

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN THỊ THẢO

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ
KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN - 2018

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN THỊ THẢO

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ
KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8 34 01 01

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. Ma Thị Hương

THÁI NGUYÊN - 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan, Luận văn thạc sĩ kinh tế với đề tài “*Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á Chi nhánh Thái Nguyên*” là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu và kết quả nghiên cứu trong Luận văn hoàn toàn trung thực và chưa được sử dụng, công bố trong bất kỳ công trình khoa học nào.

Tôi cũng xin cam đoan rằng, mọi sự giúp đỡ để thực hiện Luận văn này đã được cảm ơn và tất cả các thông tin trích dẫn đều được chỉ rõ nguồn gốc./.

Thái Nguyên, tháng 8 năm 2018

Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Thảo

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập và thực hiện đề tài nghiên cứu, tôi đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ nhiệt tình và đóng góp quý báu của nhiều tập thể và cá nhân.

Trước hết, tôi xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu Nhà trường, phòng Quản lý Đào tạo sau Đại học, các Khoa, các Phòng của trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh - Đại học Thái Nguyên, đã tạo mọi điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành chương trình học tập và thực hiện luận văn của mình.

Tôi xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ tận tình của giáo viên hướng dẫn TS. Ma Thị Hương.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn Ban Lãnh đạo, các đồng nghiệp đang công tác tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á Chi nhánh Thái Nguyên đã tạo điều kiện thuận lợi và cung cấp thông tin cần thiết cho tôi trong quá trình nghiên cứu thực hiện đề tài.

Trong quá trình thực hiện nghiên cứu đề tài, tôi còn được sự giúp đỡ của các doanh nghiệp, các đồng chí, đồng nghiệp ở các cơ quan, tổ chức liên quan.

Xin cảm ơn gia đình, bạn bè đã động viên và giúp đỡ tôi hoàn thành chương trình học tập và thực hiện Luận văn này.

Thái Nguyên, tháng 8 năm 2018

Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Thảo

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ	vii
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Đóng góp của luận văn.....	3
5. Kết cấu của luận văn	4
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN	5
1.1. Cơ sở lý luận về ngân hàng TMCP và chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP	5
1.1.1 Khái niệm, chức năng của ngân hàng thương mại cổ phần	5
1.1.2 Dịch vụ ngân hàng và chất lượng dịch vụ ngân hàng của ngân hàng TMCP.....	8
1.1.3.Chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng thương mại cổ phần	19
1.1.4. Nội dung của nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP	21
1.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP	23
1.2. Cơ sở thực tiễn về nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng tại các ngân hàng TMCP	25
1.2.1. Kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng tại một số ngân hàng TMCP	25
1.2.2. Bài học kinh nghiệm rút ra cho ngân hàng Seabank chi nhánh Thái Nguyên	31

Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	33
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	33
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	33
2.2.1. Phương pháp thu thập số liệu.....	33
2.2.2. Phương pháp phân tích số liệu	35
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu	36
2.3.1. Nhóm chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động của ngân hàng	36
2.3.2 Nhóm chỉ tiêu phản ánh chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng.....	37
Chương 3: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP ĐÔNG NAM Á CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN	38
3.1. Khái quát lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	38
3.1.1. Sơ lược về lịch sử hình thành ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên.....	38
3.1.2. Chức năng, nhiệm vụ và mô hình tổ chức của ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	42
3.1.3 Những kết quả hoạt động chủ yếu của ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	45
3.2 Thực trạng hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng tại ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	48
3.2.1.Các sản phẩm dịch vụ của Seabank Thái Nguyên	48
3.2.2. Nâng cao chất lượng hệ thống phân phối của Seabank Thái Nguyên	50
3.2.3. Giá cả dịch vụ của Seabank Thái Nguyên	52
3.2.4 Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên ngân hàng SeaBank.....	57
3.2.5. Nâng cao công tác chăm sóc khách hàng của ngân hàng Seabank chi nhánh Thái Nguyên.....	62
3.3 Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ khách hàng tại ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	65

3.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ khách tại Ngân hàng CPTM Đông Nam	
Á chi nhánh Thái Nguyên	71
3.4.1. Những kết quả đạt được	71
3.4.2. Những hạn chế và nguyên nhân	73
Chương 4: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG CHO NGÂN HÀNG TMCP ĐÔNG NAM Á CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN	75
4.1. Quan điểm, mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên.....	75
4.1.1 Quan điểm về nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	75
4.1.2 Mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	75
4.2 Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng của ngân hàng TMCP Đông Nam Á chi nhánh Thái Nguyên	77
4.2.1 Giải pháp nâng cao tính đa dạng trong các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.....	77
4.2.2. Giải pháp nâng cao chất lượng hệ thống phân phối.....	78
4.2.3. Giải pháp về giá cả của dịch vụ ngân hàng.....	79
4.2.4. Giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên ngân hàng	80
4.2.5. Giải pháp nâng cao công tác chăm sóc khách hàng.....	81
KẾT LUẬN.....	83
TÀI LIỆU THAM KHẢO	84
PHỤ LỤC	86

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

KH	: Khách hàng
KHCN	: Khách hàng cá nhân
KHDN	: Khách hàng doanh nghiệp
LNTT	: Lợi nhuận trước thuế
NHNN	: Ngân hàng nhà nước
NHTM	: Ngân hàng thương mại
NHTMCP	: Ngân hàng thương mại cổ phần
QHKH	: Quan hệ khách hàng
TKGG	: Tài khoản gửi góp
TMCP	: Thương mại cổ phần
TNHH	: Trách nhiệm hữu hạn
WTO	: Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Bảng

Bảng 2.1:	Thang đánh giá Likert.....	37
Bảng 3.1:	Kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng SeABank chi nhánh Thái Nguyên giai đoạn 2015 -2017	46
Bảng 3.2:	Kế hoạch mở rộng mạng lưới phòng giao dịch của SeABank	50
Bảng 3.3:	Giá trị trang thiết bị sử dụng tại ngân hàng SeaBank chi nhánh Thái Nguyên.....	51
Bảng 3.4:	Trình độ của cán bộ nhân viên SeaBank qua các năm 2015-2017 ...	58
Bảng 3.5:	Số lượng cán bộ nhân viên của ngân hàng SeaBank tham gia tập huấn giai đoạn 2015-2017.....	61
Bảng 3.6:	Đánh giá của khách hàng về công tác chăm sóc khách hàng của SeaBank chi nhánh Thái Nguyên.....	64
Bảng 3.7:	Đánh giá của khách hàng về sự tin cậy.....	65
Bảng 3.8:	Đánh giá của khách hàng về sự thông cảm	67
Bảng 3.9:	Đánh giá của khách hàng về khả năng phục vụ.....	68
Bảng 3.10:	Đánh giá của khách hàng về phương tiện hữu hình	69
Bảng 3.11:	Đánh giá khách hàng về khả năng đáp ứng.....	70

Sơ đồ

Sơ đồ 3.1.	Mô hình tổ chức bộ máy quản lý của Ngân hàng SeAbank chi nhánh Thái Nguyên.....	43
------------	---	----

Biểu đồ

Biểu đồ 3.1.	Số lượng cán bộ nhân viên của SeaBank giai đoạn 2015-2017	58
Biểu đồ 3.2.	Trình độ của cán bộ nhân viên SeaBank 2015-2017.....	59

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hệ thống ngân hàng được coi là mạch máu nuôi sống nền kinh tế của một quốc gia. Trong xu thế toàn cầu hóa, cạnh tranh và hội nhập ngày càng sâu rộng, hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam đang đứng trước cơ hội và thách thức to lớn. Thách thức lớn đối với các ngân hàng để tồn tại và phát triển thì không chỉ có quy mô vốn, thương hiệu mà các ngân hàng luôn phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, vì mục đích của ngân hàng là phục vụ khách hàng, hay nói cách khác, khách hàng là đối tượng chính cho tất cả các hoạt động kinh doanh, là người tiêu thụ sản phẩm và là người quyết định sự tồn tại và phát triển của ngân hàng.

Hiện nay, ở Việt Nam ngoài hệ thống ngân hàng quốc doanh, nhiều ngân hàng cổ phần, ngân hàng có vốn đầu tư nước ngoài đã được thành lập và cạnh tranh nhau ngày càng gay gắt. Chất lượng dịch vụ khách hàng là một trong yếu tố hàng đầu quyết định việc khách hàng có mua sản phẩm của ngân hàng hay không, là yếu tố quan trọng quyết định sự thành bại của ngân hàng đòi hỏi các ngân hàng luôn phải vận động tìm một hướng đi phù hợp. Tuy nhiên, mỗi ngân hàng có những chính sách riêng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng của mình: nâng cao tính đa dạng trong các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, nâng cao chất lượng hệ thống phân phối, chính sách giá cả các dịch vụ, và nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên của chính ngân hàng,.. nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á (Seabank) là một ngân hàng không nằm ngoài quy luật cạnh tranh khắc nghiệt của cơ chế thị trường. Được thành lập từ năm 1994, Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần ra đời sớm nhất và hiện tại nằm trong top 10 ngân hàng TMCP lớn nhất Việt Nam về quy mô vốn điều lệ, mạng lưới hoạt động, mức độ nhận biết thương hiệu và tốc độ tăng