

XÂY DỰNG THANG ĐO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG

PGS. TS. TRƯƠNG BÁ THANH & TS. LÊ VĂN HUY *

1. Giới thiệu

Khi áp lực cạnh tranh ngày một gia tăng, việc cung cấp hệ thống chất lượng dịch vụ phù hợp với nhu cầu của khách hàng được xem như là một trong những cách thức tạo lập lợi thế cạnh tranh bền vững. Bên cạnh đó, việc đo lường, quản lý và phát triển chất lượng dịch vụ là một trong những nội dung trọng tâm của chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng VN đến năm 2010, và là một phương thức để các ngân hàng gia tăng vị thế của mình trong quá trình kinh doanh. Thực tế tại VN, nhiều nghiên cứu đã đề cập đến vấn đề chất lượng dịch vụ, tuy nhiên, làm thế nào có được một thang đo dựa trên những nghiên cứu hàn lâm trên thế giới và điều kiện thực tế tại VN, làm cơ sở cho việc triển khai nghiên cứu, xây dựng chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng là một vấn đề cần thiết. Bài viết sẽ giới thiệu sơ lược những quan điểm khác nhau về chất lượng dịch vụ, thang đo chất lượng dịch vụ và triển khai các bước nhằm xây dựng thang đo chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng tại VN.

2. Cơ sở lý thuyết

Có nhiều định nghĩa khác nhau về chất lượng dịch vụ, theo Parasuraman và cộng sự (1988), “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi về dịch vụ của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ” hay “Chất lượng dịch vụ là những đánh giá của khách hàng về những điểm trội của thực thể, nó là một dạng của thái độ và là kết quả từ việc so sánh sự mong đợi và nhận thức về sự thực hiện mà họ nhận được” (Zeithaml, 1987). Nhiều nhà nghiên cứu đã đề xuất công cụ để đánh giá chất lượng dịch vụ như SERVQUAL – SERVICE QUALITY (Parasuraman và cộng sự, 1988), SERVPERF – SERVICE PERFORMANCE (Cronin và Taylor, 1992)... Có hai trường phái liên quan đến chất lượng dịch vụ gồm:

- Trường phái Bắc Âu dựa trên mô hình hai biến số Nordic (Gronroos, 1984) coi chất lượng dịch vụ bao gồm chất lượng kỹ thuật và chất lượng

chức năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ (hay là những giá trị mà khách hàng thực sự nhận được từ dịch vụ doanh nghiệp cung cấp) và chất lượng chức năng nói đến chúng được phục vụ như thế nào (hay là phương thức phân phối). Những phê bình tập trung vào mô hình này đó là nó không cung cấp sự giải thích về cách thức đo lường những khía cạnh khác nhau của chất lượng dịch vụ, đặc biệt là “chất lượng kỹ thuật”. Các nhà nghiên cứu phải phát triển thang đo lường riêng để đo lường “chất lượng kỹ thuật” và những biến quan sát (items) được sử dụng một cách khác nhau trong các nghiên cứu. Do vậy, không mang tính đồng nhất trong các biến quan sát của thang đo.

- Trường phái Mỹ dựa trên mô hình SERVQUAL với 5 biến số (Parasuraman và cộng sự, 1988) chất lượng dịch vụ bao gồm những mong đợi và trải nghiệm của khách hàng về những khía cạnh: (1) hữu hình, (2) đáng tin cậy, (3) đáp ứng, (4) sự bảo đảm, và (5) sự đồng cảm về dịch vụ nhận được. Những người theo trường phái Nordic phê bình mô hình này ở vấn đề nó chỉ nói đến “chất lượng chức năng” mà không đề cập đến “chất lượng kỹ thuật”. Tuy nhiên, một số nghiên cứu đã ủng hộ SERVQUAL với lập luận rằng việc đo lường “chất lượng kỹ thuật” đã bao hàm trong các biến số “tính đáng tin cậy”, “năng lực phục vụ” và “an toàn”.

Trong khuôn khổ tranh cãi về mô hình và cách thức đo lường được Parasuraman và cộng sự (1988) đưa ra, Cronin và Taylor (1992) phát biểu rằng chất lượng dịch vụ có thể được khái quát tương tự như một quan điểm, thái độ. Họ công bố mô hình chỉ đề cập đến sự thực hiện (Performance) thay vì “sự thực hiện trừ đi mong đợi” (như SERVQUAL) để đo lường chất lượng dịch vụ gọi là thang đo SERVPERF. Thuật ngữ “đo lường sự thực hiện” ám chỉ việc đo lường chất lượng dịch vụ chỉ dựa trên cảm nhận của khách hàng về sự thực hiện của nhà cung cấp dịch vụ. Khi thiết lập thang đo SERVPERF, Cronin và Taylor (1992) sử dụng

* Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

những thuộc tính chất lượng dịch vụ của SERVQUAL nhưng loại bỏ phần “mong đợi”.

Nghiên cứu này triển khai trên cơ sở các phát biểu của Parasuraman và cộng sự (1988), kết hợp với điều kiện thực tế tại VN nhưng chỉ nghiên cứu đánh giá sự thực hiện (theo thang đo SERVPERF) của Cronin và Taylor (1992).

3. Phương pháp nghiên cứu và phân tích kết quả

3.1 Nghiên cứu sơ bộ định tính

Nghiên cứu được triển khai trên cơ sở các biến quan sát của thang đo SERVQUAL, kết hợp với phỏng vấn tay đôi (in-depth interviews) với 9 chuyên gia trong lĩnh vực ngân hàng nhằm đề xuất các phát biểu của thang đo.

Sau khi khảo sát lý thuyết của Parasuraman và cộng sự (1988) và một số các nghiên cứu về chất lượng dịch vụ trong ngành ngân hàng dựa trên thang SERVQUAL hoặc SERVPERF như: James (1990), Angur và cộng sự, 1999; Bahia và Nantel, 1998; Allred và Addams, 2000, James (2005), Mushtaq (2005), Lotfollah và cộng sự (2006), Ugur và Martin (2007)... nhóm nghiên cứu đã hình thành danh mục các phát biểu làm cơ sở cho phỏng vấn tay đôi. Qua trao đổi, các chuyên gia cho rằng khi mà ngày càng nhiều các ngân hàng ra đời và phát triển thì “danh tiếng” của ngân hàng cần được xem xét, điều này tương tự như thành phần “danh tiếng” được đề nghị bởi Gronroos (1982), Bahia và Nantel (2000) và “danh tiếng” sẽ thuộc biến số “năng lực phục vụ” trong mô hình SERVQUAL. Đồng thời, các biến quan sát “tính rộng khắp của mạng lưới các chi nhánh”, “mạng lưới máy rút tiền tự động (ATM)” cũng được đề xuất trong mô hình nghiên cứu thông qua ý kiến của các chuyên gia. Yếu tố này cũng đã được đề cập trong 31 biến quan sát được đưa ra bởi Bahia và Nantel (2000). Trên thực tế, các ngân hàng cạnh tranh nhau không chỉ trên phương diện lãi suất, nâng cao trình độ, năng lực của nhân viên mà trong điều kiện hiện nay, khi mà yếu tố phân phối và công nghệ đóng vai trò mang tính quyết định trong kết quả kinh doanh thì chất lượng dịch vụ còn dựa trên hình thức cạnh tranh mở rộng mạng lưới, hai yếu tố này thuộc biến số “tính đồng cảm” trong mô hình 5 biến số của Parasuraman và cộng sự (1988). Bên cạnh đó, hai biến số là “cung cấp dịch vụ đúng như cam kết vào đúng thời gian” và “cung cấp dịch vụ đúng vào

thời điểm mà công ty cam kết” sẽ được hiệu chỉnh lại; và thay vào đó là hai biến số “cung cấp dịch vụ đúng như cam kết” và “cung cấp dịch vụ đúng vào thời điểm mà ngân hàng cam kết”. Qua nghiên cứu sơ bộ định tính, có 28 biến quan sát đã được đề nghị (có thể tham khảo Bảng 6 và phần ghi chú ở cuối Bảng) và sử dụng để đo lường “sự thực hiện – Performance” chất lượng dịch vụ (SERVPERF), bảng câu hỏi đã được xây dựng trên cơ sở sử dụng thang Likert (7 lựa chọn).

3.2 Nghiên cứu sơ bộ định lượng

Nghiên cứu sơ bộ định lượng được thực hiện với 500 đáp viên bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp (do các sinh viên đại học ngành Marketing, thuộc trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng thực hiện), số phiếu hợp lệ được sử dụng để phân tích là 432. Nghiên cứu đã tiến hành kiểm tra độ tin cậy Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá (Explore Factor Analysis - EFA) bằng SPSS 16.0.

Qua quá trình phân tích hệ số tin cậy Cronbach Alpha cho từng biến số tiềm ẩn (Latent Variable), kết quả cho thấy, không có biến số quan sát nào có tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 và các hệ số Cronbach Alpha lần lượt là: Hữu hình (HH)=0,699; tin cậy (TC)=0,753; đáp ứng (DU)=0,765; đảm bảo (DB)=0,832 và đồng cảm (DC)=0,806 đều lớn hơn 0,6. Phân tích nhân tố khám phá (EFA), bằng phương pháp Principal Axis Factoring, với phép quay Promax và Eigenvalue ≥ 1 cho tất cả các khái niệm (Concepts) ta có KMO=0,917 $> 0,5$ và Sig=0,000 $> 0,05$. Như vậy, có thể khẳng định dữ liệu đủ độ tin cậy để thực hiện phân tích nhân tố khám phá. Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho phép khẳng định số nhân tố trích được là 6 (vì có 6 nhân tố có giá trị Eigenvalue > 1) (Hair và cộng sự, 2009).

3.3 Nghiên cứu chính thức định lượng

Nghiên cứu chính thức định lượng được thực hiện dựa trên mẫu có độ lớn 1.400, quá trình phỏng vấn của nghiên cứu chính thức định lượng được thực hiện bởi các sinh viên cao học ngành quản trị kinh doanh (khóa 2008 và 2009) của Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng. Thời gian thu thập dữ liệu từ tháng 10/2009 đến tháng 12/2009. Số bảng câu hỏi thu về là 1.214, tuy nhiên, một số bảng câu hỏi không đáp ứng nhu cầu do bị thiếu thông tin đã được loại bỏ, cuối cùng có 1.134 bảng câu hỏi được sử dụng cho quá trình phân tích. Một số thông tin về mẫu như sau:

Bảng 1. Quy mô mẫu theo từng ngân hàng

Ngân hàng giao dịch	Số lượng	Tỷ lệ phần trăm
Đông Á	244	21,51
Agribank	165	14,55
Vietcombank	303	26,71
Techcombank	155	13,66
BIDV	54	4,76
ACB	71	6,26
Ngân hàng Quân Đội	70	6,17
Ngân hàng Hàng hải	72	6,34
Tổng	1.134	100

Trong tổng số 1.134 người khảo sát thì có 525 nam và 609 nữ và trong 5 nhóm tuổi được chọn để phỏng vấn thì nhóm tuổi từ 18-25 chiếm 40,7% tổng số mẫu khảo sát, đồng thời, chiếm tỷ lệ 27,7% thuộc là nhóm tuổi 25-35.

Bảng 2. Đặc điểm nhân khẩu học của đáp viên

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	525	46,3
Nữ	609	53,7
Độ tuổi		
18 - 25	461	40,7
25 - 35	314	27,7
35 - 45	136	12,0
45 - 55	115	10,1
55 - 65	108	9,5

Về nghề nghiệp, đa phần người được phỏng vấn là CB-CNV với 426 người chiếm 37,6% tổng số mẫu khảo sát được. Sở dĩ số người được phỏng vấn tập trung vào đối tượng CB-CNV, vì đây là đối tượng làm việc trong các cơ quan có thực hiện việc chi trả lương qua tài khoản thẻ ATM, nên dễ dàng trong việc liên hệ phỏng vấn với các cơ quan. Về trình độ học vấn, đa phần, người được phỏng vấn có trình độ đại học (215 người chiếm 51,4%) và nhóm có trình độ THCN-CĐ chiếm 21,3%. Về thu nhập của đối tượng được phỏng vấn thì cao nhất là nhóm từ 1 triệu đến dưới 2 triệu với 27,4% lựa chọn và từ 2-3 triệu với 25,8%. Thông tin về thời gian sử dụng, các dịch vụ thường sử dụng và mức độ thường xuyên các dịch vụ cho tại Bảng 3:

Bảng 3. Thông tin về tình hình giao dịch với ngân hàng của đáp viên

Thông tin liên quan	Tần suất xuất hiện	Tỷ lệ (%)
Thời gian sử dụng		
Dưới 1 năm	198	17,5
1- 2 năm	492	43,4
2 - 3 năm	265	23,4
3 năm trở lên	179	15,8
Mức độ thường xuyên / tháng		
Dưới 2 lần	327	28,0
3 - 5 lần	593	52,3
6 - 9 lần	157	13,8
10 lần trở lên	57	5,0
Các sản phẩm dịch vụ sử dụng		
Tiền gửi tiết kiệm		574
Tiền gửi thanh toán		88
Chi trả kiều hối		181
Chuyển, nhận tiền		243
Thẻ ATM		742
Tín dụng cá nhân		209

Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định nhằm đánh giá thang đo chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng thay cho phương pháp MTMM trong quy trình của Churchill (1979). Trong phần phân tích nhân tố khám phá, bằng phương pháp trích Principal Component, phép quay Varimax, kết quả cho thấy ba biến quan sát là DB4 (Thủ tục thực hiện giao dịch đơn giản), DC5 (Ngân hàng lấy lợi ích của khách hàng làm điều tâm niệm) và DU2 (Nhân viên tạo được sự tin cậy đối với khách hàng) có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 và đã bị loại (Hair và cộng sự, 2009). Sau khi loại các biến DB4, DC5, DU2, thực hiện lại quá trình phân tích nhân tố với 25 biến, kết quả cho thấy KMO=0,898 và sig.=0,000 <0,05 nên ta có thể khẳng định dữ liệu phù hợp để thực hiện phân tích nhân tố. Từ kết quả tổng phương trích có thể khẳng định rằng, tồn tại 6 nhân tố. Ma trận thể hiện mối quan hệ giữa các biến với các nhân tố chính như sau:

Bảng 4. Ma trận nhân tố chính sau khi xoay varimax (Rotated Component Matrix)

Biến	Thành phần (Component)					
	1	2	3	4	5	6
DC1	0,717					
DC4	0,704					
DC2	0,669					
DC3	0,667					
DU5	0,653					
DU3	0,607					
DU4	0,531					
DB2		0,842				
DB5		0,782				
DB1		0,766				
DB3		0,648				
DB6		0,515				
TC3			0,613			
DB7			0,559			
TC4			0,521			
TC5			0,514			
DU1			0,502			
HH1				0,888		
HH3				0,853		
HH2				0,558		
TC2					0,699	
HH4					0,682	
TC1					0,626	
DC6						0,804
DC7						0,801
Eigen-value	9,16	2,019	1,668	1,351	1,205	1,003
Ph.sai trích	35,232	7,767	6,416	5,197	4,634	3,858

Đặt tên các nhân tố: Thông qua phân tích EFA, có thể nhận thấy rằng có 6 thành phần (Component) hình thành từ 25 biến (có 3 biến đã bị loại do có giá trị tuyệt đối của hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5). Thành phần “đáp ứng” đã gộp cùng thành phần “đồng cảm” và hình thành thêm 2 thành phần mới. Căn cứ vào kết quả EFA, có thể đặt tên các thành phần như sau: (1) Thành phần đồng cảm và đáp ứng (DCI) (gồm: DC1, DC4,

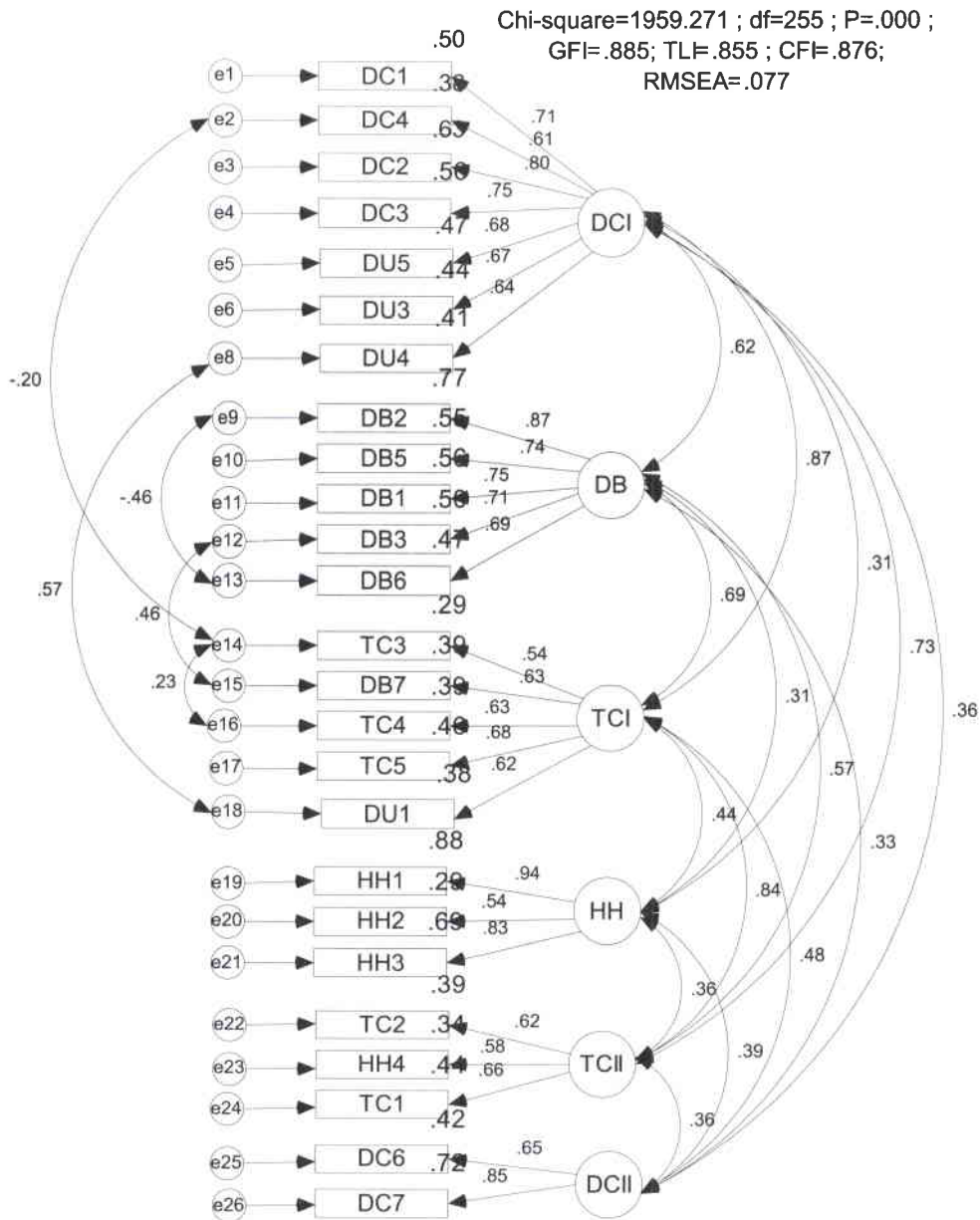
DC2, DC3, DU5, DU3, DU4); (2) thành phần đảm bảo (DB) (gồm: DB2, DB5, DB1, DB3, DB6); (3) thành phần tin cậy về quá trình cung cấp dịch vụ (TCI) (gồm: TC3, DB7, TC4, TC5, DU1); (4) thành phần hữu hình (HH) (gồm: HH1, HH2, HH3); (5) thành phần tin cậy về lời hứa đối với khách hàng (TCII) (đây là một phần của biến số tin cậy tách ra, gồm các biến: TC2, TC1, HH4); và (6) thành phần mạng lưới chi nhánh và ATM (DCII) (đây là một phần của biến số đồng cảm tách ra, gồm: các biến số DC6 và DC7).

Để đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (Confirmation Factor Analysis - CFA), nhóm nghiên cứu đã sử dụng các chỉ tiêu Chi - bình phương, chỉ số thích hợp so sánh CFI (Comparative fit Index), chỉ số TLI (Tucker and Lewis Index) và chỉ số RMSEA (Root Mean Square Error Approximation). Mô hình được gọi là thích hợp khi phép kiểm định Chi - bình phương có giá trị $p > 0,05$. Nếu một mô hình nhận giá trị GFI, TLI và CFI từ 0,9 đến 1, RMSEA có giá trị $< 0,08$ thì mô hình này được xem là phù hợp (tương thích) với dữ liệu thị trường (Hair và cộng sự, 2009). Năm chỉ tiêu đánh giá một thang đo gồm: (1) Hệ số tin cậy tổng hợp (Composite Reliability); (2) tổng phương sai trích được (Variance Extracted); (3) tính đơn hướng (Unidimensionality); (4) giá trị hội tụ (Convergent Validity); và (5) giá trị phân biệt (Discriminant Validity) (Hair và cộng sự, 2009).

Kết quả CFA của mô hình thang đo chất lượng dịch vụ ngân hàng cho thấy, mô hình có 255 bậc tự do, Chi - bình phương = 1.959,271 với giá trị $p = 0,000$ nên có thể khẳng định mô hình phù hợp với dữ liệu của thị trường, các giá trị GFI = 0,885, TLI = 0,855 và CFI = 0,876 gần bằng 0,9 nên có thể chấp nhận được (Hình 1).

Các chỉ tiêu đánh giá thang đo được thể hiện như sau:

(1) Hệ số tin cậy tổng hợp (Composite Reliability), (2) tổng phương sai trích được (Variance Extracted): Độ tin cậy tổng hợp của thành phần đảm bảo (DB) là 0,867 với tổng phương sai trích là 56,8%; của thành phần đồng cảm và đáp ứng (DCI) là 0,868 với tổng phương sai trích là 52,6%; của thành phần mạng lưới (DCII) là 0,723 với phương sai trích là 57,1%; của thành phần hữu hình (HH) là 0,823 với phương sai trích là 61,8%; của thành phần độ tin cậy về quá trình cung cấp dịch vụ (TCI) là 0,755 với phương sai trích là



Hình 1. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

53,7% và của thành phần độ tin cậy về lời hứa đối với khách hàng (TCII) là 0,654 với phương sai trích là 55,9%. Tất cả các hệ số đều thỏa mãn điều kiện của hệ số tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích.

(3) *Tính đơn hướng (Unidimensionality)*: Thông qua Hình 1 ta thấy, ba thành phần hữu hình (HH), độ tin cậy về lời hứa đối với khách hàng (TCII), mạng lưới chi nhánh và ATM (DCII) đạt tính đơn hướng, các thành phần còn lại DB, TCI, DCI không đạt tính đơn hướng vì tồn tại các

sai số có mối quan hệ với nhau (ví dụ: e2 và e14, e8 và e18...).

(4) *Giá trị hội tụ (Convergent Validity)*: Dễ dàng nhận thấy rằng các trọng số (λ_i) đều đạt tiêu chuẩn cho phép ($\lambda_i \geq 0,5$) và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000 (thấp nhất là λ_{TC3} và $\lambda_{HH2} = 0,54$). Vì vậy, chúng ta kết luận các biến quan sát dùng để đo lường 6 thành phần của thang đo chất lượng đạt được giá trị hội tụ.

(5) *Giá trị phân biệt (Discriminant Validity)*: Ta thấy rằng, hệ số tương quan giữa các khái niệm

với sai lệch chuẩn kèm theo (Hình 1) đều nhỏ hơn 1 (có ý nghĩa thống kê), vì vậy 6 khái niệm trên đạt giá trị phân biệt.

Bảng 5. Kiểm định giá trị phân biệt giữa các thành phần của thang đo chất lượng dịch vụ

Mối quan hệ			R	SE	(1-r)/SE	Sig.
DCI	<-->	DB	0,630	0,055	11,42	0
TCII	<-->	DCII	0,355	0,066	5,34	0
HH	<-->	DCII	0,389	0,065	5,94	0
TCI	<-->	DCII	0,476	0,062	7,62	0
DB	<-->	DCII	0,328	0,067	4,89	0
DCI	<-->	DCII	0,358	0,066	5,40	0
DCI	<-->	HH	0,329	0,067	4,90	0
TCII	<-->	HH	0,364	0,066	5,50	0
DB	<-->	HH	0,311	0,068	4,60	0
DCI	<-->	TCI	0,872	0,035	25,07	0
DB	<-->	TCI	0,688	0,052	13,34	0
HH	<-->	TCI	0,444	0,064	6,97	0
TCII	<-->	TCI	0,842	0,038	21,96	0
DCI	<-->	TCII	0,738	0,048	15,39	0
DB	<-->	TCII	0,569	0,058	9,74	0

Kết luận:

Thang đo chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng đã được kiểm định và hội đủ 5 yêu cầu của kiểm định thang đo đó là: (1) Hệ số tin cậy tổng hợp (Composite Reliability); (2) tổng phương sai trích được (Variance Extracted); (3) tính đơn hướng (Unidimensionality); (4) giá trị hội tụ (Convergent Validity); (5) giá trị phân biệt (Discriminant Validity). Cụ thể, thang đo chất lượng dịch vụ gồm 6 biến tiềm ẩn (thành phần): (1) Hữu hình; (2) đảm bảo; (3) tin cậy về quá trình cung cấp dịch vụ; (4) tin cậy về lời hứa với khách hàng; (5) đồng cảm và đáp ứng; và (6) mạng lưới chi nhánh và ATM với các biến quan sát được trình bày tại Bảng 6.

Ghi chú: 28 biến lý thuyết đề nghị gồm 25 biến trên và 3 biến đã bị loại trong quá trình kiểm định là: DB4 (Thủ tục thực hiện giao dịch đơn giản), DC5 (Ngân hàng lấy lợi ích của khách hàng làm điều tâm niệm) và DU2 (Nhân viên tạo được sự tin cậy đối với khách hàng).

Bảng 6. Các thành phần chất lượng dịch vụ trong ngân hàng đã kiểm định thang đo

HH1	Trang thiết bị hiện đại	Thành phần 1: Hữu hình
HH2	Cơ sở vật chất của ngân hàng khang trang	
HH3	Nhân viên của ngân hàng có đồng phục (trang phục) đặc thù	
DB1	Danh tiếng của ngân hàng về khả năng phục vụ	Thành phần 2: Đảm bảo
DB2	Những xử lý trong quá trình phục vụ của nhân viên tạo được sự tin cậy với khách hàng	
DB3	An toàn trong giao dịch	
DB4	Nhân viên lịch sự, nhã nhặn	
DB5	Nhân viên có kiến thức (chuyên môn) để trả lời các câu hỏi của khách hàng	
TCI1	Dịch vụ được thực hiện đúng ngay từ lần đầu tiên	Thành phần 3: Tin cậy về quá trình cung cấp dịch vụ
TCI2	Quan tâm giải quyết những vấn đề mà khách hàng gặp phải	
TCI3	Nhân viên không (rất ít) sai sót trong quá trình thực hiện	
TCI4	Nhân viên xử lý giao dịch thành thạo	
TCI5	Nhân viên cho khách hàng biết khi nào dịch vụ được thực hiện	
TCII1	Ngân hàng cung cấp dịch vụ đúng chất lượng cam kết	Thành phần 4: Tin cậy về lời hứa với KH
TCII2	Ngân hàng cung cấp dịch vụ đúng thời điểm đã cam kết	
TCII4	Đính kèm đầy đủ các tài liệu phục vụ giao dịch	
DCI1	Ngân hàng có chương trình thể hiện sự quan tâm đến khách hàng	Thành phần 5: Đồng cảm và đáp ứng
DCI2	Từng nhân viên thể hiện sự quan tâm đến cá nhân khách hàng	
DCI3	Ngân hàng có thời gian giao dịch thuận tiện	
DCI4	Nhân viên hiểu rõ nhu cầu cụ thể của khách hàng	
DCI5	Cung cấp dịch vụ đến khách hàng một cách nhanh chóng	
DCI6	Nhân viên luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng	
DCI7	Nhân viên luôn đáp ứng yêu cầu khẩn cấp (đặc biệt) của khách hàng	
DCII1	Có mạng lưới các chi nhánh rộng khắp	Thành phần 6: Mạng lưới
DCII2	Có mạng lưới máy rút tiền tự động ATM thuận tiện	

4. Đóng góp của nghiên cứu và kết luận

Qua hơn 3 năm VN trở thành thành viên chính thức của WTO, ngành ngân hàng của VN đã trở thành một trong những ngành đầu tàu, thu hút sự quan tâm đặc biệt của các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Ngành ngân hàng đang phải đối mặt với nhiều thách thức cạnh tranh, đặc biệt là vấn đề thị trường bị chia sẻ đáng kể khi các tập đoàn, các ngân hàng lớn của nước ngoài đầu tư vào thị trường VN. Với đặc điểm là một ngành kinh doanh dịch vụ, tính cạnh tranh ngày một gia tăng giữa các ngân hàng, một khi việc cạnh tranh về tỷ suất (huy động, cho vay) khó được thực hiện thì việc cạnh tranh trên cơ sở chất lượng dịch vụ của các ngân hàng càng có ý nghĩa.

Nghiên cứu đã tổng hợp một số nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước, kết hợp với việc trao đổi với các chuyên gia trong lĩnh vực ngân hàng, kiểm định thang đo (thông qua nghiên cứu định tính và định lượng) để hình thành thang đo đo lường chất lượng dịch vụ trong các ngân hàng, giúp cho các ngân hàng nhận thức được cấu trúc của chất lượng dịch vụ nhằm làm cơ sở nghiên cứu cơ bản cũng như nghiên cứu thực tiễn trong công tác đo lường, phân tích và hoạch định chiến lược cạnh tranh dựa trên chất lượng dịch vụ.

Đồng thời, nghiên cứu cũng góp phần bổ sung hệ thống thang đo trong lĩnh vực ngân hàng trong một nước Đông Nam Á, một nước có nền kinh tế đang phát triển như VN, góp phần vào việc phát triển thang đo cơ sở trong việc thực hiện các nghiên cứu so sánh tại các nước ■



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Allred, A.T. and Addams, H. L. (2000), "Service Quality at Banks and Credit Unions: What Do Their Customers Say?", *International Journal of Bank Marketing*, 18, 4/5, 200-208.
2. Angur, M.G., R. and Jahera, J.S. Jr. (1999), "Service Quality in the Banking Industry: An Assessment in a Developing Economy", *The International Journal of Bank Marketing*, 17, 3, 116-123.
3. Bahia, K., Nantel, J. (2000), "A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Banks", *The International Journal of Bank Marketing*, 18, 2, 84-91.
4. Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance - Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
5. Gronroos, C. (1984), "A service Quality Model and Its Marketing Implication", *European Journal of Marketing*, 18, 4, 36-44.
6. Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2009), *Multivariate Data Analysis* (7th edition), Prentice-Hall, 816 pgs.
7. James B. B. (2005), *Service quality: An Empirical Study of Expectations versus Perceptions in the Delivery of Financial Services in Community Banks*, <https://dspace.stir.ac.uk/dspace/handle/1893/94>.
8. Lotfollah N. and Ram R. (2006), "Service quality: A Case Study of a Bank", *The Quality Management Journal*, 13, 3, 35-44.
9. Mushtaq A. B. (2005), "Corelates of Service Quality in Banks: An Empirical Investigation", *Journal of Services Research*, 5, 1, 77-99.
10. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L. L. (1988), "SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of the Service Quality", *Journal of Retailing*, 64, 1, 12 - 40.
11. Ugur Y. and Martin B. (2007), "Service Quality Assessment: A Comparison of Turkish and German Bank Customers", *Cross Cultural Management: An International Journal*, 11, 2, 161-168.
12. Zeithaml, V. A. (1987), "Defining and Relating Price, Perceived Quality, and Perceived Value", Working Paper No. 87-101, *Marketing Science Institute*, Cambridge, MA 02138.