

Các yếu tố tác động đến việc sử dụng dịch vụ fintech: Bài học cho ngành ngân hàng Việt Nam

Nguyễn Đức Trung⁽¹⁾ • Hồ Thị Ngọc Tuyền⁽²⁾

Ngày nhận bài: 14/5/2021 | Biên tập xong: 02/6/2021 | Duyệt đăng: 10/6/2021

TÓM TẮT: Trong những năm gần đây, lĩnh vực công nghệ tài chính (fintech) đã đánh dấu nhiều sự phát triển nổi bật với đa dạng hệ sinh thái như ví điện tử, tài chính cá nhân, cho vay ngang hàng, công nghệ bảo hiểm, ngân hàng số, điểm tín dụng, gọi vốn cộng đồng,... Chính sự đa dạng này đã tạo ra nhiều dịch vụ đem lại nhiều lựa chọn cho khách hàng. Mục tiêu của nghiên cứu nhằm phân tích các yếu tố tác động đến việc sử dụng dịch vụ tại các công ty fintech, từ đó rút ra một số bài học cho ngành ngân hàng. Bằng việc sử dụng phương pháp hồi quy đa biến với phần mềm xử lý SPSS 20 và mẫu nghiên cứu được thu thập từ 250 học viên đang theo học tại Khoa Sau đại học và sinh viên chất lượng cao tại Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh (BUH), kết quả nghiên cứu cho thấy có ba yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng (SHL) của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của fintech được xếp theo thứ tự tác động giảm dần như sau: khuyến mãi (KM), nhiều công ty cung cấp dịch vụ thanh toán (CC) và dễ sử dụng (SD); kết quả này cho thấy, các fintech đang cung cấp sản phẩm với trải nghiệm của khách hàng tốt hơn các ngân hàng. Do đó, các ngân hàng nên hợp tác với các fintech để đôi bên cùng có lợi, đang là hướng kinh doanh tốt trong điều kiện hiện nay.

TỪ KHÓA: Fintech, sự hài lòng, sự sẵn lòng giới thiệu sản phẩm, ngân hàng.

Mã phân loại JEL: C38, D12, G18.

1. Giới thiệu

Hiện nay, với sự phát triển của hệ thống thông tin hiện đại và cuộc cách mạng công nghiệp số đã làm thay đổi phương thức kinh doanh của các loại hình doanh nghiệp, trong đó có ngành ngân hàng với sự ra đời của hàng loạt các sản phẩm và dịch vụ, cũng như các kênh phân phối mới dựa trên nền tảng công nghệ tài chính. Các fintech đã và đang thúc đẩy việc đổi mới sáng tạo trong các lĩnh vực thanh

toán, quản lý tài sản, cho vay, huy động vốn, thị trường vốn và bảo hiểm bằng cách giảm chi phí vận hành, hướng tới nhiều thị trường ngách (niche) và dịch vụ được cá nhân hóa nhiều hơn so với các công ty tài chính truyền

⁽¹⁾ Nguyễn Đức Trung - Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM; 36 Tôn Thất Đạm, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; **Email:** trungnd@buh.edu.vn.