

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK
CHI NHÁNH ĐẠI LỘC**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: TRẦN THỊ THẢO NGUYỄN

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2154030149

KHÓA HỌC: 2022 – 2026

Đà Nẵng, tháng 5/2026

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK
CHI NHÁNH ĐẠI LỘC**

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Trần Thị Hải

Sinh viên thực hiện: Trần Thị Thảo Nguyên

Mã số sinh viên: 2154030149

Khóa học: 2022 - 2026

Đà Nẵng, tháng 3/2026

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 - 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Trần Thị Thảo Nguyên
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

Số liệu về cơ sở vật chất của Agribank Chi nhánh đại lộc giai đoạn 2024-2026

Số liệu về tình hình sử dụng lao động của Agribank Chi nhánh đại lộc giai đoạn 2024-2026

Báo cáo tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc giai đoạn 2023 – 2025.

4. Các bảng biểu

Bảng tình hình sử dụng về cơ sở vật chất của Agribank Chi nhánh đại lộc giai đoạn 2024-2026

Bảng tình hình sử dụng lao động tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc giai đoạn 2024– 2026.

Bảng tình hình tài chính và kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025.

Bảng khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng.

Sơ đồ cơ cấu tổ chức và quy trình chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS.Trần Thị Hải

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp

- 02/03/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp

- 25/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển, hệ thống ngân hàng thương mại tại Việt Nam ngày càng mở rộng cả về quy mô và số lượng. Sự xuất hiện của nhiều ngân hàng và tổ chức tín dụng đã tạo ra môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng. Trong bối cảnh đó, để tồn tại và phát triển bền vững, các ngân hàng không chỉ chú trọng mở rộng quy mô tín dụng mà còn cần quan tâm đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ và công tác chăm sóc khách hàng.

Khách hàng được xem là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của ngân hàng. Việc duy trì và phát triển mối quan hệ lâu dài với khách hàng không chỉ giúp ngân hàng giữ chân khách hàng hiện tại mà còn thu hút thêm nhiều khách hàng mới thông qua sự tin tưởng và uy tín của ngân hàng. Vì vậy, công tác chăm sóc khách hàng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại.

Trong những năm gần đây, hoạt động tín dụng cá nhân tại các ngân hàng ngày càng phát triển mạnh mẽ nhằm đáp ứng nhu cầu vay vốn phục vụ sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng của người dân. Do đó, việc chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân không chỉ dừng lại ở giai đoạn tư vấn và giải ngân mà còn bao gồm các hoạt động hỗ trợ, tư vấn và chăm sóc khách hàng trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Agribank Chi nhánh Đại Lộc là một trong những chi nhánh ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính và tín dụng cho người dân trên địa bàn. Trong đó, khách hàng tín dụng cá nhân chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số khách hàng của chi nhánh. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại chi nhánh vẫn còn tồn tại một số hạn chế như hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay chưa được thực hiện thường xuyên, hình thức chăm sóc khách hàng chưa đa dạng, việc khai thác thông tin khách hàng chưa thật sự hiệu quả.

Trong khi đó, nhiều ngân hàng như Techcombank, Vietcombank hay VPBank đã chú trọng phát triển các hoạt động chăm sóc khách hàng như ứng dụng ngân hàng số, chương trình tri ân khách hàng hoặc hệ thống chăm sóc khách hàng tự động nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Xuất phát từ thực tế đó, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại chi nhánh là cần thiết. Vì vậy, tôi lựa

chọn đề tài: **“Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc”** làm đề tài nghiên cứu cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung:

Phân tích thực trạng công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác này trong thời gian tới.

Mục tiêu cụ thể:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại.
- Phân tích thực trạng công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.
- Xác định những hạn chế trong công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.
- Tham khảo một số phương pháp chăm sóc khách hàng hiệu quả tại các ngân hàng khác.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu:

Công tác chăm sóc khách hàng đối với khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

Phạm vi nghiên cứu:

- Không gian nghiên cứu: tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.
- Thời gian nghiên cứu: số liệu trong giai đoạn 2023 – 2025.
- Nội dung nghiên cứu: các hoạt động chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân trước vay, trong vay và sau vay tại chi nhánh..

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp:

Thu thập các thông tin và số liệu từ báo cáo hoạt động kinh doanh, báo cáo tín dụng và các tài liệu nội bộ của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đồng thời tham khảo các sách, giáo trình, tạp chí chuyên ngành kinh tế – tài chính ngân hàng, các công trình

ngiên cứu trước đây và các nguồn thông tin trên internet có liên quan đến công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại nhằm xây dựng cơ sở lý luận và phục vụ cho quá trình phân tích đề tài.

Phương pháp xử lý và phân tích số liệu:

Sử dụng các phương pháp thống kê, so sánh và phân tích số liệu để đánh giá thực trạng công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại chi nhánh, từ đó rút ra nhận xét về những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân.

5. Kết cấu khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung khóa luận được chia thành ba chương chính:

Chương 1: Cơ sở lý luận về công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

LỜI CẢM ƠN

Khoảng thời gian học tập và rèn luyện tại trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng đã giúp cho em tiếp thu được những kiến thức bổ ích, những kiến thức mà em đã được các thầy cô truyền đạt trong thời gian học tại trường cùng với những kiến thức và kinh nghiệm mà em đã được học tập trong thời gian thực tập tại Ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc sẽ là hành trang cho em vững bước trên con đường sự nghiệp phía trước.

Trước tiên, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến cô Trần Thị Hải đã tận tình hướng dẫn và đóng góp những ý kiến quý báu giúp em hoàn thành bài khóa luận tập này. Em cũng chân thành cảm ơn các thầy cô trong khoa Kinh Tế ngành Quản Trị Kinh Doanh trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng đã tận tình giảng dạy và truyền đạt kiến thức cho em.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn trân thành đến các anh chị trong Ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc đặc biệt là anh Nguyễn Mạnh Hoài, đã tận tình hướng dẫn, truyền đạt kinh nghiệm cũng như những lời khuyên bổ ích để em hoàn thành được bài báo cáo thực tập của mình, tạo điều kiện thuận lợi và cung cấp những thông tin cần thiết để em hoàn thành quãng thời gian thực tập tại Ngân hàng.

Vì thời gian nghiên cứu có hạn, cũng như trình độ khả năng của bản thân em còn nhiều hạn chế, do đó bài khóa luận của em còn nhiều thiếu sót. Em kính mong các thầy cô góp ý để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn, giá trị hơn về mặt lý luận và thực tiễn.

Sinh viên thực hiện

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục tiêu nghiên cứu
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu
4. Phương pháp nghiên cứu
5. Kết cấu khóa luận

LỜI CẢM ƠN

DANH MỤC BẢNG BIỂU

DANH MỤC HÌNH ẢNH

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI1

1.1 KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG.....1

1.1.1 Khái niệm khách hàng và phân loại khách hàng..... 1

1.1.2 Khái niệm chăm sóc khách hàng..... 2

1.1.3 Vai trò của chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại3

1.2 CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG3

1.2.1 Mục tiêu của công tác chăm sóc khách hàng..... 3

1.2.2 Các nguyên tắc trong chăm sóc khách hàng..... 4

1.2.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng..... 5

1.2.4 Các hình thức chăm sóc khách hàng..... 7

1.2.5 Quy trình chăm sóc khách hàng 8

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC11

2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC....11

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển..... 12

2.1.2 Lĩnh vực hoạt động kinh doanh..... 13

2.1.3 Cơ cấu tổ chức của chi nhánh 14

2.1.3.1 Sơ đồ tổ chức14

2.1.3.2 Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận14

2.2 PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH ẢNH HƯỞNG ĐẾN NGÂN HÀNG.....	15
2.2.1 Môi trường vĩ mô.....	15
2.2.1.1 Môi trường kinh tế.....	15
2.2.1.2 Môi trường chính trị - pháp luật.....	17
2.2.1.3 Môi trường văn hóa - xã hội.....	18
2.2.1.4 Môi trường công nghệ.....	19
2.2.2 Môi trường vi mô.....	20
2.2.2.1 Khách hàng.....	20
2.2.2.2 Đối thủ cạnh tranh.....	21
2.2.2.3 Nhà cung cấp.....	23
2.3 CÁC NGUỒN LỰC CỦA DOANH NGHIỆP ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC	24
2.3.1 Cơ sở vật chất.....	24
2.3.2 Nguồn nhân lực.....	24
2.3.3 Nguồn lực tài chính và tình hình kinh doanh.....	27
2.4 THỰC TRẠNG CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG.....	35
2.4.1 Giới thiệu khách hàng tín dụng cá nhân.....	35
2.4.2 Mục tiêu chăm sóc khách hàng cá nhân tại ngân hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc	38
2.4.3 Nguyên tắc chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc	39
2.4.4 Các hình thức chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc	40
2.4.5 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong chăm sóc tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc	41
2.4.6 Quy trình chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc	46

-	48
2.5 QUY TRÌNH GIẢI QUYẾT KHIẾU NẠI TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC	55
2.5.1 Mục đích và nguyên tắc giải quyết khiếu nại	55
2.5.2 Quy trình giải quyết khiếu nại.....	56
2.5.3 Thực trạng các khiếu nại trong hoạt động tín dụng cá nhân tại Ngân hàng Agribank Chi nhánh Đại Lộc	57
2.6 ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG THÔNG QUA KHẢO SÁT	59
2.7 ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG	66
2.7.1 Ưu điểm	66
2.7.2 Hạn chế	67
2.7.3 Nguyên nhân của hạn chế	68
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC	70
3.1 ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG.....	70
3.1.1 Định hướng.....	70
3.1.2 Mục tiêu	71
3.2 GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG ..	72
3.2.1 Hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng.....	72
3.2.2 Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên.....	73
3.2.3 Ứng dụng công nghệ trong chăm sóc khách hàng	75
3.2.4 Cá nhân hóa dịch vụ khách hàng.....	76
3.2.5 Tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay.....	77
3.3 Kiến nghị	78
3.3.1 Đối với Agribank cấp trên	78
3.3.2 Đối với ngân hàng nhà nước	79
3.3.3 Đối với chi nhánh.....	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	81

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1 các đối thủ cạnh tranh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc	22
Bảng 2.2 Cơ sở vật chất tại ngân hàng Agribank Đại Lộc	24
Bảng 2.3 Tình hình sử dụng lao động tại Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam giai đoạn 2024 – 2026	25
Bảng 2.4 Tình hình tài chính tại Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam giai đoạn 2023 – 2025	28
Bảng 2.5 Kết quả hoạt động kinh doanh tại Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam giai đoạn 2023 – 2025	32
Bảng 2.6 Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng	62

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1 Logo Ngân Hàng AGRIBANK.....	11
Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức của Agribank Đại Lộc.....	14
Hình 2.3 Giai đoạn trước bán.....	48
Hình 2.4 Giai đoạn trong bán.....	51
Hình 2.5 Giai đoạn sau bán.....	54

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 KHÁI NIỆM VÀ VAI TRÒ CỦA CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

1.1.1 Khái niệm khách hàng và phân loại khách hàng

a. Khái niệm khách hàng

Khách hàng là những cá nhân, tổ chức có nhu cầu mua hoặc sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp nhằm thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng hoặc phục vụ cho hoạt động sản xuất – kinh doanh. Khách hàng được xem là trung tâm của mọi hoạt động kinh doanh, là đối tượng mà doanh nghiệp hướng đến để tạo ra doanh thu và lợi nhuận. Một khách hàng có thể chưa sử dụng sản phẩm, dịch vụ ngay tại thời điểm hiện tại nhưng vẫn có khả năng sử dụng trong tương lai và thuộc nhóm khách hàng mục tiêu của doanh nghiệp.

Theo Philip Kotler – chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực marketing, “Khách hàng là người mua hoặc người có khả năng mua một sản phẩm hoặc dịch vụ”. Điều này cho thấy khách hàng không chỉ là người trực tiếp mua sản phẩm mà còn bao gồm những đối tượng có nhu cầu và tiềm năng sử dụng sản phẩm, dịch vụ trong tương lai.

Bên cạnh đó, Peter Drucker cho rằng: “Khách hàng là nền tảng của một doanh nghiệp và giữ họ hài lòng là mục tiêu kinh doanh quan trọng nhất”. Quan điểm này nhấn mạnh vai trò quyết định của khách hàng đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Nếu không có khách hàng, doanh nghiệp sẽ không thể duy trì hoạt động kinh doanh và tạo ra lợi nhuận.

b. Phân loại khách hàng

Phân loại khách hàng giúp doanh nghiệp hiểu rõ đối tượng và nâng cao hiệu quả hoạt động. Khách hàng có thể được phân loại theo nhiều tiêu chí, phổ biến nhất là theo đối tượng và mối quan hệ với doanh nghiệp. Từ đó, doanh nghiệp có thể xây dựng chiến lược marketing và chăm sóc khách hàng phù hợp.

- Phân loại theo đối tượng khách hàng

Khách hàng cá nhân là những người tiêu dùng riêng lẻ, mua và sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ nhằm phục vụ nhu cầu sinh hoạt cá nhân hoặc gia đình. Đây là nhóm khách hàng chiếm tỷ trọng lớn trong thị trường và có đặc điểm nhu cầu đa dạng, thường xuyên thay đổi theo xu hướng và điều kiện kinh tế. Hành vi mua của họ mang tính cảm xúc cao, dễ bị tác động bởi các yếu tố như giá cả, thương hiệu, quảng cáo và trải nghiệm thực tế khi sử dụng sản phẩm. Chính vì vậy, doanh nghiệp cần tập trung vào việc nâng

cao chất lượng dịch vụ, tạo trải nghiệm tích cực và cá nhân hóa hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm gia tăng sự hài lòng và xây dựng lòng trung thành lâu dài.

Khách hàng doanh nghiệp là các tổ chức, công ty hoặc cơ quan sử dụng sản phẩm, dịch vụ phục vụ cho hoạt động sản xuất, kinh doanh hoặc vận hành. So với khách hàng cá nhân, nhóm này có quy mô giao dịch lớn hơn và mang lại giá trị doanh thu cao hơn cho doanh nghiệp. Đặc điểm nổi bật của khách hàng doanh nghiệp là hành vi mua mang tính lý trí, chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố như chi phí, hiệu quả sử dụng và lợi ích lâu dài. Bên cạnh đó, quá trình ra quyết định mua thường phức tạp, trải qua nhiều bước đánh giá và có sự tham gia của nhiều bộ phận. Vì vậy, doanh nghiệp cần đảm bảo uy tín, chất lượng sản phẩm và xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững nhằm duy trì và phát triển nhóm khách hàng này.

- Phân loại theo mối quan hệ với doanh nghiệp

Khách hàng nội bộ là các cá nhân hoặc bộ phận trong cùng một doanh nghiệp, bao gồm nhân viên và các phòng ban chức năng, có mối quan hệ hỗ trợ và phối hợp lẫn nhau trong quá trình hoạt động. Mặc dù không trực tiếp tạo ra doanh thu, nhưng khách hàng nội bộ lại đóng vai trò nền tảng trong việc đảm bảo hiệu quả vận hành và chất lượng sản phẩm, dịch vụ cung cấp ra thị trường. Nếu các bộ phận không được đáp ứng tốt nhu cầu công việc hoặc thiếu sự phối hợp, hiệu quả chung của doanh nghiệp sẽ bị ảnh hưởng. Do đó, việc quan tâm và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng nội bộ là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp hoạt động ổn định và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng bên ngoài.

Khách hàng bên ngoài là các cá nhân hoặc tổ chức không thuộc doanh nghiệp, trực tiếp mua và sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Đây là nhóm khách hàng mang lại doanh thu và lợi nhuận, đồng thời có ảnh hưởng trực tiếp đến sự tồn tại và vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, khách hàng bên ngoài có nhiều sự lựa chọn và dễ dàng chuyển sang đối thủ nếu không được đáp ứng tốt. Vì vậy, doanh nghiệp cần không ngừng cải thiện chất lượng sản phẩm, nâng cao dịch vụ và xây dựng mối quan hệ lâu dài nhằm giữ chân khách hàng và tạo lợi thế cạnh tranh bền vững.

1.1.2 Khái niệm chăm sóc khách hàng

Chăm sóc khách hàng là toàn bộ các hoạt động của doanh nghiệp nhằm đáp ứng và vượt qua mong đợi của khách hàng thông qua quá trình giao tiếp, hỗ trợ và phục vụ

một cách chuyên nghiệp, tận tâm. Đây không chỉ là nhiệm vụ của riêng một bộ phận mà là trách nhiệm của toàn bộ tổ chức, từ đó giúp nâng cao sự hài lòng, xây dựng lòng trung thành và góp phần phát triển hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp.

1.1.3 Vai trò của chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại

Chăm sóc khách hàng giữ vai trò quan trọng trong hoạt động của ngân hàng thương mại, không chỉ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Trước hết, chăm sóc khách hàng đóng vai trò duy trì và củng cố mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng. Trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, nơi sản phẩm mang tính vô hình và rủi ro cao, sự tin tưởng của khách hàng là yếu tố cốt lõi. Thông qua việc phục vụ tận tình, giải quyết nhu cầu kịp thời và hỗ trợ xuyên suốt, ngân hàng có thể xây dựng mối quan hệ lâu dài và bền chặt với khách hàng.

Bên cạnh đó, chăm sóc khách hàng góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của ngân hàng trên thị trường. Chất lượng phục vụ, thái độ của nhân viên và khả năng giải quyết vấn đề chính là những yếu tố tạo nên trải nghiệm khách hàng. Khi khách hàng có ấn tượng tích cực, ngân hàng sẽ dần khẳng định được vị thế và tạo lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ.

Ngoài ra, chăm sóc khách hàng còn đóng vai trò là cầu nối thông tin giữa khách hàng và ngân hàng. Thông qua quá trình tương tác, ngân hàng có thể thu thập phản hồi, đánh giá và nhu cầu thực tế của khách hàng. Đây là cơ sở quan trọng để ngân hàng điều chỉnh, hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ cũng như nâng cao chất lượng phục vụ.

Không những vậy, hoạt động chăm sóc khách hàng góp phần hạn chế rủi ro và giảm thiểu khiếu nại trong quá trình giao dịch. Khi khách hàng được tư vấn rõ ràng, hỗ trợ đầy đủ và giải quyết vấn đề kịp thời, các mâu thuẫn phát sinh sẽ được kiểm soát tốt hơn, từ đó tạo môi trường giao dịch an toàn và ổn định.

Cuối cùng, chăm sóc khách hàng đóng vai trò hỗ trợ ngân hàng phát triển hoạt động kinh doanh một cách bền vững. Việc duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng không chỉ giúp ngân hàng ổn định nguồn khách hàng hiện tại mà còn tạo hiệu ứng lan truyền tích cực, góp phần mở rộng tệp khách hàng trong dài hạn.

1.2 CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

1.2.1 Mục tiêu của công tác chăm sóc khách hàng

Công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại được triển khai nhằm hướng đến việc đảm bảo hoạt động phục vụ khách hàng diễn ra hiệu quả, phù hợp với nhu cầu thực tế và ngày càng được hoàn thiện.

Trước hết, mục tiêu của chăm sóc khách hàng là đáp ứng kịp thời và đầy đủ nhu cầu của khách hàng trong từng giai đoạn sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Điều này đòi hỏi ngân hàng phải chủ động hỗ trợ, cung cấp thông tin rõ ràng và hướng dẫn cụ thể, giúp khách hàng dễ dàng thực hiện giao dịch và hạn chế những khó khăn phát sinh.

Tiếp theo, chăm sóc khách hàng hướng đến việc nâng cao chất lượng phục vụ trong toàn bộ quá trình giao dịch. Việc cải thiện cách thức giao tiếp, thái độ phục vụ và tốc độ xử lý công việc sẽ giúp hoạt động phục vụ trở nên chuyên nghiệp hơn, đồng thời giảm thiểu sai sót và nâng cao hiệu quả làm việc.

Bên cạnh đó, công tác chăm sóc khách hàng nhằm giúp ngân hàng nắm bắt và hiểu rõ hơn về khách hàng thông qua quá trình tiếp xúc và tương tác. Việc thu thập và phân tích thông tin sẽ giúp ngân hàng xác định được đặc điểm, nhu cầu cũng như thói quen của khách hàng, từ đó điều chỉnh cách thức phục vụ cho phù hợp.

Ngoài ra, chăm sóc khách hàng còn hướng đến việc xử lý kịp thời và hiệu quả các vấn đề phát sinh trong quá trình giao dịch. Khi các tình huống được giải quyết nhanh chóng và hợp lý, hoạt động phục vụ sẽ không bị gián đoạn, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Cuối cùng, mục tiêu của công tác chăm sóc khách hàng là không ngừng cải thiện và hoàn thiện chất lượng dịch vụ. Thông qua việc tiếp nhận phản hồi từ khách hàng, ngân hàng có thể đánh giá và điều chỉnh hoạt động phục vụ, từ đó đáp ứng tốt hơn yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.

1.2.2 Các nguyên tắc trong chăm sóc khách hàng

Để công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động tín dụng cá nhân đạt hiệu quả, ngân hàng cần tuân thủ một số nguyên tắc cơ bản sau:

- Lấy khách hàng làm trung tâm: Mọi hoạt động từ tư vấn, thẩm định đến hỗ trợ sau vay đều cần xuất phát từ nhu cầu thực tế của khách hàng. Ngân hàng không nên chỉ tập trung vào việc “bán” sản phẩm mà phải đặt lợi ích của khách hàng lên trước, đảm bảo sản phẩm phù hợp với khả năng tài chính và mục đích sử dụng vốn. Điều này giúp hạn chế rủi ro cho cả khách hàng và ngân hàng.

- Nhanh chóng và chính xác trong xử lý: Trong lĩnh vực tín dụng, thời gian xử lý hồ sơ có ảnh hưởng lớn đến quyết định của khách hàng. Tuy nhiên, nhanh phải đi kèm với chính xác, đặc biệt là các thông tin liên quan đến lãi suất, điều khoản vay và lịch trả nợ. Nếu xảy ra sai sót, không chỉ làm mất thời gian mà còn ảnh hưởng đến uy tín của ngân hàng.

- Tôn trọng và lắng nghe khách hàng: Khách hàng có thể có những nhu cầu và hoàn cảnh khác nhau, vì vậy nhân viên cần lắng nghe một cách nghiêm túc để hiểu đúng vấn đề. Việc tôn trọng khách hàng không chỉ thể hiện qua lời nói mà còn qua cách giải thích, hướng dẫn và thái độ phục vụ trong suốt quá trình giao dịch.

- Bảo mật thông tin khách hàng: Thông tin về thu nhập, tài sản, khoản vay hay lịch sử tín dụng của khách hàng đều mang tính nhạy cảm. Do đó, ngân hàng cần có quy trình quản lý và bảo mật chặt chẽ, tránh rò rỉ thông tin hoặc sử dụng sai mục đích, nhằm đảm bảo sự tin tưởng từ phía khách hàng.

- Giải quyết khiếu nại kịp thời và hợp lý: Trong quá trình giao dịch, việc phát sinh khiếu nại là khó tránh khỏi. Ngân hàng cần tiếp nhận và xử lý nhanh chóng, đưa ra hướng giải quyết rõ ràng, hợp lý. Nếu xử lý tốt, không những giải quyết được vấn đề mà còn có thể giữ được khách hàng và nâng cao hình ảnh của ngân hàng.

1.2.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng

Nghiên cứu dựa trên mô hình SERVPERF của Cronin & Taylor (1992) chỉ ra rằng sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ chịu ảnh hưởng của năm nhân tố chính: tính hữu hình, sự đáp ứng, sự đảm bảo, sự đồng cảm và sự tin cậy. Các yếu tố này có thể được nhóm lại thành ba nhóm chính để dễ quan sát và phân tích: con người, sản phẩm/dịch vụ và sự thuận tiện.

a. Con người

Con người, tức đội ngũ nhân viên của doanh nghiệp, đóng vai trò trung tâm trong việc tạo ra trải nghiệm dịch vụ. Nhân viên không chỉ là người thực hiện dịch vụ mà còn là hình ảnh đại diện của doanh nghiệp, ảnh hưởng trực tiếp đến niềm tin và cảm giác yên tâm của khách hàng. Hai yếu tố quan trọng trong nhóm này là sự đảm bảo và sự đồng cảm. Sự đảm bảo thể hiện qua khả năng chuyên môn vững vàng, thái độ phục vụ chuyên nghiệp và khả năng xử lý các vấn đề phát sinh một cách hiệu quả, giúp khách hàng tin tưởng rằng dịch vụ sẽ được thực hiện đúng cam kết. Trong khi đó, sự đồng cảm được thể hiện ở việc nhân viên quan tâm, thấu hiểu nhu cầu riêng của từng khách hàng,

chú ý đến từng chi tiết trong quá trình phục vụ, từ đó tạo cảm giác khách hàng được tôn trọng, quan tâm và chăm sóc chu đáo. Khi nhân viên vừa có khả năng chuyên môn cao vừa thấu hiểu khách hàng, trải nghiệm dịch vụ sẽ trở nên tích cực, nâng cao sự hài lòng và củng cố lòng trung thành của khách hàng.

b. Sản phẩm/Dịch vụ

Sản phẩm và dịch vụ là yếu tố khách hàng trực tiếp trải nghiệm và đánh giá chất lượng. Tính hữu hình là đặc điểm quan trọng trong nhóm này, bao gồm cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại, môi trường phục vụ sạch sẽ và đội ngũ nhân viên ưa nhìn, chuyên nghiệp. Những yếu tố này giúp khách hàng hình dung chất lượng dịch vụ trước khi sử dụng và tạo cảm giác yên tâm khi trải nghiệm. Chất lượng sản phẩm/dịch vụ phản ánh giá trị thực tế mà khách hàng nhận được, từ đó tác động trực tiếp đến mức độ hài lòng. Khi sản phẩm và dịch vụ được thiết kế đầy đủ, tiện nghi và đạt chất lượng cao, khách hàng sẽ cảm nhận được sự chuyên nghiệp và cam kết của doanh nghiệp, góp phần tăng niềm tin và thúc đẩy sự trung thành lâu dài..

c. Sự thuận tiện

Sự thuận tiện phản ánh khả năng doanh nghiệp cung cấp dịch vụ một cách linh hoạt, nhanh chóng và đáng tin cậy. Nhóm yếu tố này bao gồm sự đáp ứng và sự tin cậy. Sự đáp ứng thể hiện qua việc doanh nghiệp sẵn sàng giúp đỡ khách hàng, xử lý yêu cầu và khiếu nại kịp thời, cung cấp dịch vụ theo nhu cầu riêng của từng cá nhân và các nhóm khách hàng khác nhau. Sự tin cậy liên quan đến việc doanh nghiệp thực hiện đúng các cam kết ban đầu, từ hợp đồng, chính sách dịch vụ đến các lời hứa trong truyền thông và quảng cáo. Khi khách hàng nhận thấy dịch vụ thuận tiện, linh hoạt và đáng tin cậy, họ cảm thấy an tâm và hài lòng, đồng thời có xu hướng tiếp tục sử dụng dịch vụ trong tương lai.

Như vậy, sự hài lòng của khách hàng được hình thành từ ba nhóm yếu tố quan trọng: con người tận tâm, sản phẩm/dịch vụ chất lượng và sự thuận tiện, đáng tin cậy trong phục vụ. Ba nhóm yếu tố này tác động qua lại lẫn nhau, tạo nên trải nghiệm tích cực tổng thể. Khi doanh nghiệp chú trọng cải thiện đồng bộ cả ba nhóm, khách hàng sẽ không chỉ hài lòng mà còn trung thành lâu dài, góp phần nâng cao giá trị thương hiệu và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

1.2.4 Các hình thức chăm sóc khách hàng

Trong hoạt động tín dụng cá nhân, ngân hàng có thể triển khai nhiều hình thức chăm sóc khách hàng khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu và tạo trải nghiệm tốt cho khách hàng trong từng giai đoạn:

CSKH Trực tiếp

Đây là hình thức chăm sóc khách hàng mà nhân viên của doanh nghiệp gặp gỡ và tương tác trực tiếp với khách hàng. Ví dụ như trong cửa hàng, showroom hoặc buổi ra mắt sản phẩm để cung cấp thông tin, giải đáp thắc mắc và cung cấp hỗ trợ cho khách hàng. Có nhiều khách hàng muốn được trải nghiệm trực tiếp, cá nhân hơn so với chăm sóc qua Email hoặc các nền tảng khác.

CSKH qua Điện thoại

Gọi điện thoại là một cách phổ biến để chăm sóc khách hàng. Nhân viên sẽ gọi điện để cập nhật thông tin, giải đáp thắc mắc, xử lý khiếu nại hoặc đơn giản là kiểm tra tình trạng và sự hài lòng của khách hàng.

CSKH qua Email, tin nhắn

Gửi email hay tin nhắn là một cách để giao tiếp và chăm sóc khách hàng từ xa. Hoạt động này có thể bao gồm việc gửi thông báo, cập nhật sản phẩm/ dịch vụ mới, hỏi ý kiến hoặc cung cấp hỗ trợ khi khách hàng có nhu cầu.

Hình thức chăm sóc khách hàng thông qua email đang ngày càng trở nên phổ biến và thông dụng trong hầu hết các doanh nghiệp hiện nay. Email có khả năng chứa đựng một lượng dữ liệu lớn, việc kiểm tra email cũng trở thành thói quen của tất cả mọi người. Do đó, với loại hình này, doanh nghiệp có khả năng tiếp cận cao hơn đến khách hàng.

CSKH trên các nền tảng Mạng xã hội

Sử dụng các nền tảng mạng xã hội và trò chuyện trực tuyến như Facebook, Instagram, Tiktok,... doanh nghiệp có thể tương tác và chăm sóc khách hàng thông qua các kênh này. Điều này cho phép khách hàng dễ dàng tiếp cận và nhận được hỗ trợ nhanh chóng.

CSKH qua Live chat

Ngày nay, người tiêu dùng trên thị trường thường có nhu cầu tìm hiểu thông tin về sản phẩm/ dịch vụ của doanh nghiệp trên website. Hộp thoại live chat trên website đã trở thành một phương tiện chăm sóc khách hàng tuyệt vời mà doanh nghiệp không nên bỏ qua. Khi tích hợp chatbot, live chat (như Zalo chat, Messenger chat) trở thành một

công cụ chăm sóc khách hàng toàn diện và hiệu quả. Điều này giúp tăng cường khả năng phục vụ khách hàng, giải đáp câu hỏi tự động và cung cấp hỗ trợ ngay lập tức.

1.2.5 Quy trình chăm sóc khách hàng

a. Giai đoạn trước bán hàng

Giai đoạn trước bán hàng giữ vai trò nền tảng trong việc thu hút khách hàng, xây dựng nhận thức và tạo niềm tin ban đầu đối với sản phẩm/dịch vụ. Nếu thực hiện tốt, doanh nghiệp sẽ gia tăng đáng kể khả năng chuyển đổi từ khách hàng tiềm năng sang khách hàng thực tế.

- Thu thập và quản lý thông tin khách hàng: Doanh nghiệp tiến hành thu thập dữ liệu khách hàng. Thông tin bao gồm dữ liệu định danh (họ tên, số điện thoại, địa chỉ,...) và dữ liệu hành vi (nhu cầu, sở thích, lịch sử mua hàng,...). Việc quản lý và lưu trữ khoa học giúp doanh nghiệp dễ dàng phân tích khách hàng, từ đó xây dựng chiến lược tiếp cận phù hợp và nâng cao hiệu quả chăm sóc.

- Phân loại khách hàng: Dựa trên dữ liệu thu thập, khách hàng được phân nhóm theo các tiêu chí như mức độ quan tâm, khả năng chi trả hoặc hành vi tiêu dùng.

Việc phân loại giúp doanh nghiệp tối ưu hóa nguồn lực, tập trung chăm sóc đúng đối tượng và tăng hiệu quả chuyển đổi.

- Duy trì liên hệ và hỗ trợ khách hàng: Doanh nghiệp chủ động tương tác với khách hàng thông qua các kênh như điện thoại, email, mạng xã hội,... nhằm cung cấp thông tin và giải đáp thắc mắc. Quá trình này cần đảm bảo nội dung rõ ràng, súc tích, đồng thời lựa chọn thời điểm phù hợp để tránh gây phiền hà, từ đó tạo thiện cảm với khách hàng.

- Giới thiệu, thuyết phục và chốt đơn: Nhân viên cần hiểu rõ sản phẩm/dịch vụ để tư vấn đúng nhu cầu và làm nổi bật giá trị mang lại cho khách hàng. Việc thuyết phục không nên mang tính áp đặt mà cần dựa trên lợi ích thực tế. Đồng thời, cần nhạy bén trong việc nắm bắt thời điểm để chốt đơn hiệu quả.

- Tạo nền tảng quan hệ với khách hàng: Doanh nghiệp cần xây dựng sự tin tưởng và mối quan hệ tích cực ngay từ đầu. Đây là yếu tố quan trọng giúp khách hàng quay lại trong tương lai và tạo tiền đề cho hoạt động chăm sóc sau bán hàng.

b. Giai đoạn trong bán hàng

Đây là giai đoạn khách hàng trực tiếp trải nghiệm dịch vụ, do đó chất lượng tương tác sẽ ảnh hưởng mạnh đến quyết định mua và mức độ hài lòng của khách hàng.

- Cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng: Doanh nghiệp cần điều chỉnh cách phục vụ phù hợp với từng khách hàng, từ cách giao tiếp đến giải pháp cung cấp, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu riêng biệt của họ.

- Lắng nghe và thấu hiểu khách hàng: Nhân viên cần chủ động lắng nghe, không áp đặt suy nghĩ cá nhân, đồng thời phân tích và xác nhận lại nhu cầu để tránh hiểu sai. Điều này giúp nâng cao chất lượng tư vấn và tạo sự tin tưởng.

Giao tiếp chuyên nghiệp và trung thực: Trong mọi tình huống, nhân viên cần giữ thái độ bình tĩnh, tôn trọng và minh bạch trong thông tin cung cấp. Đây là yếu tố quan trọng giúp xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp của doanh nghiệp.

- Đọc vị tâm lý khách hàng: Việc nhận biết phong cách giao tiếp và trạng thái cảm xúc của khách hàng giúp nhân viên lựa chọn cách tiếp cận phù hợp, từ đó nâng cao hiệu quả tương tác.

- Định hướng giải pháp thay vì từ chối: Thay vì nói “không”, nhân viên nên đưa ra các phương án thay thế phù hợp, giúp khách hàng cảm thấy được hỗ trợ và tăng trải nghiệm tích cực.

c. Giai đoạn sau bán hàng

Giai đoạn sau bán hàng có vai trò duy trì mối quan hệ, nâng cao sự hài lòng và xây dựng lòng trung thành của khách hàng. Đây cũng là yếu tố giúp doanh nghiệp phát triển bền vững.

- Theo dõi và quản lý khách hàng: Doanh nghiệp cần thường xuyên cập nhật thông tin, theo dõi phản hồi của khách hàng thông qua nhiều kênh như mạng xã hội, email, hotline,... nhằm kịp thời hỗ trợ khi cần thiết.

- Chủ động chăm sóc và quan tâm khách hàng: Doanh nghiệp nên chủ động liên hệ để hỏi thăm trải nghiệm sử dụng sản phẩm/dịch vụ, đồng thời cung cấp thông tin về chương trình ưu đãi hoặc sản phẩm mới. Điều này giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm và tăng mức độ gắn bó với doanh nghiệp.

- Xây dựng chính sách cho khách hàng trung thành: Các chương trình ưu đãi riêng, chăm sóc đặc biệt sẽ giúp giữ chân khách hàng và tạo nguồn doanh thu ổn định. Đồng thời, đây cũng là cách doanh nghiệp thể hiện sự tri ân đối với khách hàng.

- Giải quyết khiếu nại nhanh chóng và hiệu quả: Khi phát sinh vấn đề, doanh nghiệp cần tiếp nhận và xử lý kịp thời, đưa ra giải pháp hợp lý nhằm đảm bảo quyền lợi và sự

hài lòng của khách hàng. Việc xử lý tốt khiếu nại không chỉ giữ chân khách hàng mà còn nâng cao uy tín thương hiệu.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG
TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC
2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC

- Tên đầy đủ Ngân Hàng : Ngân Hàng Nông Nghiệp Và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam - Chi Nhánh Đại Lộc
- Tên Tiếng Anh: Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development - Dai Loc Branch
- Tên viết tắt: Agribank Đại Lộc
- Cơ quan quản lý: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
- Địa chỉ chi nhánh: 19 Hùng Vương- Xã Đại Lộc -TP Đà Nẵng
- Người đại diện: Lê Đăng Tuấn
- Điện thoại: (84)37724621
- Ngày hoạt động: 10-12-2013
- Mã số thuế: 0100686174-797
- Loại hình DN: Công ty trách nhiệm hữu hạn ngoài NN
- Website: www.agribank.com.vn
- Cơ quan quản lý: Tỉnh Quảng Nam (Hết HL) - Thuế thành phố Đà Nẵng
- Logo



Hình 2.1 Logo Ngân Hàng AGRIBANK

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) được thành lập ngày 26/3/1988 trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam bắt đầu chuyển sang cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Ngay từ khi thành lập, Agribank được xác định là ngân hàng thương mại nhà nước giữ vai trò chủ lực trong việc cung ứng vốn và dịch vụ tài chính cho khu vực nông nghiệp, nông thôn và nông dân. Trải qua hơn 35 năm xây dựng và phát triển, Agribank không ngừng mở rộng quy mô, nâng cao năng lực hoạt động và khẳng định vị thế trong hệ thống ngân hàng Việt Nam.

Giai đoạn 1988 – 1995: Hình thành và đặt nền móng hoạt động

Trong giai đoạn đầu, Agribank tập trung xây dựng bộ máy tổ chức, hoàn thiện cơ sở vật chất và triển khai các chương trình tín dụng cơ bản phục vụ sản xuất nông nghiệp và đời sống người dân nông thôn. Hoạt động ngân hàng chủ yếu tập trung vào huy động vốn trong dân cư và cho vay hộ gia đình, hộ sản xuất. Đây là giai đoạn tạo nền tảng cho việc mở rộng mạng lưới Agribank về các địa phương, trong đó có khu vực Đại Lộc.

Giai đoạn 1996 – 2005: Mở rộng mạng lưới và hình thành hoạt động tại Đại Lộc

Bước sang giai đoạn phát triển mới, Agribank đẩy mạnh mở rộng mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch tại các địa bàn cấp huyện nhằm đưa dịch vụ ngân hàng đến gần hơn với người dân. Trong giai đoạn này, hoạt động của Agribank tại khu vực Đại Lộc từng bước được hình thành và đi vào ổn định, tập trung cung cấp tín dụng cho nông nghiệp, chăn nuôi, trồng trọt và các hộ kinh doanh nhỏ. Agribank dần trở thành kênh cung ứng vốn chủ yếu, gắn bó mật thiết với đời sống kinh tế của người dân địa phương.

Giai đoạn 2006 – 2015: Phát triển hoạt động và nâng cao chất lượng dịch vụ

Cùng với quá trình đổi mới và hiện đại hóa của toàn hệ thống Agribank, hoạt động tại Đại Lộc có sự phát triển cả về quy mô và chất lượng. Chi nhánh chú trọng đa dạng hóa các sản phẩm tín dụng như cho vay sản xuất – kinh doanh, vay tiêu dùng, vay sửa chữa nhà ở; đồng thời mở rộng các dịch vụ tiền gửi, thanh toán và thẻ ngân hàng. Giai đoạn này đánh dấu bước chuyển từ hoạt động tín dụng đơn thuần sang cung cấp các dịch vụ ngân hàng toàn diện hơn cho khách hàng cá nhân trên địa bàn.

Giai đoạn 2016 – nay: Phát triển ổn định, nâng cao chất lượng và thích ứng với thay đổi địa bàn

Trong giai đoạn này, Agribank định hướng phát triển theo hướng an toàn, hiệu quả và nâng cao chất lượng dịch vụ gắn với chuyển đổi số. Agribank Chi nhánh Đại Lộc tập

trung cải tiến quy trình nghiệp vụ, ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý giao dịch và chăm sóc khách hàng cá nhân.

Sau khi thực hiện sắp xếp đơn vị hành chính, chi nhánh hiện hoạt động trên địa bàn 3 xã gồm Đại Lộc, xã Vu Gia, xã Hà Nha thành phố Đà Nẵng, tiếp tục giữ vai trò là ngân hàng thương mại chủ lực trong cung cấp vốn, dịch vụ tài chính cho người dân, hộ gia đình và các cơ sở sản xuất – kinh doanh tại địa phương.

Nhìn chung, quá trình hình thành và phát triển của Agribank Chi nhánh Đại Lộc luôn gắn liền với định hướng chung của Agribank Việt Nam qua từng giai đoạn, đồng thời phản ánh sự thích ứng linh hoạt với điều kiện kinh tế – xã hội của địa phương, tạo nền tảng cho việc nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng cá nhân trong giai đoạn hiện nay.

2.1.2 Lĩnh vực hoạt động kinh doanh

Nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng trên địa bàn, Agribank Chi nhánh Đại Lộc cung cấp nhiều sản phẩm và dịch vụ tài chính phù hợp với từng nhóm đối tượng khách hàng, cụ thể:

❖ Đối với khách hàng cá nhân và hộ gia đình

Khách hàng cá nhân và hộ gia đình là nhóm khách hàng truyền thống và chiếm tỷ trọng lớn trong hoạt động của Agribank Đại Lộc. Các sản phẩm và dịch vụ chủ yếu bao gồm:

- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn và không kỳ hạn: Giúp khách hàng tích lũy vốn, bảo toàn tài sản và hưởng lãi suất ổn định, phù hợp với thói quen gửi tiết kiệm của người dân địa phương.

- Cho vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, chăn nuôi, trồng trọt: Hỗ trợ vốn cho người dân đầu tư vào sản xuất nông nghiệp, mua con giống, vật tư, phân bón và mở rộng quy mô sản xuất.

- Cho vay tiêu dùng và sửa chữa nhà ở: Đáp ứng nhu cầu chi tiêu cá nhân, cải thiện điều kiện sinh hoạt và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

- Dịch vụ thẻ ATM, chuyển tiền và thanh toán hóa đơn: Giúp khách hàng thực hiện các giao dịch tài chính hàng ngày như rút tiền, chuyển khoản, thanh toán tiền điện, nước, học phí một cách thuận tiện.

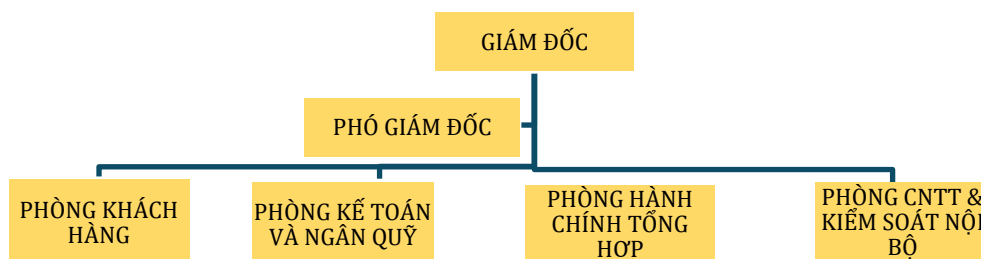
❖ Đối với khách hàng tổ chức và doanh nghiệp

Đối với các doanh nghiệp, hợp tác xã và đơn vị kinh doanh trên địa bàn, Agribank Đại Lộc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ sau:

- Mở và quản lý tài khoản thanh toán: Giúp doanh nghiệp quản lý dòng tiền, thực hiện các giao dịch thu – chi một cách hiệu quả.
- Cho vay bổ sung vốn lưu động: Hỗ trợ doanh nghiệp duy trì và mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Dịch vụ thanh toán và chuyển tiền: Phục vụ các giao dịch thanh toán trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đảm bảo tính an toàn và chính xác.
- Dịch vụ chi trả lương qua tài khoản: Giúp doanh nghiệp thực hiện trả lương cho người lao động nhanh chóng, minh bạch và tiết kiệm thời gian.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức của chi nhánh

2.1.3.1 Sơ đồ tổ chức



Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức của Agribank Đại Lộc

(Nguồn: Tại Ngân Hàng Agribank Đại Lộc)

2.1.3.2 Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận

- **Giám đốc Chi nhánh:** Là người đứng đầu, chịu trách nhiệm toàn bộ hoạt động của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Tổ chức, điều hành và kiểm soát hoạt động kinh doanh theo quy định của Agribank Việt Nam. Xây dựng kế hoạch kinh doanh và chịu trách nhiệm trước Agribank cấp trên.

- **Phó Giám đốc Chi nhánh:** Hỗ trợ Giám đốc trong công tác quản lý và điều hành hoạt động của chi nhánh. Trực tiếp phụ trách, theo dõi và chỉ đạo một số bộ phận chuyên môn theo phân công. Thay mặt Giám đốc giải quyết công việc khi được ủy quyền.

- **Phòng Khách hàng:** Trực tiếp giao dịch, tư vấn và chăm sóc khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trên địa bàn. Thực hiện các nghiệp vụ cho vay như hướng dẫn lập hồ

sơ, thẩm định ban đầu và quản lý khoản vay. Duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng, góp phần mở rộng hoạt động kinh doanh của chi nhánh.

- **Phòng Kế toán và Ngân quỹ:** Thực hiện công tác hạch toán kế toán, theo dõi các nghiệp vụ tài chính phát sinh. Quản lý tiền mặt, tài sản, chứng từ và đảm bảo an toàn kho quỹ. Lập báo cáo kế toán, báo cáo tài chính theo quy định.

- **Phòng Hành chính Tổng hợp:** chịu trách nhiệm đảm bảo mọi hoạt động hành chính và quản lý nhân sự của chi nhánh diễn ra suôn sẻ. Phòng quản lý hồ sơ, văn bản, giấy tờ nội bộ một cách đầy đủ, chính xác và khoa học. Nhân viên thực hiện các công việc liên quan đến tuyển dụng, chấm công, nghỉ phép và theo dõi chế độ phúc lợi cho toàn bộ nhân sự. Đồng thời, phòng chăm lo cơ sở vật chất, trang thiết bị văn phòng và phối hợp tổ chức các sự kiện, cuộc họp nội bộ. Bên cạnh đó, phòng hỗ trợ các phòng ban khác trong việc chuẩn bị tài liệu, báo cáo, giúp mọi hoạt động của chi nhánh diễn ra hiệu quả và trơn tru.

Phòng CNTT & Kiểm soát nội bộ: Quản lý hệ thống công nghệ thông tin, ngân hàng điện tử và các ứng dụng CNTT phục vụ nghiệp vụ ngân hàng, đồng thời thực hiện kiểm soát nội bộ, giám sát rủi ro, kiểm tra tuân thủ các quy định và xử lý sai sót. Hỗ trợ các phòng áp dụng công nghệ mới, nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và thực hiện các báo cáo giám sát, kiểm toán nội bộ định kỳ theo yêu cầu Ban Giám đốc.

2.2 PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH ẢNH HƯỞNG ĐẾN NGÂN HÀNG

2.2.1 Môi trường vĩ mô

2.2.1.1 Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế là một trong những yếu tố vĩ mô có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động huy động vốn, cho vay và cung cấp dịch vụ của ngân hàng thương mại. Sự biến động của nền kinh tế sẽ tác động đến thu nhập, khả năng thanh toán, nhu cầu vay vốn cũng như xu hướng sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng cá nhân.

Trong những năm gần đây, nền kinh tế Việt Nam tiếp tục duy trì xu hướng phục hồi và tăng trưởng tích cực sau giai đoạn chịu ảnh hưởng của dịch bệnh và biến động kinh tế toàn cầu. Theo số liệu công bố, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2023 đạt khoảng 5,05%, năm 2024 đạt khoảng 7% và năm 2025 đạt khoảng 8,02%. Bước sang năm 2026, nền kinh tế được dự báo tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá cao, khoảng 7–7,5%, cho thấy môi trường kinh doanh ngày càng ổn định và có nhiều tín hiệu

khả quan. Bên cạnh đó, lạm phát vẫn được kiểm soát ở mức dưới 4%, góp phần ổn định mặt bằng giá cả, duy trì sức mua của người dân và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động tài chính – ngân hàng phát triển.

Cùng với sự tăng trưởng của nền kinh tế, quy mô dân số Việt Nam năm 2026 ước đạt trên 102 triệu người, trong đó lực lượng lao động chiếm tỷ trọng lớn. Thu nhập bình quân đầu người ngày càng được cải thiện, đời sống người dân từng bước nâng cao, kéo theo nhu cầu gửi tiết kiệm, vay vốn tiêu dùng, vay vốn sản xuất – kinh doanh và sử dụng các dịch vụ ngân hàng hiện đại ngày càng gia tăng. Đặc biệt, xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt, sử dụng ngân hàng điện tử, mobile banking và thẻ ngân hàng ngày càng phổ biến đã tạo điều kiện thuận lợi để các ngân hàng thương mại mở rộng thị trường và phát triển khách hàng cá nhân. Đây được xem là cơ hội quan trọng giúp Agribank Chi nhánh Đại Lộc mở rộng hoạt động huy động vốn, cho vay và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi, nền kinh tế vẫn tiềm ẩn nhiều khó khăn và rủi ro như biến động giá cả thị trường, rủi ro từ thị trường bất động sản, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng, cũng như ảnh hưởng của tình hình kinh tế thế giới. Đối với khu vực nông thôn, sản xuất nông nghiệp vẫn phụ thuộc nhiều vào điều kiện thời tiết, thiên tai và biến động giá nông sản, dẫn đến khả năng tài chính của người dân chưa thực sự ổn định. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng trả nợ, nhu cầu vay vốn cũng như chất lượng tín dụng của ngân hàng.

Đối với địa bàn hoạt động của chi nhánh, nền kinh tế mang đặc trưng chủ yếu là nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể và các hộ sản xuất nhỏ lẻ. Nhu cầu vay vốn phục vụ sản xuất nông nghiệp, chăn nuôi, buôn bán nhỏ và nhu cầu gửi tiết kiệm của người dân tương đối ổn định. Đây là điều kiện thuận lợi để Agribank Chi nhánh Đại Lộc phát triển hoạt động tín dụng cá nhân và mở rộng quy mô khách hàng. Tuy nhiên, do khách hàng chủ yếu là hộ gia đình và hộ sản xuất nhỏ nên khả năng chống chịu trước biến động kinh tế còn hạn chế, đòi hỏi chi nhánh phải chú trọng hơn trong công tác thẩm định, quản lý rủi ro tín dụng và chăm sóc khách hàng cá nhân.

Nhận xét: Từ những phân tích trên có thể thấy, môi trường kinh tế hiện nay mang lại nhiều cơ hội thuận lợi cho Agribank Chi nhánh Đại Lộc trong việc mở rộng hoạt động kinh doanh, phát triển khách hàng cá nhân và nâng cao khả năng huy động vốn. Sự tăng trưởng ổn định của nền kinh tế, thu nhập người dân ngày càng cải thiện cùng

với xu hướng sử dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại gia tăng đã tạo điều kiện thuận lợi để chi nhánh phát triển các sản phẩm tín dụng, tiết kiệm và dịch vụ ngân hàng số. Bên cạnh đó, đặc điểm kinh tế địa phương với nhu cầu vay vốn và gửi tiết kiệm tương đối ổn định cũng giúp Agribank duy trì lợi thế trong phân khúc khách hàng nông nghiệp – nông thôn. Tuy nhiên, những rủi ro từ biến động kinh tế, thị trường nông sản và sự phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên vẫn là những thách thức lớn đối với hoạt động tín dụng của chi nhánh. Vì vậy, Agribank Chi nhánh Đại Lộc cần tiếp tục nâng cao chất lượng quản lý tín dụng, tăng cường chăm sóc khách hàng và đa dạng hóa dịch vụ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và đảm bảo sự phát triển bền vững trong thời gian tới.

2.2.1.2 Môi trường chính trị - pháp luật

Việt Nam là quốc gia có nền chính trị ổn định, Nhà nước giữ vai trò quản lý thống nhất và định hướng phát triển nền kinh tế theo mục tiêu ổn định vĩ mô và phát triển bền vững. Trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, Chính phủ có sự can thiệp và định hướng rõ ràng nhằm đảm bảo an toàn hệ thống, kiểm soát lạm phát và thực hiện các mục tiêu kinh tế – xã hội. Đặc biệt, Nhà nước ưu tiên phát triển nông nghiệp, nông thôn thông qua các chương trình hỗ trợ tín dụng, giảm nghèo và phát triển kinh tế hộ gia đình. Những định hướng chính trị này phù hợp với chức năng và vai trò của Agribank – ngân hàng thương mại nhà nước giữ vị trí chủ lực trong lĩnh vực “tam nông”, tạo điều kiện thuận lợi cho Agribank Chi nhánh Đại Lộc triển khai hoạt động kinh doanh gắn với phát triển kinh tế địa phương.

Hệ thống pháp luật về ngân hàng tại Việt Nam ngày càng được hoàn thiện với nhiều văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh trực tiếp hoạt động của các ngân hàng thương mại, bao gồm quy định về huy động vốn, cấp tín dụng, lãi suất, quản trị rủi ro, an toàn vốn và thanh toán không dùng tiền mặt. Các quy định này góp phần tạo lập môi trường kinh doanh minh bạch, bình đẳng và có kiểm soát trong ngành ngân hàng. Đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc, khung pháp lý rõ ràng là cơ sở để chi nhánh triển khai các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đúng quy định, đồng thời bảo vệ quyền lợi của khách hàng cá nhân và nâng cao tính an toàn trong hoạt động.

Nhận xét: Môi trường chính trị ổn định cùng với các chủ trương ưu tiên phát triển nông nghiệp – nông thôn của Nhà nước mang lại cơ hội cho Agribank Chi nhánh Đại Lộc mở rộng hoạt động cho vay đối với khách hàng cá nhân, hộ gia đình và hộ sản xuất, phù hợp với đặc thù kinh tế nông thôn trên địa bàn hoạt động của chi nhánh, qua đó gia

tăng dư nợ tín dụng và củng cố vai trò ngân hàng chủ lực trên địa bàn. Bên cạnh đó, môi trường pháp luật ngày càng hoàn thiện giúp chi nhánh hoạt động an toàn, nâng cao uy tín và niềm tin của khách hàng. Tuy nhiên, thách thức đặt ra là Agribank phải thực hiện đồng thời mục tiêu kinh doanh và nhiệm vụ chính sách, đặc biệt trong lĩnh vực tín dụng nông nghiệp tiềm ẩn nhiều rủi ro. Ngoài ra, các quy định pháp luật ngày càng chặt chẽ về thẩm định, quản lý và kiểm soát rủi ro làm tăng chi phí hoạt động, kéo dài thời gian xử lý hồ sơ, từ đó tạo áp lực cạnh tranh đối với chi nhánh trong bối cảnh nhiều ngân hàng thương mại khác có quy trình linh hoạt hơn.

2.2.1.3 Môi trường văn hóa - xã hội

Môi trường văn hoá – xã hội định hình thói quen sử dụng dịch vụ ngân hàng và mức độ tiếp cận sản phẩm tài chính của người dân địa phương:

- Đặc điểm dân cư: Địa bàn hoạt động của Agribank Chi nhánh Đại Lộc trải dài trên 3 xã, với đặc trưng chung là khu vực nông thôn, nơi dân cư chủ yếu sinh sống bằng nông nghiệp, chăn nuôi và các hoạt động kinh doanh hộ gia đình nhỏ lẻ. Vì vậy, nhu cầu gửi tiết kiệm và vay vốn phục vụ sản xuất, phát triển kinh tế diễn ra thường xuyên và tương đối ổn định. Trên cơ sở đó, Agribank Chi nhánh Đại Lộc cần tập trung cung cấp các sản phẩm tín dụng phù hợp với điều kiện kinh tế nông thôn, đồng thời đẩy mạnh dịch vụ thẻ và thanh toán đơn giản, giúp người dân trên địa bàn dễ dàng tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng.

- Nhận thức tài chính: Cùng với sự cải thiện mức sống và trình độ dân trí của người dân trên địa bàn, nhận thức về tài chính – ngân hàng ngày càng được nâng cao, không chỉ dừng lại ở nhu cầu vay vốn sản xuất truyền thống mà còn mở rộng sang vay tiêu dùng, gửi tiết kiệm có kỳ hạn, sử dụng thẻ và các dịch vụ ngân hàng số cơ bản. Xu hướng này tạo điều kiện để Agribank Chi nhánh Đại Lộc đa dạng hóa sản phẩm, đồng thời đẩy mạnh việc phổ biến và hướng dẫn người dân tiếp cận các dịch vụ ngân hàng hiện đại phù hợp với điều kiện nông thôn.

- Văn hóa phục vụ: Trong bối cảnh khu vực nông thôn, văn hóa giao dịch ngân hàng của người dân thường đề cao sự gần gũi, tận tâm và hướng dẫn rõ ràng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến cách thức tiếp cận và mức độ tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng. Do đó, đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc, yếu tố văn hóa phục vụ đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng niềm tin, duy trì mối quan hệ lâu dài và nâng cao mức độ gắn bó của khách hàng cá nhân trên địa bàn.

Nhận xét: Môi trường văn hóa – xã hội trên địa bàn ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu và hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng của người dân, từ đó tác động đến hoạt động kinh doanh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đặc điểm dân cư chủ yếu sinh sống bằng nông nghiệp và kinh doanh hộ gia đình nhỏ lẻ giúp nhu cầu gửi tiết kiệm và vay vốn phục vụ sản xuất diễn ra thường xuyên, tạo điều kiện thuận lợi để chi nhánh duy trì và mở rộng hoạt động tín dụng đối với khách hàng cá nhân. Bên cạnh đó, nhận thức tài chính của người dân ngày càng được nâng cao cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu sử dụng các sản phẩm dịch vụ như vay tiêu dùng, gửi tiết kiệm có kỳ hạn, thẻ và các dịch vụ ngân hàng số cơ bản. Tuy nhiên, do đặc thù văn hóa nông thôn còn đề cao sự thận trọng và cần được hướng dẫn cụ thể khi tiếp cận các dịch vụ tài chính mới, Agribank Chi nhánh Đại Lộc phải chú trọng nâng cao chất lượng phục vụ, tăng cường tư vấn và xây dựng niềm tin để đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng trên địa bàn.

2.2.1.4 Môi trường công nghệ

Trong những năm gần đây, môi trường công nghệ tại Việt Nam phát triển nhanh chóng, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng với sự ứng dụng mạnh mẽ của các công nghệ số như ngân hàng số (Digital Banking), trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và công nghệ chuỗi khối (Blockchain). Các ngân hàng ngày càng đẩy mạnh số hóa quy trình nghiệp vụ, từ mở tài khoản, thanh toán, chuyển tiền đến quản lý thông tin khách hàng và kiểm soát rủi ro. Bên cạnh đó, hạ tầng viễn thông và tỷ lệ người dân sử dụng điện thoại thông minh, Internet tại khu vực nông thôn cũng ngày càng tăng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các dịch vụ ngân hàng điện tử tại địa bàn.

Nhận xét: Xét về cơ hội, môi trường công nghệ phát triển cho phép Agribank Chi nhánh Đại Lộc mở rộng cung ứng các dịch vụ ngân hàng số như Internet Banking, Mobile Banking, thanh toán không dùng tiền mặt đến khách hàng cá nhân và hộ kinh doanh, giúp tiết kiệm thời gian giao dịch và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Việc ứng dụng AI và Big Data còn hỗ trợ chi nhánh trong phân tích hành vi khách hàng, thẩm định tín dụng và quản lý rủi ro hiệu quả hơn, đặc biệt đối với nhóm khách hàng nông thôn. Tuy nhiên, môi trường công nghệ cũng đặt ra thách thức lớn khi Agribank phải đầu tư nguồn lực đáng kể cho hạ tầng công nghệ, đào tạo nhân sự và đảm bảo an toàn, bảo mật thông tin khách hàng trước các rủi ro an ninh mạng. Ngoài ra, tốc độ đổi mới công nghệ nhanh cũng tạo áp lực cạnh tranh cho Agribank Chi nhánh Đại Lộc trong việc

bắt kịp các ngân hàng thương mại có nền tảng công nghệ hiện đại và dịch vụ số linh hoạt hơn.

2.2.2 Môi trường vi mô

2.2.2.1 Khách hàng

Khách hàng là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Trong quá trình hoạt động, Agribank phục vụ nhiều nhóm khách hàng khác nhau, tuy nhiên có thể chia thành hai nhóm khách hàng chính, bao gồm khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp. Mỗi nhóm khách hàng có đặc điểm, nhu cầu sử dụng sản phẩm và mức độ đóng góp khác nhau đối với ngân hàng.

➤ Khách hàng cá nhân

Khách hàng cá nhân của Agribank Chi nhánh Đại Lộc chủ yếu là người dân sinh sống và làm việc trên địa bàn ba xã mà chi nhánh trực tiếp quản lý, bao gồm nông dân, hộ gia đình sản xuất nông nghiệp, tiểu thương, cán bộ công chức và người lao động có thu nhập ổn định. Đây là nhóm khách hàng truyền thống, có mối quan hệ gắn bó lâu dài với ngân hàng. Nhóm khách hàng này thường sử dụng các sản phẩm và dịch vụ như:

Tài khoản tiền gửi thanh toán và tiền gửi tiết kiệm

Dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa (ATM), chuyển tiền trong và ngoài hệ thống

Các khoản vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, chăn nuôi, trồng trọt

Vay vốn tiêu dùng, sửa chữa nhà ở và phục vụ đời sống

Mặc dù giá trị giao dịch của từng khách hàng cá nhân không quá lớn, nhưng số lượng khách hàng đông đảo và nhu cầu giao dịch thường xuyên đã giúp nhóm khách hàng này đóng góp nguồn vốn huy động ổn định và tạo nền tảng cho hoạt động tín dụng của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Ngoài ra, sự tin tưởng của khách hàng cá nhân đối với Agribank còn xuất phát từ uy tín của một ngân hàng thương mại nhà nước và sự an toàn trong hoạt động.

➤ Khách hàng doanh nghiệp

Khách hàng doanh nghiệp tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã và hộ kinh doanh cá thể hoạt động trong các lĩnh vực nông nghiệp, thương mại, xây dựng và dịch vụ trên địa bàn ba xã do chi nhánh quản lý và phục vụ. Nhóm khách hàng này có vai trò quan trọng trong việc mở rộng hoạt động cho vay và gia tăng doanh thu cho ngân hàng.

Các doanh nghiệp thường sử dụng các sản phẩm và dịch vụ như:

- + Vay vốn phục vụ sản xuất, kinh doanh và bổ sung vốn lưu động
- + Mở và quản lý tài khoản thanh toán doanh nghiệp
- + Dịch vụ chuyển tiền, thanh toán và chi trả lương qua tài khoản
- Dựa trên quy mô và doanh thu, khách hàng doanh nghiệp của Agribank Chi nhánh Đại Lộc có thể phân thành:

+ Doanh nghiệp siêu nhỏ: Doanh nghiệp có quy mô nhỏ, doanh thu thấp, nhu cầu vay vốn chủ yếu phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh ngắn hạn

+ Doanh nghiệp nhỏ: Doanh nghiệp có doanh thu và quy mô hoạt động ở mức trung bình, nhu cầu sử dụng đa dạng các sản phẩm tín dụng và dịch vụ ngân hàng

+ Doanh nghiệp vừa: Doanh nghiệp có quy mô lớn hơn, giá trị giao dịch cao và yêu cầu cao hơn về chất lượng dịch vụ

Nhìn chung, khách hàng doanh nghiệp mang lại nguồn thu ổn định từ hoạt động tín dụng và dịch vụ thanh toán, đồng thời góp phần thúc đẩy tăng trưởng dư nợ và mở rộng thị phần của Agribank Chi nhánh Đại Lộc trên địa bàn

2.2.2.2 Đối thủ cạnh tranh

Trên địa bàn, hoạt động ngân hàng diễn ra trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng rõ nét với sự tham gia của nhiều ngân hàng thương mại. Mỗi ngân hàng có định hướng hoạt động, nhóm khách hàng mục tiêu và lợi thế cạnh tranh riêng, tạo nên những áp lực cạnh tranh nhất định đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Dưới đây là các đối thủ cạnh tranh trực tiếp của chi nhánh cùng những đặc điểm, điểm mạnh, điểm yếu và lợi thế cạnh tranh của Agribank so với từng đối thủ.

Bảng 2.1 các đối thủ cạnh tranh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc

Ngân hàng	Đặc điểm	Điểm mạnh	Điểm yếu
Sacombank	- Tập trung vào khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh, tiểu thương - Phát triển mạnh các sản phẩm tiền gửi, cho vay tiêu dùng và dịch vụ thanh toán	- Hình ảnh ngân hàng hiện đại, phong cách phục vụ chuyên nghiệp - Ứng dụng ngân hàng số, internet banking thuận tiện - Quy trình xử lý hồ sơ nhanh, phù hợp khách hàng cần vốn ngắn hạn	- Ít sản phẩm tín dụng chuyên biệt cho nông nghiệp - Chưa thực sự gắn bó lâu dài với khu vực nông thôn - Chính sách cho vay còn thận trọng với khách hàng sản xuất nhỏ
LPBank	- Tiếp cận khách hàng ở nhiều khu vực - Cung cấp dịch vụ tiền gửi, thanh toán và cho vay cơ bản	- Mạng lưới giao dịch rộng, thuận tiện cho người dân - Dễ tiếp cận với khách hàng chưa quen giao dịch - Thủ tục giao dịch tương đối nhanh	- Sản phẩm tín dụng chưa phong phú - Chưa có nhiều gói vay phù hợp sản xuất nông nghiệp - Hạn mức và thời hạn cho vay còn hạn chế
DongA Bank	- Tập trung vào khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh, tiểu thương - Phát triển mạnh các sản phẩm tiền gửi, cho vay tiêu dùng và dịch vụ thanh toán	- Hình ảnh ngân hàng hiện đại, phong cách phục vụ chuyên nghiệp - Ứng dụng ngân hàng số, internet banking thuận tiện - Quy trình xử lý hồ sơ nhanh, phù hợp khách hàng cần vốn ngắn hạn	- Ít sản phẩm tín dụng chuyên biệt cho nông nghiệp - Chưa thực sự gắn bó lâu dài với khu vực nông thôn - Chính sách cho vay còn thận trọng với khách hàng sản xuất nhỏ

So với các ngân hàng thương mại trên địa bàn, Agribank Đại Lộc thể hiện lợi thế cạnh tranh rõ rệt trong việc phục vụ khách hàng nông nghiệp – nông thôn và các hộ sản xuất nhỏ lẻ. Bên cạnh đó, Agribank là ngân hàng có mức độ nhận diện thương hiệu cao và uy tín lâu năm, đặc biệt đối với người dân khu vực nông thôn, tạo nền tảng vững chắc trong việc thu hút và duy trì khách hàng. Trong khi các ngân hàng đối thủ chủ yếu tập trung vào khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh và các khoản vay tiêu dùng với chính sách tín dụng còn thận trọng đối với lĩnh vực sản xuất nông nghiệp, Agribank Chi nhánh Đại Lộc triển khai nhiều sản phẩm tín dụng chuyên biệt phù hợp với chu kỳ sản xuất nông nghiệp, với hạn mức cho vay linh hoạt và thời hạn vay phù hợp với mùa vụ. Bên cạnh đó, phạm vi hoạt động của chi nhánh trải dài trên 3 xã, giúp khách hàng ở cả khu vực trung tâm và vùng xa dễ dàng tiếp cận dịch vụ ngân hàng, đây là lợi thế mà nhiều ngân hàng thương mại khác trên địa bàn chưa đáp ứng tốt. Ngoài ra, Agribank Chi nhánh Đại Lộc còn duy trì mối quan hệ gắn bó lâu dài với khách hàng địa phương, nhờ sự am hiểu đặc thù kinh tế – xã hội và khả năng tư vấn tài chính phù hợp với từng nhóm khách hàng. Chính những yếu tố này đã giúp Agribank Chi nhánh Đại Lộc tạo dựng được niềm tin, nâng cao khả năng giữ chân khách hàng và duy trì vị thế cạnh tranh bền vững trên địa bàn.

2.2.2.3 Nhà cung cấp

Ngân hàng là một loại hình kinh doanh đặc biệt, trong đó sản phẩm kinh doanh chủ yếu là tiền tệ. Do đó, nhà cung cấp trong hoạt động ngân hàng được hiểu là các tổ chức và đơn vị cung cấp những nguồn lực đầu vào cần thiết, phục vụ cho quá trình vận hành và kinh doanh của ngân hàng.

Đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc, nhà cung cấp quan trọng nhất là Agribank Việt Nam (cấp trên). Đây là đơn vị thực hiện chức năng điều hòa, phân bổ và điều chuyển nguồn vốn trong toàn hệ thống Agribank. Nguồn vốn do Agribank Việt Nam cung cấp có tính ổn định cao, chi phí vốn tương đối thấp và phù hợp với định hướng phát triển tín dụng nông nghiệp – nông thôn, giúp chi nhánh chủ động trong hoạt động cho vay và đảm bảo khả năng thanh khoản.

Bên cạnh đó, các đơn vị cung cấp dịch vụ công nghệ thông tin và hệ thống thanh toán cũng là nhóm nhà cung cấp quan trọng. Các đơn vị này chịu trách nhiệm cung cấp và vận hành các phần mềm nghiệp vụ, hệ thống thanh toán điện tử và hạ tầng công nghệ,

với đặc điểm là tính chính xác cao, yêu cầu bảo mật nghiêm ngặt và tính ổn định liên tục, nhằm đảm bảo các giao dịch ngân hàng diễn ra an toàn và thông suốt.

Ngoài ra, các nhà cung cấp trang thiết bị, cơ sở vật chất và dịch vụ hỗ trợ như máy móc văn phòng, thiết bị giao dịch, dịch vụ bảo vệ, vệ sinh... cũng góp phần duy trì hoạt động thường xuyên của chi nhánh. Nhóm nhà cung cấp này có đặc điểm là cung cấp các yếu tố hỗ trợ gián tiếp, nhưng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

2.3 CÁC NGUỒN LỰC CỦA DOANH NGHIỆP ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC

2.3.1 Cơ sở vật chất

Ngân hàng Agribank Đại Lộc cơ sở vật chất được bố trí như sau:

Bảng 2.2 Cơ sở vật chất tại ngân hàng Agribank Đại Lộc

Chỉ tiêu	ĐVT	2024	2025	2026
A. Diện tích	M2	600	600	600
B. Số lượng MMTB				
Máy tính	Cái	35	37	38
Máy in	Cái	12	14	17
Máy photocopy	Cái	3	3	4
Máy scan	Cái	3	3	5
Máy điều hòa	Cái	12	14	14
Máy điện thoại	Cái	15	16	16
Camera	Cái	8	9	9
Bàn ghế	Bộ	35	37	38

➤ Qua bảng trên ta có thể dễ dàng nhìn thấy tình hình cơ sở vật chất của ngân hàng ngày càng phát triển. Nguồn nhân lực tăng, đồng nghĩa với việc thiết bị cũng ngày càng tăng thêm để hỗ trợ nhân viên làm việc. Các thiết bị thì luôn được trang bị hiện đại để nhằm làm tăng năng suất làm việc của các nhân viên. Cùng với cơ cấu hạ tầng hiện đại, thiết bị hiện đại, cơ sở hạ tầng làm cho nhân viên tăng năng suất làm việc đem lại sự phát triển cho ngân hàng trong tương lai. Khách hàng sẽ chú ý nhiều hơn đến Ngân hàng, và từ đó đem lại một lượng khách hàng lớn đến cho ngân hàng.

2.3.2 Nguồn nhân lực

*Bảng 2.3 Tình hình sử dụng lao động tại Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam
giai đoạn 2024 – 2026*

(Đơn vị tính: Người, %)

Chỉ tiêu	2024		2025		2026	
	Số lượng	(%)	Số lượng	(%)	Số lượng	(%)
Tổng số lao động	31	100	33	100	34	100
Phân theo giới tính						
Nam	12	38.71	13	39.39	13	38.24
Nữ	19	61.29	20	60.61	21	61.76
Phân theo trình độ						
Đại học	28	90.32	30	90.91	31	91.18
Sau Đại học	3	9.68	3	9.09	3	8.82
Phân theo độ tuổi						
Dưới 30	5	16.13	6	18.18	7	20.59
Từ 30-35	11	35.48	12	36.36	12	35.29
Trên 35	15	48.39	15	45.45	15	44.12
Phân theo phòng ban						
Giám đốc	1	3.23	1	3.03	1	2.94
Phó Giám đốc	1	3.23	1	3.03	1	2.94
Phòng Khách hàng	8	25.81	9	27.27	9	26.47
Kế toán & Ngân quỹ	13	41.94	14	42.42	15	44.12
Hành chính Tổng hợp	6	19.35	6	18.18	6	17.65
CNTT & KS nội bộ	2	6.45	2	6.06	2	5.88

(Nguồn: Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam)

Nhận xét: Qua bảng số liệu thống kê tình hình sử dụng lao động tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam giai đoạn 2024 – 2026, có thể đưa ra những đánh giá tổng quan và sâu sắc về nguồn nhân lực của chi nhánh như sau:

Về quy mô nhân sự của chi nhánh có sự tăng trưởng nhẹ và mang tính ổn định cao qua các năm. Tổng số lao động tăng từ 31 người (năm 2024) lên 33 người (năm 2025) và đạt 34 người vào năm 2026. Sự biến động tăng trưởng này diễn ra một cách hợp lý và thận trọng, phản ánh chính sách tối ưu hóa bộ máy tổ chức của hệ thống Agribank, vừa

đảm bảo mở rộng năng lực kinh doanh bán lẻ vừa tiết giảm chi phí vận hành một cách hiệu quả tại địa bàn.

Thứ hai, về cơ cấu theo giới tính, đặc thù ngành ngân hàng đòi hỏi sự khéo léo, cẩn trọng và tính kiên nhẫn cao trong các hoạt động giao dịch quầy, kế toán và chăm sóc khách hàng; điều này được thể hiện rõ nét qua cơ cấu giới tính tại chi nhánh. Lực lượng lao động nữ luôn chiếm tỷ trọng áp đảo và duy trì ổn định ở mức trên 60% (cụ thể là 61.29% năm 2024, 60.61% năm 2025 và đạt 61.76% vào năm 2026). Ngược lại, lao động nam chiếm tỷ lệ từ 38.24% đến 39.39%, đây là lực lượng nòng cốt tham gia vào các công tác quản lý chuyên sâu, thẩm định các dự án tín dụng lớn hoặc phụ trách các địa bàn nông nghiệp xa xôi đòi hỏi tính cơ động cao.

Về chất lượng trình độ chuyên môn của đội ngũ cán bộ nhân viên tại Agribank Đại Lộc ở mức rất cao và chuyển biến tích cực. Số lượng cán bộ đạt trình độ Đại học chiếm đa số, tăng từ 28 người (năm 2024) lên 31 người (năm 2026), đẩy tỷ lệ lao động có trình độ Đại học lên mức 91.18% vào cuối giai đoạn. Trong khi đó, nhân sự có trình độ Sau Đại học duy trì cố định ở mức 3 người (chiếm khoảng 8.82% - 9.68%), chủ yếu tập trung trong bộ máy lãnh đạo quản lý cốt lõi. Chỉ số này chứng minh chi nhánh rất chú trọng đến chất lượng đầu vào tuyển dụng và công tác đào tạo nội bộ, đảm bảo nguồn lực vững vàng để xử lý các quy trình nghiệp vụ ngân hàng ngày càng hiện đại, phức tạp.

Về cơ cấu độ tuổi tại chi nhánh phân bổ khá tương đối hài hòa và có xu hướng trẻ hóa tích cực. Lực lượng lao động trên 35 tuổi giữ nguyên số lượng là 15 người qua các năm, chiếm tỷ trọng lớn nhất (từ 44.12% - 48.39%). Đây là tài sản quý báu của chi nhánh bởi họ là những cán bộ có thâm niên, am hiểu sâu sắc văn hóa, tập quán và tệp khách hàng địa phương. Lao động từ 30-35 tuổi giữ mức ổn định 11 - 12 người (chiếm khoảng 35%). Đáng chú ý là nhóm lao động trẻ dưới 30 tuổi có sự gia tăng rõ rệt, từ 5 người (năm 2024) lên 7 người (năm 2026), chiếm tỷ trọng 20.59%. Việc bổ sung các nhân sự trẻ giúp chi nhánh tăng cường sức bật, sự năng động và khả năng tiếp thu nhanh nhạy các nền tảng công nghệ mới để phục vụ chiến lược chuyển đổi số.

Về cơ cấu phân bổ theo các phòng ban thể hiện rõ nét tư duy quản trị tinh gọn và tập trung nguồn lực cho các phòng nghiệp vụ kinh doanh mũi nhọn trực tiếp sinh lời. Ban Giám đốc chi nhánh duy trì cơ cấu lãnh đạo tối giản gồm 01 Giám đốc và 01 Phó Giám đốc xuyên suốt giai đoạn nhằm nâng cao tốc độ ra quyết định điều hành. Các phòng ban hỗ trợ phụ trợ như Hành chính Tổng hợp (6 người) và đặc biệt là bộ phận

CNTT & Kiểm soát nội bộ (cố định tuyệt đối 2 người qua các năm) được giữ định biên nghiêm ngặt để tiết kiệm tối đa chi phí hậu cần nhưng vẫn đảm bảo hệ thống thông tin vận hành an toàn, bảo mật. Ngược lại, nguồn lực tăng cường được ưu tiên tuyệt đối cho các bộ phận trực tiếp tiếp xúc khách hàng. Phòng Khách hàng (bộ phận tín dụng, quản lý dư nợ địa bàn) được củng cố mạnh mẽ từ 8 người năm 2024 lên 9 người năm 2025 và duy trì ổn định sang năm 2026, giúp giải quyết triệt để tình trạng quá tải địa bàn và đẩy mạnh tăng trưởng dư nợ an toàn. Song song đó, Phòng Kế toán & Ngân quỹ cũng tăng liên tục từ 13 người lên 15 người để đảm bảo tốc độ giao dịch quỹ, nâng cao trải nghiệm dịch vụ của khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

Tóm lại, công tác quản lý và sử dụng nguồn nhân lực tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc giai đoạn 2024 - 2026 được thực hiện rất khoa học. Sự phối hợp nhịp nhàng giữa một đội ngũ cán bộ lớn tuổi giàu kinh nghiệm và nhóm nhân sự trẻ năng động, cùng sự ưu tiên nhân lực cho các phòng nghiệp vụ cốt lõi chính là bệ phóng vững chắc giúp chi nhánh hoàn thành xuất sắc các chỉ tiêu kinh doanh được giao.

2.3.3 Nguồn lực tài chính và tình hình kinh doanh

a. Nguồn lực tài chính

*Bảng 2.4 Tình hình tài chính tại Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam giai đoạn
2023 – 2025*

(Đơn vị tính: Tỷ đồng, %)

Chỉ tiêu	2023		2024		2025		CL 2023/2024		CL 2024/2025	
	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)
A. Tài sản										
Tài sản ngắn hạn										
1. Tiền mặt, vàng bạc	228.417	8,38	246.538	8,32	265.412	8,18	18.121	7,93	18.874	7,66
2. Tiền gửi tại NHNN	786.524	28,87	804.615	27,16	812.450	25,03	18.091	2,3	7.835	0,97
3. Cho vay khách hàng	1.283.353	47,1	1.488.746	50,26	1.715.420	52,85	205.393	16	226.674	15,23
ĐẦU TƯ DÀI HẠN										
4. Tài sản cố định	168.942	6,2	187.264	6,32	208.350	6,42	18.322	10,85	21.086	11,26
5. Tài sản khác	257.600	9,45	235.910	7,96	243.985	7,52	-21.690	-8,42	8.075	3,42
TỔNG TÀI SẢN	2.724.836	100	2.962.073	100	3.245.617	100	237.237	8,71	283.544	9,57
B. NGUỒN VỐN										
I. NỢ PHẢI TRẢ	2.416.083	88,67	2.627.063	88,69	2.887.207	88,96	210.980	8,73	260.144	9,9
1. Tiền gửi của KH	1.995.368	73,23	2.160.842	72,95	2.415.600	74,43	165.474	8,29	254.758	11,79
2. Các khoản nợ khác	420.715	15,44	466.221	15,74	471.607	14,53	45.506	10,82	5.386	1,16
VỐN CHỦ SỞ HỮU	308.753	11,33	334.010	11,28	358.410	11,04	25.257	8,18	24.400	7,31
TỔNG NGUỒN VỐN	2.724.836	100	2.962.073	100	3.245.617	100	237.237	8,71	283.544	9,57

(Nguồn: Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam)

Qua bảng ta thấy, nhìn chung trong giai đoạn 2023–2025, Agribank Chi nhánh Đại Lộc có tổng tài sản và tổng nguồn vốn tăng đều qua 3 năm.

Phân tích biến động về tài sản:

Trong giai đoạn 2023–2025, tổng tài sản của Agribank Chi nhánh Đại Lộc có xu hướng tăng liên tục qua các năm. Cụ thể, năm 2023 tổng tài sản đạt 2.724.836 triệu đồng, đến năm 2024 tăng lên 2.962.073 triệu đồng, tăng 237.237 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 8,71%, do chi nhánh đẩy mạnh hoạt động huy động vốn và mở rộng tín dụng đáp ứng nhu cầu vay vốn ngày càng tăng của khách hàng trên địa bàn. Sang năm 2025, tổng tài sản tiếp tục tăng lên 3.245.617 triệu đồng, tăng 283.544 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 9,57%, nhờ nguồn vốn huy động tiếp tục tăng trưởng ổn định và hoạt động kinh doanh của chi nhánh được mở rộng. Điều này cho thấy quy mô hoạt động của chi nhánh ngày càng được mở rộng, khả năng huy động và sử dụng vốn có sự tăng trưởng ổn định.

Về cơ cấu tài sản, tài sản của chi nhánh chủ yếu tập trung ở các khoản mục: tiền mặt và vàng bạc, tiền gửi tại Ngân hàng Nhà nước, cho vay khách hàng, tài sản cố định và tài sản khác. Sự biến động của từng khoản mục như sau:

Tiền mặt và vàng bạc năm 2023 đạt 228.417 triệu đồng, chiếm 8,38% tổng tài sản. Năm 2024 đạt 246.538 triệu đồng, tăng 18.121 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 7,93%, do nhu cầu giao dịch, thanh toán và rút tiền của khách hàng ngày càng tăng. Đến năm 2025, khoản mục này đạt 265.412 triệu đồng, tăng 18.874 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 7,66%, nhằm đảm bảo khả năng thanh toán và đáp ứng kịp thời nhu cầu giao dịch của khách hàng. Điều này cho thấy chi nhánh luôn duy trì lượng tiền mặt hợp lý nhằm đảm bảo khả năng thanh toán và đáp ứng nhu cầu giao dịch của khách hàng.

Tiền gửi tại Ngân hàng Nhà nước năm 2023 đạt 786.524 triệu đồng, chiếm 28,87% tổng tài sản. Năm 2024 đạt 804.615 triệu đồng, tăng 18.091 triệu đồng, tương ứng mức tăng 2,3%, do quy mô nguồn vốn huy động tăng nên chi nhánh phải duy trì mức dự trữ theo quy định của Ngân hàng Nhà nước. Sang năm 2025, khoản mục này đạt 812.450 triệu đồng, tăng 7.835 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 0,97%, cho thấy chi nhánh vẫn duy trì khả năng dự trữ nhưng tập trung nhiều hơn nguồn vốn cho hoạt động tín dụng. Mức tăng không lớn cho thấy chi nhánh đang tập trung sử dụng nguồn vốn cho các hoạt động sinh lời, đặc biệt là hoạt động tín dụng.

Cho vay khách hàng là khoản mục chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng tài sản và có xu hướng tăng mạnh qua các năm. Năm 2023 đạt 1.283.353 triệu đồng, chiếm 47,1% tổng tài sản. Năm 2024 đạt 1.488.746 triệu đồng, tăng 205.393 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 16%, do nhu cầu vay vốn phục vụ sản xuất kinh doanh, tiêu dùng và phát triển kinh tế hộ gia đình trên địa bàn tăng lên. Đến năm 2025, cho vay khách hàng đạt 1.715.420 triệu đồng, tăng 226.674 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 15,23%, nhờ chi nhánh tiếp tục mở rộng hoạt động tín dụng và gia tăng số lượng khách hàng vay vốn. Điều này cho thấy hoạt động tín dụng của chi nhánh phát triển mạnh và đóng vai trò chủ yếu trong việc tạo ra thu nhập cho ngân hàng.

Tài sản cố định năm 2023 đạt 168.942 triệu đồng, chiếm 6,2% tổng tài sản. Năm 2024 tăng lên 187.264 triệu đồng, tăng 18.322 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 10,85%, do chi nhánh đầu tư thêm cơ sở vật chất, trang thiết bị và hệ thống công nghệ phục vụ hoạt động kinh doanh. Sang năm 2025, tài sản cố định đạt 208.350

triệu đồng, tăng 21.086 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 11,26%, nhờ tiếp tục nâng cấp hạ tầng và hiện đại hóa các điều kiện phục vụ khách hàng. Điều này cho thấy chi nhánh tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị và hạ tầng nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Tài sản khác năm 2023 đạt 257.600 triệu đồng, chiếm 9,45% tổng tài sản. Năm 2024 giảm xuống còn 235.910 triệu đồng, giảm 21.690 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức giảm 8,42%, do chi nhánh thực hiện cơ cấu lại một số khoản mục tài sản và giảm các khoản phải thu hoặc tài sản ngắn hạn khác. Tuy nhiên đến năm 2025, khoản mục này tăng trở lại lên 243.985 triệu đồng, tăng 8.075 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 3,42%, do phát sinh thêm một số khoản mục phục vụ hoạt động kinh doanh và quản lý của chi nhánh. Điều này cho thấy chi nhánh đã có sự điều chỉnh cơ cấu tài sản hợp lý hơn trong quá trình hoạt động.

Phân tích biến động về nguồn vốn:

Cùng với sự gia tăng của tổng tài sản, tổng nguồn vốn của Agribank Chi nhánh Đại Lộc cũng tăng liên tục trong giai đoạn 2023–2025. Năm 2023 tổng nguồn vốn đạt 2.724.836 triệu đồng, năm 2024 đạt 2.962.073 triệu đồng, tăng 237.237 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 8,71%, chủ yếu do nguồn vốn huy động từ khách hàng tăng lên. Sang năm 2025, tổng nguồn vốn đạt 3.245.617 triệu đồng, tăng 283.544 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 9,57%, nhờ chi nhánh tiếp tục nâng cao hiệu quả huy động vốn và mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh. Điều này cho thấy quy mô hoạt động của chi nhánh ngày càng được mở rộng và khả năng huy động vốn ngày càng hiệu quả.

Nợ phải trả chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của chi nhánh. Năm 2023 đạt 2.416.083 triệu đồng, chiếm 88,67% tổng nguồn vốn. Năm 2024 tăng lên 2.627.063 triệu đồng, tăng 210.980 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 8,73%, do nguồn vốn huy động từ khách hàng và các khoản phải trả khác đều tăng lên. Đến năm 2025, nợ phải trả đạt 2.887.207 triệu đồng, tăng 260.144 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 9,9%, phù hợp với xu hướng mở rộng hoạt động kinh doanh và gia tăng nguồn vốn huy động của chi nhánh. Điều này phản ánh chi nhánh chủ yếu sử dụng nguồn vốn huy động để phục vụ hoạt động kinh doanh.

Tiền gửi của khách hàng là nguồn vốn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn. Năm 2023 đạt 1.995.368 triệu đồng, chiếm 73,23% tổng nguồn vốn. Năm 2024 đạt

2.160.842 triệu đồng, tăng 165.474 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 8,29%, nhờ uy tín thương hiệu Agribank cùng các chính sách huy động vốn phù hợp đã thu hút thêm khách hàng gửi tiền. Sang năm 2025, tiền gửi khách hàng tăng lên 2.415.600 triệu đồng, tăng 254.758 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 11,79%, do chi nhánh tiếp tục duy trì tốt chất lượng dịch vụ và mở rộng tệp khách hàng. Điều này cho thấy chi nhánh duy trì được uy tín, niềm tin của khách hàng và khả năng huy động vốn khá tốt.

Các khoản nợ khác năm 2023 đạt 420.715 triệu đồng, chiếm 15,44% tổng nguồn vốn. Năm 2024 tăng lên 466.221 triệu đồng, tăng 45.506 triệu đồng, tương ứng mức tăng 10,82%, do phát sinh thêm các khoản phải trả trong quá trình hoạt động kinh doanh. Đến năm 2025, khoản mục này đạt 471.607 triệu đồng, tăng 5.386 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 1,16%, cho thấy tốc độ gia tăng các khoản nợ khác đã được kiểm soát tốt hơn so với năm trước. Mức tăng không lớn cho thấy chi nhánh đã kiểm soát tương đối ổn định các khoản nợ khác trong cơ cấu nguồn vốn.

Vốn chủ sở hữu năm 2023 đạt 308.753 triệu đồng, chiếm 11,33% tổng nguồn vốn. Năm 2024 tăng lên 334.010 triệu đồng, tăng 25.257 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 8,18%, do kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh có lãi và được bổ sung vào nguồn vốn. Sang năm 2025, vốn chủ sở hữu đạt 358.410 triệu đồng, tăng 24.400 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 7,31%, nhờ lợi nhuận tiếp tục tăng trưởng và góp phần củng cố năng lực tài chính của chi nhánh. Điều này cho thấy khả năng tự chủ tài chính của chi nhánh ngày càng được cải thiện và tạo nền tảng cho hoạt động kinh doanh ổn định hơn.

Nhận xét chung: Nhìn chung, trong giai đoạn 2023–2025, tình hình tài chính của Agribank Chi nhánh Đại Lộc có sự tăng trưởng khá ổn định. Tổng tài sản và tổng nguồn vốn đều tăng qua các năm, phản ánh quy mô hoạt động của chi nhánh ngày càng được mở rộng. Trong cơ cấu tài sản, cho vay khách hàng luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất và có tốc độ tăng trưởng cao, do nhu cầu vay vốn của khách hàng ngày càng gia tăng và chi nhánh chú trọng phát triển hoạt động tín dụng. Bên cạnh đó, nguồn vốn của chi nhánh chủ yếu được hình thành từ tiền gửi khách hàng và nợ phải trả, nhờ khả năng huy động vốn hiệu quả và sự tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng, đồng thời vốn chủ sở hữu cũng tăng dần qua các năm, góp phần nâng cao khả năng tự chủ tài chính và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của chi nhánh trong thời gian tới.

b. Tình hình kinh doanh

*Bảng 2.5 Kết quả hoạt động kinh doanh tại Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam
Nam giai đoạn 2023 – 2025*

(Đơn vị tính: Tỷ đồng, %)

Chỉ tiêu	2023		2024		2025		CL 2023/2024		CL 2024/2025	
	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)	GT	(%)
1. Tổng doanh thu	204.301	100	250.415	100	281.452	100	46.114	22,57	31.037	12,39
Thu lãi cho vay	173.655	85	209.563	83,69	232.540	82,62	35.908	20,68	22.977	10,96
Thu dịch vụ	19.112	9,35	26.394	10,54	32.860	11,68	7.282	38,1	6.466	24,5
Thu khác	11.534	5,65	14.458	5,77	16.052	5,7	2.924	25,35	1.594	11,03
2. Tổng chi phí	164.846	100	204.801	100	231.220	100	39.955	24,24	26.419	12,9
Chi trả lãi	139.468	84,61	168.432	82,24	191.450	82,8	28.964	20,77	23.018	13,67
Chi phí hoạt động dịch vụ	8.006	4,86	10.984	5,36	13.240	5,73	3	37,2	2.256	20,54
Chi phí hoạt động	11.496	6,97	18.961	9,26	22.140	9,57	7.465	64,94	3.179	16,77
Chi phí dự phòng rủi ro TD	1.177	0,71	3.593	1,75	3.250	1,41	2.416	205,27	-343	-9,55
Chi khác	4.699	2,85	2.831	1,38	1.140	0,49	-1.868	-39,75	-1.691	-59,73
3. Lợi nhuận trước thuế	39.455	100	45.614	100	50.232	100	6.159	15,61	4.618	10,12
Thuế (20%)	7.891	20	9.123	20	10.046	20	1.232	15,61	923	10,12
Lợi nhuận sau thuế	31.564	80	36.491	80	40.186	80	4.927	15,61	3.695	10,12

(Nguồn: Agribank – Chi nhánh Đại Lộc Quảng Nam)

Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh:

Trong giai đoạn 2023–2025, kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc có xu hướng tăng trưởng tương đối ổn định và hiệu quả. Tổng doanh thu, lợi nhuận trước thuế và lợi nhuận sau thuế đều tăng trưởng tốt qua các năm, cho thấy hoạt động kinh doanh của chi nhánh đạt hiệu quả tích cực, năng trị quản lý chi phí được tối ưu và khả năng sinh lời ngày càng được cải thiện.

Tổng doanh thu năm 2023 đạt 204.301 triệu đồng. Sang năm 2024, tổng doanh thu tăng lên 250.415 triệu đồng, tăng 46.114 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 22,57%. Đến năm 2025, tổng doanh thu tiếp tục duy trì đà tăng trưởng, đạt 281.452 triệu đồng, tăng 31.037 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 12,39%. Điều này cho thấy quy mô hoạt động kinh doanh của chi nhánh ngày càng mở rộng và năng lực tạo doanh thu được nâng cao qua từng năm.

Trong cơ cấu doanh thu, thu lãi cho vay luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất. Năm 2023, thu lãi cho vay đạt 173.655 triệu đồng, chiếm 85% tổng doanh thu. Năm 2024 đạt 209.563 triệu đồng, tăng 35.908 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 20,68%. Sang năm 2025, khoản mục này đạt 232.540 triệu đồng, chiếm 82,62% tổng doanh thu, tăng 22.977 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 10,96%. Điều

này chứng minh hoạt động tín dụng truyền thống vẫn là nguồn thu cốt lõi, mang tính chất quyết định đến hiệu quả kinh doanh của chi nhánh.

Thu dịch vụ năm 2023 đạt 19.112 triệu đồng, chiếm 9,35% tổng doanh thu. Năm 2024 tăng lên 26.394 triệu đồng, tăng 7.282 triệu đồng, tương ứng mức tăng 38,1%. Đến năm 2025, thu dịch vụ đạt 32.860 triệu đồng, chiếm 11,68% trong tổng cơ cấu, tăng 6.466 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 24,5%. Tốc độ tăng trưởng cao và tỷ trọng ngày càng tăng của mảng dịch vụ cho thấy chi nhánh đang đi đúng hướng trong việc chú trọng phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại, từng bước đa dạng hóa nguồn thu và giảm thiểu sự phụ thuộc vào hoạt động tín dụng.

Thu khác năm 2023 đạt 11.534 triệu đồng, chiếm 5,65% tổng doanh thu. Năm 2024 tăng lên 14.458 triệu đồng, tăng 2.924 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 25,35%. Sang năm 2025, thu khác đạt 16.052 triệu đồng, tăng 1.594 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 11,03%. Điều này cho thấy các nguồn thu ngoài hoạt động chính vẫn đóng góp ổn định vào tổng doanh thu của chi nhánh.

Tổng chi phí năm 2023 đạt 164.846 triệu đồng. Năm 2024 tăng lên 204.801 triệu đồng, tăng 39.955 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 24,24%. Đến năm 2025, tổng chi phí đạt 231.220 triệu đồng, tăng thêm 26.419 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 12,90%. Việc kiểm soát tốc độ tăng tổng chi phí năm 2025 thấp hơn tốc độ tăng doanh thu phản ánh nỗ lực kiểm soát và tối ưu hóa chi phí đầu vào của chi nhánh.

Trong cơ cấu chi phí, chi trả lãi là khoản mục chiếm tỷ trọng lớn nhất. Năm 2023 đạt 139.468 triệu đồng, chiếm 84,61% tổng chi phí. Năm 2024 tăng lên 168.432 triệu đồng, tăng 28.964 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 20,77%. Sang năm 2025, chi trả lãi đạt 191.450 triệu đồng, chiếm 82,80% tổng chi phí, tăng 23.018 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 13,67%. Điều này phù hợp với xu thế chi nhánh phải gia tăng nguồn lực chi trả chi phí huy động vốn nhằm đảm bảo tính thanh khoản và đáp ứng nhu cầu giải ngân tín dụng.

Chi phí hoạt động dịch vụ năm 2023 đạt 8.006 triệu đồng, chiếm 4,86% tổng chi phí. Năm 2024 tăng lên 10.984 triệu đồng, tăng 2.978 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 37,2%. Năm 2025 đạt 13.240 triệu đồng, tăng 2.256 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 20,54%. Điều này cho thấy hoạt động dịch vụ mở rộng tất yếu kéo theo các chi phí phục vụ hoạt động này gia tăng tương xứng.

Chi phí hoạt động năm 2023 đạt 11.496 triệu đồng, chiếm 6,97% tổng chi phí. Năm 2024 tăng lên 18.961 triệu đồng, tương ứng mức tăng 64,94%. Sang năm 2025, khoản mục này được kiểm soát hiệu quả ở mức 22.140 triệu đồng, tăng 3.179 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng với tỷ lệ tăng ổn định là 16,77%. Sự điều chỉnh này phản ánh việc chi nhánh đã chủ động thắt chặt quản lý, tối ưu hóa các chi phí quản lý doanh nghiệp và vận hành bộ máy sau giai đoạn tăng cường đầu tư mạnh vào cơ sở vật chất năm 2024.

Chi phí dự phòng rủi ro tín dụng năm 2023 đạt 1.177 triệu đồng. Năm 2024 tăng mạnh lên 3.593 triệu đồng, tương ứng mức tăng 205,27%. Tuy nhiên đến năm 2025, khoản mục này đã giảm xuống còn 3.250 triệu đồng, giảm 343 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức giảm 9,55%. Điều này cho thấy chi nhánh đã thực hiện tốt công tác kiểm soát, phân loại nợ, nâng cao chất lượng tín dụng và quản trị rủi ro hiệu quả.

Chi khác năm 2023 đạt 4.699 triệu đồng, chiếm 2,85% tổng chi phí. Năm 2024 giảm xuống còn 2.831 triệu đồng, giảm 39,75% so với năm 2023. Sang năm 2025, khoản mục này tiếp tục giảm xuống còn 1.140 triệu đồng, giảm 1.691 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức giảm 59,73%. Điều này chứng tỏ chi nhánh đã triệt để tiết giảm các khoản chi chưa thực sự cần thiết nhằm dồn lực nâng cao hiệu quả kinh doanh cốt lõi.

Lợi nhuận trước thuế năm 2023 đạt 39.455 triệu đồng. Năm 2024 tăng lên 45.614 triệu đồng, tăng 6.159 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng mức tăng 15,61%. Đến năm 2025, nhờ việc tối ưu hóa chi phí vận hành, lợi nhuận trước thuế đạt mức tăng trưởng ấn tượng với 50.232 triệu đồng, tăng 4.618 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 10,12%.

Thuế năm 2023 đạt 7.891 triệu đồng. Năm 2024 tăng lên 9.123 triệu đồng, tăng 1.232 triệu đồng, tương ứng mức tăng 15,61%. Sang năm 2025, mức thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp tương ứng là 10.046 triệu đồng, tăng 923 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 10,12%.

Lợi nhuận sau thuế năm 2023 đạt 31.564 triệu đồng. Năm 2024 đạt 36.491 triệu đồng, tăng trưởng 15,61%. Đến năm 2025, lợi nhuận sau thuế đạt 40.186 triệu đồng, tăng 3.695 triệu đồng so với năm 2024, duy trì tốc độ tăng trưởng tốt ở mức 10,12%. Kết quả tăng trưởng đồng đều này là minh chứng rõ nét cho thấy hiệu quả hoạt động kinh doanh toàn diện và năng lực tài chính ngày càng vững mạnh của chi nhánh.

Nhận xét chung:

Nhìn chung, trong giai đoạn 2023–2025, kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc mang lại bức tranh tăng trưởng rất khả quan và bền vững. Tổng doanh thu và lợi nhuận ròng đều có sự bứt phá và duy trì đà tăng qua các năm, phản ánh năng lực quản trị hiệu quả của Ban điều hành. Thu nhập của chi nhánh có sự chuyển dịch tích cực khi mảng tín dụng giữ vai trò nền tảng ổn định, đồng thời nguồn thu từ dịch vụ đang bộc lộ tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ hướng tới đa dạng hóa nguồn thu. Song song với việc mở rộng quy mô, chi nhánh đã chứng tỏ được khả năng quản lý chi phí hoạt động và chủ động giảm thiểu áp lực dự phòng rủi ro, từ đó duy trì được mức sinh lời cao, tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển an toàn, hiệu quả trong giai đoạn tiếp theo.

2.4 THỰC TRẠNG CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG

2.4.1 Giới thiệu khách hàng tín dụng cá nhân

Trong bối cảnh các ngân hàng thương mại ngày càng chú trọng phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ, khách hàng tín dụng cá nhân đang trở thành nhóm khách hàng chiến lược, góp phần quan trọng trong việc tạo nguồn thu ổn định và phân tán rủi ro tín dụng. Tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, nhóm khách hàng này không chỉ chiếm tỷ trọng lớn mà còn phản ánh rõ nét đặc điểm kinh tế – xã hội của địa phương, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả và định hướng phát triển hoạt động tín dụng của chi nhánh.

a. Quy mô khách hàng tín dụng cá nhân

Khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc chiếm tỷ trọng chủ yếu trong tổng số khách hàng vay vốn. Điều này xuất phát từ đặc điểm của địa bàn các xã Đại Lộc, xã Hà Nha và xã Vu Gia nơi kinh tế vẫn dựa nhiều vào nông nghiệp, chăn nuôi và các hoạt động kinh doanh nhỏ lẻ. Do đó, nhu cầu vay vốn của người dân chủ yếu phục vụ sản xuất nông nghiệp, mở rộng quy mô hộ kinh doanh hoặc đáp ứng các nhu cầu tiêu dùng thiết yếu như xây dựng nhà ở, mua sắm tài sản và chi tiêu sinh hoạt.

Mặc dù giá trị mỗi khoản vay thường không lớn, song với số lượng khách hàng đông đảo và tần suất vay vốn tương đối thường xuyên, tổng dư nợ từ nhóm khách hàng này vẫn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu tín dụng của chi nhánh. Đây là nguồn thu ổn định từ lãi vay, đồng thời giúp ngân hàng hạn chế rủi ro tập trung so với việc phụ thuộc vào một số ít khách hàng doanh nghiệp lớn.

Tuy nhiên, quy mô lớn của nhóm khách hàng tín dụng cá nhân cũng kéo theo những khó khăn nhất định trong công tác quản lý. Các khoản vay thường mang tính nhỏ lẻ, phân tán và chịu ảnh hưởng lớn từ các yếu tố bên ngoài như thời tiết, dịch bệnh trong nông nghiệp hay biến động giá cả thị trường. Điều này làm gia tăng rủi ro tín dụng nếu ngân hàng không có biện pháp kiểm soát phù hợp. Do đó, Agribank Chi nhánh Đại Lộc cần tăng cường công tác thẩm định, giám sát sau cho vay và theo dõi sát sao tình hình sử dụng vốn của khách hàng nhằm đảm bảo an toàn tín dụng.

Bên cạnh đó, xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế và nâng cao mức sống của người dân trong những năm gần đây cũng làm thay đổi nhu cầu vay vốn. Không chỉ dừng lại ở sản xuất nông nghiệp, khách hàng cá nhân ngày càng có nhu cầu vay tiêu dùng, vay phục vụ dịch vụ và đầu tư nhỏ lẻ. Điều này cho thấy quy mô khách hàng không chỉ mở rộng về số lượng mà còn đa dạng hơn về nhu cầu, tạo cơ hội cho chi nhánh phát triển các sản phẩm tín dụng phù hợp.

b. Phân loại khách hàng tín dụng cá nhân

Tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, khách hàng tín dụng cá nhân được phân loại dựa trên mục đích sử dụng vốn, đặc điểm nghề nghiệp và nguồn thu nhập của khách hàng. Hiện nay, khách hàng tín dụng cá nhân tại chi nhánh chủ yếu được chia thành ba nhóm gồm: khách hàng vay sản xuất nông nghiệp, khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ và khách hàng vay tiêu dùng cá nhân.

Khách hàng vay sản xuất nông nghiệp

Nhóm khách hàng vay sản xuất nông nghiệp là nhóm khách hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu dư nợ tín dụng cá nhân của chi nhánh, khoảng 39% tổng dư nợ. Đây chủ yếu là các hộ nông dân, hộ gia đình sinh sống tại khu vực nông thôn và có nguồn thu nhập chính từ hoạt động trồng trọt, chăn nuôi hoặc sản xuất nông nghiệp.

Nguồn vốn vay của nhóm khách hàng này được sử dụng chủ yếu để đầu tư cho quá trình sản xuất như mua giống cây trồng, vật nuôi, phân bón, thức ăn chăn nuôi, máy móc, vật tư nông nghiệp và chi phí chăm sóc trong suốt quá trình sản xuất.

Đặc điểm nổi bật của nhóm khách hàng này là chu kỳ sử dụng vốn thường kéo dài và mang tính mùa vụ rõ rệt. Khả năng trả nợ phụ thuộc nhiều vào kết quả sản xuất, thời tiết, dịch bệnh cũng như sự biến động của giá cả nông sản trên thị trường.

Do đó, dòng tiền của khách hàng thường không ổn định, việc thu hồi vốn tập trung chủ yếu vào cuối vụ thu hoạch. Điều này khiến mức độ rủi ro tín dụng của nhóm khách hàng vay sản xuất nông nghiệp thường cao hơn so với các nhóm khách hàng khác.

Tuy nhiên, đây vẫn là nhóm khách hàng truyền thống và đóng vai trò quan trọng trong hoạt động tín dụng của Agribank do phù hợp với định hướng phát triển nông nghiệp – nông thôn của ngân hàng.

Khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ

Nhóm khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ chiếm khoảng 37% tổng dư nợ tín dụng cá nhân của chi nhánh. Khách hàng chủ yếu là các hộ kinh doanh cá thể, tiểu thương, cá nhân buôn bán nhỏ tại chợ hoặc kinh doanh dịch vụ trên địa bàn.

Nguồn vốn vay được sử dụng chủ yếu để bổ sung vốn lưu động, nhập hàng hóa, duy trì hoạt động kinh doanh hoặc mở rộng quy mô buôn bán.

So với nhóm khách hàng vay sản xuất nông nghiệp, nhu cầu vay vốn của nhóm khách hàng này thường phát sinh thường xuyên và linh hoạt hơn do hoạt động kinh doanh diễn ra liên tục trong năm.

Thu nhập của khách hàng được hình thành chủ yếu từ hoạt động kinh doanh hằng ngày nên dòng tiền có tính ổn định tương đối và khả năng quay vòng vốn nhanh hơn.

Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh nhỏ lẻ vẫn chịu ảnh hưởng lớn từ biến động thị trường, giá cả hàng hóa, sức mua của người tiêu dùng và tình hình kinh tế địa phương. Vì vậy, khả năng trả nợ của nhóm khách hàng này tuy ổn định hơn nhưng vẫn tiềm ẩn những rủi ro nhất định khi thị trường biến động hoặc hoạt động kinh doanh gặp khó khăn.

Khách hàng vay tiêu dùng cá nhân

Bên cạnh đó, nhóm khách hàng vay tiêu dùng cá nhân chiếm khoảng 24% tổng dư nợ tín dụng cá nhân của chi nhánh. Nhóm khách hàng này chủ yếu bao gồm cán bộ, công chức, viên chức, người lao động có thu nhập ổn định và các hộ gia đình có nhu cầu vay vốn phục vụ đời sống.

Mục đích vay vốn thường nhằm phục vụ các nhu cầu tiêu dùng như mua sắm tài sản, sửa chữa hoặc xây dựng nhà ở, mua phương tiện đi lại, hoặc nâng cao chất lượng cuộc sống.

Nguồn trả nợ của nhóm khách hàng này chủ yếu dựa vào tiền lương hoặc thu nhập ổn định hằng tháng nên khả năng trả nợ thường đều đặn và dễ dự đoán hơn so với các nhóm khách hàng khác.

Ngoài ra, thời gian vay vốn của nhóm khách hàng này thường ngắn hoặc trung hạn, thủ tục vay vốn tương đối đơn giản và mức độ rủi ro tín dụng nhìn chung thấp hơn. Tuy nhiên, khả năng trả nợ của khách hàng vẫn có thể bị ảnh hưởng nếu xảy ra biến động về công việc, thu nhập hoặc các rủi ro tài chính phát sinh trong cuộc sống.

Nhận xét: Nhìn chung, mỗi nhóm khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc đều có những đặc điểm riêng về nhu cầu sử dụng vốn, khả năng tạo thu nhập và mức độ rủi ro tín dụng. Trong đó, nhóm khách hàng vay sản xuất nông nghiệp mang tính mùa vụ và phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên; nhóm khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ có dòng tiền linh hoạt nhưng chịu tác động từ biến động thị trường; còn nhóm khách hàng vay tiêu dùng cá nhân có nguồn trả nợ ổn định hơn nhưng phụ thuộc chủ yếu vào thu nhập cá nhân. Vì vậy, việc phân loại khách hàng tín dụng cá nhân có ý nghĩa quan trọng trong công tác quản lý tín dụng, giúp chi nhánh xây dựng chính sách cho vay phù hợp, nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng, hạn chế rủi ro và góp phần nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng cá nhân tại ngân hàng.

2.4.2 Mục tiêu chăm sóc khách hàng cá nhân tại ngân hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc

Công tác chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được triển khai theo định hướng gắn kết giữa nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng và đảm bảo hiệu quả hoạt động tín dụng. Các mục tiêu không chỉ dừng lại ở việc cải thiện trải nghiệm khách hàng mà còn hỗ trợ trực tiếp cho công tác quản lý và phát triển tín dụng cá nhân tại chi nhánh, cụ thể như sau:

Thứ nhất, nâng cao mức độ hài lòng và khả năng tiếp cận dịch vụ của khách hàng.

Chi nhánh chú trọng hoàn thiện quy trình phục vụ theo hướng rõ ràng, dễ hiểu, đặc biệt đối với khách hàng khu vực nông thôn – nhóm khách hàng còn hạn chế về khả năng tiếp cận thông tin tài chính. Việc hướng dẫn cụ thể các thủ tục vay vốn, giải thích đầy đủ các điều khoản và hỗ trợ trực tiếp trong quá trình giao dịch giúp khách hàng giảm bớt tâm lý e ngại, đồng thời nâng cao mức độ tin tưởng đối với ngân hàng. Qua đó, trải nghiệm giao dịch được cải thiện theo hướng thuận tiện, minh bạch và dễ tiếp cận hơn.

Thứ hai, duy trì sự ổn định và gia tăng giá trị từ nhóm khách hàng hiện hữu.

Đối với nhóm khách hàng truyền thống, mục tiêu không chỉ là duy trì quan hệ mà còn nâng cao hiệu quả khai thác khách hàng. Thông qua việc hỗ trợ kịp thời, xử lý linh hoạt nhu cầu vay vốn và đồng hành trong quá trình sử dụng vốn, chi nhánh từng bước

củng cố sự gắn bó của khách hàng. Mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng vì vậy được phát triển theo hướng bền vững, góp phần duy trì nguồn dư nợ ổn định và hạn chế rủi ro phát sinh.

Thứ ba, mở rộng quy mô và phạm vi khách hàng cá nhân trên địa bàn.

Chi nhánh chủ động tận dụng lợi thế về uy tín thương hiệu và mạng lưới hoạt động để tiếp cận khách hàng mới, đặc biệt tại các khu vực còn tiềm năng. Bên cạnh đó, việc khai thác kênh giới thiệu từ khách hàng hiện hữu được xem là một phương thức hiệu quả trong việc gia tăng số lượng khách hàng. Nhờ đó, tệp khách hàng cá nhân được mở rộng không chỉ về số lượng mà còn về mức độ đa dạng, tạo điều kiện cho chi nhánh phát triển hoạt động tín dụng một cách bền vững.

Thứ tư, hỗ trợ kiểm soát rủi ro và nâng cao chất lượng tín dụng thông qua hoạt động chăm sóc khách hàng.

Công tác chăm sóc khách hàng được gắn liền với quá trình theo dõi sau cho vay. Thông qua việc duy trì liên hệ thường xuyên, nắm bắt tình hình sử dụng vốn và khả năng trả nợ, chi nhánh có thể nhận diện sớm các dấu hiệu bất thường trong hoạt động tài chính của khách hàng. Điều này giúp ngân hàng chủ động đưa ra các biện pháp xử lý phù hợp, hạn chế phát sinh nợ xấu và nâng cao hiệu quả quản lý tín dụng.

Nhìn chung, các mục tiêu chăm sóc khách hàng tại chi nhánh được triển khai theo hướng đồng bộ, vừa nâng cao trải nghiệm khách hàng, vừa phục vụ trực tiếp cho việc phát triển và kiểm soát hoạt động tín dụng cá nhân.

2.4.3 Nguyên tắc chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc

Trong hoạt động tín dụng cá nhân, Agribank Chi nhánh Đại Lộc luôn chú trọng tuân thủ các nguyên tắc chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Các nguyên tắc này được vận dụng linh hoạt dựa trên điều kiện thực tế tại chi nhánh, bao gồm:

Thứ nhất, lấy khách hàng làm trung tâm

Chi nhánh luôn đặt nhu cầu và lợi ích của khách hàng lên hàng đầu trong quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng. Nhân viên chủ động tìm hiểu mục đích vay vốn, khả năng tài chính và điều kiện thực tế của khách hàng để tư vấn sản phẩm phù hợp. Đặc biệt, đối với khách hàng khu vực nông thôn, ngân hàng chú trọng hướng dẫn chi tiết và giải thích rõ ràng nhằm giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận dịch vụ.

Thứ hai, đảm bảo tính nhanh chóng và chính xác

Trong quá trình tiếp nhận và xử lý hồ sơ vay vốn, chi nhánh luôn cố gắng rút ngắn thời gian giải quyết nhằm đáp ứng nhu cầu vốn kịp thời cho khách hàng. Đồng thời, các thông tin liên quan đến lãi suất, thời hạn vay và nghĩa vụ trả nợ được cung cấp đầy đủ, chính xác nhằm hạn chế sai sót và tránh phát sinh tranh chấp. Tuy nhiên, do đặc thù kiểm soát rủi ro trong tín dụng, một số trường hợp vẫn cần thời gian thẩm định, ảnh hưởng đến tốc độ xử lý.

Thứ ba, tôn trọng và lắng nghe khách hàng

Nhân viên tại chi nhánh luôn giữ thái độ lịch sự, tôn trọng và chủ động lắng nghe ý kiến của khách hàng trong suốt quá trình giao dịch. Việc thấu hiểu nhu cầu và hoàn cảnh của từng khách hàng giúp nâng cao chất lượng tư vấn và tạo cảm giác tin tưởng, đặc biệt đối với khách hàng cá nhân và hộ gia đình.

Thứ tư, đảm bảo bảo mật thông tin khách hàng

Thông tin cá nhân, tài chính và khoản vay của khách hàng được chi nhánh quản lý chặt chẽ theo quy định của ngân hàng. Việc bảo mật thông tin không chỉ giúp đảm bảo an toàn cho khách hàng mà còn góp phần xây dựng uy tín và niềm tin đối với ngân hàng.

Thứ năm, giải quyết khiếu nại kịp thời

Khi phát sinh vấn đề, chi nhánh tiếp nhận và xử lý khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng, hợp lý. Nhân viên có trách nhiệm giải thích rõ ràng, đưa ra hướng xử lý phù hợp nhằm đảm bảo quyền lợi và duy trì mối quan hệ với khách hàng. Tuy nhiên, trong một số trường hợp phức tạp, việc xử lý còn phụ thuộc vào quy trình cấp trên nên thời gian giải quyết có thể kéo dài.

Tóm lại, Agribank Chi nhánh Đại Lộc đã áp dụng khá đầy đủ các nguyên tắc chăm sóc khách hàng trong hoạt động tín dụng cá nhân. Tuy nhiên, để nâng cao mức độ hài lòng, chi nhánh cần tiếp tục cải thiện tính linh hoạt và rút ngắn thời gian xử lý trong một số khâu nghiệp vụ.

2.4.4 Các hình thức chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc

Hiện nay, Agribank Chi nhánh Đại Lộc triển khai công tác chăm sóc khách hàng thông qua hai hình thức chủ yếu là chăm sóc khách hàng trực tiếp và chăm sóc khách hàng gián tiếp, phù hợp với đặc điểm hoạt động của ngân hàng và nhu cầu của khách hàng cá nhân trên địa bàn.

Chăm sóc khách hàng trực tiếp: Đây là hình thức được áp dụng phổ biến và đóng vai trò quan trọng nhất tại chi nhánh. Khi khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng, nhân viên trực tiếp tư vấn các sản phẩm tín dụng, hướng dẫn thủ tục hồ sơ và giải đáp các thắc mắc liên quan đến khoản vay. Bên cạnh đó, trong quá trình thẩm định và quản lý khoản vay, cán bộ tín dụng thường xuyên gặp gỡ khách hàng tại nơi cư trú hoặc địa điểm sản xuất kinh doanh để thu thập thông tin, kiểm tra tình hình sử dụng vốn và hỗ trợ khách hàng khi cần thiết. Đối với địa bàn nông thôn như huyện Đại Lộc, việc tiếp xúc trực tiếp còn giúp xây dựng mối quan hệ gần gũi, tạo sự tin tưởng và duy trì mối quan hệ lâu dài giữa khách hàng với ngân hàng.

Chăm sóc khách hàng gián tiếp: Bên cạnh hình thức trực tiếp, chi nhánh cũng thực hiện chăm sóc khách hàng thông qua điện thoại và các kênh liên lạc khác nhằm duy trì kết nối với khách hàng trong suốt quá trình vay vốn. Nhân viên ngân hàng chủ động gọi điện để nhắc lịch trả nợ, thông báo các thông tin liên quan đến khoản vay, tiếp nhận phản hồi và hỗ trợ khách hàng khi phát sinh vấn đề. Hình thức này giúp tiết kiệm thời gian cho cả khách hàng và ngân hàng, đồng thời góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và sự hài lòng của khách hàng.

2.4.5 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong chăm sóc tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc

Trong quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng cá nhân, sự hài lòng của khách hàng tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau, trong đó nổi bật là yếu tố con người, sản phẩm/dịch vụ và sự thuận tiện trong giao dịch. Các yếu tố này không tồn tại riêng lẻ mà có sự tác động qua lại, ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm tổng thể của khách hàng.

a. Yếu tố con người

Yếu tố con người là nhân tố có ảnh hưởng trực tiếp và xuyên suốt đến sự hài lòng của khách hàng trong hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Tại chi nhánh, công tác chăm sóc khách hàng không được tách thành bộ phận riêng mà chủ yếu do cán bộ tín dụng đảm nhiệm. Đây là những người trực tiếp làm việc với khách hàng từ khâu tiếp nhận hồ sơ, tư vấn, thẩm định đến theo dõi sau vay, do đó toàn bộ trải nghiệm của khách hàng gắn liền với quá trình làm việc của một cán bộ cụ thể.

Về quy mô và cơ cấu nhân sự, hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc chủ yếu do bộ phận tín dụng đảm nhiệm. Hiện nay, chi nhánh có 9 cán bộ tín dụng trực tiếp phụ trách hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, hộ sản xuất và hộ kinh doanh trên địa bàn xã Đại Lộc, xã Hà Nha và xã Vu Gia. Mỗi cán bộ thường quản lý một khu vực khách hàng riêng, đồng thời thực hiện nhiều công việc như tìm kiếm khách hàng, hướng dẫn lập hồ sơ vay vốn, thẩm định thực tế, hoàn thiện thủ tục giải ngân, kiểm tra mục đích sử dụng vốn và theo dõi sau vay. Ngoài ra, bộ phận kế toán – giao dịch chủ yếu thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến hạch toán, giải ngân và thu nợ theo hồ sơ đã được phê duyệt. Ban lãnh đạo và trưởng bộ phận tín dụng có vai trò kiểm tra, phê duyệt và giám sát quá trình xử lý hồ sơ nhằm đảm bảo tuân thủ đúng quy trình nghiệp vụ của ngân hàng.

Về thái độ phục vụ, đa số cán bộ thể hiện sự thân thiện, gần gũi và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, đặc biệt là nhóm khách hàng nông thôn. Tuy nhiên, trong một số thời điểm khối lượng công việc tăng cao, việc giao tiếp có thể mang tính nhanh gọn, chưa đi sâu giải thích đầy đủ từng nội dung, khiến khách hàng phải hỏi lại hoặc chưa nắm rõ thông tin ngay từ đầu.

Về trình độ chuyên môn, cán bộ tín dụng cơ bản đáp ứng yêu cầu nghiệp vụ và thực hiện đúng quy trình. Tuy nhiên, do khách hàng có trình độ hiểu biết không đồng đều, việc truyền đạt thông tin đôi khi chưa phù hợp với từng đối tượng, dẫn đến tình trạng hồ sơ phải bổ sung nhiều lần.

Bên cạnh đó, do mỗi cán bộ phải phụ trách nhiều khâu và quản lý nhiều khách hàng cùng lúc, khối lượng công việc tương đối lớn. Trong các giai đoạn cao điểm, việc xử lý hồ sơ và phản hồi khách hàng có thể chưa kịp thời, ảnh hưởng đến tiến độ giải quyết.

Về tác phong và kỷ luật làm việc, cán bộ nhìn chung tuân thủ nghiêm túc quy trình nghiệp vụ và các quy định của ngân hàng, đảm bảo tính chặt chẽ trong quá trình xử lý hồ sơ và làm việc với khách hàng. Tác phong làm việc tương đối chuyên nghiệp, góp phần tạo sự tin tưởng trong giao dịch. Trong bối cảnh khối lượng công việc ngày càng tăng, việc ưu tiên xử lý hồ sơ theo tiến độ là cần thiết, do đó các hoạt động chăm sóc khách hàng mang tính chủ động như theo dõi thường xuyên hoặc liên hệ định kỳ đôi khi chưa được triển khai đồng đều ở tất cả các thời điểm.

Nhìn chung, đội ngũ cán bộ tín dụng tại chi nhánh có nhiều ưu điểm như kinh nghiệm thực tế, am hiểu địa bàn, thái độ phục vụ thân thiện và tuân thủ tốt quy trình nghiệp vụ, góp phần tạo dựng sự tin tưởng của khách hàng. Bên cạnh đó, vẫn tồn tại một số hạn chế như khối lượng công việc lớn ảnh hưởng đến thời gian xử lý, việc tư vấn chưa thật sự đồng đều và hoạt động chăm sóc sau vay chưa được thực hiện thường xuyên trong mọi trường hợp. Những hạn chế này cần được cải thiện để nâng cao hơn nữa chất lượng chăm sóc khách hàng và mức độ hài lòng trong thời gian tới.

b. Yếu tố sản phẩm/dịch vụ

Hiện nay, hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc chủ yếu tập trung vào ba nhóm sản phẩm vay chính gồm: cho vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, cho vay phục vụ hoạt động kinh doanh và cho vay tiêu dùng/phục vụ đời sống.

- Thứ nhất, vay phục vụ sản xuất nông nghiệp

Cho vay theo Nghị định 55 áp dụng cho hộ trồng trọt, chăn nuôi với lãi suất ưu đãi khoảng 4%–7%/năm. Khách hàng cần có hoạt động sản xuất thực tế và phương án sử dụng vốn rõ ràng, có tài sản bảo đảm hợp pháp, CCCD hợp lệ và không có nợ xấu. Hạn mức vay dựa trên nhu cầu vốn và khả năng trả nợ, phương thức trả nợ chủ yếu theo chu kỳ sản xuất

Cho vay lưu vụ hỗ trợ hộ dân tiếp tục đầu tư cho vụ mới khi chưa thu hồi hết vốn vụ trước. Lãi suất khoảng 4%–7%/năm, điều kiện vay là có lịch sử trả nợ tương đối tốt. Khách hàng chủ yếu trả lãi định kỳ và trả gốc cuối kỳ vay.

Cho vay qua tổ vay vốn Hội Nông dân/Hội Phụ nữ Dành cho các hộ dân có quy mô sản xuất nhỏ và nhu cầu vay vốn không lớn với lãi suất ưu đãi khoảng 4%–7%/năm. Hình thức vay này có thủ tục đơn giản hơn, được tổ trưởng hỗ trợ làm hồ sơ với hạn mức vay tín chấp không cần tài sản bảo đảm tối đa lên đến 100 triệu đồng theo quy định. Tuy nhiên, tùy thuộc vào nhu cầu thực tế và khả năng trả nợ, các hộ gia đình tại địa phương chủ yếu lựa chọn các khoản vay nhỏ ở mức vài chục triệu đồng để phục vụ chi phí sản xuất. Khách hàng chủ yếu trả lãi định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý và trả gốc vào cuối kỳ vay

Cho vay cơ giới hóa nông nghiệp áp dụng đối với các hộ có nhu cầu mua máy móc, thiết bị hoặc đầu tư chuồng trại phục vụ sản xuất. Lãi suất thường ưu đãi khoảng 6%–8%/năm, thấp hơn nhiều khoản vay thương mại thông thường. Hạn mức vay thường được xác định dựa trên giá trị máy móc, chi phí đầu tư và tài sản bảo đảm, ngân hàng

thường cho vay khoảng 70%–80% giá trị đầu tư. Khách hàng trả nợ theo hình thức trả góp định kỳ theo tháng, quý hoặc theo chu kỳ sản xuất.

- Thứ hai, cho vay phục vụ hoạt động kinh doanh

Cho vay hộ kinh doanh cá thể áp dụng cho các hộ buôn bán nhỏ, quán ăn, đại lý vật tư hoặc cơ sở thu mua nông sản. Lãi suất khoảng 5,5%–7,5%/năm. Điều kiện vay gồm có hoạt động kinh doanh thực tế, nguồn thu ổn định, không có nợ xấu và có tài sản bảo đảm hợp pháp. Hạn mức vay xác định dựa trên nhu cầu vốn, doanh thu và khả năng trả nợ; ngân hàng cho vay tối đa 70%–80% giá trị tài sản bảo đảm. Khách hàng chủ yếu trả lãi định kỳ và thanh toán gốc theo kỳ hạn thỏa thuận.

Cho vay theo hạn mức tín dụng áp dụng đối với các hộ kinh doanh có nhu cầu sử dụng vốn thường xuyên. Ngân hàng cấp một hạn mức vay trong thời hạn nhất định (thường là 12 tháng) để khách hàng chủ động giải ngân và hoàn trả vốn nhiều lần trong phạm vi hạn mức được cấp, phù hợp với chu kỳ kinh doanh thực tế. Lãi suất khoảng 5,5%–7,5%/năm. Hạn mức vay xác định dựa trên quy mô kinh doanh, doanh thu, nhu cầu vốn lưu động thực tế và giá trị tài sản thế chấp.

Cho vay đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh áp dụng đối với các hộ có nhu cầu mở rộng cửa hàng, đầu tư máy móc hoặc nâng cấp cơ sở sản xuất. Lãi suất khoảng 7%–9%/năm đối với các khoản vay trung và dài hạn. Điều kiện vay gồm có phương án đầu tư khả thi, chứng minh được nguồn thu nhập để trả nợ và có tài sản bảo đảm hợp pháp. Hạn mức vay tối đa khoảng 70% tổng chi phí đầu tư hoặc giá trị tài sản bảo đảm. Khách hàng trả góp định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý phù hợp với dòng tiền kinh doanh.

- Thứ ba, cho vay tiêu dùng

Cho vay phục vụ nhu cầu đời sống áp dụng đối với khách hàng có nhu cầu sửa chữa nhà ở, mua sắm trang thiết bị hoặc chi tiêu sinh hoạt gia đình. Lãi suất khoảng 6,5%–8,5%/năm. Yêu cầu bắt buộc phải có tài sản bảo đảm là bất động sản hoặc giấy tờ có giá. Hạn mức vay khoảng 70%–80% giá trị tài sản bảo đảm và thời hạn vay linh hoạt tùy mục đích sử dụng vốn. Khách hàng trả góp gốc và lãi định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý.

Cho vay thấu chi tài khoản thanh toán áp dụng chủ yếu đối với khách hàng nhận lương qua tài khoản tại Agribank. Ngân hàng cấp một hạn mức chi vượt số dư tài khoản để phục vụ nhu cầu chi tiêu ngắn hạn. Lãi suất khoảng 7,5%–9,5%/năm và chỉ tính trên số tiền thực tế sử dụng. Hạn mức vay dựa trên thu nhập hàng tháng, thường tối đa khoảng

100 triệu đồng. Dư nợ sẽ tự động giảm khi tài khoản phát sinh dòng tiền vào (như tiền lương hoặc thu nhập khác).

Cho vay tiêu dùng tín chấp dành cho khách hàng có thu nhập ổn định từ lương (chủ yếu là cán bộ, công chức, viên chức hưởng lương ngân sách nhà nước hoặc người lao động tại các doanh nghiệp có uy tín liên kết với ngân hàng). Hình thức vay này có thủ tục đơn giản, giải ngân nhanh và không cần thế chấp tài sản. Lãi suất thường khoảng 8,5%–12%/năm. Hạn mức vay được xác định dựa trên thu nhập và lịch sử tín dụng của khách hàng, thời hạn vay thường từ 12–60 tháng. Phương thức trả nợ chủ yếu là trả góp hàng tháng gồm cả gốc và lãi.

Nhìn chung, các sản phẩm tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được triển khai tương đối đa dạng và phù hợp với đặc điểm kinh tế của địa phương. Hoạt động tín dụng vẫn tập trung chủ yếu vào lĩnh vực nông nghiệp và kinh doanh nhỏ lẻ do đây là hai nhóm khách hàng truyền thống và có nhu cầu vay vốn thường xuyên. Tuy nhiên, do phần lớn khách hàng hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp và kinh doanh hộ cá thể nên hoạt động tín dụng vẫn chịu ảnh hưởng bởi yếu tố mùa vụ, biến động thị trường và khả năng tài chính của khách hàng. Vì vậy, chi nhánh cần tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm tín dụng, nâng cao chất lượng phục vụ và tăng cường kiểm soát rủi ro nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng cá nhân trong thời gian tới.

c. Yếu tố sự thuận tiện và cơ sở vật chất

Sự thuận tiện trong giao dịch tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được thể hiện thông qua khả năng tiếp cận dịch vụ, thời gian phục vụ, phương thức thực hiện thủ tục vay vốn và điều kiện cơ sở vật chất phục vụ khách hàng.

Về địa điểm giao dịch, chi nhánh hiện có trụ sở chính và 02 phòng giao dịch đặt tại các khu vực gồm xã Đại Lộc, xã Vu Gia và xã Hà Nha. Việc phân bố mạng lưới giao dịch trên phạm vi rộng giúp khách hàng cá nhân, đặc biệt là nhóm khách hàng vay vốn phục vụ sản xuất nông nghiệp và kinh doanh nhỏ lẻ, có thể dễ dàng tiếp cận dịch vụ ngân hàng mà không phải di chuyển xa. Điều này góp phần giảm chi phí thời gian và nâng cao mức độ thuận tiện trong quá trình nộp hồ sơ, bổ sung chứng từ và làm việc trực tiếp với cán bộ tín dụng.

Về thời gian phục vụ, hoạt động tín dụng cá nhân hiện được triển khai chủ yếu trong giờ hành chính theo quy định chung của hệ thống ngân hàng. Cách thức này đảm bảo tính thống nhất trong quản lý và xử lý hồ sơ tín dụng. Tuy nhiên, trong bối cảnh nhu

cầu vay vốn ngày càng linh hoạt, một bộ phận khách hàng, đặc biệt là người lao động bận rộn hoặc cần xử lý hồ sơ gấp, có thể gặp hạn chế do chưa có nhiều khung thời gian giao dịch ngoài giờ hành chính.

Về phương thức thực hiện thủ tục, do đặc thù của hoạt động tín dụng cá nhân liên quan đến nhiều bước như tiếp nhận hồ sơ, thẩm định và ký kết hợp đồng, phần lớn quy trình vẫn được thực hiện trực tiếp tại quầy giao dịch hoặc thông qua làm việc trực tiếp với cán bộ tín dụng. Mặc dù ngân hàng đã từng bước ứng dụng công nghệ trong một số hoạt động như tra cứu thông tin và thanh toán, tuy nhiên đối với quy trình cấp tín dụng, mức độ số hóa vẫn còn hạn chế, khách hàng vẫn phải đến trực tiếp ngân hàng để hoàn tất phần lớn thủ tục.

Về cơ sở vật chất, Agribank Chi nhánh Đại Lộc được trang bị hệ thống quầy giao dịch tương đối đầy đủ, không gian làm việc cơ bản đáp ứng nhu cầu tiếp nhận và xử lý hồ sơ tín dụng cá nhân. Bên cạnh đó, khu vực chờ của khách hàng được bố trí nhằm hỗ trợ quá trình giao dịch. Tuy nhiên, do tỷ trọng dư nợ tín dụng cá nhân chiếm hơn 90% tổng dư nợ cho vay, lượng khách hàng đến giao dịch trực tiếp khá lớn, đặc biệt vào các thời điểm cao điểm trong ngày hoặc trong tháng, dẫn đến tình trạng quá tải cục bộ, khách hàng có thể phải chờ đợi để được phục vụ.

Nhìn chung, yếu tố thuận tiện và cơ sở vật chất trong hoạt động tín dụng cá nhân tại chi nhánh có ưu điểm là mạng lưới phòng giao dịch được phân bố hợp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng tiếp cận dịch vụ. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số hạn chế như thời gian phục vụ chưa linh hoạt, mức độ số hóa trong quy trình tín dụng còn thấp và tình trạng quá tải tại quầy giao dịch vào giờ cao điểm, từ đó phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng.

2.4.6 Quy trình chăm sóc khách hàng tại ngân hàng Agribank chi nhánh Đại Lộc

Quy trình chăm sóc khách hàng tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được triển khai theo ba giai đoạn: trước bán, trong bán và sau bán, đảm bảo sự liên kết xuyên suốt trong quá trình phục vụ khách hàng

a. Giai đoạn trước bán hàng

Mục đích:

Mục đích của giai đoạn trước bán hàng là giúp khách hàng cá nhân xác định rõ nhu cầu vay vốn thực sự của mình, từ đó lựa chọn mức vay phù hợp với điều kiện tài chính và đảm bảo khả năng trả nợ trong tương lai.

Bên cạnh đó, ngân hàng còn hướng đến việc cung cấp những thông tin cơ bản về điều kiện vay vốn, phương thức trả nợ và các yêu cầu liên quan, giúp khách hàng hiểu rõ trước khi đưa ra quyết định vay.

Đối với khách hàng tại khu vực nông thôn như Vu Gia và Hà Nha, mục tiêu này càng quan trọng vì nhiều người chưa quen với việc lập kế hoạch tài chính, dễ dẫn đến vay vốn không phù hợp nếu không được tư vấn kỹ.

Chính sách chăm sóc khách hàng:

Đối với khách hàng vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, ngân hàng tập trung tư vấn mức vay phù hợp với quy mô sản xuất, diện tích canh tác, số lượng vật nuôi và chi phí đầu tư thực tế như giống, phân bón, thức ăn chăn nuôi hoặc máy móc phục vụ sản xuất,... Đồng thời, cán bộ tín dụng còn định hướng thời gian trả nợ phù hợp với chu kỳ mùa vụ và thời điểm thu hoạch nhằm giúp khách hàng có nguồn thu ổn định để hoàn trả khoản vay đúng hạn, hạn chế áp lực tài chính trong quá trình sản xuất.

Đối với khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ, ngân hàng hỗ trợ khách hàng xác định nhu cầu vốn lưu động cần thiết dựa trên nhu cầu nhập hàng, chi phí kinh doanh, khả năng tiêu thụ sản phẩm và vòng quay vốn thực tế. Cán bộ tín dụng sẽ tư vấn mức vay phù hợp với quy mô buôn bán và doanh thu của hộ kinh doanh nhằm tránh tình trạng vay vượt quá khả năng tài chính hoặc sử dụng vốn không hiệu quả.

Đối với khách hàng vay tiêu dùng cá nhân, ngân hàng định hướng khách hàng cân đối giữa nhu cầu chi tiêu và mức thu nhập hiện có, đồng thời tư vấn khoản vay và thời gian trả góp phù hợp với khả năng tài chính của từng hộ gia đình. Ngoài ra, khách hàng còn được giải thích cụ thể về số tiền phải thanh toán định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý nhằm giúp khách hàng chủ động kế hoạch chi tiêu và hạn chế ảnh hưởng đến đời sống sinh hoạt sau khi vay vốn.

Thực tế triển khai:

Trên thực tế, hoạt động chăm sóc trong giai đoạn này chủ yếu phát sinh khi khách hàng có nhu cầu vay vốn hoặc thông qua các mối quan hệ sẵn có tại địa phương, chứ không được triển khai thường xuyên theo kế hoạch.

Đối với vay sản xuất nông nghiệp tại các xã như Vu Gia và Hà Nha, cán bộ tín dụng thường trao đổi trực tiếp với khách hàng khi người dân có nhu cầu vay, nội dung trao đổi tập trung vào chi phí sản xuất, thời gian thu hoạch và khả năng trả nợ theo mùa vụ.

Đối với vay kinh doanh nhỏ lẻ tại khu vực Đại Lộc, khách hàng thường chủ động đến ngân hàng để hỏi vay, cán bộ tín dụng sẽ trao đổi nhanh về nhu cầu nhập hàng, khả năng tiêu thụ và vòng quay vốn để xác định khoản vay phù hợp.

Đối với vay tiêu dùng, hoạt động tư vấn chủ yếu được thực hiện tại quầy giao dịch, nội dung tập trung vào thu nhập, chi tiêu và khả năng trả góp hàng tháng của khách hàng. Nhìn chung, việc chăm sóc trong giai đoạn này mang tính trực tiếp, đơn giản nhưng phù hợp với điều kiện thực tế của khách hàng tại địa phương.



Hình 2.3 Giai đoạn trước bán

Nhận xét:

- Ưu điểm:

Hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn trước bán hàng tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc nhìn chung được triển khai tương đối phù hợp với đặc điểm khách hàng tại địa phương, đặc biệt là nhóm khách hàng nông thôn và hộ sản xuất nhỏ lẻ. Cán bộ tín dụng chủ động tư vấn nhu cầu vay vốn dựa trên điều kiện thực tế của từng khách hàng, giúp khách hàng lựa chọn mức vay và thời hạn trả nợ phù hợp với khả năng tài chính. Nội dung tư vấn tương đối sát với nhu cầu thực tế như chi phí sản xuất, khả năng tiêu thụ hàng hóa, nguồn thu nhập và khả năng trả góp của khách hàng. Bên cạnh đó,

hình thức trao đổi trực tiếp giúp khách hàng dễ tiếp cận thông tin hơn, đặc biệt đối với những khách hàng chưa có nhiều hiểu biết về thủ tục vay vốn hoặc kế hoạch tài chính.

- Hạn chế:

Tuy nhiên, hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn này vẫn còn mang tính thụ động, chủ yếu phát sinh khi khách hàng tự tìm đến ngân hàng hoặc thông qua các mối quan hệ sẵn có tại địa phương. Việc tư vấn và tiếp cận khách hàng chưa được triển khai thường xuyên theo kế hoạch cụ thể, do đó khả năng mở rộng và tìm kiếm khách hàng mới còn hạn chế. Ngoài ra, nội dung tư vấn tại một số thời điểm vẫn mang tính nhanh gọn do khối lượng công việc của cán bộ tín dụng tương đối lớn, khiến khách hàng chưa thực sự hiểu rõ toàn bộ thông tin liên quan đến khoản vay ngay từ đầu. Hoạt động chăm sóc trước bán cũng chủ yếu dựa vào trao đổi trực tiếp truyền thống, chưa ứng dụng nhiều hình thức hỗ trợ hoặc tư vấn chủ động khác để nâng cao trải nghiệm khách hàng.

b. Giai đoạn trong bán hàng

Mục đích:

Mục đích của giai đoạn trong bán hàng là đảm bảo khách hàng cá nhân hoàn tất thủ tục vay vốn một cách đầy đủ, chính xác và phù hợp với quy định của ngân hàng, đồng thời giúp khách hàng hiểu rõ các điều khoản của khoản vay, đặc biệt là nghĩa vụ trả nợ. Bên cạnh đó, ngân hàng hướng đến việc thiết lập khoản vay phù hợp với điều kiện tài chính thực tế của khách hàng, từ đó hạn chế rủi ro phát sinh trong quá trình sử dụng vốn và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn vay.

Chính sách chăm sóc khách hàng:

Đối với khách hàng vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, ngân hàng thực hiện xác định thời hạn vay và phương thức trả nợ phù hợp với đặc điểm sản xuất của từng hộ dân nhằm tạo điều kiện cho khách hàng chủ động nguồn tiền trả nợ. Khách hàng có thể được áp dụng hình thức trả lãi định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý và thanh toán phần gốc vào cuối vụ sau thu hoạch để giảm áp lực tài chính trong quá trình sản xuất. Ngoài ra, ngân hàng còn hỗ trợ khách hàng chuẩn bị và hoàn thiện hồ sơ vay vốn như hướng dẫn bổ sung giấy tờ tùy thân, giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, giấy xác nhận mục đích sử dụng vốn và các thông tin còn thiếu nhằm giúp quá trình vay vốn diễn ra thuận lợi hơn.

Đối với khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ, ngân hàng xem xét nhu cầu sử dụng vốn thực tế, quy mô buôn bán và khả năng thu hồi vốn của hộ kinh doanh để xây dựng khoản vay phù hợp. Trong quá trình làm việc, cán bộ tín dụng thường trao đổi với khách

hàng về tình hình kinh doanh, nhu cầu nhập hàng, doanh thu và nguồn tiền trả nợ nhằm xác định mức vay và thời hạn vay phù hợp với khả năng tài chính và hoạt động kinh doanh thực tế.

Đối với khách hàng vay tiêu dùng cá nhân, ngân hàng tập trung giải thích rõ các nội dung liên quan đến khoản vay như mức lãi suất, số tiền phải thanh toán định kỳ, thời gian vay và trách nhiệm trả nợ của khách hàng trong suốt thời gian vay vốn. Đồng thời, khách hàng cũng được hướng dẫn cụ thể về nghĩa vụ thanh toán đầy đủ tiền gốc, tiền lãi đúng thời hạn theo hợp đồng tín dụng nhằm hạn chế phát sinh nợ quá hạn và ảnh hưởng đến lịch sử tín dụng cá nhân.

Thực tế triển khai:

Trong thực tế, hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn này được thực hiện đồng thời với quá trình thẩm định và xử lý hồ sơ vay vốn.

Đối với vay sản xuất nông nghiệp tại các xã như Vu Gia và Hà Nha, cán bộ tín dụng thường trực tiếp xuống địa bàn để kiểm tra thực tế hoạt động sản xuất của khách hàng như diện tích canh tác, tình hình chăn nuôi, máy móc phục vụ sản xuất hoặc quy mô đầu tư thực tế nhằm đối chiếu với mục đích vay vốn đã đăng ký. Đồng thời, cán bộ tín dụng cũng trao đổi với khách hàng về nguồn thu dự kiến, thời gian thu hoạch và khả năng hoàn trả khoản vay để đánh giá khả năng trả nợ. Trong quá trình làm việc, khách hàng còn được hướng dẫn bổ sung các giấy tờ còn thiếu, điều chỉnh thông tin hồ sơ hoặc hoàn thiện các xác nhận liên quan ngay tại địa phương nhằm giảm số lần đi lại và tạo thuận lợi hơn trong quá trình vay vốn.

Đối với vay kinh doanh nhỏ lẻ tại khu vực Đại Lộc, cán bộ tín dụng tiến hành thẩm định thông qua việc trao đổi trực tiếp với khách hàng tại ngân hàng hoặc tại cơ sở kinh doanh. Nội dung trao đổi chủ yếu liên quan đến mặt hàng kinh doanh, quy mô buôn bán, khả năng tiêu thụ hàng hóa, doanh thu thực tế và nguồn tiền dùng để trả nợ. Đồng thời, cán bộ tín dụng cũng xem xét tình hình hoạt động kinh doanh thực tế, nhu cầu sử dụng vốn và khả năng quay vòng vốn của khách hàng nhằm xác định mức vay, thời hạn vay và phương thức trả nợ phù hợp với khả năng tài chính và quy mô kinh doanh thực tế của hộ kinh doanh.

Đối với vay tiêu dùng cá nhân, toàn bộ quy trình chủ yếu được thực hiện tại quầy giao dịch. Cán bộ tín dụng sẽ hướng dẫn khách hàng chuẩn bị hồ sơ, kiểm tra thông tin cá nhân, giải thích các điều khoản liên quan đến khoản vay và hỗ trợ hoàn tất thủ tục trong thời gian tương đối nhanh do hồ sơ đơn giản hơn. Sau khi tiếp nhận hồ sơ, ngân hàng tiến hành kiểm tra thông tin khách hàng, xác minh thu nhập, đánh giá khả năng trả nợ và kiểm tra lịch sử tín dụng trước khi thực hiện xét duyệt khoản vay theo quy định nhằm đảm bảo an toàn tín dụng.



Hình 2.4 Giai đoạn trong bán

Nhận xét:

- Ưu điểm:

Hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn trong bán hàng tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được thực hiện tương đối sát với quy trình tín dụng thực tế và phù hợp với từng nhóm khách hàng cá nhân. Cán bộ tín dụng không chỉ thực hiện thẩm định và xử lý hồ sơ mà còn trực tiếp hướng dẫn khách hàng hoàn thiện thủ tục vay vốn, giải thích các điều khoản liên quan đến khoản vay và hỗ trợ bổ sung hồ sơ khi cần thiết. Đối với khách hàng sản xuất nông nghiệp và hộ kinh doanh nhỏ lẻ, việc cán bộ tín dụng trực tiếp xuống địa bàn giúp quá trình thẩm định sát với thực tế hơn, đồng thời tạo thuận lợi cho khách hàng trong quá trình hoàn thiện hồ sơ vay vốn. Ngoài ra, việc xác định thời

hạn vay, phương thức trả nợ và mức vay dựa trên đặc điểm sản xuất, kinh doanh hoặc khả năng tài chính thực tế giúp khoản vay phù hợp hơn với điều kiện của từng khách hàng, góp phần hạn chế rủi ro phát sinh trong quá trình trả nợ.

- Hạn chế:

Tuy nhiên, hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn này vẫn còn một số hạn chế nhất định. Do cán bộ tín dụng phải đồng thời thực hiện nhiều công việc như thẩm định, xử lý hồ sơ, kiểm tra thực tế và theo dõi khoản vay nên khối lượng công việc tương đối lớn, đặc biệt trong các giai đoạn cao điểm. Điều này có thể ảnh hưởng đến thời gian xử lý hồ sơ và mức độ tư vấn chi tiết cho khách hàng. Một số khách hàng, đặc biệt là khách hàng khu vực nông thôn, vẫn gặp khó khăn trong việc chuẩn bị hồ sơ và tiếp cận các quy định liên quan đến vay vốn do trình độ hiểu biết chưa đồng đều. Bên cạnh đó, hoạt động giải thích điều khoản và tư vấn khoản vay tại một số thời điểm còn mang tính nhanh gọn để đảm bảo tiến độ xử lý hồ sơ, dẫn đến việc khách hàng chưa thực sự hiểu đầy đủ các nội dung liên quan đến khoản vay hoặc nghĩa vụ trả nợ ngay từ đầu.

c. Giai đoạn sau bán hàng

Mục đích:

Mục đích của giai đoạn sau bán hàng là theo dõi việc sử dụng vốn vay của khách hàng, đảm bảo khách hàng thực hiện đúng nghĩa vụ trả nợ, đồng thời kịp thời phát hiện và xử lý các rủi ro có thể phát sinh. Bên cạnh đó, ngân hàng cũng hướng đến việc duy trì mối quan hệ với khách hàng cá nhân, tạo cơ sở cho việc tiếp tục cung cấp dịch vụ tín dụng trong tương lai.

Chính sách chăm sóc khách hàng:

Đối với khách hàng vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, ngân hàng thực hiện theo dõi tình hình sản xuất, nhắc nợ theo thời điểm thu hoạch và hỗ trợ khách hàng khi phát sinh khó khăn liên quan đến khả năng trả nợ.

Đối với khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ, ngân hàng theo dõi tình hình kinh doanh, thực hiện nhắc nợ định kỳ và hỗ trợ khách hàng khi có nhu cầu vay bổ sung hoặc mở rộng hoạt động.

Đối với khách hàng vay tiêu dùng cá nhân, ngân hàng triển khai nhắc lịch trả nợ, cung cấp thông tin liên quan đến khoản vay và hỗ trợ khách hàng khi có thắc mắc hoặc phát sinh vấn đề trong quá trình trả nợ.

Thực tế triển khai:

Trên thực tế, toàn bộ hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán được thực hiện trực tiếp bởi cán bộ tín dụng – người quản lý khoản vay của khách hàng, không có bộ phận chuyên trách riêng.

Đối với vay sản xuất nông nghiệp tại các xã như Vu Gia và Hà Nha, cán bộ tín dụng sẽ liên hệ với khách hàng khi đến kỳ trả nợ hoặc khi cần kiểm tra khoản vay, trong một số trường hợp sẽ trực tiếp xuống địa bàn để nắm tình hình sản xuất và đánh giá khả năng trả nợ. Việc tiếp xúc này thường gắn liền với hoạt động kiểm tra thực tế, không mang tính thường xuyên.

Đối với vay kinh doanh nhỏ lẻ tại khu vực Đại Lộc, cán bộ tín dụng chủ yếu thực hiện việc nhắc nợ thông qua điện thoại, đồng thời trao đổi về tình hình kinh doanh của khách hàng. Khi phát sinh vấn đề như chậm trả hoặc cần xác minh thông tin, cán bộ tín dụng có thể đến trực tiếp cơ sở kinh doanh để làm việc.

Đối với vay tiêu dùng cá nhân, hoạt động chăm sóc chủ yếu được thực hiện thông qua việc nhắc nợ định kỳ qua điện thoại hoặc khi khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng. Việc gặp trực tiếp không diễn ra thường xuyên nếu khoản vay được thực hiện đúng kế hoạch.

Ví dụ, đối với khách hàng vay kinh doanh nhỏ lẻ tại khu vực Đại Lộc như hộ kinh doanh tạp hóa hoặc quán ăn, sau khi giải ngân khoảng 1–2 tháng, cán bộ tín dụng sẽ chủ động gọi điện để hỏi thăm tình hình sử dụng vốn và hoạt động kinh doanh của khách hàng. Nội dung trao đổi thường liên quan đến doanh thu hiện tại, tình hình buôn bán, khả năng xoay vòng vốn cũng như khả năng thanh toán khoản vay trong thời gian tới.

Khi gần đến kỳ trả nợ, thường trước khoảng 3–5 ngày, cán bộ tín dụng tiếp tục liên hệ qua điện thoại để nhắc khách hàng chuẩn bị nguồn tiền thanh toán đúng hạn, đồng thời thông báo số tiền gốc và lãi cần thanh toán. Trong trường hợp khách hàng gặp khó khăn như hàng hóa tiêu thụ chậm, doanh thu giảm hoặc chưa kịp thu hồi vốn, cán bộ tín dụng sẽ trực tiếp đến cơ sở kinh doanh để nắm bắt tình hình thực tế và trao đổi phương án hỗ trợ phù hợp.

Cụ thể, đối với những khó khăn mang tính tạm thời, ngân hàng có thể hướng dẫn khách hàng đề nghị cơ cấu lại thời hạn trả nợ theo quy định nhằm giảm áp lực thanh toán trong ngắn hạn. Đối với khách hàng có nhu cầu nhập thêm hàng hóa hoặc bổ sung vốn lưu động để tiếp tục duy trì hoạt động kinh doanh, cán bộ tín dụng sẽ tư vấn điều

kiện và thủ tục vay bổ sung nếu khách hàng vẫn đảm bảo khả năng trả nợ. Đồng thời, cán bộ tín dụng cũng trao đổi với khách hàng về kế hoạch trả nợ phù hợp với tình hình tài chính thực tế nhằm hạn chế phát sinh nợ quá hạn.

Hoạt động chăm sóc này vừa giúp ngân hàng theo dõi hiệu quả sử dụng vốn vay, vừa góp phần duy trì mối quan hệ với khách hàng cá nhân trong quá trình sử dụng dịch vụ tín dụng tại ngân hàng.



Hình 2.5 Giai đoạn sau bán

Nhận xét

- Ưu điểm:

Hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn sau bán hàng tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc nhìn chung được thực hiện tương đối sát với quá trình quản lý khoản vay thực tế. Cán bộ tín dụng trực tiếp theo dõi khoản vay giúp ngân hàng nắm được tình hình sử dụng vốn, khả năng trả nợ và những khó khăn phát sinh của khách hàng trong quá trình vay vốn. Đối với khách hàng sản xuất nông nghiệp và hộ kinh doanh nhỏ lẻ, việc thường xuyên trao đổi về tình hình sản xuất, kinh doanh giúp ngân hàng kịp thời nhắc nợ, kiểm tra khoản vay và hỗ trợ khách hàng khi phát sinh khó khăn liên quan đến nguồn trả nợ. Ngoài ra, hình thức liên hệ qua điện thoại hoặc trực tiếp tại địa phương giúp việc trao đổi thông tin diễn ra tương đối thuận lợi, phù hợp với điều kiện thực tế của khách hàng trên địa bàn.

- Hạn chế:

Tuy nhiên, hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán hàng tại chi nhánh vẫn chủ yếu mang tính quản lý khoản vay và kiểm tra nợ hơn là chăm sóc khách hàng theo hướng duy trì quan hệ lâu dài. Do chưa có bộ phận chăm sóc khách hàng chuyên trách nên toàn bộ công việc chủ yếu do cán bộ tín dụng thực hiện cùng lúc với nhiều nhiệm vụ khác, dẫn đến việc theo dõi và chăm sóc khách hàng chưa được thực hiện thường xuyên ở tất cả các trường hợp. Hoạt động liên hệ với khách hàng chủ yếu tập trung vào các thời điểm đến hạn trả nợ, kiểm tra khoản vay hoặc khi phát sinh vấn đề, trong khi các hoạt động chăm sóc mang tính chủ động như hỏi thăm tình hình sử dụng vốn, khảo sát mức độ hài lòng hoặc duy trì mối quan hệ sau vay vẫn còn hạn chế. Bên cạnh đó, hình thức chăm sóc khách hàng hiện nay chủ yếu thông qua điện thoại và trao đổi trực tiếp truyền thống, chưa ứng dụng nhiều hình thức hỗ trợ hiện đại để nâng cao trải nghiệm khách hàng.

2.5 QUY TRÌNH GIẢI QUYẾT KHIẾU NẠI TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC

2.5.1 Mục đích và nguyên tắc giải quyết khiếu nại

Trong hoạt động ngân hàng, đặc biệt là lĩnh vực tín dụng cá nhân, khiếu nại của khách hàng thường phát sinh từ những vấn đề liên quan đến thủ tục vay vốn, lãi suất, thời gian giải ngân hoặc cách thức phục vụ. Do đó, việc xây dựng và thực hiện quy trình giải quyết khiếu nại tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc không chỉ nhằm xử lý các vấn đề phát sinh mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ với khách hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ. Mục đích cốt lõi của công tác này là đảm bảo quyền lợi hợp pháp của khách hàng cá nhân, hạn chế những tác động tiêu cực đến hình ảnh ngân hàng, đồng thời tạo cơ hội để chi nhánh nhận diện và khắc phục các hạn chế trong quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng.

Bên cạnh đó, việc giải quyết khiếu nại còn giúp ngân hàng củng cố niềm tin của khách hàng, đặc biệt trong bối cảnh khách hàng cá nhân tại địa phương còn hạn chế về hiểu biết tài chính và dễ bị ảnh hưởng bởi trải nghiệm tiêu cực. Chính vì vậy, Agribank Chi nhánh Đại Lộc thực hiện công tác này dựa trên các nguyên tắc như kịp thời, minh bạch, đúng quy định và đảm bảo tính khách quan trong xử lý. Ngoài ra, yếu tố thái độ phục vụ cũng được đặt lên hàng đầu, bởi cách ứng xử của nhân viên trong quá trình tiếp nhận và giải quyết khiếu nại có thể quyết định việc khách hàng tiếp tục gắn bó hay rời bỏ ngân hàng.

2.5.2 Quy trình giải quyết khiếu nại

a. Quy trình thực hiện

Bước 1: Tiếp nhận và ghi nhận khiếu nại

Khi phát sinh khiếu nại, khách hàng có thể phản ánh trực tiếp tại quầy giao dịch, thông qua nhân viên tín dụng hoặc qua điện thoại. Nhân viên có trách nhiệm tiếp nhận thông tin một cách đầy đủ, bao gồm: thông tin khách hàng, nội dung khiếu nại, thời gian phát sinh và các chứng từ liên quan (nếu có).

Trong quá trình tiếp nhận, nhân viên cần thể hiện thái độ lắng nghe, tôn trọng và bình tĩnh, tránh tranh luận với khách hàng. Đồng thời, việc ghi nhận thông tin phải đảm bảo chính xác và trung thực, làm cơ sở cho các bước xử lý tiếp theo. Đối với những khiếu nại đơn giản, nhân viên có thể giải thích ngay để giảm bức xúc ban đầu của khách hàng.

Bước 2: Xác minh, phân tích và xử lý khiếu nại

Sau khi tiếp nhận, khiếu nại được chuyển đến bộ phận liên quan (chủ yếu là phòng khách hàng hoặc cán bộ tín dụng phụ trách hồ sơ) để tiến hành kiểm tra và xác minh nguyên nhân. Nội dung xác minh bao gồm đối chiếu hồ sơ tín dụng, điều khoản hợp đồng, lịch sử giao dịch và các quy định hiện hành của ngân hàng.

Trên cơ sở kết quả xác minh, ngân hàng tiến hành phân tích nguyên nhân phát sinh khiếu nại, có thể xuất phát từ sai sót nghiệp vụ, sự hiểu nhầm thông tin từ phía khách hàng hoặc do đặc thù chính sách tín dụng. Từ đó, ngân hàng đưa ra phương án xử lý phù hợp như: điều chỉnh thông tin, giải thích rõ điều khoản, hỗ trợ khách hàng hoặc khắc phục sai sót (nếu có).

Quá trình xử lý cần đảm bảo tính khách quan, đúng quy định và cân đối hài hòa giữa quyền lợi của khách hàng và quy định của ngân hàng.

Bước 3: Phản hồi kết quả và theo dõi sau xử lý

Sau khi có kết quả giải quyết, ngân hàng tiến hành thông báo lại cho khách hàng thông qua hình thức phù hợp như gặp trực tiếp hoặc gọi điện. Nội dung phản hồi cần rõ ràng, dễ hiểu, giải thích cụ thể nguyên nhân và hướng xử lý để khách hàng nắm được vấn đề.

Trong trường hợp khách hàng chưa đồng thuận, ngân hàng tiếp tục xem xét lại và có thể điều chỉnh phương án xử lý nếu hợp lý. Đồng thời, nhân viên cần theo dõi phản

ứng của khách hàng sau khi giải quyết để đảm bảo vấn đề được xử lý dứt điểm, tránh phát sinh khiếu nại lặp lại.

b. Đánh giá về quy trình

Nhìn chung, quy trình giải quyết khiếu nại tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được xây dựng tương đối rõ ràng, phù hợp với quy mô hoạt động của chi nhánh. Việc chia thành 3 bước giúp quá trình xử lý đơn giản, dễ triển khai và đảm bảo mọi khiếu nại đều được tiếp nhận và giải quyết theo trình tự nhất định.

Một điểm tích cực là ngân hàng chú trọng đến khâu tiếp nhận và thái độ phục vụ, giúp giảm căng thẳng và tạo thiện cảm ban đầu cho khách hàng. Bên cạnh đó, việc xác minh dựa trên hồ sơ và quy định cụ thể giúp đảm bảo tính chính xác và minh bạch trong xử lý.

Tuy nhiên, quy trình vẫn còn một số hạn chế. Thời gian xử lý trong một số trường hợp còn kéo dài do phải qua nhiều bước kiểm tra và phụ thuộc vào các bộ phận liên quan. Ngoài ra, việc chủ động cập nhật tiến độ xử lý cho khách hàng chưa thực sự thường xuyên, dẫn đến việc khách hàng phải liên hệ lại để hỏi thông tin. Công tác theo dõi sau khi giải quyết khiếu nại cũng chưa được thực hiện một cách hệ thống.

Từ đó có thể thấy, mặc dù quy trình đã đáp ứng được yêu cầu cơ bản, nhưng chi nhánh cần tiếp tục cải thiện về tốc độ xử lý, tăng tính chủ động trong phản hồi và hoàn thiện công tác theo dõi sau xử lý nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

2.5.3 Thực trạng các khiếu nại trong hoạt động tín dụng cá nhân tại Ngân hàng Agribank Chi nhánh Đại Lộc

Trong quá trình triển khai hoạt động tín dụng cá nhân, bên cạnh những kết quả đạt được trong công tác chăm sóc và phục vụ khách hàng, Agribank Chi nhánh Đại Lộc vẫn phát sinh một số khiếu nại từ phía khách hàng liên quan đến quy trình vay vốn, thời gian xử lý hồ sơ, lãi suất, thái độ phục vụ và công tác thu hồi nợ. Các khiếu nại này chủ yếu xuất phát từ sự khác biệt giữa mong muốn của khách hàng và quy định nghiệp vụ của ngân hàng, hoặc do khách hàng chưa hiểu rõ các điều khoản trong quá trình vay vốn.

Khiếu nại về thời gian xử lý hồ sơ vay vốn

Đây là nhóm khiếu nại phát sinh khá phổ biến trong hoạt động tín dụng cá nhân tại chi nhánh. Một số khách hàng phản ánh thời gian xét duyệt hồ sơ và giải ngân vốn vay còn chậm so với nhu cầu thực tế, đặc biệt vào các thời điểm nhu cầu vay vốn tăng cao như mùa vụ sản xuất nông nghiệp, thời điểm đầu năm hoặc cuối năm. Đối với khách

hàng cá nhân vay vốn phục vụ sản xuất, việc chậm giải ngân có thể ảnh hưởng đến kế hoạch đầu tư, mua vật tư nông nghiệp hoặc hoạt động kinh doanh của khách hàng.

Nguyên nhân của tình trạng này chủ yếu xuất phát từ việc hồ sơ vay vốn của khách hàng chưa đầy đủ, cần bổ sung nhiều lần hoặc một số hồ sơ phải thực hiện thêm bước xác minh thông tin, thẩm định tài sản bảo đảm. Ngoài ra, số lượng hồ sơ tín dụng phát sinh lớn trong cùng thời điểm cũng khiến quá trình xử lý kéo dài hơn so với bình thường.

Đối với các trường hợp phát sinh khiếu nại, nhân viên tín dụng sẽ trực tiếp kiểm tra lại hồ sơ, hướng dẫn khách hàng bổ sung các giấy tờ còn thiếu và chủ động thông báo tiến độ xử lý để khách hàng nắm rõ tình trạng khoản vay. Đối với những khoản vay phục vụ nhu cầu sản xuất cấp thiết, chi nhánh ưu tiên xử lý trước nhằm hỗ trợ khách hàng kịp thời. Đồng thời, chi nhánh cũng tăng cường phối hợp giữa các bộ phận để rút ngắn thời gian thẩm định và giải ngân hồ sơ vay vốn.

Khiếu nại về thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng

Bên cạnh các vấn đề liên quan đến thủ tục và khoản vay, một số khách hàng cũng phản ánh về thái độ phục vụ hoặc cách hướng dẫn của nhân viên trong quá trình giao dịch. Các phản ánh chủ yếu liên quan đến việc giải thích thông tin chưa thật sự cụ thể, thời gian hỗ trợ khách hàng còn chậm vào giờ cao điểm hoặc thái độ giao tiếp chưa tạo được sự thoải mái cho khách hàng.

Do đặc điểm khách hàng tại địa bàn chủ yếu là người dân nông thôn, nhiều khách hàng còn hạn chế trong việc tiếp cận các thủ tục ngân hàng nên rất cần được hướng dẫn kỹ càng và tận tình. Nếu nhân viên giải thích chưa rõ ràng hoặc hỗ trợ chưa đầy đủ, khách hàng dễ phát sinh tâm lý lo lắng và không hài lòng.

Khi phát sinh phản ánh, lãnh đạo chi nhánh sẽ trực tiếp trao đổi với nhân viên liên quan để xác minh nội dung khiếu nại và chấn chỉnh nếu có sai sót trong quá trình phục vụ. Đồng thời, chi nhánh thường xuyên tổ chức các buổi đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng chăm sóc khách hàng và nâng cao tinh thần phục vụ cho đội ngũ nhân viên tín dụng nhằm tạo thái độ phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện và tận tình hơn đối với khách hàng cá nhân.

Khiếu nại về công tác nhắc nợ và thu hồi nợ

Một số khách hàng phản ánh việc nhắc nợ nhiều lần gây áp lực tâm lý hoặc chưa phù hợp với tình hình tài chính thực tế của khách hàng, đặc biệt đối với các hộ sản xuất nông nghiệp có nguồn thu phụ thuộc vào mùa vụ và điều kiện thời tiết. Trong một số

trường hợp, khách hàng gặp khó khăn tạm thời về tài chính nên chưa thể thanh toán đúng thời hạn, dẫn đến phát sinh tâm lý e ngại khi làm việc với ngân hàng.

Đối với các trường hợp này, nhân viên tín dụng sẽ trực tiếp trao đổi với khách hàng để nắm bắt nguyên nhân chậm trả nợ, đồng thời hướng dẫn khách hàng xây dựng kế hoạch trả nợ phù hợp với khả năng tài chính thực tế. Đối với những khách hàng gặp khó khăn do nguyên nhân khách quan như thiên tai, mất mùa hoặc ảnh hưởng kinh tế, chi nhánh sẽ xem xét hỗ trợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ theo đúng quy định của ngân hàng và pháp luật hiện hành nhằm tạo điều kiện cho khách hàng ổn định hoạt động sản xuất và đảm bảo khả năng trả nợ trong thời gian tới.

Nhìn chung, các khiếu nại phát sinh trong hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc chủ yếu liên quan đến thủ tục vay vốn, thời gian xử lý hồ sơ, lãi suất và quá trình thanh toán khoản vay. Tuy nhiên, chi nhánh luôn chú trọng tiếp nhận và giải quyết khiếu nại một cách nhanh chóng, hợp lý và đảm bảo quyền lợi của khách hàng. Thông qua quá trình xử lý khiếu nại, Agribank Chi nhánh Đại Lộc không chỉ góp phần nâng cao chất lượng phục vụ mà còn tăng cường sự hài lòng, củng cố niềm tin và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng cá nhân trên địa bàn.

2.6 ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG THÔNG QUA KHẢO SÁT

Nhằm đánh giá thực trạng công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, tôi đã tiến hành khảo sát trực tiếp 30 khách hàng đang sử dụng dịch vụ vay vốn tại ngân hàng. Mẫu khảo sát được lựa chọn từ các khách hàng đã và đang phát sinh quan hệ vay vốn tại chi nhánh, bao gồm nhiều nhóm khách hàng khác nhau về thời gian vay vốn, mục đích vay và số lần vay vốn nhằm đảm bảo tính đa dạng và khách quan trong kết quả khảo sát.

Nội dung khảo sát tập trung vào các yếu tố liên quan đến quá trình cung cấp dịch vụ cho vay như: mức độ rõ ràng của thông tin khoản vay, thủ tục vay vốn, thời gian xét duyệt hồ sơ, khả năng hỗ trợ khách hàng, thái độ phục vụ của nhân viên cũng như chất lượng chăm sóc khách hàng sau vay. Việc thu thập ý kiến khách hàng giúp phản ánh rõ hơn mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ cho vay hiện nay tại ngân hàng, đồng thời là cơ sở quan trọng để phân tích thực trạng, xác định những mặt đạt được cũng như những hạn chế còn tồn tại trong công tác chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

- Thông tin chung của khách hàng khảo sát

Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn khách hàng tham gia khảo sát đã có thời gian vay vốn từ 1 – 3 năm với 16 khách hàng, chiếm tỷ lệ 53,3%. Nhóm khách hàng vay dưới 1 năm có 9 người, chiếm 30%, trong khi nhóm khách hàng có thời gian vay trên 3 năm có 5 người, chiếm 16,7%. Điều này cho thấy ngân hàng không chỉ thu hút được khách hàng mới mà còn duy trì được mối quan hệ tương đối ổn định với nhiều khách hàng trong thời gian dài. Việc có nhiều khách hàng tiếp tục gắn bó với ngân hàng trong quá trình vay vốn phần nào phản ánh sự tin tưởng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ và uy tín của Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

Về mục đích vay vốn, nhóm khách hàng vay phục vụ sản xuất nông nghiệp chiếm tỷ lệ cao nhất với 12 khách hàng, tương ứng 40%. Đây là tỷ lệ phù hợp với đặc điểm kinh tế tại địa phương khi hoạt động nông nghiệp vẫn là nguồn thu nhập chính của nhiều hộ dân. Bên cạnh đó, có 11 khách hàng vay vốn nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh, chiếm 36,7% và 7 khách hàng vay vốn cho mục đích tiêu dùng cá nhân, chiếm 23,3%. Kết quả này cho thấy nhu cầu vay vốn của khách hàng khá đa dạng, đồng thời phản ánh ngân hàng đã đáp ứng tương đối tốt nhu cầu vốn của nhiều nhóm khách hàng khác nhau trên địa bàn.

Đối với số lần vay vốn, có 13 khách hàng đã vay từ 2 – 3 lần, chiếm tỷ lệ cao nhất với 43,3%; tiếp theo là 11 khách hàng vay 1 lần, chiếm 36,7% và 6 khách hàng vay trên 3 lần, chiếm 20%. Điều này cho thấy nhiều khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ vẫn tiếp tục quay lại vay vốn tại ngân hàng trong các lần tiếp theo. Đây là dấu hiệu tích cực thể hiện mức độ hài lòng và sự tin tưởng nhất định của khách hàng đối với chất lượng phục vụ cũng như công tác chăm sóc khách hàng của Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

Nhìn chung, thông tin khảo sát cho thấy phần lớn khách hàng đang có mối quan hệ tương đối ổn định với ngân hàng và có nhu cầu vay vốn thường xuyên. Đây là điều kiện thuận lợi để ngân hàng tiếp tục phát triển hoạt động cho vay cá nhân cũng như nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng trong thời gian tới.

- Đánh giá mức độ hài lòng

Để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, tôi đã sử dụng thang đo Likert 5 mức độ. Cụ thể mức 1 tương ứng với rất không hài lòng, mức 2 tương ứng với không hài lòng, mức 3 tương ứng với bình thường mức 4 tương ứng với hài

lòng và cuối cùng mức 5 tương ứng với rất hài lòng. Sau đây là kết quả sau khi tôi đã tiến hành khảo sát.

Bảng 2.6 Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng

Nội dung	SL mức 1	%	SL mức 2	%	SL mức 3	%	SL mức 4	%	SL mức 5	%
Thông tin về khoản vay (điều kiện, điều khoản) được cung cấp rõ ràng dễ hiểu	0	0	0	0	0	0	21	70	9	30
Lãi suất và các chi phí liên quan được thông báo minh bạch trước khi vay	0	0	0	0	0	0	12	40	18	60
Nội dung tư vấn khoản vay phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng	0	0	0		1	3,3	9	30	20	66,7
Thủ tục vay vốn được thực hiện đơn giản và thuận tiện	0	0	0	0	4	13,3	21	70	5	16,7
Thời gian xét duyệt hồ sơ được thực hiện hợp lý phù hợp với mong đợi của khách hàng	0	0	0	0	5	16,7	22	73,3	3	10
Thời gian giải ngân sau khi hồ sơ được duyệt diễn ra nhanh chóng	0	0	0	0	3	10	20	66,7	7	23,3
Các kênh liên hệ hỗ trợ (trực tiếp, điện thoại) thuận tiện khi sử dụng	0	0	0	0	0	0	11	36,7	19	63,3
Việc hỗ trợ và giải đáp thắc mắc được thực hiện kịp thời	0	0	0	0	0	0	12	40	18	60
Nhân viên có thái độ phục vụ lịch sự và thân thiện	0	0	0	0	0		7	23,3	23	76,7
Nhân viên giải thích và hướng dẫn các thủ tục một cách rõ ràng, dễ hiểu	0	0	0	0	0	0	12	40	18	60
Nhân viên xử lý công việc chính xác và đáng tin cậy	0	0	0	0	0	0	14	46,7	16	53,3
Việc nhắc lịch trả nợ được thực hiện rõ ràng và đúng thời điểm sau khi vay	0	0	0	0	0	0	18	60	12	40
Ngân hàng có sự hỗ trợ phù hợp khi khách hàng gặp khó khăn trong trả nợ	0	0	0	0	1	3,3	22	73,3	7	23,3
Các vấn đề phát sinh được tiếp nhận và xử lý một cách hợp lý	0	0	0	0	2	6,7	12	40	16	53,3
Cơ sở vật chất và điều kiện giao dịch đáp ứng nhu cầu của khách hàng	0	0	0	0	0	0	10	33,3	20	66,7

Nhận xét:

- Đối với nhóm tiêu chí liên quan đến hoạt động tư vấn và cung cấp thông tin trước vay (C1–C3)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực đối với hoạt động tư vấn và cung cấp thông tin trước vay của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đối với tiêu chí về việc cung cấp thông tin khoản vay rõ ràng, dễ hiểu, có 21 khách hàng (70%) đánh giá ở mức "Hài lòng" và 9 khách hàng (30%) đánh giá ở mức "Rất hài lòng". Điều này cho thấy ngân hàng đã thực hiện tốt việc cung cấp các thông tin liên quan đến khoản vay, giúp khách hàng hiểu rõ điều kiện vay vốn, thủ tục hồ sơ cũng như các quy định cần thiết trước khi đưa ra quyết định vay vốn.

Đối với tiêu chí về sự minh bạch của lãi suất và các chi phí liên quan, có 12 khách hàng (40%) đánh giá "Hài lòng" và 18 khách hàng (60%) đánh giá "Rất hài lòng". Kết quả này phản ánh ngân hàng đã công khai tương đối đầy đủ các thông tin về lãi suất, phí và nghĩa vụ tài chính của khách hàng, góp phần tạo sự minh bạch và nâng cao niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng.

Đối với tiêu chí về mức độ phù hợp của nội dung tư vấn với nhu cầu thực tế, có 20 khách hàng (66,7%) đánh giá "Rất hài lòng", 9 khách hàng (30%) đánh giá "Hài lòng" và chỉ có 1 khách hàng (3,3%) đánh giá ở mức "Bình thường". Điều này cho thấy cán bộ tín dụng đã tương đối hiểu nhu cầu của khách hàng và đưa ra các giải pháp vay vốn phù hợp với mục đích sử dụng vốn của từng khách hàng.

Nhìn chung, nhóm tiêu chí này nhận được mức đánh giá tích cực từ khách hàng, cho thấy công tác tư vấn và cung cấp thông tin trước vay tại chi nhánh được thực hiện khá hiệu quả. Tuy nhiên, việc vẫn còn 1 khách hàng (3,3%) đánh giá ở mức bình thường cho thấy chất lượng tư vấn trong một số trường hợp vẫn chưa thực sự đáp ứng hoàn toàn kỳ vọng của khách hàng và cần tiếp tục được cải thiện trong thời gian tới.

- Đối với nhóm tiêu chí liên quan đến quy trình vay vốn và thủ tục giao dịch (C4–C6)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá khá tốt đối với quy trình vay vốn và thủ tục giao dịch tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đối với tiêu chí về mức độ đơn giản và thuận tiện của thủ tục vay vốn, có 21 khách hàng (70%) đánh giá hài lòng, 5 khách hàng (16,7%) đánh giá rất hài lòng và 4 khách hàng (13,3%) đánh giá bình thường. Điều này cho thấy thủ tục vay vốn tại chi nhánh cơ bản đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, giúp khách hàng thuận lợi hơn trong quá trình hoàn thiện hồ sơ vay vốn.

Đối với tiêu chí về thời gian xét duyệt hồ sơ, có 22 khách hàng (73,3%) đánh giá hài lòng, 3 khách hàng (10%) đánh giá rất hài lòng và 5 khách hàng (16,7%) đánh giá bình thường. Kết quả này cho thấy thời gian xử lý hồ sơ của ngân hàng nhìn chung được khách hàng chấp nhận, tuy nhiên vẫn còn một bộ phận khách hàng mong muốn quá trình xét duyệt được thực hiện nhanh hơn.

Đối với tiêu chí về thời gian giải ngân sau khi hồ sơ được phê duyệt, có 20 khách hàng (66,7%) đánh giá hài lòng, 7 khách hàng (23,3%) đánh giá rất hài lòng và 3 khách hàng (10%) đánh giá bình thường. Điều này phản ánh công tác giải ngân tại chi nhánh được thực hiện tương đối kịp thời, đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của khách hàng.

Nhìn chung, nhóm tiêu chí này nhận được nhiều đánh giá tích cực, cho thấy quy trình cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được triển khai tương đối hiệu quả. Tuy nhiên, việc vẫn còn 4 khách hàng (13,3%) đánh giá bình thường về thủ tục vay vốn và 5 khách hàng (16,7%) đánh giá bình thường về thời gian xét duyệt hồ sơ cho thấy một số khách hàng vẫn cảm thấy thủ tục còn nhiều bước hoặc thời gian xử lý hồ sơ chưa thực sự nhanh chóng như mong đợi.

- Đối với nhóm tiêu chí liên quan đến khả năng hỗ trợ và mức độ thuận tiện trong giao dịch (C7–C8)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá cao khả năng hỗ trợ và mức độ thuận tiện trong giao dịch tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đối với tiêu chí về sự thuận tiện của các kênh liên hệ hỗ trợ, có 19 khách hàng (63,3%) đánh giá rất hài lòng và 11 khách hàng (36,7%) đánh giá hài lòng. Điều này cho thấy các hình thức liên hệ giữa ngân hàng và khách hàng tương đối thuận tiện, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận khi cần hỗ trợ.

Đối với tiêu chí về việc hỗ trợ và giải đáp thắc mắc kịp thời, có 18 khách hàng (60%) đánh giá rất hài lòng và 12 khách hàng (40%) đánh giá hài lòng. Kết quả này phản ánh đội ngũ nhân viên luôn chủ động hỗ trợ, giải đáp các thắc mắc của khách hàng trong quá trình vay vốn và sử dụng dịch vụ.

Nhìn chung, nhóm tiêu chí này nhận được mức đánh giá rất tích cực, cho thấy hoạt động hỗ trợ khách hàng của chi nhánh được thực hiện khá hiệu quả. Tuy nhiên, tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức "Rất hài lòng" vẫn chưa chiếm tuyệt đối, cho thấy chất lượng hỗ trợ giữa các thời điểm hoặc giữa các nhân viên vẫn còn dư địa để tiếp tục cải thiện và nâng cao hơn nữa.

- Đối với nhóm tiêu chí liên quan đến thái độ và chất lượng phục vụ của nhân viên (C9–C11)

Đây là nhóm tiêu chí nhận được mức đánh giá cao nhất trong toàn bộ khảo sát. Đối với tiêu chí về thái độ phục vụ lịch sự và thân thiện của nhân viên, có 23 khách hàng (76,7%) đánh giá rất hài lòng và 7 khách hàng (23,3%) đánh giá hài lòng. Kết quả này cho thấy đội ngũ nhân viên của chi nhánh luôn duy trì tác phong phục vụ chuyên nghiệp, nhiệt tình và tạo được thiện cảm đối với khách hàng.

Đối với tiêu chí về khả năng giải thích và hướng dẫn thủ tục rõ ràng, dễ hiểu, có 18 khách hàng (60%) đánh giá rất hài lòng và 12 khách hàng (40%) đánh giá hài lòng.

Điều này cho thấy nhân viên ngân hàng có khả năng truyền đạt thông tin tốt, giúp khách hàng dễ dàng nắm bắt các quy định và thủ tục liên quan đến khoản vay.

Đối với tiêu chí về khả năng xử lý công việc chính xác và đáng tin cậy, có 16 khách hàng (53,3%) đánh giá rất hài lòng và 14 khách hàng (46,7%) đánh giá hài lòng. Kết quả này phản ánh khách hàng đánh giá cao năng lực chuyên môn và trách nhiệm của nhân viên trong quá trình thực hiện nghiệp vụ.

Nhìn chung, kết quả khảo sát cho thấy đội ngũ nhân viên là một trong những điểm mạnh của Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Tuy nhiên, tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức "Hài lòng" đối với tiêu chí xử lý công việc vẫn còn khá cao, cho thấy chất lượng phục vụ vẫn còn khả năng nâng cao hơn nữa để đáp ứng tốt hơn kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng.

- Đối với nhóm tiêu chí liên quan đến chăm sóc khách hàng sau vay và điều kiện giao dịch (C12–C15)

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực đối với hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay và điều kiện giao dịch tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đối với tiêu chí về việc nhắc lịch trả nợ rõ ràng và đúng thời điểm, có 18 khách hàng (60%) đánh giá hài lòng và 12 khách hàng (40%) đánh giá rất hài lòng. Điều này cho thấy ngân hàng đã quan tâm đến việc duy trì liên lạc với khách hàng sau giải ngân, giúp khách hàng chủ động hơn trong việc thực hiện nghĩa vụ trả nợ.

Đối với tiêu chí về sự hỗ trợ của ngân hàng khi khách hàng gặp khó khăn trong trả nợ, có 22 khách hàng (73,3%) đánh giá hài lòng, 7 khách hàng (23,3%) đánh giá rất hài lòng và 1 khách hàng (3,3%) đánh giá bình thường. Kết quả này cho thấy ngân hàng đã có những biện pháp hỗ trợ nhất định đối với khách hàng khi phát sinh khó khăn trong quá trình trả nợ.

Đối với tiêu chí về việc tiếp nhận và xử lý các vấn đề phát sinh, có 16 khách hàng (53,3%) đánh giá rất hài lòng, 12 khách hàng (40%) đánh giá hài lòng và 2 khách hàng (6,7%) đánh giá bình thường. Điều này phản ánh ngân hàng tương đối chủ động trong việc giải quyết các phản ánh và nhu cầu hỗ trợ của khách hàng.

Đối với tiêu chí về cơ sở vật chất và điều kiện giao dịch, có 20 khách hàng (66,7%) đánh giá rất hài lòng và 10 khách hàng (33,3%) đánh giá hài lòng. Kết quả này cho thấy khách hàng đánh giá cao không gian giao dịch, trang thiết bị và điều kiện phục vụ tại chi nhánh.

Nhìn chung, công tác chăm sóc khách hàng sau vay và điều kiện giao dịch tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc được khách hàng đánh giá khá tốt. Tuy nhiên, vẫn còn 1 khách hàng (3,3%) đánh giá bình thường về sự hỗ trợ khi gặp khó khăn trong trả nợ và 2 khách hàng (6,7%) đánh giá bình thường đối với việc xử lý các vấn đề phát sinh. Điều này cho thấy hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay trong một số trường hợp vẫn chưa thực sự đáp ứng kỳ vọng của khách hàng và cần tiếp tục được quan tâm hoàn thiện trong thời gian tới.

- Đánh giá chung

Kết quả khảo sát về mức độ hài lòng chung cho thấy phần lớn khách hàng có đánh giá tích cực đối với dịch vụ cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Trong tổng số 30 khách hàng được khảo sát, có 17 khách hàng lựa chọn mức 5 – “Rất hài lòng”, chiếm tỷ lệ 56,7%; 12 khách hàng lựa chọn mức 4 – “Hài lòng”, chiếm 40% và chỉ có 1 khách hàng đánh giá ở mức 3 – “Bình thường”, chiếm 3,3%. Không có khách hàng nào lựa chọn mức “Không hài lòng” hoặc “Rất không hài lòng”.

Bên cạnh đó, có đến 26 khách hàng cho biết sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ vay vốn của ngân hàng trong thời gian tới, chiếm tỷ lệ 86,7%; 4 khách hàng còn phân vân và không có khách hàng nào lựa chọn ngừng sử dụng dịch vụ. Điều này cho thấy phần lớn khách hàng đã có sự tin tưởng nhất định đối với chất lượng dịch vụ cũng như công tác chăm sóc khách hàng của Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

Kết quả khảo sát không chỉ phản ánh mức độ hài lòng tương đối cao của khách hàng đối với hoạt động cho vay cá nhân tại ngân hàng mà còn cho thấy khả năng duy trì và giữ chân khách hàng khá tốt. Tuy nhiên, việc vẫn còn một số khách hàng chưa thực sự chắc chắn về ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ cũng là dấu hiệu cho thấy ngân hàng cần tiếp tục nâng cao chất lượng phục vụ, cải thiện quy trình hỗ trợ khách hàng và tăng cường chăm sóc sau vay nhằm nâng cao hơn nữa trải nghiệm của khách hàng trong thời gian tới.

2.7 ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

2.7.1 Ưu điểm

Trên cơ sở kết quả khảo sát và phân tích thực tế tại Agribank chi nhánh Đại Lộc, có thể nhận thấy công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động cho vay tín dụng cá nhân đã đạt được nhiều kết quả tích cực, thể hiện qua các khía cạnh sau:

Trước hết, mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng cá nhân nhìn chung ở mức khá cao và tương đối ổn định. Điều này được thể hiện rõ qua kết quả khảo sát khi phần lớn khách hàng đánh giá các tiêu chí ở mức 4 và 5. Không chỉ dừng lại ở cảm nhận nhất thời, sự hài lòng này còn phản ánh chất lượng dịch vụ đã được duy trì trong một khoảng thời gian nhất định. Đây là một tín hiệu tích cực, bởi trong lĩnh vực ngân hàng, việc giữ được mức độ hài lòng ổn định của khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng uy tín và hình ảnh của đơn vị.

Thứ hai, yếu tố con người – cụ thể là đội ngũ nhân viên – được xem là điểm mạnh nổi bật nhất trong công tác chăm sóc khách hàng. Qua khảo sát, khách hàng đánh giá cao thái độ phục vụ thân thiện, sự nhiệt tình trong quá trình hỗ trợ cũng như khả năng tư vấn rõ ràng, dễ hiểu. Trong bối cảnh phần lớn khách hàng tại địa phương là người dân nông thôn, chưa có nhiều kiến thức chuyên sâu về tài chính – ngân hàng, thì việc nhân viên có thể giải thích đơn giản, dễ tiếp cận đã góp phần quan trọng giúp khách hàng cảm thấy yên tâm khi sử dụng dịch vụ. Không những vậy, sự chủ động hỗ trợ và tinh thần trách nhiệm của nhân viên còn giúp rút ngắn khoảng cách giữa ngân hàng và khách hàng, từ đó nâng cao chất lượng trải nghiệm dịch vụ.

Thứ ba, ngân hàng đã xây dựng được mối quan hệ tương đối bền vững với khách hàng. Thực tế cho thấy nhiều khách hàng có thời gian vay vốn kéo dài từ 1 đến trên 3 năm và có xu hướng quay lại vay nhiều lần. Điều này cho thấy khách hàng không chỉ hài lòng với dịch vụ mà còn có mức độ tin tưởng nhất định đối với ngân hàng. Việc duy trì được tệp khách hàng trung thành không chỉ giúp ngân hàng ổn định nguồn thu mà còn giảm chi phí tìm kiếm và thu hút khách hàng mới.

Thứ tư, hoạt động chăm sóc khách hàng đã được triển khai tương đối đồng bộ trong quá trình trước, trong và sau khi cho vay. Từ khâu tư vấn ban đầu, hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ đến quá trình giải ngân và theo dõi sau vay, ngân hàng đều có sự tương tác với khách hàng. Điều này giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm liên tục, không bị “bỏ rơi” sau khi hoàn tất giao dịch. Trên cơ sở kết quả tìm hiểu thực tế tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, có thể nhận thấy công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay đã đạt được nhiều kết quả tích cực, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và duy trì mối quan hệ ổn định với khách hàng trên địa bàn.

2.7.2 Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định.

Thứ nhất, quy trình và thủ tục vay vốn vẫn còn tương đối phức tạp đối với một bộ phận khách hàng. Đặc biệt, đối với những khách hàng lần đầu tiếp cận dịch vụ tín dụng ngân hàng hoặc khách hàng lớn tuổi, việc chuẩn bị nhiều loại giấy tờ và thực hiện các thủ tục theo quy định còn gặp nhiều khó khăn. Trong một số trường hợp, khách hàng phải bổ sung hồ sơ nhiều lần do chưa nắm rõ yêu cầu từ đầu, dẫn đến mất nhiều thời gian và ảnh hưởng đến sự thuận tiện trong quá trình giao dịch.

Thứ hai, thời gian xử lý hồ sơ trong một số thời điểm vẫn còn chưa thật sự nhanh chóng. Vào các mùa vụ sản xuất hoặc thời điểm nhu cầu vay vốn tăng cao, số lượng khách hàng giao dịch lớn trong khi nhân sự còn hạn chế nên cán bộ tín dụng phải xử lý nhiều hồ sơ cùng lúc. Điều này dẫn đến tình trạng khách hàng phải chờ đợi lâu hơn, từ đó ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng.

Thứ ba, hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay vẫn chưa thật sự đa dạng. Việc liên hệ với khách hàng chủ yếu nhằm mục đích nhắc nợ hoặc kiểm tra tình hình sử dụng vốn, trong khi các hoạt động hỗ trợ và duy trì mối quan hệ với khách hàng sau vay vẫn còn khá hạn chế. Điều này khiến công tác chăm sóc khách hàng chưa tạo được sự khác biệt rõ rệt so với kỳ vọng của khách hàng.

Thứ tư, mức độ linh hoạt trong việc hỗ trợ khách hàng ở một số trường hợp còn chưa cao. Trong thực tế, mỗi khách hàng có điều kiện và nhu cầu vay vốn khác nhau, đặc biệt trong lĩnh vực nông nghiệp khi thu nhập phụ thuộc nhiều vào mùa vụ và thị trường. Tuy nhiên, việc áp dụng các quy định chung đôi khi chưa thực sự phù hợp với một số trường hợp cụ thể, khiến khách hàng cảm thấy chưa được hỗ trợ tối đa.

Ngoài ra, khả năng tiếp cận và hiểu rõ thông tin của một số khách hàng còn hạn chế, đặc biệt là khách hàng tại khu vực nông thôn. Điều này làm cho quá trình giao dịch đôi khi kéo dài, phát sinh nhiều bước bổ sung hồ sơ và ảnh hưởng gián tiếp đến hiệu quả chăm sóc khách hàng của ngân hàng.

2.7.3 Nguyên nhân của hạn chế

Những hạn chế trong công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau, bao gồm cả nguyên nhân khách quan và nguyên nhân chủ quan.

Thứ nhất, do đặc thù của hoạt động tín dụng ngân hàng nên các quy trình và thủ tục vay vốn cần được thực hiện chặt chẽ nhằm đảm bảo an toàn vốn và hạn chế rủi ro tín dụng. Việc thẩm định hồ sơ, kiểm tra thông tin khách hàng và giám sát quá trình sử dụng vốn là những yêu cầu bắt buộc. Vì vậy, ngân hàng khó có thể đơn giản hóa hoàn toàn các thủ tục vay vốn, dẫn đến cảm nhận về sự phức tạp đối với một số khách hàng.

Thứ hai, nguồn nhân lực tại chi nhánh còn tương đối hạn chế so với nhu cầu thực tế. Trong khi số lượng khách hàng ngày càng tăng, đặc biệt tại các khu vực nông thôn nơi nhu cầu vay vốn phục vụ sản xuất và kinh doanh khá lớn, thì số lượng cán bộ tín dụng chưa tăng tương ứng. Một cán bộ tín dụng thường phải đảm nhận nhiều công việc như tìm kiếm khách hàng, thẩm định hồ sơ, giải ngân, kiểm tra sử dụng vốn và thu hồi nợ. Điều này dẫn đến áp lực công việc lớn và ảnh hưởng phần nào đến chất lượng chăm sóc khách hàng trong những thời điểm cao điểm.

Thứ ba, đặc điểm của địa bàn hoạt động cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến công tác chăm sóc khách hàng. Phần lớn khách hàng tại các xã Đại Lộc, Vụ Gia và Hà Nha là hộ sản xuất nông nghiệp và người dân khu vực nông thôn nên khả năng tiếp cận thông tin và công nghệ còn hạn chế. Nhiều khách hàng chưa quen với các thủ tục ngân hàng hoặc chưa nắm rõ điều kiện vay vốn, dẫn đến việc chuẩn bị hồ sơ chưa đầy đủ và phải bổ sung nhiều lần.

Thứ tư, hệ thống và phương thức chăm sóc khách hàng tại chi nhánh vẫn chưa thật sự hiện đại và đồng bộ. Hoạt động chăm sóc khách hàng hiện nay chủ yếu dựa vào sự chủ động của cán bộ tín dụng, chưa có quy trình riêng cho từng nhóm khách hàng hoặc từng giai đoạn chăm sóc. Bên cạnh đó, việc ứng dụng công nghệ trong chăm sóc khách hàng vẫn còn hạn chế, dẫn đến hiệu quả tương tác và hỗ trợ khách hàng chưa thật sự cao.

Tóm lại, mặc dù công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định, nhưng nhìn chung chi nhánh đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong việc nâng cao chất lượng phục vụ và duy trì mối quan hệ với khách hàng. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để chi nhánh tiếp tục hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH ĐẠI LỘC

3.1 ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

3.1.1 Định hướng

Trong bối cảnh hoạt động của các ngân hàng thương mại ngày càng cạnh tranh mạnh mẽ, đặc biệt ở phân khúc khách hàng cá nhân, công tác chăm sóc khách hàng không chỉ đơn thuần là hoạt động hỗ trợ mà còn trở thành yếu tố quan trọng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và giữ chân khách hàng. Đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc, việc hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay cần được thực hiện trên cơ sở kế thừa những kết quả đã đạt được, đồng thời khắc phục các hạn chế còn tồn tại nhằm nâng cao chất lượng phục vụ trong thời gian tới.

Trước hết, định hướng quan trọng nhất của chi nhánh là tiếp tục lấy khách hàng làm trung tâm trong toàn bộ quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng. Điều này không chỉ thể hiện ở việc cung cấp các sản phẩm vay vốn phù hợp với nhu cầu thực tế mà còn chú trọng nâng cao trải nghiệm của khách hàng trong từng giai đoạn giao dịch, từ khâu tư vấn, hướng dẫn hồ sơ, thẩm định, giải ngân đến hỗ trợ sau vay. Trong thực tế, mặc dù phần lớn khách hàng đánh giá tích cực về chất lượng phục vụ của chi nhánh, nhưng vẫn còn một số ý kiến chưa hài lòng về thủ tục và thời gian xử lý hồ sơ. Vì vậy, chi nhánh cần hướng đến việc giảm bớt sự bất tiện cho khách hàng nhưng vẫn đảm bảo yêu cầu an toàn trong hoạt động tín dụng.

Thứ hai, chi nhánh định hướng nâng cao chất lượng phục vụ theo hướng chuyên nghiệp, đồng đều và bền vững. Kết quả đánh giá thực tế cho thấy đội ngũ nhân viên là một trong những điểm mạnh nổi bật trong công tác chăm sóc khách hàng của chi nhánh. Tuy nhiên, để duy trì lợi thế này trong dài hạn, ngân hàng cần tiếp tục nâng cao kỹ năng giao tiếp, tư vấn và xử lý tình huống cho cán bộ tín dụng, đồng thời đảm bảo sự đồng đều trong chất lượng phục vụ giữa các nhân viên. Điều này sẽ góp phần nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của ngân hàng và tạo sự hài lòng cho khách hàng khi giao dịch.

Thứ ba, chi nhánh định hướng hoàn thiện quy trình và thủ tục vay vốn theo hướng hợp lý, thuận tiện hơn cho khách hàng. Do đặc thù hoạt động tín dụng cần đảm bảo kiểm soát rủi ro nên việc đơn giản hóa hoàn toàn thủ tục là khó thực hiện. Tuy nhiên, ngân hàng

vẫn cần rà soát và cải thiện một số khâu trong quy trình nhằm hạn chế tình trạng khách hàng phải bổ sung hồ sơ nhiều lần hoặc chờ đợi quá lâu trong quá trình xử lý giao dịch.

Thứ tư, chi nhánh định hướng tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động chăm sóc khách hàng. Trong điều kiện khách hàng tại địa bàn chủ yếu là người dân nông thôn và hộ sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ, việc ứng dụng công nghệ cần được triển khai theo hướng phù hợp với khả năng tiếp cận thực tế của khách hàng. Bên cạnh việc duy trì hình thức chăm sóc trực tiếp truyền thống, ngân hàng cần tăng cường liên hệ với khách hàng thông qua điện thoại, tin nhắn và các nền tảng ngân hàng điện tử nhằm nâng cao sự thuận tiện trong quá trình giao dịch.

Thứ năm, chi nhánh định hướng duy trì và phát triển mối quan hệ lâu dài với khách hàng cá nhân trên địa bàn. Với đặc điểm hoạt động chủ yếu tại các xã Đại Lộc, Vụ Gia và Hà Nha, việc xây dựng mối quan hệ gần gũi và tạo dựng niềm tin với khách hàng đóng vai trò rất quan trọng. Do đó, chi nhánh cần tiếp tục phát huy lợi thế am hiểu địa bàn, thường xuyên quan tâm, hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình vay vốn nhằm nâng cao mức độ gắn bó và tạo nguồn khách hàng ổn định cho ngân hàng.

3.1.2 Mục tiêu

Trên cơ sở định hướng phát triển đã đề ra, Agribank Chi nhánh Đại Lộc hướng đến các mục tiêu cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả công tác chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay trong thời gian tới.

Trước hết, mục tiêu quan trọng nhất là nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tín dụng cá nhân. Chi nhánh cần duy trì và gia tăng tỷ lệ khách hàng đánh giá tích cực về thái độ phục vụ, sự hỗ trợ của nhân viên cũng như mức độ thuận tiện trong quá trình giao dịch. Đồng thời, ngân hàng cần hạn chế các phản hồi chưa hài lòng liên quan đến thủ tục hồ sơ và thời gian xử lý giao dịch.

Thứ hai, chi nhánh hướng đến mục tiêu cải thiện tính thuận tiện và rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ vay vốn cho khách hàng. Ngân hàng cần giảm số lần khách hàng phải bổ sung hồ sơ, đồng thời nâng cao khả năng phối hợp giữa các bộ phận nhằm xử lý hồ sơ nhanh chóng và hiệu quả hơn, đặc biệt trong các giai đoạn cao điểm có nhu cầu vay vốn lớn.

Thứ ba, mục tiêu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong công tác chăm sóc khách hàng cũng được chi nhánh đặc biệt chú trọng. Cán bộ tín dụng cần được nâng cao kỹ năng giao tiếp, tư vấn, giải thích thông tin và xử lý tình huống nhằm đáp ứng tốt hơn

nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, chi nhánh cũng cần xây dựng tác phong làm việc chuyên nghiệp, thân thiện và có trách nhiệm trong toàn bộ quá trình phục vụ khách hàng.

Thứ tư, chi nhánh hướng đến mục tiêu tăng cường mức độ gắn bó và trung thành của khách hàng đối với ngân hàng. Không chỉ tập trung thu hút khách hàng mới, ngân hàng còn cần duy trì tốt mối quan hệ với khách hàng hiện hữu thông qua việc hỗ trợ kịp thời, tạo sự tin tưởng và nâng cao chất lượng phục vụ trong suốt quá trình vay vốn.

Thứ năm, chi nhánh đặt mục tiêu nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng sau vay. Bên cạnh việc nhắc lịch thanh toán và kiểm tra tình hình sử dụng vốn, ngân hàng cần chủ động duy trì liên hệ với khách hàng nhằm kịp thời hỗ trợ khi phát sinh khó khăn, đồng thời tạo sự quan tâm và gắn kết lâu dài giữa khách hàng với ngân hàng.

Cuối cùng, chi nhánh hướng đến mục tiêu từng bước hiện đại hóa hoạt động chăm sóc khách hàng thông qua việc tăng cường ứng dụng công nghệ và cải thiện các kênh hỗ trợ khách hàng. Điều này không chỉ giúp nâng cao hiệu quả phục vụ mà còn góp phần đáp ứng xu hướng phát triển chung của ngành ngân hàng trong giai đoạn hiện nay.

3.2 GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

3.2.1 Hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng

Để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay, Agribank Chi nhánh Đại Lộc cần tiếp tục hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng theo hướng rõ ràng, thuận tiện và phù hợp với đặc điểm khách hàng tại địa phương.

Trước hết, ngân hàng cần chú trọng hơn đến công tác tư vấn và hướng dẫn khách hàng ngay từ giai đoạn ban đầu. Thực tế cho thấy nhiều khách hàng tại địa bàn nông thôn còn gặp khó khăn trong việc tiếp cận thông tin và chưa nắm rõ các thủ tục vay vốn. Vì vậy, cán bộ tín dụng cần chủ động hướng dẫn cụ thể về hồ sơ, điều kiện vay, lãi suất và phương thức trả nợ để khách hàng dễ dàng chuẩn bị giấy tờ cần thiết. Việc giải thích rõ ràng ngay từ đầu sẽ giúp hạn chế tình trạng bổ sung hồ sơ nhiều lần, đồng thời giảm thời gian xử lý giao dịch cho cả khách hàng và ngân hàng.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần rà soát và hoàn thiện quy trình xử lý hồ sơ vay vốn theo hướng hợp lý hơn. Các bước thực hiện cần được chuẩn hóa và thực hiện nhất quán nhằm hạn chế tình trạng xử lý chậm hoặc khách hàng phải đi lại nhiều lần. Đối với những hồ sơ còn thiếu hoặc chưa đúng yêu cầu, nhân viên cần thông báo đầy đủ cho khách hàng ngay từ đầu thay vì bổ sung nhiều lần trong quá trình xử lý. Điều này sẽ

giúp nâng cao tính thuận tiện và cải thiện trải nghiệm của khách hàng khi giao dịch tại ngân hàng.

Trong quá trình cho vay, cán bộ tín dụng cần tăng cường duy trì liên hệ với khách hàng để kịp thời hỗ trợ khi cần thiết. Ngoài việc kiểm tra tình hình sử dụng vốn và nhắc lịch thanh toán, nhân viên cần quan tâm hơn đến những khó khăn thực tế của khách hàng, đặc biệt đối với các hộ sản xuất nông nghiệp chịu ảnh hưởng nhiều bởi thời tiết và mùa vụ. Việc chủ động hỗ trợ và trao đổi thường xuyên không chỉ giúp ngân hàng quản lý khoản vay hiệu quả hơn mà còn tạo sự gắn gũi và tin tưởng từ phía khách hàng.

Hiện nay, hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay tại chi nhánh chủ yếu vẫn tập trung vào việc nhắc nợ và kiểm tra tình hình sử dụng vốn. Vì vậy, ngân hàng cần mở rộng hoạt động chăm sóc theo hướng duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Chi nhánh có thể thường xuyên liên hệ để hỏi thăm tình hình sản xuất, giải đáp thắc mắc hoặc giới thiệu các sản phẩm tín dụng phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng. Điều này sẽ giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm từ phía ngân hàng thay vì chỉ liên hệ khi đến kỳ thanh toán.

Ngoài ra, chi nhánh cần nâng cao hiệu quả tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách hàng. Khi phát sinh vấn đề trong quá trình giao dịch, nhân viên cần chủ động hướng dẫn, hỗ trợ và phản hồi kịp thời nhằm hạn chế sự không hài lòng của khách hàng. Việc xử lý thắc mắc nhanh chóng và hợp lý sẽ góp phần nâng cao chất lượng phục vụ cũng như hình ảnh của ngân hàng trên địa bàn.

Song song với hình thức chăm sóc trực tiếp truyền thống, ngân hàng cũng cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động chăm sóc khách hàng. Chi nhánh có thể sử dụng điện thoại, tin nhắn hoặc các ứng dụng ngân hàng điện tử để nhắc lịch thanh toán, cung cấp thông tin cần thiết và hỗ trợ khách hàng trong quá trình giao dịch. Giải pháp này sẽ giúp khách hàng thuận tiện hơn khi sử dụng dịch vụ và góp phần nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng trong thời gian tới.

3.2.2 Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên

Đội ngũ nhân viên, đặc biệt là cán bộ tín dụng, giữ vai trò rất quan trọng trong công tác chăm sóc khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc. Đây là bộ phận trực tiếp tiếp xúc, tư vấn và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình vay vốn. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên là giải pháp cần thiết nhằm cải thiện chất lượng phục vụ và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Trước hết, chi nhánh cần thường xuyên tổ chức đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng cho nhân viên. Bên cạnh kiến thức chuyên môn về nghiệp vụ tín dụng, cán bộ tín dụng cần được nâng cao kỹ năng giao tiếp, tư vấn và xử lý tình huống trong quá trình làm việc với khách hàng. Do phần lớn khách hàng tại địa bàn là người dân khu vực nông thôn, hộ sản xuất nông nghiệp và còn hạn chế về kiến thức tài chính – ngân hàng nên nhân viên cần biết cách giải thích thông tin một cách đơn giản, dễ hiểu và phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Điều này sẽ giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận dịch vụ và tạo cảm giác yên tâm khi vay vốn tại ngân hàng.

Bên cạnh trình độ chuyên môn, thái độ phục vụ của nhân viên cũng cần được chú trọng nâng cao. Nhân viên cần giữ thái độ lịch sự, thân thiện và nhiệt tình trong quá trình giao dịch với khách hàng. Đồng thời, cán bộ tín dụng cần chủ động hỗ trợ khách hàng trong việc chuẩn bị hồ sơ, hướng dẫn thủ tục và giải đáp các thắc mắc phát sinh. Đối với những khách hàng ở xa trung tâm hoặc gặp khó khăn trong việc hoàn thiện giấy tờ, cán bộ tín dụng có thể linh hoạt hỗ trợ trực tiếp tại địa bàn nhằm giúp khách hàng thuận tiện hơn trong quá trình vay vốn. Việc thường xuyên tiếp xúc và hỗ trợ khách hàng tại các xã Đại Lộc, Vu Gia và Hà Nha không chỉ giúp ngân hàng nắm bắt tình hình thực tế mà còn góp phần xây dựng mối quan hệ gần gũi và tạo sự tin tưởng từ phía khách hàng.

Ngoài ra, chi nhánh cần có sự phân công công việc hợp lý nhằm giảm áp lực cho cán bộ tín dụng trong những thời điểm nhu cầu vay vốn tăng cao. Hiện nay, cán bộ tín dụng thường phải đảm nhận nhiều công việc cùng lúc như tìm kiếm khách hàng, thẩm định hồ sơ, giải ngân, kiểm tra sử dụng vốn và thu hồi nợ. Khối lượng công việc lớn dễ ảnh hưởng đến thời gian hỗ trợ và chăm sóc khách hàng. Vì vậy, ngân hàng cần bố trí công việc phù hợp hơn để nhân viên có điều kiện tập trung nâng cao chất lượng phục vụ.

Chi nhánh cũng cần tăng cường công tác kiểm tra và đánh giá chất lượng phục vụ của nhân viên thông qua phản hồi từ khách hàng và kết quả thực hiện công việc thực tế. Việc đánh giá thường xuyên sẽ giúp ngân hàng kịp thời phát hiện những hạn chế trong quá trình phục vụ để có hướng điều chỉnh phù hợp.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần có các hình thức động viên và khen thưởng đối với những nhân viên có tinh thần trách nhiệm cao, thái độ phục vụ tốt và được khách hàng đánh giá tích cực. Điều này sẽ tạo động lực để nhân viên nâng cao ý thức trách nhiệm và cải thiện chất lượng phục vụ khách hàng.

Cuối cùng, chi nhánh cần chú trọng xây dựng tác phong làm việc chuyên nghiệp, đồng bộ giữa các nhân viên trong toàn bộ quá trình giao dịch. Đây là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hình ảnh của ngân hàng cũng như chất lượng chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

3.2.3 Ứng dụng công nghệ trong chăm sóc khách hàng

Trong bối cảnh chuyển đổi số ngày càng được đẩy mạnh trong lĩnh vực ngân hàng, việc ứng dụng công nghệ vào công tác chăm sóc khách hàng là giải pháp cần thiết nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và tăng tính thuận tiện cho khách hàng. Đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc, việc ứng dụng công nghệ cần được triển khai phù hợp với đặc điểm khách hàng và thực tế hoạt động tín dụng cá nhân tại địa phương.

Trước hết, chi nhánh cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong quá trình hỗ trợ khách hàng vay vốn. Hiện nay, Agribank đã triển khai ứng dụng Agribank Plus với nhiều tiện ích hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ tín dụng như tra cứu thông tin khoản vay, theo dõi lịch trả nợ và thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt. Vì vậy, cán bộ tín dụng cần chủ động hướng dẫn khách hàng cài đặt và sử dụng các chức năng cần thiết liên quan đến khoản vay nhằm giúp khách hàng thuận tiện hơn trong quá trình thanh toán và theo dõi nghĩa vụ trả nợ.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần tận dụng hiệu quả các kênh liên lạc như điện thoại, SMS Banking và Zalo trong quá trình chăm sóc khách hàng vay vốn. Cán bộ tín dụng có thể chủ động liên hệ để nhắc lịch trả nợ, thông báo khoản vay đến hạn hoặc hướng dẫn khách hàng bổ sung hồ sơ khi cần thiết. Đối với những khách hàng ở xa trung tâm hoặc bận công việc sản xuất, việc trao đổi thông tin thông qua điện thoại và Zalo sẽ giúp tiết kiệm thời gian đi lại và tạo thuận tiện hơn trong quá trình giao dịch.

Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ còn giúp nâng cao hiệu quả hỗ trợ khách hàng sau vay. Thông qua các hình thức liên lạc trực tuyến, cán bộ tín dụng có thể kịp thời nắm bắt tình hình của khách hàng, hỗ trợ giải đáp thắc mắc hoặc thông tin đến khách hàng về các sản phẩm tín dụng phù hợp với nhu cầu thực tế. Điều này sẽ góp phần nâng cao sự gắn kết giữa khách hàng với ngân hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Tuy nhiên, do phần lớn khách hàng tại địa bàn là người dân khu vực nông thôn và hộ sản xuất nông nghiệp nên khả năng tiếp cận công nghệ của một số khách hàng vẫn còn hạn chế. Vì vậy, chi nhánh cần kết hợp linh hoạt giữa hình thức chăm sóc trực tiếp và chăm sóc thông qua công nghệ nhằm phù hợp với từng nhóm khách hàng. Đối với

những khách hàng lớn tuổi hoặc chưa quen sử dụng các ứng dụng ngân hàng điện tử, cán bộ tín dụng cần trực tiếp hướng dẫn và hỗ trợ để khách hàng có thể sử dụng các tiện ích cơ bản phục vụ cho quá trình vay vốn và thanh toán.

Nhìn chung, việc ứng dụng công nghệ phù hợp với thực tế hoạt động tín dụng cá nhân sẽ góp phần nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng, tăng tính thuận tiện trong giao dịch và cải thiện hiệu quả hoạt động tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc trong thời gian tới.

3.2.4 Cá nhân hóa dịch vụ khách hàng

Trong hoạt động tín dụng cá nhân, mỗi khách hàng sẽ có nhu cầu vay vốn, điều kiện kinh tế và mục đích sử dụng vốn khác nhau. Vì vậy, Agribank Chi nhánh Đại Lộc cần chú trọng cá nhân hóa dịch vụ khách hàng nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và tạo sự hài lòng cho khách hàng trong quá trình vay vốn.

Trước hết, cán bộ tín dụng cần chủ động tìm hiểu đặc điểm và nhu cầu thực tế của từng khách hàng để có cách tư vấn phù hợp. Đối với khách hàng vay vốn phục vụ sản xuất nông nghiệp, cán bộ tín dụng cần căn cứ vào thời điểm mùa vụ, chu kỳ sản xuất và khả năng thu hồi vốn để tư vấn thời hạn vay và phương thức trả nợ phù hợp với điều kiện thực tế của khách hàng. Điều này sẽ giúp khách hàng thuận lợi hơn trong quá trình sử dụng vốn và giảm áp lực trả nợ khi đến hạn.

Đối với nhóm khách hàng kinh doanh nhỏ lẻ hoặc buôn bán cá nhân, ngân hàng cần linh hoạt hơn trong việc hướng dẫn hồ sơ và sắp xếp thời gian giao dịch phù hợp nhằm tạo thuận tiện cho khách hàng. Trong thực tế, nhiều khách hàng thường bận công việc sản xuất hoặc kinh doanh nên việc được hỗ trợ nhanh chóng và phù hợp với thời gian của khách hàng sẽ góp phần nâng cao mức độ hài lòng khi giao dịch tại ngân hàng.

Bên cạnh đó, cán bộ tín dụng phụ trách từng địa bàn cần chủ động duy trì mối quan hệ với khách hàng trong suốt quá trình vay vốn. Việc thường xuyên tiếp xúc với khách hàng tại các xã Đại Lộc, Vụ Gia và Hà Nha sẽ giúp cán bộ tín dụng hiểu rõ hơn hoàn cảnh, nhu cầu cũng như tình hình sử dụng vốn của từng khách hàng để có hướng hỗ trợ phù hợp hơn trong từng trường hợp cụ thể.

Ngoài ra, chi nhánh cần quan tâm nhiều hơn đến nhóm khách hàng vay vốn lâu năm và khách hàng thường xuyên giao dịch tại ngân hàng. Đối với những khách hàng này, cán bộ tín dụng cần chủ động hỗ trợ nhanh chóng trong quá trình hoàn thiện hồ sơ, đồng thời tư vấn các khoản vay phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng. Việc quan

tâm và hỗ trợ tốt đối với nhóm khách hàng quen thuộc sẽ góp phần nâng cao sự gắn bó và duy trì nguồn khách hàng ổn định cho ngân hàng.

Trong quá trình giao dịch, nhân viên cũng cần linh hoạt trong cách tư vấn và hỗ trợ tùy theo từng đối tượng khách hàng. Đối với khách hàng lớn tuổi hoặc chưa quen với các thủ tục ngân hàng, nhân viên cần giải thích rõ ràng, dễ hiểu và hướng dẫn cụ thể hơn. Đối với những khách hàng thường xuyên sử dụng điện thoại thông minh, ngân hàng có thể hỗ trợ thêm các tiện ích liên quan đến theo dõi khoản vay và thanh toán thông qua ứng dụng Agribank Plus nhằm tạo thuận tiện trong quá trình giao dịch.

Nhìn chung, việc cá nhân hóa dịch vụ khách hàng không chỉ giúp nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng mà còn góp phần tạo dựng mối quan hệ lâu dài giữa khách hàng với Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

3.2.5 Tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay

Bên cạnh các hoạt động trước và trong khi cho vay, công tác chăm sóc khách hàng sau vay cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ với khách hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

Hiện nay, hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay tại chi nhánh chủ yếu tập trung vào việc kiểm tra tình hình sử dụng vốn và nhắc khách hàng thanh toán đúng hạn. Tuy nhiên, để nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng, cán bộ tín dụng cần chủ động duy trì liên hệ thường xuyên với khách hàng trong suốt thời gian vay vốn nhằm kịp thời nắm bắt tình hình thực tế và hỗ trợ khách hàng khi cần thiết.

Đối với khách hàng vay vốn phục vụ sản xuất nông nghiệp, cán bộ tín dụng cần thường xuyên theo dõi tình hình mùa vụ, khả năng tiêu thụ sản phẩm cũng như những khó khăn phát sinh trong quá trình sản xuất. Trong trường hợp khách hàng gặp khó khăn do thời tiết, dịch bệnh hoặc biến động giá cả thị trường, ngân hàng cần kịp thời hướng dẫn và hỗ trợ khách hàng theo đúng quy định nhằm hạn chế phát sinh nợ quá hạn.

Bên cạnh đó, cán bộ tín dụng phụ trách địa bàn cần chủ động liên hệ với khách hàng trước thời điểm đến hạn trả nợ để nhắc lịch thanh toán và hỗ trợ khách hàng chuẩn bị nguồn tài chính phù hợp. Việc nhắc nợ thông qua điện thoại, SMS Banking hoặc Zalo sẽ giúp khách hàng chủ động hơn trong việc thanh toán và hạn chế tình trạng quên lịch trả nợ.

Ngoài việc hỗ trợ trong quá trình sử dụng vốn vay, chi nhánh cũng cần duy trì mối quan hệ với khách hàng sau khi kết thúc khoản vay. Cán bộ tín dụng có thể thường

xuyên liên hệ để hỏi thăm tình hình sản xuất, kinh doanh hoặc tư vấn các sản phẩm tín dụng phù hợp khi khách hàng có nhu cầu vay vốn mới. Điều này sẽ giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm từ phía ngân hàng và tạo động lực để khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ trong những lần vay tiếp theo.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần khuyến khích cán bộ tín dụng nâng cao tinh thần trách nhiệm và chủ động hơn trong công tác chăm sóc khách hàng sau vay. Việc duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng không chỉ góp phần nâng cao chất lượng phục vụ mà còn giúp ngân hàng quản lý khoản vay hiệu quả hơn và hạn chế rủi ro tín dụng trong quá trình hoạt động.

Nhìn chung, tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay sẽ góp phần nâng cao mức độ hài lòng, tạo sự gắn bó lâu dài và nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc.

3.3 Kiến nghị

3.3.1 Đối với Agribank cấp trên

Để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay tại Agribank Chi nhánh Đại Lộc, sự hỗ trợ và định hướng từ Agribank cấp trên đóng vai trò rất quan trọng. Vì vậy, Agribank cấp trên cần tiếp tục quan tâm và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các chi nhánh trong quá trình triển khai hoạt động tín dụng và chăm sóc khách hàng.

Trước hết, Agribank cấp trên cần tiếp tục rà soát và hoàn thiện các quy trình, thủ tục liên quan đến hoạt động tín dụng cá nhân theo hướng hợp lý và phù hợp hơn với điều kiện thực tế tại địa phương. Đối với các chi nhánh hoạt động chủ yếu tại khu vực nông thôn như Chi nhánh Đại Lộc, khách hàng phần lớn là hộ sản xuất nông nghiệp và hộ kinh doanh nhỏ lẻ nên việc áp dụng quá cứng nhắc các quy trình đôi khi gây khó khăn cho cả khách hàng và cán bộ tín dụng trong quá trình thực hiện hồ sơ vay vốn.

Bên cạnh đó, Agribank cấp trên cần tăng cường tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ tín dụng, đặc biệt là kỹ năng giao tiếp, tư vấn và chăm sóc khách hàng. Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng lớn, chất lượng phục vụ và thái độ của nhân viên là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng và khả năng duy trì khách hàng lâu dài.

Ngoài ra, Agribank cấp trên cần tiếp tục đầu tư, nâng cấp hệ thống công nghệ và các tiện ích liên quan đến hoạt động tín dụng cá nhân nhằm hỗ trợ tốt hơn cho khách

hàng và chi nhánh. Việc hoàn thiện các chức năng trên ứng dụng Agribank Plus liên quan đến tra cứu khoản vay, theo dõi lịch trả nợ hoặc thanh toán khoản vay sẽ giúp khách hàng thuận tiện hơn trong quá trình giao dịch, đồng thời giảm áp lực công việc cho cán bộ tín dụng tại chi nhánh.

Đồng thời, Agribank cấp trên cần quan tâm hơn đến công tác phân bổ nhân sự phù hợp cho các chi nhánh khu vực nông thôn. Hiện nay, khối lượng công việc của cán bộ tín dụng tại Chi nhánh Đại Lộc khá lớn do phải phụ trách nhiều địa bàn và thực hiện nhiều công việc cùng lúc. Vì vậy, việc bổ sung nguồn nhân lực hợp lý sẽ giúp nâng cao hiệu quả công việc và cải thiện chất lượng chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.

3.3.2 Đối với ngân hàng nhà nước

Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan quản lý nhà nước giữ vai trò quan trọng trong việc định hướng và tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động của các ngân hàng thương mại. Vì vậy, để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng trong hoạt động tín dụng cá nhân, cần có sự hỗ trợ và phối hợp từ các cơ quan quản lý nhà nước.

Trước hết, Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện các cơ chế, chính sách liên quan đến hoạt động tín dụng theo hướng rõ ràng, đồng bộ và phù hợp với thực tế. Việc xây dựng các quy định hợp lý sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng thương mại trong quá trình triển khai hoạt động tín dụng, đồng thời vẫn đảm bảo yêu cầu an toàn trong hoạt động ngân hàng.

Bên cạnh đó, Nhà nước cần đẩy mạnh các chương trình hỗ trợ phát triển kinh tế nông nghiệp và nông thôn nhằm nâng cao thu nhập và khả năng tiếp cận vốn của người dân. Đây là điều kiện quan trọng giúp khách hàng cá nhân sử dụng vốn vay hiệu quả hơn, đồng thời giảm áp lực trong quá trình trả nợ cho ngân hàng.

Ngoài ra, các cơ quan quản lý cần quan tâm hơn đến việc nâng cao khả năng tiếp cận công nghệ và kiến thức tài chính cho người dân khu vực nông thôn. Thực tế cho thấy nhiều khách hàng vẫn còn hạn chế trong việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử hoặc chưa hiểu rõ các quy trình vay vốn. Vì vậy, việc tăng cường tuyên truyền và phổ biến kiến thức tài chính sẽ góp phần giúp người dân tiếp cận dịch vụ ngân hàng thuận lợi hơn.

Đồng thời, Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục đẩy mạnh định hướng chuyển đổi số trong lĩnh vực ngân hàng, tạo điều kiện để các ngân hàng thương mại phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử phù hợp với khách hàng khu vực nông thôn. Điều này không chỉ

giúp nâng cao chất lượng phục vụ mà còn góp phần thúc đẩy quá trình hiện đại hóa hoạt động ngân hàng trong thời gian tới.

3.3.3 Đối với chi nhánh

Đối với Agribank Chi nhánh Đại Lộc, để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng cá nhân trong hoạt động cho vay, chi nhánh cần chủ động triển khai đồng bộ nhiều giải pháp phù hợp với điều kiện thực tế tại địa phương.

Trước hết, chi nhánh cần tiếp tục nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên, đặc biệt là cán bộ tín dụng trực tiếp phụ trách khách hàng tại các địa bàn Đại Lộc, Vu Gia và Hà Nha. Nhân viên cần giữ thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình và chủ động hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình vay vốn. Đồng thời, cần nâng cao kỹ năng giao tiếp, tư vấn và xử lý tình huống nhằm tạo sự hài lòng và tin tưởng cho khách hàng khi giao dịch tại ngân hàng.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần tiếp tục rà soát và hoàn thiện quy trình xử lý hồ sơ vay vốn theo hướng hợp lý và thuận tiện hơn cho khách hàng. Việc hướng dẫn hồ sơ rõ ràng ngay từ đầu, hạn chế tình trạng bổ sung giấy tờ nhiều lần và tăng cường phối hợp giữa các bộ phận sẽ góp phần rút ngắn thời gian giao dịch và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Ngoài ra, chi nhánh cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động chăm sóc khách hàng, đặc biệt là trong quá trình hỗ trợ khách hàng theo dõi khoản vay và thanh toán thông qua ứng dụng Agribank Plus. Đồng thời, cần tận dụng hiệu quả các kênh liên lạc như điện thoại, SMS Banking và Zalo để nhắc lịch thanh toán, hỗ trợ khách hàng và duy trì liên hệ sau vay.

Chi nhánh cũng cần chú trọng hơn đến công tác chăm sóc khách hàng sau vay, không chỉ dừng lại ở việc nhắc nợ mà còn cần chủ động nắm bắt tình hình sản xuất, kinh doanh và khả năng trả nợ của khách hàng để kịp thời hỗ trợ trong những trường hợp cần thiết. Đối với khách hàng gặp khó khăn do ảnh hưởng của thời tiết, mùa vụ hoặc thị trường, cán bộ tín dụng cần chủ động hướng dẫn và hỗ trợ theo đúng quy định nhằm giúp khách hàng ổn định hoạt động sản xuất và hạn chế phát sinh nợ xấu.

Cuối cùng, chi nhánh cần thường xuyên lắng nghe ý kiến phản hồi của khách hàng để kịp thời điều chỉnh và cải thiện chất lượng phục vụ. Việc nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng không chỉ giúp chi nhánh nâng cao uy tín và hình ảnh trên địa bàn mà còn góp phần duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng cá nhân trong hoạt động tín dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình Nghiệp vụ chăm sóc khách hàng (Nghề: Nghiệp vụ bán hàng - Trình độ: Trung cấp) - Trường Cao đẳng Cộng đồng Đồng Tháp (Năm 2020)
2. Giáo trình Quan hệ chăm sóc khách hàng (Trình độ: Cao đẳng) - Trường Cao đẳng Việt Mỹ
3. https://cdn.tailieu.vn/files/samples/2015/20151015/huyen06281982/giao_trinh_quan_tri_quan_he_khach_hang_phan_1_9528.pdf
4. <https://jmst.vimaru.edu.vn/index.php/jmst/article/download/57/56>
5. <https://www.studocu.vn/vn/document/truong-dai-hoc-tai-chinh-marketing/quan-tri-quan-he-khach-hang/co-so-ly-thuyet-ve-cham-soc-khach-hang/87366109>
6. <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/khach-hang-la-gi>

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI

Khai báo của Sinh viên về việc Sử dụng Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh có Trách nhiệm
Tôi, cam đoan rằng tôi đã sử dụng có trách nhiệm các công cụ Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh (GenAI) trong quá trình chuẩn bị Khóa luận này.

Bằng việc ký vào đơn này, tôi xác nhận các nội dung sau:

1. Khai báo sử dụng AI

Vui lòng cho biết bạn có sử dụng bất kỳ công cụ AI tạo sinh nào (ví dụ: ChatGPT, Gemini, v.v.) trong việc tạo ra bài làm này hay không:

- ☐ **Có**, tôi có sử dụng các công cụ AI trong bài đánh giá này.
- ☐ **Không**, tôi không sử dụng bất kỳ công cụ AI nào.

2. Chi tiết về việc sử dụng AI (Nếu bạn chọn "Có" ở trên)

- **Các công cụ AI đã sử dụng:**

.....
.....
.....

- **Mục đích sử dụng AI** (ví dụ: tìm ý tưởng, soạn thảo, tóm tắt, chỉnh sửa):

.....
.....
.....

- **Các phần cụ thể có sự hỗ trợ của AI:**

.....
.....
.....
.....
.....

- Tôi xác nhận rằng tôi đã xem xét kỹ lưỡng và xác thực tất cả nội dung do AI tạo ra về tính chính xác, tính nguyên bản và sự phù hợp.

○ ☐ Có

3. Liêm chính, Trách nhiệm Học thuật và Tuân thủ Đạo đức và Pháp luật

- Tôi chịu trách nhiệm hoàn toàn về nội dung của bài nộp này và xác nhận rằng AI chỉ được sử dụng như một công cụ hỗ trợ, không phải là tác giả chính cho bài làm của tôi.
- Tôi xác nhận rằng AI không được sử dụng để ngụy tạo, làm giả hoặc thao túng dữ liệu.
- Tôi đã đảm bảo rằng không có dữ liệu bí mật hoặc riêng tư nào được chia sẻ với các công cụ AI mà không có sự cho phép thích hợp.
- Tôi đã tuân thủ tất cả các yêu cầu pháp lý liên quan đến bảo vệ dữ liệu và sở hữu trí tuệ, đồng thời đã trích dẫn nguồn một cách thích hợp.
- Bài đánh giá này phản ánh nỗ lực trí tuệ cá nhân của tôi, và trách nhiệm đối với bài làm này hoàn toàn thuộc về cá nhân tôi.
- **Cam kết**
- Tôi hiểu rằng bất kỳ sự thiếu tuân thủ nào đối với việc sử dụng AI có trách nhiệm, bao gồm việc không khai báo sử dụng AI hoặc trình bày sai sự thật, có thể dẫn đến việc Khóa luận tốt nghiệp của tôi bị từ chối mà không cần xem xét thêm.
- Bằng việc ký vào đơn này, tôi khẳng định rằng bài nộp này phản ánh trung thực bài làm của tôi và tôi đã tuân thủ các nguyên tắc sử dụng AI có trách nhiệm.

Chữ ký: _____ Ngày: _____

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

1. Thông tin chung

- Họ tên sinh viên:.....
- Trường: Đại học Kiến trúc Đà Nẵng
- Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh tổng quát
- MSSV:
- Đơn vị thực tập:.....
- Vị trí thực tập:.....

2. Nhận xét của đơn vị về quá trình thực tập của sinh viên

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Người nhận xét

(Ghi rõ họ và tên, ký và đóng dấu)

