

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

NGUYỄN THỊ NHƯ QUỲNH

NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM
- CHI NHÁNH NAM THÁI NGUYÊN

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

THÁI NGUYÊN - 2018

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

NGUYỄN THỊ NHƯ QUỲNH

**NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM**

- CHI NHÁNH NAM THÁI NGUYÊN

Chuyên 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. Phạm Thị Mai Yến

THÁI NGUYÊN - 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng cá nhân tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn này là trung thực và chưa từng được bảo vệ một học vị khoa học hoặc công bố trong bất kỳ công trình nào khác. Các thông tin trích dẫn trong luận văn này được chỉ rõ nguồn gốc.

Tác giả

Nguyễn Thị Như Quỳnh

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn này, tôi đã nhận được sự quan tâm, giúp đỡ tận tình từ phía tập thể và cá nhân:

Tôi xin trân trọng bày tỏ lòng biết ơn tới tất cả các thầy, cô giáo trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên, Phòng Đào tạo đã giúp đỡ tôi trong quá trình học tập và nghiên cứu.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với **TS. Phạm Thị Mai Yến**, người đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt thời gian nghiên cứu đề tài.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ngân hàng BIDV Nam Thái Nguyên, các đồng nghiệp đã giúp đỡ, tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong quá trình nghiên cứu thực hiện đề tài luận văn thạc sĩ.

Thái Nguyên, ngày 06 tháng 06 năm 2018

Tác giả

Nguyễn Thị Như Quỳnh

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	i
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vii
DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ.....	viii
MỞ ĐẦU.....	1
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa của việc nghiên cứu và những đóng góp mới của đề tài.....	3
5. Kết cấu luận văn.....	3
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	5
1.1. Cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng đối với ngân hàng thương mại.....	5
1.1.1. Ngân hàng thương mại.....	5
1.1.2. Sự hài lòng của khách hàng.....	11
1.1.3. Vai trò của sự hài lòng của khách hàng đối với Ngân hàng thương mại.....	14
1.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với Ngân hàng thương mại.....	16
1.2. Cơ sở thực tiễn về sự hài lòng của khách hàng ở ngân hàng thương mại cổ phần.....	18
1.2.1. Kinh nghiệm về làm hài lòng khách hàng của một số ngân hàng trên thế giới.....	Error! Bookmark not defined.
1.2.2. Kinh nghiệm về làm hài lòng khách hàng của một số ngân hàng thương mại tại Việt Nam.....	18
1.2.3. Bài học kinh nghiệm về sự hài lòng của khách hàng đối với ngân hàng thương mại.....	22

Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	23
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	23
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	23
2.2.1. Mô hình nghiên cứu	23
2.2.2. Phương pháp thu thập thông tin	24
2.2.3. Phương pháp tổng hợp thông tin.....	31
2.2.4. Phương pháp xử lý số liệu.....	31
2.2.5. Phương pháp phân tích thông tin	31
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu	36
Chương 3: NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH NAM THÁI NGUYÊN	38
3.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên	38
3.1.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên.....	38
3.1.2. Thực trạng kinh doanh tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên.....	41
3.2. Kết quả nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên.....	49
3.2.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach Alpha.....	51
3.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	54
3.2.3. Kiểm định sự phù hợp của mô hình - Phân tích hồi quy	60
3.2.4. Kiểm định giả thuyết của mô hình.....	62
3.2.5. Sự phù hợp của mô hình	65
3.2.6. Kiểm tra hiện tượng tự tương quan, đa cộng tuyến	66
3.3. Đánh giá những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của hạn chế về làm hài lòng khách hàng tại BIDV Nam Thái Nguyên	68
3.3.1. Những kết quả đạt được	69

3.3.2. Những hạn chế	70
3.3.3. Nguyên nhân của hạn chế	71
Chương 4: GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH NAM THÁI NGUYÊN	73
4.1. Các quan điểm, phương hướng và mục tiêu nâng cao sự hài lòng của khách hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên	73
4.1.1. Quan điểm, phương hướng	73
4.1.2. Mục tiêu.....	74
4.2. Các giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên	75
4.2.1. Nâng cao sự tin cậy	75
4.2.2. Nâng cao sự đáp ứng	76
4.2.3. Nâng cao sự đảm bảo (hiệu quả phục vụ).....	78
4.2.4. Nâng cao sự cảm thông.....	79
4.2.5. Nâng cao yếu tố hữu hình	80
4.3. Kiến nghị.....	80
4.3.1. Đối với Ngân hàng BIDV Việt Nam	80
4.3.2. Đối với Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên	81
4.3.3. Đối với các nhân viên thuộc Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Nam Thái Nguyên.....	82
KẾT LUẬN.....	83
TÀI LIỆU THAM KHẢO	85
PHỤ LỤC	87

DANH MỤC VIẾT TẮT

CT	: Cảm thông
DB	: Đảm bảo
DN	: Doanh nghiệp
DU	: Đáp ứng
FDI	: Đầu tư trực tiếp nước ngoài
GDP	: Tổng sản phẩm quốc nội
HC	: Hành chính
HH	: Hữu hình
KHDN	: Khách hàng doanh nghiệp
KT	: Kế toán
KT-XH	: Kinh tế-xã hội
NHTM	: Ngân hàng thương mại
QLKHCN	: Quản lý khách hàng cá nhân
QLKHDN	: Quản lý khách hàng doanh nghiệp
QLRR	: Quản lý rủi ro
SHL	: Sự hài lòng
TC	: Tin cậy
TCTD	: Tổ chức tín dụng
TMCP	: Thương mại cổ phần
TP	: Thành phố

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Hệ thống chỉ tiêu về sự hài lòng của khách hàng tại BIDV Nam Thái Nguyên	Error! Bookmark not defined.
Bảng 3.1: Kết quả kinh doanh BIDV Nam Thái Nguyên năm 2015 - 2017	46
Bảng 3.2: Độ tin cậy Cronbach Alpha - hữu hình	51
Bảng 3.3: Độ tin cậy Cronbach Alpha - tin cậy	51
Bảng 3.4: Độ tin cậy Cronbach Alpha - đáp ứng	52
Bảng 3.5: Độ tin cậy Cronbach Alpha - đảm bảo	53
Bảng 3.6: Độ tin cậy Cronbach Alpha - cảm thông	54
Bảng 3.7: Phân tích nhân tố	55
Bảng 3.8: Các thành phần thang đo sau khi phân tích nhân tố	57
Bảng 3.9: Độ tin cậy Cronbach Alpha - hữu hình	57
Bảng 3.10: Độ tin cậy Cronbach Alpha - đáp ứng	58
Bảng 3.11: Độ tin cậy Cronbach Alpha - đảm bảo	58
Bảng 3.12: Độ tin cậy Cronbach Alpha - cảm thông	59
Bảng 3.13: Độ tin cậy Cronbach Alpha - tin cậy	59
Bảng 3.14: Ma trận hệ số tương quan	60
Bảng 3.15: Hồi quy đa biến	61
Bảng 3.16: Kết quả kiểm định sự hài lòng với yếu tố hữu hình	62
Bảng 3.17: Kết quả kiểm định sự hài lòng với yếu tố đáp ứng	63
Bảng 3.18: Kết quả kiểm định sự hài lòng với yếu tố đảm bảo	63
Bảng 3.19: Kết quả kiểm định sự hài lòng với yếu tố cảm thông	64
Bảng 3.20: Kết quả kiểm định sự hài lòng với yếu tố cảm thông	65
Bảng 3.21: Hệ số xác định R ²	65
Bảng 3.22: Phân tích phương sai	66

DANH MỤC HÌNH, BIỂU ĐỒ

Hình 2.1:	Mô hình nghiên cứu	23
Hình 3.1.	Cơ cấu tổ chức của BIDV Nam Thái Nguyên	41
Hình 3.2:	Biểu đồ phân bố phần dư.....	67
Hình 3.3.	Đồ thị so sánh với phân phối chuẩn (p-p) của phần dư chuẩn hóa.....	67
Biểu đồ 3.1.	Tình hình huy động vốn của BIDV Nam Thái Nguyên năm 2015-2017	47
Biểu đồ 3.2.	Tình hình dư nợ tại BIDV Nam Thái Nguyên năm 2015 - 2017	48