

ĐỀ XUẤT HỆ THỐNG TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG - QUA THỬ NGHIỆM Ở NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM

TS. Đỗ Thị Đông

Đại học Kinh tế Quốc dân

Trong những năm qua, dịch vụ thẻ của các ngân hàng thương mại ở Việt Nam phát triển nhanh chóng. Cùng với sự chủ động và tích cực đầu tư hệ thống công nghệ phục vụ cho việc phát triển sản phẩm thẻ của các ngân hàng, người dân bắt đầu biết đến và làm quen với một phương tiện thanh toán tiện lợi, nhanh gọn, dễ phát hành, dễ sử dụng dựa trên cơ sở tài khoản cá nhân. Đến nay, thị trường thẻ Việt Nam đã có sự phát triển khá mạnh cả về hoạt động thanh toán và phát hành thẻ, số lượng các ngân hàng tham gia cung ứng dịch vụ thẻ ngày càng tăng với việc cho ra hàng loạt các sản phẩm thẻ hiện đại, nhiều tính năng, tiện ích đáp ứng đa dạng các yêu cầu của khách hàng. Sự cạnh tranh trong thị trường này, theo đó, cũng diễn ra ngày càng mạnh mẽ. Đặt trong bối cảnh các chuyên gia ngân hàng nhận định là thị trường thẻ ngân hàng của Việt Nam còn có nhiều tiềm năng để phát triển, nghiên cứu về chất lượng của dịch vụ này có ý nghĩa quan trọng trong việc tìm kiếm những giải pháp nhằm nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng. Trên cơ sở phân tích các đặc điểm của dịch vụ thẻ, bài viết đề xuất hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ ngân hàng thông qua tham khảo ý kiến một số khách hàng của Ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, dịch vụ thẻ ngân hàng, chất lượng dịch vụ thẻ ngân hàng

1. Khái quát về thị trường dịch vụ thẻ ngân hàng ở Việt Nam và sự cần thiết phải xây dựng một hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ

Thị trường thẻ ngân hàng của Việt Nam được hình thành từ những năm 90 của thế kỷ trước. Tuy nhiên, phải sau năm 2002, sau sự kiện Vietcombank triển khai hệ thống giao dịch ATM dựa trên nền tảng kết nối trực tuyến toàn hệ thống và thẻ ghi nợ nội địa lần đầu tiên được phát hành tại Việt Nam thì thị trường thẻ ở Việt Nam mới có những bước phát triển đột phá đáng kể. Nhận thức được tầm quan trọng của các yếu tố nền tảng để góp phần triển khai tốt dịch vụ này, các ngân hàng ở Việt Nam đã đầu tư vào công nghệ hiện đại (các hệ thống máy tính, trung tâm cơ sở dữ liệu, thiết bị đọc thẻ,...), xây dựng nguồn nhân lực công nghệ thông tin có trình độ, xây dựng các quy trình nghiệp vụ mới nhằm vận hành, khai thác và làm chủ các trang thiết bị công nghệ mới, tập trung vào nguồn nhân lực khai thác thị trường, tìm kiếm và duy trì khách hàng,... Kết quả là, thị trường thẻ của Việt Nam trong những năm qua đạt tốc độ phát triển kinh ngạc. Trong Diễn đàn Ngân hàng Đông Nam Á diễn ra ở Việt Nam

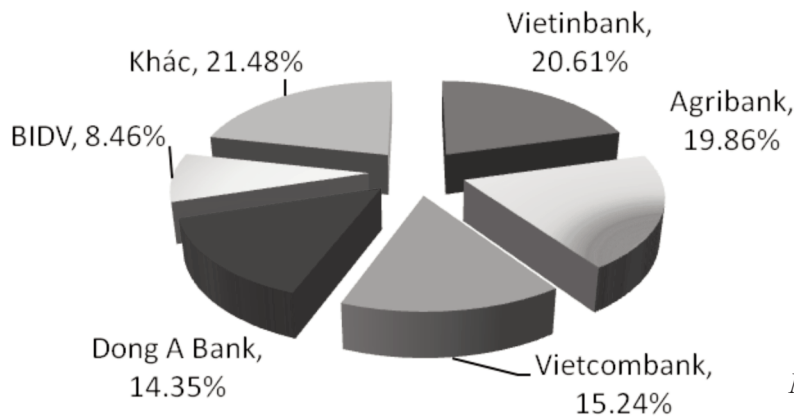
vào ngày 7/12/2011, các chuyên gia ngân hàng nhận định rằng năm 2010 là năm bùng nổ về dịch vụ ngân hàng bán lẻ, trong đó có dịch vụ thẻ ở Việt Nam. Theo kết quả của Công ty nghiên cứu thị trường Mỹ Research & Markets, thị trường thẻ Việt Nam được đánh giá là một thị trường năng động hàng đầu thế giới với mức tăng trưởng khoảng 18,5% từ nay đến năm 2014.

Báo cáo của Hội thẻ Ngân hàng Việt Nam cho thấy số lượng thẻ thanh toán tăng gấp hơn 2,5 lần từ năm 2008 với 14,7 triệu thẻ lên đến 42,3 triệu thẻ vào năm 2011. Năm 2011 cũng là năm thị trường thẻ ở Việt Nam chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ với 46 ngân hàng phát hành thẻ và mức tăng trưởng số lượng thẻ lên đến 33% so với năm 2010. Trong đó, thẻ nội địa chiếm 93,55%, thẻ quốc tế chiếm 6,45%. Hình 1 minh họa tỷ lệ số lượng thẻ phát hành của các ngân hàng ở Việt Nam tính đến hết ngày 31/12/2011.

Như vậy, có thể thấy rằng số lượng thẻ mà các ngân hàng phát hành ở Việt Nam tập trung nhiều nhất ở 5 ngân hàng mà đứng đầu là Vietinbank và Agribank. Hai ngân hàng này phát hành đến hơn



Hình 1: Tỷ lệ số lượng thẻ phát hành của các ngân hàng thương mại ở Việt Nam năm 2011



Nguồn: Hội thẻ ngân hàng Việt Nam

40% số lượng thẻ ở thị trường Việt Nam. Bên cạnh đó, ba ngân hàng là Vietcombank, Ngân hàng Đông Á và BIDV đóng góp vào hơn 38% tổng số lượng thẻ phát hành tại Việt Nam. Số lượng thẻ phát hành bởi 41 ngân hàng còn lại chiếm một tỷ lệ khiêm tốn so với những con số này là 21,48%.

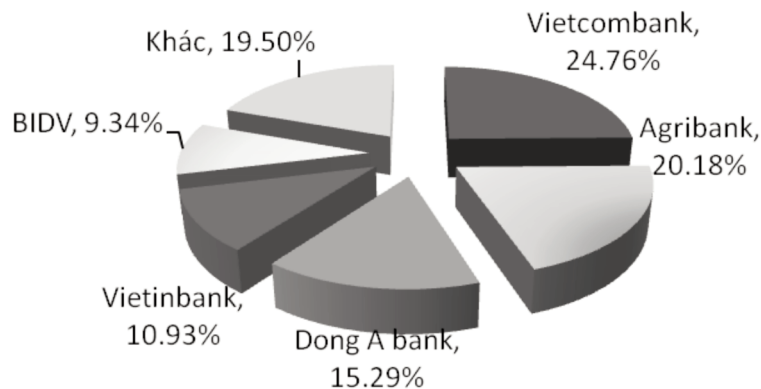
Năm 2011 cũng là năm mà doanh số sử dụng thẻ tiếp tục tăng ấn tượng, thể hiện nhu cầu sử dụng dịch vụ này của người dân ngày một gia tăng, đạt 725.000 tỷ đồng tính đến ngày 31/12/2011, tăng 32% so với năm 2010. Hình 2 minh họa thị phần dịch vụ thẻ của các ngân hàng ở Việt Nam năm 2011. Mặc dù không phải là ngân hàng phát hành nhiều thẻ nhất năm 2011, nhưng Vietcombank là ngân hàng dẫn đầu về doanh số với thị phần 24.76%, trong khi Vietinbank dù có số lượng thẻ phát hành trong năm lớn nhất nhưng chỉ chiếm khoảng 10% doanh số sử dụng thẻ. Một lần nữa, 5 ngân hàng lớn nói trên lại chiếm đến hơn 80% doanh số sử dụng thẻ, để lại cho 41 ngân hàng còn lại một tỷ lệ khiêm tốn ở mức 19,5%.

Trong tổng doanh số sử dụng thẻ các loại, doanh

số thẻ ghi nợ nội địa vẫn chiếm tỷ trọng cao, đến 90%. Trong số này, doanh số rút tiền mặt chiếm đến 82,4%, doanh số chuyển khoản chiếm 17% và doanh số thanh toán tại các đơn vị chấp nhận thẻ chỉ chiếm 0,5%. Như vậy, mặc dù số lượng khách hàng sử dụng thẻ trong thời gian qua tăng lên rất nhiều nhưng khách hàng vẫn chủ yếu sử dụng thẻ nội địa để rút tiền mặt.

Bên cạnh những kết quả ấn tượng về sự phát triển của thị trường thẻ ở Việt Nam trong những năm qua, việc sử dụng thẻ từ phía khách hàng cũng phát sinh nhiều vấn đề đáng chú ý. Trong số đó, đáng kể là việc giao dịch thẻ còn phát sinh nhiều lỗi như các máy ATM hết tiền, không đủ tiền để giao dịch, bị hỏng, tự động trừ tiền vào tài khoản trong khi giao dịch không thực hiện được. Bên cạnh đó, việc thanh toán tại các điểm chấp nhận thẻ cũng còn nhiều bất cập. Một số ngân hàng tham gia vào liên minh có liên kết thanh toán tại các điểm chấp nhận thẻ của ngân hàng khác nhưng chủ thẻ của ngân hàng này vẫn gặp khó khăn do đơn vị chấp nhận thẻ của ngân hàng đặt máy từ chối hoặc BIN thẻ của ngân hàng

Hình 2: Thị phần dịch vụ thẻ ở Việt Nam năm 2011



Nguồn: Hội thẻ ngân hàng Việt Nam

này vẫn chưa được cập nhật tại điểm chấp nhận thẻ của ngân hàng khác cho nên cuối cùng khách hàng vẫn không thanh toán được bằng thẻ. Đặc biệt, thời gian giải quyết khiếu nại của khách hàng từ phía các tổ chức chuyển mạch, các thành viên trong hệ thống liên minh chưa thống nhất và kéo dài dẫn đến tâm lý e ngại và không hài lòng của khách hàng khi sử dụng thẻ.

Đối với thị trường xấp xỉ 87 triệu dân, dịch vụ thẻ ngân hàng còn có nhiều tiềm năng để phát triển ở Việt Nam. Đặt trong bối cảnh áp lực cạnh tranh về cung cấp dịch vụ thẻ ngân hàng ngày càng gia tăng. Việc xây dựng một hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ từ góc nhìn của khách hàng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng nhằm mục đích sử dụng những tiêu chí này để tìm kiếm các cơ hội nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng.

2. Đặc điểm của dịch vụ thẻ

Giống như dịch vụ nói chung, dịch vụ thẻ có những đặc thù ảnh hưởng lớn đến việc tạo ra cũng như đánh giá chất lượng dịch vụ. Dịch vụ thẻ ngân hàng có những đặc điểm như sau:

Thứ nhất, dịch vụ thẻ mang tính vô hình, người ta chỉ có thể biết/ hiểu được dịch vụ này thông qua sự mô tả của con người về chức năng cũng như cách thức sử dụng dịch vụ. Do đây là dịch vụ liên quan đến tài chính, một vấn đề rất quan trọng trong cuộc sống, nên việc sử dụng dịch vụ luôn đi kèm với tính thận trọng của khách hàng. Vì thế, tính chính xác, trung thực, sự bảo mật thông tin trở thành những yêu cầu đầu tiên của các khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Đặc điểm này đòi hỏi nhà cung cấp dịch vụ phải thiết kế dịch vụ theo cách thức nào đó để có thể thuyết phục người tiêu dùng về sự an toàn của họ trong các giao dịch tài chính. Bên cạnh đó, do chức năng của dịch vụ thẻ là cho phép khách hàng rút tiền mặt hoặc thực hiện thanh toán, do vậy, các tính năng tiện ích phải được cung cấp một cách tốt nhất nhằm đảm bảo an toàn cho tài sản của khách hàng trong bất kỳ trường hợp nào.

Thứ hai, trong quá trình cung cấp dịch vụ thẻ, người ta không thể tách biệt được giữa quá trình cung cấp dịch vụ với quá trình tiêu dùng của khách hàng. Chẳng hạn như khi khách hàng đưa thẻ ATM vào máy rút tiền, thì đồng nghĩa với yêu cầu là hệ thống phải sẵn sàng và nhà cung cấp phải xử lý yêu cầu rút tiền của họ. Chính vì đặc điểm này mà các nhà cung cấp dịch vụ phải cẩn trọng, hạn chế đến mức tối thiểu các lỗi phát sinh nếu có trong quá trình giao dịch bởi một khi lỗi phát sinh thì luôn liên đới đến khách hàng.

Thứ ba, người ta không thể lưu trữ được năng lực

cung cấp dịch vụ thẻ. Nếu vì lý do nào đó mà các máy ATM, thiết bị tại các điểm chấp nhận thẻ không có khách hàng sử dụng, nhân viên phục vụ không có khách hàng tới giao dịch,... thì người ta không thể lưu giữ được năng lực bị lãng phí này. Đây chính là yêu cầu về việc bố trí sắp xếp nhân lực và máy móc thiết bị nhằm phát huy hiệu quả cao nhất của nguồn lực dành cho các nhà cung cấp dịch vụ.

Thứ tư, dịch vụ thẻ không ổn định, thường thay đổi theo các điều kiện như vùng miền, đối tượng sử dụng, điều kiện tự nhiên, tình hình an ninh khu vực... bởi những yếu tố này đều có thể tác động đến dịch vụ. Chẳng hạn như cùng là một dịch vụ thẻ ATM nhưng sự thành công trong giao dịch lại phụ thuộc khá nhiều vào khách hàng. Khách hàng có khả năng tiếp thu công nghệ thường có xu hướng có giao dịch thành công hơn so với những khách hàng ít khi tiếp xúc với công nghệ thông tin.

Thứ năm, dịch vụ thẻ luôn tiềm ẩn những rủi ro cho cả hai đối tượng là nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng. Đối với khách hàng, các rủi ro thường xảy ra là bị đánh cắp dữ liệu thẻ, bị cướp tiền tại nơi giao dịch thẻ ATM, trực trực trong giao dịch,... gây thiệt hại về tiền và tạo tâm lý lo lắng cho người sử dụng. Đối với các nhà cung cấp dịch vụ, các rủi ro liên quan đến việc bị đánh cắp dữ liệu, bị đập phá và lấy trộm tiền ở các cây ATM,... Vì đặc điểm này mà việc cung cấp dịch vụ thẻ đối với khách hàng luôn đòi hỏi là phải an toàn. Ngược lại, việc thiết kế quá trình nhằm mang lại sự an toàn cho cả nhà cung cấp và khách hàng đôi khi lại mang đến những bất tiện không nhỏ cho khách hàng.

3. Phương pháp nghiên cứu

Việc xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ được thực hiện chia làm hai giai đoạn với hai mục đích khác nhau. Trên cơ sở sử dụng mô hình RATER được đề xuất bởi chuyên gia chất lượng dịch vụ Parasuraman vào năm 1986 để phát triển các thuộc tính của chất lượng dịch vụ thẻ. Ở giai đoạn 1, phương pháp phỏng vấn bán cơ cấu được thực hiện với 10 khách hàng nhằm mục đích xác định những tiêu chí đánh giá chất lượng mà khách hàng cho rằng quan trọng. 10 khách hàng ở khu vực Hà Nội bao gồm 5 khách hàng sử dụng thẻ ATM và 5 khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng của các ngân hàng bao gồm Vietcombank, Vietinbank, Agribank, DongAbank và BIDV (mỗi ngân hàng có hai khách hàng) được phỏng vấn để tìm hiểu ý kiến. Sau giai đoạn này, một hệ thống tiêu chí sơ bộ được hình thành làm cơ sở để thiết kế bảng câu hỏi ở giai đoạn 2.

Ở giai đoạn 2, sau khi hệ thống tiêu chí được



hoàn thiện, một cuộc thử nghiệm được thực hiện với 50 khách hàng của Ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam (Vietinbank) thông qua phương pháp phát thu phiếu hỏi. Mục đích của cuộc điều tra này là kiểm tra lại một lần nữa ý kiến của khách hàng về việc các tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ nên bao gồm những gì, từ đó có thể rút ra kết luận về sự điều chỉnh (nếu có) của hệ thống tiêu chí. Thời gian thu thập dữ liệu vào tháng 1 và tháng 2 năm 2012 bởi chính tác giả. Các đối tượng được điều tra đều là các khách hàng của Vietinbank trên địa bàn Hà Nội. Việc lựa chọn khách hàng của Vietinbank do hai nguyên nhân chính. Thứ nhất, Vietinbank là ngân hàng có tầm ảnh hưởng quan trọng trong thị trường dịch vụ thẻ ở Việt Nam vì là một trong 5 ngân hàng lớn nhất về thị trường thẻ như đã trình bày ở trên. Thứ hai, do tính thuận tiện của việc lấy mẫu nghiên cứu, các khách hàng của Vietinbank sẵn sàng hợp tác với người điều tra

trong quá trình thu thập dữ liệu. Dữ liệu thu thập được được xử lý bằng phần mềm SPSS.

4. Kết quả và thảo luận

Trên cơ sở sử dụng mô hình RATER, hệ thống các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ được xác định là bao gồm 5 nhóm thuộc tính có tên lần lượt là độ tin cậy, sự đảm bảo, tính hữu hình, sự thấu cảm và sự phản hồi. Ở giai đoạn 1, kết quả phỏng vấn bán cơ cấu để thu thập ý kiến của khách hàng về các tiêu chí đề xuất, đồng thời tập hợp ý kiến đóng góp của khách hàng về những tiêu chí nên bổ sung. Kết quả về hệ thống các tiêu chí được trình bày cụ thể trong bảng 1.

Ở giai đoạn 2, một bản câu hỏi được thiết kế nhằm mục đích thu thập ý kiến về mức độ đồng ý của khách hàng về sự cần thiết của tiêu chí khi đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ. Các câu hỏi được thiết kế theo hình thức khách hàng lựa chọn mức độ cần

Bảng 1: Tập hợp ý kiến của khách hàng về các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ

<p>Độ tin cậy</p> <ul style="list-style-type: none"> Giao dịch chính xác Tính an toàn cao Có phí dịch vụ hợp lý Lãi suất thấp Số lượng tiền rút mỗi ngày hợp lý Số tiền rút mỗi lần hợp lý Hệ thống giao dịch rộng khắp Khi muốn luôn có thể in được hóa đơn Hướng dẫn trên màn hình ATM rõ ràng Thanh toán được nhiều dịch vụ Được chấp nhận ở nhiều website Trà được cả ngoại tệ Có thể truy cập thông tin qua mobile Có thể nhận được dịch vụ qua tin nhắn sms Thông tin trên hóa đơn rõ ràng Thủ tục mở thẻ đơn giản Giao dịch nhanh gọn Luôn có sẵn tiền trong máy Có chương trình khuyến mại hấp dẫn 	<p>Tính hữu hình</p> <ul style="list-style-type: none"> Phòng ATM sạch sẽ Phòng ATM bố trí đẹp Màn hình máy ATM đẹp Máy ATM hiện đại Thẻ thiết kế đẹp Trang phục của nhân viên đẹp Nhân viên ăn mặc gọn gàng Bàn làm việc của nhân viên gọn gàng Hóa đơn đẹp mắt Nơi giao dịch thuận tiện <p>Sự thấu cảm</p> <ul style="list-style-type: none"> Sự nhạy cảm, quan tâm đến những nhu cầu đặc biệt của khách hàng Thời gian tiến hành công việc phù hợp với hoàn cảnh của khách hàng Quan tâm cá nhân đến khách hàng
<p>Sự đảm bảo</p> <ul style="list-style-type: none"> Nhân viên giao dịch có trình độ chuyên môn Các nhân viên giao dịch có thể giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách thỏa đáng Các nhân viên giao dịch ân cần Các nhân viên giao dịch thân thiện 	<p>Sự phản hồi</p> <ul style="list-style-type: none"> Khả năng xử lý các vấn đề phát sinh một cách chuyên nghiệp Thông báo kịp thời những thay đổi có liên quan đến lợi ích của khách hàng. Tự nguyện giúp đỡ khách hàng Sự nhiệt tình trong cung cấp dịch vụ Thời gian xử lý phàn nàn của khách hàng nhanh Nhân viên trong ngân hàng sẵn sàng giúp đỡ khách hàng

Nguồn: Kết quả điều tra

thiết của tiêu chí cụ thể khi đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ trong năm mức theo một trật tự tăng dần về sự cần thiết (rất không cần thiết, không cần thiết, bình thường, cần thiết, rất cần thiết). Đồng thời, khách hàng cũng được hỏi về ý kiến bổ sung những tiêu chí (nếu có) đối với việc đánh giá chất lượng dịch vụ ngoài những tiêu chí đã nêu. Kết quả điều tra được trình bày trong Bảng 2. Bảng này chỉ trình bày những kết quả mà tại đó khách hàng cho rằng việc sử dụng tiêu chí là cần thiết và rất cần thiết.

Bảng 2 cung cấp kết quả điều tra về ý kiến về sự cần thiết của việc sử dụng tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ của các khách hàng của Vietinbank. Có thể thấy rằng, đối với khách hàng, bốn tiêu chí quan trọng nhất là giao dịch chính xác, tính an toàn cao, giao dịch nhanh gọn, luôn có sẵn tiền trong máy. Ngược lại, khách hàng có vẻ không mấy quan tâm đến những tiêu chí như có thể truy cập qua

mobile, nhân viên ăn mặc gọn gàng, bàn làm việc của nhân viên gọn gàng, khuyến mãi hấp dẫn. Có thể, sự kỳ vọng của khách hàng trước hết cần đặt ở chính chức năng của dịch vụ, những vấn đề có liên quan trực tiếp đến lợi ích của họ.

Tùy từng ngân sách của mỗi cuộc điều tra, các ngân hàng có thể lựa chọn những tiêu chí theo mức độ giảm dần của sự cần thiết. Giả sử, nếu lấy mức độ đánh giá của khách hàng là từ 70% khách hàng trở lên cho rằng cần thiết sử dụng tiêu chí để đánh giá chất lượng thì ta sẽ có hệ thống tiêu chí bao gồm 22 tiêu chí như trong bảng 3.

5. Kết luận và gợi ý áp dụng

Như vậy, qua hệ thử nghiệm đánh giá về sự cần thiết của các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ được đưa ra bởi các khách hàng của Vietinbank, có thể rút ra kết luận như sau:

Bảng 2: Kết quả điều tra về sự cần thiết của tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ

Tiêu chí	Cần thiết và rất cần thiết (%)	Tiêu chí	Cần thiết và rất cần thiết (%)
Độ tin cậy		Tính hữu hình	
Giao dịch chính xác	100	Phòng ATM sạch sẽ	52
Tính an toàn cao	100	Phòng ATM bố trí đẹp	36
Có phí dịch vụ hợp lý	84	Màn hình máy ATM đẹp	78
Lãi suất thấp	72	Máy ATM hiện đại	44
Số tiền rút mỗi ngày hợp lý	80	Thẻ thiết kế đẹp	72
Số tiền rút mỗi lần hợp lý	42	Hóa đơn đẹp mắt	32
Hệ thống giao dịch rộng khắp	86	Trang phục của nhân viên đẹp	36
Luôn có thể in được hóa đơn	72	Nhân viên có đeo thẻ	38
Thông tin trên hóa đơn rõ ràng	64	Nhân viên ăn mặc gọn gàng	26
Hướng dẫn trên màn hình ATM rõ ràng	70	Bàn làm việc của nhân viên gọn gàng	20
Thanh toán được nhiều dịch vụ	52	Nơi giao dịch thuận tiện	76
Được chấp nhận ở nhiều website	54	Sự thân cảm	
Trả được cả ngoại tệ	46	Quan tâm cá nhân đến khách hàng	70
Có thể truy cập thông tin qua mobile	22	Sự nhạy cảm, quan tâm đến những nhu cầu đặc biệt của khách hàng	60
Có thể nhận được dịch vụ qua tin nhắn SMS	72	Thời gian tiến hành công việc phù hợp với hoàn cảnh của khách hàng	68
Thủ tục mở thẻ đơn giản	75	Sự phản hồi	
Giao dịch nhanh gọn	92	Khả năng xử lý các vấn đề phát sinh một cách chuyên nghiệp	76
Luôn có sẵn tiền trong máy	100	Thông báo kịp thời những thay đổi có liên quan đến lợi ích của khách hàng	88
Khuyến mại hấp dẫn	24	Tự nguyện giúp đỡ khách hàng	70
Sự đảm bảo		Sự nhiệt tình trong cung cấp dịch vụ	62
Nhân viên giao dịch có trình độ chuyên môn	78	Thời gian xử lý phàn nàn của khách hàng nhanh	82
Các nhân viên giao dịch có thể giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách thỏa đáng	72	Nhân viên trong ngân hàng sẵn sàng giúp đỡ khách hàng	58
Các nhân viên giao dịch ân cần	64	-	
Các nhân viên giao dịch thân thiện	58	-	

Nguồn: Kết quả điều tra

Bảng 3: Đề xuất tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ

<p>Độ tin cậy</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giao dịch chính xác - Tính an toàn cao - Lãi suất thấp - Số lượng tiền rút mỗi ngày hợp lý - Hệ thống giao dịch rộng khắp - Khi muốn luôn có thẻ in được hóa đơn - Hướng dẫn trên màn hình ATM rõ ràng - Có thể nhận được dịch vụ qua tin nhắn SMS - Thủ tục mở thẻ đơn giản - Giao dịch nhanh gọn - Luôn có sẵn tiền trong máy ATM 	<p>Tính hữu hình</p> <ul style="list-style-type: none"> - Màn hình máy ATM đẹp - Thẻ thiết kế đẹp - Nơi giao dịch thuận tiện <p>Sự thấu cảm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quan tâm chăm sóc đến khách hàng
<p>Sự đảm bảo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhân viên giao dịch có trình độ chuyên môn - Các nhân viên giao dịch có thể giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách thỏa đáng 	<p>Sự phản hồi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Khả năng xử lý các vấn đề phát sinh một cách chuyên nghiệp - Thông báo kịp thời những thay đổi có liên quan đến lợi ích của khách hàng. - Tự nguyện giúp đỡ khách hàng - Thời gian xử lý phản nàn của khách hàng nhanh

Nguồn: Khuyến nghị từ kết quả điều tra

Khách hàng có rất nhiều yêu cầu đối với dịch vụ thẻ đòi hỏi phải được đáp ứng. Tùy theo điều kiện tài chính của từng ngân hàng hoặc chi nhánh ngân hàng mà mỗi cuộc điều tra đánh giá về chất lượng dịch vụ thẻ có thể thực hiện với số lượng các tiêu chí khác nhau. Nếu ngân hàng có nhiều nguồn lực (tài chính, lao động, thời gian,...), số lượng các tiêu chí sử dụng có thể nhiều và số lượng các quan sát có thể lớn.

Trong bất kỳ trường hợp nào, một cuộc đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ cũng không nên bỏ qua những tiêu chí quan trọng. Đó là những tiêu chí đã được đề cập ở bảng 3 trên đây.

Vì thẻ ngân hàng có nhiều loại và mục đích cũng như điều kiện sử dụng thẻ lại tương đối khác nhau nên nếu các ngân hàng có thể đánh giá được chất lượng dịch vụ cho từng loại thẻ, thậm chí từng đối tượng sử dụng thẻ thì kết quả nghiên cứu sẽ tin cậy hơn. Trình tự để tìm ra hệ thống tiêu chí đánh giá

chất lượng dịch vụ thẻ nên thực hiện như phương pháp nghiên cứu trên đây.

Nghiên cứu trên đây được thực hiện với tính chất thử nghiệm với qui mô nhỏ. Nếu một nghiên cứu tương tự được thử nghiệm ở phạm vi lớn hơn, bao gồm nhiều khách hàng ở nhiều ngân hàng hơn thì kết quả chắc chắn sẽ có độ tin cậy cao hơn.

Khi đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ, các ngân hàng cần lưu ý về mô hình sử dụng để xây dựng hệ thống tiêu chí và xây dựng bản câu hỏi.

Khi đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ, các ngân hàng nên đưa ra các giả thuyết về mối quan hệ giữa mức chất lượng của các đối tượng khác nhau đối với các đặc tính cá nhân như tuổi, nghề nghiệp, thu nhập,... và các giả thuyết về mối quan hệ của sự hài lòng của khách hàng đối với từng thuộc tính của chất lượng dịch vụ với sự hài lòng nói chung của khách hàng. □

Tài liệu tham khảo:

1. Nguyễn Đình Phan, Đặng Ngọc Sự (2012), Quản trị chất lượng, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.
2. Hội thẻ ngân hàng Việt Nam (2012), Tài liệu hội nghị thường niên, năm 2012, Phú Quốc.
3. Noriaki Kano, *Guide to TQM in Service Industries*, 1996, Asian Productivity Organization, Tokyo.
4. Parasuraman, A., Valarie Zeithaml, and Leonard Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 1985, p.41-50.
5. Parasuraman, A., Leonard Berry, and Valarie Zeithaml, “Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, 64, 1(1988), p.12-40.