

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

MAI THỊ HUYỀN TRANG

**NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG
DỊCH VỤ THẺ ATM TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG
VIỆT NAM – CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

THÁI NGUYÊN - 2015

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

MAI THỊ HUYỀN TRANG

**NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG
DỊCH VỤ THẺ ATM TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG
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: TS. TRẦN NHUẬN KIÊN

THÁI NGUYÊN - 2015

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đề tài nghiên cứu này do chính tôi thực hiện dựa trên kết quả khảo sát thực tế tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam – Chi nhánh Thái Nguyên, không có sự sao chép công trình nghiên cứu của tác giả khác hay sự giả tạo số liệu nghiên cứu.

Thái Nguyên, tháng 06 năm 2015

Học viên

Mai Thị Huyền Trang

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng Đào tạo, cùng các thầy, cô giáo trong Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên đã tận tình giúp đỡ, tạo mọi điều kiện cho tôi trong quá trình học tập và thực hiện đề tài.

Đặc biệt xin chân thành cảm ơn TS. Trần Nhuận Kiên đã trực tiếp hướng dẫn, chỉ bảo tận tình và đóng góp nhiều ý kiến quý báu, giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Tôi xin chân thành cảm ơn cán bộ, lãnh đạo Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam – Chi nhánh Thái Nguyên và các tổ chức, cá nhân trên địa TP. Thái Nguyên đã tạo mọi điều kiện giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu sơ bộ và điều tra khảo sát dữ liệu giúp tôi toàn hoàn thành luận văn này.

Cuối cùng tôi xin chân thành cảm ơn gia đình, bạn bè và các bạn đồng môn lớp Quản trị kinh doanh K10C đã động viên, giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này.

Thái Nguyên, tháng 06 năm 2015

Học viên

Mai Thị Huyền Trang

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vii
DANH MỤC CÁC HÌNH, BIỂU ĐỒ.....	viii
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa khoa học của luận văn.....	3
5. Bố cục của luận văn.....	3
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG	4
1.1. Cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng.....	4
1.1.1. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng về thẻ ATM.....	4
1.1.2. Các khái niệm chung về thẻ ATM.....	8
1.1.3. Các mô hình nghiên cứu trong và ngoài nước.....	15
1.2. Cơ sở thực tiễn về sự hài lòng của khách hàng.....	24
1.2.1. Tình hình phát triển thẻ ATM ở Việt Nam hiện nay.....	24
1.2.2. Kinh nghiệm nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ tại một số ngân hàng thương mại ở Việt Nam.....	26
1.2.3. Bài học kinh nghiệm đối với Vietinbank Thái Nguyên.....	28
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	30
2.1. Câu hỏi nghiên cứu.....	30
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	30

2.2.1. Phương pháp thu thập số liệu.....	30
2.2.2. Phương pháp chọn mẫu.....	31
2.2.3. Phương pháp tổng hợp thông tin.....	32
2.2.4. Phương pháp phân tích thông tin	32
2.3. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết cho đề tài	35
2.3.1. Mô hình nghiên cứu	35
2.3.2. Các giả thuyết của đề tài.....	36
2.4. Thang đo nghiên cứu.....	37
2.4.1. Thang đo chất lượng dịch vụ thẻ ATM.....	37
2.4.2. Thang đo hài lòng của khách hàng.....	38
2.5. Mã hóa dữ liệu.....	38
2.6. Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu.....	40
Chương 3: PHÂN TÍCH SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ	
DỤNG DỊCH VỤ THẺ ATM TẠI VIETINBANK THÁI NGUYÊN	41
3.1. Giới thiệu về Vietinbank Thái Nguyên.....	41
3.1.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (Vietinbank)....	41
3.1.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Thái Nguyên.....	42
3.2. Thực trạng dịch vụ thẻ tại Vietinbank Thái Nguyên	44
3.2.1. Giới thiệu về sản phẩm thẻ Vietinbank Thái Nguyên.....	44
3.2.2. Mạng lưới máy ATM của Vietinbank Thái Nguyên.....	47
3.2.3. Thực trạng hoạt động thẻ Vietinbank Thái Nguyên	48
3.3. Phân tích sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM tại Vietinbank Thái Nguyên	49
3.3.1. Mô tả mẫu.....	49
3.3.2. Đánh giá thực trạng sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM tại Vietinbank Thái Nguyên.....	52
3.3.3. Hệ số Cronbach Alpha	53

3.3.4. Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis).....	56
3.3.5. Hồi quy tuyến tính bội.....	59
3.3.6. Kiểm định giả thuyết của mô hình nghiên cứu	62
3.3.7. Nhận xét về sự hài lòng của khách hàng.....	63
3.3.8. Kiểm định Anova	65
3.3.9. Khảo sát sự ưa thích của khách hàng về thẻ ATM của Vietinbank và một số ngân hàng khác trên địa bàn TP.Thái Nguyên.....	66
3.4. Đánh giá về mức độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM tại Vietinbank Thái Nguyên.....	67
3.4.1. Những kết quả đạt được	67
3.4.2. Những hạn chế.....	68
3.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế.....	69
Chương 4: GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ ATM TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG – CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN	71
4.1. Định hướng phát triển chất lượng dịch vụ Vietinbank Thái Nguyên đến năm 2020	71
4.2. Một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng về thẻ ATM của Vietinbank Thái Nguyên	72
4.2.1. Độ tin cậy	72
4.2.2. Tài sản hữu hình.....	75
4.2.3. Độ tiếp cận	76
4.3. Kiến nghị.....	78
4.3.1. Đối với Ngân hàng Nhà nước	78
4.3.2. Đối với Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam	78
KẾT LUẬN	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO	82
PHỤ LỤC	84

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

ATM	: Máy rút tiền tự động
ĐVCNT	: Đơn vị chấp nhận thẻ
TMCP	: Thương mại cổ phần
Vietinbank	: Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam
Vietinbank Thái Nguyên	: Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam - Chi nhánh Thái Nguyên
NHNN	: Ngân hàng Nhà nước
NHTM	: Ngân hàng thương mại
TCTD	: Tổ chức tín dụng
KH	: Khách hàng
SDDV	: Sử dụng dịch vụ
NH	: Ngân hàng
TP	: Thành phố
NV	: Nhân viên
TDQT	: Tín dụng quốc tế

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1: Tình hình dịch vụ thẻ ngân hàng tại Việt Nam giai đoạn 2011 - 2014	25
Bảng 3.1: Hạn mức sử dụng thẻ Vietinbank Thái Nguyên.....	47
Bảng 3.2: Doanh số phát hành thẻ của Vietinbank Thái Nguyên 2009-2014.....	48
Bảng 3.3: Doanh số thanh toán thẻ của Vietinbank Thái Nguyên 2009-2014.....	49
Bảng 3.4: Phân bổ theo giới tính của mẫu điều tra.....	50
Bảng 3.5: Phân bổ theo nhóm tuổi của mẫu điều tra.....	50
Bảng 3.6: Phân bổ theo thu nhập của mẫu điều tra	51
Bảng 3.7: Phân bổ theo tần suất thời gian sử dụng thẻ của mẫu điều tra.....	51
Bảng 3.8: Phân bổ theo đối tượng phỏng vấn của mẫu điều tra.....	52
Bảng 3.9: Hệ số Cronbach Alpha của các thành phần thang đo chất lượng dịch vụ thẻ ATM của Vietinbank	54
Bảng 3.10: Hệ số Cronbach Alpha thành phần thang đo sự hài lòng khách hàng về thẻ ATM của Vietinbank	56
Bảng 3.11: Kết quả phân tích EFA của thang đo chất lượng dịch vụ.....	57
Bảng 3.12: Kết quả phân tích EFA của thang đo sự hài lòng khách hàng.....	58
Bảng 3.13: Mô hình điều chỉnh qua KĐ Cronbach Alpha và phân tích EFA	59
Bảng 3.14: Phân tích Anova trong hồi quy tuyến tính bội	61
Bảng 3.15: Kết quả phân tích hồi quy.....	61
Bảng 3.16: Đánh giá của khách hàng với các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng...	64
Bảng 3.17: Sự ưa thích của khách hàng về thẻ ATM.....	66

DANH MỤC CÁC HÌNH, BIỂU ĐỒ

Hình 1.1: Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng	8
Hình 1.2: Quy trình phát hành và thanh toán bằng thẻ ATM	11
Hình 1.3: Mô hình SERVQUAL của Parasuraman	18
Hình 1.4: Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ	19
Hình 1.5: Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của các quốc gia EU	19
Hình 1.6: Mô hình lý thuyết về chỉ số hài lòng khách hàng của Việt Nam....	21
Hình 1.7: Mô hình lý thuyết về chỉ số hài lòng khách hàng của các ngân hàng	22
Hình 2.1: Mô hình nghiên cứu đề tài.....	36
Hình 3.1: Sơ đồ tổ chức Vietinbank Thái Nguyên	43
Hình 3.2: Mô hình nghiên cứu điều chỉnh từ kết quả EFA.....	59
Hình 3.3: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh	62
Biểu đồ 3.1: Sự ưa thích của khách hàng về thẻ ATM	66