



ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
THAINGUYEN UNIVERSITY

ISSN 1859 - 2171

TẠP CHÍ
KHOA HỌC
CÔNG NGHỆ
JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

CHUYÊN SAN KHOA HỌC XÃ HỘI - NHÂN VĂN - KINH TẾ
SOCIAL SCIENCES - HUMANITIES - ECONOMICS

Tập 175, số 15, 2017

CHUYÊN SAN KHOA HỌC XÃ HỘI – NHÂN VĂN – KINH TẾ

Mục lục	Trang
Bùi Hoàng Tân - Tình hình sở hữu ruộng đất công ở huyện Hà Châu, tỉnh Hà Tiên qua nghiên cứu tư liệu địa bạ năm Minh Mạng thứ 17 (1836)	3
Đoàn Thị Yến - Vua Tự Đức với vấn đề Công giáo trước và sau năm 1862	9
Trần Minh Thuận - Vấn đề ruộng đất và các cuộc đấu tranh tự phát của nông dân ở tỉnh Bạc Liêu thời Pháp thuộc	15
Đồng Văn Quân - Các kiểu chế độ dân chủ trong lịch sử và nền dân chủ xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay	21
Lê Thị Giang, Lê Thị Hương - Nguồn gốc hình thành tư tưởng Hồ Chí Minh về con người và xây dựng con người	27
Cao Thị Phương Nhung, Ngô Thị Quang - Chủ tịch Hồ Chí Minh bàn về công tác học tập lí luận trong tác phẩm “Diễn văn khai mạc lớp học lí luận khóa I trường Nguyễn Ái Quốc”	33
Lưu Thu Trang - Bi kịch của nhân vật Grigori Melekhov qua mối quan hệ với hai nhân vật nữ Aksinia và Natalia trong tác phẩm <i>Sông Đông êm đềm</i> (M. Sholokhov)	39
Hoàng Thị Tuyết Mai - Thế giới trắng trong thơ Nguyễn Huy Oánh	45
Nguyễn Diệu Linh - Cá sinh trong văn hóa ẩm thực của người Thái trắng ở xã Sơn A, huyện Văn Chấn, tỉnh Yên Bái	49
Nguyễn Thị Tân Tiến, Hà Thị Hằng - Sự khác biệt về kết quả chuẩn đầu ra tin học của sinh viên học học phần Tin học đại cương với sinh viên đạt chứng chỉ IC3 ở trường Đại học Y – Dược, Đại học Thái Nguyên	55
Đầu Thị Thu - Rèn luyện nghiệp vụ sư phạm cho sinh viên thông qua hoạt động trải nghiệm thực tế nghề nghiệp	61
Nguyễn Ngọc Bính, Dương Tố Quỳnh - Thực trạng công tác kiểm tra, đánh giá kết quả học tập môn bóng chuyền cho sinh viên trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh - Đại học Thái Nguyên	67
Lưu Quang Sáng - Một số phương pháp dạy học chữ Hán cho người Việt	73
Hoàng Thị Hải Yến - Vận dụng tư tưởng Hồ Chí Minh về đạo đức trong việc xây dựng đạo đức, lối sống cho sinh viên trường Đại học Kỹ thuật Công nghiệp – Đại học Thái Nguyên hiện nay	79
Phùng Thị Tuyết, Nông Hồng Hạnh - Đánh giá trong dạy học qua đề án ở bộ môn tiếng Trung Quốc - Khoa Ngoại ngữ - Đại học Thái Nguyên	85
Trần Hoàng Tinh - Thực trạng và biện pháp xây dựng kế hoạch, chỉ đạo thực hiện giáo dục tính kỷ luật cho sinh viên tại Trung tâm Giáo dục Quốc phòng và An ninh	91
Hoàng Thị Lý - Vai trò của hoạt động giảng dạy trong việc làm tăng khả năng đọc hiểu tiếng Anh của sinh viên năm nhất	97
Dương Thị Hồng An, Đặng Phương Mai - Đánh giá phần mềm hỗ trợ học tập và giảng dạy tiếng Anh tại trường Đại học Công nghệ Thông tin và Truyền thông – Đại học Thái Nguyên	103
Tạ Thị Mai Hương, Nguyễn Văn Thịnh, Nguyễn Thị Hạnh Hồng - Tác động của việc sử dụng hồ sơ bài tập lên sự phát triển kĩ năng nghe hiểu của sinh viên: nghiên cứu trường hợp tại trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh – Đại học Thái Nguyên	109
Trần Tuấn Anh, Đỗ Văn Hải, Trần Thị Thu Thủy, Hoàng Văn Hùng - Nghiên cứu xây dựng cơ sở dữ liệu đất đai đa mục tiêu phục vụ công tác quản lý tại phường Cốc Lếu, thành phố Lào Cai	115
Nguyễn Thị Gấm, Đào Thị Hương - Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ ngân hàng tới sự thỏa mãn của khách hàng tại Vietinbank - chi nhánh Thái Nguyên	121
Nguyễn Thị Thanh Thủy - Đầu tư trực tiếp nước ngoài với sự phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam	129

Chu Thị Hà, Đỗ Thị Hà Phương, Nguyễn Thị Giang, Lin Xiao Wu - Nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động tri thức tại Việt Nam	135
Trần Viết Khanh, Đỗ Thúy Mùi - Một số giải pháp phát triển nông nghiệp vùng Tây Bắc	141
Nguyễn Thị Lan Anh - Tăng cường quản lý sử dụng kinh phí cho hoạt động y tế tại Bệnh viện Đa khoa Trung ương Thái Nguyên	147
Nguyễn Thị Giang, Đỗ Thị Hà Phương, Chu Thị Hà, Hồ Lương Xinh - Hiệu quả kinh tế trong sản xuất nấm ăn của các hộ gia đình ở huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên	153
Đỗ Thị Vân Hương - Phân tích hiệu quả mô hình trồng cây cà phê chè (<i>Arabica</i>), cây mắc ca (<i>Macadamia</i>) tại xã Ảng Tờ, huyện Mường Ảng, tỉnh Điện Biên	159
Đặng Ngọc Huyền Trang, Dương Thị Thùy Linh - Xác định mối quan hệ giữa nguồn đầu tư trực tiếp nước ngoài và cán cân thương mại ở Việt Nam	165
Dương Thị Tinh - Thực trạng tái cơ cấu doanh nghiệp nhà nước năm 2016 và giải pháp cho những năm tiếp theo	171
Phạm Thị Thanh Mai, Nghiêm Thị Ngoan - Đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ đối với sản phẩm chè mang chỉ dẫn địa lý “Tân Cương” của tỉnh Thái Nguyên	177
Nguyễn Thị Thảo - Kết quả thực hiện chương trình giảm nghèo tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2011-2015	183
Nguyễn Thị Lan Anh, Đào Thị Hương - Phát triển mối liên kết các tác nhân trong chuỗi giá trị ngành hàng chè tỉnh Thái Nguyên	189
Trần Thùy Linh, Đỗ Hoàng Yến - Hoàn thiện các quy định về xác định hành vi lạm dụng vị trí thống lĩnh thị trường theo Luật Cạnh tranh 2004	195
Nguyễn Thị Mỹ Hạnh, Ngô Thị Quỳnh Trang, Phạm Thị Thu Phương, Hoàng Thị Lan Hương - Các rào cản trong việc áp dụng tiêu chuẩn khách sạn xanh ASEAN tại Hà Nội	201
Phan Thị Vân Giang, Phạm Bảo Dương - Một số vấn đề lý luận và bài học kinh nghiệm liên kết kinh tế trong chăn nuôi và tiêu thụ lợn thịt	207

ẢNH HƯỞNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TỚI SỰ THỎA MÃN CỦA KHÁCH HÀNG TẠI VIETINBANK- CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

Nguyễn Thị Gấm*, Đào Thị Hương

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh – ĐH Thái Nguyên

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ và chất lượng sản phẩm tới sự thỏa mãn của khách hàng. Mô hình hồi quy đa biến, bao gồm (i) các yếu tố hữu hình, (ii) độ tin cậy, (iii) độ phản hồi, (iv) năng lực phục vụ, (v) sự cảm thông và (vi) chất lượng sản phẩm) đã được sử dụng để xác định các yếu tố ảnh hưởng tới sự thỏa mãn của khách hàng đối với dịch vụ tiền gửi cá nhân tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên. 350 khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi của ngân hàng đã được lựa chọn ngẫu nhiên để điều tra. Kết quả nghiên cứu cho thấy (i) các yếu tố hữu hình, (ii) độ tin cậy, (iii) năng lực phục vụ, (iv) sự cảm thông và (v) chất lượng sản phẩm có ảnh hưởng tới sự thỏa mãn khách hàng. Trong đó, sự cảm thông có sự ảnh hưởng lớn nhất tới sự thỏa mãn khách hàng.

Từ kết quả nghiên cứu này, một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tăng sự thỏa mãn của khách hàng đối với Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên đã được đề xuất.

Từ khóa: *Yếu tố ảnh hưởng; chất lượng dịch vụ; thỏa mãn khách hàng; ngân hàng; Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.*

ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay ở Việt Nam, cạnh tranh trong ngành ngân hàng ngày càng trở nên khốc liệt. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm duy trì khách hàng cũ và thu hút được khách hàng trở thành một trong những yếu tố quan trọng, quyết định sự thành công của ngân hàng trên thị trường. Chiến lược có định hướng khách hàng đã trở thành một trong chiến lược kinh doanh quan trọng nhất đối với mỗi tổ chức nói chung và đối với ngành ngân hàng nói riêng. Trong những năm gần đây, việc nghiên cứu về chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng đã nhận được nhiều sự chú ý của các nhà nghiên cứu nhằm xác định đúng nhu cầu của khách hàng và giúp ngân hàng phục vụ khách hàng tốt hơn, làm cho họ thỏa mãn hơn, giữ mối quan hệ hợp tác lâu dài với ngân hàng. Điều này cũng góp phần xây dựng thương hiệu và định vị hình ảnh của ngân hàng trên thị trường.

Khách hàng là người quyết định sự tồn tại của ngân hàng dựa trên mức độ thỏa mãn về chất lượng dịch vụ mà họ sử dụng. Mọi hoạt động của ngân hàng đều tập trung vào thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và làm thế nào họ

tiếp tục sử dụng các dịch vụ của ngân hàng. Ngân hàng tập trung nỗ lực của mình vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ, nhằm duy trì khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng mà còn tạo được mối quan hệ tốt với khách hàng nhằm hạn chế khách hàng chuyển sang sử dụng dịch vụ khác hấp dẫn hơn của đối thủ.

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương Việt Nam - Chi nhánh Thái Nguyên (Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên) là một trong số những ngân hàng lớn ở hoạt động trên địa bàn thành phố Thái Nguyên cũng như ở tỉnh Thái Nguyên. Đây là ngân hàng thương mại cổ phần, có nhiều năm hoạt động, có số lượng khách hàng giao dịch lớn. Trong những năm gần đây, việc cạnh tranh thu hút và duy trì khách hàng giữa các ngân hàng trên địa bàn cũng diễn ra khốc liệt. Vietinbank là một ngân hàng được thành lập lâu năm ở Thái Nguyên, chất lượng dịch vụ còn hạn chế so với các ngân hàng thương mại khác mới được thành lập trên địa bàn, còn những khách hàng chưa thỏa mãn với chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Câu hỏi đặt ra là yếu tố chất lượng dịch vụ nào ảnh hưởng tới sự thỏa mãn của khách hàng? Làm thế nào để nâng cao chất lượng dịch vụ của Vietinbank - Chi nhánh

* Tel: 0912805980; Email: ntgam@yahoo.com

Thái Nguyên là mối quan tâm lớn của ban lãnh đạo ngân hàng ở đây. Chính vì lý do đó, chúng tôi chọn đề tài: **“Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ ngân hàng tới sự thỏa mãn của khách hàng tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên”**.

MỤC ĐÍCH, NỘI DUNG, THỜI GIAN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Mục đích nghiên cứu: Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định ảnh hưởng của các yếu tố chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn khách hàng. Trên cơ sở đó, đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm thỏa mãn hơn nữa khách hàng Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên trong thời gian tới, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh, năng lực và vị thế cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường hiện nay.

Nội dung nghiên cứu: Đề tài tập trung nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn khách hàng đối với dịch vụ tiền gửi cá nhân tại Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên. Trong khuôn khổ nghiên cứu của đề tài, chúng tôi sử dụng mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman (1988) [2] với các yếu tố như phương tiện hữu hình, độ tin cậy, độ phản hồi, năng lực phục vụ và sự cảm thông tới sự thỏa mãn của khách hàng. Ngoài ra, để phù hợp với điều kiện thực tế của Thái Nguyên, nghiên cứu bổ sung thêm một biến nữa vào mô hình.

Thời gian nghiên cứu: Đề tài tiến hành thu thập số liệu điều tra thực tế tháng 8 đến tháng 10 năm 2016.

Địa điểm nghiên cứu: Đề tài được thực hiện tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

Phương pháp thu thập số liệu: Số liệu sơ cấp được thu thập từ phiếu điều tra thực tế từ khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi cá nhân tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

- Quy mô mẫu:

Tổng số khách hàng có sử dụng dịch vụ tiền gửi cá nhân của Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên hơn 4.000 người tính đến tháng 6/2016. Vì vậy, quy mô mẫu sẽ được tính theo công thức sau [1]:

$$N = \frac{NZ^2 p(1-p)}{Nd^2 + Z^2 p(1-p)} = \frac{4000(1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}{4000(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(1-0.5)} = 350$$

Trong đó:

n = Quy mô mẫu mong muốn

Z= Độ lệch chuẩn, mức 1.96, tương ứng với mức 95% độ tin cậy

p = Phần tổng thể mục tiêu được đánh giá là có những đặc điểm chung cụ thể, thường mức 50% (0.5)

d = độ chính xác kỳ vọng, thường để ở mức 0.05

- **Tiêu chí chọn mẫu:** Mẫu được chọn ngẫu nhiên từ số khách hàng của ngân hàng, những người đáp ứng 2 tiêu chí sau: có ít nhất một năm sử dụng dịch vụ tiền gửi của ngân hàng và ít nhất sử dụng 1 năm 2 lần trong 1 năm qua.

- **Tổng số phiếu phát ra** là 360 phiếu và số phiếu thu về là 353 phiếu và 350 hợp lệ được dùng để phân tích.

Phương pháp phân tích

Mô hình hồi quy được sử dụng để phân tích ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn của khách hàng đối với dịch vụ tiền gửi cá nhân tại Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên.

$$Y_i = B_0 + B_1 X_{1i} + B_2 X_{2i} + B_3 X_{3i} + \dots B_k X_{ki} + \varepsilon_i$$

Trong đó:

Y_i = biến phụ thuộc (Sự thỏa mãn của khách hàng)

X_k = các biến độc lập với X_1 (yếu tố hữu hình); X_2 (độ tin cậy); X_3 (Mức độ phản hồi); X_4 (Năng lực phục vụ), X_5 (Mức độ cảm thông) và X_6 (Chất lượng sản phẩm)

B_0 = hằng số

B_k = các hệ số hồi quy ($i > 0$)

ε_i = thành phần ngẫu nhiên hay yếu tố nhiễu

Giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết 1: Có mối quan hệ tích cực giữa phương tiện hữu hình với sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

Giả thuyết 2: Có mối quan hệ tích cực giữa độ tin cậy của khách hàng với sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

Giả thuyết 3: Có mối quan hệ tích cực giữa mức độ phản hồi của khách hàng với sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

Giả thuyết 4: Có mối quan hệ tích cực giữa năng lực phục vụ của nhân viên ngân hàng với sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

Giả thuyết 5: Có mối quan hệ tích cực giữa mức độ cảm thông với sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

Giả thuyết 6: Có mối quan hệ tích cực giữa chất lượng sản phẩm với sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Vietinbank- Chi nhánh Thái Nguyên.

KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Để xác định ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa của khách hàng mô hình hồi quy đa biến đã được sử dụng bao gồm các biến: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, mức độ phản hồi, năng lực phục vụ, sự cảm thông và chất lượng sản phẩm tới sự thỏa mãn của khách hàng. Kết quả kiểm định mô hình được trình bày ở bảng 1.

Bảng mô hình tổng quát cho thấy $R^2 = 0,739$; giá trị R^2 này cho biết rằng các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 73,95 % sự thay đổi của biến phụ thuộc, có nghĩa là các biến trong mô hình giải thích được 73,9 % sự thỏa mãn của khách hàng, còn lại là phụ thuộc vào các biến khác không nằm trong mô hình.

Hệ số Durbin - Watson = 1.668 cho thấy không có sự tương quan giữa các phần dư, điều này có nghĩa mô hình hồi quy không vi phạm giả định về tính độc lập của sai số.

Bảng 1. Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn khách hàng^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.739	.734	.51676262	1.668

a. Biến dự báo: (hằng số), Chất lượng sản phẩm, Phương tiện hữu hình, Năng lực phục vụ, Độ phản hồi, Sự cảm thông, Độ tin cậy

b. Biến phụ thuộc: Thỏa mãn khách hàng

Bảng 2. Phân tích ANOVA^b về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn của khách hàng

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.984	6	43.331	162.261	.000 ^a
	Residual	91.863	344	.267		
	Total	351.847	349			

a. Biến dự báo: (hằng số), Chất lượng sản phẩm, Phương tiện hữu hình, Năng lực phục vụ, Độ phản hồi, Sự cảm thông, Độ tin cậy

b. Biến phụ thuộc: Thỏa mãn khách hàng

Nhìn vào bảng kết quả trên, ta thấy hệ số F = 161,261 và Sig = 0.000 (< 0.05), tức là mô hình hồi quy có ý nghĩa và kết quả hồi quy có thể sử dụng được.

Bảng 3 dưới đây đưa ra kết quả hệ số của mô hình hồi quy. Hệ số VIF trong bảng hồi quy có kết quả dao động từ <10, vì vậy không có hiện tượng đa cộng tuyến. Mô hình có ý nghĩa và có thể tiếp tục phân tích.

Nhìn vào bảng 3 ta thấy, có biến “độ phản hồi” có mức ý nghĩa P-value > 0.05. Như vậy, ta có thể bác bỏ giả thuyết có mối quan hệ giữa các biến này với biến phụ thuộc là sự thỏa mãn khách hàng và chấp nhận giả thuyết biến này không có mối quan hệ với sự thỏa mãn khách hàng (H_3).

Bảng 3. Hệ số^a về ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ tới sự thỏa mãn khách hàng

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.002	.028		-.058	.954		
Phương tiện hữu hình	.083	.039	.083	2.137	.033	.502	1.991
Độ tin cậy	.266	.051	.266	5.206	.000	.291	3.437
1 Độ phản hồi	.071	.046	.071	1.564	.119	.364	2.744
Năng lực phục vụ	.205	.050	.205	4.130	.000	.307	3.257
Sự cảm thông	.299	.050	.298	6.024	.000	.310	3.229
Chất lượng sản phẩm	.196	.044	.195	4.430	.000	.391	2.559

a. Biến phụ thuộc: Thỏa mãn khách hàng

(Nguồn: Kết quả phân tích số liệu điều tra của tác giả)

Kết quả hồi quy cho thấy mức ý nghĩa (hệ số Sig) của 5 trong số 6 biến độc lập (yếu tố hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự cảm thông và chất lượng sản phẩm) đều nhỏ hơn 0.05, nghĩa là các biến đều có ý nghĩa ở mức độ tin cậy 95%. Như vậy, ta có thể bác bỏ giả thuyết H_0 rằng không có mối quan hệ giữa các biến trong mô hình với thỏa mãn khách hàng và chấp nhận các giải thuyết (H_1, H_2, H_4, H_5 và H_6) rằng có mối quan hệ tuyến tính giữa các biến này với thỏa mãn của khách hàng.

Dựa vào kết quả hồi quy, ta có thể viết lại phương trình hồi quy như sau:

$$Y1 = 0,083 \cdot X1(*) + 0,266 \cdot X2(*) + 0,071 \cdot X3 + 0,205 \cdot X4(*) + 0,298 \cdot X5(*) + 0,195 \cdot X6(*)$$

(*) có nghĩa ở mức 0.05

Hay: Thỏa mãn khách hàng = 0,083* yếu tố hữu hình + 0,266*độ tin cậy + 0,071*mức độ phản hồi + 0,205*năng lực phục vụ + 0,298*sự cảm thông + 0,195 * chất lượng sản phẩm.

Kết quả cho thấy ở độ tin cậy 95% các biến độc lập đều ảnh hưởng đến biến phụ thuộc và các hệ số dốc lần lượt là 0,083; 0,266; 0,205; 0,298 và 0,195, đều mang dấu dương nên các biến đều ảnh hưởng cùng chiều với sự thỏa mãn của khách hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự cảm thông của ngân hàng có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp đến là độ tin cậy, năng lực phục vụ, chất lượng sản phẩm và cuối cùng là yếu tố hữu hình.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Nâng cao chất lượng dịch vụ và thỏa mãn khách hàng là yếu tố sống còn mà các ngân hàng đang theo đuổi. Cùng với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của môi trường kinh doanh và chính ngành ngân hàng, việc nâng cao chất lượng dịch vụ, tìm hiểu nhu cầu khách hàng và thỏa mãn nhu cầu của họ ngày càng trở nên cần thiết. Kết quả nghiên cứu sự ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến sự thỏa mãn khách hàng tại Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên cho thấy phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ và sự cảm thông có ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của khách hàng. Độ phản hồi không tìm có ảnh hưởng tới sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ của Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên. Kết quả nghiên cứu này góp phần đề ra các chính sách, chiến lược phát triển của ngân hàng trong những năm tới.

Căn cứ vào kết quả phân tích và nghiên cứu mô hình ở mục trên, một số các giải pháp sau được đề xuất.

Tăng cường sự quan tâm, chăm sóc của ngân hàng đối với khách hàng

Tăng trưởng cao bằng cách tạo nên sự khác biệt trên cơ sở hiểu biết nhu cầu khách hàng và hướng tới khách hàng. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, hiểu biết nhu cầu, lắng nghe, quan tâm tới khách hàng là vô cùng quan trọng. Vì vậy, để giúp khách hàng

cảm nhận được sự cảm thông, ngân hàng cần có chính sách khách hàng, đặc biệt đối với những khách hàng trung thành của ngân hàng. Chính sách này thể hiện được quan tâm của ngân hàng đối với khách hàng, đặc biệt là đối với từng cá nhân khách hàng, để khách hàng luôn cảm thấy họ là “thượng đế” và luôn được quan tâm. Phân loại khách hàng (khách hàng tiềm năng, khách hàng mục tiêu,...) hay các mảng dịch vụ trọng điểm để có chính sách phù hợp như: tặng quà, thiệp,... chúc mừng khách hàng vào những dịp lễ, tết, sinh nhật,... để tạo nên những sự quan tâm nhỏ sẽ làm khách hàng bất ngờ và gắn bó hơn với ngân hàng. Với những khách hàng tiềm năng, chi nhánh có thể cử nhân viên trực tiếp đến phục vụ tại nhà hay cơ quan, có chính sách ưu đãi về lãi suất hay tặng thẻ VIP cho khách hàng có doanh số giao dịch lớn hay sử dụng nhiều sản phẩm của chi nhánh.

Chi nhánh nên tổ chức hội nghị khách hàng hằng năm để nắm bắt tâm tư nguyện vọng của khách hàng, dùng sổ, hộp thư góp ý để tại quầy giao dịch, đồng thời thực hiện định kỳ hàng tháng gửi thư xin ý kiến góp ý, nhận xét tới từng khách hàng về tính tiện ích của sản phẩm dịch vụ, chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp, nhu cầu của khách hàng về những sản phẩm dịch vụ mới mà chi nhánh chưa có để kịp thời chấn chỉnh những sai sót và có chương trình kế hoạch tạo ra những sản phẩm dịch vụ mới đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Tăng cường sự tin cậy của khách hàng

Sự tin cậy của khách hàng đối với ngân hàng là tiền đề để khách hàng tiếp tục sử dụng, sử dụng nhiều hơn và giới thiệu với người khác các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần chú trọng vào việc cung cấp dịch vụ như đã thông báo với khách hàng, chú trọng tới chất lượng và uy tín. Đây là điều kiện để tạo niềm tin với khách hàng. Để tạo sự khác biệt với các ngân hàng khác trên địa bàn, Vietinbank – Chi nhánh Thái Nguyên cần thực hiện chính xác các giao dịch với

khách hàng, đây là một trong những điều kiện vô cùng quan trọng trong việc tạo niềm tin với khách hàng. Giao dịch không chính xác, thực hiện chậm, sẽ làm mất lòng tin với khách hàng. Khi đã mất lòng tin, khách hàng sẽ không quay trở lại và có thể sẽ có lời nói truyền miệng xấu về ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần quán triệt nhân viên việc thực hiện nhanh, chính xác các giao dịch.

Chất lượng dịch vụ của ngân hàng không chỉ phụ thuộc vào các yếu tố công nghệ hay trình độ của cán bộ nhân viên mà còn phụ thuộc rất lớn vào trình độ quản lý điều hành, chất lượng công tác kiểm tra, kiểm soát và khảo sát chất lượng dịch vụ. Vì vậy, chi nhánh cần phải thường xuyên nâng cao trình độ quản lý điều hành của đội ngũ cán bộ, đồng thời phải thường xuyên rà soát lại các quy trình, quy định nội bộ tại chi nhánh để phát hiện kịp thời những thiếu sót để bổ sung điều chỉnh và hoàn thiện cho phù hợp, lựa chọn các cán bộ có trình độ chuyên môn, phẩm chất đạo đức tốt,.. vào bộ phận kiểm tra, kiểm soát và thường xuyên tiến hành các cuộc khảo sát về chất lượng dịch vụ để tạo được sự tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực nhằm tăng cường năng lực phục vụ khách hàng

Để nâng cao chất lượng phục vụ của ngân hàng đối với khách hàng, góp phần nâng cao sự thỏa mãn khách hàng và lòng trung thành khách hàng, Vietinbank - Chi nhánh Thái Nguyên cần chú trọng tới việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của ngân hàng. Mục tiêu là xây dựng và phát triển đội ngũ nhân viên thành thạo về nghiệp vụ, chuẩn mực trong đạo đức kinh doanh, chuyên nghiệp trong phong cách làm việc và nhiệt tình phục vụ khách hàng. Các nhân viên trong hệ thống Vietinbank được khuyến khích đào tạo chuyên sâu về nghiệp vụ chuyên môn phù hợp với chức năng công việc nhằm thực hiện tốt các dịch vụ đa dạng của ngân hàng và chuẩn bị cho những công việc có trách nhiệm cao hơn. Vietinbank đã xây dựng được trung tâm đào tạo của mình

với hệ thống giáo trình hoàn chỉnh bao gồm tất cả các nghiệp vụ ngân hàng, các kiến thức pháp luật, tổ chức quản lý.

Cán bộ quản lý, điều hành của Ngân hàng cũng được chú trọng đào tạo chuyên sâu về quản trị chiến lược, quản trị marketing, quản trị rủi ro, quản lý chất lượng,... ngân hàng cũng khuyến khích và thúc đẩy sự chia sẻ kỹ năng, tri thức giữa các thành viên trong ngân hàng trên tinh thần một tổ chức không ngừng học tập để chuẩn bị tạo nền tảng cho sự phát triển liên tục và bền vững

Nâng cao chất lượng sản phẩm

Chiến lược phát triển mà Vietinbank chi nhánh - Thái Nguyên hướng tới đó là trở thành Ngân hàng phát triển bền vững với chất lượng dịch vụ hàng đầu theo các chuẩn mực quốc tế. Phát triển bền vững, cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng với chất lượng cao cho mọi đối tượng khách hàng. Xây dựng quan hệ đối tác hiệu quả với các định chế tài chính trong nước và quốc tế. Duy trì tình trạng tài chính ở mức độ an toàn cao, xây dựng Vietinbank chi nhánh Thái Nguyên trở thành một đơn vị có tài chính vững mạnh có khả năng vượt qua mọi thách thức trong môi trường kinh doanh cạnh tranh và còn chưa hoàn thiện của ngành ngân hàng Việt Nam.

Ngân hàng cũng có thể áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt như là khi khách hàng rút tiền trước khi đáo hạn, thay vì khách hàng sẽ phải nhận tiền lãi tính theo lãi suất không thời hạn thì với những khách hàng gửi kì hạn trên 6 tháng có thể cho phép họ nhận tiền lãi tính theo lãi suất của tiền gửi tiết kiệm kì hạn gần nhất so với thời gian khách hàng thực gửi. Ví dụ như nếu khách hàng gửi 9 tháng mà đến tháng thứ 8 khách hàng có nhu cầu cần tiền gấp thì có thể cho phép khách hàng hưởng lãi suất theo tiền gửi tiết kiệm 6 tháng. Khi đó, khách hàng sẽ thấy thoải mái hơn vì quyền lợi được đảm bảo và có thể sẽ tiếp tục gửi tiền vào ngân hàng.

Tăng cường cơ sở vật chất phục vụ khách hàng:

Ngân hàng cần không ngừng nâng cao trang thiết bị ngày một hiện đại hơn, góp phần thực hiện nhanh chóng, chính xác các giao dịch. So với các ngân hàng khác trong hệ thống, trang thiết bị của Ngân hàng còn kém hơn so với một số các ngân hàng khác như Agribank. Vì vậy, việc trang bị hệ thống máy tính hiện đại, cũng như các trang thiết bị khác phục vụ cho các giao dịch là cần thiết. Bên cạnh đó, Vietinbank – Chi nhánh Thái Nguyên cần cung cấp đủ cần thiết cho khách hàng. Các tờ rơi này cần được đặt ở vị trí cửa ra vào thuận tiện cho việc tham khảo của khách hàng. Bên cạnh đó, ngân hàng cần xây dựng chiến lược phát triển công nghệ ngân hàng với mục tiêu đón đầu, đi trước với hệ thống mở, có khả năng phát triển các sản phẩm, tiện ích phong phú đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Kết quả nghiên cứu của đề tài là cơ sở cho ban giám đốc ngân hàng có cái nhìn tổng quan về chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng của ngân hàng, đề từ đó lựa chọn các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm thỏa mãn hơn nữa khách hàng hiện tại và đang sử dụng dịch vụ của ngân hàng, góp phần chiến thắng trong cạnh tranh cũng như nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như vị thế của ngân hàng trên địa bàn tỉnh nói riêng và cả nước nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Fely P David (2005), *Understanding and doing Research: a handbook for beginners*, Panorsma Printing Inc.
2. Parasuraman A., Zeitham IV. A., Berry L. L. (1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perception of service quality", *Journal of Retailing*, 75 (1), pp. 11-32.
3. Parasuraman A., L. L. Berry, & V. A. Zeithaml (1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, 67 (4), pp. 420-450.
4. Reichheld, F.F. & Scheffer, P. (2000), "E-loyalty: Your secret weapon on the web", *Harvard Business Review*, 78 (4), pp. 105-113.

SUMMARY

**INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
AT VIETINBANK- THAI NGUYEN BRANCH****Nguyen Thi Gam^{*}, Dao Thi Huong***TNU University of Economics and Business Administration*

This study aimed at examining relationship between service quality, product quality and customer satisfaction at Vietinbank- Thai Nguyen Branch. A regression model of 6 variables (tangibles, responsiveness, reliability, assurance, empathy and product quality) was used to identify factors that positively influence customer satisfaction toward individual time deposit at Vietinbank- Thai Nguyen Branch. 350 individual customers were selected for a survey. The research findings showed that (1) tangibles, (2) reliability, (3) assurance, (4) empathy and (5) product quality have positive relationship with customer satisfaction. Of which, empathy has a strongest influence on customer satisfaction.

Based on research findings, some recommendations were proposed to improve service quality and enhance the customer satisfaction with the service of Vietinbank- Thai Nguyen Branch.

Key words: *Factors, service quality, customer satisfaction, banking, and Vietinbank - Thai Nguyen branch*

Ngày nhận bài: 10/9/2017; Ngày phản biện: 11/10/2017; Ngày duyệt đăng: 29/12/2017

^{*} Tel: 0912805980; Email: ntgam@yahoo.com

SOCIAL SCIENCE – HUMANITIES – ECONOMICS

Content	Page
Bui Hoang Tan - Ownership situation public field-land in Ha Chau district, Ha Tien province through studying cadastral registers of Minh Mang dynasty 17 (1836)	3
Doan Thi Yen - Tu Duc king's attitude towards Catholicism before and after 1962	9
Tran Minh Thuan - The land problems and spontaneous fights of farmers in Bac Lieu province under the French domination	15
Dong Van Quan - Types of democratic regime in the history and the present socialist democratic regime in our country	21
Le Thi Giang, Le Thi Huong - The original of formation of Ho Chi Minh thought on human beings, human development	27
Cao Thi Phuong Nhung, Ngo Thi Quang - Ho Chi Minh's talk about the study of theoretics in "the orientation speech at the opening ceremony of the first theoretics class at Nguyen Ai Quoc Institute"	33
Luu Thu Trang - The tragedy of Grigori Melekhov reflected in the relationship between Aksinia and Natalia in <i>Quietly Flows the Don</i> (M. Sholokhov)	39
Hoang Thi Tuyet Mai - The moon in Nguyen Huy Oanh's poetry	45
Nguyen Dieu Linh - <i>Onychostoma laticeps</i> in culinary culture of white Thai people in Son A commune, Van Chan district, Yen Bai province	49
Nguyen Thi Tan Tien, Ha Thi Hang - The differences of learning outcomes of students having taken the general informatics course with students obtaining the IC3 certificate at Thai Nguyen University of Medicine and Pharmacy	55
Dau Thi Thu - Training pedagogical profession for students through real professional activity experience	61
Nguyen Ngoc Binh, Duong To Quynh - Testing and assessing the learning outcome of the volleyball subject for students at Thai Nguyen University of Economics and Business Administration	67
Luu Quang Sang - Some suggestions of teaching Chinese characters for Vietnamese students	73
Hoang Thi Hai Yen - Applying Ho Chi Minh' ideology about morality in building morals, lifestyle of students in Thai Nguyen University of Technology currently	79
Phung Thi Tuyet, Nong Hong Hanh - Assessment of the project-based teaching and learning of the students major in Chinese at School of Foreign Languages, Thai Nguyen University	85
Tran Hoang Tinh - Situation and measures for planning and directing the implementation of disciplined education for students at centers for national defense and security education	91
Hoang Thi Ly - role of scaffolding activities in enhancing english reading skills among first year college students	97
Duong Thi Hong An, Dang Phuong Mai - Evaluating the EFL courseware at Thai Nguyen University of Information and Communication Technology	103
Ta Thi Mai Huong, Nguyen Van Thinh, Nguyen Thi Hanh Hong - Effects of portfolios on improving listening comprehension skill for students: a case study at Thai Nguyen University of Economics and Business Administration	109
Tran Tuan Anh, Do Van Hai, Tran Thi Thu Thuy, Hoang Van Hung - Research building multipurpose database to service land mangement in Coc Leu ward, Lao Cai city	115
Nguyen Thi Gam, Dao Thi Huong - Influence of service quality on customer satisfaction at Vietinbank- Thai Nguyen branch	121
Nguyen Thi Thanh Thuy - Foreign direct investment with the socio-economic development of Vietnam	129

Chu Thi Ha, Do Thi Ha Phuong, Nguyen Thi Giang, XiaoLi Wu - Factors affecting knowledge workers' job motivation in vietnamese enterprises	135
Tran Viet Khanh, Do Thuy Mui - Some agricultural development solutions in Tay Bac	141
Nguyen Thi Lan Anh - Enhanced management in use expense resources of health care activities in Thai Nguyen National General Hospital	147
Nguyen Thi Giang, Do Thi Ha Phuong, Chu Thi Ha, Ho Luong Xinh - Solution to improve economic efficiency of mushroom production at households in Dai Tu district, Thai Nguyen province	153
Do Thi Van Huong - Analyse efficiency of Arabica and Macadamia crops at Ang To commune, Muong Ang district, Dien Bien province	159
Dang Ngoc Huyen Trang, Duong Thi Thuy Linh - Determining relationship between foreign direct investment inflow and trade balance in Vietnam	165
Duong Thi Tinh - Status of restructuring state-owned enterprises in 2016 and solutions for next years	171
Pham Thi Thanh Mai, Nghiem Thi Ngoan - Guarantee for intellectual property rights on the "Tan Cuong" tea geographical indications of Thai Nguyen province	177
Nguyen Thi Thao - Implementation results of the poverty reduction program in Thai Nguyen province in 2011-2015	183
Nguyen Thi Lan Anh, Dao Thi Huong - The development of the relationship between workers in the value brand only chain in Thai Nguyen province	189
Tran Thuy Linh, Do Hoang Yen - Improving regulations on defining dominant abusive practices under Vietnamese Competition Law 2004	195
Nguyen Thi My Hanh, Ngo Thi Quynh Trang, Pham Thi Thu Phuong, Hoang Thi Lan Huong - Barriers to ASEAN green hotel standard in the hotel industry: a case study in Ha Noi	201
Phan Thi Van Giang, Pham Bao Duong - Some theoretical issues and experience lessons of integration in pig raising and pork consumption	207