

ỨNG DỤNG MỘT SỐ PHƯƠNG PHÁP THỐNG KÊ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM

Phạm Thị Mai Anh

Khoa Thống kê, Trường Đại học Kinh tế quốc dân

Email: anhpm@neu.edu.vn

Ngày nhận: 15/9/2016

Ngày nhận bản sửa: 8/10/2016

Ngày duyệt đăng: 18/10/2016

Tóm tắt:

Nội dung bài viết trình bày khả năng ứng dụng kết hợp các phương pháp thống kê trong đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng thương mại, nghiên cứu cụ thể với số liệu tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV). Trong bài viết này, tác giả muốn hướng tới các phương pháp thống kê đa chiều trong đánh giá chất lượng dịch vụ và xác định thứ tự ưu tiên cải tiến chất lượng. Đây là các phương pháp khả thi hỗ trợ cho các ngân hàng hoặc các doanh nghiệp trong đánh giá chất lượng dịch vụ của chính doanh nghiệp mình.

Từ khóa: Thống kê đa chiều, MCA, PCA, ưu tiên cải tiến chất lượng.

Application of statistical methods to assess service quality in Bank for Investment and Development of Vietnam (BIDV)

Abstract:

The paper presents the ability to combine application statistical methods in assessing the services quality of commercial banks, with specific dataset in Bank for Investment and Development of Vietnam (BIDV). The study aims at applying multidimensional statistical methods in assessing services quality and at identifying the prior order of quality improvement. These feasible methods can support the banks or firms in assessing the services quality of their businesses.

Keywords: Multidimension Statistics, MCA, PCA, quality improvement priorities.

1. Giới thiệu

Trong quá trình hội nhập kinh tế, các ngân hàng thương mại trong nước với vai trò là các tổ chức trung gian tài chính quan trọng ngày càng bị cạnh tranh bởi các trung gian tài chính phi ngân hàng và các ngân hàng nước ngoài. Để gia tăng sức cạnh tranh, các ngân hàng thương mại trong nước cần phải quan tâm nhiều đến việc đánh giá, đo lường chất lượng dịch vụ. Trước đây đã có nhiều nghiên cứu về chất lượng dịch vụ ngân hàng nhưng cơ bản đều dựa trên những mô hình chất lượng đã được nghiên cứu sẵn có như mô hình SERVQUAL (Service Quality), FTSQ (Function and Technical Service Quality), BANKSERV (Bank Service)... Vì mỗi mô hình có

những ưu và nhược điểm riêng nên trong nghiên cứu này sẽ sử dụng có chọn lọc các chỉ báo đo lường chất lượng dịch vụ cho phù hợp với đặc điểm Việt Nam. Về mặt phương pháp nghiên cứu, các nghiên cứu trước chỉ sử dụng phương pháp phân tích thành phần chính (trong nhận diện các nội dung phản ánh chất lượng dịch vụ), phân tích hồi quy bội (xác định mối liên hệ tương quan) và sự kết hợp hai phương pháp này trong phương pháp mô hình cấu trúc SEM (Structural Equation Modeling). Tuy nhiên, trong đánh giá chất lượng dịch vụ của ngân hàng thương mại, các nhà quản lý ngân hàng không chỉ đơn thuần muốn nhận diện ra các nội dung phản ánh chất lượng dịch vụ, xác định mối liên hệ tương quan giữa các nội dung phản ánh chất lượng dịch vụ với sự hài

lòng khách hàng mà họ còn muốn nhận diện sự tương quan ấy bằng hình ảnh trực quan và xác định thứ tự ưu tiên cải tiến các nội dung phản ánh chất lượng dịch vụ. Với mục đích tăng cường kỹ thuật ứng dụng các phương pháp thống kê chất lượng dịch vụ ngân hàng, bài báo trình bày khả năng ứng dụng kết hợp một số phương pháp thống kê trong đánh giá chất lượng dịch vụ với một bộ số liệu mẫu điều tra tại BIDV. Phạm vi nghiên cứu ở đây chỉ đề cập đến đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng cá nhân và các thuộc tính đo lường chất lượng dịch vụ được xây dựng dựa trên quan điểm đánh giá của khách hàng (không đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên quan

điểm của người cung cấp dịch vụ).

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Giới thiệu về mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện với các khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ của BIDV. Kết quả như bảng 1.

Trong 250 khách hàng được điều tra, có những khách hàng sử dụng nhiều hơn một dịch vụ. Trên cơ sở mẫu 250 khách hàng, tác giả kiểm tra sự hài lòng của mỗi khách hàng với từng loại hình dịch vụ và lưu dữ liệu của một khách hàng cho một loại hình dịch vụ như một cá thể độc lập. Kết quả là từ 250

Bảng 1: Giới thiệu mẫu nghiên cứu

STT	Tiêu thức phân tổ	Số người	Tỷ trọng (%)
	Tổng số Trong đó:	250	100
1	Theo nghề nghiệp		
	Lao động giản đơn và có kỹ thuật trong nông nghiệp	33	13,2
	Thợ thủ công có kỹ thuật	23	9,2
	Thợ lắp ráp vận hành (máy móc thiết bị)	54	21,6
	Nhân viên dịch vụ cá nhân (bảo vệ, bán hàng)	27	10,8
	Nhân viên chuyên môn sơ cấp (nhân viên văn phòng, nhân viên kế toán)	60	24,0
	Chuyên môn kỹ thuật bậc cao và bậc trung (khoa học tự nhiên, khoa học kỹ thuật, y học, giáo dục)	28	11,2
	Lãnh đạo các đơn vị, ngành	25	10,0
2	Theo trình độ học vấn		
	Tiểu học	11	4,4
	Trung học cơ sở	12	4,8
	Trung học phổ thông	55	22,0
	Cao đẳng/Trung học chuyên nghiệp	108	43,2
	Đại học/Trên đại học	64	25,6
3	Theo thu nhập		
	2 đến < 4 triệu	14	5,6
	4 đến < 8 triệu	101	40,4
	8 đến < 10 triệu	60	24,0
	10 đến < 15 triệu	42	16,8
	> 15 triệu	33	13,2

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ kết quả tính toán của SPSS

khách hàng khi phân bố theo loại hình dịch vụ sử dụng sẽ trở thành 363 cá thể độc lập.

2.2. Ứng dụng các phương pháp phân tích thống kê đa chiều đánh giá chất lượng dịch vụ của BIDV

Mục đích chính của nghiên cứu là để phân cụm các cá nhân trên thị trường ngân hàng bán lẻ thành các phân khúc và xác định đánh giá của từng phân khúc đối với các thành phần chính về chất lượng dịch vụ. Trình tự phân tích dữ liệu như sau:

Bước 1: Áp dụng kỹ thuật phân cụm Twosteps-Cluster để phân đoạn khách hàng sử dụng dịch vụ của BIDV.

Bước 2: Kiểm tra độ tin cậy của thang đo chất lượng dịch vụ bằng phương pháp tính hệ số Cronbach's Alpha và áp dụng phương pháp phân tích thành phần chính (PCA) để xác định các thành phần chính phản ánh chất lượng dịch vụ.

Bước 3: Áp dụng phân tích đa tương ứng MCA để phân tích mối quan hệ tương ứng giữa các thành phần chất lượng dịch vụ với các loại hình dịch vụ và các nhóm khách hàng. Kết quả được thể hiện trên bản đồ nhận thức.

Bước 4: Xác định mức đóng góp của các thành phần chất lượng dịch vụ chính tới các biến chỉ báo phản ánh sự hài lòng chung của khách hàng (gồm 5 biến chỉ báo) và xác định thứ tự ưu tiên cải tiến các chỉ báo chất lượng dịch vụ.

2.2.1. Phân cụm khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ của BIDV

Phương pháp phân cụm hai bước (Twosteps-Cluster) được sử dụng để phân chia các nhóm khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Phương pháp này có ưu điểm là áp dụng cho dãy dữ liệu hỗn hợp (gồm cả dữ liệu định tính và dữ liệu định lượng).

Theo kết quả nghiên cứu của marketing ngân hàng, phân khúc thị trường có thể thực hiện theo nhiều yếu tố. Với số liệu mẫu nghiên cứu, tác giả lựa chọn một số yếu tố sau làm cơ sở phân cụm khách hàng: nhân khẩu học (thu nhập, nghề nghiệp, học vấn) và một số biến liên quan đến sự hài lòng chung của khách hàng sử dụng dịch vụ của BIDV gồm: thời gian khách hàng sử dụng dịch vụ của BIDV, số lượng dịch vụ khách hàng đang sử dụng tại BIDV, khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ của BIDV, khách hàng giới thiệu dịch vụ của BIDV cho người khác.

Kết quả phân cụm được thực hiện bằng phương pháp Twosteps-Cluster như bảng 2.

Bảng 2 trình bày kết quả phân cụm tự động. Theo Ngô Văn Thứ (2005), kết quả cho thấy mặc dù hệ số BIC lớn nhất ở 1 cụm nhưng tỷ lệ thang đo khoảng cách là lớn nhất khi 3 cụm hình thành (bảng 2,277). Do vậy, căn cứ vào tiêu chuẩn phân cụm tự động của Twosteps-Cluster, kết quả được hình thành là 3 cụm tương ứng với 3 nhóm khách hàng (nhóm 1: 145 người; nhóm 2: 121 người; nhóm 3: 97 người).

Bảng 3 trình bày kết quả phân phối các biểu hiện của biến định tính và giá trị trung bình của các biến

Bảng 2: Kết quả phân cụm tự động của Twosteps-Cluster

Số cụm	Hệ số BIC (Schwarz's Bayesian Criterion)	Tỷ lệ thang đo khoảng cách
1	4068,635	
2	3547,659	1,192
3	3128,537	2,277
4	3007,305	1,025
5	2891663	1,116
6	2799,728	1,157
7	2735,517	1,286
8	2710,439	1,069
9	2694,226	1,344
10	2710,803	1,300

Nguồn: Tác giả tự tính bằng phần mềm SPSS

Bảng 3: Phân nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ của BIDV

Biến	Biểu hiện		Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Tổng
Nghề nghiệp	Lao động giản đơn và có kỹ thuật trong nông nghiệp	Tần số	29	0	13	42
		Tỷ trọng (%)	69,048	0	32,500	100
	Thợ thủ công	Tần số	27	0	12	39
		Tỷ trọng (%)	69,231	0	30,769	100
	Thợ lắp ráp máy móc thiết bị	Tần số	55	0	17	72
		Tỷ trọng (%)	76,389	0	23,611	100
	Nhân viên dịch vụ cá nhân	Tần số	34	0	12	46
		Tỷ trọng (%)	73,913	0	26,087	100
	Nhân viên chuyên môn sơ cấp	Tần số	0	72	19	91
		Tỷ trọng (%)	0	79,120	20,879	100
	Chuyên môn bậc cao và trung	Tần số	0	28	18	46
		Tỷ trọng (%)	0	60,869	39,130	100
Lãnh đạo	Tần số	0	21	6	27	
	Tỷ trọng (%)	0	77,778	22,222	100	
Trình độ học vấn	Tiểu học	Tần số	12	0	2	14
		Tỷ trọng (%)	85,714	0	14,286	100
	THCS	Tần số	9	0	12	21
		Tỷ trọng (%)	42,857	0	57,143	100
	THPT	Tần số	59	0	20	79
		Tỷ trọng (%)	74,684	0	25,316	100
	Cao đẳng/Trung học chuyên nghiệp	Tần số	57	62	35	154
		Tỷ trọng (%)	37,013	40,259	22,727	100
	Đại học/Trên đại học	Tần số	8	59	28	95
		Tỷ trọng (%)	8,421	62,105	29,474	100
Tiếp tục sử dụng	Không	Tần số	56	48	0	104
		Tỷ trọng (%)	53,846	46,154	0	100
	Có	Tần số	89	73	97	259
		Tỷ trọng (%)	34,363	28,185	37,452	100
Giới thiệu cho người khác	Không	Tần số	145	121	0	266
		Tỷ trọng (%)	54,511	45,488	0	100
	Có	Tần số	0	0	97	97
		Tỷ trọng (%)	0	0	100	100
Tổng thu nhập (VND)			6.322.758	13.059.504	10.103.093	
Thời gian sử dụng (tháng)			23,496	24,769	43,196	
Số lượng dịch vụ sử dụng (dịch vụ)			2,510	2,578	3,659	

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả SPSS

định lượng trong từng nhóm.

+ Nhóm 1: Nhóm khách hàng có vị thế, nhóm 1

Như vậy, kết quả phân cụm đã rút ra 3 nhóm không quan tâm đến việc có tiếp tục sử dụng dịch vụ của BIDV nữa hay không (vì số người trả lời

có và không là gần như nhau) nhưng họ sẽ không có ý định giới thiệu dịch vụ của BIDV cho người khác. Thu nhập của nhóm 1 trung bình là 6,322 triệu đồng/tháng (thu nhập tương đối thấp), thời gian đã

sử dụng dịch vụ là khoảng 23 tháng, số lượng dịch vụ đã sử dụng là trên hai dịch vụ.

+ *Nhóm 2: Nhóm khách hàng có vị thế cao* trình độ văn hóa của nhóm này chủ yếu là cao đẳng, đại

Bảng 4: Cronbach's Alpha của mô hình chất lượng dịch vụ

Biến quan sát	Trung bình thành phần chất lượng dịch vụ nếu loại biến	Phương sai thành phần chất lượng dịch vụ nếu loại biến	Hệ số tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thành phần sự thuận tiện				
Cronbach's Alpha = 0,720				
TT1- BIDV là ngân hàng có địa điểm giao dịch thuận tiện cho khách hàng	15,94	4,267	0,471	0,676
TT2- BIDV có mạng lưới đại lý rộng khắp	16,18	3,805	0,520	0,657
TT3- Thời gian phục vụ của BIDV hợp lý và thuận tiện	16,06	3,877	0,502	0,664
TT4- Hệ thống truy cập thông tin dễ sử dụng	16,01	4,323	0,465	0,679
TT5- Thủ tục giao dịch dễ dàng và nhanh chóng	15,88	4,392	0,443	0,687
Thành phần sự hữu hình				
Cronbach's Alpha = 0,775				
HH1- BIDV có trang thiết bị và máy móc hiện đại	19,93	6,498	0,600	0,722
HH2- BIDV có cách bố trí rất đẹp mắt	20,11	6,802	0,383	0,781
HH3- BIDV có các tài liệu, sách ảnh giới thiệu về dịch vụ ngân hàng rất cuốn hút	20,04	6,736	0,488	0,749
HH4- BIDV có các chứng từ giao dịch rõ ràng, không có sai sót	20,27	6,541	0,497	0,748
HH5- Nhân viên BIDV ăn mặc lịch thiệp và ấn tượng	19,86	6,642	0,579	0,728
HH6- BIDV có cơ sở vật chất đầy đủ	19,86	6,653	0,623	0,719
Thành phần phong cách phục vụ của nhân viên (Staff Conduct)				
Cronbach's Alpha = 0,713				
PC1- Nhân viên BIDV rất lịch thiệp và ân cần với khách hàng	15,50	3,615	0,498	0,654
PC2- Nhân viên BIDV rất sẵn sàng phục vụ khách hàng	15,47	3,797	0,463	0,668
PC3- Nhân viên BIDV thực hiện dịch vụ chính xác và kịp thời	15,59	3,635	0,492	0,656
PC4- Nhân viên BIDV có trình độ chuyên môn giỏi	15,58	3,559	0,406	0,698
PC5- Nhân viên BIDV giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng	15,58	3,764	0,514	0,651
Thành phần tiếp xúc khách hàng (Customer Interaction)				
Cronbach's Alpha = 0,747				
TXKH1- Nhân viên BIDV thường xuyên liên lạc với khách hàng	11,77	2,777	0,689	0,609
TXKH2- BIDV luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng	11,86	2,885	0,624	0,645
TXKH3- BIDV có đường dây nóng phục vụ khách hàng 24/24 giờ	11,88	2,694	0,657	0,622
TXKH4- BIDV tổ chức tiệc cảm ơn khách hàng hằng năm	12,14	3,423	0,265	0,845
Thành phần sự tín nhiệm (Credibility)				
Cronbach's Alpha = 0,828				
TN1- BIDV bảo mật thông tin khách hàng và giao dịch	8,08	1,844	0,632	0,817
TN2- BIDV thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu	8,01	1,795	0,746	0,706
TN3- BIDV gửi bảng sao kê đều đặn và kịp thời	7,99	1,757	0,685	0,764

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ kết quả phân tích của phần mềm SPSS

học và trên đại học (trình độ cao). Thu nhập trung bình hàng tháng 13,059 triệu đồng/tháng (thu nhập cao), thời gian sử dụng dịch vụ trung bình là trên 24 tháng và số lượng dịch vụ sử dụng là trên hai dịch vụ. Nhóm 2 cũng có thể có hoặc không tiếp tục sử dụng dịch vụ của BIDV và cũng không có ý định giới thiệu dịch vụ của BIDV cho người khác.

+ *Nhóm 3: Nhóm khách hàng trung thành*, gồm những lao động có thể ở tất cả các nghề khác nhau với tất cả các mức trình độ học vấn, có thu nhập tương đối cao (trung bình là 10,103 triệu đồng/tháng), thời gian sử dụng dịch vụ dài (trên 43 tháng) và số lượng dịch vụ sử dụng lớn hơn hai nhóm kia (trên ba dịch vụ). Điều đặc biệt là khách hàng ở nhóm này rất trung thành với BIDV vì tất cả đều trả lời có tiếp tục sử dụng dịch vụ của BIDV trong thời gian tới và sẽ giới thiệu dịch vụ của BIDV cho người khác.

Sau quá trình phân cụm, mỗi cá thể sẽ được tự động lưu vào một phân khúc thích hợp tạo thành một

“biến phân khúc”. Biến phân khúc này được đưa vào phân tích bằng phương pháp phân tích đa tương ứng MCA như là một biến bổ sung nhằm nghiên cứu mối liên hệ tương ứng giữa các nhóm khách hàng với cảm nhận về chất lượng dịch vụ của BIDV.

2.2.2. Kiểm tra độ tin cậy của các chỉ báo đo lường chất lượng dịch vụ

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định mức độ chặt chẽ về sự tương quan giữa các chỉ báo trong một mô hình các chỉ báo chất lượng dịch vụ. Theo Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), một tập hợp các chỉ báo dùng để đo lường được đánh giá là tốt nhất khi có hệ số $\alpha \geq 0,6$ và cần kiểm tra để loại chỉ báo mà làm tăng α lên (Cronbach's Alpha nếu loại biến).

Kết quả kiểm tra độ tin cậy của mô hình chất lượng dịch vụ như bảng 4.

Từ kết quả Bảng 4 và căn cứ vào tiêu chuẩn đối với Cronbach's Alpha, tác giả sẽ giữ lại 21 chỉ báo và sẽ loại bỏ chỉ báo HH2, chỉ báo TXKH4.

Bảng 5: Bảng ma trận nhân tố xoay lần 2

	Thành phần chính (Component)			
	1	2	3	4
TXKH2- BIDV luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng	.769			
TXKH1- Nhân viên BIDV thường xuyên liên lạc với khách hàng	.749			
TXKH3- BIDV có đường dây nóng phục vụ khách hàng 24/24 giờ.	.717			
PC5- Nhân viên BIDV giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng	.622			
PC1- Nhân viên BIDV rất lịch thiệp và ân cần với khách hàng	.540			
PC3- Nhân viên BIDV thực hiện dịch vụ chính xác và kịp thời	.517			
HH4- BIDV có các chứng từ giao dịch rõ ràng, không có sai sót		.731		
HH3- BIDV có các tài liệu, sách ảnh giới thiệu về dịch vụ ngân hàng rất cuốn hút		.693		
HH1- BIDV có trang thiết bị và máy móc hiện đại		.661		
HH5- Nhân viên BIDV ăn mặc lịch thiệp và ấn tượng		.585		
HH6- BIDV có cơ sở vật chất đầy đủ		.567		
TN2- BIDV thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu			.815	
TN3- BIDV gửi bảng sao kê đều đặn và kịp thời			.757	
TN1- BIDV bảo mật thông tin khách hàng và giao dịch			.755	
TT2- BIDV có mạng lưới đại lý rộng khắp				.813
TT3- Thời gian phục vụ của BIDV hợp lý và thuận tiện				.646
TT4- Hệ thống truy cập thông tin dễ sử dụng				.501

Nguồn: Tác giả tự tính dựa trên số liệu điều tra

2.2.3. Xác định thành phần chính về *chất lượng dịch vụ*

Mô hình chất lượng dịch vụ ngân hàng dựa theo kết quả phân tích định tính ban đầu gồm có 23 biến chỉ báo. Sau khi kiểm tra độ tin cậy bằng Cronbach's Alpha, 2 chỉ báo bị loại. Vì vậy còn lại 21 chỉ báo được đưa vào phân tích thành phần chính PCA để đánh giá lại mức độ hội tụ của các biến chỉ báo theo các thành phần.

Theo Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), kiểm định KMO và Bartlett trong phân tích thành phần chính cho kết quả khá cao ($= 0,873$) với mức ý nghĩa sig $= 0,00$. Vậy dữ liệu thu thập được phù hợp cho phân tích thành phần chính.

Trong bảng kết quả phân tích nhân tố, tác giả sẽ loại các biến có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,4 (với cỡ mẫu tối thiểu là 300) và các biến có sự chênh lệch về hệ số tải của từng biến trên các nhân tố được rút trích là thấp cũng bị loại biến đó ra khỏi phân tích (vì có khả năng biến đó tạo nên việc rút trích nhân tố giả). Sau lần phân tích nhân tố lần 1, tác giả sẽ loại một số biến: TT5, TT1, PC4, PC2. Mô hình các chỉ báo chất lượng dịch vụ còn lại 17 chỉ báo và tiếp tục thực hiện phân tích PCA lần 2. Kết quả PCA lần 2 cho thấy 17 biến chỉ báo sẽ được rút trích thành 4 thành phần chính với tổng phương sai rút trích cho 4 thành phần chính (với giá trị riêng Eigenvalue lớn hơn 1) là 59,802% đạt tiêu chuẩn.

Bảng 5 cho thấy thành phần tiếp xúc khách hàng (TXKH) với thành phần phong cách nhân viên (PC) được gộp vào thành một do hai thành phần này

không đạt giá trị phân biệt.

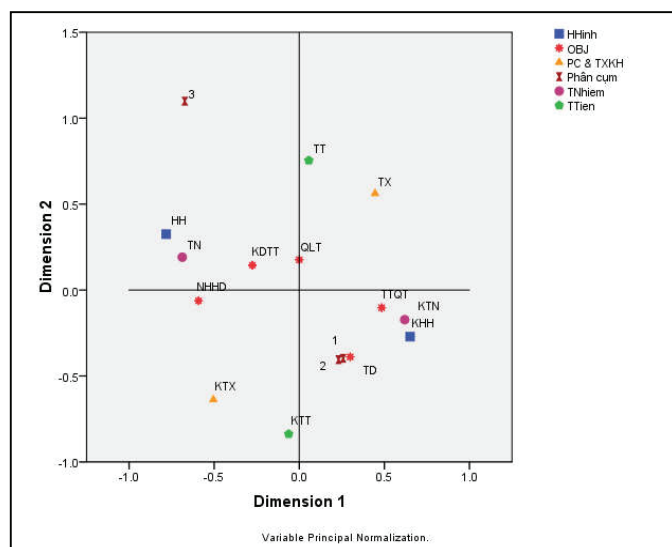
Vậy mô hình chất lượng dịch vụ cho BIDV sẽ trở thành mô hình có 4 thành phần chính: thành phần pcách và khả năng tiếp xúc khách hàng; thành phần hình; thành phần tín nhiệm; thành phần thuận tiện.

2.2.4. *Đánh giá chất lượng dịch vụ của BIDV*

Mục đích chính trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ của BIDV là phân tích mối quan hệ tương ứng giữa các thành phần cơ bản của chất lượng dịch vụ với các loại hình dịch vụ, ta sử dụng phương pháp phân tích đa tương ứng (MCA). Trình tự đánh giá bằng MCA được thực hiện bằng cách (1) lưu các giá trị lượng hóa (FACTORSCORE) tương ứng với các thành phần chính của chất lượng dịch vụ; (2) mã hóa lại các FACTORSCORE (FACTORSCORE < 0 : Không hài lòng với thành phần chất lượng dịch vụ, FACTORSCORE > 0 : Hài lòng với thành phần chất lượng dịch vụ đó); (3) thực hiện MCA cho các thành phần chất lượng dịch vụ đã được mã hóa lại và biểu diễn trên bản đồ nhận thức để phản ánh mối liên hệ.

Với cách đánh giá bằng phương pháp MCA của Ngô Văn Thứ (2005) và Ludovic Lebart & cộng sự (2008), Brigitte Le Roux & cộng sự (2010), nghiên cứu chất lượng của 5 loại hình dịch vụ được cụ thể hóa bằng mối liên hệ tương ứng giữa 4 thành phần chính của chất lượng dịch vụ (đã rút trích và mã hóa ở trên) với 5 loại hình dịch vụ (QLT- Quản lý tiền, TD- Tín dụng, TTQT- Thanh toán quốc tế, KDTT- Kinh doanh tiền tệ, NHHD- Ngân hàng hiện đại) thông qua bản đồ nhận thức theo hướng sau:

Hình 1: Sơ đồ tương ứng giữa các thành phần chất lượng dịch vụ với loại hình dịch vụ



- Cảm nhận về 5 loại hình dịch vụ theo từng thành phần chất lượng dịch vụ: khi chiếu từ vị trí của một loại hình dịch vụ lên véc tơ của một thành phần chất lượng dịch vụ bất kỳ ta sẽ được khoảng cách từ điểm chiếu đến gốc tọa độ. Khoảng cách (so với gốc tọa độ theo hướng của véc tơ thành phần chất lượng dịch vụ) càng lớn thì loại hình dịch vụ đó càng mạnh về thành phần chất lượng dịch vụ đó.

- So sánh 2 loại hình dịch vụ: 2 loại hình dịch vụ càng gần nhau trên bản đồ cho biết cảm nhận của khách hàng về 2 loại hình này càng giống nhau trên tất cả các thành phần chất lượng dịch vụ đang xem xét.

- Định vị các nhóm khách hàng trên mặt phẳng (tạo bởi hai trục được rút trích từ các biến thành phần chất lượng dịch vụ) nhằm xem xét sự đánh giá của các nhóm khách hàng với 4 thành phần chất lượng dịch vụ và 5 loại hình dịch vụ. (Sử dụng định vị cho biến bổ sung theo Torres & Velden (2007)).

Mục đích nghiên cứu ở đây là tìm hiểu mối liên hệ giữa 5 loại hình dịch vụ ngân hàng (ký hiệu là Object với 5 biểu hiện là Quản lý tiền- QLT, Tín dụng- TD, Thanh toán quốc tế- TTQT, Kinh doanh tiền tệ- KDDT, Ngân hàng hiện đại- NHHĐ) và 4 thành phần chất lượng dịch vụ (Thuận tiện- TTien; Hữu hình- HHinh; Phong cách và Tiếp xúc khách hàng- PC&TXKH; Tín nhiệm- TNhiem). Kết quả được biểu hiện trên 3 nội dung:

Thứ nhất, phân loại các không gian

Việc phân loại giúp miêu tả các cá thể cùng nhóm được phân bố trong cùng một không gian. Hình 1 cho kết quả phân tích về sự đánh giá chung của khách hàng về các loại hình dịch vụ tương ứng đối với các thành phần chất lượng dịch vụ:

- Dịch vụ quản lý tiền và kinh doanh tiền tệ được đánh giá chung là thuận tiện, hữu hình và đáp ứng được sự tín nhiệm của khách hàng và đáp ứng được sự hài lòng về khả năng tiếp xúc với khách hàng. Đây là 2 loại hình dịch vụ đáp ứng được cả 4 thành phần chất lượng dịch vụ.

- Dịch vụ tín dụng và thanh toán quốc tế được đánh giá chung là không tín nhiệm, không hữu hình, không thuận tiện và phong cách tiếp xúc khách hàng kém.

- Dịch vụ ngân hàng hiện đại tuy được đánh giá tốt ở thành phần hữu hình và cũng đạt được sự tín nhiệm của khách hàng nhưng vẫn bị cho là không thuận tiện cho khách hàng và khả năng tiếp xúc với khách hàng không tốt.

Thứ hai, so sánh các loại hình dịch vụ trên từng thành phần chất lượng

- Xét trên thành phần hữu hình và tín nhiệm, dịch vụ ngân hàng hiện đại được đánh giá cao hơn dịch vụ kinh doanh tiền tệ.

- Đối với thành phần thuận tiện, dịch vụ quản lý tiền được đánh giá cao nhất.

- Xét về mức độ tín nhiệm và hữu hình thì cả hai dịch vụ thanh toán quốc tế và tín dụng đều không đạt được nhưng tín dụng vẫn được đánh giá tốt hơn thanh toán quốc tế (nghĩa là mức độ không tín nhiệm của tín dụng thấp hơn).

Thứ ba, định vị nhóm khách hàng trong không gian thành phần chất lượng dịch vụ

Hình 1 cho thấy, trong tất cả các khách hàng sử dụng dịch vụ của BIDV, nhóm khách hàng 1 và 2 thường sử dụng dịch vụ tín dụng và dịch vụ thanh toán quốc tế. Vậy dịch vụ tín dụng và thanh toán quốc tế của BIDV cần có những cải tiến phù hợp đáp ứng được yêu cầu về chất lượng dịch vụ.

2.2.5. Xác định mức độ ảnh hưởng của các thành phần chất lượng dịch vụ và thứ tự ưu tiên cải tiến của BIDV

Quy trình đánh giá ảnh hưởng của các thành phần chất lượng dịch vụ và xác định thứ tự ưu tiên cải tiến chất lượng được dựa trên phương pháp tính chỉ số cạnh tranh cấp tỉnh PCI gồm các bước:

- Lựa chọn và tính toán các nhân tố thành phần chất lượng dịch vụ ngân hàng: việc này đã được thực hiện bằng phương pháp phân tích thành phần chính ở trên và đã rút ra được 4 thành phần chính.

- Xây dựng phương trình hồi quy bội đánh giá ảnh hưởng của 4 thành phần chất lượng dịch vụ tới các chỉ báo đánh giá sự hài lòng chung của khách hàng (thời gian sử dụng dịch vụ ngân hàng; số lượng dịch vụ mà khách hàng hiện đang sử dụng; khách hàng sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ của ngân hàng trong thời gian tới; khách hàng sẽ giới thiệu dịch vụ của ngân hàng cho người khác; khách hàng đánh giá sự hài lòng chung về chất lượng dịch vụ).

- Xác định đóng góp của 4 thành phần chất lượng dịch vụ tới sự hài lòng chung của khách hàng.

- Xác định đóng góp của các thành phần chất lượng dịch vụ ban đầu (17 chỉ báo) tới sự hài lòng chung của khách hàng tới chất lượng dịch vụ. Chỉ báo nào có mức đóng góp càng thấp sẽ càng được ưu tiên cải tiến chất lượng.

Kết quả Bảng 6 phản ánh trình tự các chỉ báo đo

Bảng 6: Xác định thứ tự ưu tiên cải tiến chất lượng dịch vụ của BIDV

Các chỉ báo đo lường chất lượng dịch vụ	Hệ số tải nhân tố (loading)				Đóng góp của các chỉ báo chất lượng	Thứ tự ưu tiên cải tiến chất lượng
	Phong cách tiếp xúc khách hàng (TXKH)	Hữu hình (HH)	Tín nhiệm (TN)	Thuận tiện (TT)		
TXKH2- BIDV luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng	0,769	0,212	0,105	0,129	14,019	7
TXKH1- Nhân viên BIDV thường xuyên liên lạc với khách hàng	0,749	0,082	0,338	0,125	15,088	10
TXKH3- BIDV có đường dây nóng phục vụ khách hàng 24/24 giờ	0,717	0,217	0,365	-0,041	14,648	8
PC5- Nhân viên BIDV giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng	0,622	0,214	0,022	0,134	11,467	1
PC1- Nhân viên BIDV rất lịch thiệp và ân cần với khách hàng	0,540	0,187	0,059	0,274	12,570	2
PC3- Nhân viên BIDV thực hiện dịch vụ chính xác và kịp thời	0,517	0,083	0,207	0,257	12,675	3
HH4- BIDV có các chứng từ giao dịch rõ ràng, không có sai sót	0,308	0,731	0,103	-0,091	12,871	4
HH3- BIDV có các tài liệu, sách ảnh giới thiệu về dịch vụ ngân hàng rất cuốn hút	0,012	0,693	0,088	0,236	13,342	5
HH1- BIDV có trang thiết bị và máy móc hiện đại	0,349	0,661	0,059	0,154	15,071	9
HH5- Nhân viên BIDV ăn mặc lịch thiệp và ấn tượng	0,143	0,585	0,408	0,224	17,328	15
HH6- BIDV có cơ sở vật chất đầy đủ	0,279	0,567	0,213	0,343	17,597	16
TN2- BIDV thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu	0,182	0,131	0,815	0,292	18,042	17
TN3- BIDV gửi bằng sao kê đều đặn và kịp thời	0,195	0,053	0,757	0,342	17,083	14
TN1- BIDV bảo mật thông tin khách hàng và giao dịch	0,284	0,338	0,755	-0,038	16,672	13
TT2- BIDV có mạng lưới đại lý rộng khắp	0,141	0,048	0,179	0,813	15,183	11
TT3- Thời gian phục vụ của BIDV hợp lý và thuận tiện	0,141	0,226	0,233	0,646	15,976	12
TT4- Hệ thống truy cập thông tin dễ sử dụng	0,275	0,251	0,066	0,501	13,655	6

Nguồn: Tác giả tự tính toán dựa trên số liệu nghiên cứu

lượng chất lượng dịch vụ cần đổi mới trong quá trình quản lý chất lượng dịch vụ của BIDV. Như vậy, chỉ báo PC5 (nhân viên giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng) được đánh giá đóng góp thấp nhất đối với sự hài lòng về chất lượng dịch vụ và do vậy đây chính là nội dung cần cải tiến chất lượng đầu tiên. Các chỉ báo tiếp theo cần cải tiến chất lượng là PC1 và PC3. Đây là vấn đề đặt ra cho BIDV vì nó chứng tỏ phong cách phục vụ của nhân viên ngân hàng là chưa tốt.

Chỉ báo TN2 (ngân hàng thực hiện đúng và chính xác các dịch vụ) được đánh giá có đóng góp tốt nhất đối với sự hài lòng khách hàng. Các chỉ báo tín

nhiệm khác (TN3, TN1) cũng được đánh giá rất cao. Điều này chứng tỏ khách hàng đánh giá cao mức độ tín nhiệm đối với dịch vụ nói chung của BIDV.

Căn cứ vào những đóng góp của các chỉ báo đo lường chất lượng dịch vụ tới sự hài lòng chung của khách hàng có thể thấy BIDV đã đạt được sự tín nhiệm cao của khách hàng. Tuy nhiên phong cách phục vụ của nhân viên lại bị đánh giá rất thấp. BIDV cần có chương trình đào tạo lại cho nhân viên của mình trong phong cách phục vụ và tiếp xúc khách hàng để duy trì được khách hàng trong giai đoạn cạnh tranh mạnh mẽ giữa các ngân hàng và tổ chức tài chính trong nước.

3. Kết luận

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng là những yếu tố quan trọng quyết định thành công trong kinh doanh của các ngân hàng và tổ chức tài chính. Cùng với sự cạnh tranh ngày càng lớn trong lĩnh vực dịch vụ, đặc biệt là ngân hàng, việc tìm hiểu nhu cầu khách hàng và các nhân tố quyết định sự hài lòng khách hàng ngày càng trở nên cần thiết. Với đề tài này, tác giả đã nghiên cứu những thành phần chính của chất lượng dịch vụ và những đóng góp của các thành phần đó tới sự hài lòng chung của khách hàng đối với các dịch vụ mà khách hàng đang sử dụng. Trên cơ sở vận dụng một số phương pháp phân tích thống kê đa chiều mới (trên 2 biến), tác giả nghiên cứu mối liên hệ tương ứng giữa các

thành phần chất lượng dịch vụ với các loại hình dịch vụ, so sánh sự đánh giá của khách hàng về các loại hình với nhau bằng việc định vị các loại hình dịch vụ trong không gian các nội dung đo lường chất lượng. Đây là cơ sở giúp cho các nhà quản lý đánh giá một cách trực quan nhất về cảm nhận của khách hàng với chất lượng của các loại hình dịch vụ mà họ đang sử dụng. Bài báo này đóng góp trong việc đề xuất quy trình đánh giá chất lượng dịch vụ và hướng ứng dụng phương pháp phân tích thống kê đa chiều trong nghiên cứu định vị sản phẩm dịch vụ của ngân hàng trên thị trường. Phương pháp phân tích thống kê đa chiều có ý nghĩa rất quan trọng trong nghiên cứu quản trị chất lượng và cần được phát triển trong tương lai.

Tài liệu tham khảo

- Brigitte Le Roux, Fre'deric Lebaron & Johannes Hjellbrekke, *Multiple Correspondence Analysis (MCA) 2010*, QASS series No 163, SAGE.
- Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức.
- Ludovic Lebart, Marie Piron, Mireille Razafindrakoto, François Roubaud & Jean-Pierre Cling (2008), *Phân tích dữ liệu cấp độ II: Củng cố và ứng dụng phân tích thị trường việc làm và khu vực phi chính thức ở Việt Nam*.
- Ngô Văn Thứ (2005), *Giáo trình Thống kê thực hành*, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
- Torres, A. & Velden, M. van de (2007), 'Perceptual mapping of multiple variable batteries by plotting supplementary variables in correspondence analysis of rating data', *Food Quality and Preference*, 18 (1), 121-129.