

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ tại Ngân hàng Agribank Chi nhánh Nam TP. Hồ Chí Minh

NGUYỄN QUỐC ANH^{1,*} & LÂM THỊ KIM NGÂN²

¹ Đại học Kinh tế TP. HCM

² Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn VN chi nhánh Nam TP.HCM

Nhận bài: 14/07/2022 - Duyệt đăng: 15/08/2022

(*) Liên hệ: quocanh@ueh.edu.vn - Tel: 0944116699

Tóm tắt:

Nội dung nghiên cứu của đề tài là phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của Agribank CN Nam TP.HCM giai đoạn 2017 – 2021 và nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ tại Agribank CN Nam TP.HCM thông qua 5 nhóm dịch vụ chính: Huy động vốn, tín dụng, ngân hàng điện tử, thanh toán, thẻ. Số liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo của Agribank CN Nam TP.HCM, trang web Agribank...Số liệu sơ cấp được thu thập tại ngân hàng với cỡ mẫu 184 bằng cách phỏng vấn trực tiếp thông qua cách lấy mẫu thuận tiện. Sau khi phân tích, kết quả cho thấy có 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng với 24 biến quan sát: (4 biến) Độ tin cậy; (4 biến) Sự đáp ứng; (5 biến) Sự đảm bảo; (4 biến) Đồng cảm; (4 biến) Tính hữu hình, (3 biến) Sự hài lòng. Trong đó, nhân tố Hữu Hình và Cảm Thông có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ nhiều hơn 03 thành phần còn lại. Từ việc xác định rõ các vấn đề hạn chế ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, tác giả đề xuất một số giải pháp thiết thực cho việc cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng tại Agribank chi nhánh Nam TP.HCM.

Từ khóa: Sự hài lòng của khách hàng, dịch vụ ngân hàng, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn VN.

Abstract:

The content of the research is to analyze the current situation of business activities of Agribank - South of Ho Chi Minh City branch. Ho Chi Minh City in the period 2017 - 2021 and researched customer satisfaction about services at Agribank - South of Ho Chi Minh City branch through 5 main service groups: capital mobilization, credit, e-banking, payment, card. Secondary data were collected from Agribank CN South HCMC, Agribank website...Primary data was collected at the bank with sample size 184 by direct interview through convenience sampling. After analyzing using the above tools, the results show that there are 4 factors affecting customer satisfaction with 24 observed variables: (4 variables) Reliability; (4 variables) Response; (5 variables) Assurance; (4 variables) Empathy; (4 variables) Tangibility, (3 variables) Satisfaction. In which, Tangible and Emotional factors have the strongest impact on customer satisfaction about services more than the other 03 components. From clearly identifying the limiting issues affecting customer satisfaction, the author proposes some practical solutions to improve customer satisfaction about banking services at Agribank South of Ho Chi Minh City branch.

Keywords: Customer satisfaction, banking services, Agribank.