

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

NGUYỄN KHUÊ CHÍNH

**NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG
DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TÍN DỤNG CỦA
NGÂN HÀNG TMCP ĐT&PT VIỆT NAM -
CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN - 2015

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

NGUYỄN KHUÊ CHÍNH

**NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG
DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TÍN DỤNG CỦA
NGÂN HÀNG TMCP ĐT&PT VIỆT NAM -
CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

**Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH
Mã số: 60 34 01 02**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: PSG.TS. TRẦN THỊ KIM THU

THÁI NGUYÊN - 2015

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn thạc sỹ: *“Nâng cao sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp đối với dịch vụ tín dụng của ngân hàng TMCP Đầu Tư và Phát Triển Việt Nam - Chi nhánh Thái Nguyên”* là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi. Các số liệu, kết quả tính toán nêu trong luận văn là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng; những kết luận khoa học của luận văn chưa từng được công bố tại bất cứ công trình, tài liệu nào trước đây.

Thái Nguyên, tháng 01 năm 2015

Tác giả luận văn

Nguyễn Khuê Chính

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện Luận văn này, tôi đã nhận được sự quan tâm giúp đỡ của Quý thầy, cô, bạn bè, đồng nghiệp.

Trước tiên, tôi xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu, các thầy cô giáo Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh - Đại học Thái Nguyên đã nhiệt tình giảng dạy, truyền đạt kiến thức và giúp đỡ tôi trong quá trình theo học và hoàn thiện luận văn.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn đến **PGS.TS.Trần Thị Kim Thu**, người đã trực tiếp định hướng cho chủ đề nghiên cứu; nghiêm túc về mặt khoa học và tận tình giúp đỡ tôi về mọi mặt để hoàn thành luận văn này.

Xin cảm ơn các vị lãnh đạo và chuyên viên Ngân hàng Nhà nước tỉnh Thái Nguyên, các đồng nghiệp đang công tác tại các ngân hàng trên địa bàn và đặc biệt là các doanh nghiệp đã và đang có quan hệ tín dụng với BIDV Thái Nguyên đã cung cấp thông tin, tài liệu và hợp tác giúp đỡ tôi trong quá trình thực hiện luận văn.

Xin trân trọng cảm ơn!

Thái Nguyên, tháng 01 năm 2015

Tác giả luận văn

Nguyễn Khuê Chính

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC HÌNH, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ.....	x
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.....	4
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	5
1.1.1. Sự hài lòng của khách hàng và các nhân tố quyết định	5
1.1.2. Ngân hàng thương mại và sản phẩm dịch vụ tín dụng doanh nghiệp của Ngân hàng thương mại	12
1.1.3. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng	18
1.1.4. Mô hình lý thuyết về chỉ số hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng	26
1.2. Cơ sở thực tiễn	30
1.2.1. Kinh nghiệm của các ngân hàng trên thế giới về làm hài lòng khách hàng.....	30
1.2.2. Kinh nghiệm của các ngân hàng thương mại Việt Nam về làm hài lòng khách hàng	35

1.2.3. Bài học kinh nghiệm rút ra trong quá trình kinh doanh.....	38
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	40
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	40
2.2. Quy trình nghiên cứu	40
2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu	40
2.3.1. Mô hình nghiên cứu	41
2.3.2. Giả thuyết nghiên cứu	41
2.4. Phương pháp nghiên cứu.....	42
2.4.1. Nghiên cứu định tính.....	42
2.4.2. Nghiên cứu định lượng	43
2.5. Hệ thống các tiêu chí nghiên cứu.....	48
Chương 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TÍN DỤNG CỦA BIDV THÁI NGUYÊN.....	51
3.1. Giới thiệu về BIDV Thái Nguyên.....	51
3.1.1. Khái quát chung về BIDV Thái Nguyên.....	51
3.1.2. Sản phẩm tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp của BIDV Thái Nguyên.....	54
3.1.3. Kết quả kinh doanh của BIDV Thái Nguyên từ năm 2011-2013	55
3.2. Đo lường và phân tích sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp đối với dịch vụ tín dụng do BIDV Thái Nguyên cung cấp.....	65
3.2.1. Mô tả mẫu nghiên cứu.....	65
3.2.2. Mô tả các thang đo chất lượng dịch vụ tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp của BIDV Thái Nguyên.....	69
3.2.3. Đánh giá các thang đo	75
3.2.4. Phân tích nhân tố khám phá (EFA).....	80
3.2.5. Đo lường các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng doanh nghiệp của BIDV Thái Nguyên bằng phân tích hồi quy tuyến tính.....	85

3.2.6. Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến của đường hồi qui.....	87
3.3. Nhận xét sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng doanh nghiệp của BIDV Thái Nguyên và nguyên nhân	89
3.3.1. Những mặt đạt được và nguyên nhân	89
3.3.2. Những mặt hạn chế và nguyên nhân.....	90
Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TÍN DỤNG CỦA BIDV THÁI NGUYÊN.....	95
4.1. Phương hướng và quan điểm	95
4.1.1. Phương hướng và quan điểm của BIDV	95
4.1.2. Phương hướng và quan điểm của BIDV Thái Nguyên.....	96
4.2. Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của KHDN đối với dịch vụ tín dụng của BIDV Thái Nguyên	97
4.2.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng doanh nghiệp theo các yếu tố tác động	97
4.2.2. Xây dựng chính sách lãi suất, phí đảm bảo tính cạnh tranh	101
4.2.3. Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng	101
4.2.4. Thành lập nhóm đầu mối chăm sóc khách hàng.....	102
4.2.5. Tập trung phát triển nguồn nhân lực	102
4.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam	106
4.3.1. Tiếp tục cải tiến quy trình nghiệp vụ	106
4.3.2. Thực hiện phân cấp thẩm quyền, tăng tính chủ động cho chi nhánh..	107
4.3.3. Đầu tư công nghệ và ứng dụng công nghệ vào các sản phẩm dịch vụ.....	107
4.3.4. Nâng cao hiệu quả hoạt động của trung tâm chăm sóc khách hàng ...	108
KẾT LUẬN	110
TÀI LIỆU THAM KHẢO	112
PHẦN PHỤ LỤC.....	113

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nguyên nghĩa tiếng Việt
BIDV	Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam
BIDV Thái Nguyên	Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt Nam - chi nhánh Thái Nguyên
GD	Giao dịch
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
KHTH	Kế hoạch tổng hợp
NH	Ngân hàng
NHTM	Ngân hàng thương mại
QL&DVKQ	Quản lý và dịch vụ kho quỹ
QLRR	Quản lý rủi ro
QTTD	Quản trị tín dụng
TCKT	Tài chính kế toán
TCTD	Tổ chức tín dụng
TMCP	Thương mại cổ phần
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TTDVCSKH	Trung tâm dịch vụ chăm sóc khách hàng

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ tín dụng doanh nghiệp của Ngân hàng.....	49
Bảng 3.1. Phân theo loại hình khách hàng năm 2011-2013	57
Bảng 3.2. Dự nợ tín dụng và thị phần dự nợ tín dụng của các NHTM trên địa bàn năm 2011-2013	60
Bảng 3.3: Dự nợ phân theo khách hàng của BIDV Thái Nguyên	61
Bảng 3.4: Dự nợ phân theo nhóm nợ của BIDV Thái Nguyên	62
Bảng 3.5: Dự bảo lãnh tại BIDV Thái Nguyên.....	63
Bảng 3.6: Kết quả hoạt động kinh doanh BIDV Thái Nguyên năm 2011 - 2013.....	64
Bảng 3.7: Cronbach's alpha của thang đo Sự tin cậy trong khi sử dụng dịch vụ tín dụng của BIDV tại Thái Nguyên	77
Bảng 3.8: Cronbach's alpha của thang đo “Sự đáp ứng” của BIDV Thái Nguyên khi khách hàng sử dụng dịch vụ tín dụng.....	77
Bảng 3.9: Cronbach's alpha của thang đo Năng lực phục vụ - “Sự đảm bảo” của BIDV Thái Nguyên khi khách hàng sử dụng dịch vụ tín dụng.....	78
Bảng 3.10: Cronbach's alpha của thang đo “Sự cảm thông” của BIDV Thái Nguyên đối với khách hàng khi họ sử dụng sản phẩm và dịch vụ	78
Bảng 3.11: Cronbach's alpha của thang đo “Sự hữu hình” của BIDV Thái Nguyên khi cung cấp sản phẩm và dịch vụ tín dụng doanh nghiệp	79
Bảng 3.12: Cronbach alpha của thang đo sự hài lòng của khách hàng.....	80
Bảng 3.13: Kiểm định của KMO và Bartlett	80
Bảng 3.14. Tổng biến động đã giải thích được bởi các nhân tố	81