

MỤC LỤC

Chuyên mục: THÔNG TIN & TRAO ĐỔI

Nguyễn Mạnh Chung - Quan điểm của Đảng về phát triển kinh tế biển trong thời kỳ đổi mới.....2

Trịnh Hữu Hùng, Dương Thanh Tinh - Chi sự nghiệp môi trường tại tỉnh Bắc Ninh8

Chuyên mục: KINH TẾ & QUẢN LÝ

Bùi Thị Tuyết Nhung, Nông Thị Minh Ngọc - Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công cấp huyện - Mô hình nghiên cứu cụ thể tại huyện Tam Nông, tỉnh Phú Thọ 15

Nguyễn Thị Gấm, Tạ Thị Thanh Huyền, Lương Thị A Lúa, Lê Thu Hà - Vai trò của phụ nữ dân tộc Tày ở huyện Na Rì, tỉnh Bắc Kạn trong các quyết định của hộ.....20

Nguyễn Bích Hồng, Phạm Thị Hồng - Hiệu quả kinh tế của sản xuất hồng không hạt theo tiêu chuẩn VietGap tại huyện Ba Bể, tỉnh Bắc Kạn26

Phạm Thị Mai Hương, Nguyễn Thành Vũ - Ảnh hưởng của đặc điểm hộ đến chuyển dịch lao động nông thôn: Nghiên cứu điển hình tại huyện Đại Từ, tỉnh Thái Nguyên35

Nguyễn Ngọc Hoa, Lê Thị Thu Huyền - Ảnh hưởng của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới bất bình đẳng thu nhập Nông thôn - Thành thị tại Việt Nam42

Chuyên mục: QUẢN TRỊ KINH DOANH & MARKETING

Đoàn Mạnh Hồng, Phạm Thị Ngà - Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên Đại học Thái Nguyên về dịch vụ hỗ trợ48

Đàm Thanh Thủy, Mai Thanh Giang - Thực trạng lao động tại các doanh nghiệp FDI trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên54

Mohammad Heydari, Zheng Yuxi, Kin Keung Lai, Zhou Xiaohu - Đánh giá những nhân tố ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa phong cách lãnh đạo và sự hài lòng trong công việc dựa trên phân tích nhân tố.....62

Chuyên mục: TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

Nguyễn Thị Kim Nhung, Nguyễn Thanh Minh, Hoàng Văn Dư - Phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thái Nguyên.....81

Chu Thị Kim Ngân, Nguyễn Thị Ngọc Uyên - Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các chi nhánh Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam, tỉnh Bắc Ninh.....88

Bùi Thị Ngân, Nguyễn Thị Linh Trang - Ứng dụng lý thuyết M&M trong quyết định cơ cấu vốn tại Công ty Cổ phần Than Vàng Danh - Vinacomin.....95

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG HIỆN ĐẠI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

Nguyễn Thị Kim Nhung¹, Nguyễn Thanh Minh²
Hoàng Văn Du³

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm mục đích chỉ ra sự tác động của những nhân tố ảnh hưởng tới việc phát triển dịch vụ của khách hàng tại ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và phát triển Việt Nam, chi nhánh Thái Nguyên. Với nguồn số liệu thông qua phiếu khảo sát 200 khách hàng của ngân hàng có sử dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên. Để xử lý số liệu thu thập được thông qua bảng hỏi tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu phân tích hồi quy tuyến tính bội thông qua phần mềm SPSS 22.0. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra được nhân tố sự tiện nghi có ảnh hưởng nhiều đến sự phát triển của dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV chi nhánh Thái Nguyên. Đây cũng là một điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước đây về sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại. Cũng là gợi ý cho chi nhánh lưu ý để đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng, từ đó giúp duy trì và mở rộng thị phần dịch vụ ngân hàng hiện đại.

Từ khóa: Phát triển dịch vụ, dịch vụ ngân hàng hiện đại, ngân hàng thương mại.

DEVELOPMENT OF MODERN BANKING SERVICES AT THAI NGUYEN BRANCH OF JOINT STOCK COMMERCIAL BANK FOR INVESTMENT AND DEVELOPMENT OF VIETNAM

Abstract

This study aims to show the impact of the factors affecting customer service development at Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam, Thai Nguyen Branch (BIDV Thai Nguyen). Data sources of this study is through the survey of 200 customers using modern banking services in Thai Nguyen province. To process the collected data, the authors use the method of multiple linear regression analysis with SPSS 22.0 software. The research results point out that the factor convenience has a great influence on the development of modern banking services at BIDV Thai Nguyen. This is a difference from previous studies on the development of modern banking services. It is also a suggestion for the branch to pay attention to meeting customers' needs, thereby helps to maintain and expand the market share of modern banking services.

Key words: Service development, modern banking service, commercial bank.

JEL classification: G; G21; G24

1. Đặt vấn đề

Đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay, trong bối cảnh sự cạnh tranh gay gắt của các ngân hàng nước ngoài theo các cam kết hội nhập, việc quan tâm đến công tác xây dựng, phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại là một công việc cấp bách và quan trọng hiện nay, là cơ sở để các ngân hàng tồn tại và phát triển. Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và phát triển Việt Nam, chi nhánh Thái Nguyên (BIDV Thái Nguyên) là một trong những đơn vị hàng đầu của hệ thống và luôn đi đầu trong việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào phát triển dịch vụ của mình. Với sự cạnh tranh khốc liệt hiện nay, để có thể đứng vững trên thị trường, tăng khả năng cạnh tranh với các ngân hàng khác thì nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại là một vấn đề đặc biệt quan trọng, mang tính cấp thiết. Qua nghiên cứu và tìm hiểu thực tế về BIDV chi nhánh Thái Nguyên, tác giả lựa chọn

một số nhân tố ảnh hưởng như thái độ nhân viên, kỹ năng, lợi ích sản phẩm và tiện nghi nơi giao dịch là những vấn đề khách hàng đang quan tâm để lựa chọn nghiên cứu nhằm phát triển hơn nữa dịch vụ ngân hàng hiện đại, và nâng tầm cạnh tranh trên thị trường ngân hàng trong khu vực. Mặc dù hiện nay BIDV chi nhánh Thái Nguyên là ngân hàng có mạng lưới ATM lớn nhất trong số các ngân hàng trên địa bàn tỉnh với 13 máy ATM, tham gia kết nối thanh toán thẻ với hệ thống Banknet, Smartlink bao gồm các ngân hàng: Công thương, Nông nghiệp, An Bình, Techcombank, Navibank... Là ngân hàng đầu tiên triển khai lắp đặt và vận hành các máy chấp nhận thẻ tại các cửa hàng, siêu thị lớn với hệ thống 54 máy chấp nhận thẻ (POS). Chi nhánh cung cấp dịch vụ ngân hàng hiện đại cho khoảng hơn 80.000 khách hàng (Báo cáo tổng kết BIDV chi nhánh Thái Nguyên). Do đó, cần phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại để đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng nâng cao năng lực cạnh

tranh, mang lại thêm nguồn lợi nhuận phi tín dụng cho ngân hàng.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại dựa trên và phát triển các lý thuyết và mô hình nghiên cứu thực nghiệm trước đây trong nước và trên thế giới. Trên thực tế có nhiều nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng như nghiên cứu Retail Payments Risk Forum Working Paper, 2012. Shahriar Azizi (2003), nghiên cứu chỉ ra thiếu nguồn lực tài chính cần thiết tại Ngân hàng ngăn chặn việc ứng dụng thương mại điện tử và những giả thuyết khác đã được xác nhận. Theo Thwaites, Brooksbank và Hansan (1997) đã chỉ ra rằng dịch vụ nhanh chóng và hiệu quả, sự thân thiện và tận tình của nhân viên, hình ảnh của ngân hàng là 3 yếu tố quyết định tới việc lựa chọn ngân hàng tại New Zealand. Almossawi (2001) chỉ ra danh tiếng của ngân hàng, bãi đậu xe thuận tiện, sự thân thiện của nhân viên là những yếu tố quan trọng khi đưa ra quyết

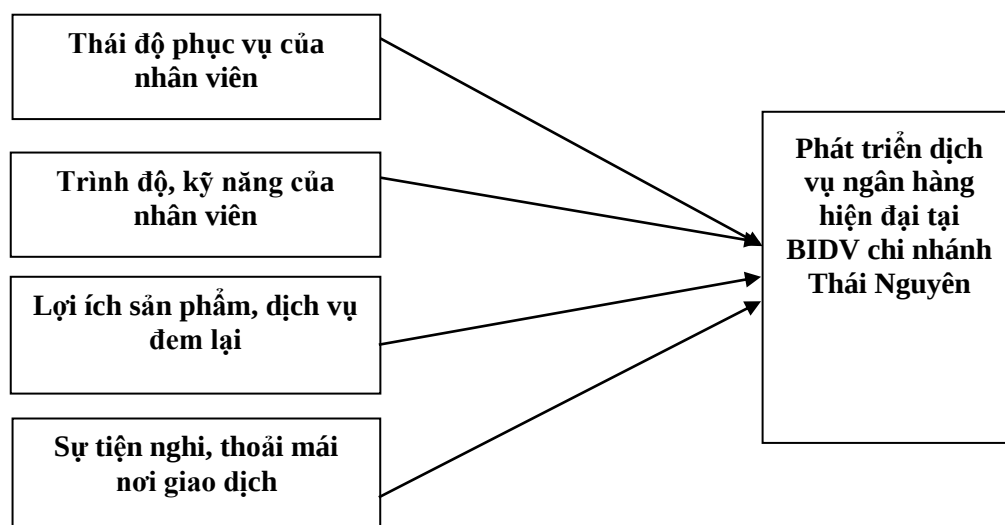
định gửi tiền của khách hàng. Maddern, Maul, Smart và Baker (2007) đã chỉ ra trình độ yếu kém và sự thiếu lịch sự là lý do khiến khách hàng rời bỏ ngân hàng. Faziharudean (2010) với đề tài “Factors affecting customer Loyalty of using internetbanking in Malaysia” đã chỉ ra rằng tốc độ xử lý thông tin và chất lượng của dịch vụ là yếu tố quyết định tới sự lựa chọn của khách hàng. Trên cơ sở nghiên cứu trước đây, tác giả có nghiên cứu thực tế tại chi nhánh BIDV Thái Nguyên, lựa chọn ra những nhân tố tác động vào việc phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại và đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố tác động như sau:

Mô hình nghiên cứu đề xuất:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 TĐ + \beta_2 KN + \beta_3 LI + \beta_4 TN + e_i$$

Trong đó: Y là biến phụ thuộc: phát triển dịch vụ ngân hàng hiện tại BIDV chi nhánh Thái Nguyên.

TĐ, KN, LI, TN là các biến độc lập (trong đó TĐ: Thái độ, KN: Kỹ năng, LI: Lợi ích, TN: Tiện nghi)



Hình 1. Mô hình đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV chi nhánh Thái Nguyên

3. Phương pháp nghiên cứu

Để đo lường các nhân tố tác động đến sự phát triển dịch vụ của ngân hàng hiện đại như thế nào chúng tôi dùng bảng hỏi. Bảng hỏi được thiết kế làm hai phần: Phần 1 là một số câu hỏi liên quan đến thông tin cá nhân của khách hàng, phần 2 là những câu hỏi để khảo sát ý kiến của khách hàng. Cuộc khảo sát khách hàng nhằm đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại của BIDV Thái Nguyên trên thị trường tài chính ngân hàng tỉnh Thái Nguyên, đồng thời đánh giá mức độ hài

lòng và những nhân tố tác động, chi phối dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV Thái Nguyên.

Khảo sát được thực hiện trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên với phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên là 240 mẫu, mẫu chọn ra đủ lớn, vừa đảm bảo tính đại diện cho đối tượng khách hàng, cho từng vùng, vừa đại diện và suy rộng được cho cả tỉnh Thái Nguyên. Số lượng bảng hỏi thu lại phù hợp và đáp ứng với việc phân tích dữ liệu phần mềm SPSS là 200 phiếu. Tất cả các thang đo trong nghiên cứu là thang đo Likert năm điểm với 1 là hoàn toàn không đồng ý và 5 là hoàn

toàn đồng ý, phương pháp phân tích dữ liệu bao gồm phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy tuyến tính bội thông qua phần mềm SPSS 22.0).

Số liệu của nghiên cứu này được chúng tôi khảo sát tại ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và phát triển trên địa bàn thành phố Thái Nguyên.

Bảng 1: Kết quả phân tích nhân khẩu học của khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại của BIDV chi nhánh Thái Nguyên

Nhóm	Tần suất	Phần trăm	Nhóm	Tần suất	Phần trăm
Giới tính			Độ tuổi		
Nam	92	46,0	Dưới 30 tuổi	21	10,5
Nữ	108	54,0	Từ 30 đến 35 tuổi	122	61,0
Thu nhập			Từ 35 đến 40 tuổi	45	22,5
Dưới 8 triệu	19	19,6	Trên 40 tuổi	12	6,0
Từ 8 đến 12 triệu	58	59,8	Trình độ		
Trên 12 triệu	20	20,6	Cao đẳng - Trung cấp	30	15,0
Tổng	200	100	Đại học	110	55,0
			Trên Đại học	60	30,0
			Tổng	200	100

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Phân tích đối tượng được khảo sát

Kết quả phân tích cho thấy, trong số 200 phiếu khảo sát hợp lệ:

Về giới tính: Nam giới chiếm 46,0%, còn Nữ giới chiếm 54,0%. Kết quả khảo sát giới tính cho thấy tỷ lệ nam nữ giao dịch tại ngân hàng là tương đối đồng đều

Về thu nhập thì nhóm có thu nhập từ 8 đến 12 triệu đồng chiếm đa số với tỷ lệ là 59,8%, nhóm có thu nhập trên 12 triệu chiếm 20,6%, nhóm có thu nhập dưới 8 triệu chiếm 19,6%. Như vậy người lao động đa phần có mức thu nhập khá cao.

Về trình độ học vấn của nhóm có trình độ Đại học là cao nhất, với tỷ lệ 55,0%, nhóm có trình độ Cao đẳng - Trung cấp là 15%, nhóm có trình độ trên Đại học là 30,0%. Như vậy khách

hàng sử dụng dịch vụ hiện đại chủ yếu là những người có trình độ cao, đã được tiếp cận với hệ thống điện tử.

Về độ tuổi, nhóm có độ tuổi dưới 30 chiếm 10,5%, nhóm có độ tuổi từ 30 đến 35 chiếm 61,0%, nhóm có độ tuổi từ 35 đến 40 chiếm 22,5%, và nhóm có độ tuổi trên 40 chiếm 6,0%. Điều này cho thấy khách hàng giao dịch với ngân hàng đa phần có độ tuổi trẻ. Đây cũng là một đặc điểm nổi bật trong quá trình phát triển của xã vì những người có độ tuổi trẻ rất nhanh nhậy trong các thao tác thực hiện các giao dịch ngân hàng hiện đại trên máy tính, điện thoại di động và các thiết bị điện tử hỗ trợ giao dịch.

Nhìn chung đối tượng khách hàng được khảo sát đều là những người có độ tuổi trẻ, có trình độ, có kỹ năng và nghiệp vụ và bắt kịp với thời đại công nghệ 4.0.

Bảng 2: Kiểm định độ tin cậy

Thái độ phục vụ của nhân viên: Cronbach-anpha = 0,841			
Tiêu chí	Ký hiệu	Hệ số tương quan biến-tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thái độ nhiệt tình phục vụ của nhân viên	Thaidonv1	,682	,795
Nhân viên tư vấn cho khách hàng đầy đủ thông tin	Thaidonv2	,662	,803
Nhân viên có ngoại hình ưa nhìn	Thaidonv3	,706	,784
Nhân viên tự tin trong giao tiếp	Thaidonv4	,647	,810
Trình độ, kỹ năng của nhân viên: Cronbach-anpha = 0.871			
Nhân viên có trình độ chuyên môn tốt	Kynang1	,721	,837
Kỹ năng chăm sóc khách hàng và xử lý khiếu nại của khách hàng	Kynang2	,616	,868
Kỹ năng đặt câu hỏi & xử lý tình huống	Kynang3	,760	,821
Có kỹ năng giao tiếp trực tiếp và qua điện thoại.	Kynang4	,7816	,800
Lợi ích sản phẩm, dịch vụ đem lại: Cronbach-anpha = 0.903			
Tính tiện ích của sản phẩm mà ngân hàng cung cấp	Loiich1	,740	,891
Độ chính xác của sản phẩm	Loiich2	,807	,867
Mức độ đơn giản hay phức tạp của quy trình cung ứng sản phẩm	Loiich3	,799	,870
Sự đa dạng của sản phẩm	Loiich4	,789	,873
Sự tiện nghi, thoải mái nơi giao dịch: Cronbach-anpha = 0.907			
Vị trí giao dịch thuận tiện	Tienngghi1	,794	,879
Mạng lưới ngân hàng rộng khắp	Tienngghi2	,835	,864
Nơi trông giữ xe	Tienngghi3	,801	,876
Đảm bảo an toàn lại các điểm giao dịch	Tienngghi4	,735	,899

Nguồn Kết quả phân tích SPSS

4.2. Kiểm định độ tin cậy của dữ liệu khảo sát

Kết quả kiểm định cho thấy tất cả các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha của các nhân tố đều lớn hơn 0,6, hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong mỗi nhân tố đều lớn hơn 0,6 thể hiện sự tương quan giữa các biến quan sát với bản thân nhân tố mà chúng biểu diễn là ở mức cao. Như vậy dữ liệu khảo sát hoàn toàn đảm bảo được độ tin cậy và sẽ được sử dụng để phân tích nhân tố khám phá và phân tích hồi quy.

4.3. Phân tích nhân tố

Trong nghiên cứu này, tác giả đưa ra bốn nhân tố ảnh hưởng tới sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại, bao gồm 1, *thái độ nhân viên*; 2, *kỹ năng nhân viên*; 3, *lợi ích của sản phẩm*; 4, *Sự tiện nghi*. Dữ liệu khảo sát được đưa vào và xử lý bằng phần mềm SPSS, và với độ tin cậy đã được xác định ở trên, tác giả sẽ tiến hành phân tích nhân tố nhằm đưa ra các nhân tố thể hiện được đánh giá của nhân viên ngân hàng với sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV Thái Nguyên. Kết quả phân tích nhân tố như sau:

Bảng 3: Phân tích nhân tố

Chỉ tiêu	1	2	3	4
Thaidonv1	,829			
Thaidonv3	,822			
Thaidonv4	,815			
Thaidonv2	,767			
Kynang4		,891		
Kynang3		,860		
Kynang1		,835		
Kynang2		,767		
Loiich2			,893	
Loiich3			,886	
Loiich4			,882	
Loiich1			,856	
Tienngghi2				,912
Tienngghi3				,891
Tienngghi1				,889
Tienngghi4				,842

KMO = 0,811

Bartlett's Test = 1781,710

Sig = 0,000

Tổng phương sai trích = 74,762

Eigenvalues(4) = 1,854

Nguồn Kết quả phân tích SPSS

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy:
Hệ số KMO bằng $0,811 > 0,6$, thể hiện kết quả phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Kiểm định Bartlett's là 1781,710 với mức ý nghĩa thống kê $\text{sig} = 0,000 < 0,005$ thể hiện việc phân tích nhân tố đảm bảo mức ý nghĩa thống kê.

Giá trị tổng phương sai trích = $74,964 > 0,5$ đồng thời giá trị Eigenvalue = $1,854 > 1$ là đạt yêu cầu.

Hệ số tải nhân tố của các biến quan sát trong mỗi nhân tố được đưa ra đều lớn hơn 0,7, cho

thấy các biến quan sát đều có sự ảnh hưởng lớn tới nhân tố mà chúng biểu diễn. Như vậy không có biến quan sát nào bị loại bỏ khỏi mô hình.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy, cả bốn nhân tố được đưa vào phân tích có ảnh hưởng tới sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV chi nhánh Thái Nguyên, đó là các nhân tố: Thái độ nhân viên; Kỹ năng nhân viên; Lợi ích của sản phẩm; Sự tiện nghi. Bốn nhân tố này sẽ được phân tích trong mô hình hồi quy để làm rõ mức độ tác động của từng nhân tố tới sự phát triển dịch vụ ngân hàng.

Bảng 4: Phân tích hồi quy

Biến độc lập	Các hệ số tương quan β	Sig.	VIF
Constant	,633	,000	
Thaido	,171	,000	1,133
Kynang	,212	,000	1,134
Loiich	,184	,000	1,007
Tienngghi	,245	,000	1,007

Giá trị $R^2 = ,743^a$

F = 57,531

Durbin-Watson = 1,738

Sig = 0,000

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

4.4. Phân tích hồi quy

Kết quả cho giá trị $R^2 = 0,743$; giá trị R^2 cho biết rằng các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 74,3% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Hệ số Durbin-Watson trong phân tích bằng 1,738 nhỏ hơn 2, chỉ ra rằng hoàn toàn không có hiện tượng tự tương quan giữa các biến độc lập của mô hình.

Giá trị Sig = 0,000 trong phân tích ANOVA cho thấy mức độ phù hợp của việc phân tích hồi quy đảm bảo được mức ý nghĩa thống kê.

Giá trị VIF của các nhân tố đều nhỏ hơn 10, điều này cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Giá trị Sig trong các nhân tố ở bảng hệ số hồi quy đều bằng 0,000, thể hiện rằng các nhân tố đều

có sự ảnh hưởng tới sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV chi nhánh Thái Nguyên.

Từ kết quả ở bảng trên, phương trình hồi quy bội được biểu diễn như sau:

Phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV = 0,633 + 0,171*Thái độ + 0,212*Kỹ năng + 0,184*Lợi ích + 0,245*Tiện nghi

Như vậy, Từ phương trình trên cho thấy cả 4 nhân tố 1, thái độ nhân viên; 2, kỹ năng nhân viên; 3, lợi ích của sản phẩm; 4, sự tiện nghi đều có sự ảnh hưởng tới phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại BIDV chi nhánh Thái Nguyên, mặc dù mức độ ảnh hưởng của mỗi nhân tố là khác nhau.

5. Kết luận và gợi ý giải pháp

Nghiên cứu này chỉ ra sự các nhân tố nghiên cứu đều tác động đến phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại. Trong đó nhân tố sự tiện nghi có sự ảnh hưởng nhiều tới sự phát triển của dịch vụ ngân hàng hiện đại. Nguyên nhân ở đây có thể là do không gian phòng giao dịch chật hẹp, không sạch sẽ, thoáng mát, không có ghế chờ, nước uống nơi giao dịch, khu để xe chật chội, không an toàn, ... Đây là một vấn đề mà BIDV Thái Nguyên cần lưu ý nếu không sẽ mất đi một lượng khách hàng đang có và khách hàng tiềm năng. Bên cạnh đó tiếp tục chú trọng nâng cao hơn nữa thái độ, kỹ năng của nhân viên cũng như tăng cường mở rộng phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại nhằm nâng cao

lợi ích của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại mà chi nhánh cung cấp cho khách hàng. Từ đó nâng cao thị phần của mình trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng.

Một số gợi ý giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại:

- Định kỳ rà soát, kiểm tra hoạt động tác nghiệp tại chi nhánh (qua rà soát dữ liệu thông tin khách hàng đầu vào, đầu ra...), thực hiện hàng quý.

- Chú trọng công tác chăm sóc các khách hàng hiện tại: Triển khai chương trình marketing cho khách hàng (cấp sổ dự thưởng cho khách hàng hiện tại; miễn phí BSMS đối với khách hàng lâu năm, ...), đề xuất gói sản phẩm phù hợp có BSMS đi kèm.

- Tăng cường đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất và hệ thống công nghệ phục vụ hoạt động e-banking: đánh giá hiện trạng hệ thống hiện tại, thực hiện nâng cấp chương trình đáp ứng việc phục vụ nhanh chóng giao dịch của khách hàng; Xây dựng các chính sách an ninh an toàn cho hệ thống công nghệ thông tin đảm bảo theo chuẩn quốc tế.

- Phát triển các sản phẩm ngân hàng hiện đại kết hợp với việc ứng dụng các thành tựu công nghệ mới phù hợp với tâm lý năng động ưa chuộng sản phẩm hiện đại của thanh niên trẻ, BIDV cần hướng tới nhóm đối tượng khách hàng tuổi "teen" 9x và các thế hệ sau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share and profitability: findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58 (3), 53 - 66.
- [2]. Almosawi, M. (2001). Bank selection criteria employed by college students in Bahrain: an empirical analysis. *Int. J. Bank. Mark*, 19(3), 115 - 125.
- [2]. Brandt, R. D. (1988). How service marketers can identify value-enhancing service elements. *The Journal of Services Marketing*, 2(3), 35 - 41.
- [3]. Beh Yin Yee and T.M. Faziharudean. (2010). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*.
- [4]. Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of Service Quality: an assessment of the Serveral dimensions. *Journal of Retailing*, 66 (1), 33.
- [5]. Maddern, Maul, Smart và Baker. (2007). Customer satisfaction and service quality in UK financial services. *International Journal of Operations and Production Management*, 27, 998 - 1019.
- [6]. Marianne Crowe, Federal Reserve Bank of Boston and Mary Kepler and Cynthia Merritt, Federal Reserve Bank of Atlanta. Retail Payments Risk Forum White Paper. (2012). *The Ú regulatory landscape for mobile payments*.

- [7]. Ngân hàng nhà nước Việt Nam. (2005). Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng đến năm 2010 và tầm nhìn 2020. *Kỷ yếu hội thảo khoa học*. Ngân hàng nhà nước Việt Nam - NXB Phương Đông, 2005.
- [8]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam. (2015). *Nghị quyết 1155 v/v phê duyệt chiến lược phát triển của BIDV đến năm 2020 và kế hoạch kinh doanh 2015-2018*.
- [9]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Thái Nguyên. (2015, 2016, 2017, 2018). *Báo cáo tổng kết các năm 2015-2018*, Thái Nguyên.
- [10]. Ngân hàng Nhà nước tỉnh Thái Nguyên. (2015, 2016, 2017, 2018). *Báo cáo tổng kết các năm 2015-2018*, Thái Nguyên.
- [11]. Thwaites, D., Brooksbank, R., & Hanson, A. (1997). Bank selection criteria in New Zealand: a student perspective. *New Zealand Journal of Business*, 19(1-2), 95-107.
- [12]. Shahriar Azizi and Masoud Javidani. (2003). *Measuring e shopping intention: Iranian perspective*.

Thông tin tác giả:

1. Nguyễn Thị Kim Nhung

- Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD
- Địa chỉ email: khanhha24507@gmail.com

2. Hoàng Văn Đur

- Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD

3. Nguyễn Thanh Minh

- Đơn vị công tác: Trường ĐH Kinh tế & QTKD

Ngày nhận bài: 18/3/2019

Ngày nhận bản sửa: 26/3/2019

Ngày duyệt đăng: 29/3/2019