VẬN DỤNG MÔ HÌNH SERVQUAL ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM

Hà Thị Kim Dung* - Nguyễn Thị Hạnh Nguyên*

Bài báo sử dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Kỹ Thương Việt Nam (Techcombank). Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố gồm sự tin cậy (TC), khả năng đáp ứng (DU), năng lực phục vụ (PV), sự đồng cảm (DC) và yếu tố hữu hình (HH) đều tác động thuận chiều đến chất lượng cho vay (CLCV). Trong đó, sự đồng cảm và yếu tố hữu hình là những nhân tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất, phản ánh xu hướng gia tăng nhu cầu cá nhân hóa và trải nghiệm dịch vụ của khách hàng. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay cá nhân tại Techcombank. Kết quả góp phần cung cấp bằng chứng thực nghiệm về ứng dụng mô hình SERVQUAL trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam.

• Từ khóa: *mô hình SERVQUAL, chất lượng cho vay, khách hàng cá nhân, Techcombank.*

This paper uses the SERVQUAL model to assess the quality of personal loan services at Techcombank. The research results show that five factors—reliability (TC), responsiveness (DU), service capability (PV), empathy (DC), and tangibility (HH)—all positively impact loan quality. Empathy and tangibility are the most influential factors, reflecting the increasing demand for personalization and enhanced customer service experiences. Based on this, the study proposes several management implications to enhance the quality of personal loan services at Techcombank. The results contribute to providing empirical evidence on the application of the SERVQUAL model in the retail banking sector in Vietnam.

• Key words: *SERVQUAL model, loan quality, individual customers, Techcombank.*

Ngày nhận bài: 29/3/2026
Ngày gửi phản biện: 20/4/2026
Ngày duyệt đăng: 03/6/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i314.45

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của ngành ngân hàng, chất lượng dịch vụ trở thành yếu tố then chốt quyết định khả năng thu hút và giữ chân khách hàng. Đối với hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, việc nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ góp phần gia tăng sự hài lòng mà còn thúc đẩy hiệu quả kinh doanh bền vững của ngân hàng. Mô hình SERVQUAL được xem là công cụ hữu hiệu để đo lường và đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng. Nghiên cứu tập trung vào việc vận dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân tại Techcombank. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng.

2. Cơ sở lý thuyết

Trong lĩnh vực dịch vụ, khái niệm về chất lượng dịch vụ được tiếp cận theo nhiều góc nhìn khác nhau, tùy thuộc vào từng đối tượng nghiên cứu cũng như môi trường mà nghiên cứu được thực hiện. Parasuraman (1988) cho rằng, chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi về dịch vụ của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ. Theo Zeithaml (1987), chất lượng dịch vụ được xác định như một quá trình đánh giá mang tính chủ quan của khách hàng về mức độ hoàn thiện của dịch vụ. Lehtinen (1982) mô tả chất lượng dịch vụ bao gồm ba thành phần là chất lượng vật chất (từ môi trường), chất lượng doanh nghiệp và chất lượng tương tác (tương tác giữa nhân viên và khách hàng).

Khi vận dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân (KHCN) của ngân hàng, các thang đo được sử dụng cụ thể như sau:

• Sự tin cậy (Reliability): là yếu tố nền tảng để

** Đại học Công nghiệp Hà Nội; email: hakimdung072@gmail.com*

đo lường chất lượng cho vay KHCN, thể hiện ở việc ngân hàng cung cấp dịch vụ cho vay chính xác, đúng thời hạn theo cam kết, giữ uy tín ngay từ lần giao dịch đầu tiên, từ đó tạo dựng mức độ đáng tin cậy.

• Khả năng đáp ứng (Responsiveness): liên quan đến sự sẵn sàng trong việc hỗ trợ, tư vấn và cung cấp sản phẩm tín dụng nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng. Ngân hàng đảm bảo rằng khách hàng có thể tiếp cận dịch vụ cho vay một cách thuận tiện, đồng thời luôn quan tâm đến việc thỏa mãn mong muốn của họ.

• Năng lực phục vụ (Assurance): phản ánh trình độ chuyên môn đội ngũ nhân viên ngân hàng đối với khách hàng, khả năng nắm bắt thông tin nhanh chóng, tư vấn phương án vay vốn hợp lý, giải thích các vấn đề một cách chính xác.

• Sự đồng cảm (Empathy): thể hiện sự quan tâm và chăm sóc khách hàng một cách chân thành và nhiệt tình, để họ luôn cảm nhận được sự chào đón và hỗ trợ kịp thời từ phía ngân hàng. Chỉ khi nhân viên bày tỏ được sự đồng cảm, dịch vụ cho vay mới có thể duy trì và thu hút khách hàng.

• Sự hữu hình (Tangibles): bao gồm các yếu tố vật chất hữu hình như cơ sở hạ tầng, điểm giao dịch, cách bố trí quầy, thiết bị làm việc, tài liệu văn bản tại ngân hàng. Đây là những yếu tố khách hàng có thể quan sát và cảm nhận trực tiếp thông qua trải nghiệm giác quan khi sử dụng dịch vụ.

Asubonteng và cộng sự (1996) kết luận, đến khi có một mô hình tốt hơn thì phương pháp SERVQUAL vẫn là phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ chủ yếu. Bexley (2005) cho rằng, mô hình SERVQUAL cung cấp một tiến trình logic mà tổ chức có thể đo lường và cải tiến chất lượng dịch vụ từ *xác định nhu cầu khách hàng, dịch chuyển nhu cầu thành các tiêu chuẩn, cung cấp dịch vụ và đo lường nó trên các tiêu chuẩn, truyền thông đúng đắn thông tin dịch vụ đến với khách hàng.*

3. Mô hình nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập và xử lý *dữ liệu*

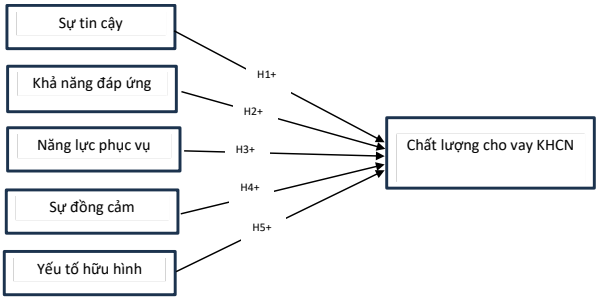
Nghiên cứu này sử dụng phương pháp định lượng dựa trên kết quả khảo sát online với đối tượng là khách hàng cá nhân của Techcombank. Thang đo Likert đã được sử dụng gồm 5 mức độ: (1) Rất không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý, (5) Rất đồng ý. Nhóm tác giả đã thu thập dữ liệu từ 232 khách hàng cá nhân có sử dụng dịch vụ của Techcombank để tiến hành phân tích định lượng nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng.

Dữ liệu thu thập được thông qua bảng câu hỏi sẽ được phân tích thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích mối tương quan giữa 5 thành phần để kiểm định tính độc lập của các thành phần, và phân tích hồi quy đa biến dựa trên việc phân tích thông qua EXCEL, phần mềm SPSS 26.0.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên mô hình SERVQUAL, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu sau:

Hình 1. Mô hình nghiên cứu chất lượng dịch vụ cho vay KHCN



Nguồn: Tổng hợp của tác giả dựa trên mô hình SERVQUAL

Từ mô hình nghiên cứu trên, các giả thiết về các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng cho vay KHCN được đề xuất như sau:

H1: Sự tin cậy (TC) có tác động tích cực đến chất lượng dịch vụ cho vay KHCN (CLCV)

H2: Khả năng đáp ứng (DU) có tác động tích cực đến chất lượng dịch vụ cho vay KHCN

H3: Năng lực phục vụ (PV) có tác động tích cực đến chất lượng dịch vụ cho vay KHCN

H4: Sự đồng cảm (DC) có tác động tiêu cực đến chất lượng dịch vụ cho vay KHCN

H5: Yếu tố hữu hình (HH) có tác động tích cực chất lượng dịch vụ cho vay KHCN

Mô hình nghiên cứu đề xuất :

$$CLCV = \beta 0 + \beta 1.\ TC + \beta 2.\ DU + \beta 3.\ PV + \beta 4.\ DC + \beta 5.\ HH + \varepsilon$$

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Dựa trên dữ liệu khảo sát từ 232 khách hàng sử dụng dịch vụ cho vay cá nhân của Techcombank,

kết quả thống kê giá trị trung bình của các biến quan sát được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 1: Kết quả thống kê mô tả giá trị trung bình của các biến quan sát

STT	Biến	Ký hiệu	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
1	Sự tin cậy	TC	4,135	0,873
2	Khả năng đáp ứng	DU	4,023	0,84
3	Năng lực phục vụ	PV	4,123	0,703
4	Sự đồng cảm	DC	3,953	0,789
5	Yếu tố hữu hình	HH	4,202	0,697
6	Chất lượng dịch vụ cho vay KHCN	CLCV	4,024	0,756

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Dựa trên kết quả thống kê mô tả ở trên có thể thấy toàn bộ các tiêu chí được khách hàng đánh giá cao ở mức đồng ý, trong đó có một số tiêu chí được đánh giá rất cao như các yếu tố hữu hình, sự tin cậy, năng lực phục vụ. Nhìn chung khách hàng đánh giá cao chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân của Techcombank.

4.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo

Độ tin cậy của thang đo được đánh giá bằng phương pháp nhất quán nội tại qua hệ số Cronbach's Alpha. Tiêu chuẩn chọn thang đo khi có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0,6 và loại các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ (lớn hơn 0,3). Kết quả phân tích dựa trên dữ liệu cho thấy:

Bảng 2: Hệ số Cronbach's Alpha

Biến	TC	DU	PV	DC	HH	CLCV
Cronbach's Alpha	0,941	0,927	0,887	0,922	0,906	0,912

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Kết quả kiểm tra độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha ở bảng 2 cho thấy tất cả các hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm biến quan sát đều lớn hơn 0,8. Ngoài ra tất cả các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 và việc loại bất kỳ biến nào cũng sẽ làm giảm độ tin cậy của thang đo. Nhìn chung tất cả các biến quan sát đều đảm bảo độ tin cậy để tiếp tục thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả phân tích nhân tố khám phá trên phần mềm SPSS đối với nhóm biến độc lập được trình bày như sau:

Bảng 3: Hệ số KMO và Kiểm định Bartlett's đối với nhân tố độc lập

KMO and Bartlett's Test		
KMO		0,941
Kiểm định Bartlett's Test	CHI bình phương xấp xỉ	4493,477
	df	276
	Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Kết quả phân tích các biến độc lập cho thấy chỉ số KMO là 0,941 > 0,5, điều này chứng tỏ các biến quan sát cần thiết để tạo thành một nhân tố, độ phù hợp của mô hình cao và tất cả các biến quan sát đều có mối tương quan với nhau trong tổng thể, thỏa mãn các điều kiện của phân tích nhân tố và dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp. Kết quả kiểm định Bartlett's Test of Sphericity là 4493,477 với mức ý nghĩa sig 0.000 < 0,05, như vậy các biến có tương quan và thỏa mãn điều kiện phân tích nhân tố.

Qua kiểm định chất lượng thang đo và kiểm định mô hình EFA có 5 nhân tố đại diện cho các yếu tố ảnh hưởng đến chấ lượng cho vay khách hàng cá nhân của Techcombank đó là sự tin cậy (TC), Sự đáp ứng (DU), Năng lực phục vụ (PV), sự đồng cảm (DC), yếu tố hữu hình (HH).

Bảng 4: Tổng phương sai trích (Total Variance Explained)

Nhân tố	Hệ số Eigenvalues khởi tạo		Chỉ số sau khi xoay	
	Tổng	% Phương sai tích lũy	Tổng	% Phương sai tích lũy
1	10,795	44,981	4,140	17,252
2	2,993	57,451	3,868	33,369
3	2,194	66,592	3,855	49,432
4	1,403	72,439	3,765	65,118
5	1,236	77,590	2,993	77,590
6	0,455	79,487		

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho thấy có 5 nhân tố được trích với các giá trị Eigenvalue đều lớn hơn 1, đáp ứng tiêu chuẩn lựa chọn nhân tố. Tổng phương sai trích đạt 77.590%, cho thấy các nhân tố giải thích được phần lớn sự biến thiên của dữ liệu nghiên cứu. Sau khi xoay, phương sai được phân bổ tương đối đồng đều giữa các nhân tố, giúp nâng cao khả năng diễn giải. Điều này chứng tỏ mô hình thang đo có chất lượng tốt và phù hợp với dữ liệu. Vì vậy, cả 5 nhân tố trích được có thể sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

4.4. Kiểm định mô hình

Mô hình nghiên cứu: $CLCV = \beta 0 + \beta 1.\ TC + \beta 2.\ DU + \beta 3.\ PV + \beta 4.\ DC + \beta 5.\ HH + \varepsilon$

Tiến hành hồi quy mô hình ta được kết quả sau:

Bảng 5: Kết quả hồi quy mô hình đa biến

Biến	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê đa cộng tuyến (IVF)
Hằng số	-,508		0,004	
TC	0,153	0,177	0,000	1,679
DU	0,227	0,253	0,000	1,924

Biến	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê đa cộng tuyến (IVF)
PV	0,186	0,173	0,000	1,820
DC	0,296	0,309	0,000	1,859
HH	0,249	0,230	0,000	1,767

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Dựa trên kết quả hồi quy, mô hình hồi quy có dạng:

$$CLCV = -0.508 + 0.153 * TC + 0.227 * DU + 0.186 * PV + 0.296 * DC + 0.249 * HH + \varepsilon$$

Các giá trị VIF đều < 2, cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình. Do đó, mô hình hồi quy là đáng tin cậy.

Kiểm định sự phù hợp của mô hình:

Bảng 6: Kết quả kiểm định ANOVA về sự phù hợp của mô hình

Mô hình	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa (Sig.)
Hồi quy (Regression)	101.678	5	20.336	151.597	.000[b]
Phần dư (Residual)	30.316	226	.134		
Tổng (Total)	131.995	231			

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Kết quả kiểm định ANOVA cho thấy giá trị Sig. = 0.000 < 0.05, do đó bác bỏ giả thuyết H_0 (mô hình không ý nghĩa), chấp nhận giả thuyết H_1 (mô hình có ý nghĩa thống kê). Điều này chứng tỏ mô hình hồi quy là phù hợp và có ý nghĩa thống kê, các biến độc lập trong mô hình có khả năng giải thích sự biến thiên của biến phụ thuộc.

Kiểm định mức độ giải thích của mô hình:

Bảng 7: Kết quả kiểm định mức độ giải thích của mô hình

Chỉ số	R	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Mức ý nghĩa (Sig)
Giá trị	0,878	0,770	0,765	0,000

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy hệ số tương quan bội đạt R = 0.878, phản ánh mối quan hệ chặt chẽ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Hệ số xác định R^2 = 0.770 và R^2 hiệu chỉnh = 0.765 cho thấy mô hình giải thích được khoảng 76.5% biến thiên của biến phụ thuộc, chứng tỏ mức độ phù hợp cao. Đồng thời, giá trị Sig. = 0.000 (< 0.05) khẳng định mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê, phù hợp để sử dụng trong phân tích và suy luận.

5. Kết luận và kiến nghị

5.1. Thảo luận các kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích hồi quy đa biến thu được: 05 nhân tố tác động tới biến phụ thuộc chất lượng cho vay khách hàng cá nhân (CLCV) gồm TC, DU, PV, DC, HH và sự tác động này là thuận chiều. Như vậy, dưới góc nhìn của khách hàng, một số biến như khả năng đáp ứng (DU), sự đồng cảm (DC), yếu tố hữu hình (HH) có tác động mạnh đến chất lượng cho vay khách hàng cá nhân của Techcombank.

Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính thu được ở trên:

$$CLCV = -0,508 + 0,153 * TC + 0,227 * DU + 0,186 * PV + 0,296 * DC + 0,249 * HH + \varepsilon$$

Có thể thấy sự tác động của các nhân tố trong mô hình đến chất lượng cho vay khách hàng cá nhân thể hiện cụ thể như sau:

Thứ nhất, sự tin cậy (TC) có tác động thuận chiều tới CLCV, khẳng định giả thuyết H_1 là đúng. Nghiên cứu cho thấy khách hàng đánh giá các thành tố cấu thành sự tin cậy cao bao gồm việc xử lý hồ sơ đúng lịch, nhất quán về lãi suất và phương thức tính lãi, giữ bí mật thông tin cá nhân khách hàng, trong đó việc giải ngân đúng thời điểm và điều kiện thống đã thống nhất dù được đánh giá mức cao nhưng thấp hơn các biến khác trong cùng nhóm nhân tố về sự tin cậy.

Thứ hai, khả năng đáp ứng (DU) có tác động thuận thuận chiều tới CLCV, củng cố cho giả thuyết H_2 là đúng. Kết quả thống kê cho thấy khả năng đáp ứng - phản ánh tốc độ và sự chủ động trong phục vụ - được khách hàng đánh giá ở mức cao, thể hiện qua cảm nhận tích cực về tốc độ phản hồi và mức độ hỗ trợ trong suốt quá trình xử lý hồ sơ. Tuy vậy, xét về tổng thể thời gian thực hiện các bước vay vốn thì khách hàng đánh giá thấp hơn các tiêu chí khác, bởi lúc vay vốn đa số khách hàng đang có nhu cầu cấp thiết cần được giải quyết nhanh chóng, điều này cho thấy sự kỳ vọng của khách hàng cao hơn nữa trong việc cải thiện tốc độ xử lý khoản vay.

Thứ ba, năng lực phục vụ (PV) có tác động thuận chiều đến CLCV cho thấy giả thuyết H_3 là đúng, cho thấy khách hàng đánh giá cao năng lực chuyên môn của nhân viên tín dụng. Điểm số cao ở các biến liên quan đến việc nhân viên tư vấn đúng nhu cầu, thời gian tư vấn linh hoạt, phản ánh vai trò quan trọng của yếu tố con người trong dịch vụ tín dụng cá nhân. Đáng chú ý, mức độ đánh giá đối với việc giải thích các điều khoản hợp đồng tuy vẫn tích cực nhưng thấp hơn tương đối so với các nội dung khác. Đây là điểm mà Techcombank cần cải tiến để gia tăng chất lượng dịch vụ cho vay trong thời gian tới.

Thứ tư, sự đồng cảm (DC) cũng có sự tác động thuận chiều đến CLCV mạnh nhất trong 5 nhân tố đưa vào phân tích, điều này trùng với giả thuyết H_4 ban đầu, cho thấy nhu cầu được cá nhân hóa trải nghiệm

của khách hàng. Trong bối cảnh cạnh tranh dịch vụ ngân hàng ngày càng dựa nhiều vào trải nghiệm khách hàng, tăng cường yếu tố đồng cảm và cá nhân hóa có thể là chìa khóa để tạo sự khác biệt bền vững.

Cuối cùng, yếu tố hữu hình (HH) có tác động tích cực đến CLCV, khẳng định giả thuyết H_5 là đúng. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố thuộc về cơ sở vật chất được đánh giá tích cực ở mức cao nhất trong nhóm các nhân tố cấu thành của mô hình SERVQUAL, đặc biệt ở các yếu tố liên quan đến không gian giao dịch và điều kiện cơ sở vật chất. Tuy nhiên, biến liên quan đến tính dễ hiểu của tài liệu và hợp đồng có mức điểm thấp hơn tương đối trong nhóm.

5.2. Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân của Techcombank

Dựa trên kết quả phân tích mô hình SERVQUAL về chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân của Techcombank, nhóm nghiên cứu đề xuất một số giải pháp cụ thể như sau:

Đối với sự tin cậy, cần chuẩn hóa và minh bạch hóa quy trình xử lý hồ sơ vay thông qua tích hợp chức năng theo dõi trạng thái hồ sơ vay trên các nền tảng ngân hàng số của Techcombank. Thông qua hệ thống này, khách hàng có thể theo dõi các bước xử lý hồ sơ như tiếp nhận hồ sơ, thẩm định tín dụng, phê duyệt khoản vay và hoàn tất điều kiện giải ngân. Đồng thời tăng cường kỷ luật vận hành trong giai đoạn giải ngân thông qua việc thiết lập các tiêu chuẩn thời gian xử lý đối với từng bước trong quy trình giải ngân, từ đó hạn chế tình trạng chậm trễ trong giải ngân.

Về khả năng đáp ứng, Techcombank tiếp tục thực hiện phát triển mô hình phục vụ khách hàng theo hướng đa kênh tích hợp, việc xây dựng trải nghiệm liền mạch giữa các kênh giao dịch giúp khách hàng có thể lựa chọn phương thức giao dịch phù hợp với điều kiện và thời gian của mình. Ngoài ra, trong bối cảnh khách hàng ngày càng kỳ vọng nhận được phản hồi nhanh chóng từ ngân hàng, Techcombank cần tiếp tục phát triển các công cụ công nghệ để nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng hơn nữa.

Với nhân tố năng lực phục vụ, cần tăng cường đào tạo chuyên sâu về kỹ năng tư vấn tài chính cá nhân, nội dung đào tạo không chỉ tập trung vào kiến thức sản phẩm mà còn chú trọng đến kỹ năng tư vấn tài chính cá nhân và khả năng truyền đạt thông tin. Thực hiện chuẩn hóa các nội dung tư vấn trong quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng thông qua xây dựng các bộ tài liệu hướng dẫn tư vấn chuẩn cho từng sản phẩm tín dụng làm cơ sở để nhân viên giải thích cho khách hàng một cách thống nhất, qua đó hạn chế sự khác biệt trong cách truyền đạt thông tin giữa các chi nhánh hoặc giữa các nhân viên.

Về sự đồng cảm, Techcombank cần ứng dụng dữ liệu khách hàng để hiểu rõ hơn về hành vi tài chính và nhu cầu của từng khách hàng từ đó cá nhân hóa giải pháp tín dụng. Ngoài ra, việc sử dụng dữ liệu khách hàng cũng cho phép ngân hàng xây dựng các chương trình tín dụng cá nhân hóa với điều kiện vay linh hoạt hơn đối với từng nhóm khách hàng. Ngân hàng nên thường xuyên triển khai các khảo sát ngắn sau mỗi giao dịch tín dụng, các phản hồi này cần được tổng hợp và phân tích định kỳ để xác định những điểm cần cải thiện trong dịch vụ.

Cuối cùng, yếu tố hữu hình, ngân hàng cần cải tiến thiết kế tài liệu tín dụng theo hướng trực quan và dễ tiếp cận. Các nội dung quan trọng trong hợp đồng tín dụng như lãi suất, phương thức tính lãi, các loại phí và lịch trả nợ cần được trình bày rõ ràng, có cấu trúc logic và dễ theo dõi. Việc sử dụng các bảng biểu hoặc sơ đồ minh họa sẽ giúp khách hàng hiểu rõ hơn về cấu trúc của khoản vay và nghĩa vụ tài chính của mình. Techcombank cần tiếp tục phát triển hệ thống tài liệu tín dụng dưới dạng điện tử nhằm giúp khách hàng giúp khách hàng có thể dễ dàng tra cứu thông tin bất cứ lúc nào. Ngoài ra, ngân hàng tiếp tục đầu tư nâng cao trải nghiệm giao dịch tại chi nhánh bằng việc bố trí không gian giao dịch thuận tiện, có hệ thống hướng dẫn rõ ràng giúp khách hàng dễ dàng thực hiện các thủ tục vay vốn

Tài liệu tham khảo:

Lê Thị Kim Hoa, Đoàn Thành Long, Võ Anh Kiệt (2021), "Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Bình Phước", Tạp chí Khoa học và Công nghệ, số 51.

Nguyễn Ngọc Thị Kim Loan, Nguyễn Thị Lệ Vy (2023), "Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Á - Chi nhánh Đồng Nai", Tạp chí Công Thương, số 19

Nguyễn Thành Đạt và cs (2019), "Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay của ngân hàng thương mại tại tỉnh Cà Mau", Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 46.

Asubonteng, McCleary & Swan, 1996, SERVQUAL Revisited: A Critical Review of Service Quality, Journal of Services Marketing

Bexley, 2005, Service Quality: An Empirical Study of Expectations Versus Perceptions in the Delivery of Financial Services in Community Banks, PhD Thesis (University of Stirling)

Lehtinen, U. & Lehtinen, J.R., 1982, 'Service quality: a study of qualitydimensions', Working Paper, Helsinki, Service Management Institute.

Parasuraman, A., Berry, L.L, and Zeithaml, V.A. 1988, "SERVQUAL: a multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality", Journal of Retailing, Spring, pp. 12-40.

Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A. 1994, "Reassessment of expectations as a comparison standard in service quality measurement: Implications for future research", Journal of Marketing, January, pp. 111-24.

Leblanc, G. & Nguyen, N., 1988, 'Customers' perceptions of servicequality in financial institutions', International Journal of Bank Marketing, vol. 6, no. 4, pp. 7-18