947	1,056
	DU	0,241	0,042	0,216	5,754	0,000	0,799	1,251

Nguồn: Kết quả tính toán thông qua SPSS 22.0

Trong bảng 2, cột mức ý nghĩa Sig. cho thấy hệ số hồi quy của tất cả các biến số DD; DV; DB; HQ; DU đều có mức ý nghĩa Sig. nhỏ hơn 0,05. Như vậy hệ số hồi quy của các biến DD; DV; DB; HQ; DU đều có ý nghĩa thống kê hay các biến số DD; DV; DB; HQ; DU đều có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc CL. Mô hình các yếu tố đã ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế của các Ngân hàng thương mại Việt Nam, được xây dựng có dạng: $CL = 0,487 + 0,326 \times DD + 0,205 \times DV + 0,256 \times DB + 0,203 \times HQ + 0,216 \times DU + \varepsilon_i \quad (1)$

Bảng 3:

Tóm tắt mô hình

Model	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số của ước lượng	Durbin-Watson
1	,739 ^a	,546	,541	,50724	1,932

Nguồn: Kết quả tính toán thông qua SPSS 22.0

Theo kết quả bảng 3 có hệ số xác định R² là 0,546. Như vậy, 54,6% thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập của mô hình hay nói cách khác 54,6% thay đổi của Chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế được giải thích bởi các yếu tố trong mô hình.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu này tập trung vào mục tiêu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam. Đo lường mức độ ảnh hưởng của từng

yếu tố, cuối cùng, căn cứ vào bằng chứng thực nghiệm đó đề xuất các hàm ý quản trị nhằm phát triển chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam. Với việc nghiên cứu, phân tích 407 quan sát và dữ liệu được thu thập thông qua bảng câu hỏi, bằng phương pháp phân tích yếu tố khám phá EFA kết hợp với phân tích hồi quy bội, tác giả đã tìm thấy ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê của các yếu tố Dễ dàng sử dụng; Dịch vụ khách hàng; Đảm bảo an toàn; Hiệu quả chi phí và Khả năng đáp ứng có độ tin cậy đối với đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam. Hệ số hồi quy chuẩn hóa cho thấy vị trí quan trọng của các yếu tố cụ thể: Yếu tố Dễ dàng sử dụng có phần trăm đóng góp cao nhất là 27.03% đến việc ảnh hưởng chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam. Các yếu tố còn lại bao gồm yếu tố Dịch vụ khách hàng; Đảm bảo sự an toàn; Hiệu quả chi phí; Khả năng đáp ứng đóng góp lần lượt là 17%; 24.95%; 16.83%; 17.91% đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam. Đồng thời các hệ số bê ta dương vì vậy các yếu tố này có tương quan dương đến chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế tại các NHTM Việt Nam.

5.2. Các hàm ý quản trị

Đối với yếu tố dễ dàng sử dụng: Nhân viên cần hướng dẫn khách hàng chi tiết cụ thể hơn trong việc đăng nhập, thực hiện các thao tác thanh toán một cách nhanh chóng, chính xác. Trang web và giao diện cần được xây dựng và nâng cao để khách hàng dễ dàng đặt tên và đặt mật khẩu dễ dàng trong quá trình thanh toán.

Đối với yếu tố Dịch vụ khách hàng: Trụ sở chính cần khắc phục lỗi do đường truyền, thời gian bảo trì nhanh chóng hơn. Nhân viên cần phổ biến cho khách hàng cách xử lý khi gặp sự cố, thông tin đường dây nóng 24/24 để khi cần khách hàng có thể liên hệ để xử lý sự cố, các giao dịch lỗi kịp thời.

Đối với yếu tố Đảm bảo an toàn: Thông tin của người nhận cần hiển thị rõ ràng hơn trên màn hình giao diện tránh trường hợp khách hàng nhìn nhầm dẫn đến sai sót. Thông báo tới khách hàng sau mỗi giao dịch cần cụ thể hơn để khách hàng biết được giao dịch có thành công hay không.

Đối với yếu tố Hiệu quả chi phí: Ngân hàng cần xem lại mức phí quản lý cho dịch vụ để phục vụ khách hàng tốt hơn, vì thực tế mức phí hiện nay hơi cao đối với những giao dịch số tiền lớn. Xem xét đến yếu tố phục vụ những khách hàng có những giao dịch thường xuyên, liên tục để có chính sách ưu đãi về phí cho khách hàng đó.

Đối với yếu tố Khả năng đáp ứng: Nhân viên cần tiếp thị tư vấn đến khách hàng một cách rộng rãi hơn, làm cho khách hàng hiểu kỹ hơn về các lợi ích của sản phẩm từ đó họ sẽ dễ dàng giới thiệu với bạn bè, người thân hơn. Bên cạnh nền tảng hệ thống công nghệ thông tin có sẵn từ Trụ sở chính của các ngân hàng cần phát triển thêm nguồn nhân lực có chuyên môn cao am hiểu hết ứng dụng, cách vận hành để triển khai tới khách hàng một cách đầy đủ và nhanh chóng. Bên cạnh đó Ban giám đốc cần đưa ra chính sách, chiến lược cho bộ phận chăm sóc khách hàng để phát triển ngân hàng điện tử tốt hơn, đồng thời cần có chính sách tri ân khách hàng, khuyến mãi.

Tài liệu tham khảo

Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), “*Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Internet Banking tại ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – chi nhánh 9*”. Luận văn thạc sĩ. Đại học kinh tế Thành phố HCM.

Thanh, N. D., & Thi, C. H. (2011). Đề xuất mô hình chấp nhận và sử dụng ngân hàng điện tử ở Việt Nam. *Science & Technology*, 14(Q2-2011).

Ho C. và Lin W. (2009), *Measuring the service quality of internet banking: scale development and validation*. European Business Review. European Business Review. Vol. 22 No. 1, 2010. pp. 5-24

Hoàng Trọng và Chu Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức, TP.HCM.

Ismail Hussien, M. and Abd El Aziz, R. (2013), "Investigating e-banking service quality in one of Egypt's banks: a stakeholder analysis", *The TQM Journal*, Vol. 25 No. 5, pp. 557-576.

Khai, H. N. (2013), *Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử*. Tạp chí Ngân hàng. 8/2013, pp 22 - 32

Kotler, P. & Armstrong (2001), *Principles of Marketing, 9th edition*. New Jersey: Prentice Hall. pp 450 - 472

Kumar, S., & Garg, R. (2012). Service quality measurement of internet banking: A customers' perspective. In *National Conference on Emerging Challenges for Sustainable Business* (Vol. 46, No. 3, pp. 1417-1436).

Lê Long Hậu, Phạm Xuân Quỳnh (6/2017), *Ảnh hưởng của thu nhập ngoài lãi đến hiệu quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2006-2016 (Số 9)*. Tạp chí Ngân hàng.

Liu, L. (2008). BEST: Bayesian estimation of species trees under the coalescent model. *Bioinformatics*, 24(21), 2542-2543.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985), *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. The Journal of Marketing, 41-50.

Phuong, Đ. T. (2014), *Thanh toán không dùng tiền mặt: Xu hướng trên thế giới và thực tiễn tại Việt Nam* Thanh toán không dùng tiền mặt: Xu hướng trên thế giới và thực tiễn tại Việt Nam. Tạp chí Tài chính. 9/2014, pp 12 - 18

Poon. (2008). E – Banking adoption Convenience of usage, accessibility, features availability, band management and image, security, privacy, design, content, speed, and fees and charges. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Volume 23 · Number 1 · 2008 · 59–69

Son, N. T. (2017). Mô hình huy động vốn từ cộng đồng “crowdfunding” kinh nghiệm cho Việt Nam. *Hue University Journal of Science: Economics and Development*, 126(5A), 115-126.