

THÔNG TIN VỀ LUẬN VĂN THẠC SĨ

1. Tên đề tài: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET BANKING TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM CHI NHÁNH BÌNH DƯƠNG

2. Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

3. Mã số: 8 34 01 01

4. Họ và tên học viên: Tô Diễm Huỳnh

5. Khóa đào tạo: 20.1 (2021 – 2022)

6. Người hướng dẫn khoa học: TS. Nguyễn Hán Khanh

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

Ý nghĩa khoa học: Nghiên cứu đóng góp và củng cố lý thuyết và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Internet Banking tại Ngân hàng Techcombank chi nhánh Bình Dương, đặc biệt là kiểm định mô hình nghiên cứu gồm một số biến độc lập (các yếu tố ảnh hưởng) và biến phụ thuộc (sự hài lòng của khách hàng) tạo điều kiện cho các nghiên cứu khác sâu hơn sau này.

Ý nghĩa thực tiễn: Kết quả nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ Internet Banking tác động đến chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Techcombank chi nhánh Bình Dương sẽ giúp Ngân hàng biết được mức độ hài lòng của khách hàng hiện tại đối với dịch vụ Internet Banking. Điều này giúp ngân hàng xác định được một cách chính xác mức độ quan trọng của những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ này. Từ đó, giúp ban lãnh đạo xây dựng các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ Internet Banking tại Ngân hàng Techcombank chi nhánh Bình Dương.

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

Nghiên cứu đã xây dựng được mô hình đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ Internet Banking tại Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ Thương Việt Nam chi nhánh Bình Dương. Mô hình đề xuất ban đầu gồm 7 yếu tố tác động đến quyết định sử dụng dịch vụ Internet Banking, bao gồm: Giao diện Website, Chi phí, Giao dịch an toàn, Sự thuận tiện, Truy cập Internet, Chất lượng Internet, Truyền thông tiếp thị. Sau khi nghiên cứu và phân tích định tính, bảy yếu tố này được giữ lại cho nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát bằng bảng câu hỏi và phân tích dữ liệu phản hồi từ 439 khách hàng cá nhân. Kết quả phân tích kiểm định cuối cùng cho thấy cả 7 biến Giao diện Website, Chi phí, Giao dịch an toàn, Sự thuận tiện, Truy cập Internet, Chất lượng Internet và Truyền thông tiếp thị cùng với 27 biến trực thuộc ảnh hưởng đến quyết định sử dụng Internet Banking với các mức độ khác nhau, sắp xếp theo thứ

tự từ mạnh đến yếu: Giao dịch an toàn (0,449), Chi phí (-0,389), Chất lượng Internet (0,345), Sự thuận tiện (0,327), Truyền thông và tiếp thị (0,263), Giao diện Website (0,234), Truy cập Internet (0,219).

Dựa trên kết quả đã phân tích, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp giúp Ngân hàng cũng như ban lãnh đạo có cái nhìn thực tế và từ đó có những hành động cải tiến nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet Banking bao gồm:

- Xây dựng hệ thống có tính bảo mật cao
- Duy trì và mở rộng các tính năng Internet Banking miễn phí
- Tạo điều kiện tốt nhất cho khách hàng

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC



TS. Nguyễn Hán Khanh

HỌC VIÊN



Tô Diễm Huỳnh