

ĐÁNH GIÁ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH THANH HÓA

Trịnh Thị Thùy¹

TÓM TẮT

Cùng với xu thế phát triển và hội nhập quốc tế, dịch vụ ngân hàng đang là mục tiêu phát triển của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Thực tế, việc cung cấp dịch vụ ngân hàng đã và đang đem lại doanh thu ngày càng lớn cho các ngân hàng thương mại. Do vậy, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng luôn là hướng phấn đấu và mục tiêu mà các ngân hàng thương mại đang hướng tới. Bài viết nghiên cứu, phân tích và đánh giá các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần (TMCP) Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) chi nhánh Thanh Hóa, bằng các phương pháp nghiên cứu khoa học, sử dụng phần mềm SPSS để xây dựng, kiểm định mô hình, phân tích nhân tố khám phá và phân tích tương quan hồi quy. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố chính tác động đến chất lượng dịch vụ tại ngân hàng là: Chất lượng dịch vụ; Chất lượng nhân viên; Chất lượng hệ thống phân phối; Sự hài lòng và giá cả dịch vụ; Đánh giá chung của khách hàng. Qua đó tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng tại ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hóa.

Từ khóa: Dịch vụ, nhân tố, khách hàng.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đối với Ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hóa, dịch vụ ngân hàng có vai trò rất quan trọng và chiếm tỷ trọng lớn trong hoạt động của ngân hàng. Do vậy mà ngân hàng luôn chú trọng đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng. Tuy nhiên việc nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng bị ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố khác nhau và việc đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ngân hàng rất quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Để đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - chi nhánh Thanh Hóa, tác giả sử dụng mô hình lý thuyết dựa trên phương pháp SERVQUAL, từ đó tìm ra nhân tố nào ảnh hưởng nhiều nhất đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng để ngân hàng có giải pháp phù hợp.

2. NỘI DUNG

2.1. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Vận dụng mô hình SERVQUAL, đã có nhiều tác giả đi sâu nghiên cứu chất lượng dịch vụ thuộc lĩnh vực ngân hàng. Trong luận án tiến sĩ “*Phát triển dịch vụ ngân hàng tại ngân*

¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam” của Nguyễn Thị Hồng Yên (2015), đã sử dụng các yếu tố sự tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ để đánh giá nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam. Luận án đã đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam. Đồng thời tác giả cũng xác định chiều hướng và mức độ tác động của các yếu tố này đến chất lượng dịch vụ ngân hàng của ngân hàng.

Kế thừa từ những nghiên cứu trước đây và căn cứ vào những đặc điểm riêng của ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Thanh Hóa, tác giả đề xuất 5 yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ của ngân hàng gồm: Chất lượng dịch vụ; Chất lượng nhân viên; Chất lượng hệ thống phân phối; Sự hài lòng và giá cả dịch vụ; Đánh giá chung của khách hàng.

Tác giả tiến hành xây dựng bảng hỏi và thực hiện phỏng vấn ngẫu nhiên hai nhóm khách hàng là đơn vị liên quan đến dịch vụ ngân hàng và khách hàng cá nhân liên quan đến dịch vụ ngân hàng. Kích thước mẫu được xác định dựa trên cơ sở tiêu chuẩn 5:1 của Bollen (1998) và Hair & ctg (1998), tức là để đảm bảo phân tích dữ liệu (phân tích nhân tố khám phá EFA) tốt thì cần ít nhất 5 mẫu quan sát cho 1 biến đo lường, vậy với 16 biến đo lường (16 mục hỏi) được sử dụng trong bài viết, cần tối thiểu $16 \times 5 = 80$ mẫu, đồng thời số mẫu không nên dưới 100. Ở đây tác giả sử dụng 150 mẫu quan sát để đảm bảo tính thích hợp cho phân tích nhân tố. Trong đó có 50 mẫu điều tra thuộc khách hàng là đơn vị liên quan đến chất lượng dịch vụ ngân hàng, 100 mẫu điều tra thuộc khách hàng là cá nhân. Có tỷ lệ mẫu như trên là do quy mô của chi nhánh chưa thực sự lớn, đối tượng khách hàng chính chủ yếu vẫn là khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh, việc điều tra tập trung vào đối tượng khách hàng chính sẽ đem lại kết quả sát với thực tế hơn, tuy vậy vẫn cần thu thập thông tin từ khách hàng doanh nghiệp vì đây là đối tượng tiềm năng trong tương lai.

Để xác định các nhóm nhân tố chính tác động lên sự đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ của ngân hàng, tác giả sử dụng phương pháp phân tích nhân tố EFA (Factor Analysis). Việc sử dụng phương pháp này phù hợp với mục đích nhằm giảm bớt số lượng các yếu tố tác động lên dịch vụ ngân hàng, hơn nữa giúp tìm ra điểm chung giữa các nhóm nhân tố, từ đó thuận lợi hơn cho việc phân tích. Tác giả cũng sử dụng mô hình hồi quy đa biến với 5 biến độc lập là 5 nhân tố chính, tác động đến biến phụ thuộc là chất lượng dịch vụ ngân hàng tại BIDV chi nhánh Thanh Hóa. Các thông tin điều tra được lượng hóa thông qua việc sử dụng thang đo Likert 5 mức độ từ thấp đến cao: 1 (rất không đồng ý) đến 5 (rất đồng ý) và được xử lý trên phần mềm SPSS 22.0.

2.2. Kết quả nghiên cứu

2.2.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Để thể thực hiện hồi quy mô hình đa biến đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của ngân hàng, trước hết tác giả đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua kiểm định hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Nhiều nhà nghiên

cứu đồng ý rằng khi Cronbach's Alpha từ 0,8 trở lên đến gần 1 thì thang đo lường là tốt; từ 0,7 đến 0,8 là sử dụng được. Đối với trường hợp khái niệm thang đo lường là mới hoặc mới đối với người trả lời thì Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng được. Đồng thời hệ số Cronbach's Alpha của biến tổng phải lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted của các biến trong nhóm. Kết quả xử lý số liệu điều tra trên phần mềm SPSS như sau:

Chất lượng dịch vụ; Chất lượng nhân viên; Chất lượng hệ thống phân phối; Sự hài lòng và giá cả dịch vụ; Đánh giá chung của khách hàng.

Bảng 1. Độ tin cậy của thang đo (hệ số Cronbach's Alpha)

Nhân tố	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha if Item Deleted
<i>Nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ</i>	<i>0.903</i>	
Dịch vụ của ngân hàng là an toàn		0.865
Dịch vụ của ngân hàng là tiện dụng		0.851
Dịch vụ của ngân hàng là đa dạng		0.875
Dịch vụ của ngân hàng là hiện đại		0.882
<i>Nhóm nhân tố chất lượng nhân viên</i>	<i>0.928</i>	
Nhân viên ngân hàng có nghiệp vụ tốt		0.925
Nhân viên ngân hàng có kỹ năng tốt		0.918
Nhân viên ngân hàng có thái độ phục vụ tốt		0.917
Nhân viên luôn giải quyết thỏa đáng khiếu nại của khách hàng		0.919
<i>Nhóm nhân tố chất lượng hệ thống phân phối</i>	<i>0.921</i>	
Hệ thống phân phối đầy đủ trang thiết bị		0.912
Số lượng và chất lượng các PGD thỏa mãn yêu cầu của khách hàng		0.919
Số cây ATM là đầy đủ và được phân bố hợp lý		0.860
<i>Nhóm nhân tố sự hài lòng và giá cả dịch vụ</i>	<i>0.932</i>	
Lãi suất huy động của ngân hàng là hợp lý		0.927
Chi phí dịch vụ của ngân hàng là phù hợp		0.930
Chi phí sử dụng các dịch vụ là rõ ràng, minh bạch, công khai với khách hàng		0.879
<i>Nhóm nhân tố đánh giá chung của khách hàng</i>	<i>0.905</i>	
Dịch vụ của ngân hàng hiện nay là đa dạng phù hợp với yêu cầu của khách hàng		0.871
Dịch vụ của ngân hàng ngày càng được hoàn thiện trong tương lai		0.799
<i>Tổng thể</i>	<i>0.783</i>	

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra trên phần mềm SPSS 22.0

Bảng 1 cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của tất cả 16 nhân tố là $0,783 > 0,6$, đồng thời các hệ số Cronbach's Alpha của từng nhóm nhân tố đều rất cao, lớn hơn 0,9 và đều lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha if Item Deleted của các nhân tố trong nhóm, thể hiện thang đo có mức độ tin cậy tốt, phù hợp để sử dụng cho kỹ thuật phân tích nhân tố.

2.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Ngoài việc cần đảm bảo kích thước mẫu điều tra đủ lớn, kỹ thuật phân tích nhân tố chỉ có hiệu quả khi các biến quan sát có sự tương quan với nhau. Để biết được điều đó cần phải tiến hành kiểm định KMO và Bartlett. Kiểm định của Bartlett được sử dụng với giả thiết H_0 là các biến hoàn toàn không có sự tương quan nào (Bartlett's Test of Sphericity), còn kiểm định Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) là để xác định mức độ phù hợp của việc sử dụng phân tích nhân tố. Tiêu chuẩn chấp nhận được là trị số KMO phải đủ lớn (trong khoảng giữa 0,5 và 1), nếu trị số này nhỏ hơn 0,5 thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với dữ liệu:

Bảng 2. Kiểm định sự tương quan của các biến

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.747
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	16174.879
	Df	120
	Sig.	.000

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu trên phần mềm SPSS 22.0

Bảng 2 cho thấy hệ số KMO = 0,747 (nằm trong khoảng 0,5 - 1), đồng thời kiểm định Bartlett cho kết quả Sig. (hay p-value) bằng $0.000 < 0,05$, như vậy có thể khẳng định các biến đều có sự tương quan với nhau, nghĩa là kỹ thuật phân tích nhân tố là phù hợp để sử dụng trong phân tích.

Phương pháp phân tích nhân tố giúp chúng ta rút gọn số lượng lớn các biến (16 biến) thành một nhóm các nhân tố chính tác động lên chất lượng dịch vụ ngân hàng. Tuy nhiên để có thể quyết định số lượng bao nhiêu nhân tố sẽ được rút ra, ta cần xem xét hệ số Eigenvalues hay Latent roots. Hệ số Eigenvalue của một nhân tố cho biết nhân tố đó có thể giải thích được bao nhiêu trong tổng phương sai của tất cả các biến quan sát. Do đó để một nhân tố được rút ra thì nhân tố đó phải giải thích được ít nhất cho sự biến thiên của một biến hay hệ số Eigenvalue của một nhân tố bất kì phải lớn hơn 1 mới có thể được chọn.

Bảng 3. Hệ số Eigenvalues

Eigenvalues			
Component	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.303	26.894	26.894
2	3.757	23.479	50.373
3	2.139	13.371	63.745
4	1.893	11.828	75.573
5	1.675	10.472	86.044

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu trên phần mềm SPSS 22.0

Bảng 3 thể hiện 5 nhân tố có trị số Eigenvalues lớn hơn 1. Các nhân tố được sắp xếp theo thứ tự giảm dần trong tỷ lệ giải thích cho sự biến thiên của tổng thể các biến quan sát. Trong đó nhân tố 1 giải thích cho 26,894% tổng giá trị phương sai (nhiều nhất), còn nhân tố 5 giải thích cho 10,472% tổng giá trị này (ít nhất). Nhóm 5 nhân tố này có thể giải thích cho tổng cộng 86,044% tổng phương sai của tất cả 16 biến, thỏa mãn tiêu chí nhóm các nhân tố được rút ra phải giải thích cho ít nhất 60% tổng phương sai của tổng thể biến quan sát.

Phương pháp xoay trục tọa độ Varimax đối với các mục hỏi cho phép ta thấy rõ kết quả phân tích nhân tố đối với các biến độc lập và số lượng các biến được gom vào từng nhóm nhân tố. Căn cứ để xác định mỗi biến đo lường sẽ thuộc về nhóm nhân tố nào là dựa vào hệ số tải nhân tố Factor loading (EFA), tiêu chuẩn chấp nhận mối quan hệ tương quan giữa các biến trong nhóm là hệ số EFA > 0,5. Kết quả phân tích nhân tố EFA cho thấy 16 biến độc lập đều có hệ số EFA khá cao, từ 0,8 trở lên và được chia thành 5 nhóm nhân tố chính: chất lượng dịch vụ; chất lượng nhân viên; chất lượng hệ thống phân phối; sự hài lòng và giá cả dịch vụ; đánh giá chung của khách hàng.

Tất cả các nhân tố mới được tạo bằng cách lấy bình quân của các biến nằm trong các nhân tố mới đó và được sử dụng cho phân tích hồi quy đa biến.

2.2.3. Kiểm định tương quan giữa các biến trong mô hình (kiểm định hệ số Pearson)

Mô hình hồi quy được xây dựng gồm 5 biến độc lập ($X_1 \rightarrow X_5$), tác động đến biến phụ thuộc Y là chất lượng dịch vụ tại BIDV chi nhánh Thanh Hóa.

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Để lượng hóa mức độ chặt chẽ của mối liên hệ tuyến tính giữa hai biến định lượng trong mô hình hồi quy, người ta dùng hệ số tương quan Pearson. Nếu hệ số Pearson > 0,3 nghĩa là giữa hai biến có tương quan với nhau.

Bảng 5. Kiểm định hệ số tương quan giữa các biến

Correlations		Chất lượng dịch vụ BIDV chi nhánh Thanh Hóa	Chất lượng dịch vụ	Chất lượng nhân viên	Chất lượng hệ thống phân phối	Sự hài lòng và giá cả dịch vụ	Đánh giá chung của khách hàng
Pearson Correlation	Chất lượng dịch vụ BIDV chi nhánh Thanh Hóa	1.000	.916	.795	.917	.825	.805
Sig. (1-tailed)	Chất lượng dịch vụ BIDV chi nhánh Thanh Hóa	.	.000	.000	.000	.000	.000

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra trên phần mềm SPSS 22.0

Có thể thấy hệ số tương quan Pearson Correlation giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc đều rất cao (>0,7) và mang dấu dương, đồng thời các giá trị Sig. (1-tailed) đều bằng 0<0,05, cho thấy các biến có tương quan thuận với biến phụ thuộc và có ý nghĩa thống kê.

2.2.4. Xây dựng mô hình hồi quy và kiểm định sự phù hợp của mô hình

Phương pháp được sử dụng trong hồi quy đa biến là phương pháp chọn biến Stepwise (đưa từng biến vào mô hình để đánh giá mức độ tác động của từng nhân tố đến biến phụ thuộc, đồng thời có thể đánh giá được mức độ tác động của các biến còn lại khi chưa đưa một biến độc lập nào đó vào mô hình). Với phương pháp trên kết quả hồi quy mô hình cho thấy biến đưa vào đầu tiên (chất lượng dịch vụ) là biến tương quan mạnh nhất với biến phụ thuộc Y, tiếp đến là biến (sự hài lòng về giá cả và dịch vụ),... cuối cùng là biến (đánh giá chung của khách hàng) có tương quan yếu nhất với biến phụ thuộc, điều này cũng phù hợp với dự đoán ban đầu của nhóm tác giả.

Bảng 6. Kết quả hồi quy mô hình đa biến

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.196	.106		1.850	.001		
5 Chất lượng dịch vụ	.437	.046	.480	9.449	.000	.285	3.530
Sự hài lòng và giá cả dịch vụ	.163	.036	.189	4.507	.000	.423	2.346
Chất lượng nhân viên	.150	.034	.182	4.463	.000	.442	2.316
Chất lượng hệ thống phân phối	.118	.032	.140	3.724	.000	.530	1.883
Đánh giá chung của khách hàng	.082	.038	.109	2.166	.017	.351	2.971
a. Dependent Variable: Chất lượng tín dụng BIDV chi nhánh Thanh Hóa							

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra trên phần mềm SPSS 22.0

Từ bảng 6 ta rút ra được mô hình hồi quy phản ánh mối quan hệ giữa chất lượng tín dụng của Ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hóa với 5 nhóm nhân tố như sau:

Y (chất lượng dịch vụ của NH) = 0,48 chất lượng dịch vụ + 0,189 sự hài lòng và giá cả dịch vụ + 0,182 chất lượng nhân viên + 0,140 chất lượng hệ thống phân phối + 0,109 đánh giá chung của khách hàng.

Tất cả 5 nhóm nhân tố đều có mức ý nghĩa Sig $\alpha < 0,05$ và mức ý nghĩa của hằng số β_0 cũng có Sig $\alpha < 0,05$, do vậy các nhân tố là chấp nhận được trong mô hình hồi quy, chúng có tác động đến chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Trong đó tác động mạnh nhất là biến chất lượng dịch vụ ($\beta = 0,48$); thứ hai là biến sự hài lòng và giá cả dịch vụ ($\beta = 0,189$); thứ 3 là biến chất lượng nhân viên ($\beta = 0,182$); thứ tư là chất lượng hệ thống phân phối ($\beta = 0,140$); thứ năm là biến đánh giá chung của khách hàng ($\beta = 0,109$). Đồng thời các hệ số ($\beta > 0$) cho thấy các nhân tố có tác động cùng chiều đối với biến phụ thuộc.

Để kiểm định sự phù hợp của mô hình hồi quy cần dựa trên một số tiêu chuẩn, mô hình đưa ra được coi là phù hợp nếu thỏa mãn các yêu cầu sau:

Kiểm định F (kiểm định giả thuyết hệ số $R^2 = 0$) có Sig. $< 0,05$.

Các biến có hệ số Tolerance > 0.0001

Đại lượng chuẩn đoán hiện tượng Đa cộng tuyến với hệ số phóng đại phương sai VIF < 10

Đại lượng chuẩn đoán hiện tượng Tự tương quan với hệ số Durbin Watson nằm trong khoảng 1- 3.

Bảng 7. Hệ số R^2

Model Summary^f

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
5	.944 ^e	.890	.886	.154	2.297

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra trên phần mềm SPSS 22.0

Bảng 8. Kiểm định sự phù hợp của mô hình hồi quy (kiểm định F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
5 Regression	22.080	5	4.416	185.081	.000 ^f
Residual	2.720	114	.024		
Total	24.800	119			

Nguồn: Kết quả khảo sát số liệu điều tra trên phần mềm SPSS 22.0

Từ kết quả trong bảng 7 ta thấy $R^2 = 0,890$ và R^2 hiệu chỉnh = 0,886 cho thấy các biến trong mô hình có tương quan rất chặt chẽ với nhau, 5 nhóm nhân tố gần như giải thích được hoàn toàn (88,6%) sự thay đổi của chất lượng dịch vụ tại BIDV chi nhánh Thanh Hóa. Đồng thời hệ số Durbin - Watson = 2,297 (nằm trong khoảng từ 1 - 3) cho thấy không có hiện tượng tự tương quan trong mô hình.

Bảng 8 cho kết quả kiểm định F có Sig. = 0 $< 0,05$, như vậy có thể bác bỏ giả thuyết $R^2 = 0$, thể hiện sự phù hợp của mô hình hồi quy.

Bảng 6 cho chúng ta thấy các biến có hệ số Tolerance >0.0001 và hệ số VIF của các biến đều < 10, nghĩa là tính đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình là không đáng kể.

Kết luận: mô hình hồi quy là phù hợp, có thể dùng để phân tích các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ tại BIDV chi nhánh Thanh Hóa.

3. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Từ số liệu điều tra khách hàng, kết hợp với phương pháp phân tích nhân tố, phân tích hồi quy tương quan, bài viết đã đánh giá được tác động của 5 nhóm nhân tố đến chất lượng dịch vụ tại BIDV chi nhánh Thanh Hóa. Kết quả cho thấy nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ có tác động mạnh nhất và nhóm nhân tố đánh giá chung của khách hàng có tác động yếu nhất đến chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Trên cơ sở những phân tích đánh giá ở trên, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại BIDV chi nhánh Thanh Hóa như sau:

Thứ nhất, ngân hàng cần chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng

Đây là nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của ngân hàng vì vậy nâng cao chất lượng dịch vụ là điều ngân hàng cần chú trọng. Nâng cao chất lượng dịch vụ bằng rất nhiều cách như tăng cường năng lực điều hành, quản lý của cán bộ nhân viên, cải tiến các sản phẩm hiện có, đưa ra các sản phẩm dịch vụ mới để thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, tăng cường hơn nữa hoạt động tư vấn khách hàng... Ngoài ra, ngân hàng cần đẩy mạnh các dịch vụ ngân hàng hiện đại để có thể thực hiện các giao dịch của mình ngay tại nơi làm việc, đơn giản hóa thủ tục, tự động hóa thao tác thực hiện để giảm thiểu thời gian giao dịch của khách hàng. Hơn nữa, ngân hàng cần xây dựng quy trình xử lý nghiệp vụ nhất quán, thông suốt giữa các phòng để rút ngắn thời gian chờ đợi của khách hàng. Cải tiến công nghệ ngân hàng bằng cách tăng cường khai thác sử dụng hết các tính năng công nghệ hiện đại mà mình đang sở hữu đồng thời thường xuyên nâng cấp hệ thống công nghệ theo xu hướng phát triển không ngừng của khoa học công nghệ thông tin. Hiện đại hóa hệ thống thông tin liên lạc để khách hàng có thể liên hệ dễ dàng nhất với ngân hàng.

Thứ hai, cần có chính sách giá cả dịch vụ hợp lý

Chính sách giá cả dịch vụ hợp lý linh hoạt để ngân hàng vẫn bù đắp được chi phí hoạt động mà vẫn đảm bảo có lãi và nâng cao tính cạnh tranh của ngân hàng. Khi ngân hàng triển khai thành công mô hình giá linh hoạt, khách hàng sẽ cảm thấy thoải mái và vừa vặn khi sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Ngoài ra mọi chi phí sử dụng dịch vụ cần phải rõ ràng, minh bạch, công khai để khách hàng có thể tính trước được mọi chi phí sử dụng và không bị bất ngờ về chi phí bỏ ra. Cần thực hiện điều tra, cập nhật thông tin về lãi suất, phí dịch vụ, chương trình khuyến mãi, các ưu đãi cho khách hàng nhân dịp lễ tết và phản ứng của khách hàng với các chương trình này để có được chính sách tiếp thị khuyến mãi phù hợp.

Thứ ba, cần nâng cao chất lượng của đội ngũ nhân viên

Ngân hàng cần phải có chiến lược phát triển đội ngũ nhân viên của mình một cách lâu dài, có kế hoạch đào tạo và nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên, đảm bảo cán bộ ngân hàng có nghiệp vụ chuyên môn giỏi, đáp ứng được yêu cầu hiện đại hóa công nghệ ngân hàng. Có chính sách thu hút đội ngũ nhân viên giỏi về làm việc tại ngân hàng. Ngoài ra cần xây dựng đội ngũ nhân viên trẻ, năng động nhiệt tình, sáng tạo, có khả năng giao tiếp tốt và có trình độ chuyên môn cao. Thực hiện chuyên môn hoá với từng cán bộ, căn cứ vào năng lực sở trường và kinh nghiệm của từng nhóm cán bộ để phân công thực hiện công việc đối với một loại khách hàng nhất định. Xây dựng tác phong cũng như thái độ làm việc của nhân viên ngày càng chuyên nghiệp hơn, thân thiện hơn với khách hàng.

Thứ tư, phát triển hệ thống kênh phân phối

Hệ thống ngân hàng cần phát triển mạng lưới các chi nhánh, số lượng và chất lượng các phòng giao dịch thỏa mãn yêu cầu của khách hàng, phân bố hợp lý để khách hàng dễ giao dịch. Hệ thống ngân hàng phải có đầy đủ trang thiết bị hiện đại, đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách nhanh nhất mọi giao dịch. Địa điểm giao dịch phải được chọn lựa kỹ, có bãi đỗ xe rộng rãi, lối vào thuận tiện giúp cho việc thu hút khách hàng tốt hơn. Số cây ATM phải đầy đủ và phân bố hợp lý để khách hàng thuận tiện khi có nhu cầu rút hoặc chuyển khoản tiền.

Thứ năm, cần có chính sách chăm sóc khách hàng

Ngân hàng phải có chính sách chăm sóc khách hàng chu đáo, phải luôn theo sát khách hàng để biết những cảm nhận của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng để có hướng điều chỉnh hợp lý. Cần phải lắng nghe phản hồi, giải đáp thắc mắc và giải quyết các vấn đề cụ thể của khách hàng một cách tốt nhất có thể. Ngoài ra phải luôn duy trì chất lượng chăm sóc khách hàng không chỉ trong quá trình giao dịch mà còn là cả quá trình từ trước, trong và sau khi sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đồng Trung Chính (2013), *Chất lượng dịch vụ tín dụng tại ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam (VietinBank)*, Luận án Tiến sĩ Trường Đại học Thái Nguyên.
- [2] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2012), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb. Hồng Đức, Hà Nội.
- [3] Nguyễn Thị Hồng Yên (2015), *Phát triển dịch vụ ngân hàng tại ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Học viện Ngân hàng, Hà Nội.
- [4] Hair, J. F. Jr. (1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th ed. Prentice-Hall.
- [5] J.F. Hair, R. E. Anderson R. L. Tatham and William C. Black (1998), *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*, Prentice-Hall International, Inc.
- [6] Hair & ctg (1998,111), *Multivariate Data Analysis*, Prentice-Hall International.

EVALUATING FACTORS AFFECTING THE QUALITY OF SERVICE IN STOCK COMMERCIAL BANK FOR INVESTMENT AND DEVELOPMENT OF VIET NAM - THANH HOA BRANCH

Trinh Thi Thuy

ABSTRACT

Along with the trend of development and international integration, Bank services are aim of the development in commercial banks of Vietnam. In fact, the provision of banking services has brought a growing revenue for commercial banks. Therefore, improving the quality of banking services and is always a goal that the commercial banks are aiming at the article studies, analyzes and evaluates the factors affecting the quality of banking services in Commercial Bank for Investments and Development of Vietnam (BIDV) - Thanh Hoa branch, by means of scientific research, using SPSS software for building and testing models, analysing exploring factors and correlation regression. The research results show that there are 5 main factors affecting the quality of service at the bank: Service quality; employees quality; distribution system quality; Satisfaction and service prices; General assessment of customers. Through which the author proposed some solutions to improve the quality of banking services at BIDV Thanh Hoa.

Keywords: *Service, factor, customer.*