

Tác động từ trải nghiệm khách hàng đến hiệu quả tài chính ngân hàng số tại Bạc Liêu

LÊ HUỲNH NHƯ* & TRỊNH HỮU LỰC

Trường Đại học Bạc Liêu

Nhận bài: 17/08/2022 - Duyệt đăng: 15/10/2022

(*) Liên hệ: lnhnu@blu.edu.vn; ĐT: 0913648489

Tóm tắt:

Nghiên cứu nhằm kiểm tra trải nghiệm khách hàng khi tiếp cận các dịch vụ ngân hàng kỹ thuật số và xem xét tác động của những trải nghiệm đó đến hiệu quả tài chính của các ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh Bạc Liêu. Thông qua phương pháp chọn mẫu thuận tiện phối hợp định mức, bài nghiên cứu dựa trên bảng hỏi dành cho khách hàng đã và đang trải nghiệm các dịch vụ số hóa mà ngân hàng cung cấp. Với phương pháp PLS-SEM cho kết quả nghiên cứu rằng các thuộc tính ảnh hưởng đến trải nghiệm ngân hàng kỹ thuật số gồm có: niềm tin thương hiệu, tiện lợi dịch vụ, chất lượng dịch vụ, giá trị cảm nhận, đổi mới ngân hàng kỹ thuật số và rủi ro được nhận thức có tác động đến trải nghiệm khách hàng và hiệu quả tài chính của các ngân hàng. Bên cạnh đó, tồn tại mối quan hệ gián tiếp giữa trải nghiệm khách hàng và hiệu quả tài chính ngân hàng thông qua sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

Từ khóa: Hiệu quả tài chính ngân hàng, ngân hàng kỹ thuật số, trải nghiệm khách hàng.

Abstract:

The study aims to examine the customer's experience when accessing digital banking services and examine the impact of those experiences on the financial performance of commercial banks in Bac Lieu province. Through the non-probability sampling method and the norm, the author investigates based on a questionnaire for customers who have been experiencing the digital services provided by the bank. With the PLS-SEM method, the research results show that the attributes affecting the digital banking experience include: brand trust, service convenience, service quality, perceived value, digital banking innovation, and perceived risk have an impact on the customer experience and financial performance of banks. Besides, there exists an indirect relationship between customer experience and financial performance through customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Banks' financial performance, digital banking, customer experience.

(Kết quả nghiên cứu được tài trợ bởi trường đại học Bạc Liêu thông qua hợp đồng số 25/HĐ-KHCN)