

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ VÍ ĐIỆN TỬ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẢI PHÒNG

Bùi Thị Bích Hằng
Khoa Kế toán - Tài chính
Email: hangbtb@dhhp.edu.vn

Ngày nhận bài: 22/8/2022

Ngày PB đánh giá: 06/9/2022

Ngày duyệt đăng: 09/9/2022

TÓM TẮT: Ví điện tử là hình thức thanh toán tiện lợi với nhiều lợi ích cho người dùng. Nghiên cứu này nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ ví điện tử trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Các phương pháp kiểm định nhân tố khám phá, phân tích hồi quy đa biến được sử dụng nhằm đánh giá mức độ đáp ứng của các nhân tố tới nhu cầu sử dụng ví điện tử và làm rõ tác động của các nhân tố đó đến sự hài lòng trong việc sử dụng ví điện tử tại Hải Phòng. Kết quả cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ví điện tử với mức độ giảm dần, bao gồm: (1) Khả năng đáp ứng và sự tin cậy, (2) Tính thuận tiện, (3) Mong đợi về giá, (4) Năng lực phục vụ, (5) Hình ảnh trực quan. Kết quả nghiên cứu này là cơ sở để các nhà cung ứng ví điện tử đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, ví điện tử, Hải Phòng

EVALUATION OF E-WALLET SERVICE QUALITY IN HAI PHONG CITY

ABSTRACT: Electronic wallet (E-wallet) is a payment method which is convenient from of payment and brings many benefits to the users. This study aims to measure the quality of E-wallet in Hai Phong city. Factor analysis EFA, Multiple regression analysis in SPSS are used to assess the responsiveness of these factors and show the relationship between these factors and the customers satisfaction when they use E-wallets. The results of study showed that 5 factors affecting to quality of E-wallets in Hai Phong city in descending order are: (1) Responsiveness and Reliability, (2) Convenience, (3) Price expectations, (4) Competence, (5) Image. The result of this study are here by the scientific basis for e-wallet providers to improve service quality in the future.

Keywords: service quality, e- wallet, Hai Phong.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 về phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021-2025 của Thủ tướng Chính phủ đã tạo động lực cho các phương tiện thanh toán mới trong đó có ví điện tử phát triển.

Ứng dụng thanh toán trên điện thoại đang dần thay đổi thói quen mua sắm ở các nước Châu Á, và xu hướng đó cũng đang dần lan rộng vào Việt Nam. Trong bối cảnh bối cảnh thương mại điện tử tại Việt Nam trở thành điểm nóng và phát triển mạnh mẽ, các hình thức thanh toán qua các ứng dụng như dịch vụ ví điện tử đã xuất hiện nhiều trong các giao dịch thanh toán và dần trở thành hình thức thanh toán điện tử được nhiều người lựa chọn sử dụng. Bên cạnh đó, cuộc chạy đua của các ví điện tử tại Việt Nam cũng làm thị trường này thêm sôi động và hấp dẫn. Hiện nay, Ngân hàng Nhà nước đã cấp phép dịch vụ trung gian thanh toán cho 46 tổ chức không phải ngân hàng, trong đó có 32 ví điện tử [7]. Số lượng ví điện tử tăng lên cũng tạo thêm cho người dùng nhiều sự lựa chọn.

Về mặt pháp lý, thanh toán bằng ví điện tử cũng là một trong các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt được Chính phủ khuyến khích và có các văn bản pháp luật hướng dẫn thực hiện. Trong thông tư số 23/2019/TT-NHNN ngày 22/11/ 2019 (sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/2014/TT-NHNN), Thông tư số 47/VBHN-NHNN ngày 9/12/2019 Ngân hàng nhà nước đã có những quy định cụ thể để định hướng hình thức dịch vụ trung gian thanh toán nói riêng và dịch vụ ví điện tử nói riêng [6][1]. Những yếu tố này nằm

tạo tiền đề cho sự phát triển mạnh mẽ của hình thức thanh toán bằng ví điện tử trong thời gian tới.

Tại Hải Phòng, người tiêu dùng cũng đã có sự tiếp cận, trải nghiệm với hình thức thanh toán ví điện tử. Tuy nhiên, không thể phủ nhận, việc thanh toán bằng ví điện tử cũng như các kiến thức liên quan đến dịch vụ này vẫn chưa thực sự được sử dụng phổ biến với một bộ phận người dân. Bài viết phân tích các nhân tố tác động tới sự hài lòng của người dùng tại Hải Phòng đối với việc sử dụng ví điện tử nhằm tìm ra cơ sở xây dựng những biện pháp nhằm thúc đẩy hơn nữa hình thức thanh toán hiện đại này.

2. TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Khái quát về chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ ví điện tử

Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ có nhiều cách định nghĩa khác nhau tùy thuộc vào đối tượng nghiên cứu và môi trường nghiên cứu. Theo *Gronroos*, “chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá khi khách hàng dựa trên so sánh dịch vụ thực sự mà khách hàng đã nhận được với sự mong đợi của họ.” [3]. Sau này, *Gronroos* (2007) phát biểu một cách ngắn gọn: “Chất lượng chính là sự cảm nhận của khách hàng về những gì họ nhận được” [4].

Đồng quan điểm với *Gronroos*, *Parasuraman* và cộng sự (1988) thì cho rằng “Chất lượng dịch vụ là những đánh giá của khách hàng về những điểm trội của thực thể, nó là một dạng của thái độ và là kết quả từ việc so sánh sự mong đợi và nhận thức về sự thực hiện mà họ nhận được” (*Zeithaml*, 1987). Tương tự, *Lewis* và *Booms* (1983)

cũng cho rằng chất lượng dịch vụ là một sự đo lường mức độ dịch vụ được đưa đến khách hàng tương xứng với mong đợi của khách hàng tốt đến đâu. Việc tạo ra một dịch vụ chất lượng nghĩa là đáp ứng mong đợi của khách hàng một cách đồng nhất.

Theo quan điểm của Philip Kotler và cộng sự (2005), chất lượng dịch vụ được định nghĩa là khả năng của một dịch vụ bao gồm độ bền tổng thể, độ tin cậy, độ chính xác, sự dễ vận hành, dễ sửa chữa và các thuộc tính có giá trị khác để thực hiện các chức năng của nó.

Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ với sự hài lòng của khách hàng được đánh giá là chặt chẽ và mật thiết với nhau. Sự hài lòng của khách hàng chính là sự thỏa mãn được đánh giá sau khi sử dụng dịch vụ. Những nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng của dịch vụ sẽ tác động tới sự thỏa mãn của khách hàng. Do đó, chất lượng dịch vụ được xem là cái tạo thành trước và quyết định đến sự hài lòng của khách hàng. Đánh giá chất lượng dịch vụ có thể nghiên cứu thông qua các nhân tố tác động tới sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ đó.

Chất lượng dịch vụ ví điện tử

- Ví điện tử là một tài khoản điện tử, nó giống như “ví tiền” của người dùng trên internet và đóng vai trò như một chiếc ví tiền mặt trong thanh toán trực tuyến. “Dịch vụ Ví điện tử là dịch vụ cung cấp cho khách hàng một tài khoản điện tử định danh do các tổ chức cung ứng dịch vụ tạo lập trên vật mang tin (như chip điện tử, sim điện thoại di động, máy tính...), cho phép lưu giữ một giá trị tiền tệ được đảm bảo bằng giá trị tiền gửi tương đương với số tiền được chuyển từ tài khoản thanh toán của khách hàng tại

ngân hàng vào tài khoản đảm bảo thanh toán của tổ chức cung ứng dịch vụ Ví điện tử theo tỷ lệ 1:1 và được sử dụng làm phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt” (Điều 3 - Thông tư số 39/2014/TT-NHNN ngày 11/12/2014:).

- Hệ sinh thái cho dịch vụ ví điện tử về bản chất gồm 3 yếu tố chính: Mạng lưới nhà cung cấp dịch vụ; Người dùng; Nền tảng công nghệ để kết nối. Trong đó, khách hàng (người tiêu dùng) luôn được coi có vị trí trung tâm. Người tiêu dùng ở vị trí trung tâm vì ví điện tử ra đời nhằm phục vụ nhu cầu thanh toán của người tiêu dùng. Để có thể phát triển và cạnh tranh, các tiện ích của ví phải phù hợp với nhu cầu ngày càng đa dạng và thay đổi của người dùng. Các ví điện tử tại Việt Nam hiện nay đều có các chức năng chính là: Nhận và chuyển tiền; Lưu trữ tiền trên tài khoản điện tử; Thanh toán hóa đơn; Nạp thẻ điện thoại, mua dữ liệu 3G/4G thẻ game online, trả phí tham gia diễn đàn; Mua vé điện tử; Thanh toán học phí, Mua vé máy bay...

Chất lượng dịch vụ ví điện tử có thể hiểu là những gì khách hàng cảm nhận những dịch vụ được các đơn vị sáng lập ví điện tử cung cấp đã tạo ra ngang xứng với kỳ vọng trước đó của họ hay không. Hiện nay, chưa có một hệ thống chỉ tiêu chung nào dùng xác định tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ ví điện tử. Theo các quan điểm về chất lượng dịch vụ thì chất lượng dịch vụ điện tử được xác định thông qua sự nhận xét và đánh giá tổng thể của khách hàng về những dịch vụ được các nhà cung ứng ví điện tử cung cấp.

Tổng quan nghiên cứu đề tài

Tại Việt Nam, có một số đề tài nghiên cứu về ví điện tử nhằm phân tích

thực trạng, sự phát triển và đánh giá chất lượng dịch vụ của một số ví điện tử. Có thể kể đến nghiên cứu của Nguyễn Hà Khiêm (2018), “Đánh giá chất lượng dịch vụ ví điện tử: So sánh chất lượng dịch vụ của ví điện tử Momo, Zalopay và Air pay”. Tác giả đã nghiên cứu chất lượng dịch vụ ví điện tử ở góc độ phân tích và so sánh 3 ví Momo, Zalopay và Air pay. Bên cạnh đó, nghiên cứu này còn góp phần xác định khoảng cách về mặt chất lượng dịch vụ giữa ba ví điện tử phổ biến tại Việt Nam. Từ đó có thể thấy được những điểm mạnh, điểm yếu giữa các ví điện tử với nhau. Một nghiên cứu khác là của tác giả Nguyễn Thùy Dung, Nguyễn Bá Huân (2018), “Thanh toán bằng ví điện tử tại Việt Nam, thực trạng và giải pháp” đã đánh giá ưu điểm của hình thức thanh toán ví điện tử, một số hạn chế và khó khăn đối với các ví cụ thể như Momo, Bảo Kim, Ngân lượng, Payoo.

Về một dịch vụ thanh toán điện tử khác, tác giả Hồ Diễm Thuần (2012) có đề tài “Đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng”. Đề tài đánh giá các thành phần chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử với khách hàng cá nhân thông qua sự hài lòng của khách hàng tại VietinBank Đà Nẵng.

Như vậy, các đề tài đã nghiên cứu các khía cạnh khác nhau liên quan đến dịch vụ điện tử, ví điện tử và chất lượng dịch vụ ví điện tử. Tuy nhiên, các đề tài nghiên cứu chất lượng dịch vụ ví điện tử mới chỉ dừng lại ở việc đánh giá chất lượng của một số ví nhất định ở giai đoạn phát triển ban đầu của hình thức thanh toán này. Đến giai đoạn hiện nay, cùng với

sự phát triển mạnh mẽ về số lượng và chất lượng của các ví điện tử thì việc cạnh tranh thị phần ở các thành phố lớn càng được các nhà cung ứng ví quan tâm. Thực tế chưa có những nghiên cứu đi sâu tìm hiểu cũng như phân tích đánh giá chất lượng dịch vụ ví điện tử trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Đặc biệt trong bối cảnh Nhà nước đang tạo động lực cho các phương tiện thanh toán mới thông qua ban hành Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021 về phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021-2025. Hướng tiếp cận nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ ví điện tử là rất cần thiết.

2.2. Mô hình nghiên cứu.

Trên cơ sở nhận định chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều nhất đến sự hài lòng của khách hàng, các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ đã được các nhà nghiên cứu xây dựng.

Ở nước ta, nghiên cứu về đánh giá chất lượng dịch vụ 3 ví điện tử Momo, Zalopay và Air pay của Nguyễn Hà Khiêm (2018) [5] sử dụng thang đo E-SERVQUAL để đo lường chất lượng dịch vụ theo quan điểm khách hàng. Nghiên cứu “Đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng” của Hồ Diễm Thuần (2012) [8] đã xây dựng mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử và sự thỏa mãn của đối tượng khách hàng cá nhân theo hai mô hình chất lượng dịch vụ SERVPERF và mô hình Chất lượng kỹ thuật/ Chất lượng chức năng. Đề tài của Đỗ Quang Thắng (2018) [9] sử dụng mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor để đưa ra

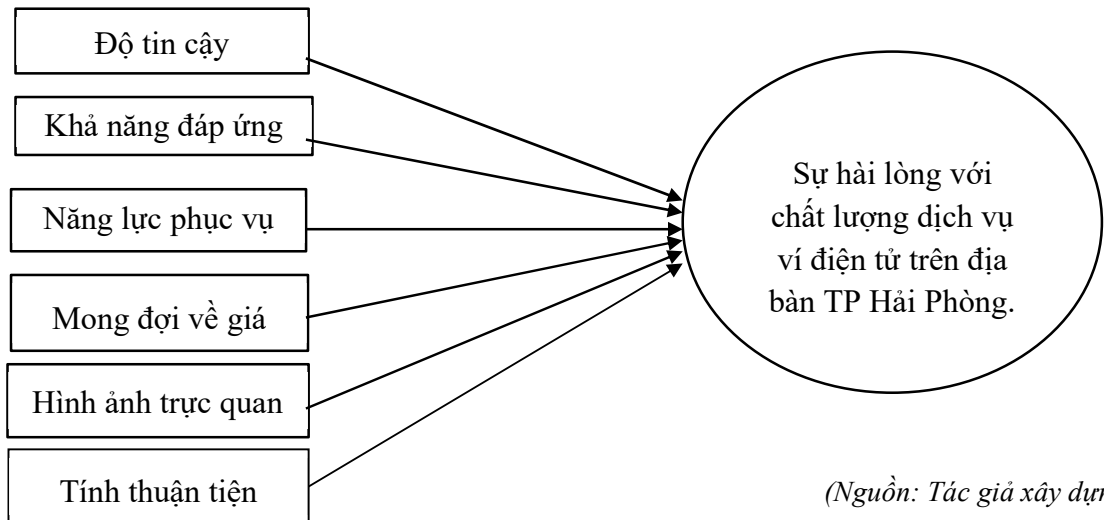
5 nhân tố trong mô hình chất lượng dịch vụ là: (1) Độ tin cậy, (2) Đáp ứng, (3) Đảm bảo, (4) Cảm thông, (5) Sự hữu hình.

Như vậy 2 mô hình E-SERVQUAL và SERVPERF được sử dụng phổ biến để đánh giá chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên mô hình E-SERVQUAL có những hạn chế nhất định như: khái niệm sự kỳ vọng tương đối khó hiểu và khó tiếp cận nên việc sử dụng thang đo này có thể dẫn đến dữ liệu thu thập không có độ tin cậy cao; số lượng câu hỏi quá dài và phức tạp so với mô hình SERVPERF. Hơn nữa, các nhân tố được đưa ra ở một số công trình nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ không hoàn toàn phù hợp với dịch vụ ví điện tử. Vì ví điện tử là dịch vụ điện tử phát triển mạnh mẽ cùng với các hoạt động thanh toán thương mại điện tử, không có sự tiếp xúc trực tiếp giữa khách

hàng và nhà cung cấp dịch vụ như các dịch vụ khác.

Trên cơ sở nghiên cứu, kế thừa sự đánh giá về các mô hình, tác giả đã tham khảo việc xây dựng mô hình trên cơ sở vận dụng lý thuyết mô hình SERVPERF đồng thời có hiệu chỉnh để đưa ra các nhân tố phù hợp nhất với dịch vụ điện tử này. Căn cứ vào thực tế nghiên cứu, tác giả đã lựa chọn các nhân tố phù hợp với dịch vụ ví điện tử, sau đó phỏng vấn 20 người bao gồm nhiều ngành nghề như nhân viên văn phòng tại các doanh nghiệp, công nhân viên chức, kinh doanh tự do, công nhân, học sinh, sinh viên ... để điều chỉnh các biến quan sát nhằm đảm bảo thang đo xây dựng phù hợp với lý thuyết và được cụ thể hóa bằng thực tiễn. Mô hình đánh giá sự hài lòng của người dùng tại Hải Phòng với ví điện tử được tác giả đề xuất như sau:

Hình 2.1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



(Nguồn: Tác giả xây dựng)

Trong mô hình nghiên cứu này, các biến độc lập: Độ tin cậy, Khả năng đáp ứng, Năng lực phục vụ, Mong đợi về giá, Hình

ảnh trực quan, Tính thuận tiện có quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc Sự hài lòng với chất lượng dịch vụ ví điện tử.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Phương pháp điều tra, chọn mẫu và xử lý

Nghiên cứu áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện thông qua quá trình phát phiếu điều tra trực tiếp và kết hợp phiếu khảo sát online. Các phiếu khảo sát online được gửi qua email hoặc gửi đường link qua tin nhắn. Bảng khảo sát được tiến hành gửi đi trong thời gian từ tháng 8 đến hết tháng 12 năm 2021. Tổng số phiếu thu về dưới tất cả các hình thức là 438 phiếu. Sau khi thu thập thông tin từ bảng câu hỏi khảo sát thì tiến hành kiểm tra một cách sơ bộ nhằm loại bỏ những phiếu khảo sát có câu trả lời không phù hợp. Sau đó, các dữ liệu khảo sát còn lại được nhập vào máy tính và xử lý số liệu bằng phần mềm SPSS. Số lượng phiếu khảo sát hợp lệ được sử dụng để nghiên cứu là 405 phiếu.

3.2. Phương pháp phân tích

Sau khi xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ví điện tử, nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ từ 1 đến 5 để đo lường đánh giá của người dùng về chất lượng dịch vụ ví điện tử trên địa bàn Thành phố Hải Phòng. Quá trình thực hiện đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên cơ sở sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng ví điện tử được tiến hành thông qua các bước sau:

- Tiến hành kiểm định chất lượng của thang đo liên quan đến sự hài lòng trong việc sử dụng ví điện tử bằng hệ số Cronbach's Alpha. Căn cứ vào các tiêu chuẩn trong kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của bộ thang đo và loại bỏ những biến quan sát không đáp ứng các tiêu chuẩn cho các bước phân tích tiếp theo.

- Thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm đánh giá hai loại giá trị quan trọng của thang đo là giá trị hội tụ và giá trị phân biệt để phục vụ cho việc chạy mô hình hồi quy cuối cùng. Thông qua hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin); kiểm định Bartlett, phương pháp trích hệ số Principal Component với phép quay Varimax để xác định điều kiện để phân tích nhân tố khám phá và xây dựng được các nhóm nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ví điện tử.

- Phân tích hồi quy đa biến nhằm xác định được các nhân tố nào đóng góp nhiều, ít hoặc không đóng góp vào thay đổi của sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ ví điện tử.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê đặc điểm của mẫu nghiên cứu

Cấu trúc mẫu điều tra được thống kê theo các tiêu chí như độ tuổi, nghề nghiệp, mức thu nhập, tần suất sử dụng ví điện tử. Kết quả thống kê mô tả được thể hiện như sau:

Về độ tuổi: Trong số 405 người có sử dụng ví điện tử có 170 người thuộc độ tuổi dưới 25 tuổi chiếm tỷ trọng cao nhất là 42%, tiếp theo là độ tuổi từ 25 – 34 tuổi chiếm 32,6%, độ tuổi từ 35 - 44 tuổi chiếm 16,8% và tỷ trọng thấp nhất là từ 45 tuổi trở lên có 35 người chiếm 8,6%.

Về nghề nghiệp: Trong 405 người có sử dụng ví điện tử có tới 126 người là nhân viên văn phòng, cán bộ công nhân viên chức chiếm 31,1%; tiếp theo là học sinh, sinh viên chiếm 27,2%; đứng thứ 3 là công nhân với số lượng 62 người chiếm 15,3%, buôn bán kinh doanh đứng

thứ 4 với 10,4% và đứng thứ 5 là hưu trí với số lượng 31 người chiếm 7,7%, cuối cùng chiếm tỉ trọng thấp nhất là nông dân với 3%.

Về thu nhập: Số lượng người khảo sát nhiều nhất là người có mức thu nhập từ 5 - 10 triệu đồng/tháng có 124 người chiếm 30,6%. Tiếp theo là mức thu nhập từ 10 - 20 triệu đồng/tháng chiếm 29,1%; đứng thứ ba là mức thu nhập dưới 5 triệu đồng/tháng chiếm 21,7% và cuối cùng chiếm tỉ trọng thấp nhất là mức thu nhập

trên 20 triệu đồng/tháng có 75 người chiếm 18,5%.

Số lần sử dụng ví điện tử: Tần suất sử dụng ví điện tử của mọi người đa phần từ 1 - 2 lần/tháng chiếm 33,8%; tiếp theo là từ 3 - 5 lần với 30,6%; 18% là tỷ lệ sử dụng ví điện tử từ 6 - 10 lần và số lần sử dụng trên 10 lần/ tháng là 17,55. Như vậy, tần số sử dụng trong 1 tháng của những người được khảo sát phần lớn là từ 5 lần trở xuống.

Các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ

Bảng 1. Thống kê mô tả các thang đo chất lượng dịch vụ

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MG1	405	1	4	1.69	.743
MG2	405	1	4	1.81	.717
MG3	405	1	4	2.10	.757
ĐU'1	405	2	4	3.27	.656
ĐU'2	405	2	4	3.34	.638
ĐU'3	405	2	4	3.28	.642
ĐU'4	405	1	4	3.17	.864
NL1	405	1	4	1.96	.806
NL2	405	1	4	1.70	.698
NL3	405	1	4	1.72	.666
NL4	405	1	3	1.72	.686
NL5	405	1	3	1.66	.647
TC1	405	2	4	3.16	.692
TC2	405	2	4	3.18	.642

TC3	405	2	4	3.27	.688
HA1	405	1	4	1.94	.780
HA2	405	1	4	1.90	.760
HA3	405	1	4	1.94	.797
TT1	405	2	5	3.89	.842
TT2	405	2	5	4.17	.786
TT3	405	2	5	4.24	.789
TT4	405	2	5	4.07	.844
Valid (listwise)	405				

(Nguồn: Phân tích dữ liệu điều tra bằng SPSS của tác giả)

Trong 22 thang đo chất lượng dịch vụ, khách hàng đồng tình nhiều nhất ở 5 yếu tố là: NL5-Ít xảy ra sự cố (GTTB: 1,66); NL2-Thời gian xử lý giao dịch nhanh chóng, chính xác (GTTB:1,70); MG1-Uu đãi của các đơn vị liên kết (GTTB: 1,69); NL3-Các tính năng ngày càng hoàn thiện và đa dạng; NL4-Thông tin các dịch vụ và chương trình khuyến mại được thể hiện đầy đủ (GTTB:1,72). Đây là sự đồng tình ở mức độ rất cao, cao nhất là đối với thang đo NL5 và MG1.

Bên cạnh đó, 5 thang đo có GTTB thấp nhất thể hiện mức độ đồng ý của khách hàng không cao ở các biến quan sát. TT3-Liên kết với các sàn thương mại điện tử (GTTB: 4,24); TT2 - Giúp khách hàng giảm đáng kể các giao dịch tiền mặt (GTTB: 4,17); TT4-Nhiều nhà cung ứng chấp nhận thanh toán bằng ví điện tử (GTTB: 4,07); TT1- Dễ dàng tiếp cận (GTTB: 3,89) và ĐU 2 (GTTB: 3,34)

4.2. Đánh giá mức độ tin cậy của thang đo và phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Để đánh giá mức độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu sử dụng kiểm định Cronbach's Alpha. Các tiêu chuẩn trong kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha [7]: (1) Nếu một biến đo lường có hệ số tương quan biến tổng Corrected Item - Total Correlation ≥ 0.3 thì biến đó đạt yêu cầu; (2) Giá trị hệ số Cronbach's Alpha chung từ 0.6 trở lên thì thang đo lường đủ điều kiện; (3) Nếu giá trị Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha và Hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 thì sẽ loại biến quan sát đang xem xét để tăng độ tin cậy của thang đo.

Biến độc lập gồm 6 nhóm: Độ tin cậy, Khả năng đáp ứng, Năng lực phục vụ, Mong đợi về giá, Hình ảnh trực quan, Tính thuận tiện.

Bảng 2. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo các biến trong mô hình

Thang đo	CA tổng thể	Biến thỏa mãn độ tin cậy Cronbach's Alpha (CA)		
		Tên biến	Hệ số tương quan biến tổng	CA nếu loại biến
<i>Độ tin cậy</i>	0.827	TC1	.597	.849
		TC2	.829	.620
		TC3	.645	.802
<i>Khả năng đáp ứng</i>	0.800	ĐU'1	.782	.671
		ĐU'2	.795	.669
		ĐU'3	.583	.765
		ĐU'4	.399	.884
<i>Năng lực phục vụ</i>	0.833	NL1	.473	.851
		NL2	.580	.813
		NL3	.681	.786
		NL4	.704	.779
		NL5	.769	.763
<i>Mong đợi về giá</i>	0.860	MG1	.811	.729
		MG2	.831	.714
		MG3	.580	.944
<i>Hình ảnh trực quan</i>	0.923	HA1	.867	.869
		HA2	.841	.891
		HA3	.822	.906
<i>Tính thuận tiện</i>	0.836	TT1	.401	.906
		TT2	.720	.770
		TT3	.865	.703
		TT4	.730	.763

(Nguồn: Tác giả tổng hợp kết quả phân tích dữ liệu từ SPSS26)

Với kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha tổng biến của 6 nhóm trên **giao động** từ 0,8 đến 0,923, lớn hơn 0,6; đồng thời hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát lớn hơn 0,3. Tất cả các biến quan sát đều đảm bảo yêu cầu về sự tương quan chặt chẽ với nhau, đảm bảo độ tin cậy của thang đo.

Tác giả tiếp tục phân tích nhân tố khám phá EFA với 6 thang đo trên. Theo Hair & các cộng sự (1998, 111), điều kiện để phân tích nhân tố khám phá là phải thỏa mãn các yêu cầu: (1) Hệ số KMO

(Kaiser-Meyer-Olkin) đạt giá trị từ 0.5 đến 1; (2) Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05); (3) Tổng phương sai trích (Total variance Explain) > 50%, Eigenvalue (đại diện phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) > 1; (4) Hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0,5 (với cỡ mẫu từ 120 trở lên).

Lần kiểm định đầu tiên, biến ĐƯ4 không đảm bảo có hệ số tải nhân tố > 0,5 cho thấy biến có tương quan kém nên biến ĐƯ4 bị loại. Tiếp tục thực hiện kiểm định EFA sau khi loại biến này và cho kết quả như sau:

Bảng 3. Kiểm định KMO và Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.792
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6839.519
	df	210
	Sig.	.000

(Nguồn: Tác giả tổng hợp kết quả phân tích dữ liệu từ SPSS26)

Tổng phương sai trích: 80,482%

Bảng 4. Ma trận xoay các nhân tố

Rotated Component Matrix^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
TC2	.906				
ĐƯ2	.902				
ĐƯ1	.862				
TC3	.852				
ĐƯ3	.773				
TC1	.673				

NL5		.837			
NL3		.830			
NL4		.819			
NL2		.636			
NL1		.632			
HA2			.911		
HA1			.876		
HA3			.868		
TT3				.899	
TT2				.871	
TT4				.819	
TT1				.609	
MG1					.880
MG2					.880
MG3					.808

(Nguồn: Tác giả tổng hợp kết quả phân tích dữ liệu từ SPSS26)

Kết quả phân tích nhân tố từ 6 thang đo ban đầu với 22 biến quan sát, sau kiểm định EFA đã sắp xếp lại tạo thành 5 thang đo gồm 21 biến, một số biến của các thang đo ban đầu được sắp xếp lại vào các thang đo phù hợp. Tác giả tiếp tục sử dụng thang đo này để phân tích hồi quy.

Bảng 5. Mô hình điều chỉnh sau kiểm định Cronbach's Alpha và EFA

TT	Nhân tố	Thang đo	Tên biến
1	Khả năng đáp ứng và sự tin cậy	ĐTC	ĐƯ'1, ĐƯ'2, ĐƯ'3, TC1, TC2, TC3
2	Năng lực phục vụ	NL	NL1, NL2, NL3, NL4, NL5
3	Hình ảnh trực quan	HA	HA1, HA2, HA3
4	Tính thuận tiện	TT	TT2, TT3, TT4
5	Mong đợi về giá	MG	MG1, MG2, MG3

4.3. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy được tiến hành nhằm đánh giá ảnh hưởng của các nhân tố *Khả năng đáp ứng và độ tin cậy, Năng lực phục vụ, Hình ảnh trực quan, Tính thuận tiện, Mong đợi về giá* tới sự biến động của nhân tố *Sự hài lòng với chất lượng dịch vụ ví điện tử*.

$$- \text{SHL} = \beta_1 \text{ĐTC} + \beta_2 \text{NL} + \beta_3 \text{HA} + \beta_4 \text{TT} + \beta_5 \text{MG} + \varepsilon$$

Trong đó: Biến độc lập: ĐTC - Khả năng đáp ứng và sự tin cậy; NL - Năng lực phục vụ; HA - Hình ảnh trực quan; TT - Tính thuận tiện; MG - Mong đợi về giá.

Biến phụ thuộc: SHL - Sự hài lòng với chất lượng dịch vụ ví điện tử.

- Kết quả phân tích hồi quy được thể hiện như sau:

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.722 ^a	.521	.515	.61500	.664
a. Predictors: (Constant), TT, MG, NL, ĐTC, HA					
b. Dependent Variable: SHL					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.885	5	32.777	86.659	.000 ^b
	Residual	150.913	399	.378		
	Total	314.797	404			
a. Dependent Variable: SHL						
b. Predictors: (Constant), TT, MG, NL, ĐTC, HA						

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.019	.328		-6.154	.000		

	MG	.193	.051	.143	3.771	.000	.837	1.195
	ĐTC	1.042	.061	.660	16.969	.000	.794	1.259
	NL	.231	.063	.142	3.676	.000	.802	1.246
	HA	.111	.048	.092	2.322	.021	.773	1.293
	TT	.279	.050	.211	5.565	.000	.835	1.197

(Nguồn: Tác giả tổng hợp kết quả phân tích dữ liệu từ SPSS26)

- Đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy đa biến: Hệ số R bình phương hiệu chỉnh (Adjusted R Square) là 0,515, điều này cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính này phù hợp với tập dữ liệu của mẫu ở mức 51,5% > 50%. Kết quả này được đánh giá là tốt

- Kiểm định giả thuyết về độ phù hợp với tổng thể của mô hình, kiểm định F cho giá trị sig.=0.000 < 0.05 mô hình hồi quy tuyến tính xây dựng được là phù hợp với tổng thể.

- Sig. hệ số hồi quy của các biến độc lập giá trị Sig. đều < 0,05 chứng tỏ 5 biến độc lập đều tác động có ý nghĩa thống kê đến biến phụ thuộc. Nghĩa là 5 biến này đều được chấp nhận, không loại bỏ. Mặt khác, tất cả các biến độc lập đều có Beta > 0 nên 5 biến này có tương quan dương với sự hài lòng trong việc sử dụng ví điện tử. Hệ số phóng đại phương sai VIF có giá trị từ 1,195 đến 1,293 thỏa mãn VIF < 2 vậy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

Mô hình hồi quy thu được:

$$- SHL = 0,660 \text{ ĐTC} + 0,211 \text{ TT} + 0,143 \text{ MG} + 0,142 \text{ NL} + 0,092 \text{ HA} + \varepsilon$$

Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự mức độ tác động từ mạnh nhất tới yếu nhất của các biến độc lập tới biến phụ thuộc SHL là: ĐTC (0,660) > TT (0,211) > MG (0,143) > NL (0,142) > HA (0,092). Như vậy hai nhân tố Khả năng đáp ứng và sự tin cậy và Sự thuận tiện có

ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của người dùng đối với chất lượng dịch vụ ví điện tử; tiếp đến là nhân tố Mong đợi về giá và Năng lực phục vụ. Nhân tố Hình ảnh trực quan có ảnh hưởng yếu nhất đến sự hài lòng của người dùng đối với chất lượng dịch vụ ví điện tử.

4. KẾT LUẬN

Trong nghiên cứu này, tác giả đã xây dựng mô hình, hệ thống các thang đo đồng thời kiểm định sự tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá và mối quan hệ giữa các nhân tố với sự hài lòng của người dùng đối với chất lượng dịch vụ ví điện tử trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Kết quả đưa ra được 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng với chất lượng ví điện tử: Khả năng đáp ứng và sự tin cậy, Năng lực phục vụ, Mong đợi về giá, Hình ảnh trực quan, Tính thuận tiện. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, nghiên cứu cũng chỉ ra mức độ tác động của từng nhân tố đến chất lượng dịch vụ ví điện tử.

Bên cạnh những mặt tích cực, một số yếu tố của ví điện tử chưa hoàn toàn làm hài lòng khách hàng. Từ kết quả phân tích thống kê cho thấy các thang đo thể hiện mức độ đồng ý của khách hàng không cao ở các biến quan sát: TT3 - Liên kết với các sản thương mại điện tử; TT2 - Giúp khách hàng giảm đáng kể các giao dịch tiền mặt; TT4 - Nhiều nhà cung ứng chấp nhận

thanh toán bằng ví điện tử; TT1- Dễ dàng tiếp cận. Như vậy, ví điện tử còn gặp khó khăn khi tiếp cận khách hàng bởi chưa phổ biến trong giao dịch. Dịch vụ ví điện tử chưa hoàn toàn đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Đặc biệt là kỳ vọng giúp giảm giao dịch tiền mặt, dễ dàng tiếp cận, mức độ phổ biến chấp nhận thanh toán bằng ví điện tử của người bán hàng.

Tác giả đưa một số khuyến nghị đối với các nhà cung cấp ví điện tử như sau:

- Tăng cường các hoạt động marketing để giới thiệu ví điện tử đến nhiều thành phần khách hàng tại Hải Phòng, ở mọi độ tuổi và nghề nghiệp hay mức thu nhập; chú trọng vào các hoạt động hướng dẫn khách hàng mở tài khoản, giao dịch thanh toán qua các phương tiện điện tử.

- Chủ động liên kết với nhà mạng để thực hiện các giao dịch chuyển tiền từ tài khoản của khách hàng sang các ví điện tử của khách hàng tại các thuê bao khi những dự án của nhà mạng được pháp luật cho phép. Biến việc thanh toán qua các app ví điện tử trở thành thói quen của mỗi người dân sinh sống trên địa bàn Hải Phòng.

- Nghiên cứu điều chỉnh mức phí hợp lý cho những khách hàng có nhiều giao dịch trong một ngày, nhất là những giao dịch nhỏ. Các chương trình chiết khấu, tích điểm khi thanh toán cần đa dạng hơn nữa không chỉ dừng lại ở việc mua hàng trực tuyến qua các kênh phân phối bán hàng khi liên kết với nhà cung ứng dịch vụ ví điện tử.

- Tăng cường an ninh, bảo mật và an toàn thông tin khi thanh toán qua các dịch vụ bên ví điện tử cung cấp. Hơn nữa là đảm bảo các thông tin cá nhân của khách hàng khi sử

dụng ví điện tử, tránh các trường hợp bị đánh cắp thông tin, bị mất tiền qua các ví điện tử.

- Mở rộng phạm vi liên kết nhất là trong thị trường bán lẻ tại Hải Phòng. Không chỉ dừng lại ở việc liên kết với các siêu thị, trung tâm thương mại mua sắm mà phải liên kết với các đại lý vừa và nhỏ, các tạp hóa tiêu dùng của người dân.

Để có thể phát triển mạnh mẽ và hiệu quả dịch vụ ví điện tử trên địa bàn thành phố Hải Phòng cần có các chính sách quảng bá, nâng cao chất lượng dịch vụ từ đơn vị cung ứng, sự sẵn sàng tiếp cận của người dùng và các chính sách tiếp tục hỗ trợ phát triển của Nhà nước trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chính phủ (2011), *Quyết định số 1813/QĐ-TTg ngày 28/10/2021* về việc phê duyệt “Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2021 - 2025”.

2. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992), “Measuring service quality - a reexamination and extension”, *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.

3. Gronroos, C. (1984), “A service Quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*”, 18 (4), 36-44.

4. Grönroos, Christian (2000), “*Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach*”, Wiley, 2000. ISBN 0-471-72034-8.

5. Nguyễn Hà Khiêm (2018), “*Đánh giá chất lượng dịch vụ ví điện tử: So sánh chất lượng dịch vụ của ví điện tử Momo, Zalopay và Air pay*”, truy cập 6/6/2022, từ: http://thuvien.due.udn.vn:8080/dspace/bits/tream/TVDHKT/47617/3/NguyenHaKhie_m_K33.QTR.DN_TomTat.pdf

6. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019), *Thông tư số 23/2019/TT-NHNN*, sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/2014/TT-NHNN ngày 11/12/2014, Hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán.

7. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2022), *Danh sách các tổ chức không phải là ngân hàng được NHNN cấp giấy phép hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán đến 9/5/2022*, truy cập ngày 20/5/2022 từ:

[https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/tk/hdtt/ctccudvtt.jsessionid=Y1z3PBkn_8yTjZ7dS8jfoNnwOvwplNQIiEZjNASWeH4H4aPTBIaI!576055043!867078663?centerWidth=80%25&leftWidth=20%25&rightWidth=0%25&showFooter=false&showHeader=false&_adf.ctrl-](https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/tk/hdtt/ctccudvtt.jsessionid=Y1z3PBkn_8yTjZ7dS8jfoNnwOvwplNQIiEZjNASWeH4H4aPTBIaI!576055043!867078663?centerWidth=80%25&leftWidth=20%25&rightWidth=0%25&showFooter=false&showHeader=false&_adf.ctrl-state=105cx6fhqm_78&_afLoop=25028039081735311#%40%3F_afLoop%3D25028039081735311%26centerWidth%3D80%25%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3D17h3puku1q_4)

state=105cx6fhqm_78&_afLoop=25028039081735311#%40%3F_afLoop%3D25028039081735311%26centerWidth%3D80%25%26leftWidth%3D20%2525%26rightWidth%3D0%2525%26showFooter%3Dfalse%26showHeader%3Dfalse%26_adf.ctrl-state%3D17h3puku1q_4

8. Hồ Diễm Thuần (2012), “Đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng”; Báo cáo Hội nghị sinh viên nghiên cứu Khoa học, Đại học Đà Nẵng, 22.

9. Đỗ Quang Thắng (2018), “Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam chi nhánh Vũng Tàu”