

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong giai đoạn hiện tại, khi nền kinh tế nước ta đã và đang hội nhập với nền kinh tế thế giới (tháng 10/2015 chúng ta chính thức gia nhập tổ chức TPP – Hiệp định đối tác kinh tế Thái Bình Dương) thì việc thương mại điện tử hóa các giao dịch trong hầu hết các ngành nghề là một xu thế tất yếu. Từ đó, nhu cầu thực hiện các giao dịch điện tử thông qua ngân hàng cũng là một xu thế tất yếu và phát triển ngày càng mạnh mẽ hơn nữa. Là một trong những ngân hàng hàng đầu, lâu đời nhất tại Việt Nam, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Agribank không chỉ luôn tập trung hoàn thiện các nghiệp vụ ngân hàng truyền thống mà đồng thời còn phát triển những nghiệp vụ về ngân hàng điện tử nhằm bắt kịp sự phát triển của xã hội và đất nước trong giai đoạn hội nhập, công nghiệp hóa hiện đại hóa. Agribank luôn nỗ lực đổi mới và ứng dụng công nghệ vào các kênh giao dịch điện tử nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng đồng thời nhằm giảm tải cho các giao dịch trực tiếp.

Mặc dù Agribank luôn cố gắng để cung cấp những dịch vụ tốt nhất tới khách hàng nhưng điều đó chưa bao giờ là dễ

dàng đối với bất kỳ một ngân hàng nào. Muốn thành công thì ngân hàng phải có câu trả lời thỏa đáng cho câu hỏi: Khách hàng có thực sự hài lòng với những giao dịch của họ hay không? Chính vì lý do đó mà tôi đã lựa chọn đề tài **“Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng điện tử của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội”**

## **2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu**

Từ tính cấp thiết của đề tài, ta có thể thấy được đầu tư và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là một trong những biện pháp gia tăng vị thế cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường hiện nay. Dịch vụ ngân hàng điện tử đang ngày càng trở nên là một phương tiện rất thiết yếu để ngân hàng cung cấp sản phẩm và dịch vụ ngân hàng.

Từ những thực tế trên cùng với hạn chế của một số hạn chế mà tôi đã tìm hiểu được thì việc đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử, nghiên cứu các mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử thông qua mô hình SERVQUAL là việc làm rất có ý nghĩa nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử trong thời gian tới.

## **3. Mục đích nghiên cứu**

- Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng trên địa bàn Hà Nội về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng AgriBank hiện nay.

- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng AgriBank thông qua mô hình nghiên cứu, đồng thời kiểm định các giả thuyết nghiên cứu về mối quan hệ giữa các thành phần chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng.

- Từ kết quả nghiên cứu đề xuất một số kiến nghị giải pháp để nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng AgriBank trong thời gian tới.

#### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu là chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử

- Đối tượng điều tra là các khách hàng cá nhân đã và đang sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng

- Phạm vi nghiên cứu là một số chi nhánh của ngân hàng Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội.

- Nghiên cứu được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 03/2016-05/2016, gồm các hoạt động như soạn thảo

nghiên cứu, điều tra, thu thập số liệu sơ cấp và thông tin, phân tích, đánh giá kết luận và đề xuất giải pháp phục vụ mục đích nghiên cứu.

## **5. Phương pháp nghiên cứu**

- Quy trình thực hiện nghiên cứu được thực hiện thông qua hai bước chính: Nghiên cứu sơ bộ sử dụng phương pháp định tính và nghiên cứu chính thức sử dụng phương pháp định lượng.

- Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng phương pháp định tính với kỹ thuật thảo luận nhóm và phỏng vấn thử. Mục đích của nghiên cứu này dùng để điều chỉnh và bổ sung thang đo chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử.

- Nghiên cứu cụ thể được thực hiện bằng phương pháp định lượng với kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp và phỏng vấn thông qua điện thoại được sử dụng để thu thập thông tin từ những khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng Agribank và một số ngân hàng thương mại khác trên địa bàn Hà Nội.

- Thông tin thu thập sẽ được xử lý bằng phần mềm SPSS. Thang đo sau khi được đánh giá bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach alpha và phân tích nhân tố khám phá

EFA, phân tích hồi quy bội được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu.

## **6. Kết cấu luận văn**

Ngoài các phần Mở đầu, Kết luận và Danh mục tài liệu tham khảo, nội dung chính của luận văn bao gồm 4 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ

Chương 2: Phương pháp luận và thiết kế nghiên cứu

Chương 3: Thực trạng chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội

Chương 4: Một số kiến nghị nhằm góp phần hoàn thiện và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank.

## Chương 1

# CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

**Giới thiệu chương 1:** Chương này sẽ hệ thống cơ sở lý thuyết về dịch vụ, tổng quan về ngân hàng điện tử và dịch vụ ngân hàng điện tử, chất lượng dịch vụ và mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Từ những lý thuyết này, mô hình nghiên cứu được hình thành.

### 1.1. Dịch vụ

#### 1.1.1. Khái niệm dịch vụ

#### 1.1.2. Đặc điểm dịch vụ

- Tính vô hình (*intangible*)
- Tính không đồng nhất (*heterogeneous*)
- Tính không thể tách rời (*inseparable*)
- Tính không thể cất trữ (*unstored*)

### 1.2. Tổng quan về dịch vụ ngân hàng điện tử

#### 1.2.1. Khái niệm

Nếu coi Ngân hàng cũng như một thành phần của nền kinh tế điện tử, một khái niệm tổng quát nhất về Ngân hàng điện tử có thể được diễn đạt như sau: “Ngân hàng điện tử là Ngân hàng mà tất cả các giao dịch giữa Ngân hàng và khách hàng (cá nhân và tổ chức) dựa trên quá trình xử lý và chuyển

giao dữ liệu số hoá nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ Ngân hàng”

### ***1.2.2. Các hình thái phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử***

#### ***1.2.3. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử***

Hiện nay ở nhiều nước trên thế giới dịch vụ ngân hàng điện tử đã phát triển khá phổ biến và đa dạng về loại hình sản phẩm và dịch vụ. Tựu trung lại bao gồm các loại hình dịch vụ sau:

##### ***1.2.3.1. Dịch vụ SMS-Banking***

##### ***1.2.3.2. Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại (Phone-Banking)***

##### ***1.2.3.3. Call Center***

##### ***1.2.3.4. Home-Banking)***

##### ***1.2.3.5. Dịch vụ ngân hàng trên mạng internet (Internet-Banking)***

##### ***1.2.3.6. Mobile-Banking***

##### ***1.2.3.7. Dịch vụ Kiosk-Banking***

#### ***1.2.4. Lợi ích của ngân hàng điện tử***

##### ***1.2.4.1. Đối với khách hàng***

##### ***1.2.4.2. Đối với ngân hàng***

### **1.3. Cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng và mô hình**

#### ***1.3.1. Sự hài lòng của khách hàng***

Sự hài lòng của khách hàng là mối quan hệ giữa sự kỳ vọng và là mức độ phù hợp giữa giá trị kỳ vọng của khách hàng với dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp.

Thông thường, sự hài lòng của khách hàng được cấu thành bởi thỏa mãn dịch vụ, thỏa mãn dịch vụ và thỏa mãn ý tưởng.

#### ***1.3.2. Mô hình sự hài lòng của khách hàng***

Chỉ số hài lòng của khách hàng (Customer Satisfaction Index – CSI) được ứng dụng nhằm đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với các ngành, các doanh nghiệp ở nhiều quốc gia phát triển trên thế giới.

##### ***1.3.2.1. Mô hình chỉ số hài lòng của Mỹ***

##### ***1.3.2.2. Mô hình chỉ số hài lòng của Châu Âu***

#### ***1.3.3. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng***

Nghiên cứu cho rằng chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự thỏa mãn và là nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự thỏa mãn. Muốn nâng cao sự hài lòng của khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao chất lượng dịch vụ hay nói cách

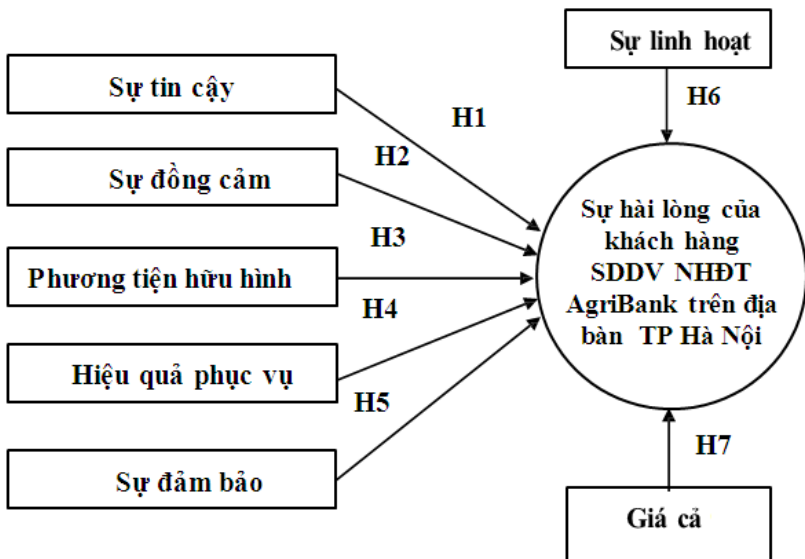


khác, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có mối quan hệ hỗ tương chặt chẽ với nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là cái được tạo ra trước và sau đó quyết định đến sự hài lòng của khách hàng. Mối quan hệ nhân quả giữa hai yếu tố này là vấn đề then chốt trong hầu hết các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng.

#### ***1.3.4. Vai trò của sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng điện tử***

#### ***1.3.5. Mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ - SERVQUAL***

#### ***1.3.6. Mô hình nghiên cứu đề nghị***



### ***1.3.7. Giả thuyết nghiên cứu***

- ✓ Giả thuyết H1: Sự tin cậy có ảnh hưởng trực tiếp đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng
- ✓ Giả thuyết H2: Sự đồng cảm có ảnh hưởng trực tiếp đáng kể đến sự hài lòng khách hàng
- ✓ Giả thuyết H3: Phương tiện hữu hình có ảnh hưởng trực tiếp đáng kể đến sự hài lòng khách hàng
- ✓ Giả thuyết H4: Hiệu quả phục vụ có ảnh hưởng trực tiếp đáng kể đến sự hài lòng khách hàng
- ✓ Giả thuyết H5: Sự đảm bảo có ảnh hưởng trực tiếp đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng
- ✓ Giả thuyết H6: Sự linh hoạt có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng khách hàng
- ✓ Giả thuyết H7: Giá cả dịch vụ có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng khách hàng

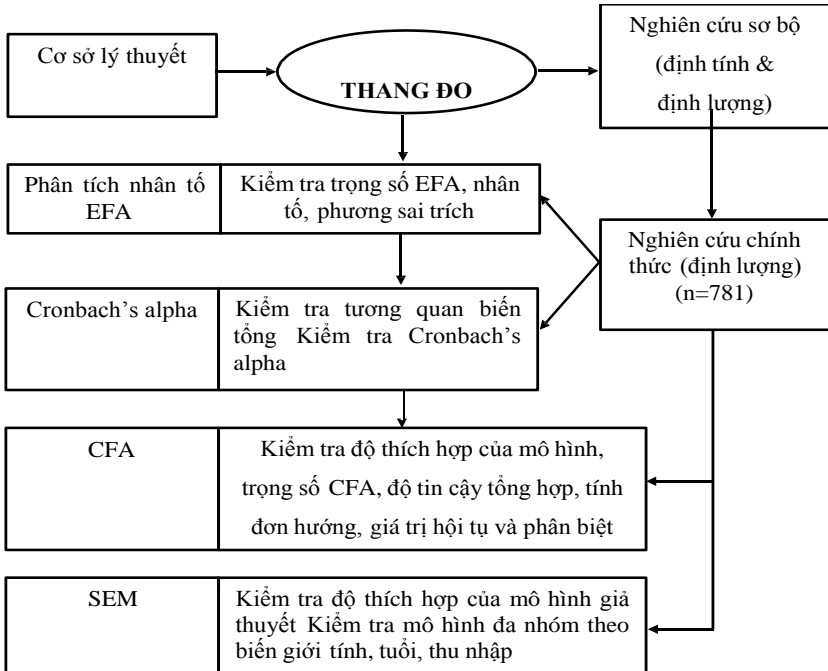
**Kết luận chương 1:** Chương này đã trình bày các cơ sở lý thuyết về dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng. Những cơ sở lý thuyết này là tiền đề để xây dựng thiết kế bảng câu hỏi điều tra, đưa ra các phương pháp nghiên cứu phù hợp với đề tài sẽ được thực hiện tiếp ở chương 2.

## Chương 2

### PHƯƠNG PHÁP LUẬN VÀ THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

**Giới thiệu chương 2:** Chương này sẽ giới thiệu quy trình, phương pháp nghiên cứu mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank.

#### 2.1. Quy trình nghiên cứu



**Hình 2.1 Quy trình nghiên cứu**

#### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

### ***2.2.1.Nghiên cứu sơ bộ***

### ***2.2.2.Nghiên cứu chính thức***

## **2.3. Thang đo chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử theo mô hình SERVQUAL**

Đối với dịch vụ Ngân hàng điện tử qua phỏng vấn và khảo sát tác giả điều chỉnh thang đo và nghiên cứu mô hình với 7 thành phần bao gồm 34 biến: (1) Độ tin cậy: 6 biến, sự đồng cảm: 5 biến, (3) phương tiện hữu hình: 6 biến, (4) hiệu quả phục vụ: 5 biến, (5) sự đảm bảo: 5 biến, (6) sự linh hoạt: 4 biến, (7) giá dịch vụ: 3 biến

### ***2.3.1. Xây dựng thang đo và mã hóa dữ liệu***

#### ***2.3.1.1.Thang đo chất lượng dịch vụ cảm nhận***

#### ***2.3.1.2.Thang đo cảm nhận giá cả (PRICE SERVICE)***

#### ***2.3.1.3.Thang đo sự linh hoạt (FLEXI)***

#### ***2.3.1.4.Thang đo sự hài lòng (SATISFACTION)***

### ***2.3.2. Các nội dung cần phân tích***

**Kết luận chương 2:** Chương này đã đưa ra được quy trình nghiên cứu nghiên cứu của đề tài từ việc thiết kế, xây dựng câu hỏi cho đến việc điều tra từng khách hàng của Agribank về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank và sau đó dùng những cái đạt được để xử lý dữ liệu bằng công cụ phân tích.

## **Chương 3**

### **KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

**Giới thiệu chương 3:** Dựa vào số liệu và xử lý dữ liệu thu thập được ở chương 2, chương này sẽ tiến hành đánh giá, phân tích và kiểm định để đưa ra những kết quả đánh giá về mô hình chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội.

**3.1. Quá trình cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử cho khách hàng của ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam**

***3.1.1 Khái quát về về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam***

*3.1.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển*

*3.1.1.2. Hệ thống tổ chức*

*3.1.1.3. Mạng lưới hoạt động*

***3.1.2 Các hoạt động chính***

*3.1.2.1 Các dịch vụ ngân hàng điện tử được triển khai tại Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội*

- Dịch vụ Mobile Banking
- SMS Banking
- Dịch vụ Vn Topup

- Dịch vụ Vnmart
- Dịch vụ Atranfer
- Dịch vụ thanh toán học phí qua tin nhắn SMS
- Dịch vụ thanh toán hóa đơn trả sau qua tin nhắn SMS (APAYBILL)
- Dịch vụ thanh toán hóa đơn (BillPayment) điện lực qua tin nhắn SMS

### ***3.1.3 Kết quả sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 2013-2015***

*3.1.3.1 Tốc độ phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử*

*3.1.3.2 Kết quả kinh doanh từ dịch vụ NHDT*

## **3.2. Mô tả và phân tích mẫu**

## **3.3. Phân tích thang đo**

### ***3.3.1 Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha***

Tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy ( $0,6 < \text{Cronbach's alpha} < 0,95$ ) và được đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định giá trị hội tụ và giá trị phân biệt.

### ***3.3.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA***

### *3.3.2.1 Phân tích nhân tố các thành phần thang đo chất lượng dịch vụ tác động đến sự hài lòng*

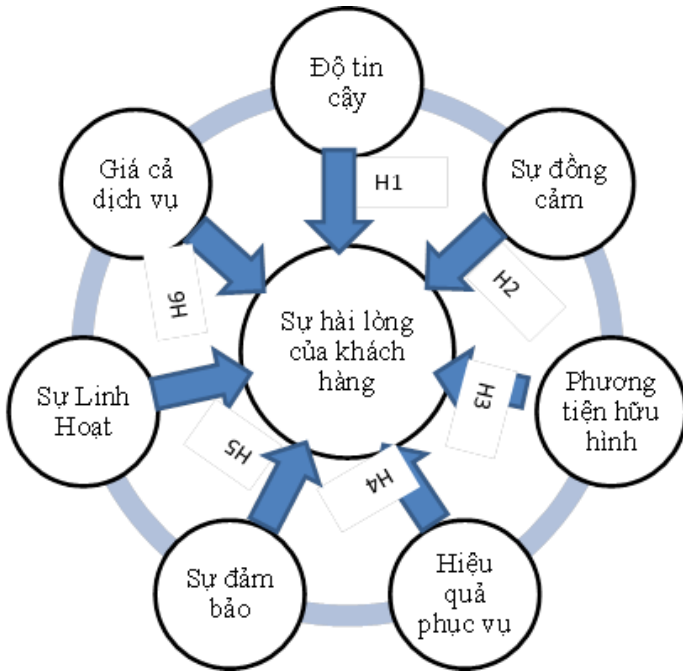
Thang đo chất lượng dịch vụ cảm nhận từ 7 thành phần nguyên gốc sau khi phân tích nhân tố khám phá EFA thì giữ nguyên 7 nhân tố với 32 biến quan sát. Thành phần đo lường các nhân tố còn lại vẫn giữ nguyên. Thang đo có biến quan sát do phân tích EFA bị loại được tính lại có Cronbach's alpha cùng đạt yêu cầu về độ tin cậy.

### *3.3.2.2 Phân tích nhân tố đối với sự hài lòng khách hàng*

Phân tích EFA cho kết quả phương sai trích là 63,474 % (>50%); sig 0,000 và KMO là 0,599(>50%) nên đạt yêu cầu.

Như vậy, với tất cả các kết quả thu được từ độ tin cậy Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA ở trên cho thấy thang đo các khái niệm nghiên cứu đều đạt yêu cầu về giá trị và độ tin cậy. Các biến quan sát đã đại diện được cho các khái niệm nghiên cứu cần phải đo.

### **3.3.3 Mô hình nghiên cứu từ kết quả EFA**



**Hình 3.2. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh từ kết quả EFA**

### ***3.3.4 Kiểm định thang đo và mô hình lý thuyết***

### ***3.3.5 Kiểm định thang đo bằng phân tích CFA, hệ số tin cậy tổng hợp***

#### ***3.3.5.1 Phân tích nhân tố khẳng định CFA***

- ❖ Kiểm định sự phù hợp của mô hình
- ❖ Tính đơn nguyên

Mô hình đo lường này phù hợp với dữ liệu thị trường và không có trường hợp các sai số của các biến quan sát có



tương quan với nhau, do đó tập biến quan sát đạt tính đơn nguyên (Steenkamp & Van Trijp, 1991) (trích dẫn từ Nguyễn Khánh Duy, 2009 tr21).

### *3.3.5.2 Kiểm định độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích*

Độ tin cậy tổng hợp  $\rho_c$  và phương sai trích  $\rho_{vc}$  được tính trên cơ sở trọng số nhân tố ước lượng trong mô hình CFA của các thang đo. Các thang đo đều đạt các yêu cầu về độ tin cậy tổng hợp ( $\rho_c > 0,5$ ), phương sai trích của các thành phần  $> 50\%$  và dao động từ 51,7% đến 68,4% do đó các thang đo đạt giá trị về nội dung.

### **3.3.6 Kiểm định mô hình và giả thuyết bằng SEM**

#### *3.3.6.1 Kiểm định mô hình lý thuyết (SEM)*

Mô hình lý thuyết có 564 bậc tự do, Chi-square=976,489 với giá trị  $p = 0,000$ , TLI = 0,950  $> 0,9$  và CFI = 0,956  $> 0,9$ ; Chi-bình phương/df=1,731  $< 2,5$  và RMSEA = 0,031  $< 0,08$ . Kết quả SEM cho thấy mô hình này đạt được độ tương thích phù hợp với dữ liệu thị trường.

#### *3.3.6.2 Kiểm định giả thuyết*

Cả 6 giả thuyết đều được chấp nhận. Trong đó, các trọng số chưa chuẩn hóa mang dấu dương là Phương tiện Hữu Hình (PTHH), Sự đồng cảm (SDC), Sự đảm bảo (SDB),

Sự linh hoạt (SLH) cho thấy các yếu tố này có ảnh hưởng tỷ lệ thuận đến sự hài lòng của khách hàng, ngược lại các trọng số chưa chuẩn hóa mang dấu âm như Hiệu quả Phục vụ (HQPV) và Giá cả (GC) cho thấy yếu tố này có ảnh hưởng tỷ lệ nghịch với sự hài lòng của khách hàng điều này có thể giải thích do sự thay đổi về mức phí, lãi suất và hiệu quả phục vụ chưa thực sự đáp ứng kỳ vọng của khách hàng.

**Kết luận chương 3:** Chương này đã trình bày kết quả kiểm định mô hình thang đo và mô hình nghiên cứu. Qua các bước kiểm định khẳng định được trong mô hình SERVQUAL thì thành phần nào ảnh hưởng nhiều tới sự thỏa mãn của khách hàng. Sau khi đã điều chỉnh và bổ sung các thành phần thang đo, kết quả đo lường cho biết được mô hình SERVQUAL có đạt được độ tin cậy và giá trị cho phép.

Từ những nghiên cứu đạt được ở chương 3 tạo cơ sở để có được những kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank sẽ được trình bày trong chương 4 tiếp theo.

## **Chương 4**

# **MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM GÓP PHẦN HOÀN THIỆN VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI AGRIBANK TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI**

**Giới thiệu chương 4:** Dựa trên những kết quả đánh giá phân tích dữ liệu đã có, mô hình về sự hài lòng của khách hàng và một số khó khăn còn tồn tại về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử Agribank mà tác giả sẽ đưa ra một số kiến nghị nhằm góp phần hoàn thiện và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội.

### **1.1. Thực trạng về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội**

#### ***4.1.1 Những kết quả đạt được***

#### ***4.1.2 Những hạn chế và nguyên nhân.***

##### ***4.1.2.1 Hạn chế***

##### ***4.1.2.2 Nguyên nhân của những hạn chế***

**1.2. Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu và những kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank trên địa bàn thành phố Hà Nội**

### ***4.2.1 Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu***

Kết quả phân tích cho thấy, các yếu tố cấu thành nên sự hài lòng khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ NHĐT của ngân hàng AgriBank trên địa bàn thành phố Hà Nội gồm: Sự đảm bảo, phương tiện hữu hình, hiệu quả, sự linh hoạt, sự đồng cảm và giá cả dịch vụ. Cả sáu yếu tố này cùng có tác động vào sự hài lòng khách hàng, được kiểm định và đáp ứng các yêu cầu về giá trị, độ tin cậy và sự phù hợp của mô hình với dữ liệu thị trường.

### ***4.2.2 Những kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank***

#### ***4.2.2.1 Những kiến nghị đối với ngành***

##### **❖ Sự đảm bảo:**

Để nâng cao sự đảm bảo và ý định hành vi của khách hàng cần thiết phải phát huy hơn nữa hình ảnh, chất lượng dịch vụ của ngân hàng, đặc biệt là nâng cao sự an toàn và đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên trách am hiểu, tận tụy và năng động. Bên cạnh đó định kỳ khảo sát khả năng đáp ứng của Ngân hàng đối với khách hàng hiện hữu.

### ❖ Phương tiện hữu hình

*Một là*, có sự đầu tư khoa học cho một “Hướng dẫn sử dụng” khoa học, ngắn gọn nhưng dễ hiểu, dễ thao tác sử dụng.

*Hai là*, cần phải đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng, hệ thống công nghệ thông tin hiện đại đảm bảo chất lượng kết nối dịch vụ tốt nhất.

*Ba là*, cần nghiên cứu phát triển thêm nhiều tiện ích trên nền tảng ứng dụng sẵn có để gia tăng thêm lợi ích cho khách hàng.

*Ngoài ra*, cần chú trọng nâng cao hình ảnh ngân hàng bằng việc thiết kế không gian giao dịch kiểu mẫu, đồng bộ và trang bị máy tính tại trụ sở để khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngay tại ngân hàng.

### ❖ Hiệu quả phục vụ

*Một là*, thiết lập một đường dây nóng 24/7 nhằm xử lý đồng bộ tất cả các phản ánh của khách hàng về tất cả các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp, thay vì sử dụng nhiều số điện thoại khác nhau như hiện nay.

*Hai là*, cùng với tính bảo mật của của dịch NHĐT ngày

được nâng cao và an toàn hơn thì việc ngân hàng xem xét đến tăng hạn mức giao dịch tài chính trong các dịch vụ NHĐT.

#### ❖ Sự linh hoạt

Ngoài những giải pháp đồng bộ về chất lượng dịch vụ, cơ sở hạ tầng, công nghệ thông tin thì AgriBank cần chú trọng đến phương thức tiếp cận dịch vụ đến khách hàng bằng cách cải tiến, bổ sung quy trình đăng ký như: Cải tiến biểu mẫu đăng ký đơn giản, ít thủ tục, linh hoạt hình thức đăng ký qua Online, qua các dịch vụ khách mà khách hàng đang sử dụng như là SMS-Banking thì có phần đăng ký cho E-Mobile Banking và M-Plus, ...

#### ❖ Sự đồng cảm

- Nhân viên phải thường xuyên quan tâm, chăm sóc khách hàng, tạo cho khách hàng vui vẻ, thân thiện hơn và qua đó, giúp ngân hàng hiểu thêm được nhu cầu, mong muốn của khách hàng.

- Ngân hàng phải có chính sách ưu đãi cho khách hàng thân thiết, khách hàng lâu năm, khách hàng VIP nhân dịp các ngày lễ lớn, sinh nhật khách hàng.

### ❖ Giá cả cảm nhận

AgriBank cần có giải pháp liên kết với đối tác dịch vụ như Vnpay, các nhà mạng như Vinaphone, Mobiphone,... để đưa ra các hình thức chiết khấu, khuyến mãi hấp dẫn đối với khách hàng nạp tiền qua dịch vụ NHĐT của AgriBank.

#### 4.2.2.2 *Những kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước*

- NHNN cần sớm hoàn thiện các văn bản hướng dẫn thực thi thanh toán điện tử.

- Bên cạnh đó, NHNN cần có các chính sách hỗ trợ khuyến khích các NHTM đầu tư cho hạ tầng cơ sở thanh toán điện tử

- NHNN cũng cần có chính sách liên kết các NHTM với nhau

#### 4.2.2.3 *Kiến nghị đối với Chính phủ*

- Nâng cao chất lượng giáo dục đào tạo ở Việt Nam về CNTT và những hiểu biết của người dân về thương mại điện tử.

- Quy định các tiêu chuẩn kỹ thuật cho các thiết bị, cổng thanh toán,... tạo nền tảng yêu cầu kỹ thuật chung phục vụ cho NHĐT.

- Xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật, các luật và nghị định nhằm quản lý tiến trình kinh doanh trên mạng, là căn cứ để giải quyết tranh chấp.
- Củng cố cơ sở hạ tầng CNTT và internet.

**Tóm tắt chương 4:** Từ những hạn chế và khó khăn còn tồn tại về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank và dựa trên các kết quả nghiên cứu đạt được ở chương 3, chương 4 đã đưa ra một số kiến nghị nhằm nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank.



## KẾT LUẬN

Trên cơ sở vận dụng tổng hợp phương pháp nghiên cứu khoa học, đi từ lý thuyết và thực tiễn, đề tài **“Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ của ngân hàng điện tử của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội”** đã tập trung giải quyết một số nội dung quan trọng như sau:

Một là, tìm hiểu một cách chuyên sâu về ngân hàng điện tử. Đồng thời, cũng có cái nhìn tổng quát về tình hình cung ứng dịch vụ cũng như việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank.

Hai là, xác định được các thành phần ảnh hưởng tới sự thỏa mãn của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank.

Ba là, nghiên cứu cũng cho thấy việc đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Agribank theo mô hình SERVQUAL có đạt độ tin cậy và giá trị cho phép.

Cuối cùng, mô hình lý thuyết thực tiễn này góp phần bổ sung vào hệ thống lý thuyết về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của các ngân hàng thương mại.