

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

### ❖ TIẾNG VIỆT

1. Bernard Hoekman, Aaditya Mattoo, Philip English, (2004). *Sổ tay về phát triển thương mại và WTO*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Hà nội.
2. Bích Trâm, (2019), *Quản trị kinh doanh*. NXB ĐHQG.
3. Christopher Yeo, (2000). *Giáo trình dịch vụ khách hàng*. NXB ĐHQG.
4. David Cox, (1997). *Dịch vụ ngân hàng hiện đại*. NXB Chính trị quốc gia.
5. Mai Trương, (2008). *Marketing Ngân hàng*. Nhà xuất bản bản Thống kê.
6. Nguyễn Thị Minh Hiền, (2003). *Marketing Ngân hàng*. NXB Thống Kê.
7. Nguyễn Thị Xuân Hoa, (2007). Phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại ở Việt Nam. Tạp chí Ngân hàng.
8. Nguyễn Văn Thanh, (2008). Bài giảng *Marketing dịch vụ*. Đại học Bách Khoa.
9. Philip Kotler, (2000). *Những Nguyên lý Tiếp Thị*. NXB Thống Kê.
10. Philip Kotler, (2003). *Quản trị Marketing*. Nxb Thống kê, Hà Nội.

### ❖ TIẾNG ANH

1. Formisano, V., Moretta Tartaglione, A., Fedele, M., & Cavacece, Y. (2021). *Banking services for SMEs' internationalization: evaluating customer satisfaction*. The TQM Journal, 33(3), 662-680.
2. Gronroos, C. (1984). *A service Quality model and its marketing implications*. European Journal of Marketing.
3. Mai Thi Thanh Thai (2008). *The International of Vietnamese Small and Medium-Sized Enterprises*. Dissertation of the University of St. Gallen, Switzerland.
4. Peter Drucker (1954). *The Practice of Management*. New York Harper Brothers.
5. Thomas J. Peters (1987). *Thriving on chaos*. Haper and Row.
6. Zeithaml V.A. & Bitner M.J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. Irwin McGraw-Hill.

## PHỤ LỤC 1

### BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT CÁC KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ ĐÃ VÀ ĐANG SỬ DỤNG DỊCH VỤ CỦA MB BANK – PGD TRƯỜNG CHINH

Kính chào Anh/Chị,

Tôi tên là Nguyễn Thị Như Lộc sinh viên Khoa Quản trị Kinh doanh của trường đại học Nguyễn Tất Thành. Tôi đang tiến hành thu thập ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ của MB Bank – PGD Trường Chinh để hoàn thành việc nghiên cứu, tôi xin chân thành nhờ sự giúp đỡ của Quý khách hàng để trả lời các câu hỏi khảo sát.

Tôi đảm bảo với Anh/Chị rằng tất cả thông tin Quý khách hàng cung cấp cho tôi sẽ được xử lý trong bảo mật.

Tôi xin chân thành cảm ơn Anh/Chị đã dành thời gian để thực hiện cuộc khảo sát này. Xin chào và chúc các Anh/Chị có một ngày vui vẻ!!!

Trân trọng,

Nguyễn Thị Như Lộc

*Anh/Chị vui lòng trả lời các câu hỏi sau đây:*

Câu hỏi 1: Anh/Chị cảm thấy MB Bank – PGD Trường Chinh cần cải thiện điều gì về ứng dụng BIZ MBBANK hoặc về quy trình, thủ tục hồ sơ sử dụng dịch vụ liên quan?

.....  
.....

Câu hỏi 2: Anh/Chị có cảm nhận như thế nào về chất lượng nội dung, hình ảnh, thông điệp của các chiến dịch quảng cáo của MB Bank – PGD Trường Chinh?

.....  
.....

Câu hỏi 3: Anh/Chị còn điều gì chưa hài lòng về chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của MB Bank – PGD Trường Chinh?

.....  
.....

## PHỤ LỤC 2

### KẾT QUẢ KHẢO SÁT

Khách hàng	Quy trình, thủ tục hồ sơ còn phức tạp và thời gian xử lý còn chậm	Ứng dụng BIZ MBBA NK thường xuyên gặp lỗi hệ thống, cách thức sử dụng còn rườm rà	Các quảng cáo của MB Bank còn ít và chưa phổ biến trên phương tiện truyền thông	Nội dung của các video quảng cáo còn đơn giản và không hấp dẫn người xem	Đội ngũ nhân viên chưa tư vấn chi tiết về quy trình, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng	Đội ngũ nhân viên thiếu chuyên nghiệp khi mở tài khoản và xử lý các tình huống	Các ý kiến phản hồi chưa được xem xét và giải quyết nhanh chóng	Ngân hàng chưa có sự quan tâm và thiếu các quyền lợi sau khi đã sử dụng dịch vụ
1		x			x			x
2	x			x				
3	x	x				x		
4			x		x			
5		x		x		x	x	
6	x			x				
7							x	x
8		x			x			x
9	x		x				x	
10			x	x		x		
11	x		x	x				
12		x					x	
13					x			
14								x
15	x					x		x
16		x	x					
17	x			x	x			
18		x			x			
19		x	x			x		
20	x		x					

Khách hàng	Quy trình, thủ tục hồ sơ còn phức tạp và thời gian xử lý còn chậm	Ứng dụng BIZ MBBA NK thường xuyên gặp lỗi hệ thống, cách thức sử dụng còn rườm rà	Các quảng cáo của MB Bank còn ít và chưa phổ biến trên phương tiện truyền thông	Nội dung của các video quảng cáo còn đơn giản và không hấp dẫn người xem	Đội ngũ nhân viên chưa tư vấn chi tiết về quy trình, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng	Đội ngũ nhân viên thiếu chuyên nghiệp khi mở tài khoản và xử lý các tình huống	Các ý kiến phản hồi chưa được xem xét và giải quyết nhanh chóng	Ngân hàng chưa có sự quan tâm và thiếu các quyền lợi sau khi đã sử dụng dịch vụ
21		x					x	
22				x				
23			x					x
24	x			x	x			
25		x	x					x
26	x	x				x	x	
27		x						x
28	x			x				
29	x				x			
30		x			x			
31		x				x		
32			x	x				
33	x					x		x
34		x						
35	x	x			x			
36		x	x					
37		x					x	
38					x			
39	x	x						
40			x				x	
41	x				x			x
42		x						x

Khách hàng	Quy trình, thủ tục hồ sơ còn phức tạp và thời gian xử lý còn chậm	Ứng dụng BIZ MBBA NK thường xuyên gặp lỗi hệ thống, cách thức sử dụng còn rườm rà	Các quảng cáo của MB Bank còn ít và chưa phổ biến trên phương tiện truyền thông	Nội dung của các video quảng cáo còn đơn giản và không hấp dẫn người xem	Đội ngũ nhân viên chưa tư vấn chi tiết về quy trình, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng	Đội ngũ nhân viên thiếu chuyên nghiệp khi mở tài khoản và xử lý các tình huống	Các ý kiến phản hồi chưa được xem xét và giải quyết nhanh chóng	Ngân hàng chưa có sự quan tâm và thiếu các quyền lợi sau khi đã sử dụng dịch vụ
43		x				x		
44			x		x			
45	x							
46	x	x						
47		x		x			x	
48		x						x
49			x		x			
50			x		x		x	
51		x					x	
52			x			x		
53	x	x						
54		x		x				x
55	x	x	x			x		
56	x							
57	x				x			
58		x						
59		x			x		x	
60			x			x		x
61		x				x		
62		x		x				
63		x			x	x		
64				x				

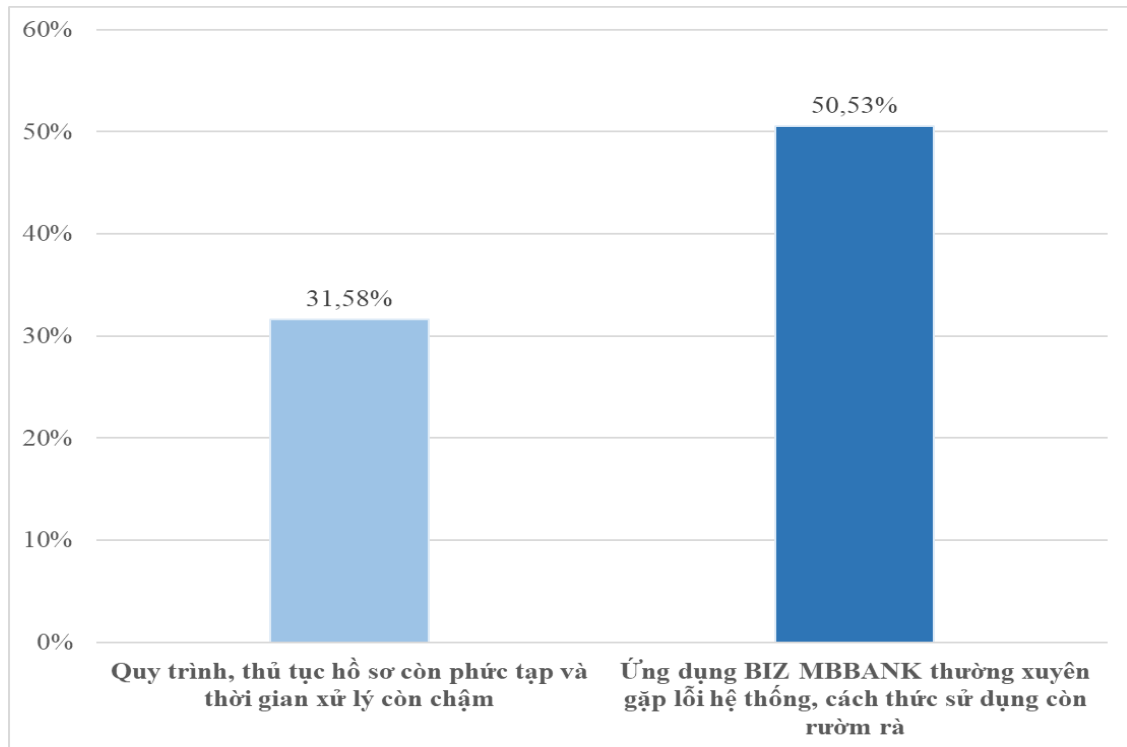
Khách hàng	Quy trình, thủ tục hồ sơ còn phức tạp và thời gian xử lý còn chậm	Ứng dụng BIZ MBBA NK thường xuyên gặp lỗi hệ thống, cách thức sử dụng còn rườm rà	Các quảng cáo của MB Bank còn ít và chưa phổ biến trên phương tiện truyền thông	Nội dung của các video quảng cáo còn đơn giản và không hấp dẫn người xem	Đội ngũ nhân viên chưa tư vấn chi tiết về quy trình, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng	Đội ngũ nhân viên thiếu chuyên nghiệp khi mở tài khoản và xử lý các tình huống	Các ý kiến phản hồi chưa được xem xét và giải quyết nhanh chóng	Ngân hàng chưa có sự quan tâm và thiếu các quyền lợi sau khi đã sử dụng dịch vụ
65	x		x					
66	x						x	
67				x				
68		x						x
69		x				x		
70								
71					x			
72		x	x				x	
73	x							
74	x	x	x					
75		x				x		
76		x			x			
77	x			x				
78			x					x
79				x				x
80	x					x		
81		x		x				
82		x				x		
83					x			
84		x						x
85	x				x			
86			x				x	

Khách hàng	Quy trình, thủ tục hồ sơ còn phức tạp và thời gian xử lý còn chậm	Ứng dụng BIZ MBBA NK thường xuyên gặp lỗi hệ thống, cách thức sử dụng còn rườm rà	Các quảng cáo của MB Bank còn ít và chưa phổ biến trên phương tiện truyền thông	Nội dung của các video quảng cáo còn đơn giản và không hấp dẫn người xem	Đội ngũ nhân viên chưa tư vấn chi tiết về quy trình, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng	Đội ngũ nhân viên thiếu chuyên nghiệp khi mở tài khoản và xử lý các tình huống	Các ý kiến phản hồi chưa được xem xét và giải quyết nhanh chóng	Ngân hàng chưa có sự quan tâm và thiếu các quyền lợi sau khi đã sử dụng dịch vụ
87		x						
88								
89		x		x				
90		x						x
91		x						x
92	x		x					
93						x		
94		x						
95		x			x			
<b>Tổng cộng</b>	<b>30</b>	<b>48</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>20</b>

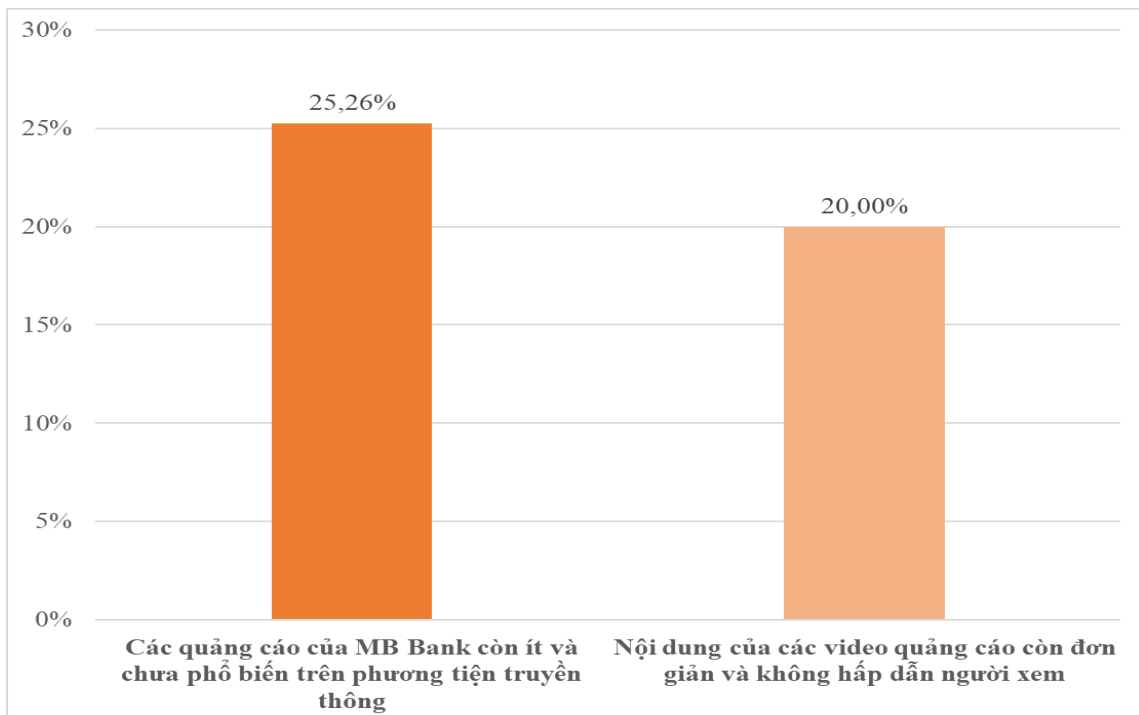
## PHỤ LỤC 3

### TỶ LỆ KẾT QUẢ KHẢO SÁT

**Phụ lục 3.1: Tỷ lệ kết quả khảo sát về thực trạng sản phẩm dịch vụ của MB Bank – PGD Trường Chinh**



**Phụ lục 3.2: Tỷ lệ kết quả khảo sát về thực trạng chiến dịch chiêu thị của MB Bank – PGD Trường Chinh**



**Phụ lục 3.3: Tỷ lệ kết quả khảo sát về thực trạng chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của MB Bank – PGD Trường Chinh**

