

THÔNG TIN VỀ LUẬN VĂN THẠC SĨ

1. Tên đề tài: Đánh giá ý định sử dụng dịch vụ thẻ đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bảo Việt - Chi nhánh Bình Dương.

2. Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

3. Mã số: 8 34 01 01

4. Họ và tên học viên: NGUYỄN THỊ NGỌC THÚY

5. Khóa đào tạo: 07 (2019 - 2021)

6. Người hướng dẫn khoa học: TS. Trần Văn Đạt

7. Tên cơ sở đào tạo: Trường Đại học Thủ Dầu Một

8. Tóm tắt các kết quả nghiên cứu của luận văn

8.1. Những đóng góp về mặt học thuật, lý luận

Qua phân tích đánh giá về ý định sử dụng dịch vụ thẻ đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng Thương mại Cổ phần Bảo Việt - Chi nhánh Bình Dương. Cho thấy nghiên cứu đã hệ thống hóa lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng cá nhân tại ngân hàng. Khi đó, phát triển thành hệ thống thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến đánh giá ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng trên như sau: Cảm nhận hữu ích, Cảm nhận dễ sử dụng, Chính sách marketing, Yếu tố pháp luật, Thái độ, Cảm nhận rủi ro, Chuẩn chủ quan, Kiểm soát hành vi. Với những yếu tố đã xây dựng đó làm cơ sở xác định đúng các vấn đề khách hàng đang quan tâm cũng như các nhân tố chi phối, kìm hãm, các rủi ro gặp phải trong việc có ý định sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng đối với ngân hàng. Từ đó, có các giải pháp phù hợp góp phần vào việc nâng cao chất lượng hoạt động kinh doanh của ngân hàng, gia tăng lượng khách hàng mới, đặc biệt ở mảng dịch vụ thẻ của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bảo Việt - Chi nhánh Bình Dương.

8.2. Những điểm mới rút ra từ các kết quả nghiên cứu, khảo sát

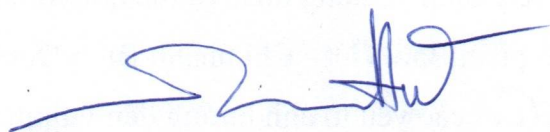
Trong những năm gần đây, người Việt Nam đã tiếp cận và dần có ý định sử dụng dịch vụ thẻ trong thanh toán hàng hóa, dịch vụ. Đồng thời, các ngân hàng cũng thực hiện kết nối, liên kết giữa hệ thống Napas đối với các máy ATM và hệ thống máy POS với nhau, xây dựng Trung tâm chuyển mạch thẻ thống nhất, đầu tư cải tiến thiết bị công nghệ nhằm phục vụ tốt khách hàng, khi đó khách hàng có thể thao tác giao dịch ở hầu hết các máy của những ngân hàng có liên kết với nhau. Thực hiện theo

khuyến khích chỉ đạo của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt. Trong tương lai, hy vọng việc thanh toán điện tử qua dịch vụ thẻ sẽ dần trở nên phổ biến và quen thuộc hơn với người dân Việt Nam.

Ngân hàng cần tập trung củng cố và thiết lập các mối quan hệ trên địa bàn, xây dựng hình ảnh, thương hiệu mạnh mẽ hơn nữa, chiến dịch marketing luôn không ngừng phát triển, tạo cảm giác gần gũi, quen thuộc, chạm đến sự cảm nhận của nhiều khách hàng và quan trọng luôn làm cho khách hàng cảm thấy khi sử dụng dịch vụ thẻ sẽ mang lại nhiều lợi ích vượt trội hơn so với hình thức giao dịch truyền thống trước đây. Cuối cùng, với mong muốn hình ảnh, thương hiệu Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bảo Việt luôn trong trái tim của mỗi người dân Việt Nam.

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

HỌC VIÊN



TS. Trần Văn Đạt



Nguyễn Thị Ngọc Thủy