

Những nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng dịch vụ Ngân hàng số của sinh viên khối ngành kinh tế

Nguyễn Thị Tuyết Nga* và Huỳnh Mỹ Tiên
Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

TÓM TẮT

Chuyển đổi số góp phần tạo ra động lực phát triển và lợi thế cạnh tranh cho ngân hàng. Tuy nhiên, tại Việt Nam, phần lớn khách hàng còn dè dặt và hạn chế sử dụng, bất chấp những tính năng ưu việt mà dịch vụ này mang lại. Nghiên cứu này tập trung vào ý định sử dụng của sinh viên khối ngành kinh tế, đối tượng chưa có nhiều thu nhập. Kết quả cho thấy, năm nhân tố ảnh hưởng tới ý định sử dụng bao gồm: Tính dễ sử dụng, tính hữu ích, cảm nhận rủi ro, phong cách tiêu dùng và thái độ. Từ đó, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị giúp các ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng số nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng trong tương lai.

Từ khóa: Ngân hàng số, sinh viên, Việt Nam

1. GIỚI THIỆU

Ngân hàng số là bước phát triển cao hơn của ngân hàng điện tử. Nghiên cứu về ý định sử dụng các dịch vụ ngân hàng số là cần thiết, không chỉ tạo cơ hội cải thiện chất lượng dịch vụ, hoạt động cho ngành tài chính nói riêng, ngân hàng số còn góp phần vào thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế nói chung. Hơn nữa, Ngân hàng số mang đến rất nhiều lợi ích cho cả ba nhóm: Khách hàng - Ngân hàng - Chính phủ.

Việc sử dụng dịch vụ ngân hàng số góp phần khẳng định vị thế của ngân hàng trong việc hiện đại hóa hạ tầng công nghệ cung cấp sản phẩm cũng như hạn chế việc sử dụng tiền mặt trong thanh toán, giúp tiết kiệm chi phí xã hội và tăng cường tính minh bạch trong nền kinh tế. Theo xu hướng công nghệ, khách hàng cũng đã bước đầu sử dụng dịch vụ của ngân hàng số nhưng còn ngần ngại, chưa am hiểu đầy đủ các tính năng vận hành sản phẩm. Ngân hàng số được xem như là một ngân hàng thu nhỏ trên điện thoại thông minh dễ dàng thực hiện giao dịch một cách nhanh chóng như: đăng ký online, chuyển khoản 24/7, thanh toán dịch vụ thiết yếu, gửi tiết kiệm, nộp tiền vào tài khoản, vay ngân hàng, tham gia các sản phẩm bảo hiểm và đầu tư, quản lý thẻ và tài khoản, quản lý tài chính doanh nghiệp và cá nhân. Riêng đối với nhóm khách hàng trẻ tuổi,

thu nhập khiêm tốn, họ thường sử dụng dịch vụ thanh toán dịch vụ thiết yếu như học phí, cước phí, chi phí mua sắm. Những tính năng còn lại chưa được giới trẻ quan tâm do chưa nhận thấy tính cần thiết của việc sử dụng dịch vụ này. Ngoài ra, việc phân biệt một cách rành mạch giữa ngân hàng số, ngân hàng điện tử, ngân hàng trực tuyến đối với giới trẻ không hề dễ dàng, dẫn đến chưa tự tin sử dụng dịch vụ của ngân hàng số.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Ngân hàng số thực hiện số hóa tất cả những hoạt động và dịch vụ ngân hàng truyền thống, mọi giao dịch ngân hàng đều được thực hiện qua Internet mọi lúc, mọi nơi. Dịch vụ ngân hàng số giúp ngân hàng tiết kiệm chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng uy tín và khả năng cạnh tranh. Ngân hàng số còn mang lại giá trị mới cho khách hàng, tiết kiệm thời gian, chi phí, tiện lợi, mọi lúc, mọi nơi, nhanh chóng và hiệu quả [1].

Trên lý thuyết có các mô hình được sử dụng rộng rãi trong nhiều nghiên cứu liên quan đến ý định sử dụng ngân hàng số như lý thuyết chấp nhận công nghệ (TAM), lý thuyết hành động hợp lý (TRA), lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB), lý thuyết thống nhất chấp nhận và sử dụng công

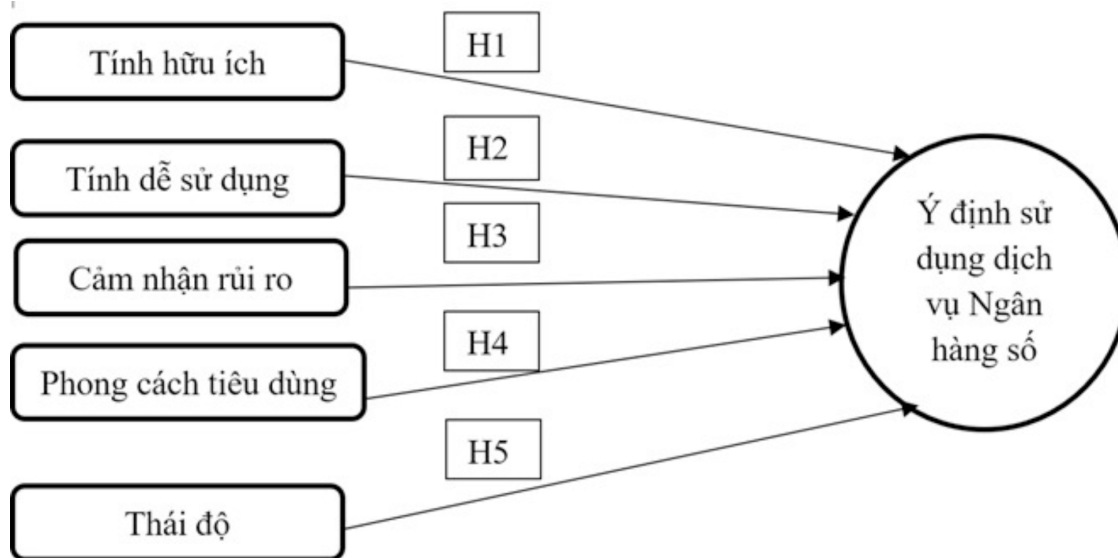
Tác giả liên hệ: TS. Nguyễn Thị Tuyết Nga
Email: nganttt@hiu.vn

nghệ (UTAUT). Tại Việt Nam, một số nghiên cứu nổi bật như nghiên cứu của Nguyễn Thị Nga và cộng sự [2], Hà Nam Khánh Giao và Trần Kim Châu [3], Đào Thị Thương và cộng sự [4] ... Với phạm vi nghiên cứu khác nhau có kết quả không trùng lặp với nhau. Đồng thời, thông qua quá trình lược khảo nghiên cứu, nhóm tác giả tập trung những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của sinh viên khối ngành kinh tế có

nhu cầu sử dụng các ứng dụng công nghệ cao nhưng thu nhập còn hạn chế.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Nhóm tác giả xây dựng mô hình đề xuất các nhân tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn sử dụng dịch vụ ngân hàng số của sinh viên khối ngành kinh tế như sau: tính hữu ích, tính dễ sử dụng, cảm nhận rủi ro, phong cách tiêu dùng và thái độ.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Tính hữu ích là mức độ tin tưởng rằng sử dụng mô hình công nghệ giúp cải thiện hiệu quả công việc [5 - 6]. Ngân hàng số có những tính năng nổi bật như thanh toán quét mã VNPay QR, gửi tiền tiết kiệm online, mua sắm... đang được sử dụng nhiều trong thời gian gần đây. Chính vì cảm nhận được sự hữu ích mà khách hàng sẽ quyết định sử dụng. Giả thuyết đặt ra là: tính hữu ích có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng. Tính dễ sử dụng là sự nhận thức của một cá nhân trong việc tin rằng sử dụng dịch vụ công nghệ một cách thoải mái và không cần nhiều nỗ lực [5 - 6]. Đây là yếu tố quan trọng để giữ chân khách hàng tiếp tục sử dụng các dịch vụ ngân hàng số. Giả thuyết đưa ra là: tính dễ sử dụng có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng.

Cảm nhận rủi ro là mức độ mà một người sử dụng tin rằng nó là an toàn để sử dụng hoặc hậu quả tiêu cực có thể xảy ra. Giả thuyết đưa ra là: cảm nhận rủi ro có ảnh hưởng ngược chiều đến ý định sử dụng.

Ngân hàng số trở thành xu hướng và định hình

phong cách giới trẻ trong các giao dịch giúp họ thể hiện sự tự tin đối với việc bắt kịp một xu hướng tất yếu trong nền kinh tế. Đặt ra giả thuyết: Phong cách tiêu dùng có ảnh hưởng cùng chiều đến ý định sử dụng. Thái độ của cá nhân có thể bị ảnh hưởng bởi yếu tố bên ngoài [7]. Vì thế các ngân hàng phải thường xuyên giới thiệu, tuyên truyền để định hướng cho giới trẻ nhanh chóng sử dụng dịch vụ. Do đó giả thuyết được đưa ra: thái độ có ảnh hưởng cùng chiều tới ý định sử dụng.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Để đánh giá sự ảnh hưởng của 05 nhân tố đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số, bao gồm: Tính hữu ích, tính dễ sử dụng, cảm nhận rủi ro, phong cách tiêu dùng và thái độ, nhóm tác giả sử dụng hệ số Cronbach's Alpha nhằm đánh giá độ tin cậy của thang đo; phân tích nhân tố khám phá EFA, nhân tố khẳng định CFA. Phần mềm SPSS được sử dụng để xác định các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của chúng đến ý định sử dụng dịch vụ ngân

hàng số. Mô hình nghiên cứu bao gồm 5 biến nghiên cứu độc lập với 21 biến quan sát và một biến phụ thuộc với 3 biến quan sát. Do đó, số lượng mẫu cần thiết tối thiểu là $N = 24 \times 5 = 120$.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha của các thành phần ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ Ngân hàng số của SV như sau:

Bảng 1. Cronbach's Alpha thang đo các biến quan sát

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
DSD1	7.56	3.599	0.826	0.900
DSD2	7.66	3.450	0.862	0.870
DSD3	7.54	3.644	0.836	0.891
Cronbach's Alpha	0.922			
HI1	15.57	13.056	0.784	0.939
HI2	15.38	12.798	0.876	0.922
HI3	15.41	12.651	0.891	0.919
HI4	15.42	12.798	0.885	0.921
HI5	15.58	12.892	0.783	0.940
Cronbach's Alpha	0.942			
CNRR1	13.90	11.709	0.797	0.924
CNRR2	14.02	11.775	0.778	0.927
CNRR3	13.82	11.656	0.843	0.915
CNRR4	13.86	11.311	0.875	0.909
CNRR5	13.90	11.459	0.828	0.918
Cronbach's Alpha	0.934			
PCTD1	14.71	13.299	0.784	0.895
PCTD2	14.94	12.676	0.816	0.887
PCTD3	14.81	12.918	0.844	0.883
PCTD4	14.84	12.779	0.851	0.881
PCTD5	15.25	12.794	0.647	0.928
Cronbach's Alpha	0.914			

TDTD1	7.45	3.519	0.851	0.907
TDTD2	7.55	3.386	0.886	0.879
TDTD3	7.59	3.447	0.840	0.916
Cronbach's Alpha	0.932			
YD1	7.56	3.151	0.891	0.939
YD2	7.58	3.110	0.904	0.929
YD3	7.60	3.149	0.908	0.926
Cronbach's Alpha	0.953			

Dựa vào Bảng 1, sau khi phân tích Cronbach's Alpha, hệ số tin cậy của các nhóm biến đều lớn hơn 0.6 các hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0.3 chỉ có biến PCTD5 bị loại. Do đó, khi phân tích nhân tố EFA sẽ loại bỏ biến PCTD5 và phân tích nhân tố được tiến hành theo phương pháp trích nhân tố Principal Component Analysis với phép xoay Varimax và phương pháp tính nhân tố

là Regression. Để phân tích nhân tố, nhóm tác giả sử dụng trị số đặc trưng Eigenvalue để xác định số lượng nhân tố (đại diện cho lượng biến thiên được giải thích bởi nhân tố), trị số này phải lớn hơn 0.5 mới được giữ lại trong mô hình và tổng phương sai dùng để giải thích bởi từng nhân tố lớn hơn 50% mới thỏa yêu cầu của phân tích nhân tố.

Bảng 2. Kết quả KMO biến độc lập

Yếu tố cần đánh giá	Giá trị chạy bảng	So sánh
Hệ số KMO	0.958	$0.5 < \alpha < 1$
Giá trị sig trong kiểm định Bartlett	0.001	< 0.05

Như vậy, sau quá trình thực hiện phân tích nhân tố còn lại 20 biến quan sát và nhóm thành 3

nhóm. Bảng phân nhóm và đặt tên nhóm được tạo ra như sau:

Bảng 3. Bảng phân nhóm và đặt tên nhóm

Nhân tố	Biến	Tên nhóm
F1	HI2, DSD3, HI3, HI4, DSD2, DSD1, HI1, HI5	Tính dễ sử dụng và tính hữu ích (DSDHI)
F2	TDTD3, PCTD4, TDTD2, PCTD2, PCTD3, TDTD1, PCTD1	Thái độ tiêu dùng và phong cách tiêu dùng (TDPC)
F3	CNRR3, CNRR5, CNRR2, CNRR1	Cảm nhận rủi ro (CNRR)

Bảng 4. Kết quả KMO biến độc lập

Yếu tố cần đánh giá	Giá trị chạy bảng	So sánh
Hệ số KMO	0.776	$0.5 < \alpha < 1$
Giá trị sig trong kiểm định Bartlett	0.001	< 0.05

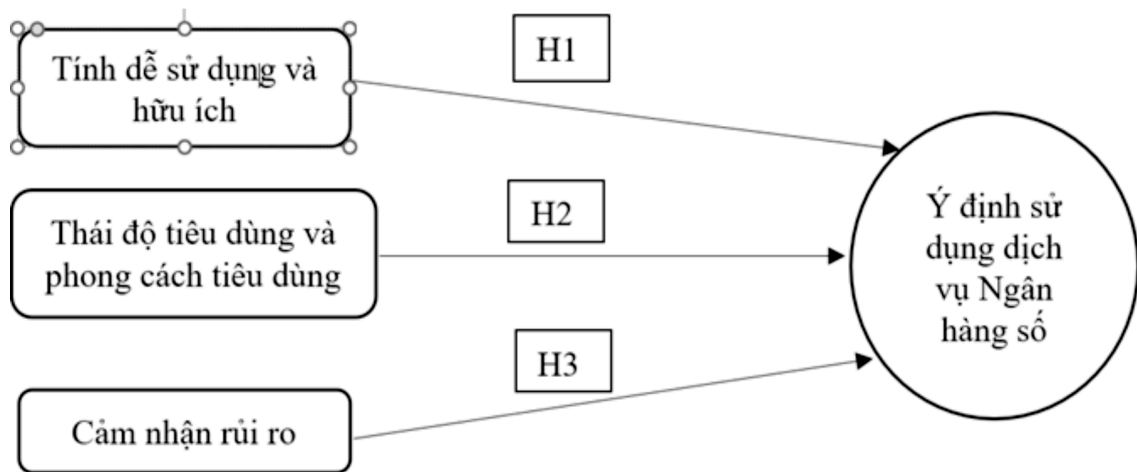
Bảng 5. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA của thang đo ý định sử dụng dịch vụ Ngân hàng số của SV

Biến	Nhân tố
YD3	0.959
YD2	0.958
YD1	0.951

Kết quả phân tích EFA đối với thang đo ý định sử dụng dịch vụ Ngân hàng số của SV cho thấy giữa

các biến trong tổng thể có mối quan hệ với nhau ($\text{sig} = 0.001 < 0.05$), đồng thời hệ số KMO = 0.776.

Như vậy, sau khi phân tích nhân tố EFA kết quả cho chúng ta thấy 3 yếu tố mới với 19 biến quan sát được rút trích, đặt lại tên và đánh giá lại hệ số Cronbach's Alpha cho các thành phần rút trích đều đảm bảo về mặt thống kê. Do đó, mô hình nghiên cứu ban đầu được điều chỉnh cho phù hợp và để thực hiện các phân tích tiếp theo. Mô hình nghiên cứu mới sau phân tích nhân tố được điều chỉnh như sau:



Hình 2. Mô hình nghiên cứu sau phân tích nhân tố EF
Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết được kiểm định bằng phương pháp phân tích hồi quy.

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Giá trị Durbin-Watson		
1	0.870 ^a	0.757	0.755	0.43316	1.993		
Mô hình		Tổng các bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.	
1	Hồi quy	297.393	3	99.131	528.327	<0.001 ^b	
	Phần dư	95.692	510	0.188			
	Tổng	393.085	513				
Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa		t	Sig.
		B	Sai số chuẩn	Beta			
1	(Constant)	0.289	0.092			3.126	0.002
	DSDHI	0.267	0.040	0.266		6.682	<0.001
	TDPC	0.613	0.042	0.605		14.553	<0.001
	CNRR	0.044	0.034	0.042		1.293	0.197

R^2 hiệu chỉnh bằng 0.755 điều này có nghĩa là các biến độc lập giải thích được 75.5% sự thay đổi của biến phụ thuộc còn lại 24.5% là do ảnh hưởng của các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Hệ số Durbin-Watson dùng để kiểm tra hiện tượng tự tương quan, Durbin-Watson = 1.993 < 2 do đó không có hiện tượng tự tương quan bậc nhất. Kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai vẫn là một phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể, ta thấy kiểm định F với mức ý nghĩa (Sig = 0.001 < 0.05) chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội là phù hợp và có thể sử dụng được. Như vậy, sau khi thực hiện chạy hồi quy và kiểm định các giả thiết thống kê, nhóm tác giả rút ra mô hình hồi quy có các biến có hệ số chuẩn hóa như sau:

$$Y = 0.605 * F_1 + 0.266 * F_2$$

4. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Nghiên cứu này đã kiểm định các mô hình truyền thống trong nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trước đây, thông qua vai trò trung gian thái độ khách hàng để dự đoán ý định sử dụng của người tiêu dùng. Kết quả cho thấy ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số chịu tác động bởi hai nhân tố chính sau: thái độ và phong cách tiêu dùng, dễ sử dụng và hữu ích. Kết quả nghiên cứu giúp các nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng số hiểu thêm về khách hàng, cũng như ý kiến đánh giá của họ về ý định sử dụng dịch vụ này. Trong đó yếu tố thái độ và phong cách tiêu dùng là thành phần có ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định sử dụng của sinh viên.

Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất hàm ý chính sách liên quan đến dịch vụ ngân hàng số của các ngân hàng như sau:

- Một là cải tiến, nâng cấp ứng dụng để phù hợp với giới trẻ. Những vấn đề hiện đại, cái mới, tiện lợi và hữu ích sẽ phù hợp với sinh viên hiện nay cũng là một cách thức thể hiện đẳng cấp với bạn bè.
- Hai là đẩy nhanh tốc độ xử lý các giao dịch, thao tác trên mỗi tính năng đơn giản nhất có thể, hướng đến hỗ trợ người dùng xử lý các giao dịch tài chính thuận tiện nhất.
- Ba là thu hút thêm các khách hàng đến với dịch vụ này thông qua việc liên kết chặt chẽ hơn với ngành giáo dục, ngành viễn thông, ngành bảo

hiểm và ngành hàng tiêu dùng để đạt lợi ích trong việc quảng bá và tăng độ phủ sóng dịch vụ này trên toàn quốc. Bởi lẽ các nhóm ngành này được giới trẻ tin dùng.

- Bốn là nâng cao tính hữu ích trong dịch vụ ngân hàng số. Nếu các tiện ích kết hợp với tính dễ sử dụng thì việc chuyển từ trạng thái sẵn sàng xem xét sử dụng dịch vụ Ngân hàng số đến việc ra quyết định sử dụng dịch vụ ấy sẽ nhanh hơn. Ngân hàng cần tích cực kết nối với bên thứ ba trong ứng dụng ngân hàng như trung gian thanh toán, nhà cung cấp dịch vụ, website thương mại điện tử, ... mang đến nhiều ưu đãi, tiện ích cho khách hàng.
- Năm là tăng cường các biện pháp bảo mật an toàn. Sinh viên là đối tượng sử dụng trẻ nên còn khá chủ quan, do đó, hạn chế rủi ro trong quá trình sử dụng dịch vụ là điều mà khách hàng và ngân hàng luôn quan tâm đến. Ngân hàng cần đảm bảo tất cả khách hàng thực hiện giao dịch đọc và hiểu rõ chính sách bảo mật của mình, khi khách hàng nhận thức rõ chính sách bảo mật của ngân hàng, cảm nhận của khách hàng về độ an toàn của dịch vụ ngân hàng điện tử sẽ tăng lên. An ninh mạng sẽ là ưu tiên hàng đầu đối với tất cả các ngân hàng trong thời gian tới. Điều này nhằm bảo vệ tất cả dữ liệu nhạy cảm và đảm bảo mức độ bảo mật cao nhất cho thông tin tài chính của khách hàng, tránh những tổn thất tài chính. Các tổ chức tài chính cũng sẽ chú trọng đầu tư mạnh hơn nữa vào việc gia cố an toàn thông tin dữ liệu thông qua các biện pháp bảo mật mới và đa dạng hóa cách thức lưu trữ dữ liệu tài chính của khách hàng.
- Sáu là đối với đào tạo nguồn nhân lực tương lai tại các cơ sở giáo dục đào tạo thuộc lĩnh vực tài chính - ngân hàng, nhóm tác giả đề xuất như sau:
 - + Thứ nhất là đổi mới chương trình đào tạo: phát triển các chương trình đào tạo mới, thường xuyên cập nhật kiến thức thực tế cho các học phần, chương trình đào tạo đã có. Bởi thực tế xã hội và ngành nghề cho thấy, ngoài kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng số sẽ là kỹ năng bắt buộc đối với sinh viên thời đại này. Đặc biệt với tính tất yếu của chuyển đổi số thuộc lĩnh vực tài chính - ngân hàng thì điều này tác động đến chuẩn đầu ra của sinh viên. Sinh viên khi ra trường phải bắt tay vào làm

việc ngay chứ không thể trông chờ vào việc được đào tạo lại, đào tạo tiếp. Do đó, chương trình giảng dạy cần phải được cập nhật cho phù hợp, học phần đào tạo năng lực số cho sinh viên cần phải được xây dựng, thường xuyên đổi mới đáp ứng được yêu cầu sử dụng tại các doanh nghiệp.

+ Thứ hai là để đảm bảo yếu tố năng lực chuyên môn đầu ra mong muốn nói chung và yếu tố năng lực số nói riêng, các tổ chức tài chính - ngân hàng cần tạo điều kiện cho cán bộ tại các cơ sở giáo dục đào tạo tham quan, học tập, làm việc và thâm nhập tổ chức. Từ đó họ có thêm kinh nghiệm, kiến thức thực tế cho hoạt động giáo dục, đem lại nguồn lực tốt cho

tổ chức trong tương lai. Không chỉ vậy, các tổ chức tài chính - ngân hàng cũng tạo điều kiện cho sinh viên tham gia các hoạt động kiến tập, thực tập sớm tại tổ chức, giúp sinh viên thấy được công việc thực tế và kỹ năng số cần thiết phải hoàn thiện khi ra trường và tham gia vào tổ chức.

Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng số được coi là một trong các nhiệm vụ quan trọng của ngành Ngân hàng trong thời điểm hiện nay, đáp ứng sự cạnh tranh và hội nhập trong thời đại công nghệ 4.0. Các gợi ý chính sách được nhóm tác giả nghiên cứu và tổng hợp, đề xuất dựa trên tính tất yếu của phát triển ngân hàng nhằm thực hiện thành công quá trình chuyển đổi số.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Đ. H. Linh và K. T. Anh, “Digital marketing trong ngân hàng - Kinh nghiệm quốc tế và khuyến nghị cho ngân hàng thương mại Việt Nam,” *Tạp chí Ngân hàng*, số 20, tháng 11/2016.

[2] N. T. Ngà, T. Hằng, N. Huyền, C. Thư, H. Lam, “Các nhân tố ảnh hưởng đến chấp nhận sử dụng dịch vụ ngân hàng số,” *Tạp chí Thị trường Tài Chính Tiền tệ*, tháng 3/10/2021.

[3] H. N. K. Giao và T. K. Châu, “Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ SmartBanking - Nghiên cứu thực nghiệm tại BIDV - Chi nhánh Bắc Sài Gòn,” *Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng*, số 220, tr. 13 - 27, tháng 9/2020.

[4] Đ. T. Thương, N. M. Chi, V. Đ. Đức, Đ. Q. Trung,

Đ. T. Hiếu và Đ. T. Vinh, “Những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng số của sinh viên,” *Tạp chí ngân hàng 3/2023*.

[5] F. D. Davis, “Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *Mis Quarterly*, Vol. 13, pp. 319 - 340, 1989.

[6] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, and P. R. Warshaw, “User Acceptance of Computer - Technology - a Comparison of Theoretical - Models,” *Management Science*, Vol. 35, pp. 982 - 1003, 1989.

[7] L. G. Schiffman, L. L. Kanuk, *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall, 2007.

Factors influencing university students majoring in economics using digital banking services

Nguyen Thi Tuyet Nga and Huynh My Tien

ABSTRACT

Digital transformation contributes to create development motivation and competitive advantage for banks. However, in Vietnam, despite the preeminent features of digital banking services, most customers are still cautious and limited to using them. This study focuses on the intention to use digital banking services of students majoring in economics who have low income. This research figures out five factors that influence students' intention to use service, including: ease of use, usefulness, perceived risk, consumption style and attitude. Using the findings, the authors propose some governance

implications to help banks continuously improve the quality of digital banking services to meet customer future needs better.

Keywords: *digital banking, students, Vietnam*

Received: 17/05/2023

Revised: 03/06/2023

Accepted for publication: 05/06/2023