

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

LÊ THỊ THU

**PHÂN TÍCH YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XU HƯỚNG
LỰA CHỌN NGÂN HÀNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

THÁI NGUYÊN - 2014

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

LÊ THỊ THU

**PHÂN TÍCH YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XU HƯỚNG
LỰA CHỌN NGÂN HÀNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG**

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế
Mã số: 60.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: TS. TRẦN VĂN QUYẾT

THÁI NGUYÊN - 2014

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên là: ***Lê Thị Thu***

Là học viên cao học lớp Quản lý Kinh tế, khóa 9 của trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Đại học Thái Nguyên.

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của riêng tôi, chưa công bố tại bất cứ nơi nào. Mọi số liệu sử dụng trong luận văn này là những thông tin xác thực, đáng tin cậy, được xử lý trung thực và khách quan.

Tôi xin chịu mọi trách nhiệm về lời cam đoan của mình.

Thái Nguyên, ngày tháng 05 năm 2014

Tác giả luận văn

Lê Thị Thu

LỜI CẢM ƠN

Qua quá trình nghiên cứu làm luận văn, tôi đã nhận được sự giúp đỡ, ủng hộ của giáo viên hướng dẫn, các anh, chị, đồng nghiệp, bạn bè và gia đình tôi đã tạo điều kiện để tôi có thể hoàn thiện luận văn này.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn đối với **TS. Trần Văn Quyết**, trường ĐH Kinh tế và QTKD đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình thực hiện luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn ban lãnh đạo Ngân hàng nhà nước Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Quảng Ninh, các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hạ Long, các Khách hàng và các đồng nghiệp... đã giúp tôi trong quá trình hoàn thiện bảng câu hỏi khảo sát và thu thập số liệu khảo sát phục vụ cho bài luận văn này của tôi, đồng thời tạo điều kiện cho tôi để tôi có thể hoàn thành luận văn.

Bên cạnh sự giúp đỡ của giáo viên hướng dẫn, các đồng nghiệp, tôi còn nhận được sự ủng hộ, giúp đỡ của PGS.TS Nguyễn Thị Gấm, bạn bè và gia đình để hoàn thành luận văn.

Cảm ơn các bạn học viên cùng khóa đã động viên, hỗ trợ tôi hoàn thành luận văn.

Một lần nữa tôi xin chân thành cảm ơn TS. Trần Văn Quyết đã tận tình chỉ bảo, hướng dẫn, giúp đỡ và tạo điều kiện để tôi có thể hoàn thành luận văn tốt nghiệp này.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng 5 năm 2014

Tác giả luận văn

Lê Thị Thu

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC BẢNG	viii
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	ix
DANH MỤC SƠ ĐỒ, HÌNH	x
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Tình hình nghiên cứu	2
3. Mục tiêu nghiên cứu	4
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
5. Những đóng góp mới của luận văn	5
6. Bố cục của luận văn	5
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI XU HƯỚNG LỰA CHỌN NGÂN HÀNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN	6
1.1. Những vấn đề chung về ngân hàng thương mại và khách hàng cá nhân... 6	
1.1.1. Khái niệm và vai trò của NHTM trong nền kinh tế	6
1.1.2. Chức năng của ngân hàng thương mại	8
1.1.3. Vai trò của ngân hàng thương mại	9
1.1.4. Các nghiệp vụ cơ bản của NHTM	10
1.1.5. Dịch vụ ngân hàng	13
1.1.6. Khách hàng cá nhân và các sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng cá nhân của các ngân hàng thương mại	15
1.1.7. Nhân tố ảnh hưởng tới sự phát triển dịch vụ khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	26

1.2. Những vấn đề cơ bản về hành vi tiêu dùng.....	31
1.2.1. Khái niệm vai trò của người tiêu dùng đối với phát triển kinh tế.....	31
1.2.2. Khái niệm và phân loại hành vi tiêu dùng	31
1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng.....	36
1.2.4. Quá trình ra quyết định của người tiêu dùng	45
1.3. Cơ sở thực tiễn của vấn đề nghiên cứu	51
1.3.1. Tình hình phát triển của hệ thống ngân hàng tại Việt Nam.....	51
1.3.2. Thực trạng phát triển thị trường DVNH hiện đại	55
Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	59
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	59
2.2. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu	59
2.2.1. Mô hình nghiên cứu	59
2.2.2. Các giả thuyết nghiên cứu.....	60
2.3. Nguồn số liệu và phương pháp thu thập số liệu.....	61
2.3.1. Nguồn số liệu.....	61
2.3.2. Phương pháp thu thập số liệu	61
2.4. Phương pháp phân tích số liệu	62
2.4.1. Phương pháp thống kê mô tả và thống kê so sánh.....	62
2.4.2. Phương pháp phân tích khám phá nhân tố (EFA).....	62
2.4.3. Phương pháp phân tích hồi quy tương quan	65
2.5. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu	65
Chương 3. ĐO LƯỜNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LỰA CHỌN NGÂN HÀNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG	69
3.1. Khái quát về đặc điểm tự nhiên và tình hình kinh tế xã hội thành phố Hạ Long.....	69
3.2. Tình hình phát triển hệ thống ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hạ Long.....	71

3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân trên địa bàn thành phố Hạ Long.....	75
3.3.1. Thống kê mô tả về đối tượng điều tra.....	75
3.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA	78
3.3.3. Kiểm tra độ tin cậy của thang đo	85
3.4. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân trên địa bàn thành phố Hạ Long.....	88
Chương 4. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG THU HÚT KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN ĐỐI VỚI CÁC NHTM TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẠ LONG.....	92
4.1. Quan điểm, định hướng phát triển hệ thống NHTM.....	92
4.1.1. Quan điểm phát triển hệ thống NHTM của Đảng, Nhà nước.....	92
4.1.2. Mục tiêu phát triển NHTM và khách hàng cá nhân của hệ thống NHTM trên địa bàn Thành phố Hạ Long.....	94
4.1.3. Định hướng phát triển hệ thống NHTM của tỉnh Quảng Ninh và Thành phố Hạ Long.....	94
4.2. Giải pháp tăng cường thu hút khách hàng cá nhân đối với các NHTM trên địa bàn thành phố Hạ Long.....	95
4.2.1. Giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên.....	95
4.2.2. Giải pháp quảng bá, tuyên truyền tạo dấu ấn tốt đẹp trong xã hội nhằm xây dựng được uy tín của các chi nhánh ngân hàng thương mại ở thành Phố Hạ Long.....	97
4.2.3. Giải pháp đưa được những sản phẩm mới tiện ích đến với khách hàng	97
4.2.4. Giải pháp nhằm thu hút ngày càng nhiều hơn nữa lượng khách hàng đến với ngân hàng thương mại ở thành Phố Hạ Long	98
4.2.5. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh trong ngân hàng.....	102
4.3. Một số kiến nghị.....	104
4.3.1. Kiến nghị đối với nhà nước.....	104

4.3.2. Kiến nghị đối với hệ thống ngân hàng Việt Nam	106
KẾT LUẬN	107
TÀI LIỆU THAM KHẢO	111
PHỤ LỤC	114

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CN : Chi nhánh

DVNH: Dịch vụ ngân hàng

NHNN: Ngân hàng nhà nước

NHTM: Ngân hàng thương mại

TAM : Technology Accept Model (Mô hình chấp nhận công nghệ)

TPB : Theory of perceived Behavior (thuyết hành vi kiểm soát cảm nhận)

TRA : Theory of Reasoned Action (thuyết hành động hợp lý)

VN : Việt Nam

WTO : Tổ chức thương mại thế giới World Trade Organization

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1: Ma trận khách hàng - dịch vụ trong ngân hàng	14
Bảng 1.2: Phân loại hành vi tiêu dùng	33
Bảng 2.1: Các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn ngân hàng của các khách hàng cá nhân trên địa bàn thành phố Hạ Long tỉnh Quảng Ninh.....	66
Bảng 3.1: Tỷ trọng tổng tài sản của các NHTM so với toàn hệ thống (%)	72
Bảng 3.2: Thị phần tiền gửi của các NHTM (%).....	73
Bảng 3.3: Thị phần tín dụng của các NHTM trên địa bàn thành phố Hạ Long.....	74
Bảng 3.4: Kiểm định KMO và Bartlett's Test KMO and Bartlett's Test.....	79
Bảng 3.5: Tổng biến động đã giải thích được bởi các nhân tố	79
Bảng 3.6: Kết quả rút trích nhân tố	80
Bảng 3.7: Kiểm định KMO và Bartlett về sự thích hợp của các nhân tố	84
Bảng 3.8: Tổng biến động đã được giải thích.....	84
Bảng 3.9: Kiểm định độ tin cậy của thang đo	86
Bảng 3.10: Kiểm định độ phù hợp của mô hình	89
Bảng 3.11: Phân tích hệ số tương quan.....	89
Bảng 3.12: Mô hình hồi quy bội	90