

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THẺ GHI NỢ NỘI ĐỊA TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG CHI NHÁNH ĐỒNG NAI

Lê Ngọc Diệp¹, Lê Đình Hải², Võ Thị Kim Hằng³,
Lê Huyền Trang⁴, Lê Thị Cẩm Nhung⁵, Hồ Thu Quyên⁶

^{1,3,4,5,6}Phân hiệu Trường Đại học Lâm nghiệp

²Trường Đại học Lâm nghiệp

TÓM TẮT

Trong nghiên cứu này, chúng tôi khảo sát 211 đối tượng là khách hàng cá nhân (KHCCN) tại huyện Trảng Bom đang sử dụng sản phẩm dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Đồng Nai (Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai). Kết quả phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) đã chỉ ra các nhân tố (1) “Hiệu quả phục vụ”, (2) “Sự tin cậy”, (3) “Năng lực phục vụ”, (4) “Phương tiện hữu hình” có ảnh hưởng một cách đáng kể đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai. Mối quan hệ giữa biến phụ thuộc (Sự hài lòng) và các biến độc lập được thể hiện trong phương trình hồi quy: $HL = 2,649 + 0,217 * HQ + 0,211 * TC + 0,140 * PT1 + 0,182 * NL1 + 0,155 * PT2 + 0,235 * NL2$. Kết quả nghiên cứu có thể làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp để góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của KHCCN đối với ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai nói riêng và các ngân hàng thương mại khác nói chung. Các giải pháp này bao gồm: (1) Nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng (2) Củng cố độ tin cậy cho khách hàng; (3) Củng cố sự tin cậy của khách hàng; (4) Nâng cao năng lực phục vụ cho các nhân viên; (5) Nâng cấp cơ sở vật chất cho ngân hàng.

Từ khóa: Khách hàng cá nhân, sự hài lòng, thẻ ghi nợ nội địa, Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cho đến nay đã có nhiều nghiên cứu về việc xác định các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ thẻ ATM tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Ví dụ: Nghiên cứu của Trần Hồng Hải (2014), Lê Hoàng Duy (2009), Huỳnh Minh Trường (2010), Bùi Phạm Thanh Bình và các tác giả (2016)... kết quả của các nghiên cứu này cho thấy có mối quan hệ chặt chẽ giữa các yếu tố thuộc nhóm độc lập như: sự tin cậy, sự đồng cảm của khách hàng, hiệu quả phục vụ, năng lực phục vụ của ngân hàng cũng như tác động của phương tiện hữu hình có ảnh hưởng rất lớn tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ thẻ ATM.

Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đồng Nai luôn là ngân hàng dẫn đầu về dịch vụ thẻ trên địa bàn tỉnh Đồng Nai so với các ngân hàng TMCP khác, chiếm trên 50% thị phần về thẻ ATM, Visa, Master và các đơn vị chấp nhận

thẻ POS, có thể chấp nhận thanh toán cho cả 6 loại thẻ tín dụng thông dụng nhất hiện nay là: Visa, MasterCard, JCB, American Express, Diners Club và China UnionPay. Các chi nhánh và phòng giao dịch của ngân hàng tập trung chủ yếu ở TP. Biên Hòa (9 địa điểm), huyện Long Thành (4 địa điểm), huyện Trảng Bom (2 địa điểm), huyện Nhơn Trạch (2 địa điểm), thị xã Long Khánh (2 địa điểm), huyện Thống Nhất (1 địa điểm).

Tại huyện Trảng Bom (có các phòng giao dịch Hồ Nai và Trảng Bom) - là một khu vực đông dân cư và có 4 khu công nghiệp tập trung (Bàu Xéo, Sông Mây, Hồ Nai, Giang Điền) thu hút hàng vạn người lao động. Vì vậy đây là một thị trường tiềm năng cho việc phát triển các dịch vụ của ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai. Tuy nhiên, trong bối cảnh số lượng ngân hàng thương mại ngày càng tăng với sự cạnh tranh khốc liệt, để có thể tồn tại và phát triển, ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai cần phải luôn luôn nâng cao được sự

thỏa mãn của khách hàng đối với các dịch vụ cung cấp. Chính vì lý do trên, việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương - chi nhánh Đồng Nai, làm cơ sở cho việc đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng cá nhân đối với dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương - Chi nhánh Đồng Nai là rất cấp thiết và có ý nghĩa thực tiễn cao.

II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở đánh giá thực trạng về sự hài lòng của KHCCN đối với chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương - chi nhánh Đồng Nai nhằm đề xuất một số giải pháp góp phần nâng

cao chất lượng dịch vụ KHCCN tại ngân hàng.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp chọn mẫu nghiên cứu

Dung lượng mẫu chính thức: Phương pháp phân tích dữ liệu chính được sử dụng cho nghiên cứu này là phân tích trên mô hình cấu trúc tuyến tính. Để đạt được ước lượng tin cậy cho phương pháp này, mẫu thường phải có dung lượng đủ lớn. Dựa theo kinh nghiệm (Bollen, 1989 trích dẫn từ Nguyễn Khánh Duy, 2009), với tối thiểu là 5 mẫu (tốt nhất là từ 10 trở lên) cho một tham số ước lượng, mô hình lý thuyết có 29 tham số cần ước lượng (Bảng 2). Mô hình đa biến có 29 tham số cần ước lượng, do đó kích thước mẫu tối thiểu cần thiết cho nghiên cứu chính thức là 145 (5*29). Dung lượng mẫu quan sát trong nghiên cứu này được thực hiện là n = 211 vì vậy tính đại diện của mẫu đảm bảo cho việc phân tích.

Bảng 1. Đặc trưng cơ bản của mẫu điều tra

Đặc điểm	Dung lượng mẫu (n = 211)		
	Tần số	Tỷ lệ %	% Tích lũy
Gới tính			
Nam	109	51,66	51,66
Nữ	102	46,92	100,0
Độ tuổi			
Từ 18 - 30 tuổi	72	34,12	34,12
Từ 31 - 40 tuổi	84	39,81	73,93
Từ 41 - 50 tuổi	33	15,64	89,57
Từ 51 - 60 tuổi	22	10,43	100,0
Trình độ học vấn			
Chưa tốt nghiệp phổ thông trung học	76	36,02	36,02
Phổ thông trung học	58	27,49	63,51
Trung cấp, cao đẳng	29	13,74	77,25
Đại học	28	13,27	90,52
Sau đại học	20	9,48	100,0
Thu nhập hàng tháng			
Dưới 3 triệu	28	13,27	13,27
Từ 3 - 5 triệu	67	31,75	45,02
Từ 6 - 10 triệu	88	41,71	86,73
Trên 10 triệu	28	13,27	100,0

2.2.2. Phương pháp thu thập số liệu

- Thông tin thứ cấp được thu thập thông qua các văn bản, tài liệu lưu hành trong ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai, các ấn phẩm, tạp chí chuyên ngành, internet...

- Thông tin sơ cấp được thu thập thông qua

phương pháp điều tra chọn mẫu ngẫu nhiên với bảng câu hỏi khảo sát các đối tượng là khách hàng cá nhân tại huyện Trảng Bom đang sử dụng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương - Chi nhánh Đồng Nai.

2.2.3. Phương pháp xử lý, phân tích

Bảng 2. Thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của KHCN đối với về chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai

STT	Tiêu thức	Mức độ đánh giá														
I. SỰ TIN CẬY																
1	Ngân hàng thực hiện các dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa đúng như những gì đã giới thiệu.	1	2	3	4	5										
2	Ngân hàng luôn bảo mật thông tin của khách hàng.	1	2	3	4	5										
3	Khi bạn thắc mắc hay khiếu nại, ngân hàng luôn giải quyết thỏa đáng.	1	2	3	4	5										
4	Ngân hàng được khách hàng rất tin nhiệm.	1	2	3	4	5										
5	Hệ thống máy ATM luôn hoạt động tốt.	1	2	3	4	5										
II. HIỆU QUẢ PHỤC VỤ																
1	Nhân viên của ngân hàng luôn phục vụ khách hàng nhanh chóng kịp thời.	1	2	3	4	5										
2	Nhân viên của ngân hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ khách hàng.	1	2	3	4	5										
3	Nhân viên ngân hàng hướng dẫn thủ tục cho khách hàng đầy đủ và dễ hiểu.	1	2	3	4	5										
4	Nhân viên ngân hàng luôn giải đáp nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng.	1	2	3	4	5										
5	Ngân hàng có các chứng từ giao dịch và tài liệu liên quan rõ ràng, không có sai sót.	1	2	3	4	5										
III. NĂNG LỰC PHỤC VỤ																
1	Nhân viên ngân hàng phục vụ khách hàng lịch thiệp, nhã nhặn.	1	2	3	4	5										
2	Nhân viên ngân hàng xử lý nghiệp vụ nhanh chóng, chính xác.	1	2	3	4	5										
3	Nhân viên ngân hàng luôn cung cấp các thông tin dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa cần thiết cho khách hàng.	1	2	3	4	5										
4	Nhân viên luôn có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc.	1	2	3	4	5										
5	Ngân hàng có đường dây nóng tư vấn dịch vụ thẻ 24/24.	1	2	3	4	5										
6	Danh mục các dịch vụ của thẻ ATM rất phong phú .	1	2	3	4	5										
7	Thẻ ATM ghi nợ nội địa được sử dụng để thanh toán hàng hóa, dịch vụ một cách dễ dàng.	1	2	3	4	5										
IV. SỰ ĐỒNG CẢM																
1	Ngân hàng luôn thể hiện sự quan tâm đến cá nhân khách hàng.	1	2	3	4	5										
2	Khách hàng không phải chờ đợi lâu để được phục vụ.	1	2	3	4	5										
3	Ngân hàng luôn chú ý đến nhu cầu của khách hàng.	1	2	3	4	5										
V. PHƯƠNG TIỆN HỮU HÌNH																
1	Ngân hàng có cơ sở vật chất hiện đại.	1	2	3	4	5										
2	Ngân hàng có các tài liệu, tờ rơi giới thiệu về dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa rất cuốn hút.	1	2	3	4	5										
3	Ngân hàng có hệ thống máy ATM phân bố rộng khắp.	1	2	3	4	5										
4	Các dịch vụ trên máy ATM được thiết kế dễ sử dụng.	1	2	3	4	5										
5	Địa điểm đặt máy ATM hợp lý, giúp khách hàng dễ nhận biết.	1	2	3	4	5										
6	Nơi đặt máy ATM sạch sẽ , không gian thoáng mát.	1	2	3	4	5										
7	Ngân hàng có chính sách phí dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa hợp lý.	1	2	3	4	5										
VI. SỰ TÍN NHIỆM																
1	Trong thời gian tới anh/chị vẫn sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa của ngân hàng.	1	2	3	4	5										
2	Anh/chị sẽ giới thiệu dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa của ngân hàng cho những người khác.	1	2	3	4	5										
VII. SỰ HÀI LÒNG																
1	Anh/chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch vụ thẻ ATM ghi nợ nội địa của ngân hàng.	1	2	3	4	5										
		<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Rất hài lòng</td> <td>Hài lòng</td> <td>Không ý kiến</td> <td>Không hài lòng</td> <td>Rất không hài lòng</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>					Rất hài lòng	Hài lòng	Không ý kiến	Không hài lòng	Rất không hài lòng	1	2	3	4	5
Rất hài lòng	Hài lòng	Không ý kiến	Không hài lòng	Rất không hài lòng												
1	2	3	4	5												

Nhìn chung, tại Việt Nam đã có một số các nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách hàng cá nhân đối với dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của các ngân hàng thương mại. Dựa trên các kết quả nghiên cứu của các tác giả, bao gồm: Lê Hoàng Duy (2009), Huỳnh Thúy Phương (2010), Lê Minh Thuận (2011), Trần Hồng Hải (2014), đồng thời dựa trên các điều kiện đặc thù của huyện Trảng Bom, tỉnh Đồng Nai có thể nhận diện các nhân tố tiềm năng ảnh hưởng đến ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách hàng cá nhân đối với dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai (Bảng 2).

Trong nghiên cứu các biến quan sát sử dụng thang đo Likert 5 mức độ và chi tiết được mô tả trong bảng 2. Bảng 2 cho thấy có 6 nhóm thang đo tiềm năng (có tổng số 29 biến quan sát) được sử dụng để đánh giá đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ KHCN tại huyện Trảng Bom; và 1 thang đo đại diện cho sự hài lòng chung của khách hàng.

Nghiên cứu sử dụng phần mềm phân tích thống kê IBM SPSS 23 cho áp dụng phân tích nhân tố khám phá EFA để xác định các nhân tố ảnh hưởng chủ yếu đến sự hài lòng của KHCN đối với dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương - chi nhánh Đồng Nai tại huyện Trảng Bom.

III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Một số khái niệm cơ bản

3.1.1. Dịch vụ

Dịch vụ là một hoạt động hoặc là một chuỗi hoạt động ít nhiều có tính chất vô hình nhưng không cần thiết, diễn ra trong các mối tương tác giữa khách hàng và nhân viên dịch vụ và các nguồn lực vật chất hoặc hàng hóa và các hệ thống cung ứng dịch vụ được cung cấp như là các giải pháp giải quyết các vấn đề của khách hàng (Gronroos, 1990, dẫn theo Paul Lawrence Miner, 1998).

Chất lượng dịch vụ thẻ là khả năng đáp ứng

dịch vụ thẻ đối với sự mong đợi của khách hàng sử dụng thẻ, hay nói cách khác là toàn bộ những hoạt động, lợi ích tăng thêm mà ngân hàng mang lại cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng quan hệ đối tác lâu dài với khách hàng thông qua sự tạo nên sự hài lòng cho khách hàng.

3.1.2. Sự hài lòng

Theo Kotler (2001): Sự hài lòng được xác định trên cơ sở so sánh giữa kết quả nhận được từ dịch vụ và mong đợi của khách hàng được xem xét dựa trên ba mức độ sau đây:

- Không hài lòng: khi mức độ cảm nhận khách hàng nhỏ hơn mong đợi.

- Hài lòng: khi mức độ cảm nhận của khách hàng bằng mong đợi.

- Rất hài lòng: khi mức độ cảm nhận của khách hàng lớn hơn mong đợi.

3.1.3. Thẻ ghi nợ nội địa

Thẻ ghi nợ nội địa là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt do các tổ chức tài chính, tín dụng phát hành cho khách hàng. Các tiện ích của thẻ ghi nợ nội địa đối với người sử dụng: rút tiền mặt từ tài khoản cá nhân, tiền VNĐ hoặc USD, kiểm tra số dư tài khoản, in sao kê các giao dịch gần nhất, chuyển khoản trong hệ thống ngân hàng, thanh toán hóa đơn dịch vụ.

Hiện nay tại Vietcombank có 3 loại thẻ ghi nợ nội địa đó là:

a. *Vietcombank Connect 24*: ra đời năm 2002, là sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa được phát hành tại Việt Nam và hiện đang được sử dụng rộng rãi trên toàn quốc

b. *Thẻ Co.opmart-Vietcombank*: ra đời ngày 02/08/2013, là sự kết hợp đầy đủ những tính năng ưu việt nhất của thẻ ghi nợ ngân hàng và thẻ khách hàng thân thiết của Co.opmart

c. *Thẻ Vietcombank AEON*: ra đời ngày 28/01/2015, thẻ đồng thương hiệu tích hợp đầy đủ tính năng của sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa của Vietcombank và tính năng của thẻ thành viên AEON: Tích lũy điểm thưởng mua hàng

với giá đặc biệt.

3.2. Kết quả phân tích mô hình dựa trên phân tích nhân tố khám phá

3.2.1. Kiểm định chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha

Thang đo và độ tin cậy của các biến quan sát được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha và phương pháp nhân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis). Yêu cầu để thang đo được chấp nhận là loại bỏ các

biến có hệ số tương quan biến tổng (item – total correlation) nhỏ hơn 0,3 và hệ số Cronbach's Alpha nhỏ hơn 0,6. Hơn nữa trong phân tích nhân tố khám phá EFA, những biến có hệ số tải nhân tố (Factor Loading) nhỏ hơn 0,5 sẽ bị loại khỏi thang đo vì có tương quan kém với nhân tố tiềm ẩn (khái niệm đo lường). Bước cuối cùng là kiểm định mô hình bằng phương pháp hồi quy đa biến với mức ý nghĩa thống kê 5%.

Bảng 3. Tổng hợp kết quả phân tích chất lượng thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha

STT	Nhóm biến	Số biến	Cronbach Alpha
1	Sự tin cậy (TC)	5	0,763
2	Hiệu quả phục vụ (HQ)	5	0,796
3	Năng lực phục vụ (NL)	7	0,754
4	Sự đồng cảm (DC)	3	0,695
5	Phương tiện hữu hình (PT)	7	0,770
6	Sự tín nhiệm (TN)	2	0,720

Qua kết quả kiểm định chất lượng thang đo ở bảng 3 ta thấy hệ số của tổng thể các đều lớn hơn 0,6. Như vậy hệ thống thang đo được xây dựng gồm 6 thang đo đảm bảo chất lượng tốt với 29 biến số đặc trưng.

3.2.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá - EFA

a. Kiểm định tính thích hợp của EFA

Trong bảng 4 ta có KMO = 0,853 thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$, như vậy phân tích nhân tố khám phá là thích hợp cho dữ liệu thực tế.

Bảng 4. Kiểm định KMO và Bartlett

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,853
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1321,459
	df	210
	Sig.	0.000

b. Kiểm định tương quan của các biến quan sát trong thước đo đại diện

Trong bảng 4 ta thấy kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0,05, như vậy các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện.

c. Kiểm định mức độ giải thích của các biến quan sát đối với nhân tố

Cột Cumulative của bảng 5 cho biết trị số

phương sai trích hay phương sai được giải thích là 61,174% điều này có nghĩa là 61,174% thay đổi của các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương - chi nhánh Đồng Nai được giải thích bởi các biến quan sát.

Bảng 5. Tổng phương sai được giải thích (Total Variance Explained)

Nhóm nhân tố	Tổng phương sai được giải thích (Total Variance Explained)								
	Eigenvalues khởi tạo			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Tổng	% của phương sai	Tỷ lệ % tích lũy	Tổng	% của phương sai	Tỷ lệ % tích lũy	Tổng	% của phương sai	Tỷ lệ % tích lũy
1	5,890	28,048	28,048	5,890	28,048	28,048	2,816	13,410	13,410
2	1,871	8,910	36,958	1,871	8,910	36,958	2,303	10,968	24,379
3	1,557	7,417	44,375	1,557	7,417	44,375	2,089	9,946	34,325
4	1,387	6,604	50,979	1,387	6,604	50,979	1,952	9,294	43,619
5	1,100	5,238	56,217	1,100	5,238	56,217	1,848	8,798	52,417
6	1,041	4,957	61,174	1,041	4,957	61,174	1,839	8,757	61,174
7	,890	4,238	65,411						
...						
20	,324	1,545	98,533						
21	,308	1,467	100,000						

d. Kết quả của mô hình

Bảng 6. Kết quả ma trận xoay (Rotated Component Matrix)

	Nhóm nhân tố (Component)					
	1	2	3	4	5	6
HQ4	.762					
HQ1	.730					
HQ2	.687					
HQ3	.672					
HQ5	.580					
TC1		.801				
TC2		.754				
TC3		.668				
TC5		.581				
PT2			.823			
PT3			.776			
PT1			.700			
NL1				.753		
NL2				.746		
NL4				.653		
PT6					.791	
PT5					.674	
PT7					.646	
NL6						.764
NL7						.690
NL5						.672

Qua kiểm định chất lượng thang đo và kiểm định của mô hình EFA, và kết quả của ma trận xoay (Bảng 6) đã nhận diện có 6 thang đo đại diện cho các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của KHCN về chất lượng dịch vụ thẻ ghi

nợ nội địa và 1 thang đo đại diện sự hài lòng của KHCN tại huyện Trảng Bom đối với các dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai (Bảng 7).

Bảng 7. Mô hình điều chỉnh qua kiểm định Crobach Alpha và phân tích nhân tố khám phá

STT	Thang đo	Biến đặc trưng	Giải thích thang đo
1	HQ (F1)	HQ1, HQ2, HQ3, HQ4, HQ5	Hiệu quả phục vụ của nhân viên
2	TC (F2)	TC1, TC2, TC3, TC5	Sự tin cậy của khách hàng
3	PT1 (F3)	PT1, PT2, PT3	Cơ sở vật chất
4	NL1 (F4)	NL1, NL2, NL4	Năng lực phục vụ của nhân viên
5	PT2 (F5)	PT5, PT6, PT7	Mạng lưới cây ATM
6	NL2 (F6)	NL5, NL6, NL7	Sự cung cấp, năng lực đáp ứng

e. Phân tích hồi qui đa biến

Để nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của KHCCN tại huyện Trảng Bom đối với chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai, mô hình tương quan tổng thể có dạng:

$$SHL = f(F_1, F_2, F_3, F_4, F_5, F_6)$$

Trong đó: SHL: Biến phụ thuộc; F₁, F₂, F₃, F₄, F₅, F₆: Biến độc lập.

Việc xem xét trong các trong các yếu tố F₁

đến F₆, yếu tố nào thật sự tác động đến sự hài lòng của KHCCN tại huyện Trảng Bom đối với các dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai một cách trực tiếp sẽ thực hiện được bằng phương trình hồi qui tuyến tính:

$$SHL = \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + \beta_3 F_3 + \beta_4 F_4 + \beta_5 F_5 + \beta_6 F_6$$

Trong đó, các biến đưa vào phân tích hồi qui được xác định bằng cách tính điểm của các nhân tố (Factor score).

Bảng 8. Tóm tắt mô hình (Model Summary)

Biến độc lập	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa(B)	Giá trị t	Mức ý nghĩa thống kê (Sig)	VIF	Hệ số hồi qui chuẩn hóa (Beta)	Mức độ đóng góp của các biến số (%)	Tầm quan trọng của các biến
(Constant)	2,649	70,327***	,000				
F1 (HQ)	,217	5,756***	,000	1,000	,303	19,07	2
F2 (TC)	,211	5,597***	,000	1,000	,295	18,54	3
F3 (PT1)	,140	3,698***	,000	1,000	,195	12,25	6
F4 (NL1)	,182	4,809***	,000	1,000	,253	15,93	4
F5 (PT2)	,155	4,092***	,000	1,000	,215	13,56	5
F6 (NL2)	,235	6,232***	,000	1,000	,328	20,65	1
Tổng					1,589	100	
Biến số phụ thuộc: HL- Sự hài lòng							
Dung lượng quan sát			211				
F			26,140***				
Hệ số R ²			0,435				
Hệ số R ² hiệu chỉnh			0,418				
Durbin Watson			2,237				
Ghi chú *** Sig. <0,01, ** Sig. <0,05, * Sig. <0,1							

Trong bảng 8, hệ số R² hiệu chỉnh 0,418. Như vậy 41,8 % sự thay đổi về sự hài lòng của KHCCN tại huyện Trảng Bom được giải thích bởi các biến độc lập của mô hình. Còn lại 58,2% sự hài lòng của KHCCN được giải thích bởi những nhân tố khác chưa có điều kiện đưa vào mô hình.

Kết quả ở bảng 8 cho thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 10, như vậy mô hình hồi qui không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số Durbin Watson (1 < d = 2,237 < 3), như vậy mô hình hồi qui không có hiện tượng tự tương quan. Kết quả từ hình 1 cho thấy mô hình hồi qui không có hiện tượng phương sai

của sai số thay đổi.

Trong bảng 8, với mức ý nghĩa Sig. < 0,01 của kiểm định F, có thể kết luận rằng mô hình đưa ra là phù hợp với dữ liệu thực tế. Hay nói cách khác, các biến độc lập có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc và với mức độ tin cậy 99%.

Cột mức ý nghĩa ở bảng 8 cho thấy tất cả các biến từ F₁ đến F₆ có mức ý nghĩa thống kê < 0,01. Như vậy, tất cả các nhân tố F₁ đến F₆ có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng tại huyện Trảng Bom đối với các dịch vụ của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai với mức độ tin cậy 99%.



Hình 1. Biểu đồ kết quả kiểm định hiện tượng phương sai của sai số thay đổi

f. Thảo luận kết quả hồi quy

Từ kết quả mô hình hồi quy cho thấy, mối quan hệ giữa biến phụ thuộc (Sự hài lòng) và 6 biến độc lập được thể hiện trong phương trình hồi quy sau:

$$HL = 2,649 + 0,217 * HQ + 0,211 * TC + 0,140 * PT1 + 0,182 * NL1 + 0,155 * PT2 + 0,235 * NL2$$

Các biến F1, F2, F3, F4, F5, F6 có quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc HL. Để xác định mức độ ảnh hưởng của các biến số độc lập ta xác định hệ số hồi quy chuẩn hóa (Beta). Các hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa có thể chuyển đổi dưới dạng phần trăm được thể hiện trong Bảng 8.

Qua kết quả Bảng 8 ta thấy thứ tự tầm quan trọng của các biến số ảnh hưởng đến sự hài lòng như sau: Cao nhất là F6 “Sự cung cấp, năng lực đáp ứng” (20,65%). Tiếp đến là F1 “Hiệu quả phục vụ của nhân viên” (19,07%), F2 “Sự tin cậy của khách hàng” (18,54%), F4 “Năng lực phục vụ của nhân viên” (15,93%), F5 “Mạng lưới cây ATM” (13,56%), F3 “Cơ sở vật chất” (12,25%).

Thông qua các kiểm định có thể gộp các nhân tố trên thành 4 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng thẻ ATM ghi nợ nội địa của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Đồng Nai tại huyện Trảng Bom là: (1) “Hiệu quả phục vụ”, (2) “Sự tin cậy”, (3) “Năng lực phục vụ”, (4) “Phương tiện hữu hình”.

3.2. Gợi mở các giải pháp góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ KHCN tại Ngân hàng Vietcombank – chi nhánh Đồng Nai

Dựa vào kết quả phân tích thực trạng và các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của KHCN về chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng Vietcombank – chi nhánh Đồng Nai có thể đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ này như sau:

3.2.1. Nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng

Hiệu quả phục vụ khách hàng là một trong những nhân tố ảnh hưởng đáng kể tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân tại huyện Trảng Bom về chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai. Vì vậy, Ngân hàng cần quan tâm đến việc tuyển dụng, đào tạo đội ngũ cán bộ công nhân viên và không ngừng hoàn thiện khả năng phục vụ khách hàng.

Về trình độ nhân viên, dịch vụ: Đối với nhân viên mới, cần tổ chức đào tạo lại trong thời gian 2 tháng thử việc. Đối với các nhân viên cũ, ngân hàng cần thường xuyên tổ chức các lớp bồi dưỡng, nâng cao, cập nhật các kiến thức mới về nghiệp vụ thẻ.

Về công tác khách hàng: thực hiện tốt việc chăm sóc khách hàng thông qua thái độ, hành vi, cử chỉ của nhân viên khi tiếp xúc, tư vấn cho khách hàng. Ngân hàng phải quyết liệt, triệt để nâng cao chất lượng, phong cách giao dịch phục vụ khách hàng để mỗi cán bộ Vietcombank là một đại sứ thương hiệu tốt.

Nhân viên giao dịch với khách hàng phải thường xuyên cập nhật thông tin sản phẩm mới của Vietcombank để có kiến thức tốt về sản phẩm, trau dồi kỹ năng bán hàng tốt từ đó làm tốt công tác tư vấn, chăm sóc khách hàng cũng như bán sản phẩm. Đồng thời nhân viên phải

thông báo đầy đủ các chương trình khuyến mại, tri ân cho khách hàng khi đến giao dịch. Mục tiêu hướng tới xây dựng một đội ngũ cán bộ thành thạo nghiệp vụ, phong cách phục vụ nhiệt tình, chuyên nghiệp, tạo ấn tượng tốt cho khách hàng.

3.2.2. *Củng cố sự tin cậy của khách hàng*

Từ nghiên cứu trên ta thấy, yếu tố Sự tin cậy của khách hàng ảnh hưởng 18,54% tới sự hài lòng của KHCN tại huyện Trảng Bom đối với dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai. Vì vậy, trong thời gian tới, Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai cần đẩy nhanh nâng cao năng suất lao động theo hướng nâng cao trình độ, kỹ năng tác nghiệp, tăng tốc độ xử lý công việc, rà soát, chuẩn hóa quy trình, thủ tục đối với dịch vụ cho khách hàng theo hướng đơn giản, thân thiện, dễ tiếp cận, tiết kiệm chi phí và thời gian cho khách hàng, đảm bảo mọi giao dịch đều được thực hiện nhanh chóng, an toàn, chính xác để nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Yếu tố thời gian có tác động rất lớn trong việc cạnh tranh giữa các Ngân hàng.

Tổ chức công tác giải quyết khiếu nại của khách hàng kịp thời và đạt chất lượng tốt từ Hội sở chính tới chi nhánh nhằm gia tăng sự thỏa mãn và trung thành của khách hàng với dịch vụ của Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai.

Các phòng giao dịch Trảng Bom và Hồ Nai cần thực hiện định vị lại vị trí của dịch vụ Vietcombank trên thị trường thông qua việc thường xuyên rà soát, đánh giá đặc tính sản phẩm dịch vụ của Vietcombank, so sánh với đối thủ cạnh tranh xác định điểm mạnh, điểm hạn chế trong hoạt động kinh doanh của Vietcombank để xây dựng danh mục sản phẩm/dịch vụ chuẩn, đa dạng, phong phú về tiện ích, chất lượng, có hàm lượng công nghệ cao và có những đặc điểm hấp dẫn so với các sản phẩm trên thị trường nhằm tạo ra sự khác biệt trong cạnh tranh.

Đối với hoạt động phát hành thẻ cần tăng

cường đào tạo khách hàng nâng cao cảnh giác trong quản lý và sử dụng thông tin cá nhân, thông tin thẻ để phòng ngừa rủi ro trong đó đặc biệt lưu ý đối với các giao dịch thương mại điện tử.

3.2.3. *Không ngừng nâng cao sự thuận tiện cho khách hàng sử dụng dịch vụ, nâng cao năng lực phục vụ của nhân viên*

Để có thể nâng cao sự thuận tiện cho khách hàng sử dụng dịch vụ, nâng cao năng lực phục vụ của nhân viên, trong thời gian tới Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai cần:

Cải tiến thủ tục và quy trình giao dịch: Tốc độ xử lý giao dịch và xử lý phản hồi nhanh chóng, chính xác với những thắc mắc, khiếu nại của khách hàng và liên tục chăm sóc khách hàng là một trong những chìa khóa đem lại sự hài lòng và niềm tin cho khách hàng. Bên cạnh đó, nhân viên giao dịch cần trao đổi nghiệp vụ, thao tác tác nghiệp phải nhanh chóng và chính xác đối với từng yêu cầu của khách hàng. Đồng thời, các phòng giao dịch cũng cần cải tiến quy trình phản hồi thông tin và xử lý khiếu nại, đảm bảo các bước từ tiếp nhận hồ sơ, xử lý thắc mắc khiếu nại đến thông báo kết quả cho khách hàng phải nằm trong khung thời gian tối đa cho phép, đồng thời đảm bảo quy trình này được tuân thủ nghiêm túc.

Khách hàng phải luôn luôn được cập nhật xem thắc mắc của mình đang được giải quyết đến đâu và khi nào có kết quả xử lý.

3.2.4. *Chú trọng các yếu tố liên quan đến sự hữu hình (cơ sở vật chất và mạng lưới cây ATM)*

Cơ sở vật chất của ngân hàng và mạng lưới cây ATM cũng là những nhân tố ảnh hưởng đáng kể tới sự hài lòng của KHCN tại huyện Trảng Bom đối với chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai. Để có thể nâng cao chất lượng dịch vụ này, Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai cần duy trì hiệu quả và mở rộng mạng lưới giao dịch gồm: Phòng Giao dịch/ATM để tạo điều kiện cho khách hàng giao dịch thuận lợi hơn,

khai thác tối đa nền khách hàng bán lẻ.

Tăng cường và thực hiện nghiêm túc công tác vệ sinh địa điểm đặt máy nhằm đảm bảo mỹ quan, nhận diện thương hiệu, hình ảnh chung của Vietcombank bao gồm: Vệ sinh bên trong Cabin đặt máy ATM, vệ sinh các bộ phận đảm bảo máy hoạt động tốt; bổ sung thùng đựng rác tại khu vực Cabin ATM còn thiếu, dọn dẹp vệ sinh khu vực xung quanh Cabin ATM; Định kỳ hàng ngày thực hiện kiểm tra, bóc dỡ và làm vệ sinh sạch sẽ khu vực Cabin ATM, bóc dỡ những thông tin quảng cáo rao vặt gây mất thẩm mỹ, ảnh hưởng hình ảnh của Vietcombank, bóc dỡ Poster/tờ rơi chương trình Vietcombank đã hết hạn, thay thế bằng những tờ rơi chương trình đang triển khai. Tiến hành kiểm tra an ninh thường xuyên khu vực Cabin ATM (ngoài thời điểm tiếp quỹ), giảm thiểu tình trạng nhiều đối tượng vào khu vực Cabin ATM để xả rác, hoặc đặt tờ rơi, dán quảng cáo rao vặt gây ảnh hưởng xấu đến hình ảnh Vietcombank. Lắp đặt và kiểm tra hoạt động của hệ thống quạt thông gió, điều hòa để đảm bảo sự thoáng mát, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi giao dịch. Đảm bảo có đủ ánh sáng tại máy ATM để khách hàng có thể thực hiện giao dịch vào ban đêm.

Phát triển mạng lưới Phòng giao dịch, ATM: cần đặc biệt tập trung phát triển mạng lưới Phòng giao dịch, máy ATM đến các xã của huyện Trảng Bom, các khu công nghiệp; các trường Đại học, Cao đẳng, Trung cấp trên địa bàn huyện; Phát triển các cụm ATM (2-3 ATM trở lên), ưu tiên lắp đặt các máy ATM tần suất giao dịch thấp, riêng lẻ thành cụm, lắp đặt trên những tuyến phố chính, khu vực đông dân cư để tăng cường quản lý, quảng bá thương hiệu, hình ảnh và đáp ứng nhu cầu của khách hàng, tránh phân bổ manh mún không đảm bảo an toàn hoạt động đồng thời thuận tiện trong tiếp quỹ và quản lý giám sát máy ATM.

Khắc phục tình trạng máy ATM không

được tiếp quỹ kịp thời: thường xuyên theo dõi giám sát số tiền còn lại trên máy ATM để có phương án tiếp quỹ kịp thời, tránh để tình trạng tất cả các máy ATM cùng một địa điểm ngừng hoạt động hết mới có phương án khắc phục. Tăng cường bộ phận tiếp quỹ liên tục luân phiên hơn nữa vào những ngày đặc biệt. Thường xuyên kiểm tra, bảo trì các máy ATM, phát hiện những máy phát sinh lỗi giao dịch cần nhanh chóng sửa chữa, nâng cấp kịp thời, tránh tình trạng bàn phím máy lúc được lúc không, màn hình không rõ, gây phiền hà cho khách hàng.

Cần tăng cường kiểm tra, giám sát hệ thống ATM đảm bảo hoạt động an toàn, ổn định, cụ thể lắp đặt hệ thống báo động và camera giám sát ATM nhằm cảnh báo an ninh cho ATM, đảm bảo hệ thống báo động hoạt động liên tục và ổn định, đảm bảo an toàn bảo mật cho hệ thống camera; Thường xuyên giám sát tình trạng hoạt động của máy ATM, hệ thống camera đặc biệt vào các ngày cuối tuần, các dịp nghỉ lễ để kịp thời phát hiện lỗi, sự cố hệ thống camera, các trường hợp nghi ngờ bất thường như lắp đặt thiết bị lạ nhằm đánh cắp dữ liệu thẻ/phá hoại các bộ phận trên ATM; Bố trí đúng, đủ nhân sự tham gia quá trình kiểm quỹ, tiếp quỹ máy ATM, tăng cường công tác bảo vệ trong quá trình tiếp quỹ, kiểm quỹ ATM.

IV. KẾT LUẬN

Việc nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của KHCCN tại huyện Trảng Bom đối với chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai là rất cấp thiết sẽ giúp ngân hàng phát huy các yếu tố tích cực, quan trọng và hạn chế các yếu tố tiêu cực để góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại ngân hàng. Nghiên cứu này có mục tiêu xây dựng và kiểm định mô hình biểu thị mối quan hệ giữa các nhân tố ảnh hưởng và sự hài lòng của KHCCN tại huyện Trảng Bom đang sử dụng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của Ngân hàng Vietcombank – chi nhánh Đồng Nai.

Nghiên cứu đã khảo sát bằng bảng hỏi cho 211 khách hàng đang sử dụng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa của ngân hàng Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai và đã sử dụng các mô hình phân tích nhân tố khám phá cho việc xác định được các nhân tố ảnh hưởng chủ yếu đến sự hài lòng của KHCCN trên địa bàn huyện Trảng Bom, bao gồm: (1) “Phương tiện hữu hình”, (2) “Hiệu quả phục vụ”, (3) “Sự tin cậy”, (4) “Năng lực phục vụ”.

Trên cơ sở các nhân tố ảnh hưởng, một số giải pháp cũng đã được đề xuất nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa tại Ngân hàng theo thứ tự ưu tiên của các giải pháp theo mức độ ảnh hưởng của các nhân tố. Những giải pháp này có thể góp phần hỗ trợ cho việc thực hiện các chính sách, chiến lược phát triển của Ngân hàng Vietcombank – chi nhánh Đồng Nai cũng như toàn hệ thống Vietcombank ở Việt Nam được hiệu quả hơn.

FACTORS INFLUENCING SATISFACTION OF INDIVIDUAL CUSTOMERS FOR SERVICE QUALITY OF DOMESTIC DEBIT CARDS IN VIETCOMBANK - BRANCH DONG NAI

**Le Ngoc Diep¹, Le Dinh Hai², Vo Thi Kim Hang³,
Le Huyen Trang⁴, Le Thi Cam Nhung⁵, Ho Thu Quyen⁶**
^{1,3,4,5,6}*Vietnam National University of Forestry - Southern Campus*
²*Vietnam National University of Forestry*

SUMMARY

In this research, we surveyed 211 individual customers who were using service of domestic debit cards from Vietcombank – Dong Nai Branch in Trảng Bom district, Dong Nai province. The analysis of Exploratory Factor Analysis (EFA) indicated that factors (including: Service Efficiency, Reliability, Service Competency, and Tangibles), significantly influenced satisfaction of individual customers for service quality of domestic debit cards from Vietcombank – Dong Nai Branch. Relationship between customer’s satisfaction for using service of domestic debit cards from Vietcombank in the study area and influential factors is presented as the following equation: $HL = 2,649 + 0,217*HQ + 0,211*TC + 0,140*PT1 + 0,182*NL1 + 0,155*PT2 + 0,235*NL2$. The findings of this research, therefore, provided implications for solution development, with the aims to improve the service quality of domestic debit cards from Vietcombank – Dong Nai Branch in Trảng Bom district, Dong Nai province. These solutions included: (1) Improve efficiency of customer’s services; (2) Consolidate reliability of customers; (3) Improve competency of staff; and (4) Upgrade facilities of the Bank.

Keywords: Domestic debit card, individual customers, satisfaction, Vietcombank - Dong Nai branch.

Ngày nhận bài : 23/10/2017

Ngày phản biện : 25/11/2017

Ngày quyết định đăng : 04/12/2017

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Hoàng Duy (2009). *Đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương - chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
2. Trần Hồng Hải (2014). *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương - chi nhánh Vĩnh Long*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Tài chính – Marketing.
3. Ngân hàng TMCP Ngoại thương - chi nhánh Đồng Nai (2012- 2014). *Báo cáo thường niên*.
4. Philip Kother (2001). *Những nguyên lý tiếp thị*. Nxb. Thống kê.
5. Huỳnh Thúy Phương (2010). *Nâng cao sự hài lòng khách hàng về thẻ Connect24 của ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương – chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
6. Lê Minh Thuận (2011). *Đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ thanh toán tại Vietcombank - chi nhánh Đồng Nai*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.