

Hà nội, ngày            tháng    năm

## **ĐỀ CƯƠNG KHOA HỌC CÔNG NGHỆ**

1. **Tên đề tài:** Các nhân tố tác động đến ý định sử dụng mobile banking của khách hàng thẻ hệ Y tại Việt Nam

**Mã số:**

2. **Thuộc lĩnh vực:**

3. **Mục tiêu, nội dung và kết quả đề tài**

**a. Mục tiêu**

- Xác định những nhân tố quan trọng tác động đến ý định sử dụng mobile banking
- Đo lường tác động của các nhân tố đã được xác định đến ý định sử dụng mobile banking của khách hàng thẻ hệ Y tại Việt Nam
- Đề xuất một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy ý định sử dụng mobile banking tại Việt Nam

**b. Nội dung**

- Tổng quan nghiên cứu về ý định sử dụng mobile banking và các nhân tố tác động; và đề xuất mô hình nghiên cứu
- Nghiên cứu thực địa nhằm kiểm chứng mô hình nghiên cứu về các nhân tố tác động đến ý định sử dụng mobile banking của khách hàng thẻ hệ Y tại Việt Nam
- Một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy ý định sử dụng mobile banking của khách hàng thẻ hệ Y tại Việt Nam

**c. Kết quả**

- Xác định được các nhân tố tác động đến ý định sử dụng mobile banking và sự tác động của những nhân tố này lên ý định sử dụng mobile banking
- Đưa ra được một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy lòng tin và ý định sử dụng mobile banking của khách hàng thẻ hệ Y tại Việt Nam

4. **Kinh phí dự trù:**

5. **Cấp quản lý đề tài:**

6. **Đơn vị chủ trì đề tài:**

7. **Cơ quan phối hợp:**

## 8. Chủ trì đề tài:

## 9. Những người tham gia thực hiện:

## 10. Sơ lược tình hình nghiên cứu, điều tra trong và ngoài nước

### *a. Sơ lược tình hình*

#### **+ Trong nước**

Hiện nay, sự phát triển mạnh mẽ của lĩnh vực viễn thông và công nghệ thông tin, sự tăng trưởng của các thuê bao Internet, điện thoại di động tại Việt Nam như hiện nay là điều kiện thuận lợi để các ứng dụng/dịch vụ trên nền các thiết bị di động, trong đó mobile banking phát triển. Theo thông tin từ Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin của Bộ Công thương (<http://www.vecita.gov.vn>), hiện có hơn 40% trong tổng 92 triệu dân của Việt Nam sử dụng Internet, và 58% trong số này đã từng tham gia mua hàng trực tuyến. Số liệu cũng cho thấy, hiện ở Việt Nam, trong số hơn 120 triệu thuê bao di động có gần hai phần ba khách hàng sử dụng smartphone để mua hàng trực tuyến. Tuy nhiên, trên thực tế, sự phát triển của các ứng dụng/dịch vụ trên các thiết bị di động ở Việt Nam đã có bước nở rộ, nhưng nhiều thống kê gần đây cho thấy sự phát triển này là chưa tương xứng với tiềm năng của nó. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến thực tế trên. Song, nhiều nghiên cứu trên thế giới đã chứng minh lòng tin là một trong những nguyên nhân chính ảnh hưởng đến ý định và sự sử dụng dịch vụ trên các thiết bị di động, trong đó có mobile banking.

Ở Việt Nam, thời gian gần đây cũng đã có một số nghiên cứu đã thực hiện về lĩnh vực này, song chủ yếu đề cập đến hành vi người tiêu dùng Việt Nam đối với e-banking. Ví dụ, Nguyễn Duy Thanh và Cao Hào Thi (2011), dựa trên một nghiên cứu thực địa trên phạm vi cả nước, đã nghiên cứu và đề xuất mô hình chấp nhận và sử dụng ngân hàng điện tử ở Việt Nam. Theo đó, nhận thức kiểm soát hành vi được xe có tác động tích cực nhất đến sự chấp nhận e-banking, các yếu tố khác cũng có tác động đến việc chấp nhận e-banking của người tiêu dùng Việt Nam là hình ảnh ngân hàng, hiệu quả mong đợi, khả năng tương thích, nhận thức dễ dàng sử dụng, yếu tố pháp luật; chuẩn chủ quan... Bên cạnh đó, Trần Thị Bích Ngọc và Nguyễn Thị Ngọc Hương (2013) cũng nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ Internet Banking của khách hàng cá nhân tại Thành phố Huế. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 nhân tố tác động đến ý định sử dụng dịch vụ Internet Banking, trong đó tác động của nhân tố thái độ là quan trọng nhất...

Dù đã có một số các nghiên cứu về lĩnh vực ngân hàng điện tử trong nước, tuy nhiên, những nghiên cứu về hành vi khách hàng Việt Nam đối với mobile banking nói chung, đặc biệt là ý định sử dụng dịch vụ này của khách hàng Việt Nam còn vắng bóng.

#### **+ Ngoài nước**

Những nghiên cứu về mobile banking ở Việt Nam còn hạn chế, tuy nhiên thời gian gần đây trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu về lĩnh vực này. Các nghiên cứu xoay quanh việc làm rõ đặc trưng của dịch vụ, các yếu tố tác động đến ý định sử dụng, sự chấp nhận sử dụng dịch vụ này... Những nghiên cứu đã giúp cho các nhà nghiên cứu, các nhà quản trị và các bên liên quan đến dịch vụ ngân hàng trên điện thoại di động hình dung nên một viễn cảnh phát triển dịch vụ đó.

Một số nghiên cứu được tiến hành đã chỉ ra rằng việc chấp nhận sử dụng mobile banking của những người sở hữu thiết bị di động bị ảnh hưởng bởi sự hữu ích được nhận thức (Akturan and Tezcan, 2012; Riquelme and Rios, 2010), thái độ tích cực (Puschel et al, 2010), sự nhận thức về việc dễ sử dụng (Akturan and Tezcan, 2012; Daud et al, 2011), cảm nhận về rủi ro (Daud et al, 2011; Riquelme and Rios, 2010), độ tin cậy và nhận thức về mobile banking (Daud et al, 2011)... Tuy nhiên, có thể thấy rằng các kết quả nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mobile banking dường như không đạt được sự đồng thuận cao, vì phụ thuộc vào ngữ cảnh và đối tượng nghiên cứu. Mặt khác, chưa có nhiều nghiên cứu về việc chấp nhận mobile banking trong bối cảnh người sử dụng ở nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam.

Đặc biệt, trong những nghiên cứu đã thực hiện, có một vài nghiên cứu quan tâm đến hành vi chấp nhận mobile banking của những người sử dụng trẻ tuổi (ví dụ, Akturan and Tezcan, 2012)- những khách hàng tiềm năng của các ứng dụng/dịch vụ trực tuyến trên điện thoại di động. Tuy nhiên, dường như các nghiên cứu đã thực hiện cũng chưa hướng nhiều tới việc nghiên cứu sự chấp nhận mobile banking của nhóm người tiêu dùng thế hệ Y- sinh ra trong khoảng cuối thập niên 70 đến cuối thập niên 80- được xem là nhóm khách hàng nhạy cảm với công nghệ (Herbison và Boseman, 2009) và được xem là quan trọng hơn những thế hệ khách hàng trước đó vì qui mô phân khúc thị trường và sức mạnh tiêu dùng vượt trội (Lazarevic, 2012). Trong bối cảnh đó, nghiên cứu về hành vi chấp nhận mobile banking của người tiêu dùng thế hệ Y là điều cần thiết và hấp dẫn.

#### ***b. Nhu cầu thực tế và khả năng áp dụng kết quả đề tài***

Với kết quả dự kiến đạt được, nghiên cứu này sẽ cung cấp những thông tin tham khảo quan trọng đối với doanh nghiệp tham gia hoặc hưởng lợi từ sự phát triển của dịch vụ ngân hàng nói riêng và dịch vụ/ứng dụng trực tuyến trên các thiết bị di động nói chung trong việc tìm con đường thúc đẩy sự chấp nhận sử dụng mobile banking. Đặc biệt hơn, nghiên cứu này sẽ cung cấp những thông tin hữu ích giúp cung cấp thêm thông tin, kiến thức về kinh doanh trực tuyến cho các cán bộ nghiên cứu cán bộ nghiên cứu và giảng viên marketing của Viện. Ngoài ra, nghiên cứu cũng góp phần khẳng định vị thế của Viện Kinh tế Bưu điện nói riêng và Học viện nói chung trong lĩnh vực nghiên cứu về kinh tế ICT.

#### **11. Sản phẩm giao nộp của đề tài**

- Báo cáo kết quả đề tài

- Bài báo gửi đăng Hội thảo khoa học quốc tế hoặc Tạp chí khoa học chuyên ngành

**a. Kết quả sản phẩm**

<b>TT</b>	<b>Tên sản phẩm</b>	<b>Đơn vị</b>	<b>Số lượng</b>	<b>Chú thích</b>
1	Báo cáo khoa học đề tài	Quyển	07	
2	Bài báo khoa học được đăng trên Tạp chí khoa học chuyên ngành (có tính điểm PGS)	Bài	01	12/2016

**b. Yêu cầu khoa học, kinh tế xã hội đối với sản phẩm**

<b>TT</b>	<b>Tên sản phẩm</b>	<b>Yêu cầu cụ thể cần đạt</b>	<b>Chú thích</b>
1	Báo cáo khoa học đề tài	Khoa học, logic	
2	Bài báo khoa học được đăng trên Tạp chí khoa học chuyên ngành (có tính điểm PGS)	Bài viết được đăng	

**12. Tiến độ thực hiện các nội dung và dự kiến kinh phí**

**a. Tiến độ thực hiện, nhu cầu kinh phí từng giai đoạn**

<b>ST T</b>	<b>Nội dung thực hiện</b>	<b>Thời gian hoàn thành</b>	<b>Kết quả dự kiến</b>	<b>Dự kiến kinh phí (nghìn đồng)</b>
1	Xây dựng và duyệt đề cương nghiên cứu	T3-6/2016	Đề cương NCKH được duyệt	1.000
2	Nghiên cứu vấn đề lý thuyết về ý định sử dụng dịch vụ và các nhân tố tác động	T4 -5/2016	Xây dựng được khung lý thuyết phục vụ nghiên cứu	3.000
3	Xây dựng mô hình và các giả thuyết nghiên cứu về các nhân tố tác động đến ý định sử dụng mobile banking	T6/2016	Đề xuất được mô hình nghiên cứu về các nhân tố tác động đến ý định sử dụng mobile banking	2.000
4	Thu thập và phân tích dữ liệu để kiểm chứng mô hình về các nhân tố tác động đến ý định sử dụng mobile banking của nhóm khách hàng thế hệ Y tại Việt Nam	Tháng 7,8/2016	Dữ liệu được thu thập đảm bảo tính khoa học về phương pháp, độ tin cậy, phục vụ cho việc kiểm chứng mô hình nghiên cứu	3.000

5	Đề xuất một số khuyến nghị nhằm thúc đẩy ý định sử dụng mobile banking của nhóm khách hàng thế hệ Y tại Việt Nam	Tháng 9/2016	Các kiến nghị được đề xuất logic, phù hợp, dựa trên kết quả nghiên cứu thu được	1.500
6	Xây dựng dự thảo báo cáo đề tài phục vụ Hội thảo khoa học	Tháng 10/2016	Dự thảo báo cáo kết quả nghiên cứu đảm bảo khoa học và phản ánh tốt vấn đề, nội dung, qui trình nghiên cứu	
7	Hội thảo khoa học	11/2015	Tổng hợp ý kiến ch/gia	1.000
8	Viết báo cáo kết quả nghiên cứu	11/2015	Báo cáo kết quả đề tài được hoàn thiện	2.000
9	Nghiệm thu đề tài	11/2015	Hội đồng thông qua	1.500

**Tổng cộng: 15.000.000 đồng (Mười lăm triệu đồng chẵn)**

**b. Dự toán kinh phí theo các khoản chi**

<b><i>TT</i></b>	<b><i>Nội dung các khoản chi</i></b>	<b><i>Thành tiền</i></b> (nghìn đồng)
1	Xây dựng và duyệt đề cương nghiên cứu	1.000
2	Nghiên cứu lý thuyết	3.000
3	Thuê khoán chuyên môn và thù lao	6.500
4	Điều tra, khảo sát thực tế	
5	Nguyên vật liệu, năng lượng	
6	Thiết bị, máy móc chuyên dùng	
7	Hội thảo khoa học	1.000
8	Viết báo cáo kết quả nghiên cứu	2.000
9	Triển khai, áp dụng ở các đơn vị thành viên của Học viện	
10	Nghiệm thu	1.500
11	Quản lý hành chính	
12	Chi phí khác	

**Tổng cộng: 15.000.000 (mười lăm triệu đồng)**

**CHỦ TRÌ ĐỀ TÀI**

**ĐƠN VỊ CHỦ TRÌ ĐỀ TÀI**

