NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH CHẤP NHẬN CÔNG NGHỆ NGÂN HÀNG XANH CỦA KHÁCH HÀNG THEO TIẾP CẬN CỦA LÝ THUYẾT NỀN UTAU

ThS. Lê Nam Long*

Nghiên cứu này phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi chấp nhận công nghệ ngân hàng xanh của khách hàng tại Việt Nam dựa trên Lý thuyết hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT). Dữ liệu được thu thập từ 723 khách hàng ngân hàng thương mại thông qua khảo sát trực tuyến, sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện kết hợp quả cầu tuyết. Dữ liệu được xử lý bằng SPSS 26 và phân tích mô hình đo lường, mô hình cấu trúc bằng SmartPLS 4. Kết quả cho thấy kỳ vọng hiệu suất, ảnh hưởng xã hội và điều kiện hỗ trợ có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến hành vi chấp nhận công nghệ ngân hàng xanh, trong khi nỗ lực kỳ vọng không có ý nghĩa. Biến kiểm soát độ tuổi cũng không ảnh hưởng đáng kể. Nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho bối cảnh Việt Nam và gợi mở các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy việc chấp nhận ngân hàng xanh một cách bền vững.

• Từ khóa: *kỳ vọng hiệu suất, nỗ lực kỳ vọng, ảnh hưởng xã hội và điều kiện hỗ trợ, ý định chấp nhận công nghệ ngân hàng xanh.*

This study examines the factors influencing customers' adoption behavior of green banking technology in Vietnam, drawing on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Data were collected from 723 customers of commercial banks through an online survey using convenience and snowball sampling techniques. The data were processed using SPSS 26, while the measurement and structural models were analyzed with SmartPLS4. The results indicate that performance expectancy, social influence, and facilitating conditions have positive and statistically significant effects on customers' adoption behavior of green banking, whereas effort expectancy shows no significant effect. The control variable age is also found to be statistically insignificant. This study provides empirical evidence from the Vietnamese banking context and offers managerial implications for commercial banks seeking to promote the adoption of green banking services in a more sustainable manner.

• Key words: *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, green banking adoption.*

Ngày nhận bài: 25/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/01/2026
Ngày duyệt đăng: 27/02/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i308.20

1. Giới thiệu

Biến đổi khí hậu và suy thoái môi trường đang thúc đẩy các quốc gia chuyển dịch sang nền kinh tế xanh, trong khi chi phí cao của công nghệ xanh làm gia tăng nhu cầu về các cơ chế tài chính phù hợp, đặc biệt là tài chính xanh và ngân hàng xanh (Sharma & Choubey, 2021). Tại Việt Nam, các chính sách như Chỉ thị 03 của Ngân hàng Nhà nước và Chiến lược tăng trưởng xanh đến năm 2045 thể hiện cam kết mạnh mẽ đối với phát triển bền vững trong bối cảnh chịu tác động nặng nề của biến đổi khí hậu.

Tuy nhiên, việc triển khai công nghệ ngân hàng xanh (NHX) không chỉ phụ thuộc vào khung thể chế, mà còn vào mức độ chấp nhận của khách hàng, khi người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến trách nhiệm xã hội, bảo vệ môi trường và chuyển đổi số. Dù vậy, các nghiên cứu về ý định chấp nhận NHX của khách hàng tại Việt Nam vẫn còn hạn chế. Do đó, nghiên cứu này áp dụng UTAUT (Venkatesh et al., 2003) để giải thích vai trò của nhận thức lợi ích, tính dễ sử dụng, ảnh hưởng xã hội và điều kiện hỗ trợ đối với ý định chấp nhận công nghệ NHX, qua đó cung cấp cơ sở lý thuyết và hàm ý quản trị cho các ngân hàng thương mại Việt Nam.

2. Các lý thuyết trong nghiên cứu

2.1. Lý thuyết nền UTAUT

Lý thuyết nền UTAUT do (Venkatesh et al., 2003) đề xuất dựa trên các ký thuyết nền tảng trước đó bao gồm TAM, TPB, TRA và Innovation Diffusion Theory (lý thuyết khuếch tán công nghệ)

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

nằm nâng cao khả năng giải thích về ý định và hành vi của khách hàng.

Theo UTAU, ý định chấp nhận công nghệ chịu ảnh hưởng công nghệ chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi bốn yếu tố cốt lõi là: Kỳ vọng hiệu suất (performance expectancy), kỳ vọng nỗ lực (effort expectancy), ảnh hưởng xã hội (social influence) và điều kiện hỗ trợ (facilitating conditions). Với khả năng giải thích cao đối với ý định hành vi, UTAUT đã được ứng dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về ngân hàng số, dịch vụ tài chính điện tử và các công nghệ dịch vụ mới (Bouteraa et al., 2022). Việc vận dụng UTAUT trong nghiên cứu này cho phép giải thích một cách hệ thống và toàn diện các yếu tố quyết định hành vi chấp nhận công nghệ ngân hàng xanh, đồng thời cung cấp nền tảng lý thuyết vững chắc để xây dựng mô hình nghiên cứu và các giả thuyết trong bối cảnh thị trường mới nổi như Việt Nam.

2.2. Khái niệm ngân hàng xanh (NHX)

Trong tiếp cận truyền thống, dịch vụ ngân hàng được xem là ít gây tác động xấu đối với môi trường hơn so với các lĩnh vực sản xuất do đặc trưng của dịch vụ này. Mặc dù vậy, các dịch vụ ngân hàng truyền thống vẫn góp phần đáng kể vào lượng phát thải carbon thông qua việc sử dụng giấy và tiêu thụ điện năng. Bên cạnh đó tác động gián tiếp đến môi trường của các ngân hàng còn thể hiện thông qua việc tài trợ cho các dự án gây ra mối đe dọa đối với môi trường (Rehman et al., 2021). Ngược lại việc thúc đẩy các dịch vụ NHX sẽ giúp giảm các tác động tiêu cực nói trên (Rehman et al., 2021).

Theo (Asim & Bukhari, 2022) "ngân hàng xanh là định hướng trong hoạt động ngân hàng, được các ngân hàng áp dụng nhằm lồng ghép các giá trị đạo đức, môi trường vào quá trình hoạt động hàng ngày cũng như thông qua danh mục tài trợ và cấp tín dụng". Việc triển khai NHX phụ thuộc vào bối cảnh, và các yếu tố bên ngoài ngân hàng của từng quốc gia, năng lực nội tại của từng hệ thống ngân hàng (Bouteraa et al., 2022). NHX có thể được triển khai dưới nhiều hình thức khác nhau: Áp dụng thực hành quản trị NHX, vận hành, xây dựng cơ sở hạ tầng xanh, tài chính xanh, công nghệ thông tin xanh, quản trị nguồn nhân lực xanh, thúc đẩy sản phẩm và dịch vụ công nghệ xanh, marketing xanh, công bố thông tin xanh (Asim & Bukhari, 2022).

2.3. Ý định chấp nhận công nghệ ngân hàng xanh

Theo Ajzen, I. (1991), ý định hành vi cho biết mức độ sẵn sàng nỗ lực và dự định bỏ ra bao nhiêu công sức để thực hiện một hành vi. Do đó, ý định chấp nhận NHX của khách hàng được hiểu là mức độ sẵn sàng và khuynh hướng chủ quan của khách hàng trong việc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thân thiện với môi trường, phản ánh nỗ lực mà họ dự định bỏ ra để thực hiện hành vi này (Bouteraa et al., 2022; Venkatesh et al., 2003)

Nghiên cứu của (Shaumya, 2017) và (Asim & Bukhari, 2022) chỉ ra rằng nhận thức về hiệu quả môi trường giá trị cảm nhận của khách hàng và niềm tin vào cam kết bền vững của ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc hành vi chấp nhận NHX. Khi khách hàng tin rằng việc sử dụng dịch vụ NHX của mình sẽ góp phần giảm tác động tiêu cực đến môi trường trong khi vẫn duy trì, thậm chí gia tăng chất lượng dịch vụ sẽ dẫn đến việc họ sẵn sàng chấp nhận những sáng kiến bền vững được đề xuất thông qua hoạt động NHX. Trong nghiên cứu này, tác giả tiếp cận các yếu tố ảnh hưởng đến ý định về hành vi chấp nhận ngân hàng xanh của khách hàng là ý định chấp nhận công nghệ xanh, phù hợp với lý thuyết UTAU.

2.2 Các mối quan hệ trong nghiên cứu

2.2.1 Mối quan hệ giữa kỳ vọng hiệu suất đến ý định chấp nhận ngân hàng xanh

Hiệu suất kỳ vọng là một thành phần trong mô hình lý thuyết UTAU thể hiện mức độ kỳ vọng của một cá nhân về về việc họ tin rằng việc sử dụng công nghệ sẽ giúp họ cải thiện hiệu quả thực thi nhiệm vụ thông qua ứng dụng công nghệ (Venkatesh et al., 2003). Bouteraa et al (2022) đã tổng kết rằng, có nhiều nghiên cứu đã chứng minh, hiệu suất kỳ vọng là một trong những yếu tố quan trọng trong việc giải thích hành vi của khách hàng và trong bối cảnh công nghệ NHX khách hàng có xu hướng hình thành ý định chấp nhận khi họ nhận thức rằng các dịch vụ này mang lại lợi ích thiết thực, đặc biệt là hiệu quả trong việc nâng cao lợi ích tài chính, đồng thời đảm bảo các giao dịch thuận tiện và kịp thời (Shaumya, 2017). Do đó, nghiên cứu thiết lập giả thuyết:

H1: Kỳ vọng hiệu suất có ảnh hưởng tích cực đến ý định chấp nhận ngân hàng xanh

2.2.2. Mối quan hệ giữa kỳ vọng nỗ lực với ý định chấp nhận ngân hàng xanh

Theo Venkatesh et al (2003), nỗ lực kỳ vọng phản ánh mức độ dễ dàng và thuận tiện của người dùng đối với một công nghệ. Các nghiên cứu trước đây lại cho kết quả không nhất quán về ảnh hưởng của nỗ lực kỳ vọng đến hành vi chấp nhận công nghệ (Bouteraa et al., 2022), một số nghiên cứu chứng minh rằng, khi người dùng nhận thức công

nghệ là dễ dàng, không cần nhiều nỗ lực để sử dụng thì họ có xu hướng hình thành ý định chấp nhận cao hơn, kể cả đối với các dịch vụ NHX, điều này là phù hợp với lý thuyết UTAU của (Venkatesh et al., 2003) khi cho rằng, khi kỳ vọng nỗ lực cao có nghĩa là công nghệ dễ thuận tiện, ít tốn nỗ lực dẫn đến ý định chấp nhận về hành vi cao. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu.

H2: Nỗ lực kỳ vọng có ảnh hưởng tích cực đến ý định chấp nhận ngân hàng xanh

2.2.3 Mối quan hệ giữa ảnh hưởng xã hội với ý định chấp nhận ngân hàng xanh

Venkatesh et al., (2003) cho rằng, ảnh hưởng xã hội việc sử dụng công nghệ của một cá nhân chịu tác động từ ý kiến và quan điểm của người khác. Các lý thuyết nền về chấp nhận công nghệ như TRA, TPB, TAM, UTAUT đều xem ảnh hưởng xã hội là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến hành vi của khách hàng. Tuy nhiên, kết quả về tác động của ảnh hưởng xã hội đến hành vi của người dùng nói chung và dịch vụ NHX nói riêng vẫn chưa có sự nhất quán. Dù vậy, một số nghiên cứu vẫn chỉ ra tác động tích cực của yếu tố này (Bouteraa et al., 2022; Economics, 2016). Vì vậy, tác giả thiết lập giả thuyết nghiên cứu

H3: Ảnh hưởng xã hội có tác động tích cực đến ý định chấp nhận ngân hàng xanh

2.2.4. Mối quan hệ giữa điều kiện hỗ trợ và ý định chấp nhận ngân hàng xanh

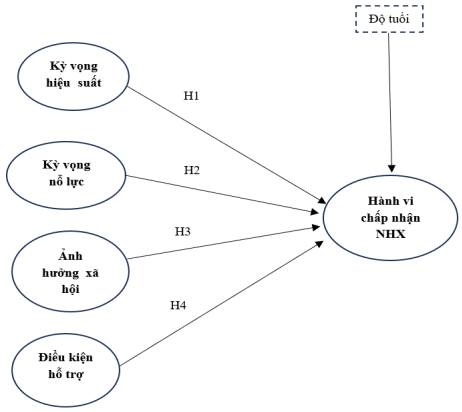
Điều kiện hỗ trợ phản ánh mức độ nhận thức của một cá nhận về các nguồn lực kỹ thuật và tổ chức cần thiết đã sẵn sàng để hỗ trợ cho việc sử dung công nghệ (Venkatesh et al., 2003) và có tác động trong việc hỗ trợ hành vi của khách hàng (Venkatesh, 2018). Trong lĩnh vực NHX, nghiên cứu của Iqbal et al., (2018) và Nisha et al., 2020) chỉ ra rằng khi điều kiện hỗ trợ tốt như hạ tầng đầy đủ, kiến thức và kỹ thuật được hỗ trợ, khách hàng có xu hướng dễ dàng chấp nhận công nghệ NHX. Do đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H4: Điều kiện hỗ trợ có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi chấp nhận ngân hàng xanh

Nghiên cứu đưa độ tuổi vào mô hình như một biến kiểm soát do khác biệt thế hệ về năng lực số, kinh nghiệm và thói quen giao dịch có thể ảnh hưởng đến ý định chấp nhận các dịch vụ NHX; việc kiểm soát độ tuổi giúp đảm bảo các tác động ước lượng của các biến giải thích phản ánh quan hệ chính xác hơn (Venkatesh et al., 2003).

Trên cơ sở những phân tích trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thang đo của nghiên cứu

Thang đo của nghiên cứu được kế thừa và điều chỉnh từ các nghiên cứu trước đây, trong đó thang đo cho hiệu suất kỳ vọng (PE1-PE4), kỳ vọng nỗ lực (EE1-EE4), ảnh hưởng xã hội (SI1-SI4) và được kế thừa và điều chỉnh từ nghiên cứu của (Abdul Majeed, 2024), ý định về hành vi chấp nhận NHX (GBAB1-GBAB4) được kế thừa và điều chỉnh của (Abdul Majeed, 2024).

Thang đo được tiến hành dịch xuôi, xong dịch ngược để đảm bảo về mặt ngữ nghĩa và bối cảnh nghiên cứu. Tiếp theo, tác giả tiến hành phỏng vấn với 5 chuyên gia là những nhà nghiên cứu về NHX và một số lãnh đạo cấp trung của ngân hàng thương mại để điều chỉnh thang đo. Kết quả thang đo chính thức được thể hiện trong bảng số 1.

3.2 Phương pháp lấy mẫu và phân tích dữ liệu

Do không thể xác định khung lấy mẫu đối với khách hàng của các ngân hàng thương mại, nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện kết hợp với lấy mẫu quả cầu tuyết. Khảo sát được triển khai trực tuyến thông qua Google Forms và phân phối thông qua mạng lưới đồng nghiệp, bạn bè và nhân viên ngân hàng để tiếp cận khách hàng. Sau hơn hai tháng thu thập dữ liệu, nghiên cứu thu được 723 bảng hỏi hợp lệ cho phân tích.

Dữ liệu được làm sạch và phân tích mô tả bằng SPSS 26, trong khi SmartPLS 4 được sử dụng để đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc.

4. Kết quả của nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích nhân khẩu học

Kết quả phân tích nhân khẩu học cho thấy mẫu khảo sát chủ yếu thuộc thế hệ trẻ, trong đó Gen Z (18-28 tuổi) chiếm 51%, tiếp theo là Gen Y (29-44 tuổi) với 40,4%, số còn lại thuộc nhóm từ 45 tuổi trở lên. Về trình độ học vấn, đa số người trả lời có trình

độ đại học và sau đại học (lần lượt 41,1% và 37,3%). Sinh viên chiếm tỷ trọng lớn nhất (44,7%), tiếp theo là nhân viên văn phòng (26,4%) và lao động tự do (13,6%). Về thu nhập, nhóm dưới 5 triệu đồng chiếm tỷ lệ cao nhất (51%), tiếp theo là nhóm 5-10 triệu đồng (22,8%) và 10-20 triệu đồng (16,9%). Nhìn chung, mẫu nghiên cứu có tính đa dạng về độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và trình độ học vấn.

4.2. Kết quả phân tích mô hình đo lường (outer model)

Việc phân tích mô hình đo lường được thực hiện qua các bước như: Phân tích độ tin cậy của mỗi mục đo (item) qua chỉ số outer loading, phân tích tính hội tụ của các biến thông qua chỉ số phương sai trích trung bình, và phân tích tính phân biệt của mỗi biến thông qua hệ số HTMT. Kết quả phân tích mô hình đo lường với Smart PLS cho thấy, tất cả chỉ số outer loading của các biến đều > 0.7, độ tin cậy tổng hợp (CR) > 0.7 và chỉ số AVE > 0.5 (hair et al, 2016). Kết quả được thể hiện trong bảng 1.

Bảng 1: Phân tích độ tin cậy và tính hội tụ

Mã hóa	Tên biến - đo lường	Outer loading	Cronbach's Alpha	CR Rho_C	AVE
PE	**Kỳ vọng hiệu suất**		0.897	0.928	0.764
PE1	*Việc sử dụng ngân hàng xanh hữu ích trong cuộc sống hàng ngày của tôi*	0.854			
PE2	*Việc sử dụng ngân hàng xanh giúp tôi đạt được những mục tiêu tài chính quan trọng*	0.888			
PE3	*Việc sử dụng ngân hàng xanh giúp tôi hoàn thành công việc tài chính nhanh hơn*	0.879			
PE4	*Việc sử dụng ngân hàng xanh giúp tôi nâng cao năng suất làm việc và học tập*	0.876			
EE	**Kỳ vọng nỗ lực**		0.836	0.890	0.670
EE1	*Việc học cách sử dụng công nghệ ngân hàng xanh đối với tôi là dễ dàng*	0.798			
EE2	*Tôi cảm thấy quá trình tương tác với ngân hàng xanh rõ ràng và dễ hiểu*	0.826			
EE3	*Tôi thấy ngân hàng xanh dễ sử dụng*	0.821			
EE4	*Tôi dễ dàng trở nên thành thạo khi sử dụng ngân hàng xanh*	0.828			
SI	**Ảnh** hưởng xã hội		0.885	0.921	0.744
SI1	*Những người quan trọng đối với tôi (gia đình/ bạn bè /đồng nghiệp) cho rằng tôi nên sử dụng ngân hàng xanh.*	0.861			
SI2	*Những người có ảnh hưởng đến hành vi của tôi (ba mẹ, thầy cô, cấp trên hoặc người nổi tiếng) cho rằng tôi nên sử dụng ngân hàng xanh*	0.857			
SI3	*Những người mà tôi coi trọng ý kiến của họ mong muốn tôi sử dụng ngân hàng xanh.*	0.865			
SI4	*Đa phần những người xung quanh tôi đều sử dụng ngân hàng xanh.*	0.867			
FC	Điều kiện hỗ trợ		0.890	0.916	0.646
FC1	*Tôi có các nguồn lực phương tiện cần thiết (ví dụ: Internet, app ngân hàng, điện thoại thông minh) để sử dụng ngân hàng xanh.*	0.866			
FC2	*Tôi có kiến thức cần thiết để sử dụng ngân hàng xanh.*	0.858			
FC3	*Việc sử dụng ngân hàng xanh nằm trong khả năng kiểm soát của tôi*	0.863			
FC4	*Có nhân viên ngân hàng hoặc bộ phận chăm sóc khách hàng riêng để hỗ trợ tôi nếu tôi gặp khó khăn trong việc sử dụng ngân hàng xanh*	0.868			
GBAB	**Hành vi chấp nhận dịch vụ ngân hàng xanh**		0.887	0.922	0.746
GBAB1	*Tôi có ý định sử dụng ngân hàng xanh.*	0.842			
GBAB2	*Tôi sẽ giới thiệu ngân hàng xanh cho người khác*	0.876			
GBAB3	*Tôi ưu tiên lựa chọn các ngân hàng có cung cấp ngân hàng xanh*	0.863			
GBAB4	*Tôi có ý định tiếp tục sử dụng ngân hàng xanh trong tương lai*	0.862			

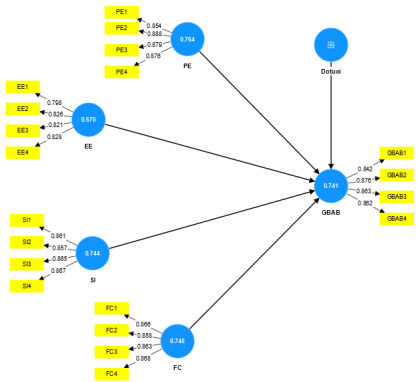
Bên cạnh đó, tính khác biệt của các biến được trong mô hình nghiên cứu đều đảm bảo với các chỉ số HTMT < 0.85 (Henseler et al., 2015), kết quả được thể hiện trong bảng 2.

Bảng 2. Giá trị phân biệt bằng hệ số HTMT

	EE	FC	GBAB	PE	SI
EE					
FC	0.579				
GBAB	0.580	0.431			
PE	0.583	0.483	0.425		
SI	0.658	0.499	0.492	0.460	

Các kết quả trên cho thấy, các chỉ số của mô hình đo lường đều đủ tiêu chuẩn để tiến hành phân tích tiếp theo (phân tích mô hình cấu trúc).

Hình 2: Phân tích kết quả mô hình đo lường



4.3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc (inner model)

Việc phân tích mô hình cấu trúc được thực hiện qua các bước: Phân tích đa cộng tuyến (VIF), kiểm định giả thuyết nghiên cứu (β, p-value), phân tích hệ số xác định R^2 hiệu chỉnh, phân tích độ mạnh của các tác động f^2

Kết quả kiểm tra đa cộng tuyến cho thấy, tất cả hệ số VIF đều nằm trong khoảng từ 1.499 đến 1.813 nhỏ hơn nhiều so với mức tham chiếu của (Allison, 2012) là 3. Vì vậy, hiệu tượng đa cộng tuyến không xảy ra trong nghiên cứu này.

Tiếp theo, việc kiểm định giả thuyết nghiên cứu được thực hiện thông qua quá trình bootstrapping

one-tailed với việc gấp 5000 lần tập mẫu con. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu được thể hiện trong bảng sau:

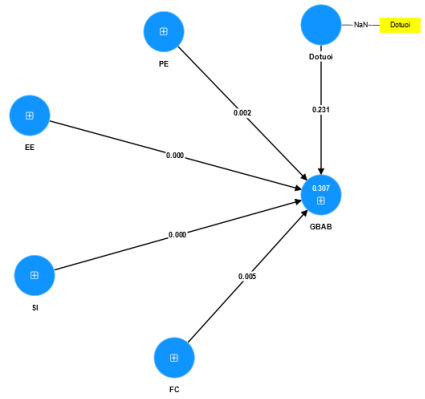
Bảng 3. Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

Giả thuyết	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	Tstatistics (|O/STDEV|)	P-values	CI		Kết quả
					5.00%	95.00%	
H1: PE → GBAB	0.113	0.040	2.865	<0.05	0.051	0.398	Chấp nhận
H2: EE → GBAB	-0.283	0.041	6.826	<0.05	-0.350	-0.215	Bác bỏ
H3: SI → GBAB	0.181	0.041	4.425	<0.05	0.113	0.247	Chấp nhận
H4: FC → GBAB	0.113	0.044	2.590	0.05	0.042	0.184	Chấp nhận
Độ tuổi → GBAB	0.022	0.031	0.736	0.231	-0.029	0.071	Không tác động

Kết quả kiểm định giả thuyết cho thấy, H1,H3, H4 cho thấy các tác động tích cực của PE (kỳ vọng hiệu suất), SI (ảnh hưởng xã hội), FC (điều kiện hỗ trợ) đến hành vi chấp nhận NHX của khách hàng với p-value = 0, hệ số β > 0, t - value > 1.65 và không chứa 0 trong khoảng tin cậy CI (hair et al, 2016). Trong khi đó nỗ lực kỳ vọng có tác động ngược chiều đến hành vi chấp nhận ngân hàng xanh (H2: β = -0.283, p-value = 0). Do đó, giải thuyết H2 bị bác bỏ.

Kết quả của nghiên cứu cho thấy, các yếu tố thuộc mô hình UTAUT giải thích được 30,2% sự biến thiên của các biến độc lập lên biến phụ thuộc, chỉ ra mức độ giải thích trung bình của mô hình nghiên cứu. Kết quả mô hình đo cấu trúc được thể hiện trong hình 3.

Hình 3: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc



Kết quả phân tích biến kiểm soát là độ tuổi đến hành vi sử dụng NHX có p-value = 0.231, độ tuổi không có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến hành vi chấp nhận ngân hàng xanh của khách hàng.

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và hàm ý quản trị

5.1 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích cho thấy kỳ vọng hiệu suất có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến hành vi chấp nhận ngân hàng xanh (β = 0,114; p < 0,001), qua đó ủng hộ giả thuyết nghiên cứu và phù hợp với các nghiên cứu trước (Venkatesh et al., 2003; Bouteraa et al., 2022). Mặc dù mức độ tác động ở mức vừa phải, phát hiện này khẳng định vai trò của lợi ích cảm nhận trong việc thúc đẩy hành vi chấp nhận dịch vụ tài chính bền vững.

Ngược lại, nỗ lực kỳ vọng không cho thấy ý nghĩa thống kê, tương đồng với kết quả của Bouteraa et al. (2022), cho thấy khách hàng không đánh giá ngân hàng xanh chủ yếu dựa trên mức độ dễ sử dụng, mà có thể bị chi phối bởi sự do dự và mức độ sẵn sàng đổi mới.

Bên cạnh đó, ảnh hưởng xã hội và điều kiện hỗ trợ đều tác động tích cực đến hành vi chấp nhận NHX tại Việt Nam, nhấn mạnh rằng việc thúc đẩy chấp nhận không chỉ dựa trên lợi ích chức năng, mà còn đòi hỏi tận dụng tác động xã hội và đầu tư vào hệ sinh thái hỗ trợ người dùng.

5.2. Hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu cho thấy ảnh hưởng xã hội và điều kiện hỗ trợ là những động lực then chốt thúc đẩy hành vi chấp nhận ngân hàng xanh. Theo đó, các ngân hàng thương mại tại Việt Nam cần tăng cường truyền thông định hướng chuẩn mực, nhấn mạnh việc sử dụng NHX như một hành vi có trách nhiệm xã hội và môi trường, đồng thời khai thác hiệu quả truyền miệng, mạng xã hội và người ảnh hưởng. Song song, các ngân hàng cần đầu tư vào hệ sinh thái hỗ trợ, bao gồm hạ tầng số ổn định, quy trình đơn giản và hỗ trợ kỹ thuật kịp thời, nhằm giảm rào cản sử dụng và thúc đẩy chuyển hóa từ ý định sang hành vi. Việc kết hợp đồng bộ truyền thông xã hội và nâng cao điều kiện hỗ trợ sẽ góp phần thúc đẩy chấp nhận NHX một cách bền vững.

Tài liệu tham khảo:

Abdul Majeed, A. R. (2024). Green banking adoption in Pakistan : the UTAUT model augmented with green consumption values , environmental concerns , and collectivism culture.

Allison, P. (2012). When can you safely ignore multicollinearity. Statistical Horizons.

Asim, S., & Bukhari, A. (2022). Pathways towards Green Banking adoption : moderating role of top management commitment. https://doi.org/10.1108/IJOES-05-2021-0110

Bouteraa, M., Rizal, R., Raja, I., & Zainol, Z. (2022). Challenges a ff ecting bank consumers ' intention to adopt green banking technology in the UAE : a UTAUT-based mixed-methods approach. https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2022-0039

*Economics, G. (2016). The role of commercial banks in green banking adoption : a Bangladesh perspective Afrin Rifat and Nabila Nisha * Mehree Iqbal Adisak Suviitawat. 10, 226–251.*

hair, J. F., hult, g. t. M., Ringle, c. M., & sarstedt, M. (2016). Hair (2nd ed). SAGE.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115–135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Rehman, A., Ullah, I., Afridi, A., & Ullah, Z. (2021). Adoption of green banking practices and environmental performance in Pakistan : a demonstration of structural equation modelling. Environment, Development and Sustainability, 0123456789. https://doi.org/10.1007/s10668-020-01206-x

Sharma, M., & Choubey, A. (2021). Green banking initiatives : a qualitative study on Indian banking sector. Environment, Development and Sustainability, 0123456789. https://doi.org/10.1007/s10668-021-01426-9

Shaumya, K. & A. A. (2017). The Impact of Green Banking Practices on Bank 's Environmental Performance : Evidence from Sri Lanka. Journal of Finance and Bank Management, 5(1), 77–90. https://doi.org/10.15640/jfbm.v5n1a7

Venkatesh, V. (2018). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. 36(1), 157–178.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEWo Title. MIS Quarter, 27(3), 425–478.