

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN TRỰC TUYẾN CỦA AGRIBANK BÌNH THUẬN

● PHAN QUAN VIỆT - HUỲNH TẤN THUẬN - ĐINH HOÀNG ANH TUẤN

TÓM TẮT:

Để duy trì sự phát triển ổn định hơn trong xu thế quốc tế hóa cạnh tranh, các ngân hàng trong nước cần phải tích cực hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ hiện có cũng như phát triển nhiều hình thức thanh toán nhằm đem lại sự tiện lợi cho khách hàng cũng đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng. Xuất phát từ những lý do trên, nhóm tác giả đã quyết định thực hiện nghiên cứu đề tài “Đánh giá sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận”. Kết quả nghiên cứu sẽ giúp cho Ban giám đốc Agribank Bình Thuận nhìn nhận được thực tế các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Ngân hàng, qua đó đưa ra các chiến lược giúp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Ngân hàng và nâng cao sự hài lòng của khách hàng trong tương lai.

Từ khóa: hài lòng, khách hàng, chất lượng, dịch vụ, thanh toán trực tuyến, Agribank Bình Thuận.

1. Đặt vấn đề

1.1. Tính cấp thiết của đề tài

Sự phát triển của cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin hiện tại kèm theo sự phát triển của hệ thống công nghệ ngân hàng thế giới gần đây đang hỗ trợ rất nhiều cho các hoạt động thanh toán trực tuyến, công tác này không chỉ giúp cho các ngân hàng tiết kiệm được nhiều chi phí, nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng, mà còn mang lại nhiều tiện ích hơn cho khách hàng, giúp cho khách hàng hài lòng hơn với dịch vụ của ngân hàng. Bên cạnh đó, doanh thu từ hoạt động này ngày càng tăng cho thấy xu hướng sử dụng ngày càng nhiều các hình thức thanh toán trực tuyến qua ngân hàng của khách hàng và nó đang được xem là xu hướng phát

triển mạnh mẽ trong tương lai, đang được nhiều ngân hàng quan tâm đặc biệt.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận. Đây là cơ sở khoa học giúp cho Ban giám đốc Agribank Bình Thuận trong việc hoàn thiện hơn hiệu quả của hoạt động này và nâng cao hơn nữa sự hài lòng khách hàng khi sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận trong thời gian tới.

1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực

tuyến của Agribank Bình Thuận. Thời gian nghiên cứu: từ tháng 10/2021 đến hết tháng 12/2021.

1.4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sơ bộ bằng phương pháp định tính thông tiếp theo là nghiên cứu chính thức thực hiện thông qua phương pháp định lượng.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình đề xuất

2.1. Lý thuyết về dịch vụ thanh toán trực tuyến

Theo Philip Kotler (2001), dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này có thể cung cấp cho chủ thể kia. Trong đó đối tượng cung cấp nhất định phải mang tính vô hình và không dẫn đến bất kỳ quyền sở hữu một vật nào cả, còn việc sản xuất dịch vụ có thể hoặc không cần gắn liền với một sản phẩm vật chất nào. Zeithaml và Bitner (2000) thì cho rằng: Dịch vụ là những hành vi, quá trình, cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng. Dịch vụ còn là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng (Kotler & Armstrong, 2004).

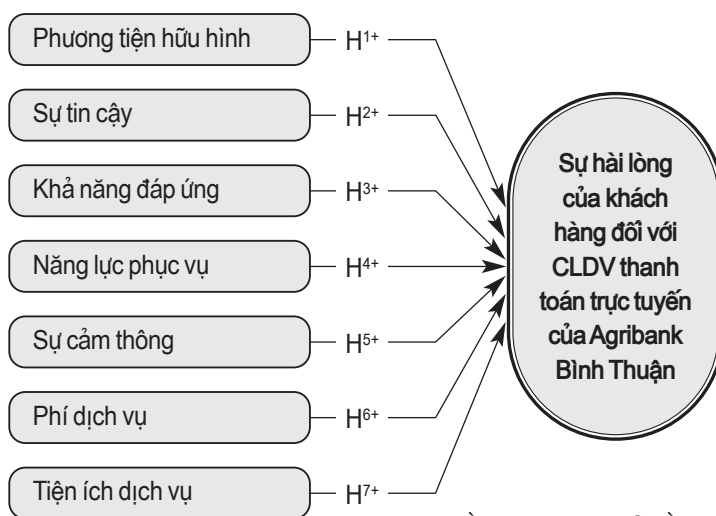
2.2. Tổng quan một số nghiên cứu có liên quan

Nguyễn Thị Thanh Tâm (2018) trong nghiên cứu: “Đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại các chi nhánh ngân hàng thương mại” được thực hiện với mục tiêu nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng thông qua mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVQUAL - mô hình đo lường được xây dựng và nghiên cứu thông qua sự hài lòng của khách hàng cá nhân. Nguyễn Hồng Quân (2020) trong nghiên cứu: “Các nhân tố tác động đến sự hài lòng chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử: nghiên cứu tại Ngân hàng Thương mại Tiên Phong” thực hiện với mục tiêu xác định các nhân tố tác động đến sự hài lòng dịch vụ ngân hàng điện tử. Mohammad Sleimi Tahseen và cộng sự (2018) trong nghiên cứu: “The impact of e-banking services quality on customers satisfaction moderated by customer trust: survey on Arab Bank in Amman, Jordan” thực hiện với mục đích vận dụng mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng

sự (1988) trong phân tích sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại các ngân hàng Ả Rập.

2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

3. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, mẫu được chọn bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Với 250 phiếu khảo sát được phát đi, kết quả thu về được 239 phiếu trả lời, trong đó có 9 phiếu hồi đáp bị loại do các đối tượng trả lời khảo sát trả lời thiếu nhiều thông tin trong phiếu khảo sát và 3 phiếu trả lời không mang tính khách quan khi chỉ chọn một đáp án cho tất cả các câu hỏi trong phiếu khảo sát. Do đó, kích thước mẫu hợp lệ đưa vào nghiên cứu là $n = 227$. Kết quả thống kê đặc điểm các khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận cho thấy, có 125 khách hàng trả lời khảo sát là nam, chiếm 55.1% và khách hàng nữ là 102 đối tượng, chiếm 44.9% trong tổng số 227 khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận tham gia trả lời khảo sát cho nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach's Alpha

Kết quả phân tích độ tin cậy các thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha sau khi đã loại các biến quan sát không đạt yêu cầu được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1. Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy thông qua Kiểm định Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Phương tiện hữu hình - HH ($\alpha = 0.831$)				
HH1	11.198	7.558	0.640	0.796
HH2	10.969	6.773	0.771	0.735
HH3	11.251	7.755	0.535	0.843
HH5	11.053	7.156	0.705	0.766
Sự tin cậy - TC ($\alpha = 0.687$)				
TC1	9.899	7.693	0.504	0.600
TC2	10.454	7.019	0.552	0.565
TC3	10.264	7.921	0.426	0.649
TC4	10.722	8.122	0.400	0.665
Khả năng đáp ứng - TC ($\alpha = 0.785$)				
DU1	12.079	2.551	0.657	0.703
DU2	12.022	2.438	0.622	0.716
DU3	12.101	2.499	0.583	0.736
DU4	12.009	2.531	0.516	0.773
Năng lực phục vụ - PV ($\alpha = 0.852$)				
PV1	11.216	6.374	0.739	0.793
PV3	11.264	6.647	0.681	0.818
PV4	11.286	6.940	0.647	0.832
PV5	11.300	6.998	0.712	0.806
Sự cảm thông - CT ($\alpha = 0.797$)				
CT1	7.617	1.618	0.645	0.720
CT3	7.441	1.832	0.641	0.728
CT4	7.586	1.642	0.642	0.723
Chi phí dịch vụ - CP ($\alpha = 0.874$)				
CP1	8.022	1.500	0.830	0.755
CP2	8.031	1.472	0.853	0.733
CP3	8.053	1.741	0.606	0.954
Tiện ích dịch vụ - TI ($\alpha = 0.846$)				
TI1	7.357	3.045	0.555	0.922
TI2	7.529	1.976	0.825	0.669
TI3	7.511	1.994	0.804	0.693
Sự hài lòng - HL ($\alpha = 0.886$)				
HL1	7.793	2.094	0.763	0.852
HL2	7.837	1.872	0.793	0.828
HL3	7.780	2.128	0.784	0.835

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

4.2. Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi phân tích Cronbach's Alpha, tất cả các biến quan sát của 7 biến độc lập (ngoại trừ HH4, PV2 và CT2) sẽ được sử dụng để phân tích bước phân tích nhân tố khám phá. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho các biến độc lập (Bảng 2) cho kết quả: Hệ số KMO là $0.702 > 0.5$; Kiểm định Barlett có $\text{Sig.} = 0.000$ (nhỏ hơn 0.05) cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

4.3. Phân tích ảnh hưởng các biến định tính đến động lực làm việc bằng Anova

Kết quả kiểm định F trong phân tích ANOVA ở Bảng 3 cho giá trị $\text{sig.} < 0.05$ cho thấy phân tích hồi quy là phù hợp (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008), mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu thu thập được. (Bảng 3, Bảng 4)

4.4. Kết quả kiểm định các giả thuyết (Bảng 5)

4.5. Kết quả hồi quy

Kết quả ước lượng hệ số hồi quy (Bảng 6) cho thấy tại mức ý nghĩa 5%, nghiên cứu xác định được 5 yếu tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng khách hàng đối

Bảng 2. Kết quả kiểm định Barlett và KMO - Biến độc lập

Hệ số KMO		0.702
Kiểm định Barlett	Approx, Chi-Square	2494.819
	df	300
	Sig	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận (SHL), đó là: Sự tin cậy (STC), Khả năng đáp ứng (KNDU), Sự cảm thông (SCT), Phí dịch vụ (CPDV) và Tiềm ích dịch vụ (TIDV) (Sig. của kiểm định $t < 0.05$).

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Kết quả phân tích dữ liệu từ 227 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ cho thấy rằng có 5 trong 7 yếu tố bao gồm: Sự tin cậy, Khả năng đáp ứng, Sự cảm thông, Phí dịch vụ và Tiềm ích dịch vụ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sự tương đồng với kết quả trong các

Bảng 3. Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71.949	7	10.278	61.448	0.000b
	Residual	36.632	219	0.167		
	Total	108.581	226			
a. Dependent Variable: SHL						
b. Predictors: (Constant), TIDV, PTHH, SCT, NLPV, CPDV, STC, KNDU						

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 4. Bảng tóm tắt mô hình hồi quy

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.814a	0.663	0.652	0.40898	1.557
a. Predictors: (Constant), TIDV, PTHH, SCT, NLPV, CPDV, STC, KNDU					
b. Dependent Variable: SHL					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 5. Kết quả kiểm định giả thuyết và thống kê mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới động lực làm việc

Giả thuyết	Kết quả kiểm định	Sig	Beta chuẩn hóa
H1: Tiền lương và phúc lợi có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Chấp nhận	0.000	0.237
H2: Bản chất công việc có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Bác bỏ	0.818	-0.012
H3: Điều kiện làm việc có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Bác bỏ	0.240	0.62
H4: Sự công nhận có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Bác bỏ	0.259	0.053
H5: Thăng tiến có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Bác bỏ	0.004	-0.160
H6: Đồng nghiệp có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Chấp nhận	0.000	0.609
H7: Đào tạo có tác động cùng chiều đến động lực làm việc của giáo viên	Chấp nhận	0.021	0.128

Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả, 2019

Bảng 6. Bảng ước lượng hệ số hồi quy

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.185	0.353		-6.198	0.000		
	PTHH	0.015	0.031	0.019	.492	0.623	0.984	1.016
	STC	0.374	0.032	0.475	11.701	0.000	0.935	1.069
	KNDU	0.370	0.058	0.272	6.375	0.000	0.846	1.182
	NLPV	0.056	0.033	0.068	1.725	0.086	0.981	1.020
	SCT	0.144	0.047	0.129	3.045	0.003	0.860	1.163
	CPDV	0.262	0.046	0.230	5.693	0.000	0.943	1.060
	TIDV	0.387	0.037	0.412	10.433	0.000	0.990	1.010
a. Dependent Variable: SHL								

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

nguyên cứu trước và cũng đã trả lời được các câu hỏi mà nghiên cứu đã đặt ra ban đầu. Đây cũng là cơ sở để tác giả đưa ra các kiến nghị giúp cho các nhà quản trị của Ngân hàng trong việc đưa ra các chính sách nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến tại Ngân hàng.

5.2. Hàm ý quản trị

5.2.1. Đối với yếu tố Sự tin cậy

Sự tin cậy là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng khách hàng đối với chất

lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận. Do đó, để nâng cao được chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến, Ban giám đốc Agribank Bình Thuận cần quan tâm đặc biệt đến các chính sách xoay quanh yếu tố này. Xây dựng một chương trình đảm bảo chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến riêng với nòng cốt là những nhân viên có kinh nghiệm trong hoạt động kinh doanh ngân hàng trực tuyến để kịp thời ghi nhận những đóng góp từ phía khách hàng hay những thiếu sót trong công tác chăm sóc khách hàng

cũng như những hạn chế trong hoạt động của dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng. Đây là những cơ sở giúp từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ này để nâng cao được sự hài lòng và gắn kết hơn nữa giữa khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng trực tuyến nói riêng và ngân hàng nói chung.

5.2.2. Đối với yếu tố *Tiện ích dịch vụ*

Một trong những lợi thế của dịch vụ ngân hàng trực tuyến nói chung và đối với dịch vụ thanh toán trực tuyến nói riêng là việc người dùng có thể thực hiện giao dịch ở bất cứ đâu và bất cứ khi nào họ muốn thông qua điện thoại thông minh. Cho nên, việc dịch vụ được thực hiện một cách thông suốt và luôn đảm bảo dịch vụ hoạt động hiệu quả luôn là một trong những vấn đề quan trọng nhất mà ngân hàng cần quan tâm. Agribank Bình Thuận cần phối hợp tốt hơn trong việc lựa chọn các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông tốt nhất để đảm bảo đường truyền tốt nhất phục vụ cho hoạt động thanh toán trực tuyến của khách hàng.

5.2.3. Đối với yếu tố *Khả năng đáp ứng*

Khả năng đáp ứng là yếu tố cho thấy sự tác động lớn thứ ba sau 2 yếu tố là Sự tin cậy và Tiện ích dịch vụ đến sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận. Do đó, để nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến, việc đáp ứng các nhu cầu về dịch vụ của khách hàng cần được đảm bảo.

5.2.4. Đối với yếu tố *Chi phí dịch vụ*

Chi phí dịch vụ là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ tư trong năm yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận. Trong bất kỳ một ngành dịch vụ nào, yếu tố giá cả luôn đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của dịch vụ đó. Riêng đối với dịch vụ thanh toán trực tuyến, yếu tố chi phí dịch vụ thể hiện qua phí đăng ký dịch vụ, phí duy trì, sử dụng dịch vụ và các chương trình ưu đãi phí cho khách hàng. Một chính sách phí dịch vụ hợp lý sẽ giúp nâng cao được khả năng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ, giúp ngân hàng nâng cao lợi thế cạnh tranh và nâng cao lợi nhuận cho ngân hàng. Do đó, để nâng cao được sự hài lòng của khách hàng, lãnh đạo của Agribank Bình Thuận cũng cần quan tâm và thực hiện các chính sách chi phí, giá cả dịch vụ ngân hàng trực tuyến một cách hợp lý và hiệu quả.

5.2.5. Đối với yếu tố *Sự cảm thông*

Sự đồng cảm là yếu tố cho thấy sự tác động yếu nhất trong năm yếu tố tác động đến sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Agribank Bình Thuận. Do vậy, để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thanh toán trực tuyến của Ngân hàng, Ban giám đốc Ngân hàng cần quan tâm và thực hiện các chính sách trong việc hoàn thiện các chính sách chăm sóc, hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ của ngân hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Kotler P. (2001). *Quản trị Marketing*. Bản dịch của Vũ Trọng Phụng. Nhà xuất bản Thống kê.
2. Nguyễn Đình Thọ và cộng sự (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Nhà xuất bản Lao động Xã hội.
3. Nguyễn Hồng Quân (2020). Các nhân tố tác động đến sự hài lòng chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử: nghiên cứu tại Ngân hàng Thương mại Tiên Phong. *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, Số 125 (1/2020).
4. Nguyễn Thị Thanh Tâm (2018). Đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại các chi nhánh ngân hàng thương mại. *Tạp chí Tài chính*, truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/kinh-te-vi-mo/danh-gia-chat-luong-dich-vu-ngan-hang-dien-tu-tai-cac-chi-nhanh-ngan-hang-thuong-mai-137143.html>.
5. Nguyễn Thu Trang (2018). Chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng số Timo Việt Nam - Chi nhánh Hồ Chí Minh. *Tạp chí Phát triển khoa học và Công nghệ: Kinh tế - Luật và Quản lý*, 2(3).
6. Ahmad K. M. et.. (2011). E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1).

Ngày nhận bài: 12/1/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/2/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/2/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. PHAN QUAN VIỆT

Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

2. HUỲNH TẤN THUẬN

Ngân hàng Agribank Chi nhánh Nam Phan Thiết - Bình Thuận

3. ThS. ĐINH HOÀNG ANH TUẤN

Trường Đại học Phan Thiết

EVALUATING THE SATISFACTION OF CUSTOMERS WITH AGRIBANK - BINH THUAN PROVINCE'S ONLINE PAYMENT SERVICES

● Ph.D **PHAN QUAN VIET**¹

● **HUYNH TAN THUAN**²

● Master. **DINH HOANG ANH TUAN**³

¹Ho Chi Minh City University of Technology

²Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development
- South Phan Thiet Branch - Binh Thuan Province

³Phan Thiet University

ABSTRACT:

In order to maintain a more stable development in the competitive internationalization trend, domestic banks in Vietnam need to actively improve their existing products and services as well as develop a variety of payment methods to bring greater convenience to their customers. This study is to evaluate the satisfaction of customers with the online payment services of Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) in Binh Thuan province. This study's results are expected to help the bank understand the factors affecting the satisfaction of customers with the bank's online payment services. Based on the study's findings, some strategies are proposed to help the bank improve the quality of its online payment services and enhance the satisfaction of its customers in the coming time.

Keywords: satisfaction, customers, quality, service, online payment, Agribank Binh Thuan