

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI SỬ DỤNG THẺ TÍN DỤNG CỦA SINH VIÊN ĐẠI HỌC KHU VỰC THÀNH PHỐ HÀ NỘI

TS. Nguyễn Bảo Ngọc*

Nếu thế hệ người tiêu dùng trước đây khá hạn chế khi sử dụng thẻ tín dụng và chú trọng tiết kiệm bằng cách giảm chi tiêu thì thẻ tín dụng lại là phương thức thanh toán yêu thích đáp ứng đa dạng nhu cầu từ tiêu dùng, tiết kiệm, đầu tư và thể hiện tư duy dùng tiền thông minh của giới trẻ hiện nay. Bài nghiên cứu trên cơ sở kế thừa các lý luận và thực tiễn từ các công trình nghiên cứu, tác giả tổng hợp và đề xuất mô hình nghiên cứu gồm tổng 24 biến quan sát, trong đó có 21 biến độc lập xoay quanh 5 giả thuyết từ H1 đến H5 và 3 biến phụ thuộc về hành vi sử dụng thẻ tín dụng. Tác giả áp dụng phương pháp khảo sát 160 sinh viên năm thứ 3 và năm thứ 4 tập trung chủ yếu vào bốn trường Đại học thuộc khối kinh tế tại thành phố Hà Nội có sử dụng thẻ tín dụng bằng bảng hỏi. Quá trình biên tập chỉ tiết đã loại bỏ các bảng trả lời không đạt yêu cầu và thu được 126 bảng trả lời đạt yêu cầu được đưa vào phân tích qua ứng dụng phần mềm SPSS 20.0. Kết quả nghiên cứu chỉ rõ mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên đại học khu vực thành phố Hà Nội từ đó đề xuất một số hàm ý giải pháp cho các ngân hàng thương mại nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng thẻ tín dụng với đối tượng là sinh viên trong thời gian tới.

• Từ khóa: hành vi sử dụng, thẻ tín dụng, sinh viên đại học khu vực thành phố Hà Nội.

If the previous generation of consumers were quite limited in using credit cards and focused on saving by cutting spending, credit cards are a favorite payment method that meets a variety of needs from consumption, saving, and investing and demonstrates the smart money-using mindset of today's youth. The research article is based on inheriting theories and practices from research works. The author synthesizes and proposes a research model consisting of a total of 24 observed variables, including 21 independent variables revolving around 5 hypotheses from H1 to H5 and 3 dependent variables on credit card usage behavior. The author applies a survey method to 160 third- and fourth-year students, focusing mainly on four economic universities in Hanoi that use credit cards using a questionnaire. The detailed editing process eliminated the unqualified questionnaires and obtained 126 qualified questionnaires, which were analyzed using SPSS 20.0 software. The research results clearly show the level of influence of factors on the credit card usage behavior of university students in Hanoi City, thereby proposing some solutions for commercial banks to improve the efficiency of credit card usage for students in the coming time.

• Key words: usage behavior, credit card, university students in Hanoi city area.

JEL codes: M39

Ngày gửi bài: 03/12/2024

Ngày gửi phản biện: 05/12/2024

Ngày nhận kết quả và sửa phản biện: 30/01/2025

Ngày chấp nhận đăng: 04/02/2025

DOI: <https://doi.org/10.71374/jfarv.v25.i286.07>

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, thế giới đang từng ngày hiện đại hóa, phát triển công nghệ ở mọi phương diện cuộc sống đặc biệt là các hoạt động thương mại, thanh toán. Và tại Việt Nam, thanh toán không dùng tiền mặt là công cụ thanh toán rất được ưu chuộng và dùng phổ biến rộng rãi trong cuộc sống hằng ngày. Một khảo sát các dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam cho thấy 89% người trẻ sở hữu các thẻ tín dụng so với 40% những người trên 30 tuổi. Các loại hình dịch vụ ngân hàng từ xa, điển hình là E-Banking (kiểm tra tài khoản, chuyển khoản, gửi tiết kiệm trực tuyến), hay mua hàng trên mạng với thẻ tín dụng hoặc bằng PayPal, thì có đến hơn 75% khách hàng dưới 35 tuổi. Thẻ tín dụng là sản phẩm trọng yếu của dịch vụ tại các ngân hàng, được rất nhiều người yêu thích và sử dụng, trong đó có cả các đối tượng là những sinh viên đại học. Đi học đại học, các bạn trẻ bắt đầu hành trình trưởng thành và sống tự lập khỏi vòng tay cha mẹ. Lúc này, đa phần sinh viên mới bắt đầu tìm hiểu những khái niệm mới mẻ về quản

* Trường Đại học Thương mại; email: ngocnb@tmu.edu.vn

lý tài chính, trong đó có thẻ tín dụng. Các ngân hàng phát hành các thẻ tín dụng sẽ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ trong hạn mức cho phép đã thỏa thuận với tổ chức phát hành thẻ cho phép khách hàng mua hàng trực tuyến, thanh toán hàng hóa và dịch vụ và trả lại sau một thời gian quy định theo hợp đồng sử dụng. Vì thế đã có rất nhiều sinh viên đăng ký làm thẻ tín dụng cá nhân. Việc sinh viên sở hữu một chiếc thẻ tín dụng có thể là giải pháp tài chính vô cùng hữu hiệu để chi trả học phí, cân bằng cuộc sống. Vì vậy, nghiên cứu “*Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên đại học khu vực thành phố Hà Nội*” có ý nghĩa khoa học và thực tiễn cao.

2 Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu đề xuất

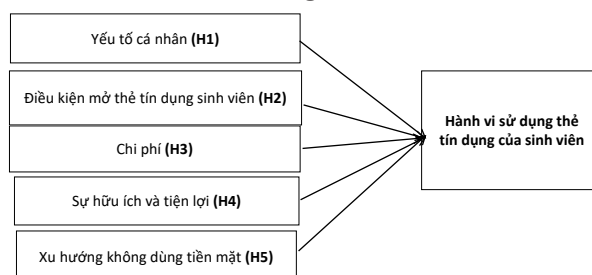
2.1. Khái quát về thẻ tín dụng sinh viên

Hiện nay, đã có một số ngân hàng thương mại triển khai phát hành thẻ tín dụng cho đối tượng sinh viên của các trường đại học từ năm thứ 3, điển hình là HDBank, ACB, VPBank, TPBank... Tuy nhiên, thẻ tín dụng dành cho sinh viên thường có giới hạn về hạn mức tín dụng giao động từ 3 đến 6 triệu đồng cho một tháng và thời gian miễn lãi đến 45 ngày. Cá biệt có ngân hàng áp dụng mức tín dụng lên đến 10 triệu đồng cho một tháng với thời gian miễn lãi là 45 ngày như thẻ tín dụng HDBank Best Friend Forever của ngân hàng HDBank hay như thẻ tín dụng quốc tế MB Modern Youth của MBBank hỗ trợ sinh viên thanh toán học phí và mua sắm thiết bị cho học tập... có hạn mức giao dịch lên tới 15 triệu đồng. Sinh viên có thể lựa chọn sử dụng thẻ tín dụng theo hai hình thức sau: Sinh viên được sử dụng thẻ phụ theo thẻ chính từ những người thân trong gia đình như bố mẹ hoặc sinh viên sử dụng thẻ tín dụng đứng tên mình nếu đáp ứng được yêu cầu điều kiện mở thẻ tín dụng dành cho sinh viên của ngân hàng. Điều kiện mở thẻ tín dụng sinh viên được áp dụng ở các ngân hàng thương mại không khác biệt nhiều, tập trung vào những yêu cầu cơ bản là: Áp dụng cho sinh viên đại học từ năm ba; Sinh viên có thu nhập; Yêu cầu về điểm học tập. Ngoài ra cũng có ngân hàng giới hạn thẻ tín dụng cho sinh viên từ năm ba ở một số trường ít trường đại học. Về chi tiết của điều kiện và thủ tục mở thẻ tín dụng cho đối tượng sinh viên đại học đã được các ngân hàng thương mại công bố trên các website của ngân hàng.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Mô hình nghiên cứu đề xuất các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên dựa trên các nhận định về yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng trong các nghiên cứu trước đó: Yếu tố cá nhân: Davis và cộng sự (1989), Ajzen (1991), Taylor và Todd (1995), Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali (2015), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Phạm Thị Phương Thảo (2019), Arpita Khare (2011), Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012), Khare và cộng sự (2012), Kalisa Alfred và cộng sự (2016), Vương Duc Hoang Quan, Trinh Hoang Nam (2017), Md. Nur Alam Siddik; Sajal Kabiraj (2018); Điều kiện mở thẻ tín dụng: Suhana Mohamed và cộng sự (2016), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018); Chi phí: Shi Yu (2009), Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali (2015), Kalisa Alfred và cộng sự (2016), Ngô Thị Tuyết Mai (2016), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Nguyễn Thị Thu Thanh (2019), Phạm Thị Phương Thảo (2019); Sự hữu ích: Vương Duc Hoang Quan, Trinh Hoang Nam (2017), Nguyễn Thị Thu Thanh (2019); Sự tiện lợi: Arpita Khare (2011), Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012), Ngô Thị Tuyết Mai (2016), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018), Nguyễn Thị Thu Thanh (2018), Phạm Thị Phương Thảo (2019); Xu hướng tiêu dùng không tiền mặt: Lê Thế Giới và Lê Văn Huy (2006), Đặng Lâm Quỳnh Như (2018). Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu bao gồm 5 nhóm giả thuyết yếu tố tác động tới hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên đại học (Hình 1).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu áp dụng phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi sử dụng thang đo Likert 5 mức độ từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý) cho tổng 24 biến quan sát, trong đó có 21 biến độc lập xoay quanh 5 giả thuyết từ H1 đến H5 và 3 biến phụ thuộc về hành vi sử dụng thẻ tín dụng.

Đối tượng mẫu nghiên cứu là sinh viên đại học đang học năm thứ 3 và năm thứ 4 có sử dụng thẻ tín dụng ngân hàng. Áp dụng phương pháp lấy mẫu phi ngẫu nhiên thuận tiện để khảo sát 160 sinh viên tập trung chủ yếu vào bốn trường đại học thuộc khối kinh tế tại thành phố Hà Nội có đào tạo chuyên ngành về tài chính ngân hàng là: Trường Đại học Thương mại, trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Học viện Tài chính, Học viện Ngân hàng và một trường công nghệ là Đại học FPT. Các bảng hỏi được gửi trực tiếp và kết hợp gửi online đến đối tượng mẫu trong khoảng thời gian là 3 tuần của tháng 10 năm 2024. Quá trình biên tập chi tiết đã loại bỏ các bảng trả lời không đạt yêu cầu và thu được 126 bảng trả lời đạt yêu cầu được đưa vào phân tích qua ứng dụng phần mềm SPSS 20.0.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả kiểm định độ tin cậy các thang đo của “Yếu tố cá nhân” cho thấy các thang đo tương quan biến tổng > 0.6. Tuy nhiên biến quan sát “sử dụng thẻ tín dụng như bạn bè mã CN4” có Cronbach’s Alpha tổng nếu loại biến là 0.929 lớn hơn Cronbach’s Alpha tổng 0.916, do đó biến quan sát này sẽ được loại khỏi mô hình nghiên cứu. (Chi tiết ở bảng1).

Bảng 1: Tổng hợp kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo (Cronbach’s Alpha) các yếu tố cá nhân

Thông kê độ tin cậy các thang đo		Giá trị trung bình của thang đo nếu loại biến	Phương sai tỷ lệ nếu loại biến	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha tổng nếu loại biến					
Cronbach's Alpha	Số lượng biến									
.916	5					CN1	11.80	12.736	.778	.899
						CN2	11.73	12.503	.832	.889
						CN3	11.73	12.487	.835	.888
						CN4	11.15	12.401	.670	.926
		CN5	11.71	12.478	.842	.887				

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả qua sử dụng SPSS 20.0

Sau khi loại biến quan sát CN4, thực hiện lại kiểm định độ tin cậy các thang đo “Yếu tố cá nhân” và kiểm định độ tin cậy các thang đo của các biến còn lại cho kết quả là: các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng > 0.6 nên 23 biến còn lại sẽ tiếp tục được đưa vào mô hình nghiên cứu (Bảng 2).

Bảng 2: Tổng hợp kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo (Cronbach’s Alpha)

STT	Tên biến quan sát (Item)	Mã hóa biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach’s Alpha tổng nếu loại biến
Cronbach’s Alpha Yếu tố cá nhân: 0.926				
1	Văn hóa và giáo dục gia đình ảnh hưởng đến sử dụng thẻ tín dụng	CN1	0.786	0.918

STT	Tên biến quan sát (Item)	Mã hóa biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach’s Alpha tổng nếu loại biến
2	Sử dụng thẻ tín dụng được xem là biểu hiện cho sự tự chủ tài chính	CN2	0.847	0.897
3	Thu nhập cá nhân ảnh hưởng đến sử dụng thẻ tín dụng	CN3	0.851	0.896
4	Sử dụng thẻ tín dụng như bạn bè	CN4	Bị loại khỏi nghiên cứu	
5	Sinh viên có kiến thức tốt về tài chính	CN5	0.826	0.904
Cronbach’s Alpha Điều kiện đăng ký mở thẻ: 0.939				
1	Quy trình liên quan đến mở thẻ tín dụng được hướng dẫn chi tiết	DKMT1	0.822	0.927
2	Điều kiện và thủ tục để mở thẻ tín dụng đối với sinh viên là đơn giản	DKMT2	0.864	0.919
3	Thời gian phát hành thẻ nhanh	DKMT3	0.831	0.925
4	Ngân hàng có chính sách bảo mật và bảo vệ tốt thông tin khách hàng sử dụng thẻ tín dụng	DKMT4	0.819	0.828
5	Ngân hàng linh hoạt và áp dụng tăng hạng tín dụng mức theo nhu cầu của khách hàng	DKMT5	0.842	0.923
Cronbach’s Alpha Chi phí khi sử dụng thẻ tín dụng: 0.908				
1	Mức phí quản lý thẻ tín dụng hàng năm là hợp lý	CF1	0.797	0.880
2	Phí rút tiền mặt từ thẻ tín dụng là hợp lý	CF2	0.818	0.871
3	Chi phí lãi suất trong thanh toán của thẻ tín dụng là hợp lý	CF3	0.782	0.884
4	Các mức phí liên quan đến thẻ tín dụng được thông tin rõ ràng	CF4	0.774	0.888
Cronbach’s Alpha Sự hữu ích và tính tiện lợi :0.950				
1	Có nhiều chương trình ưu đãi và khuyến mại khi thanh toán mua hàng qua thẻ tín dụng	TL1	0.884	0.934
2	Ngân hàng có chương trình liên kết với các doanh nghiệp khác để có giá trị gia tăng khác đối với chủ thẻ tín dụng	TL2	0.888	0.933
3	Dễ dàng trong kiểm tra và quản lý tài khoản - thẻ tín dụng	TL3	0.850	0.945
4	Phản hồi nhanh chóng của ngân hàng đối với những vấn đề phát sinh về thẻ tín dụng	TL4	0.901	0.928
Cronbach’s Alpha Xu hướng không dùng tiền mặt :0.949				
1	Các ngân hàng thương mại tăng cường truyền thông về xu hướng không dùng tiền mặt	KTM1	0.881	0.935
2	Các ngân hàng tăng cường thông tin giáo dục kiến thức về thẻ tín dụng	KTM2	0.928	0.898
3	Tỉ lệ gia tăng các cửa hàng, dịch vụ và các nền tảng thanh toán trực tuyến chấp nhận thẻ tín dụng	KTM3	0.875	0.940
Cronbach’s Alpha Hành vi sử dụng thẻ tín dụng: 0.919				
1	Tôi hài lòng khi sử dụng thẻ tín dụng ngân hàng	HV1	0.840	0.879
2	Tôi tiếp tục sử dụng thẻ tín dụng ngân hàng hiện có	HV2	0.873	0.851
3	Tôi sẽ tiếp tục sử dụng thẻ tín dụng sau khi tốt nghiệp đại học	HV3	0.794	0.916
TỔNG : 24 biến quan sát				

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả qua sử dụng SPSS 20.0

4.2. Phân tích EFA

Thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để đưa những biến liên quan về chung một nhóm. Tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0.3 và hệ số KMO có giá trị là 0.908 có giá trị nhỏ hơn 1.00 Kết quả ma trận xoay của thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên đại học cho thấy nhóm nhân tố DKMT và CP được gộp lại và mô hình nghiên cứu được

viết lại có 4 nhóm bao gồm: Nhóm 1 là : Yếu tố cá nhân (CN) gồm có 4 biến quan sát (CN1, CN2, CN3, CN5); Nhóm 2 được viết lại và đặt tên là: Điều kiện sử dụng thẻ tín dụng (DKSDTTD) gồm gồm 9 biến quan sát (DKMT1, DKMT2, DKMT3, DKMT4, DKMT5, CF1, CF2, CF3, CF4); Nhóm 3 là: Sự hữu ích và tính tiện lợi của thẻ tín dụng (TL) gồm 4 biến quan sát (TL1, TL2, TL3, TL4); Nhóm 4 là: Xu hướng không dùng tiền mặt (KTM) gồm 3 biến quan sát (KTM1, KTM2, KTM3).

Bảng 3: Kết quả EFA của thang đo yếu tố ảnh hưởng đến sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên

Rotated Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
DKMT2	.832			
DKMT3	.801			
DKMT5	.767			
DKMT4	.765			
DKMT1	.736			
CP2	.721			
CP3	.701			
CP4	.681			
CP1	.669			
TL4		.857		
TL3		.841		
TL2		.826		
TL1		.815		
CN3			.896	
CN2			.879	
CN1			.849	
CN5			.846	
KTM2				.852
KTM3				.846
KTM1				.793

Component Plot in Rotated Space

Source: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả qua sử dụng SPSS 20.0

4.3 Phân tích hồi quy

Thực hiện phân tích tương quan nhằm xác định mối quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc và biến độc lập và kết quả cho thấy nhân tố điều kiện sử dụng thẻ tín dụng có hệ số tương quan là 0.770 ở mức tương quan mạnh còn ba nhân tố còn lại là yếu tố con người, tính hữu ích và tiện lợi, xu hướng không dùng tiền mặt đều ở mức tương quan trung bình mạnh với biến phụ thuộc là hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên và sig = 0.000 thấp hơn mức 0.05, vì vậy nên các nhân tố này được giữ lại và tiếp tục đưa vào phân tích hồi quy. (chi tiết tại bảng 4).

Bảng 4.: Hệ số tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc

		Yếu tố con người	Điều kiện sử dụng thẻ tín dụng	Tính hữu ích và tiện lợi	Xu hướng không dùng tiền mặt
Hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên (HVKH)	Hệ số tương quan Pearson	0.549	0.770	0.555	0.557
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	126	126	126	126

Source: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả qua sử dụng SPSS 20.0

Kết quả phân tích hồi quy cho hệ số R² hiệu chỉnh (bảng Model Summary) là 0,634 cho thấy

độ thích hợp của mô hình là 63,4% hay nói cách khác là mô hình hồi quy giải thích được 63,4%, còn lại sẽ được giải thích bằng các nhân tố khác ngoài mô hình. Giá trị Durbin-Watson (DW) đánh giá hiện tượng tương quan chuỗi bậc nhất là 1.644 trong khoảng 1.5 đến 2.5 nên kết quả không vi phạm giả định tự tương quan chuỗi bậc nhất (Yahua Qiao 2011).

Bảng 5 Bảng kết quả phân tích hồi quy

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.645	.634	.64491

a. Predictors: (Constant), KTM, CN, TL, DKSDT

b. Dependent Variable: HV

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.164	.248		-.662	.509		
	CN	.265	.070	.234	3.784	.000	.766	1.306
	DKSDT	.619	.091	.568	6.794	.000	.419	2.388
	TL	.098	.071	.099	1.371	.173	.562	1.780
	KTM	.042	.072	.043	.585	.560	.539	1.855

a. Dependent Variable: HV

Source: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả qua sử dụng SPSS 20.0

Kết quả kiểm định ANOVA cho giá trị sig = 0,000 < 0.01 có thể kết luận các biến các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc với mức độ tin cậy 99%. Kết quả phân tích trong bảng hồi quy cho thấy nhân tố Tiện lợi (TL) và nhân tố Xu hướng không tiền mặt (KTM) có Sig > 0.05 nên kết luận không ảnh hưởng tới hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên. Như vậy chỉ còn hai nhân tố là yếu tố cá nhân (CN) và Điều kiện sử dụng thẻ (DKSDT) ảnh hưởng đến hành vi dùng thẻ tín dụng và mô hình hồi quy tuyến tính được viết như sau:

$$HVSD = 0.234 \times CN + 0.568 \times DKSDT + u$$

Thông qua kết quả phân tích hồi quy cho thấy hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên trường đại học chịu tác động của hai nhân tố là: Yếu tố cá nhân; Điều kiện sử dụng thẻ tín dụng. Cả hai nhân tố ảnh hưởng đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên đều có hệ số hồi quy nhận giá trị dương nên quan hệ cùng chiều với hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên. Trong đó, có hai nhân tố là “Yếu tố cá nhân” có hệ số hồi quy 0.234 và nhân tố “Điều kiện sử dụng thẻ tín dụng” có hệ số hồi quy là 0.568 tác động mạnh đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên.

5. Kết quả nghiên cứu và một số hàm ý giải pháp

Phát triển thẻ tín dụng dành cho sinh viên ở Việt Nam không chỉ giúp cho các ngân hàng thương mại mở rộng phân khúc thị trường mục tiêu hiện tại mà còn kỳ vọng có được giá trị theo suốt vòng đời của khách hàng. Bên cạnh đó, phát triển thẻ tín dụng sinh viên còn mang lại những lợi ích xã hội và giúp sinh viên nâng cao kiến thức về quản lý tài chính an toàn và hiệu quả. Theo kết quả của nghiên cứu thì có hai nhóm nhân tố ảnh hưởng lớn nhất đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên là điều kiện sử dụng thẻ tín dụng và yếu tố cá nhân. Do đó, phát triển thẻ tín dụng sinh viên đòi hỏi các ngân hàng thương mại hiểu biết sâu về nhu cầu và đặc điểm của đối tượng sinh viên, cũng như việc đưa ra các điều kiện mở thẻ tín dụng và những chi phí gắn với việc sử dụng thẻ tín dụng là hợp lý, cụ thể là:

Một là: Tăng cường các hoạt động để nâng cao kiến thức tài chính cho sinh viên. Ngân hàng thương mại có thể hợp với các trường đại học để tổ chức tọa đàm với sinh viên về thẻ tín dụng sinh viên. Các buổi tọa đàm này giúp ngân hàng thương mại hiểu hơn về đặc điểm và nhu cầu của sinh viên đồng thời sinh viên sẽ có thêm kiến thức về quản lý tài chính cá nhân nói chung và hiểu biết về điều kiện mở thẻ tín dụng và những tiện lợi của việc sử dụng thẻ tín dụng. Ngân hàng cung cấp cho sinh viên các tài liệu và tốt hơn là video hướng dẫn cách sử dụng thẻ tín dụng một cách an toàn và hiệu quả. Sinh viên được trang bị kiến thức tốt về vấn đề quản lý tài chính, sử dụng thẻ tín dụng thì sẽ tự tin hơn, chủ động hơn trong việc sử dụng thẻ tín dụng. Khi sở hữu một thẻ tín dụng, sinh viên sẽ có kỹ năng quản lý tài chính cá nhân, theo dõi chi tiêu, hiểu về lãi suất, phí và hạn mức tín dụng và những kỹ năng này sẽ rất hữu ích cho họ trong suốt cuộc đời.

Hai là: Đối với phân khúc khách hàng là sinh viên đại học, ngân hàng thương mại nên có sự điều chỉnh tăng thêm về hạn mức tín dụng thay cho mức phổ biến hiện nay là 3 đến 6 triệu đồng để đáp ứng nhu cầu thanh toán của sinh viên cho các phương tiện hỗ trợ học tập như mua máy tính... Ngân hàng gia tăng hợp tác với các điểm kinh doanh được sinh viên ưa thích như các chuỗi cà phê Highlands Coffee, The Coffee House, Phúc Long, Starbucks và các nhà sách, nơi cung cấp dịch vụ giải trí như

các rạp chiếu phim để cung cấp ưu đãi khi thanh toán qua thẻ tín dụng.

Ba là: Theo quan điểm marketing dựa trên giá trị thì ngân hàng thương mại thu nhận giá trị từ khách hàng dựa vào việc thấu hiểu thị trường và nhu cầu mong muốn của khách hàng. Do vậy. Các ngân hàng thương mại tăng cường hoạt động nghiên cứu khách hàng là đối tượng sinh viên của các trường đại học để có những chính sách marketing riêng cho phân khúc thị trường sinh viên và kỳ vọng sẽ duy trì được tập khách hàng này trong tương lai theo vòng đời khách hàng.

Kết luận

Bài nghiên cứu kiểm định mức độ tác động của một số yếu tố đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên của sinh viên đại học khu vực Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, yếu tố cá nhân, điều kiện mở thẻ tín dụng của sinh viên, chi phí, sự hữu ích và tiện lợi và xu hướng không dùng tiền mặt tác động có ý nghĩa thống kê đến hành vi sử dụng thẻ tín dụng của sinh viên đại học khu vực Hà Nội, trong đó yếu tố điều kiện mở thẻ tín dụng và yếu tố cá nhân là hai yếu tố có mức tác động lớn nhất. Kết quả nghiên cứu là cơ sở để góp phần giúp các nhà quản trị ngân hàng đưa ra những quyết định và chiến lược kinh doanh đúng đắn để thu hút khách hàng trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo:

- Chu Nguyễn Mộng Ngọc và Hoàng Trọng (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, tập 1 và tập 2. NXB Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh.
- Đặng Lâm Quỳnh Như (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - Chi nhánh 9. Luận văn Thạc sĩ, Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh.
- Ngô Thị Tuyết Mai (2016). Các yếu tố tác động đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín. Luận văn Thạc sĩ. Trường ĐH Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Nguyễn Minh Kiều (2007). Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại. NXB Thống kê, Hà Nội.
- Nguyễn Thị Thu Thanh (2019). Tác động của các yếu tố đến quyết định chấp nhận sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Khu vực TP. Hồ Chí Minh. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Phạm Thị Phương Thảo (2019). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng sản phẩm thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam - Chi nhánh 12 TP. Hồ Chí Minh. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali (2015). Factors affecting to select Islamic Credit Cards in Pakistan: The TRA Model. MPRA Paper No. 64037. Retrieved from: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64037/>.
- Khare, A., Khare, A. and Singh, S. (2012). Factors affecting credit card use in India. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 24 (2), 236-256. <https://doi.org/10.1108/13555851211218048>.
- Md. Nur Alam Siddik; Sajal Kabiraj (2018). Factors influencing consumer's decision making towards selecting credit cards: An exploratory study. International Journal of Business Innovation and Research, 16(3), 372-387. DOI: 10.1504/IJBIR.2018.092622.
- Sadii Taha Sùngii. (2018). Why Do People Use Credit Cards? Factors Affecting Credit Card Usage. Proceedings of 5th SCF International Conference on "Economics and Social Impacts of Globalization and Future European Union". Montenegro: University of Montenegro.
- Vuong Duc Hoang Quan, Trinh Hoang Nam (2017). Developing credit card market from Vietnamese consumers' perspective. Ho Chi Minh City Open University Journal of Science, 7(1), 61-73.
- Ali, Muhammad and Raza, Syed Ali (2015). Factors affecting to select Islamic Credit Cards in Pakistan: The TRA Model. MPRA Paper No. 64037, posted 02 May 2015 06:54 UTC. Retrieved from: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64037/>.