

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Nghiên cứu - Trao đổi

Các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức

08:15 | 14/10/2024

EFR Thông qua khảo sát 400 khách hàng đang sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Thủ Đức, nghiên cứu chỉ ra các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ này tại Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức.

TS. Nguyễn Thị Bạch Tuyết, Nguyễn Đặng Thanh Trường

Trường Đại học Lạc Hồng (LHU)

Email: thanhtruong.ndnt@gmail.com

Tóm tắt

Thông qua khảo sát 400 khách hàng đang sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử (DVNHĐT) tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Thủ Đức (Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức), thu về 362 phiếu hợp lệ, đạt tỷ lệ phản hồi 90,50%. Kết quả nghiên cứu cho thấy, 6 nhân tố tác động đến chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức với mức ý nghĩa là 5%, gồm: Cảm nhận về tính bảo mật; Độ tin cậy; Mức độ đáp ứng; Sự đồng cảm; Phương tiện hữu hình và Năng lực phục vụ.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, ngân hàng điện tử, độ tin cậy, mức độ đáp ứng và sự đồng cảm

Summary

Through a survey of 400 customers using e-banking services at Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam - Thu Duc Branch (Vietcombank - Thu Duc Branch), 362 valid surveys were collected, achieving a response rate of 90.50%. The research results show 6 factors affecting the quality of e-banking services at Vietcombank - Thu Duc Branch with a significance level of 5%, including Perception of security; Reliability; Responsiveness; Empathy; Tangibles, and Service capacity.

Keywords: service quality, e-banking, reliability, responsiveness and empathy

GIỚI THIỆU

Trong bối cảnh hiện nay, DVNHĐT đã trở thành một trong những nhân tố trọng yếu giúp các ngân hàng thương mại nâng cao năng lực cạnh tranh. Dịch vụ này mang lại nhiều lợi ích vượt trội trong việc quản lý tài chính một cách hiệu quả, đồng thời cho phép thực hiện các giao dịch nhanh chóng, an toàn mà không đòi hỏi nhiều thời gian hay công sức từ phía người sử dụng. Bên cạnh đó, việc nâng cao chất lượng DVNHĐT không chỉ giúp các ngân hàng duy trì lợi thế cạnh tranh, mà còn xây dựng lòng tin và sự trung thành từ phía khách hàng. Đầu tư vào hạ tầng công nghệ, bảo mật thông tin và cung cấp dịch vụ linh hoạt là những nhân tố cốt lõi giúp DVNHĐT phát triển bền vững, đây cũng là xu hướng tất yếu trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ.

Trong những năm qua, Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức đã có sự chuyển mình, thay đổi với các DVNHĐT. Chi nhánh đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng giao dịch, với mức tăng lần lượt là 39,33% trong năm 2022 và 47,54% trong năm 2023. Sự tăng trưởng này được lý giải bởi sự phát triển và hoàn thiện của các DVNHĐT, cũng như sự quen thuộc và tin tưởng ngày càng tăng của khách hàng đối với các giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh như hiện nay, việc đáp ứng các nhu cầu của khách hàng là rất quan trọng. Chính vì vậy, nhóm tác giả đã chọn chủ đề nghiên cứu "Các nhân tố tác động đến chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức", từ đó đưa ra các hàm ý quản trị để Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức ngày càng thu hút nhiều khách hàng.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

DVNHĐT là một hệ thống phần mềm máy tính, cho phép khách hàng tiếp cận và thực hiện các dịch vụ ngân hàng thông qua kết nối mạng với hệ thống của ngân hàng (Mir và cộng sự, 2023). DVNHĐT cung cấp cho khách hàng khả năng truy cập từ

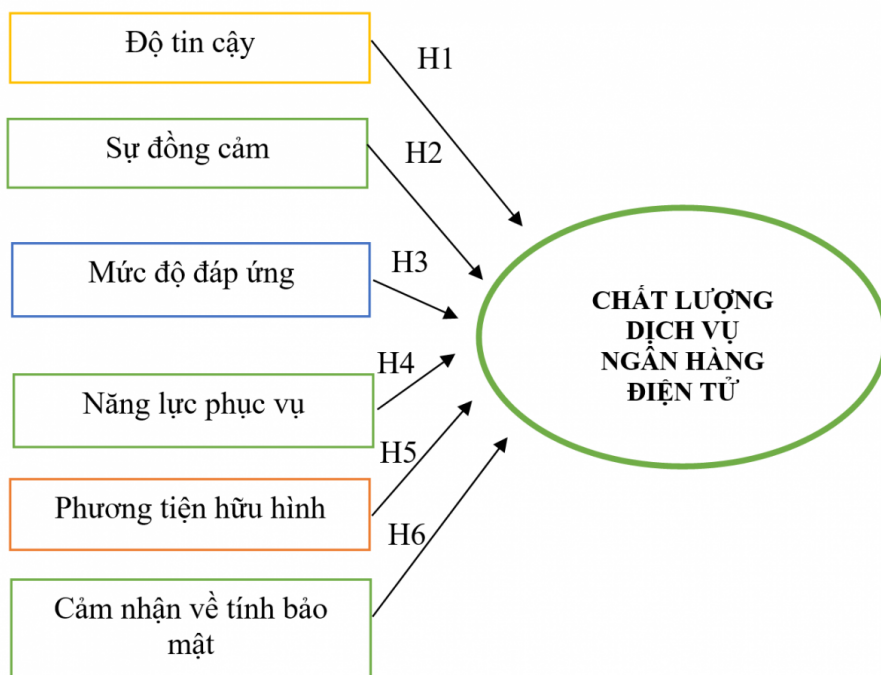
xa để thu thập thông tin, thực hiện các giao dịch tài chính và thanh toán, cũng như đăng ký sử dụng các dịch vụ mới dựa trên các tài khoản tại ngân hàng. Còn Patel và cộng sự (2023) định nghĩa, DVNHĐT là tất cả các hình thức giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng (cả cá nhân và tổ chức), dựa trên việc xử lý và chuyển giao dữ liệu số hóa nhằm cung cấp các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng. Việc đo lường và đánh giá chất lượng DVNHĐT đóng vai trò quan trọng trong bối cảnh các ngân hàng cạnh tranh khốc liệt nhằm tạo ra sự khác biệt cho chính mình. Cung cấp DVNHĐT chất lượng cao là một nhiệm vụ đầy thách thức đối với các ngân hàng, bởi lẽ họ cần hiểu rõ mong muốn và nhu cầu của khách hàng.

Theo nghiên cứu Trương Mậu Tiên và Bùi Văn Trinh (2023), nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng DVNHĐT tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh An Giang cho thấy, 4 nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng DVNHĐT tại Agribank An Giang, gồm: Sự đảm bảo; Sự đáp ứng; Độ tin cậy; Phương tiện hữu hình. Trần Thị Lệ Hiền (2022) nghiên cứu các nhân tố tác động đến chất lượng DVNHĐT trên địa bàn quận Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 3 nhân tố tác động trực tiếp đến chất lượng DVNHĐT của các ngân hàng thương mại trên địa bàn quận Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh gồm: Tính hữu hình; Khả năng đáp ứng và độ tin cậy; Tính cảm thông và phục vụ.

Mô hình nghiên cứu

Dựa vào cơ sở lý thuyết nêu trên, nhóm tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu như Hình.

Hình: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và đề xuất

Các giả thiết nghiên cứu được đưa ra như sau:

- H1:** Độ tin cậy có mối quan hệ cùng chiều với Chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank – Chi nhánh Thủ Đức.
- H2:** Sự đồng cảm có mối quan hệ cùng chiều với Chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank – Chi nhánh Thủ Đức.
- H3:** Mức độ đáp ứng có mối quan hệ cùng chiều với Chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank – Chi nhánh Thủ Đức.
- H4:** Năng lực phục vụ có mối quan hệ cùng chiều với Chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank – Chi nhánh Thủ Đức.
- H5:** Phương tiện hữu hình có mối quan hệ cùng chiều với Chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank – Chi nhánh Thủ Đức.
- H6:** Cảm nhận về tính bảo mật có mối quan hệ cùng chiều với Chất lượng DVNHĐT tại Vietcombank – Chi nhánh Thủ Đức.

Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả tiến hành nghiên cứu thông qua 2 giai đoạn.

Giai đoạn 1: Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua thảo luận nhóm và tham vấn ý kiến của 5 nhà quản lý tại Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức, nhằm điều chỉnh và hoàn thiện thang đo, đồng thời xây dựng bảng câu hỏi khảo sát. Bên cạnh đó, tác giả còn sử dụng các nguồn thông tin bên ngoài, như: sách, báo, tạp chí quốc tế và trong nước,

cùng với thông tin từ internet để bổ sung cơ sở lý luận và thực tiễn. Các góp ý từ các cán bộ góp phần hình thành bảng hỏi hoàn chỉnh cho nghiên cứu (Nguyễn Đình Thọ, 2014).

Giai đoạn 2: Nghiên cứu chính thức được thực hiện khi bảng câu hỏi được chỉnh sửa từ kết quả nghiên cứu định tính, nghiên cứu này nhằm thu thập, phân tích dữ liệu khảo sát, cũng như ước lượng và kiểm định mô hình nghiên cứu. Dữ liệu khảo sát 400 khách hàng từ tháng 5/2024 đến tháng 6/2024, nhóm tác giả thu thập trực tiếp từ điều tra phỏng vấn bằng bảng câu hỏi. Kết quả thu về 362 phiếu hợp lệ, đạt tỷ lệ phản hồi 90,50%. Tiếp theo, dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS phiên bản 20.0, mã hóa, làm sạch dữ liệu và đưa vào để đánh giá độ tin cậy của thang đo với hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích hồi quy tuyến tính bội để đưa ra kết luận về các giả thuyết nghiên cứu.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha

Bảng 1: Thống kê độ tin cậy của thang đo

Các nhân tố	Số biến quan sát	Độ tin cậy Cronbach's Alpha
1. Độ tin cậy	5	0,914
2. Sự đồng cảm	4	0,916
3. Mức độ đáp ứng	4	0,942
4. Phương tiện hữu hình	5	0,918
5. Năng lực phục vụ	3	0,883
6. Cảm nhận về tính bảo mật	4	0,919
7. Chất lượng DVNHĐT	3	0,670

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và xử lý từ SPSS 20.0

Kết quả phân tích (Bảng 1) cho thấy, độ tin cậy thang đo đối với các nhân tố, như: Độ tin cậy; Sự đồng cảm; Mức độ đáp ứng; Phương tiện hữu hình; Năng lực phục vụ và Cảm nhận về tính bảo mật là đạt yêu cầu do hệ số Cronbach's Alpha > 0,6, qua đó các biến phù hợp, không bị loại bỏ biến nào do hệ số tương quan biến – tổng > 0,3 và thang đo chấp nhận được về mặt độ tin cậy. Đây là điều kiện để phân tích EFA tiếp theo.

Kết quả phân tích EFA

Kết quả phân tích EFA các biến độc lập cho thấy, hệ số KMO = 0,793, mức ý nghĩa (Sig.) = 0,000 và $0,5 \leq KMO \leq 1$, chứng tỏ phân tích nhân tố là phù hợp. Bên cạnh đó, Eigenvalues = 1,714 (> 1,0) và tổng phương sai trích = 80,223% (> 50%), do vậy phương sai đạt yêu cầu (> 50%). Điều này cho biết, 80,223% sự biến thiên của các biến quan sát được giải thích bởi sáu nhân tố được rút ra. Với 25 biến quan sát trong nhân tố độc lập đủ điều kiện đưa dữ liệu vào phân tích mô hình hồi quy tuyến tính bội.

Ma trận nhân tố đã xoay theo phương pháp rút trích và phương pháp xoay promax được sử dụng trong nghiên cứu này. Bên cạnh đó, Bảng 2 cho thấy, 25 biến quan sát đưa vào phân tích EFA được nhóm lại thành 6 nhân tố như sau: Nhân tố 1: Phương tiện hữu hình (TAN-X1); Nhân tố 2: Độ tin cậy (REL-X2); Nhân tố 3: Mức độ đáp ứng (RES-X3); Nhân tố 4: Cảm nhận về tính bảo mật (POC-X4); Nhân tố 5: Sự đồng cảm (EMP-X5); Nhân tố 6: Năng lực phục vụ (COM-X6).

Bảng 2: Kết quả phân tích EFA

Ký hiệu	Nhân tố						Nhân tố khám phá	Ký hiệu
	X1	X2	X3	X4	X5	X6		
TAN3	0,925						Phương tiện hữu hình	TAN
TAN4	0,882							
TAN2	0,847							
TAN5	0,846							
TAN1	0,831							
REL3		0,887					Độ tin cậy	REL
REL2		0,884						
REL4		0,869						

REL5		0,863						
REL1		0,811						
RES4			0,932				Mức độ đáp ứng	RES
RES3			0,924					
RES1			0,923					
RES2			0,904					
POC1				0,939				
POC4				0,924				
POC3				0,901				
POC2				0,838				
EMP3					0,946		Sự đồng cảm	EMP
EMP4					0,939			
EMP2					0,868			
EMP1					0,810			
COM1						0,947	Năng lực phục vụ	COM
COM3						0,922		
COM2						0,805		
Tổng phương sai trích là 80,223% (> 60%)								
KMO = 0,793 và mức ý nghĩa (Sig.) = 0,000								

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và xử lý từ SPSS 20.0

Kết quả phân tích đối với biến phụ thuộc cho thấy, hệ số KMO = 0,793, với mức ý nghĩa là 5%, ma trận nhân tố đã xoay theo phương pháp rút trích và phương pháp xoay promax được sử dụng trong nghiên cứu này. Bên cạnh đó, kết quả phân tích nhân tố Chất lượng DVNHĐT cho thấy, 3 biến quan sát đưa vào phân tích được nhóm lại thành 1 nhân tố, ký hiệu là biến Y. Đây là nhân tố phụ thuộc Chất lượng DVNHĐT.

Kết quả hồi quy tuyến tính bội

Bảng 3: Hệ số phù hợp của mô hình

Mô hình	Hệ số tương quan	Hệ số xác định	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước lượng	Giá trị: Durbin-Watson
1	0,812	0,660	0,654	0,308	1,741

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và xử lý từ SPSS 20.0

Bảng 3 cho thấy, hệ số R² hiệu chỉnh phản ánh chính xác hơn sự phù hợp của mô hình đối với tổng thể, ta có giá trị R² hiệu chỉnh = 0,654, nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu 65,4% còn lại 34,6% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên.

Bảng 4: Phân tích kết quả hồi quy tuyến tính bội

	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa	Thống kê	
	B	Sai số chuẩn	Beta			đa cộng tuyến	
						Dung sai	Giá trị VIF
(Hằng số)	0,591	0,118		4,987	0,000		
Phương tiện hữu hình (X1)	0,102	0,020	0,165	5,025	0,000	0,892	1,121

Độ tin cậy (X2)	0,249	0,020	0,416	12,196	0,000	0,82 5	1,212
Mức độ đáp ứng (X3)	0,132	0,013	0,325	9,902	0,000	0,89 2	1,121
Cảm nhận về tính bảo mật (X4)	0,211	0,017	0,418	12,569	0,000	0,86 7	1,153
Sự đồng cảm (X5)	0,075	0,015	0,173	5,080	0,000	0,82 9	1,207
Năng lực phục vụ (X6)	0,078	0,019	0,146	4,202	0,000	0,79 6	1,257
Giá trị F: 114,791; Mức ý nghĩa (Sig.): 0,000							

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và xử lý từ SPSS 20.0

Kết quả phân tích hồi quy (Bảng 4) cho thấy, các hệ số hồi quy dương và mức ý nghĩa < 0,05. Ngoài ra, hệ số xác định hiệu chỉnh đạt 66,3%. Điều này có nghĩa là 6 nhân tố tác động đến Chất lượng hiệu chỉnh (Y) là 65,4%; 34,6% còn lại là do các nhân tố khác chưa đưa vào mô hình. Bên cạnh đó, mô hình không vi phạm các giả định, như: hiện tượng đa cộng tuyến, phương sai không thay đổi và không vi phạm hiện tượng tự tương quan. Kết quả hàm hồi quy tuyến tính bội được ghi nhận như sau:

$$Y = 0,591 + 0,165X1 + 0,416X2 + 0,325X3 + 0,418X4 + 0,173X5 + 0,146X6$$

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 nhân tố tác động đến Chất lượng DVNHĐT và lần lượt được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên khi thực hiện hàm ý quản trị từ cao đến thấp như sau: Cảm nhận về tính bảo mật (0,418); Độ tin cậy (0,416); Mức độ đáp ứng (0,325); Sự đồng cảm (0,173); Phương tiện hữu hình (0,165) và Năng lực phục vụ (0,146). Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị như sau:

Một là, Cảm nhận về tính bảo mật: Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức cần tăng cường các biện pháp bảo mật, như: xác thực 2 nhân tố, mã hóa dữ liệu và các công nghệ an toàn khác để khách hàng an tâm khi sử dụng dịch vụ. Đảm bảo chính sách bảo mật thông tin cá nhân minh bạch và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về bảo mật, đồng thời thực hiện truyền thông rõ ràng về vấn đề này đến khách hàng. Liên tục cập nhật các công nghệ mới nhất để đảm bảo tính an toàn và hiện đại của dịch vụ ngân hàng điện tử. Đảm bảo việc sử dụng các công nghệ mã hóa hiện đại nhất và cập nhật thường xuyên các giao thức bảo mật để đảm bảo an toàn trong giao dịch điện tử. Thực hiện các biện pháp, như: xác thực 2 nhân tố, nên được bắt buộc.

Hai là, Độ tin cậy: Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức cần đảm bảo các cam kết về dịch vụ ngân hàng điện tử phải được truyền đạt rõ ràng đến khách hàng. Định kỳ kiểm tra và đánh giá quá trình cung cấp dịch vụ để đảm bảo luôn đáp ứng các cam kết này. Triển khai các biện pháp cải tiến liên tục nhằm duy trì độ tin cậy cao. Tăng cường đội ngũ hỗ trợ kỹ thuật chuyên nghiệp, xây dựng quy trình xử lý nhanh chóng cho các vấn đề phát sinh. Phát triển các công cụ tự động để phát hiện và xử lý các sự cố nhằm giảm thiểu thời gian phản hồi. Cuối cùng, đầu tư vào hệ thống quản lý và xử lý dữ liệu thông minh để cung cấp thông tin chính xác cho khách hàng. Đảm bảo các dữ liệu được cập nhật liên tục và không có sai sót (Vuong và Nguyen, 2024).

Ba là, Mức độ đáp ứng: Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức cần nâng cao chất lượng và tốc độ của dịch vụ hỗ trợ khách hàng bằng cách tăng cường nhân sự chuyên nghiệp, đồng thời sử dụng các công cụ hỗ trợ trực tuyến như chatbot hoặc hệ thống giải quyết sự cố tự động để kịp thời xử lý các vấn đề của khách hàng. Xây dựng hệ thống phản hồi nhanh chóng và hiệu quả, bao gồm việc thiết lập trung tâm chăm sóc khách hàng trực tuyến 24/7 để hỗ trợ khách hàng ngay khi gặp sự cố. Cuối cùng, xây dựng quy trình giao dịch đơn giản và tối ưu hóa các bước thủ tục, nhằm đảm bảo dịch vụ được cung cấp trong thời gian ngắn nhất không ảnh hưởng đến chất lượng.

Bốn là, Sự đồng cảm: Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức cần tăng cường đào tạo nhân viên về kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng, đặc biệt là trong việc hiểu và giải quyết các nhu cầu cụ thể của từng khách hàng. Đào tạo nhân viên hiểu rõ nhu cầu của khách hàng: Nhân viên nên được đào tạo để thấu hiểu và đồng cảm với các lo lắng của khách hàng. Phát triển hệ thống quản lý khách hàng (CRM) giúp lưu trữ và cập nhật thông tin chi tiết về nhu cầu của từng khách hàng. Từ đó, cá nhân hóa dịch vụ để đáp ứng đúng mong muốn và tạo sự hài lòng cao.

Năm là, Phương tiện hữu hình: Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức cần đầu tư nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin và thiết bị kỹ thuật số để đảm bảo hiệu suất của dịch vụ ngân hàng điện tử luôn được duy trì ở mức tối ưu. Đầu tư và nâng cấp trang thiết bị, phần mềm và hệ thống website, ứng dụng di động của ngân hàng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách chuyên nghiệp và hiện đại hơn. Thiết kế giao diện web và App theo hướng thân thiện với người dùng, kết hợp các nhân tố thẩm mỹ và tính năng tiện dụng để tăng cường trải nghiệm khách hàng.

Sáu là, năng lực phục vụ: Vietcombank - Chi nhánh Thủ Đức cần đào tạo liên tục cho nhân viên về các công nghệ mới và dịch vụ ngân hàng điện tử, nhằm đảm bảo họ có khả năng giải quyết mọi thắc mắc và sự cố mà khách hàng gặp phải. Đặc biệt, không chỉ dừng lại ở các chương trình đào tạo định kỳ hàng năm, ngân hàng cần tổ chức các khóa đào tạo liên tục, đặc biệt là đối với nhân viên mới, nhằm cập nhật kiến thức về các tiện ích và tính năng mới của dịch vụ. Đồng thời, khi phát sinh sự cố mới, việc nhanh chóng tổ chức đào tạo và rút kinh nghiệm là cần thiết, để đảm bảo nhân viên có thể xử lý kịp thời, bảo vệ quyền lợi và sự an toàn cho khách hàng trong quá trình giao dịch./

Tài liệu tham khảo

1. Dangaiso, P., Mukucha, P., Makudza, F., Towo, T., Jonasi, K., and Jaravaza, D. C. (2024), Examining the interplay of internet banking service quality, e-satisfaction, e-word of mouth and e-retention: A post pandemic customer perspective, *Cogent Social Sciences*, 10(1), 1-19.
2. Mir, R. A., Rameez, R., and Tahir, N. (2023), Measuring Internet banking service quality: An empirical evidence, *The TQM Journal*, 35(2), 492-518.
3. Nguyễn Đình Thọ (2014), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội.
4. Patel, R. J., and Siddiqui, A. (2023), Banking service quality literature: A bibliometric review and future research agenda, *Qualitative Research in Financial Markets*, 15(5), 732-756.
5. Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L. (1988), SERVQUAL: A multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
6. Trương Mậu Tiên và Bùi Văn Trịnh (2023), Các nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử: Trường hợp cụ thể tại Agribank Chi nhánh tỉnh An Giang, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 25, 22-25.
7. Trần Thị Lệ Hiền (2022), Các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử trên địa bàn quận Tân Phú, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 15, 77-80.
8. Vietcombank – chi nhánh Thủ Đức (2022, 2023), *Báo cáo kết quả thường niên năm 2022, năm 2023*.
9. Vương, Q. H., Nguyen, M. H. (2024). Further on informational quanta, interactions, and entropy under the granular view of value formation. <https://books.google.com/books/about?id=vy4ZEQAAQBAJ>

Ngày nhận bài: 15/9/2024; Ngày phản biện: 25/9/2024; Ngày duyệt đăng: 14/10/2024

URL: <https://kinhtevadubao.vn/cac-nhan-to-tac-dong-den-chat-luong-dich-vu-ngan-hang-dien-tu-tai-vietcombank-chi-nhanh-thu-duc-30030.html>

© Kinh tế và Dự báo - Bộ Kế hoạch và Đầu tư