

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO                      NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC VIỆT NAM**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGÂN HÀNG THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**  
-----0000-----

**NGUYỄN THÀNH CÔNG**

**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG  
TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

**Chuyên ngành: Kinh tế - Tài chính - Ngân hàng**

**Mã ngành: 62 31 12 01**

**Khóa: 14**

**Người hướng dẫn khoa học:**

**Hướng dẫn 1: PGS. TS. TRỊNH QUỐC TRUNG**

**Hướng dẫn 2: TS. PHAN NGỌC MINH**

**TP.HỒ CHÍ MINH – NĂM 2016**



# CHƯƠNG 1

## MỞ ĐẦU

### 1.1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Cùng với xu thế hội nhập kinh tế toàn cầu, ngành tài chính – ngân hàng Việt Nam đã có những bước chuyển biến nổi bật, các ngân hàng thương mại (NHTM) đã nhanh chóng tiếp cận được với những mô hình kinh doanh hiện đại, công nghệ ngân hàng tiên tiến, học hỏi được những kinh nghiệm và phương thức quản lý mới của các nước có nền kinh tế phát triển... Tuy nhiên, bên cạnh các cơ hội thì các NHTM Việt Nam cũng có không ít những khó khăn và thách thức, đặc biệt kể từ khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của WTO và ký kết các hiệp định thương mại song phương với các nước Hoa Kỳ, Nhật Bản... đã tạo áp lực rất lớn cho hệ thống ngân hàng trong nước. Theo lộ trình, nhiều tổ chức tín dụng (TCTD) nước ngoài sẽ gia nhập vào thị trường tài chính Việt Nam cùng nhiều rào cản, quy định hạn chế hoạt động của Chính phủ đối với các TCTD nước ngoài sẽ dần được gỡ bỏ nên đòi hỏi các ngân hàng trong nước phải luôn đổi mới phương thức hoạt động, nâng cao chất lượng dịch vụ (CLDV) để có thể thích ứng với tình hình mới.

Tại Việt Nam, tuy đến nay đã có nhiều công trình nghiên cứu về CLDV ở nhiều lĩnh vực khác nhau và thể hiện ở nhiều cấp độ khác nhau nhưng nhìn chung kết quả của các công trình nghiên cứu của các tác giả vẫn còn tồn tại những mặt hạn chế. Riêng đối với các công trình nghiên cứu về lĩnh vực ngân hàng thì các tác giả chủ yếu tập trung vào khía cạnh đánh giá CLDV của một số loại hình dịch vụ cụ thể như: dịch vụ ngân hàng điện tử, dịch vụ tín dụng, dịch vụ thanh toán quốc tế, dịch vụ ngân hàng bán lẻ,... tại một ngân hàng cụ thể cho nên các kết quả nghiên cứu chưa thể hiện được hết tính bao quát toàn cảnh về thực trạng CLDV tài chính - ngân hàng tại thị trường Việt Nam. Bên cạnh đó, tại các NHTM Việt Nam cũng đã tiến hành các cuộc nghiên cứu khảo sát và đánh giá sơ bộ về CLDV đối với một số loại hình dịch vụ do chính ngân hàng cung cấp nhưng vẫn chưa thể hiện được tính định lượng một cách khoa học dẫn đến việc triển khai thực hiện các phương thức cải tiến nâng cao CLDV tại các ngân hàng chưa thực sự đồng bộ và hiệu quả đem lại chưa cao. Cho nên, để thể hiện tính tổng quan về thực trạng CLDV của toàn hệ thống NHTM Việt Nam trong giai đoạn hiện nay một cách có cơ sở và luận cứ khoa học, tác giả chọn đề tài cho luận án tiến sĩ là **“Chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam”**. Kết quả nghiên cứu của luận án này có thể là một phần đóng góp quan trọng cho các NHTM Việt Nam trong việc cải tiến nâng cao CLDV nhằm gia tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường tài chính.

### 1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Như đã đề cập về tính chất quan trọng của CLDV trong hoạt động kinh doanh của các TCTD trên thị trường tài chính, mục tiêu nghiên cứu của luận án chủ yếu tập trung vào CLDV tài chính - ngân hàng tại các NHTM Việt Nam hiện nay. Cụ thể như sau:

- Xây dựng hệ thống các thang đo và mô hình đo lường CLDV tài chính - ngân hàng tại các NHTM Việt Nam.
- Thực hiện đo lường, đánh giá CLDV tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam hiện nay và so sánh sự khác biệt cảm nhận CLDV giữa các nhóm NHTM.
- Kiểm định sự tác động của các nhân tố đến CLDV và CLDV đến sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, đồng thời so sánh sự khác biệt cảm nhận CLDV giữa các nhóm đối tượng khách hàng theo giới tính, độ tuổi, thu nhập, trình độ học vấn.

- Đề xuất các hàm ý chính sách cải tiến nâng cao CLDV tài chính – ngân hàng cho các NHTM Việt Nam.

Để hoàn thành những mục tiêu nêu trên, quá trình nghiên cứu của luận án đi vào giải quyết các câu hỏi sau:

- Các NHTM Việt Nam cần quan tâm những nhân tố nào khi đánh giá CLDV?
- CLDV tài chính - ngân hàng tại các NHTM Việt Nam được đo lường như thế nào?
- Có sự khác biệt cảm nhận CLDV của khách hàng đối với các nhóm NHTM và giữa các nhóm đối tượng khách hàng hay không?
- CLDV có ảnh hưởng đến sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng hay không?
- Để có thể duy trì sự gắn bó lâu dài của khách hàng với ngân hàng cũng như góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường tài chính, CLDV của các NHTM Việt Nam cần được cải tiến những vấn đề gì?

### 1.3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

- **Đối tượng nghiên cứu:** CLDV tài chính - ngân hàng tại các NHTM Việt Nam.
- **Phạm vi nghiên cứu:**
  - + **Về nội dung nghiên cứu:** Luận án này chủ yếu tập trung nghiên cứu những vấn đề liên quan đến lĩnh vực hoạt động ngân hàng tại các NHTM Việt Nam; các nhân tố ảnh hưởng đến CLDV tài chính – ngân hàng; thực trạng CLDV tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam trong giai đoạn hiện nay thông qua khảo sát ý kiến đánh giá của khách hàng trong nước; mức độ tác động của các nhân tố đến CLDV và CLDV đến sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng; so sánh sự khác biệt về cảm nhận CLDV giữa các nhóm đối tượng khách hàng.
  - + **Về không gian nghiên cứu:** Để đảm bảo tính đại diện của mẫu nghiên cứu trong việc đánh giá toàn diện CLDV tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam, dữ liệu được thu thập từ việc khảo sát ý kiến đánh giá của khách hàng đang sử dụng dịch vụ tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam tại các tỉnh thành phố lớn.
  - + **Về thời gian nghiên cứu:** Dữ liệu phục vụ cho công tác nghiên cứu được sử dụng từ nguồn dữ liệu kết quả hoạt động kinh doanh của toàn hệ thống ngân hàng tại Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2009 – 2014 và kết quả khảo sát ý kiến đánh giá của khách hàng về CLDV tài chính - ngân hàng được thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 6/2014 – 9/2014.

### 1.4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Về phương pháp nghiên cứu, luận án sử dụng các phương pháp sau:

- *Phương pháp nghiên cứu định tính*, phương pháp này được thực hiện bằng kỹ thuật phỏng vấn chuyên sâu đối với các chuyên gia về lĩnh vực tài chính – ngân hàng và khách hàng đang sử dụng dịch vụ của ngân hàng.
- *Phương pháp nghiên cứu định lượng*, phương pháp này được thực hiện thông qua khảo sát ý kiến đánh giá của khách hàng bằng bảng khảo sát chi tiết.

## 1.5. Ý NGHĨA KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN

Đề tài nghiên cứu “*Chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam*” thể hiện ý nghĩa về mặt khoa học và thực tiễn như sau:

- Về mặt khoa học, kết quả nghiên cứu của luận án đóng góp một phần cơ sở lý luận về CLDV, hệ thống các thang đo và mô hình đo lường CLDV tài chính - ngân hàng vào hệ thống lý thuyết nghiên cứu CLDV.
- Về mặt thực tiễn, kết quả nghiên cứu của luận án giúp cho các nhà quản lý có cách nhìn tổng quan về thực trạng CLDV dịch vụ tại các NHTM Việt Nam hiện nay, xác định được những nhân tố ảnh hưởng đến CLDV để qua đó xác định được những phương hướng mục tiêu trong việc hoạch định các chính sách cải tiến thích hợp nhằm góp phần duy trì sự gắng bó lâu dài của khách hàng đối với ngân hàng cũng như góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường tài chính.

## 1.6. NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy luận án có những đóng góp mới như sau:

- Xây dựng được hệ thống các thang đo và mô hình đo lường CLDV có luận cứ khoa học rõ ràng, đạt độ tin cậy và giá trị cho phép, phù hợp với bối cảnh nghiên cứu đánh giá tổng quan về CLDV tài chính - ngân hàng tại các NHTM Việt Nam hiện nay. Đặc biệt trong đó, kết quả nghiên cứu của luận án thể hiện theo xu hướng nghiên cứu mở rộng. Từ cơ sở mô hình 5 thành phần SERVQUAL của Parasuraman (1985), mô hình nghiên cứu lý thuyết của luận án được điều chỉnh bổ thêm một nhân tố “Tiếp cận” sao cho phù hợp với bối cảnh thị trường và tâm lý khách hàng tại Việt Nam mà các công trình nghiên cứu của các tác giả trong nước trước đây chưa thể hiện được.
- Ngoài việc nghiên cứu đo lường đánh giá CLDV, kiểm định sự tác động của các nhân tố đến CLDV và sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, kết quả nghiên cứu của luận án cũng đã so sánh được sự khác biệt cảm nhận CLDV giữa các nhóm NHTM và sự khác biệt cảm nhận CLDV giữa các nhóm đối tượng khách hàng theo theo giới tính, độ tuổi, thu nhập, trình độ học vấn.
- Từ kết quả nghiên cứu luận án, tác giả đã đề xuất 8 hàm ý chính sách cải tiến nâng cao CLDV tài chính - ngân hàng cho các NHTM Việt Nam.

## 1.7. KẾT CẤU CỦA LUẬN ÁN

Ngoài phần danh mục các bảng, biểu đồ, hình vẽ, tài liệu tham khảo thì bộ cục nội dung của luận án bao gồm có 5 Chương:

**Chương 1:** Mở đầu

**Chương 2:** Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng

**Chương 3:** Phương pháp nghiên cứu và mô hình đo lường chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

**Chương 4:** Kết quả nghiên cứu đo lường chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

**Chương 5:** Kết luận và hàm ý chính sách cải tiến nâng cao chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

## CHƯƠNG 2

### CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG

#### 2.1. KHÁI NIỆM VỀ DỊCH VỤ

*Dịch vụ là hoạt động có chủ đích nhằm đáp ứng nhu cầu nào đó của con người. Đặc điểm của dịch vụ là không tồn tại ở dạng sản phẩm cụ thể (hữu hình) như hàng hoá, không thể tách rời khỏi nguồn gốc, không ổn định về chất lượng, không lưu giữ được, ... nhưng phục vụ trực tiếp nhu cầu nhất định của xã hội.*

#### 2.2. DỊCH VỤ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG

##### 2.2.1. Khái niệm về dịch vụ tài chính - ngân hàng

*Dịch vụ tài chính - ngân hàng là toàn bộ các công việc trung gian về tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối... của ngân hàng nhằm đáp ứng các nhu cầu của khách hàng và đem lại nguồn lợi nhuận tốt nhất cho ngân hàng cung ứng dịch vụ.*

##### 2.2.2. Đặc điểm dịch vụ tài chính – ngân hàng

Từ các khái niệm về dịch vụ tài chính – ngân hàng cho thấy bản chất của dịch vụ tài chính – ngân hàng có sự khác biệt với các loại hàng hóa thông thường. Theo Trịnh Quốc Trung (2009, Tr.330) cho rằng dịch vụ tài chính - ngân hàng có hai đặc tính cơ bản quyết định toàn bộ quá trình hình thành, cung ứng, quản lý và khai thác sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng như sau:

- Thuộc tính dịch vụ của sản phẩm ngân hàng khi so sánh với các sản phẩm công nghiệp thì các sản phẩm dịch vụ chứa đựng tính vô hình, tính không đồng nhất, tính trọn gói, tính không thể tách rời giữa việc sản xuất và tiêu dùng và tính không thể lưu giữ được như những sản phẩm công nghiệp khác. Tùy thuộc từng loại sản phẩm dịch vụ mà sự kết hợp các yếu tố trên một cách tương xứng.
- Thuộc tính tài chính là tính riêng tư, bảo mật và sự nhạy cảm về các thông tin liên quan đến tài chính của một cá nhân, một tổ chức bất kỳ. Thuộc tính tài chính được xem là một trong những trở ngại hoặc rào cản lớn nhất của các tổ chức cung cấp dịch vụ ngân hàng trong quá trình hình thành, cung ứng, khai thác và quản lý sản phẩm.

##### 2.2.3. Các loại hình dịch vụ tài chính - ngân hàng

###### 2.2.3.1. Dịch vụ tạo nguồn vốn

Dịch vụ tạo nguồn vốn là một trong hai loại hình dịch vụ cơ bản của NHTM nhằm mục tiêu tạo nên nguồn vốn kinh doanh cho ngân hàng. Với dịch vụ tạo nguồn vốn, các NHTM sử dụng mọi công cụ và phương pháp khác nhau để huy động mọi nguồn tiền nhàn rỗi từ các chủ thể cá nhân và tổ chức trong nền kinh tế để đáp ứng nhu cầu vay vốn của nền kinh tế. Dịch vụ tạo nguồn vốn của các NHTM được thể hiện dưới các hình thức sau đây:

- + Dịch vụ tiền gửi, gồm: *Dịch vụ tiền gửi có kỳ hạn, Dịch vụ tiền gửi thanh toán, Dịch vụ tiền gửi tiết kiệm của dân cư, Dịch vụ tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, Dịch vụ tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, Dịch vụ tiền gửi của các ngân hàng khác...*
- Phát hành chứng từ có giá để huy động vốn

- + Các dịch vụ tạo nguồn khác, gồm: *Vay Ngân hàng nhà nước (NHNN), Vay các TCTD khác, Dịch vụ ủy thác...*

#### **2.2.3.2. Dịch vụ sử dụng vốn**

Từ nguồn vốn huy động từ các tổ chức và cá nhân trong nền kinh tế, các NHTM triển khai cung cấp các loại hình dịch vụ cho vay, bảo lãnh ngân hàng, cho thuê tài chính, và một số hình thức cho vay khác nhằm góp phần tạo ra doanh thu và lợi nhuận cho ngân hàng cũng như thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Trong đó:

- + Cho vay trực tiếp, gồm: Cho vay bất động sản, Cho vay tiêu dùng, Cho vay nông nghiệp, Cho vay kinh doanh xuất nhập khẩu...
- + Cho vay gián tiếp, gồm: *Chiết khấu giấy tờ có giá, Bao thanh toán*
- + Bảo lãnh ngân hàng: Bảo lãnh vay vốn, Bảo lãnh dự thầu, Bảo lãnh thực hiện hợp đồng, Bảo lãnh chất lượng công trình, Bảo lãnh thanh toán, Cho thuê tài chính
- + Các hình thức cho vay khác

#### **2.2.3.3. Dịch vụ có thu phí**

- Dịch vụ kinh doanh ngoại hối
- Dịch vụ thanh toán trong nước và quốc tế
- Dịch vụ ngân hàng điện tử, gồm: *Internet banking, Home banking, Mobile banking, Phone banking, SMS Banking, Dịch vụ VnTopUp....*
- **Dịch vụ ngân quỹ**
- **Các loại hình dịch vụ có thu phí khác như:** dịch vụ giữ hộ tài sản; dịch vụ cho thuê kết sắt; dịch vụ chấp nhận thanh toán thẻ; dịch vụ xác nhận số dư chứng minh năng lực tài chính; dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán, bất động sản; mua bán nợ....

#### **2.2.3.4. Dịch vụ hỗn hợp**

Dịch vụ hỗn hợp là dịch vụ được kết hợp nhiều chức năng tiện ích khác nhau hoặc một số loại hình dịch vụ nêu trên nhằm gia tăng tính tiện lợi cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ tài chính - ngân hàng. Các loại hình dịch vụ hỗn hợp phổ biến hiện đang được các NHTM cung cấp cho khách hàng trên thị trường tài chính hiện nay bao gồm dịch vụ thẻ và dịch vụ liên kết bảo hiểm.

- **Dịch vụ thẻ, gồm: thẻ nội địa và thẻ quốc tế**
- **Dịch vụ liên kết bảo hiểm ngân hàng (Bancassurance)**

### **2.3. CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG**

#### **2.3.1. Khái niệm về chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng**

*Chất lượng dịch vụ tài chính - ngân hàng là sự khác biệt giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng khi sử dụng dịch vụ do ngân hàng cung cấp.*

#### **2.3.2. Vai trò của chất lượng dịch vụ đối với hoạt động ngân hàng**

##### **2.3.2.1. Nâng cao lợi thế cạnh tranh cho ngân hàng**

##### **2.3.2.2. Tăng cường liên kết hợp tác giữa các tổ chức cả trong và ngoài nước**

##### **2.3.2.3. Đẩy mạnh đa dạng hóa loại hình sản phẩm dịch vụ**

##### **2.3.2.4. Thu hút và giữ chân khách hàng**

### **2.3.2.5. *Củng cố vị thế và nâng cao uy tín thương hiệu cho ngân hàng***

### **2.3.3. *Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng***

CLDV là nhân tố tác động nhiều đến sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Nếu ngân hàng đem đến cho khách hàng những sản phẩm dịch vụ có chất lượng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng thì doanh nghiệp đó bước đầu đã làm cho khách hàng hài lòng. Do đó, để nâng cao sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, trước tiên ngân hàng cần phải nâng cao CLDV. Nói cách khác, CLDV và sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó CLDV là cái tạo ra trước, quyết định đến sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. CLDV tuy được quyết định bởi nhiều nhân tố nhưng lại là nguồn gốc quan trọng, là cái được tạo ra trước và sau đó mới quyết định đến sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

### **2.3.4. *Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tài chính – ngân hàng***

#### **2.3.4.1. *Nhân tố bên ngoài***

- Môi trường kinh tế
- Môi trường chính trị, pháp lý
- Môi trường xã hội, văn hóa, nhân khẩu và địa lý
- Nhu cầu thị hiếu của khách hàng
- Toàn cầu hóa và mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng

#### **2.3.4.2. *Nhân tố bên trong***

- Năng lực tài chính
- Cơ sở vật chất
- Mạng lưới hoạt động
- Mức độ đầu tư công nghệ ngân hàng
- Chiến lược quảng bá và truyền thông
- Chính sách khách hàng
- Chất lượng nguồn nhân lực

## **2.4. CÁC TIÊU CHÍ ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG**

Từ thập niên 80 đến nay, các nhà nghiên cứu Gronroos (1984), Parasuraman & ctg (1985, 1988), Cronin & Taylor (1992),... đã đưa ra các mô hình nghiên cứu và các tiêu chí đo lường CLDV theo các cách tiếp cận vấn đề khác so với trước đây, tạo tiền đề mở rộng nghiên cứu các vấn đề thực tiễn liên quan đến CLDV.

Trên cơ sở mô hình đo lường CLDV của Gronroos (1984), Parasuraman (1988) đã xây dựng và phát triển mô hình SERVQUAL gồm 5 tiêu chí: (1) *phương tiện hữu hình*, (2) *tin cậy*, (3) *đáp ứng*, (4) *năng lực phục vụ*, (5) *sự đồng cảm* với 22 biên quan sát để đo lường CLDV như sau:



**Bảng 2.1. Các tiêu chí đo lường của mô hình SERVQUAL**

<b>Tiêu chí đo lường CLDV</b>	<b>Mô tả</b>
Tin cậy ( <i>reliability</i> )	Đo lường khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên.
Đáp ứng ( <i>responsiveness</i> )	Đo lường sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.
Năng lực phục vụ ( <i>assurance</i> )	Đo lường trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.
Đồng cảm ( <i>empathy</i> )	Đo lường sự quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng.
Phương tiện hữu hình ( <i>tangibles</i> )	Đo lường ngoại hình, trang phục của nhân viên phục vụ, các trang thiết bị, tài liệu, cơ sở vật chất phục vụ cho dịch vụ.

*Nguồn: Parasuraman & ctg (1988)*

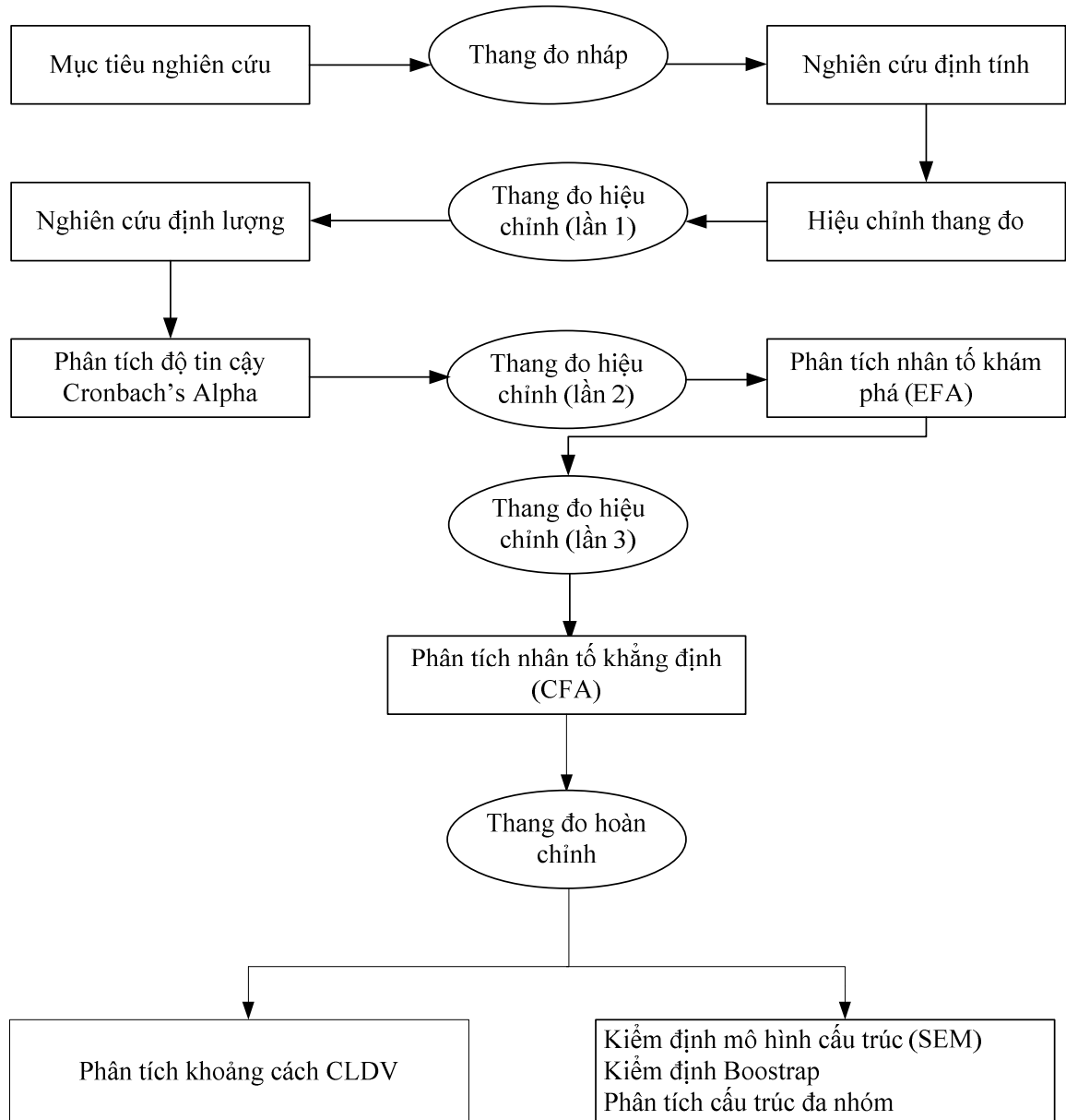
Mô hình SERVQUAL tuy đã được nhiều nhà nghiên cứu vận dụng để đo lường CLDV trong nhiều lĩnh vực khác nhau như: nhà hàng, khách sạn, viễn thông, khách sạn, siêu thị, trường học, tài chính - ngân hàng,... nhưng vẫn không nhận được sự đồng thuận hoàn toàn từ các nhà nghiên cứu Cronin & Taylor (1992, 1994), Teas (1993), Haywood- Farmer (1988), Philip & Hazlett (1997)... Tác giả Cronin & Taylor (1992) cho rằng CLDV là một hình thức của thái độ, quan điểm của khách hàng, là tiền đề của sự hài lòng và có ý nghĩa đối với ý định mua hàng của khách hàng. Khách hàng không mua dịch vụ có chất lượng tốt nhất mà chỉ mua dịch vụ trên cơ sở đánh giá về giá trị của dịch vụ nên việc đánh giá đo lường CLDV tốt nhất chỉ dựa trên chất lượng cảm nhận mà không cần có chất lượng kỳ vọng của khách hàng và tác giả đã đề xuất mô hình SERVPERF để đo lường CLDV.

Như vậy, từ việc xem xét các mô hình đo lường CLDV nêu trên cho thấy không có mô hình đo lường CLDV nào được các nhà nghiên cứu chấp thuận hoàn toàn cũng như không có bất kỳ định nghĩa tổng quát nào về hoạt động đo lường CLDV được thừa nhận hoàn toàn. Tuy nhiên, trong các mô hình đo lường CLDV thì mô hình SERVQUAL theo đề xuất của Parasuraman & ctg (1988) vẫn nhận được nhiều sự ủng hộ từ các nhà nghiên cứu Akan (1995), Avkiran (1994), Babakus & Mangold (1992), Bojanic (1991), Carman (1990), Johns & Tyas (1996), Saleh & Ryan (1991),... và phần lớn các nhà nghiên cứu này đều ủng hộ quan điểm việc đo lường đánh giá CLDV trên cơ sở so sánh sự khác biệt giữa chất lượng cảm nhận với chất lượng kỳ vọng của người tiêu dùng khi sử dụng dịch vụ.

Cho nên, xuất phát từ các quan điểm về CLDV của các nhà nghiên cứu trên thế giới cũng như những mặt còn hạn chế của các công trình nghiên cứu của các tác giả trong nước, trong phạm vi nghiên cứu của luận án này, tác giả đề xuất sử dụng 5 tiêu chí đo lường CLDV của mô hình SERVQUAL để đo lường CLDV tài chính – ngân hàng tại các NHTM Việt Nam. Tuy nhiên, việc vận dụng các tiêu chí đo lường CLDV này cần có sự điều chỉnh bổ sung, những tiêu chí nào cần thêm vào hoặc những tiêu chí nào cần bỏ đi... sao cho phù hợp với bối cảnh văn hóa và hành vi tiêu dùng của khách hàng tại Việt Nam.

**CHƯƠNG 3**  
**PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ MÔ HÌNH ĐO LƯỜNG**  
**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG**  
**TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM**

**3.1. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**



**Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu**

*Nguồn: Tham khảo từ Churchill (1979)*

Quá trình thực hiện nghiên cứu CLDV tài chính - ngân hàng tại các NHTM Việt Nam gồm hai bước chính là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Trong đó, nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua phương pháp định tính và định lượng. Nghiên cứu sơ bộ định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật phỏng vấn sâu đối với các chuyên gia và khách hàng đang sử dụng dịch vụ tài chính - ngân hàng nhằm mục đích khám phá, bổ sung và điều chỉnh