

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

NGUYỄN THÁI PHƯƠNG MAI

**NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG
CÁ NHÂN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÍN DỤNG TẠI
NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN - 2014

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

NGUYỄN THÁI PHƯƠNG MAI

**NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG
CÁ NHÂN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÍN DỤNG TẠI
NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã ngành: 60.34.01.02

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: TS. ĐỖ ĐÌNH LONG

THÁI NGUYÊN - 2014

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan bản luận văn là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi. Các số liệu và kết quả 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 trong bất cứ công trình nào trước đây.

Thái Nguyên, ngày tháng 11 năm 2014

Tác giả luận văn

Nguyễn Thái Phương Mai

LỜI CẢM ƠN

Tác giả xin bày tỏ lòng biết ơn đến Ban Giám hiệu, toàn thể 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 trong quá trình tác giả theo học tại trường và tạo điều kiện thuận lợi nhất để giúp tác giả trong thời gian học tập và nghiên cứu nhằm hoàn thành chương trình Cao học.

Với tình cảm trân trọng nhất, tác giả luận văn xin bày tỏ sự cảm ơn chân thành, sâu sắc tới TS. ĐỖ ĐÌNH LONG vì sự tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tác giả trong quá trình thực hiện luận văn.

Xin chân thành cảm ơn các đồng chí trong Ban lãnh đạo Ngân hàng TMCP Á Châu - Chi nhánh Thái Nguyên, cán bộ các phòng chuyên môn, và cán bộ đã giúp đỡ và tạo điều kiện cho tác giả trong việc thu thập số liệu để hoàn thiện bản luận văn này.

Xin trân trọng cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng 11 năm 2014

Tác giả luận văn

Nguyễn Thái Phương Mai

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC BẢNG	viii
DANH MỤC HÌNH	ix
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Những đóng góp của đề tài	4
5. Kết cấu của đề tài	4
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TÍN DỤNG VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG	5
1.1. Cơ sở lý luận về tín dụng ngân hàng	5
1.1.1. Khái niệm	5
1.1.2. Đặc điểm của tín dụng ngân hàng	6
1.1.3. Vai trò của tín dụng ngân hàng đối với sự nghiệp phát triển kinh tế xã hội của một quốc gia	7
1.2. Dịch vụ	8
1.2.1. Khái niệm	8
1.2.2. Đặc tính của dịch vụ	9
1.3. Chất lượng dịch vụ	10
1.3.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ	10
1.3.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ	11
1.3.3. Một số mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ	13
1.4. Tín dụng cá nhân	19
1.4.1. Khái niệm	19

1.4.2. Đặc điểm tín dụng cá nhân.....	20
1.4.3. Phân loại tín dụng cá nhân.....	20
1.4.4. Nội dung cơ bản của tín dụng cá nhân.....	21
1.4.5. Quy trình cho vay tín dụng cá nhân.....	23
1.5. Sự hài lòng của khách hàng	24
1.5.1. Khái niệm.....	24
1.5.2. Vai trò của sự hài lòng khách hàng đối với Ngân hàng	25
1.5.3. Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của KH.....	27
1.5.4. Những nhân tố quyết định sự hài lòng của KH cá nhân.....	28
1.6. Một số đề tài nghiên cứu liên quan đến đề tài	30
1.7. Kinh nghiệm về nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng của một số Ngân hàng trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho các NHTM của Việt Nam	31
1.7.1. Kinh nghiệm về nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng của một số Ngân hàng trên thế giới	31
1.7.2. Bài học kinh nghiệm và nâng cao chất lượng dịch vụ.....	34
Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	35
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	35
2.2. Phương pháp thu thập số liệu.....	36
2.2.1. Thu thập số liệu thứ cấp.....	36
2.2.2. Thu thập số liệu sơ cấp.....	36
2.3. Thiết kế nghiên cứu.....	40
2.3.1. Nghiên cứu định tính.....	40
2.3.2. Nghiên cứu định lượng	41
2.4. Mô hình và chỉ tiêu nghiên cứu	41
2.4.1. Mô hình Servqual.....	41
2.4.2. Mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng.....	43
2.4.3. Chỉ tiêu nghiên cứu	44
2.5. Thiết kế bảng câu hỏi	46
2.5.1. Mục tiêu	46

2.5.2. Nội dung.....	46
2.6. Phương pháp xử lý, phân tích số liệu.....	46
2.6.1. Phương pháp thống kê mô tả	46
2.6.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo và độ tin cậy của biến đo lường	48
2.6.3. Phân tích nhân tố.....	48
2.6.4. Phân tích hồi quy.....	49
Chương 3. ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI ACB - CN THÁI NGUYÊN	50
3.1. Ngân hàng TMCP Á Châu và Chi nhánh Thái Nguyên.....	50
3.1.1. Khái quát chung về Ngân hàng TMCP Á Châu.....	50
3.1.2. Giới thiệu về ACB- CN Thái Nguyên.....	53
3.2. Tình hình hoạt động của ACB- CN Thái Nguyên.....	55
3.2.1. Khái quát chung về tình hình huy động và cho vay tại Thái Nguyên .	55
3.2.2. Kết quả hoạt động của ACB- CN Thái Nguyên giai đoạn 2011-2013	59
3.2.3. Thuận lợi	64
3.2.4. Hạn chế.....	65
3.2.5. Đánh giá về hoạt động tín dụng cá nhân tại ACB- CN Thái Nguyên .	66
3.3. Kết quả khảo sát sự hài lòng của KHCN	71
3.3.1. Mô tả thống kê	71
3.3.2. Kiểm định thang đo với hệ số Cronbach's Alpha	75
3.3.3. Phân tích nhân tố khám phá	80
3.3.4. Phân tích tương quan	82
3.3.5. Phân tích hồi quy và kiểm định sự phù hợp của mô hình.....	86
3.3.6. Kết quả phân tích hồi quy đa biến và mô hình hồi quy đa biến ...	87
3.4. Phân tích kết quả	88
3.5. Các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân.....	89
Chương 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI ACB- CN THÁI NGUYÊN.....	94

4.1. Định hướng phát triển của ACB- CN Thái Nguyên	94
4.1.1. Định hướng hoạt động chung.....	94
4.1.2. Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng cá nhân tại ACB- CN Thái Nguyên.....	96
4.2. Giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân	97
4.2.1. Giải pháp liên quan đến sự thuận tiện.....	97
4.2.2. Giải pháp liên quan đến yếu tố giá cả.....	98
4.2.3. Giải pháp liên quan đến phong cách phục vụ	99
4.2.4. Giải pháp liên quan đến yếu tố tiếp xúc khách hàng	100
4.2.5. Giải pháp liên quan đến sự tin cậy.....	100
4.2.6. Giải pháp liên quan đến sự hữu hình	101
4.2.7. Giải pháp liên quan đến hình ảnh thương hiệu	101
4.2.8. Giải pháp liên quan đến danh mục sản phẩm	101
4.2.9. Một số giải pháp khác	102
4.3. Kiến nghị đối với ACB - Hội sở	102
KẾT LUẬN	104
TÀI LIỆU THAM KHẢO	106
PHỤ LỤC	105

DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT

ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
CA	Phân tích tài chính cá nhân
CBL	Trưởng bộ phận tín dụng cá nhân
CN	Chi nhánh
HSTD	Hồ sơ tín dụng
KH	Khách hàng
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
Mô hình đo lường chất lượng dịch vụ	Servqual
NH	Ngân hàng
NHNN	Ngân hàng nhà nước
PFC	Tư vấn tài chính cá nhân
TMCP	Thương mại cổ phần
TSDB	Tài sản đảm bảo

DANH MỤC BẢNG

Bảng 3.1. Tình hình huy động vốn tại địa bàn Thái Nguyên.....	56
Bảng 3.2. Tình hình cho vay trên địa bàn Thái Nguyên	58
Bảng 3.3. Kết quả hoạt động của ACB- CN Thái Nguyên	59
Bảng 3.4. Kết quả hoạt động tín dụng cá nhân theo lĩnh vực cho vay	61
Bảng 3.5. Kết quả hoạt động tín dụng cá nhân theo địa bàn	63
Bảng 3.6. Thống kê số lượng NH mà KHCN hiện đang quan hệ.....	71
Bảng 3.7. Thống kê thời gian quan hệ của KHCN với ACB	72
Bảng 3.8. Bảng tổng hợp mong đợi của KHCN	74
Bảng 3.9: Thống kê mô tả các thang đo chất lượng tín dụng cá nhân.....	75
Bảng 3.10. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố STT .	76
Bảng 3.11. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố SHH	76
Bảng 3.12. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố PCPV	77
Bảng 3.13. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố giá ...	77
Bảng 3.14. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố HATH	78
Bảng 3.15. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố tiếp xúc KH	78
Bảng 3.16. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố STC.	79
Bảng 3.17. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha đối với nhân tố DMSP.....	79
Bảng 3.18. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha với nhân tố SHL.....	79
Bảng 3.19. Kết quả phân tích nhân tố KMO.....	81
Bảng 3.20. Thành phần thang đo các nhân tố ảnh hưởng.....	81
Bảng 3.21. Kết quả phân tích nhân tố phụ thuộc SHL	82
Bảng 3.22. Kết quả phân tích tương quan Pearson	84
Bảng 3.23. Kết quả phân tích hồi qui.....	86
Bảng 3.24. Kết quả hồi qui đa biến.....	87