

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 CÁ NHÂN VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ
Ở TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN
NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: TRƯƠNG ĐÌNH DUY

MÃ SỐ SINH VIÊN: 2154030227

KHOÁ HỌC: 2021-2025

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
CÁ NHÂN VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TẠI
NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG
THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Lê Loan

Sinh viên thực hiện : Trương Đình Duy

Mã số sinh viên : 2154030227

Khóa học : 2021 - 2025

Đà Nẵng, tháng 5/2026

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 : Trương Đình Duy
- Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG”

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

4. Các bảng biểu

5. Cán bộ hướng dẫn

- ThS. Nguyễn Thị Lê Loan

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, nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân ngày càng được quan tâm, trong đó nhu cầu về nhà ở luôn giữ vai trò quan trọng và thiết yếu. Đối với mỗi cá nhân và hộ gia đình, việc sở hữu, xây dựng, sửa chữa hoặc cải tạo nhà ở không chỉ đáp ứng nhu cầu sinh hoạt cơ bản mà còn góp phần ổn định đời sống, nâng cao chất lượng sống và tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài. Tuy nhiên, do giá trị bất động sản và chi phí xây dựng, sửa chữa nhà ở thường lớn, nhiều khách hàng cá nhân khó có thể tự đáp ứng hoàn toàn bằng nguồn vốn tự có. Vì vậy, nhu cầu vay vốn ngân hàng để mua, xây dựng hoặc sửa chữa nhà ở ngày càng trở nên phổ biến.

Đối với các ngân hàng thương mại, cho vay khách hàng cá nhân, đặc biệt là cho vay mua và sửa chữa nhà ở, là một trong những mảng hoạt động có tiềm năng phát triển lớn. Đây là sản phẩm tín dụng có khả năng tạo nguồn thu ổn định, mở rộng quan hệ khách hàng và góp phần đa dạng hóa danh mục tín dụng của ngân hàng. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của thị trường tài chính – ngân hàng, mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt. Khách hàng hiện nay không chỉ quan tâm đến lãi suất vay, hạn mức vay hay thời hạn vay, mà còn chú trọng đến chất lượng phục vụ, sự tư vấn tận tình, thủ tục nhanh chóng, thái độ của nhân viên và các hoạt động chăm sóc khách hàng trong suốt quá trình trước, trong và sau khi vay vốn.

Trong lĩnh vực ngân hàng, chăm sóc khách hàng giữ vai trò đặc biệt quan trọng vì sản phẩm dịch vụ ngân hàng có tính vô hình, quá trình cung ứng dịch vụ phụ thuộc nhiều vào sự tương tác giữa nhân viên ngân hàng và khách hàng. Đối với nhóm khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở, nhu cầu vay vốn thường gắn với những quyết định tài chính quan trọng, thời hạn vay dài và áp lực trả nợ lớn. Do đó, khách hàng rất cần được tư vấn kỹ lưỡng, hỗ trợ đầy đủ hồ sơ, giải thích rõ ràng về điều kiện vay, lãi suất, phương thức trả nợ, tài sản bảo đảm cũng như các nghĩa vụ phát sinh trong quá trình vay vốn. Nếu công tác chăm sóc khách hàng được thực hiện tốt, ngân hàng không chỉ nâng cao sự hài lòng của khách hàng mà còn xây dựng được lòng tin, duy trì mối quan hệ lâu dài và gia tăng khả năng khách hàng tiếp tục sử dụng các sản phẩm, dịch vụ khác.

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng là một đơn vị hoạt động trong hệ thống ngân hàng thương mại có vai trò quan trọng trong việc cung ứng vốn cho khách hàng cá nhân, hộ gia đình và các tổ chức kinh tế trên địa bàn. Trong những năm gần đây, nhu cầu vay vốn phục vụ mục đích mua nhà, sửa chữa nhà ở của khách hàng cá nhân tại Đà Nẵng có xu hướng gia tăng, tạo ra cơ hội phát triển cho ngân hàng. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại chi nhánh vẫn có thể còn tồn tại một số hạn chế nhất định như quy trình tư vấn chưa thật sự đồng bộ, hoạt động theo dõi và hỗ trợ khách hàng sau giải ngân chưa thường xuyên, việc nắm bắt phản hồi của khách hàng chưa kịp thời, hoặc các chương trình chăm sóc khách hàng chưa được cá nhân hóa theo từng nhóm nhu cầu cụ thể.

Xuất phát từ thực tế đó, việc nghiên cứu công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng là cần thiết. Nghiên cứu này giúp đánh giá thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng, chỉ ra những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh. Đây cũng là cơ sở góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng sự hài lòng của khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Vì những lý do trên, em lựa chọn đề tài: “Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung của đề tài là nghiên cứu thực trạng công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng cá nhân tại chi nhánh.

Để đạt được mục tiêu chung trên, đề tài tập trung thực hiện các mục tiêu cụ thể sau:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về khách hàng cá nhân, cho vay khách hàng cá nhân, cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, cũng như công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động ngân hàng thương mại.

- Phân tích và đánh giá thực trạng công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng.

- Xác định những kết quả đạt được, hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân của các hạn chế trong công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại chi nhánh.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng.

Trong đó, đề tài tập trung nghiên cứu các nội dung liên quan đến hoạt động chăm sóc khách hàng như: tư vấn và tiếp cận khách hàng, hướng dẫn hồ sơ vay vốn, hỗ trợ khách hàng trong quá trình thẩm định và giải ngân, chăm sóc khách hàng sau giải ngân, tiếp nhận và xử lý phản hồi, duy trì mối quan hệ với khách hàng, cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung, đề tài tập trung nghiên cứu công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay vốn với mục đích mua và sửa chữa nhà ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng. Đề tài không đi sâu phân tích toàn bộ hoạt động tín dụng của ngân hàng mà chỉ tập trung vào nhóm khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở.

Về không gian, đề tài được thực hiện tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng.

Về thời gian, đề tài sử dụng các thông tin, số liệu và tài liệu liên quan đến hoạt động chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại chi nhánh trong giai đoạn 2023 - 2025. Các giải pháp được đề xuất định hướng áp dụng trong thời gian tới.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài, khóa luận sử dụng kết hợp một số phương pháp nghiên cứu sau:

Phương pháp thu thập dữ liệu: đề tài thu thập dữ liệu từ các tài liệu nội bộ, báo cáo hoạt động, quy trình nghiệp vụ, thông tin về sản phẩm cho vay mua và sửa chữa nhà ở, cùng các tài liệu có liên quan đến công tác chăm sóc khách hàng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng. Bên cạnh đó, đề tài còn tham khảo giáo trình, sách chuyên ngành, tài liệu nghiên cứu, website và các nguồn thông tin phù hợp để phục vụ phần cơ sở lý luận.

Phương pháp phân tích và tổng hợp: phương pháp này được sử dụng để hệ thống hóa các vấn đề lý luận, tổng hợp thông tin thu thập được và phân tích thực trạng công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại chi nhánh.

Phương pháp so sánh: đề tài sử dụng phương pháp so sánh để đối chiếu giữa cơ sở lý luận và thực tế triển khai tại ngân hàng, đồng thời so sánh kết quả hoạt động qua các năm nếu có số liệu. Qua đó, đề tài làm rõ những điểm mạnh, điểm hạn chế trong công tác chăm sóc khách hàng.

Phương pháp quan sát thực tế: trong quá trình thực tập tại đơn vị, sinh viên quan sát quy trình làm việc, cách thức nhân viên ngân hàng tiếp cận, tư vấn và hỗ trợ khách hàng cá nhân vay mua, sửa chữa nhà ở. Đây là cơ sở thực tiễn quan trọng giúp đánh giá công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.

Phương pháp khảo sát hoặc phỏng vấn: nếu có điều kiện, đề tài có thể sử dụng bảng khảo sát hoặc trao đổi trực tiếp với khách hàng, cán bộ tín dụng, nhân viên giao dịch để thu thập ý kiến đánh giá về chất lượng chăm sóc khách hàng. Kết quả khảo sát hoặc phỏng vấn sẽ hỗ trợ việc đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp phù hợp hơn.

5. Kết cấu khóa luận

Ngoài phần mở đầu, tài liệu tham khảo và các phụ lục có liên quan, nội dung chính của khóa luận được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – Chi nhánh Đà Nẵng

LỜI CẢM ƠN

Sau thời gian học tập, nghiên cứu và thực hiện khóa luận với đề tài “Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng”, em đã nhận được nhiều sự hỗ trợ quý báu từ các cá nhân và đơn vị.

Em xin gửi lời cảm ơn đến quý thầy cô Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã trang bị cho em những kiến thức và kỹ năng cần thiết trong suốt quá trình học tập.

Đặc biệt, em xin trân trọng cảm ơn cô Nguyễn Thị Lê Loan đã luôn đồng hành, hướng dẫn và góp ý để em hoàn thành khóa luận này.

Em cũng xin cảm ơn Ban lãnh đạo cùng các anh chị cán bộ, nhân viên Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng đã hỗ trợ và tạo điều kiện cho em trong thời gian thực tập và thu thập thông tin phục vụ nghiên cứu.

Do còn hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm thực tiễn, khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp từ quý thầy cô để đề tài được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

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 HÌNH ẢNH, BẢNG BIỂU

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG CHO VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI1

- 1.1. Khái quát về chăm sóc khách hàng1
 - 1.1.1. Khái niệm khách hàng1
 - 1.1.2. Phân loại khách hàng trong ngân hàng.....2
 - 1.1.3. Khái niệm chăm sóc khách hàng4
 - 1.1.4. Vai trò của chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại5
- 1.2. Công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở7
 - 1.2.1. Khái niệm chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở7
 - 1.2.2. Đặc điểm khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở8
- 1.3. Nội dung công tác chăm sóc khách hàng11
 - 1.3.1 Nguyên tắc chăm sóc khách hàng11
 - 1.3.2. Các công cụ và phương thức chăm sóc khách hàng.....12
 - 1.3.2.1. Các công cụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại.....13
 - 1.3.2.2. Các phương thức chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại14
 - 1.3.2.3. Kênh giao tiếp.....15
 - 1.3.3. Các yếu tố then chốt trong công tác CSKH.....17
 - 1.3.4. Quy trình chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở19
 - 1.3.4.1. Chăm sóc khách hàng trước khi vay20
 - 1.3.4.2. Chăm sóc khách hàng trong quá trình vay21
 - 1.3.4.3. Chăm sóc khách hàng sau khi vay.....22

1.3.5.Quản trị quan hệ khách hàng	23
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác chăm sóc khách hàng	24
1.4.1. Yếu tố bên trong ngân hàng.....	24
1.4.2. Yếu tố bên ngoài.....	26
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CHO VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG	30
2.1. Tổng quan về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng	30
2.1.1 Giới thiệu chung	30
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển	31
2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng	32
2.1.4. Cơ cấu tổ chức bộ máy	33
2.1.4.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức.....	34
2.1.4.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban.....	34
2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh.....	36
2.1.5.1. Tình hình huy động vốn	36
2.1.5.2. Tình hình cho vay	39
2.1.5.3. Kết quả hoạt động kinh doanh.....	42
2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh và công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua, sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng.....	45
2.2.1. Các yếu tố vi mô.....	45
2.2.1.1. Khách hàng.....	45
2.2.1.2. Nhà cung cấp	46
2.2.1.3. Đối thủ cạnh tranh	46
2.2.2. Các yếu tố vĩ mô.....	48
2.2.2.1. Kinh tế	48
2.2.2.2. Chính trị - pháp luật.....	50
2.2.2.3. Công nghệ.....	50
2.2.2.4. Văn hóa – xã hội.....	51

2.3. Các nguồn lực của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng ảnh hưởng đến công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở	51
2.3.1. Cơ sở vật chất	52
2.3.2. Nguồn nhân lực	54
2.3.3. Nguồn lực tài chính và năng lực cho vay	56
2.4. Thực trạng về hoạt động CSKH cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng	57
2.4.1.1. Đặc điểm khách hàng	57
2.4.2. Mục tiêu chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà để ở	61
2.4.3. Các hình thức chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà	62
2.4.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động chăm sóc khách hàng	64
2.4.4.1. Yếu tố về sản phẩm, dịch vụ	64
2.4.4.2. Yếu tố về sự thuận tiện	66
2.4.4.3. Yếu tố về con người	68
2.4.5. Quy trình chăm sóc khách hàng tại chi nhánh	70
2.4.5.1. Quy trình hoạt động chăm sóc khách hàng trước và trong bán	71
2.4.5.2. Quy trình hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán	73
2.4.6. Quy trình xử lý khiếu nại tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng	75
2.5. Đánh giá chung hoạt động CSKH vay sửa chữa và mua nhà để ở tại chi nhánh Agribank Đà Nẵng	78
2.5.1. Ưu điểm	78
2.5.2. Hạn chế và nguyên nhân	79
CHƯƠNG 3 : MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TẠI AGRIBANK – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG	81
3.1.2. Định hướng và mục tiêu chăm sóc khách hàng trong thời gian tới	82
3.2. Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng	83
3.2.1. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong hoạt động chăm sóc khách hàng	83
3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và kỹ năng chăm sóc khách hàng	84
3.2.3. Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay	86
TÀI LIỆU THAM KHẢO	89
MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI	91

DANH MỤC HÌNH ẢNH, BẢNG BIỂU

Bảng 2.2. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam Chi nhánh Đà Nẵng.....	37
Bảng 2.3. Tình hình cho vay tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng	40
Bảng 2.4. Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam	43
Chi nhánh Đà Nẵng (2023-2025)	43
Bảng 2.5 : Đối thủ cạnh tranh của Ngân Hàng NN & PTNT AGRIBANK.....	48
Bảng 2.6 : Cơ sở vật chất của Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh.....	52
Bảng 2.7 : Nguồn nhân lực Agribank chi nhánh 23 Phan Đình Phùng - Đà Nẵng	55
Bảng 2.8: Tình hình tài chính của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025	56
Bảng 2.9: Cơ cấu khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở năm 2025	58
Bảng 2.10. Các hình thức chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025	63
Bảng 2.11. Một số sản phẩm, dịch vụ hỗ trợ cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng năm 2025	65
Bảng 2.12 Đánh giá yếu tố về sự thuận tiện trong hoạt động CSKH cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023–2025.....	67
Bảng 2.13 Đánh giá yếu tố về con người trong hoạt động CSKH cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023–2025.....	69
Bảng 2.14. Quy trình chăm sóc khách hàng trước và trong bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng.....	72
Bảng 2.15. Quy trình CSKH sau bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng	74
Bảng 2.15. Tình hình tiếp nhận và xử lý khiếu nại khách hàng giai đoạn 2023 – 2025	76
Hình 2.1: Cơ cấu tổ chức của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng	34
Hình 2.2 : Mục tiêu CSKH vay mua & sửa chữa nhà để ở Agribank Đà Nẵng	61
Hình 2.3 : Quy trình xử lý khiếu nại tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng	75

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG CHO VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái quát về chăm sóc khách hàng

1.1.1. Khái niệm khách hàng

Trong hoạt động kinh doanh nói chung, khách hàng được hiểu là cá nhân, tổ chức hoặc nhóm người có nhu cầu, mong muốn và khả năng sử dụng sản phẩm, dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp. Khách hàng là đối tượng trực tiếp tham gia vào quá trình trao đổi, mua bán và sử dụng sản phẩm, dịch vụ nhằm thỏa mãn một nhu cầu nhất định. Sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào khách hàng, bởi khách hàng là người tạo ra doanh thu, lợi nhuận, thị phần và uy tín cho doanh nghiệp trên thị trường.

Theo quan điểm kinh doanh hiện đại, khách hàng không chỉ là người mua sản phẩm hoặc sử dụng dịch vụ tại một thời điểm cụ thể, mà còn là chủ thể có mối quan hệ lâu dài với doanh nghiệp. Doanh nghiệp muốn phát triển bền vững cần phải hiểu rõ nhu cầu, mong muốn, hành vi và mức độ hài lòng của khách hàng. Trên cơ sở đó, doanh nghiệp có thể xây dựng chính sách sản phẩm, giá cả, phân phối, truyền thông và chăm sóc khách hàng phù hợp hơn. Khách hàng ngày nay không chỉ quan tâm đến giá trị cốt lõi của sản phẩm, mà còn quan tâm đến toàn bộ quá trình trải nghiệm khi tiếp xúc với doanh nghiệp.

Trong lĩnh vực ngân hàng, khách hàng là những cá nhân, hộ gia đình, tổ chức hoặc doanh nghiệp có quan hệ giao dịch với ngân hàng thông qua việc sử dụng một hoặc nhiều sản phẩm, dịch vụ tài chính. Các sản phẩm, dịch vụ này có thể bao gồm gửi tiền, vay vốn, thanh toán, chuyển tiền, sử dụng thẻ, ngân hàng điện tử, bảo lãnh, bảo hiểm liên kết ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác. Khác với nhiều lĩnh vực kinh doanh thông thường, sản phẩm của ngân hàng chủ yếu là sản phẩm dịch vụ có tính vô hình, liên quan trực tiếp đến tiền tệ, tài sản, thông tin cá nhân và mức độ tin cậy của khách hàng. Vì vậy, khách hàng trong ngân hàng thường có yêu cầu cao về sự an toàn, minh bạch, chính xác, thuận tiện và chuyên nghiệp.

Đối với ngân hàng thương mại, khách hàng giữ vai trò trung tâm trong mọi hoạt động kinh doanh. Nguồn vốn huy động của ngân hàng phần lớn đến từ khách hàng gửi tiền. Thu nhập của ngân hàng được tạo ra thông qua việc cung cấp tín dụng và các dịch vụ tài chính cho khách hàng. Uy tín, thương hiệu và khả năng cạnh tranh của ngân hàng

cũng chịu ảnh hưởng trực tiếp từ sự hài lòng và niềm tin của khách hàng. Vì vậy, việc nhận diện đúng khách hàng, hiểu rõ đặc điểm từng nhóm khách hàng và xây dựng chính sách chăm sóc phù hợp là điều kiện quan trọng để ngân hàng nâng cao hiệu quả hoạt động.

Trong phạm vi đề tài này, khách hàng được hiểu là khách hàng cá nhân có nhu cầu vay vốn tại ngân hàng để phục vụ mục đích mua nhà để ở. Đây là nhóm khách hàng có nhu cầu tài chính lớn, thời gian vay thường kéo dài và quyết định vay vốn gắn với những mục tiêu quan trọng trong đời sống cá nhân và gia đình. Do đó, nhóm khách hàng này không chỉ cần được cung cấp khoản vay phù hợp mà còn cần được tư vấn, hỗ trợ và chăm sóc một cách thường xuyên, kịp thời trong suốt quá trình vay vốn.

1.1.2. Phân loại khách hàng trong ngân hàng

Khách hàng của ngân hàng thương mại rất đa dạng về đặc điểm, nhu cầu, khả năng tài chính, hành vi giao dịch và mức độ gắn bó với ngân hàng. Việc phân loại khách hàng có ý nghĩa quan trọng trong quản trị ngân hàng, bởi mỗi nhóm khách hàng có những đặc điểm riêng và cần được tiếp cận bằng những chính sách sản phẩm, chính sách tín dụng và chính sách chăm sóc khác nhau. Nếu ngân hàng không phân loại khách hàng một cách hợp lý, hoạt động phục vụ có thể trở nên dàn trải, thiếu trọng tâm và không đáp ứng đúng kỳ vọng của từng nhóm khách hàng.

Căn cứ vào tư cách chủ thể, khách hàng trong ngân hàng có thể được chia thành khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức. Khách hàng cá nhân là những cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng để phục vụ mục đích tiêu dùng, tiết kiệm, thanh toán, đầu tư hoặc vay vốn. Đây là nhóm khách hàng có số lượng lớn, nhu cầu đa dạng và thường xuyên thay đổi theo thu nhập, độ tuổi, nghề nghiệp, hoàn cảnh gia đình và mục tiêu tài chính. Đối với ngân hàng bán lẻ, khách hàng cá nhân là nhóm khách hàng có vai trò đặc biệt quan trọng vì tạo ra thị trường rộng lớn cho các sản phẩm như tiền gửi tiết kiệm, cho vay tiêu dùng, cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, thẻ, ngân hàng điện tử và bảo hiểm.

Khách hàng tổ chức là các doanh nghiệp, cơ quan, đơn vị sự nghiệp, tổ chức kinh tế, tổ chức xã hội hoặc các định chế tài chính có quan hệ giao dịch với ngân hàng. Nhóm khách hàng này thường có nhu cầu sử dụng các sản phẩm, dịch vụ có quy mô lớn hơn như tín dụng doanh nghiệp, bảo lãnh, thanh toán quốc tế, quản lý dòng tiền, chi lương qua tài khoản, tài trợ thương mại và các dịch vụ ngân hàng doanh nghiệp khác. So với

khách hàng cá nhân, khách hàng tổ chức thường có quy trình ra quyết định phức tạp hơn, yêu cầu về hồ sơ, năng lực tài chính và quan hệ tín dụng cũng chặt chẽ hơn.

Căn cứ vào loại sản phẩm, dịch vụ sử dụng, khách hàng ngân hàng có thể được phân thành khách hàng tiền gửi, khách hàng vay vốn, khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán, khách hàng sử dụng thẻ, khách hàng sử dụng ngân hàng điện tử và khách hàng sử dụng các sản phẩm dịch vụ khác. Trong đó, khách hàng vay vốn là nhóm khách hàng có quan hệ tín dụng với ngân hàng, được ngân hàng cấp vốn trên cơ sở thỏa thuận về mục đích sử dụng vốn, thời hạn vay, lãi suất, phương thức trả nợ và các điều kiện bảo đảm tiền vay. Đối với nhóm khách hàng này, công tác chăm sóc không chỉ dừng lại ở việc tư vấn sản phẩm vay mà còn bao gồm hỗ trợ hồ sơ, giải thích nghĩa vụ trả nợ, theo dõi khoản vay, nhắc nợ, xử lý vướng mắc và duy trì quan hệ sau giải ngân.

Căn cứ vào mức độ gắn bó với ngân hàng, khách hàng có thể được chia thành khách hàng hiện hữu, khách hàng tiềm năng và khách hàng đã ngừng giao dịch. Khách hàng hiện hữu là những khách hàng đang có quan hệ giao dịch với ngân hàng. Đây là nhóm khách hàng cần được duy trì và chăm sóc thường xuyên nhằm gia tăng sự hài lòng, khuyến khích sử dụng thêm các sản phẩm dịch vụ khác và hạn chế khả năng chuyển sang ngân hàng đối thủ. Khách hàng tiềm năng là những khách hàng chưa giao dịch hoặc chưa sử dụng sản phẩm cụ thể của ngân hàng nhưng có nhu cầu và khả năng trở thành khách hàng trong tương lai. Đối với nhóm này, ngân hàng cần đẩy mạnh hoạt động tiếp cận, tư vấn, giới thiệu sản phẩm và xây dựng niềm tin ban đầu. Khách hàng đã ngừng giao dịch là những khách hàng từng sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng nhưng đã không còn duy trì quan hệ. Việc tìm hiểu nguyên nhân khách hàng rời bỏ ngân hàng giúp ngân hàng cải thiện chất lượng dịch vụ và có chính sách thu hút lại khách hàng phù hợp.

Căn cứ vào giá trị và tiềm năng đóng góp, ngân hàng có thể phân loại khách hàng thành khách hàng thông thường, khách hàng quan trọng, khách hàng ưu tiên hoặc khách hàng có giá trị cao. Việc phân loại này thường dựa trên các tiêu chí như số dư tiền gửi, dư nợ vay, tần suất giao dịch, mức độ sử dụng sản phẩm dịch vụ, khả năng sinh lời và tiềm năng phát triển quan hệ trong tương lai. Đối với nhóm khách hàng có giá trị cao, ngân hàng thường áp dụng chính sách chăm sóc riêng như tư vấn chuyên biệt, ưu tiên phục vụ, chương trình tri ân, chính sách lãi suất hoặc phí dịch vụ phù hợp. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là ngân hàng xem nhẹ khách hàng thông thường, bởi mọi khách

hàng đều có thể trở thành khách hàng trung thành nếu được phục vụ tốt và có trải nghiệm tích cực.

Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở để ở, khách hàng chủ yếu là khách hàng cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu vay vốn để mua nhà phục vụ mục đích sinh hoạt, ổn định cuộc sống. Nhóm khách hàng này có thể tiếp tục được phân loại theo nghề nghiệp, thu nhập, độ tuổi, tình trạng hôn nhân, lịch sử tín dụng, loại tài sản bảo đảm, nhu cầu vay vốn và khả năng trả nợ. Việc phân loại khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở giúp ngân hàng lựa chọn cách thức tư vấn phù hợp, xác định chính sách chăm sóc hiệu quả và kiểm soát rủi ro tín dụng tốt hơn.

1.1.3. Khái niệm chăm sóc khách hàng

Chăm sóc khách hàng là toàn bộ các hoạt động mà doanh nghiệp thực hiện nhằm phục vụ, hỗ trợ và duy trì mối quan hệ với khách hàng trước, trong và sau quá trình khách hàng mua hoặc sử dụng sản phẩm, dịch vụ. Chăm sóc khách hàng không chỉ là việc giải quyết khiếu nại hoặc hỗ trợ khách hàng khi phát sinh vấn đề, mà còn bao gồm việc tìm hiểu nhu cầu, tư vấn, cung cấp thông tin, hướng dẫn sử dụng dịch vụ, lắng nghe phản hồi và tạo ra trải nghiệm tích cực cho khách hàng.

Trong hoạt động kinh doanh hiện đại, chăm sóc khách hàng được xem là một bộ phận quan trọng của quản trị quan hệ khách hàng. Nếu trước đây nhiều doanh nghiệp chủ yếu tập trung vào việc bán được sản phẩm, thì hiện nay trọng tâm đã chuyển sang duy trì sự hài lòng, lòng trung thành và giá trị lâu dài của khách hàng. Một khách hàng hài lòng không chỉ tiếp tục sử dụng sản phẩm, dịch vụ mà còn có khả năng giới thiệu doanh nghiệp cho người khác. Ngược lại, một khách hàng không hài lòng có thể rời bỏ doanh nghiệp, phản ánh tiêu cực hoặc tạo ảnh hưởng xấu đến hình ảnh thương hiệu.

Đối với ngân hàng thương mại, chăm sóc khách hàng là quá trình ngân hàng tổ chức các hoạt động tiếp xúc, tư vấn, hỗ trợ và phục vụ khách hàng nhằm đáp ứng nhu cầu tài chính của khách hàng một cách an toàn, thuận tiện và hiệu quả. Hoạt động này bao gồm nhiều nội dung như tư vấn sản phẩm, hướng dẫn hồ sơ, giải đáp thắc mắc, hỗ trợ giao dịch, xử lý phản hồi, nhắc nhở nghĩa vụ thanh toán, cung cấp thông tin kịp thời và duy trì quan hệ lâu dài với khách hàng. Do sản phẩm ngân hàng có tính vô hình và gắn với yếu tố niềm tin, chăm sóc khách hàng trong ngân hàng có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc tạo dựng sự tin cậy và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Chăm sóc khách hàng trong ngân hàng không chỉ được thực hiện bởi một bộ phận riêng biệt mà cần có sự phối hợp của nhiều bộ phận như giao dịch viên, cán bộ tín dụng, bộ phận dịch vụ khách hàng, bộ phận công nghệ thông tin, bộ phận kiểm soát rủi ro và ban lãnh đạo. Mỗi điểm tiếp xúc giữa khách hàng và ngân hàng đều có thể ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Vì vậy, chăm sóc khách hàng cần được nhìn nhận như một quá trình tổng thể, gắn liền với văn hóa phục vụ và chiến lược phát triển của ngân hàng.

Có thể hiểu một cách khái quát rằng chăm sóc khách hàng trong ngân hàng là hệ thống các hoạt động nhằm nhận diện, thấu hiểu, phục vụ và duy trì quan hệ với khách hàng, qua đó nâng cao sự hài lòng, củng cố lòng trung thành và góp phần gia tăng hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở để ở, chăm sóc khách hàng càng cần được thực hiện cẩn trọng vì khoản vay thường có giá trị lớn, thời hạn dài và tác động trực tiếp đến đời sống tài chính của khách hàng.

1.1.4. Vai trò của chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại

Chăm sóc khách hàng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển của ngân hàng thương mại, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng. Khi các sản phẩm ngân hàng có sự tương đồng tương đối về tính năng, lãi suất và quy trình cơ bản, chất lượng chăm sóc khách hàng trở thành yếu tố tạo nên sự khác biệt. Một ngân hàng có đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp, tư vấn tận tình, xử lý nhanh chóng và đồng hành với khách hàng thường có khả năng tạo dựng niềm tin tốt hơn so với ngân hàng chỉ chú trọng vào sản phẩm mà chưa quan tâm đầy đủ đến trải nghiệm của khách hàng.

Chăm sóc khách hàng góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Trong quá trình sử dụng dịch vụ ngân hàng, khách hàng thường có nhiều thắc mắc liên quan đến hồ sơ, lãi suất, phí, quy trình giao dịch, thời gian xử lý và quyền lợi, nghĩa vụ của mình. Nếu ngân hàng hỗ trợ khách hàng kịp thời, giải thích rõ ràng và xử lý công việc chính xác, khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm hơn khi giao dịch. Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở để ở, sự hài lòng không chỉ đến từ việc được giải ngân khoản vay mà còn đến từ việc được tư vấn phù hợp, được hướng dẫn hồ sơ đầy đủ, được cập nhật tiến độ và được hỗ trợ sau khi vay.

Chăm sóc khách hàng còn giúp ngân hàng duy trì và phát triển lòng trung thành của khách hàng. Việc thu hút một khách hàng mới thường tốn nhiều chi phí hơn so với

việc duy trì một khách hàng hiện hữu. Khi khách hàng có trải nghiệm tích cực, họ có xu hướng tiếp tục sử dụng dịch vụ của ngân hàng và cân nhắc sử dụng thêm các sản phẩm khác như tiền gửi tiết kiệm, thẻ, bảo hiểm, ngân hàng điện tử hoặc các khoản vay bổ sung. Đặc biệt, đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở, thời gian quan hệ với ngân hàng thường kéo dài trong nhiều năm, tạo điều kiện để ngân hàng phát triển mối quan hệ lâu dài nếu công tác chăm sóc được thực hiện tốt.

Trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng phát triển, chăm sóc khách hàng cũng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Khách hàng hiện nay có nhiều lựa chọn hơn khi sử dụng dịch vụ ngân hàng. Bên cạnh các ngân hàng thương mại truyền thống, khách hàng còn có thể tiếp cận dịch vụ tài chính từ công ty tài chính, ví điện tử, nền tảng công nghệ tài chính và các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính khác. Vì vậy, ngân hàng muốn giữ chân khách hàng cần tạo ra sự khác biệt về chất lượng phục vụ, mức độ thuận tiện và sự tin cậy. Công tác chăm sóc khách hàng tốt sẽ giúp ngân hàng xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, thân thiện và đáng tin cậy trong mắt khách hàng.

Đối với hoạt động cho vay, chăm sóc khách hàng còn hỗ trợ ngân hàng trong việc kiểm soát rủi ro tín dụng. Đối với các khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở để ở, việc duy trì liên hệ thường xuyên với khách hàng giúp ngân hàng nắm bắt tình hình tài chính, khả năng trả nợ và những khó khăn phát sinh trong quá trình vay vốn. Khi khách hàng được nhắc nhở lịch trả nợ, được tư vấn phương thức trả nợ phù hợp và được hỗ trợ khi gặp khó khăn, khả năng phát sinh nợ quá hạn có thể được hạn chế. Đồng thời, thông qua quá trình chăm sóc, ngân hàng cũng có thể phát hiện sớm các dấu hiệu rủi ro để có biện pháp xử lý kịp thời.

Chăm sóc khách hàng cũng là kênh quan trọng giúp ngân hàng thu thập thông tin phản hồi từ thị trường. Phản hồi của khách hàng giúp ngân hàng nhận biết những điểm mạnh cần phát huy, những hạn chế cần cải thiện và những nhu cầu mới cần được đáp ứng. Đối với sản phẩm cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, ý kiến của khách hàng về thủ tục vay, thời gian xử lý hồ sơ, cách thức tư vấn, chính sách lãi suất và thái độ phục vụ của nhân viên là cơ sở quan trọng để ngân hàng hoàn thiện sản phẩm và quy trình phục vụ.

Ngoài ra, chăm sóc khách hàng góp phần nâng cao uy tín và thương hiệu của ngân hàng. Trong lĩnh vực ngân hàng, uy tín được hình thành không chỉ từ quy mô tài

chính, mạng lưới hoạt động hay lịch sử phát triển, mà còn từ trải nghiệm thực tế của khách hàng. Một khách hàng được phục vụ tốt có thể trở thành người giới thiệu tích cực cho ngân hàng. Ngược lại, một trải nghiệm không tốt có thể ảnh hưởng đến hình ảnh của ngân hàng, đặc biệt trong bối cảnh thông tin lan truyền nhanh qua mạng xã hội và các kênh trực tuyến. Do đó, chăm sóc khách hàng cần được xem là nhiệm vụ chiến lược, gắn liền với sự phát triển bền vững của ngân hàng thương mại.

1.2. Công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở

1.2.1. Khái niệm chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở

Cho vay mua và sửa chữa nhà để ở là một hình thức cấp tín dụng của ngân hàng thương mại đối với khách hàng cá nhân hoặc hộ gia đình nhằm đáp ứng nhu cầu về nhà ở. Đây là nhóm sản phẩm tín dụng có giá trị khoản vay tương đối lớn, thời hạn vay thường dài, liên quan đến tài sản bảo đảm và có ảnh hưởng lớn đến kế hoạch tài chính của khách hàng trong nhiều năm. Đối với nhiều cá nhân và hộ gia đình, vay mua và sửa chữa nhà để ở là một trong những quyết định tài chính quan trọng nhất vì khoản vay gắn liền với mục tiêu an cư, ổn định cuộc sống và nâng cao chất lượng sinh hoạt.

Chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở là toàn bộ các hoạt động mà ngân hàng thực hiện nhằm tiếp cận, tư vấn, hỗ trợ, phục vụ và duy trì mối quan hệ với khách hàng cá nhân trong suốt quá trình trước khi vay, trong khi vay và sau khi vay vốn. Hoạt động này không chỉ nhằm giúp khách hàng hoàn tất hồ sơ vay và nhận được khoản vay, mà còn nhằm đảm bảo khách hàng hiểu rõ nghĩa vụ tài chính, lựa chọn phương án vay phù hợp, sử dụng vốn đúng mục đích và duy trì quan hệ tín dụng an toàn với ngân hàng.

Khác với các khoản vay tiêu dùng ngắn hạn, cho vay mua và sửa chữa nhà để ở thường là khoản vay có thời gian quan hệ dài giữa khách hàng và ngân hàng. Trong suốt thời gian đó, khách hàng có thể phát sinh nhiều nhu cầu cần được hỗ trợ như tra cứu dư nợ, điều chỉnh phương thức trả nợ, thanh toán trước hạn, thay đổi thông tin cá nhân, nhận thông báo lãi suất, được tư vấn khi gặp khó khăn tài chính hoặc có nhu cầu sử dụng thêm các dịch vụ khác. Vì vậy, chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở không thể chỉ tập trung vào thời điểm trước giải ngân, mà cần được duy trì liên tục trong toàn bộ vòng đời khoản vay.

Nội dung chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở bao gồm nhiều hoạt động cụ thể. Trước khi vay, ngân hàng cần tư vấn cho khách hàng về điều kiện vay, hạn mức vay, thời hạn vay, lãi suất, tài sản bảo đảm, hồ sơ cần chuẩn bị và phương án trả nợ. Trong quá trình vay, ngân hàng cần hỗ trợ khách hàng hoàn thiện hồ sơ, phối hợp thẩm định tài sản, cập nhật tiến độ xử lý, hướng dẫn ký kết hợp đồng và thực hiện giải ngân. Sau khi vay, ngân hàng cần theo dõi khoản vay, nhắc lịch trả nợ, cung cấp thông tin về dư nợ và lãi suất, tiếp nhận phản hồi, xử lý vướng mắc và duy trì quan hệ với khách hàng.

Chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở có ý nghĩa quan trọng vì quyết định vay mua và sửa chữa nhà để ở thường là một quyết định tài chính lớn đối với cá nhân và gia đình. Khách hàng có thể chịu áp lực về vốn tự có, lãi suất, thời hạn trả nợ, tính pháp lý của tài sản, biến động thu nhập và rủi ro trong tương lai. Do đó, nếu ngân hàng thực hiện tốt công tác chăm sóc, khách hàng sẽ cảm thấy được đồng hành và tin tưởng hơn. Ngược lại, nếu công tác chăm sóc thiếu chuyên nghiệp, khách hàng có thể cảm thấy lo lắng, không hài lòng hoặc chuyển sang lựa chọn ngân hàng khác.

Như vậy, chăm sóc khách hàng trong cho vay mua và sửa chữa nhà để ở là một quá trình có tính hệ thống, gắn liền với hoạt động tín dụng cá nhân của ngân hàng. Mục tiêu của quá trình này là đáp ứng nhu cầu vốn của khách hàng một cách phù hợp, nâng cao trải nghiệm dịch vụ, duy trì mối quan hệ lâu dài và góp phần bảo đảm an toàn, hiệu quả cho hoạt động cho vay của ngân hàng.

1.2.2. Đặc điểm khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở cá nhân là nhóm khách hàng có những đặc điểm riêng so với các nhóm khách hàng vay vốn khác. Việc nhận diện rõ các đặc điểm này giúp ngân hàng xây dựng chính sách tư vấn, hỗ trợ và chăm sóc phù hợp hơn, đồng thời nâng cao hiệu quả quản lý khoản vay.

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở cá nhân thường có nhu cầu vay vốn gắn với mục tiêu ổn định cuộc sống. Nhà ở là tài sản có giá trị lớn và có ý nghĩa quan trọng đối với mỗi cá nhân, gia đình. Việc mua nhà để ở không chỉ là nhu cầu vật chất mà còn gắn với tâm lý an cư, ổn định lâu dài và nâng cao chất lượng sống. Vì vậy, khi tiếp cận khoản vay, khách hàng thường quan tâm rất nhiều đến khả năng đáp ứng nhu

cầu thực tế của khoản vay, tính ổn định của phương án tài chính và mức độ an toàn trong suốt thời gian trả nợ.

Khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở thường có giá trị lớn so với thu nhập của khách hàng. Đối với đa số cá nhân và hộ gia đình, giá trị nhà ở thường vượt quá khả năng tài chính hiện có. Do đó, khách hàng cần sự hỗ trợ vốn từ ngân hàng trong một thời gian dài. Giá trị khoản vay lớn làm cho khách hàng thận trọng hơn khi lựa chọn ngân hàng, đồng thời cũng khiến họ cần được tư vấn kỹ về hạn mức vay, tỷ lệ vốn tự có, thời hạn trả nợ, lãi suất, phí phát sinh và các điều kiện liên quan.

Thời hạn vay mua và sửa chữa nhà để ở thường kéo dài. Khách hàng có thể duy trì quan hệ tín dụng với ngân hàng trong nhiều năm, thậm chí trong phần lớn giai đoạn ổn định tài chính của gia đình. Thời hạn vay dài làm cho nhu cầu chăm sóc khách hàng trở nên liên tục và lâu dài hơn. Trong quá trình vay, khách hàng có thể gặp các thay đổi về thu nhập, công việc, tình trạng hôn nhân, nhu cầu tài chính hoặc kế hoạch trả nợ. Vì vậy, ngân hàng cần theo dõi, cập nhật thông tin và hỗ trợ khách hàng khi cần thiết.

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở thường nhạy cảm với lãi suất và chi phí vay. Lãi suất là một trong những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến số tiền trả nợ hàng tháng và tổng chi phí vay vốn của khách hàng. Bên cạnh lãi suất, khách hàng cũng quan tâm đến phí trả nợ trước hạn, phí định giá tài sản, phí công chứng, phí đăng ký giao dịch bảo đảm, bảo hiểm và các chi phí khác có liên quan. Nếu ngân hàng không tư vấn rõ ràng, khách hàng có thể hiểu sai về nghĩa vụ tài chính, dẫn đến tâm lý không hài lòng trong quá trình vay vốn.

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở thường có mức độ hiểu biết tài chính không đồng đều. Một số khách hàng đã có kinh nghiệm vay vốn, am hiểu hồ sơ pháp lý và có khả năng tính toán dòng tiền. Tuy nhiên, cũng có nhiều khách hàng lần đầu vay ngân hàng để mua nhà nên chưa hiểu rõ quy trình tín dụng, cách tính lãi, phương thức trả nợ, điều kiện tài sản bảo đảm và các nghĩa vụ phát sinh. Do đó, ngân hàng cần tư vấn bằng ngôn ngữ dễ hiểu, tránh sử dụng quá nhiều thuật ngữ chuyên môn, đồng thời phải đảm bảo thông tin cung cấp đầy đủ và chính xác.

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở có yêu cầu cao về sự tin cậy và bảo mật. Khi vay vốn, khách hàng phải cung cấp nhiều thông tin cá nhân, thông tin thu nhập, thông tin tài sản, hồ sơ pháp lý nhà đất và các giấy tờ liên quan đến gia đình. Đây là những thông tin có tính riêng tư và nhạy cảm. Vì vậy, khách hàng thường kỳ vọng ngân

hàng bảo mật thông tin, xử lý hồ sơ cẩn trọng và giao dịch minh bạch. Sự thiếu cẩn trọng trong quá trình tư vấn hoặc xử lý hồ sơ có thể làm giảm niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng.

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở thường chịu ảnh hưởng lớn từ trải nghiệm phục vụ. Do khoản vay có giá trị lớn và thời gian xử lý hồ sơ có thể liên quan đến nhiều bên như ngân hàng, bên bán nhà, cơ quan công chứng, đơn vị định giá, cơ quan đăng ký giao dịch bảo đảm và cơ quan quản lý đất đai, khách hàng thường mong muốn được ngân hàng hỗ trợ sát sao. Nếu nhân viên ngân hàng tư vấn rõ ràng, cập nhật tiến độ thường xuyên và phối hợp xử lý nhanh chóng, khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm hơn. Ngược lại, nếu quá trình xử lý kéo dài, thiếu thông tin hoặc nhân viên không chủ động hỗ trợ, khách hàng dễ phát sinh tâm lý lo lắng và không hài lòng.

Ngoài các đặc điểm nêu trên, khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở còn là nhóm khách hàng có quá trình ra quyết định tương đối thận trọng. Trước khi lựa chọn ngân hàng vay vốn, khách hàng thường so sánh nhiều yếu tố như lãi suất, thời hạn vay, hạn mức vay, mức cho vay trên giá trị tài sản, thời gian xử lý hồ sơ, uy tín ngân hàng và thái độ phục vụ của nhân viên. Trong nhiều trường hợp, khách hàng không chỉ tham khảo thông tin từ ngân hàng mà còn tìm hiểu từ người thân, bạn bè, môi giới bất động sản, mạng xã hội hoặc các kênh tư vấn tài chính. Điều này cho thấy công tác chăm sóc khách hàng trong giai đoạn đầu có ý nghĩa rất lớn trong việc tạo dựng niềm tin và tác động đến quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng.

Bên cạnh đó, khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở thường có tâm lý lo ngại rủi ro trong quá trình vay vốn. Những rủi ro mà khách hàng quan tâm có thể bao gồm lãi suất thay đổi, thu nhập không ổn định, thủ tục pháp lý nhà đất phức tạp, thời gian phê duyệt hồ sơ kéo dài hoặc phát sinh thêm các khoản chi phí ngoài dự kiến. Do vậy, khách hàng rất cần sự tư vấn rõ ràng, trung thực và dễ hiểu từ phía ngân hàng. Nếu nhân viên ngân hàng chỉ tập trung giới thiệu ưu điểm của sản phẩm mà không giải thích đầy đủ các điều kiện, nghĩa vụ và rủi ro có thể phát sinh, khách hàng có thể cảm thấy thiếu tin tưởng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Một đặc điểm khác của khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở là nhu cầu được đồng hành trong suốt quá trình vay vốn. Đối với nhiều khách hàng, việc mua nhà là quyết định quan trọng, có thể ảnh hưởng đến tài chính gia đình trong thời gian dài. Vì vậy, khách hàng không chỉ mong muốn được giải ngân nhanh mà còn mong muốn ngân

hàng hỗ trợ trong quá trình chuẩn bị hồ sơ, giải thích các điều khoản trong hợp đồng, nhắc lịch thanh toán và tư vấn khi có biến động tài chính. Đây là lý do công tác chăm sóc khách hàng đối với nhóm vay mua và sửa chữa nhà để ở cần được thực hiện liên tục, không chỉ dừng lại ở thời điểm bán sản phẩm hoặc giải ngân khoản vay.

Như vậy, việc hiểu rõ đặc điểm khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở giúp ngân hàng xây dựng chính sách chăm sóc phù hợp hơn. Đối với nhóm khách hàng này, ngân hàng cần chú trọng sự minh bạch, tính chuyên nghiệp, khả năng tư vấn tài chính và sự chủ động trong hỗ trợ khách hàng. Đây là cơ sở quan trọng để ngân hàng nâng cao sự hài lòng, duy trì mối quan hệ lâu dài và hạn chế rủi ro phát sinh trong quá trình cho vay.

1.3. Nội dung công tác chăm sóc khách hàng

1.3.1 Nguyên tắc chăm sóc khách hàng

Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng thương mại, công tác chăm sóc khách hàng giữ vai trò quan trọng trong việc duy trì khách hàng hiện hữu, thu hút khách hàng mới và nâng cao hình ảnh của ngân hàng. Để hoạt động chăm sóc khách hàng đạt hiệu quả, các ngân hàng thương mại cần tuân thủ một số nguyên tắc cơ bản sau:

- **Lấy khách hàng làm trung tâm**

- Mọi hoạt động chăm sóc khách hàng cần hướng đến việc đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Ngân hàng cần nghiên cứu đặc điểm, hành vi và nhu cầu của từng nhóm khách hàng để cung cấp sản phẩm, dịch vụ phù hợp, từ đó nâng cao sự hài lòng và mức độ gắn bó của khách hàng đối với ngân hàng.

- **Đảm bảo tính nhanh chóng và chính xác**

- Trong lĩnh vực ngân hàng, tốc độ xử lý và độ chính xác của giao dịch là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng. Vì vậy, ngân hàng cần giải quyết các yêu cầu, thắc mắc và khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng, chính xác và đúng quy trình.

- **Đảm bảo tính bảo mật thông tin khách hàng**

- Thông tin khách hàng là tài sản quan trọng của ngân hàng. Do đó, các ngân hàng thương mại phải có trách nhiệm bảo mật thông tin cá nhân, tài khoản và giao dịch của khách hàng theo đúng quy định của pháp luật nhằm tạo sự an tâm và tin tưởng cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

- **Thể hiện sự chuyên nghiệp trong phục vụ**

- Nhân viên ngân hàng cần có thái độ lịch sự, nhiệt tình, thân thiện và chuyên nghiệp trong quá trình giao tiếp với khách hàng. Tác phong phục vụ chuyên nghiệp không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn góp phần xây dựng hình ảnh và uy tín của ngân hàng.

- **Đảm bảo tính công bằng và bình đẳng**

- Ngân hàng cần phục vụ khách hàng một cách công bằng, minh bạch và không phân biệt đối xử giữa các nhóm khách hàng. Mọi khách hàng đều cần được tôn trọng và hỗ trợ phù hợp với quyền lợi của mình.

- **Duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng**

- Công tác chăm sóc khách hàng không chỉ diễn ra trước và trong quá trình giao dịch mà còn cần được duy trì sau giao dịch. Ngân hàng cần thường xuyên quan tâm, hỗ trợ và xây dựng các chương trình chăm sóc phù hợp nhằm gia tăng sự gắn kết và lòng trung thành của khách hàng.

- **Lắng nghe và tiếp nhận phản hồi của khách hàng**

- Việc tiếp nhận ý kiến phản hồi, góp ý và khiếu nại từ khách hàng giúp ngân hàng kịp thời điều chỉnh, cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Đây là cơ sở quan trọng để nâng cao hiệu quả công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại.

- **Ứng dụng công nghệ trong chăm sóc khách hàng**

- Trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, các ngân hàng thương mại cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ vào hoạt động chăm sóc khách hàng như Mobile Banking, Internet Banking, hệ thống CRM hay chatbot tự động nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, tiết kiệm thời gian và tăng trải nghiệm cho khách hàng.

1.3.2. Các công cụ và phương thức chăm sóc khách hàng

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng thương mại hiện nay, công tác chăm sóc khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, duy trì lòng trung thành của khách hàng và gia tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh. Tại ngân hàng thương mại, hoạt động chăm sóc khách hàng được triển khai thông qua nhiều công cụ và phương thức khác nhau nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng cá nhân cũng như khách hàng doanh nghiệp.

1.3.2.1. Các công cụ chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại

a) Giao dịch trực tiếp tại quầy

Đây là công cụ chăm sóc khách hàng truyền thống và phổ biến nhất tại ngân hàng thương mại. Thông qua hoạt động giao dịch trực tiếp tại chi nhánh và phòng giao dịch, khách hàng được nhân viên ngân hàng tư vấn, hướng dẫn và hỗ trợ thực hiện các dịch vụ như mở tài khoản, vay vốn, gửi tiết kiệm, thanh toán và giải quyết các thắc mắc phát sinh. Hình thức này giúp ngân hàng tạo được sự tương tác trực tiếp với khách hàng, từ đó dễ dàng nắm bắt nhu cầu và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

b) Tổng đài chăm sóc khách hàng (Call Center)

Ngân hàng thương mại triển khai hệ thống tổng đài chăm sóc khách hàng nhằm hỗ trợ khách hàng 24/7 thông qua điện thoại. Khách hàng có thể liên hệ tổng đài để:

- Tra cứu thông tin tài khoản;
- Khóa thẻ khẩn cấp;
- Hỗ trợ các dịch vụ ngân hàng điện tử;
- Tiếp nhận và giải quyết khiếu nại;
- Tư vấn sản phẩm và dịch vụ ngân hàng.

Việc triển khai tổng đài chăm sóc khách hàng góp phần nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và thuận tiện.

c) Dịch vụ SMS Banking

SMS Banking là công cụ hỗ trợ khách hàng thông qua tin nhắn điện thoại. Dịch vụ này cho phép khách hàng:

- Nhận thông báo biến động số dư;
- Tra cứu thông tin tài khoản;
- Kiểm tra lịch sử giao dịch;
- Thanh toán hóa đơn và nạp tiền điện thoại.

Thông qua SMS Banking, khách hàng có thể kiểm soát tài khoản của mình mọi lúc mọi nơi mà không cần đến trực tiếp ngân hàng.

d) Dịch vụ ngân hàng điện tử (Electronic Banking / E-Banking)

Dịch vụ ngân hàng điện tử là công cụ chăm sóc khách hàng hiện đại được nhiều khách hàng sử dụng. Ứng dụng cung cấp nhiều tiện ích như:

- Chuyển tiền;
- Thanh toán hóa đơn;

- Gửi tiết kiệm trực tuyến;
- Kiểm tra số dư tài khoản;
- Tra cứu lịch sử giao dịch;
- Thanh toán QR Code.

Ứng dụng giúp khách hàng thực hiện giao dịch nhanh chóng, tiết kiệm thời gian và nâng cao trải nghiệm sử dụng dịch vụ ngân hàng số.

e) Website và mạng xã hội

Ngân hàng thương mại sử dụng website chính thức cùng các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Zalo để cung cấp thông tin sản phẩm, chương trình ưu đãi và hỗ trợ giải đáp thắc mắc của khách hàng.

Thông qua các kênh trực tuyến này, ngân hàng có thể tiếp cận khách hàng nhanh hơn, đồng thời tăng cường khả năng tương tác và quảng bá hình ảnh thương hiệu.

1.3.2.2. Các phương thức chăm sóc khách hàng tại ngân hàng thương mại

a) Chăm sóc khách hàng trực tiếp

Đây là phương thức chăm sóc thông qua sự tương tác trực tiếp giữa nhân viên ngân hàng và khách hàng tại quầy giao dịch. Nhân viên sẽ tư vấn, hướng dẫn thủ tục và hỗ trợ khách hàng giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng dịch vụ.

b) Chăm sóc khách hàng qua điện thoại

Thực hiện chăm sóc khách hàng thông qua các cuộc gọi điện thoại nhằm:

- Tư vấn sản phẩm dịch vụ;
- Nhắc lịch thanh toán;
- Khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng;
- Tiếp nhận phản hồi và giải quyết khiếu nại.

Phương thức này giúp ngân hàng duy trì mối quan hệ với khách hàng và nâng cao chất lượng phục vụ.

c) Chăm sóc khách hàng qua kênh số

Đẩy mạnh hoạt động chăm sóc khách hàng thông qua các kênh số như:

- E-Mobile Banking;
- SMS Banking;
- Website;
- Facebook và Zalo.

Các kênh này giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận dịch vụ ngân hàng mọi lúc, mọi nơi mà không bị giới hạn về thời gian và không gian.

d) Chăm sóc khách hàng tự động

Ngân hàng triển khai hệ thống tự động gửi thông báo đến khách hàng như:

- Thông báo biến động số dư;
- Nhắc lịch thanh toán khoản vay;
- Cảnh báo bảo mật;
- Thông báo các chương trình ưu đãi.

Phương thức này góp phần nâng cao tính chủ động trong việc hỗ trợ khách hàng và tăng tính tiện lợi khi sử dụng dịch vụ.

e) Chăm sóc khách hàng sau bán hàng

Sau khi khách hàng sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ, Agribank tiếp tục thực hiện các hoạt động chăm sóc như:

- Gọi điện hỏi thăm;
- Khảo sát mức độ hài lòng;
- Hỗ trợ xử lý các khó khăn phát sinh;
- Tiếp nhận ý kiến phản hồi từ khách hàng.

Điều này giúp ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

1.3.2.3. Kênh giao tiếp

Kênh giao tiếp là phương tiện giúp ngân hàng kết nối, trao đổi thông tin và hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Đối với công tác chăm sóc khách hàng, kênh giao tiếp có vai trò rất quan trọng vì đây là nơi diễn ra các điểm chạm giữa ngân hàng và khách hàng. Một hệ thống kênh giao tiếp hiệu quả sẽ giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận ngân hàng, nhận được hỗ trợ kịp thời và có trải nghiệm thuận tiện hơn.

Kênh giao tiếp trực tiếp tại chi nhánh hoặc phòng giao dịch là kênh truyền thống và vẫn giữ vai trò quan trọng trong hoạt động ngân hàng. Đối với khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở, nhiều khách hàng có xu hướng đến trực tiếp ngân hàng để được tư vấn vì khoản vay có giá trị lớn, thủ tục phức tạp và cần sự tin tưởng. Giao tiếp trực tiếp giúp cán bộ ngân hàng nắm bắt nhu cầu khách hàng rõ hơn, đồng thời tạo điều kiện để giải thích chi tiết các nội dung liên quan đến khoản vay. Thái độ, tác phong, kỹ năng giao

tiếp và sự chuyên nghiệp của nhân viên tại quầy có ảnh hưởng lớn đến cảm nhận của khách hàng.

Kênh điện thoại cũng là phương thức chăm sóc khách hàng phổ biến. Thông qua điện thoại, ngân hàng có thể tư vấn ban đầu, nhắc lịch trả nợ, thông báo hồ sơ cần bổ sung, cập nhật tiến độ xử lý, giải đáp thắc mắc hoặc tiếp nhận phản hồi. Ưu điểm của kênh điện thoại là nhanh chóng, trực tiếp và phù hợp với những nội dung cần trao đổi ngay. Tuy nhiên, khi sử dụng kênh này, nhân viên ngân hàng cần giao tiếp lịch sự, ngắn gọn, rõ ràng và tránh gọi vào thời điểm không phù hợp.

Kênh tin nhắn SMS, email và thông báo qua ứng dụng ngân hàng điện tử ngày càng được sử dụng rộng rãi trong chăm sóc khách hàng. Các kênh này phù hợp để gửi thông tin tự động như lịch trả nợ, biến động tài khoản, thông báo dư nợ, lãi suất, chương trình ưu đãi hoặc xác nhận giao dịch. Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở, việc nhận thông báo định kỳ giúp khách hàng chủ động hơn trong quản lý tài chính cá nhân. Tuy nhiên, nội dung thông báo cần chính xác, dễ hiểu và bảo mật.

Kênh trực tuyến như website, mạng xã hội, ứng dụng di động và tư vấn online cũng ngày càng quan trọng. Khách hàng hiện nay có xu hướng tìm kiếm thông tin trên internet trước khi đến ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần cung cấp thông tin sản phẩm vay mua và sửa chữa nhà để ở một cách rõ ràng trên các kênh trực tuyến, bao gồm điều kiện vay, tiện ích sản phẩm, hồ sơ cần chuẩn bị, cách liên hệ tư vấn và các câu hỏi thường gặp. Ngoài ra, ngân hàng có thể sử dụng các kênh online để tiếp nhận yêu cầu tư vấn, đặt lịch hẹn hoặc hỗ trợ khách hàng từ xa.

Một xu hướng quan trọng trong chăm sóc khách hàng là kết hợp nhiều kênh giao tiếp để tạo ra trải nghiệm liền mạch. Khách hàng có thể tìm hiểu thông tin trên website, trao đổi qua điện thoại, gửi hồ sơ qua email và đến chi nhánh để ký hồ sơ. Nếu các kênh không được kết nối tốt, khách hàng có thể phải cung cấp lại thông tin nhiều lần, gây mất thời gian và giảm sự hài lòng. Vì vậy, ngân hàng cần hướng đến quản lý thông tin khách hàng thống nhất trên các kênh, giúp quá trình phục vụ thuận tiện và nhất quán hơn.

Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, việc lựa chọn kênh giao tiếp cần phù hợp với từng giai đoạn của khoản vay. Giai đoạn tư vấn ban đầu có thể kết hợp giữa online, điện thoại và gặp trực tiếp. Giai đoạn hoàn thiện hồ sơ cần có sự trao đổi chi tiết, có thể thông qua trực tiếp, email hoặc ứng dụng. Giai đoạn sau giải ngân có thể sử dụng SMS, ứng dụng ngân hàng điện tử, điện thoại và các kênh chăm sóc định

kỳ. Việc sử dụng linh hoạt các kênh giao tiếp sẽ giúp ngân hàng nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng và tiết kiệm thời gian cho cả khách hàng lẫn ngân hàng.

1.3.3. Các yếu tố then chốt trong công tác CSKH

Trong hoạt động của ngân hàng thương mại, công tác chăm sóc khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, duy trì mối quan hệ với khách hàng và gia tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường. Hiệu quả của công tác chăm sóc khách hàng chịu tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau, trong đó nổi bật là yếu tố về sản phẩm, dịch vụ; yếu tố về sự thuận tiện; và yếu tố về con người. Đây là những yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng và sự gắn bó của khách hàng đối với ngân hàng.

a) Yếu tố về sản phẩm, dịch vụ

Sản phẩm và dịch vụ ngân hàng là yếu tố cơ bản quyết định khả năng thu hút và duy trì khách hàng của ngân hàng thương mại. Một ngân hàng có hệ thống sản phẩm đa dạng, chất lượng tốt và phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng sẽ tạo được lợi thế cạnh tranh và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng cần được xây dựng phù hợp với từng nhóm khách hàng khác nhau như khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp, khách hàng vay vốn hay khách hàng gửi tiết kiệm. Đồng thời, ngân hàng cần thường xuyên nghiên cứu thị trường và nhu cầu của khách hàng để cải tiến, đổi mới sản phẩm nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, sản phẩm tín dụng cần đảm bảo mức lãi suất hợp lý, thời hạn vay linh hoạt, hạn mức vay phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng và thủ tục vay vốn đơn giản. Bên cạnh đó, các chính sách ưu đãi, hỗ trợ khách hàng cũng góp phần nâng cao khả năng tiếp cận vốn vay và tạo sự hài lòng cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Ngoài sản phẩm, chất lượng dịch vụ cũng là yếu tố có ảnh hưởng lớn đến công tác chăm sóc khách hàng. Chất lượng dịch vụ được thể hiện thông qua tính chính xác trong giao dịch, khả năng xử lý công việc nhanh chóng, mức độ an toàn và bảo mật thông tin khách hàng cũng như khả năng giải quyết các yêu cầu, thắc mắc và khiếu nại của khách hàng một cách hiệu quả.

Khi sản phẩm và dịch vụ đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng, tin tưởng và có xu hướng tiếp tục sử dụng các dịch vụ của ngân hàng trong

thời gian dài. Đây cũng là cơ sở giúp ngân hàng xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng và nâng cao uy tín trên thị trường.

b)Yếu tố về sự thuận tiện

Sự thuận tiện là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng. Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng cao hiện nay, khách hàng luôn mong muốn được phục vụ nhanh chóng, dễ dàng và tiết kiệm thời gian trong quá trình giao dịch.

Ngân hàng cần tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong toàn bộ quá trình sử dụng dịch vụ, từ khâu tiếp cận thông tin, thực hiện giao dịch cho đến hỗ trợ sau giao dịch. Việc đơn giản hóa quy trình, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ và nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng sẽ góp phần nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng.

Sự thuận tiện còn được thể hiện thông qua hệ thống mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch và ATM được bố trí hợp lý, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng. Ngoài ra, thời gian làm việc linh hoạt và khả năng hỗ trợ khách hàng kịp thời cũng là những yếu tố góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay, nhiều ngân hàng đã đẩy mạnh ứng dụng công nghệ vào hoạt động chăm sóc khách hàng thông qua các nền tảng như Internet Banking, Mobile Banking, chatbot tự động, tổng đài chăm sóc khách hàng và các kênh hỗ trợ trực tuyến. Việc ứng dụng công nghệ không chỉ giúp khách hàng tiết kiệm thời gian mà còn nâng cao trải nghiệm khi sử dụng dịch vụ ngân hàng.

Nhờ việc tăng cường tính thuận tiện trong quá trình giao dịch và sử dụng dịch vụ, ngân hàng có thể nâng cao chất lượng phục vụ, tạo sự hài lòng cho khách hàng và gia tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

c)Yếu tố về con người

Con người là yếu tố trung tâm và có vai trò quyết định đến hiệu quả của công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại. Mặc dù ngân hàng có sản phẩm tốt và công nghệ hiện đại nhưng nếu đội ngũ nhân viên không có chuyên môn và thái độ phục vụ phù hợp thì vẫn khó tạo được sự hài lòng cho khách hàng.

Nhân viên ngân hàng là người trực tiếp tiếp xúc, tư vấn và hỗ trợ khách hàng trong quá trình giao dịch. Vì vậy, trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và thái độ phục vụ của nhân viên có ảnh hưởng lớn đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ của ngân hàng.

Đội ngũ nhân viên chăm sóc khách hàng cần có kiến thức chuyên môn nghiệp vụ tốt, kỹ năng giao tiếp hiệu quả, thái độ lịch sự, thân thiện và tinh thần trách nhiệm trong công việc. Đồng thời, nhân viên cần biết lắng nghe, thấu hiểu nhu cầu của khách hàng để đưa ra các giải pháp và sản phẩm phù hợp.

Trong hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, nhân viên tín dụng và nhân viên chăm sóc khách hàng cần chủ động tư vấn cho khách hàng về điều kiện vay vốn, quy trình và thủ tục vay, phương án trả nợ cũng như các chính sách hỗ trợ của ngân hàng. Sự tận tình và chuyên nghiệp của nhân viên sẽ giúp khách hàng cảm thấy yên tâm và tin tưởng hơn khi sử dụng dịch vụ.

Bên cạnh đó, ngân hàng cũng cần chú trọng công tác đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua các chương trình đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng chăm sóc khách hàng. Đồng thời, ngân hàng cần xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp và văn hóa phục vụ khách hàng nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng.

Khi đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn tốt, thái độ phục vụ chuyên nghiệp và tận tình, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng, tin tưởng và có xu hướng gắn bó lâu dài với ngân hàng.

1.3.4. Quy trình chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở

Trong hoạt động của ngân hàng thương mại, quy trình chăm sóc khách hàng giữ vai trò quan trọng trong việc xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng, nâng cao chất lượng phục vụ và gia tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường. Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, quy trình chăm sóc khách hàng không chỉ diễn ra tại một thời điểm nhất định mà được thực hiện xuyên suốt từ trước khi vay, trong quá trình vay cho đến sau khi giải ngân khoản vay.

Một quy trình chăm sóc khách hàng hiệu quả sẽ giúp ngân hàng hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, hỗ trợ khách hàng tiếp cận nguồn vốn thuận lợi, đồng thời nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với ngân hàng. Thông thường, quy trình chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại bao gồm các bước cơ bản như: thu thập và tìm hiểu thông tin khách hàng, phân loại khách hàng, tư vấn và cung cấp sản phẩm dịch vụ, hỗ trợ thực hiện giao dịch, chăm sóc sau giao dịch và tiếp nhận – xử lý phản hồi, khiếu nại của khách hàng.

1.3.4.1. Chăm sóc khách hàng trước khi vay

Giai đoạn trước khi vay là giai đoạn khách hàng bắt đầu phát sinh nhu cầu tìm hiểu thông tin về khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở. Đây là giai đoạn quan trọng vì cảm nhận ban đầu của khách hàng về ngân hàng có thể ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định lựa chọn ngân hàng để vay vốn.

Bước 1: Thu thập và tìm kiếm thông tin khách hàng

Trong giai đoạn này, ngân hàng thực hiện bước đầu tiên của quy trình chăm sóc khách hàng là thu thập và tìm hiểu thông tin khách hàng. Cán bộ tín dụng tiến hành tìm hiểu các thông tin liên quan như nghề nghiệp, thu nhập, nhu cầu vay vốn, khả năng tài chính, thời hạn vay mong muốn và lịch sử tín dụng của khách hàng. Thông qua việc phân tích thông tin, ngân hàng có thể xác định khả năng đáp ứng điều kiện vay và tư vấn sản phẩm phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng.

Bước 2: Phân loại khách hàng

Sau khi thu thập thông tin, ngân hàng tiến hành phân loại khách hàng theo từng nhóm đối tượng khác nhau như khách hàng có thu nhập ổn định từ lương, khách hàng kinh doanh cá thể, khách hàng trẻ có nhu cầu mua nhà lần đầu hoặc khách hàng có lịch sử giao dịch lâu năm với ngân hàng. Việc phân loại khách hàng giúp ngân hàng xây dựng chính sách chăm sóc và phương án tư vấn phù hợp đối với từng nhóm khách hàng cụ thể.

Bước 3: Hoạt động tư vấn và giới thiệu sản phẩm

Bên cạnh đó, ngân hàng thực hiện hoạt động tư vấn và giới thiệu sản phẩm vay mua và sửa chữa nhà để ở. Nhân viên ngân hàng cần giải thích rõ cho khách hàng về điều kiện vay vốn, hạn mức vay, thời hạn vay, phương thức trả nợ, lãi suất, tài sản bảo đảm và các loại chi phí liên quan. Đồng thời, khách hàng cũng được hướng dẫn chuẩn bị hồ sơ vay vốn như giấy tờ pháp lý cá nhân, hồ sơ chứng minh thu nhập, hồ sơ mục đích vay và các giấy tờ liên quan đến tài sản bảo đảm.

Ngoài việc tư vấn sản phẩm, ngân hàng còn hỗ trợ khách hàng xây dựng phương án tài chính phù hợp với khả năng trả nợ. Việc xác định mức vay hợp lý giúp khách hàng hạn chế áp lực tài chính trong tương lai, đồng thời góp phần giảm thiểu rủi ro tín dụng cho ngân hàng.

Hiện nay, ngân hàng có thể tiếp cận khách hàng thông qua nhiều kênh khác nhau như giao dịch trực tiếp tại quầy, điện thoại, website, mạng xã hội, ứng dụng ngân hàng

số hoặc thông qua giới thiệu từ khách hàng cũ. Tuy nhiên, dù tiếp cận bằng hình thức nào, ngân hàng vẫn cần đảm bảo thông tin cung cấp cho khách hàng đầy đủ, chính xác và thống nhất nhằm tạo sự chuyên nghiệp ngay từ giai đoạn đầu.

1.3.4.2. Chăm sóc khách hàng trong quá trình vay

Sau khi khách hàng quyết định vay vốn, ngân hàng bước sang giai đoạn chăm sóc khách hàng trong quá trình vay. Đây là giai đoạn khách hàng thực hiện các thủ tục tín dụng như tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, phê duyệt khoản vay, ký kết hợp đồng tín dụng và giải ngân.

Trong giai đoạn này, ngân hàng thực hiện bước hỗ trợ thực hiện giao dịch và đồng hành cùng khách hàng trong suốt quá trình xử lý hồ sơ vay vốn. Cán bộ tín dụng có trách nhiệm kiểm tra hồ sơ của khách hàng, thông báo các giấy tờ còn thiếu và hướng dẫn khách hàng bổ sung đầy đủ theo quy định. Việc hỗ trợ kịp thời giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và hạn chế tình trạng phải bổ sung hồ sơ nhiều lần.

Trong quá trình thẩm định, ngân hàng tiến hành đánh giá năng lực tài chính, mục đích sử dụng vốn, khả năng trả nợ và tính pháp lý của tài sản bảo đảm. Khi cần bổ sung chứng từ hoặc giải trình thông tin, nhân viên ngân hàng cần giải thích rõ lý do để khách hàng hiểu và phối hợp thực hiện.

Một nội dung quan trọng trong giai đoạn này là cập nhật tiến độ xử lý hồ sơ cho khách hàng. Ngân hàng cần chủ động thông báo cho khách hàng biết hồ sơ đang ở giai đoạn nào như đang thẩm định, chờ phê duyệt hay chuẩn bị giải ngân. Việc cập nhật thông tin thường xuyên giúp khách hàng yên tâm hơn và tạo cảm giác được ngân hàng quan tâm, đồng hành.

Sau khi khoản vay được phê duyệt, ngân hàng tiến hành hướng dẫn khách hàng ký kết hợp đồng tín dụng và các văn bản liên quan. Cán bộ ngân hàng cần giải thích cụ thể về số tiền vay, thời hạn vay, lãi suất, phương thức trả nợ, quyền và nghĩa vụ của khách hàng cũng như các điều khoản liên quan đến tài sản bảo đảm. Điều này giúp khách hàng hiểu rõ trách nhiệm tài chính của mình và hạn chế phát sinh tranh chấp về sau.

Đối với hoạt động giải ngân, ngân hàng cần đảm bảo việc giải ngân được thực hiện đúng thời gian cam kết và đúng mục đích sử dụng vốn. Sau khi giải ngân, khách hàng được cung cấp đầy đủ thông tin về lịch trả nợ, số dư nợ, lãi suất áp dụng và các kênh hỗ trợ khi cần thiết.

Ngoài ra, chất lượng chăm sóc khách hàng trong quá trình vay còn phụ thuộc vào sự phối hợp giữa các bộ phận trong ngân hàng như bộ phận tín dụng, thẩm định, pháp lý và giao dịch. Sự phối hợp nhịp nhàng sẽ giúp rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

1.3.4.3. Chăm sóc khách hàng sau khi vay

Giai đoạn sau khi vay bắt đầu từ thời điểm khoản vay được giải ngân và kéo dài trong suốt thời gian khách hàng còn dư nợ tại ngân hàng. Đây là giai đoạn có ý nghĩa quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ với khách hàng, nâng cao sự hài lòng và kiểm soát rủi ro tín dụng.

Trong giai đoạn này, ngân hàng thực hiện hoạt động chăm sóc sau giao dịch thông qua việc theo dõi khoản vay và hỗ trợ khách hàng trong quá trình trả nợ. Khách hàng được ngân hàng thông báo định kỳ về lịch trả nợ, số tiền gốc và lãi cần thanh toán, dư nợ còn lại cũng như các thay đổi liên quan đến lãi suất hoặc chính sách tín dụng. Việc nhắc nợ có thể được thực hiện thông qua SMS Banking, ứng dụng ngân hàng số, điện thoại hoặc email nhằm giúp khách hàng chủ động kế hoạch tài chính và hạn chế phát sinh nợ quá hạn.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần hỗ trợ khách hàng khi phát sinh khó khăn trong quá trình trả nợ. Đối với những khách hàng gặp khó khăn tạm thời về tài chính, ngân hàng có thể tư vấn phương án phù hợp như điều chỉnh kỳ hạn trả nợ hoặc cơ cấu lại thời hạn trả nợ theo quy định nhằm giảm áp lực tài chính cho khách hàng.

Ngoài hoạt động hỗ trợ tài chính, ngân hàng còn duy trì mối quan hệ với khách hàng thông qua các chương trình chăm sóc định kỳ như gửi tin nhắn chúc mừng vào các dịp lễ, Tết, sinh nhật; giới thiệu các chương trình ưu đãi hoặc tư vấn thêm các sản phẩm dịch vụ phù hợp như thẻ ngân hàng, tiết kiệm, bảo hiểm và ngân hàng điện tử.

Song song với đó, ngân hàng thực hiện bước tiếp nhận phản hồi và giải quyết khiếu nại của khách hàng. Trong quá trình sử dụng dịch vụ, khách hàng có thể phát sinh các thắc mắc liên quan đến lãi suất, lịch trả nợ, phí trả nợ trước hạn hoặc thủ tục giải chấp tài sản bảo đảm. Vì vậy, ngân hàng cần xây dựng quy trình tiếp nhận và xử lý phản hồi rõ ràng, đảm bảo giải quyết nhanh chóng, chính xác và đúng quy định.

Ngoài ra, ngân hàng cũng cần thường xuyên khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng nhằm đánh giá chất lượng phục vụ và kịp thời điều chỉnh các hạn chế còn tồn tại.

Đây là cơ sở quan trọng để ngân hàng nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng và xây dựng mối quan hệ bền vững với khách hàng trong dài hạn.

Có thể thấy, hoạt động chăm sóc khách hàng trong ngân hàng thương mại không chỉ tập trung ở giai đoạn trước khi vay mà cần được thực hiện xuyên suốt trong toàn bộ quá trình quan hệ tín dụng. Việc kết hợp chặt chẽ các bước trong quy trình chăm sóc khách hàng với từng giai đoạn vay vốn sẽ giúp ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ, gia tăng sự hài lòng của khách hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

1.3.5. Quản trị quan hệ khách hàng

Quản trị quan hệ khách hàng được hiểu là hệ thống các phương pháp, quy trình và công nghệ được sử dụng nhằm thu thập, quản lý, phân tích thông tin khách hàng, từ đó hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Trong ngân hàng, quản trị quan hệ khách hàng có vai trò quan trọng vì khách hàng thường sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ khác nhau và có lịch sử giao dịch kéo dài theo thời gian.

Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, giúp ngân hàng lưu trữ và quản lý thông tin khách hàng một cách có hệ thống. Các thông tin có thể bao gồm thông tin cá nhân, nghề nghiệp, thu nhập, lịch sử giao dịch, lịch sử vay vốn, dư nợ, tài sản bảo đảm, lịch trả nợ, phản hồi của khách hàng, khiếu nại đã xử lý và các sản phẩm dịch vụ khách hàng đang sử dụng. Khi dữ liệu được quản lý đầy đủ, cán bộ ngân hàng có thể nắm bắt nhanh tình trạng của khách hàng và phục vụ khách hàng chính xác hơn.

còn giúp ngân hàng phân loại khách hàng và thiết kế chính sách chăm sóc phù hợp. Khách hàng có dư nợ lớn, lịch sử trả nợ tốt và sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ có thể được xếp vào nhóm khách hàng quan trọng để có chính sách chăm sóc riêng. Khách hàng sắp đến kỳ điều chỉnh lãi suất có thể được chủ động thông báo và tư vấn. Khách hàng sắp đến hạn trả nợ có thể được nhắc lịch tự động. Khách hàng có phản hồi chưa hài lòng có thể được theo dõi để xử lý kịp thời. Nhờ đó, hoạt động chăm sóc khách hàng trở nên chủ động hơn thay vì chỉ phản ứng khi khách hàng phát sinh yêu cầu.

Bên cạnh đó, hỗ trợ ngân hàng trong việc cá nhân hóa dịch vụ. Mỗi khách hàng có nhu cầu, khả năng tài chính và kỳ vọng khác nhau. Nếu ngân hàng có thông tin đầy đủ về khách hàng, ngân hàng có thể tư vấn sản phẩm phù hợp hơn, lựa chọn kênh giao tiếp thuận tiện hơn và đưa ra thông điệp chăm sóc sát với nhu cầu thực tế. Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở, cá nhân hóa dịch vụ có thể thể hiện ở việc tư vấn phương án trả nợ theo dòng tiền của khách hàng, nhắc lịch trả nợ theo kênh khách hàng

mong muốn hoặc giới thiệu sản phẩm bổ trợ phù hợp với giai đoạn tài chính của gia đình.

Tuy nhiên, để phát huy hiệu quả, ngân hàng cần đảm bảo dữ liệu khách hàng được cập nhật chính xác, đầy đủ và bảo mật. Nếu dữ liệu thiếu chính xác hoặc không được cập nhật thường xuyên, hệ thống có thể đưa ra thông tin sai lệch, ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ. Ngoài ra, việc sử dụng thông tin khách hàng cần tuân thủ nguyên tắc bảo mật, tránh lạm dụng dữ liệu hoặc tiếp cận khách hàng quá mức gây phản cảm. Vì vậy, không chỉ là công cụ công nghệ mà còn đòi hỏi quy trình quản trị dữ liệu và ý thức phục vụ chuyên nghiệp của nhân viên ngân hàng.

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến công tác chăm sóc khách hàng

1.4.1. Yếu tố bên trong ngân hàng

Công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố bên trong. Đây là những yếu tố thuộc về năng lực, nguồn lực, chiến lược và cách thức tổ chức hoạt động của ngân hàng. Việc nhận diện các nhân tố này giúp ngân hàng chủ động cải thiện chất lượng chăm sóc khách hàng.

Chất lượng nguồn nhân lực là nhân tố có ảnh hưởng trực tiếp đến công tác chăm sóc khách hàng. Trong lĩnh vực ngân hàng, nhân viên là người trực tiếp tiếp xúc, tư vấn và hỗ trợ khách hàng. Đối với sản phẩm cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, cán bộ ngân hàng cần có kiến thức về tín dụng, tài sản bảo đảm, hồ sơ pháp lý, lãi suất, quy trình giải ngân và kỹ năng tư vấn tài chính cá nhân. Nếu nhân viên có chuyên môn tốt, thái độ tận tình và kỹ năng giao tiếp phù hợp, khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm hơn khi sử dụng dịch vụ. Ngược lại, nếu nhân viên thiếu nghiệp vụ hoặc phục vụ thiếu chuyên nghiệp, khách hàng có thể mất niềm tin vào ngân hàng.

Quy trình nghiệp vụ của ngân hàng ảnh hưởng lớn đến chất lượng chăm sóc khách hàng. Một quy trình rõ ràng, đơn giản, hợp lý sẽ giúp khách hàng dễ hiểu, dễ chuẩn bị hồ sơ và tiết kiệm thời gian giao dịch. Đối với cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, quy trình thường gồm nhiều bước như tư vấn, tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, phê duyệt, ký kết hợp đồng, hoàn thiện tài sản bảo đảm và giải ngân. Nếu quy trình thiếu thống nhất hoặc có quá nhiều bước không cần thiết, khách hàng có thể cảm thấy phiền hà. Vì vậy, ngân hàng cần thường xuyên rà soát quy trình để vừa đảm bảo kiểm soát rủi ro, vừa nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Chính sách sản phẩm và chính sách tín dụng có tác động đến công tác chăm sóc khách hàng. Một sản phẩm vay mua và sửa chữa nhà để ở có hạn mức phù hợp, thời hạn linh hoạt, phương thức trả nợ đa dạng và chính sách lãi suất cạnh tranh sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên trong quá trình tư vấn. Ngược lại, nếu sản phẩm thiếu linh hoạt hoặc điều kiện vay quá phức tạp, nhân viên sẽ khó đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Tuy nhiên, trong hoạt động tín dụng, sự linh hoạt cần đi đôi với nguyên tắc an toàn và tuân thủ quy định.

Hệ thống công nghệ thông tin là nhân tố ngày càng quan trọng trong chăm sóc khách hàng. Công nghệ giúp ngân hàng lưu trữ dữ liệu khách hàng, theo dõi lịch sử giao dịch, tự động nhắc lịch trả nợ, gửi thông báo, hỗ trợ giao dịch trực tuyến và xử lý yêu cầu nhanh hơn. Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở, hệ thống công nghệ tốt giúp khách hàng tra cứu thông tin khoản vay, thanh toán nợ, nhận thông báo dư nợ và liên hệ hỗ trợ thuận tiện hơn. Nếu hệ thống công nghệ chưa đồng bộ, khách hàng có thể phải thực hiện nhiều thao tác thủ công, mất thời gian và giảm mức độ hài lòng.

Văn hóa phục vụ của ngân hàng ảnh hưởng đến cách thức nhân viên đối xử với khách hàng. Một ngân hàng có văn hóa lấy khách hàng làm trung tâm sẽ khuyến khích nhân viên lắng nghe, tôn trọng, hỗ trợ và giải quyết vấn đề cho khách hàng. Văn hóa phục vụ không chỉ thể hiện ở khẩu hiệu mà phải được thể hiện trong quy trình, chính sách, đánh giá nhân viên và hành vi phục vụ hàng ngày. Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở, sự tận tâm và trách nhiệm của nhân viên có thể tạo ra sự khác biệt lớn trong cảm nhận của khách hàng.

Sự phối hợp giữa các bộ phận trong ngân hàng cũng tác động đến công tác chăm sóc khách hàng. Một khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở thường liên quan đến nhiều bộ phận như bộ phận tín dụng, giao dịch, thẩm định, pháp chế, kiểm soát, kế toán và quản lý tài sản bảo đảm. Nếu các bộ phận phối hợp tốt, hồ sơ của khách hàng sẽ được xử lý nhanh chóng và thống nhất. Nếu phối hợp chưa hiệu quả, khách hàng có thể phải chờ đợi lâu hoặc nhận thông tin không đồng nhất từ nhiều phía.

Cơ sở vật chất và môi trường giao dịch cũng ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng. Không gian giao dịch sạch sẽ, thuận tiện, có khu vực chờ hợp lý, biểu mẫu rõ ràng và trang thiết bị hiện đại sẽ tạo ấn tượng chuyên nghiệp. Mặc dù đây không phải là yếu tố duy nhất quyết định chất lượng chăm sóc khách hàng, nhưng lại là yếu tố hữu hình giúp khách hàng hình thành cảm nhận ban đầu về ngân hàng.

Ngoài các nhân tố trên, chính sách đào tạo và đánh giá nhân viên cũng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng chăm sóc khách hàng. Ngân hàng cần thường xuyên đào tạo cán bộ về kiến thức sản phẩm, kỹ năng tư vấn, kỹ năng xử lý tình huống, kỹ năng giao tiếp và đạo đức nghề nghiệp. Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, nhân viên không chỉ cần nắm quy trình tín dụng mà còn cần hiểu tâm lý khách hàng, biết cách giải thích các vấn đề tài chính phức tạp một cách đơn giản, dễ hiểu.

Cơ chế đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên cũng cần gắn với chất lượng phục vụ khách hàng. Nếu ngân hàng chỉ chú trọng chỉ tiêu tăng trưởng dư nợ mà chưa quan tâm đến mức độ hài lòng của khách hàng, nhân viên có thể thiên về mục tiêu bán hàng hơn là tư vấn đúng nhu cầu. Ngược lại, nếu ngân hàng kết hợp đánh giá kết quả kinh doanh với phản hồi của khách hàng, tỷ lệ xử lý hồ sơ đúng hạn, mức độ tuân thủ quy trình và chất lượng chăm sóc sau vay, nhân viên sẽ có động lực phục vụ khách hàng tốt hơn.

Một nhân tố quan trọng khác là khả năng quản trị dữ liệu khách hàng. Trong bối cảnh ngân hàng hiện đại, dữ liệu khách hàng là cơ sở để cá nhân hóa dịch vụ và nâng cao chất lượng chăm sóc. Nếu ngân hàng có hệ thống dữ liệu đầy đủ, cán bộ có thể nắm bắt lịch sử giao dịch, sản phẩm khách hàng đang sử dụng, thời điểm đến hạn trả nợ và các phản hồi trước đây của khách hàng. Trên cơ sở đó, ngân hàng có thể chủ động chăm sóc thay vì chỉ phản ứng khi khách hàng liên hệ.

Tuy nhiên, việc sử dụng dữ liệu khách hàng cần đi kèm với nguyên tắc bảo mật và tuân thủ quy định. Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở thường cung cấp nhiều thông tin nhạy cảm như thu nhập, tài sản, giấy tờ pháp lý nhà đất, thông tin gia đình và lịch sử tín dụng. Nếu thông tin này không được bảo mật tốt, khách hàng có thể mất niềm tin vào ngân hàng. Vì vậy, hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cần gắn liền với nâng cao năng lực quản trị thông tin và bảo vệ dữ liệu khách hàng.

Nhìn chung, các nhân tố bên trong ngân hàng có vai trò quyết định đối với chất lượng chăm sóc khách hàng. Ngân hàng muốn hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng cần đồng thời nâng cao chất lượng nhân sự, cải tiến quy trình, ứng dụng công nghệ, hoàn thiện chính sách sản phẩm và xây dựng văn hóa phục vụ chuyên nghiệp.

1.4.2. Yếu tố bên ngoài

Bên cạnh các nhân tố bên trong, công tác chăm sóc khách hàng trong ngân hàng còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố bên ngoài. Đây là những yếu tố thuộc môi trường

kinh doanh, khách hàng, thị trường và xã hội mà ngân hàng khó kiểm soát hoàn toàn nhưng cần nhận diện để thích ứng phù hợp.

Môi trường kinh tế có ảnh hưởng lớn đến nhu cầu vay mua và sửa chữa nhà để ở và công tác chăm sóc khách hàng. Khi nền kinh tế phát triển ổn định, thu nhập của người dân được cải thiện, nhu cầu mua nhà ở có xu hướng tăng lên. Ngược lại, khi kinh tế khó khăn, thu nhập giảm hoặc chi phí sinh hoạt tăng, khách hàng có thể thận trọng hơn trong quyết định vay vốn và khả năng trả nợ cũng bị ảnh hưởng. Trong bối cảnh đó, ngân hàng cần tăng cường tư vấn tài chính, đánh giá kỹ khả năng trả nợ và hỗ trợ khách hàng quản lý khoản vay hiệu quả.

Thị trường bất động sản ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở. Khi thị trường bất động sản sôi động, nhu cầu vay mua và sửa chữa nhà để ở có thể gia tăng, kéo theo áp lực phục vụ và xử lý hồ sơ của ngân hàng. Khi thị trường trầm lắng, khách hàng có thể do dự trong quyết định mua nhà, ngân hàng cần tăng cường tư vấn và lựa chọn khách hàng thận trọng hơn. Ngoài ra, biến động giá nhà đất cũng ảnh hưởng đến giá trị tài sản bảo đảm và tâm lý của khách hàng khi vay vốn.

Môi trường pháp lý và chính sách quản lý nhà nước có tác động đến quy trình cho vay và chăm sóc khách hàng. Hoạt động ngân hàng là lĩnh vực chịu sự quản lý chặt chẽ, đặc biệt đối với tín dụng, tài sản bảo đảm, lãi suất, an toàn thông tin, phòng chống rửa tiền và bảo vệ quyền lợi khách hàng. Khi quy định pháp lý thay đổi, ngân hàng cần điều chỉnh quy trình, cập nhật thông tin cho nhân viên và giải thích kịp thời cho khách hàng. Nếu khách hàng không được thông tin rõ về các yêu cầu pháp lý, họ có thể hiểu nhầm rằng ngân hàng gây khó khăn trong quá trình vay vốn.

Mức độ cạnh tranh trên thị trường ngân hàng ảnh hưởng mạnh đến công tác chăm sóc khách hàng. Hiện nay, khách hàng có nhiều lựa chọn khi vay mua và sửa chữa nhà để ở, bao gồm nhiều ngân hàng thương mại và tổ chức tài chính khác nhau. Các ngân hàng cạnh tranh không chỉ bằng lãi suất mà còn bằng thời gian xử lý hồ sơ, chất lượng tư vấn, sự thuận tiện của kênh giao dịch và chính sách chăm sóc sau vay. Vì vậy, ngân hàng muốn thu hút và giữ chân khách hàng cần không ngừng nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng.

Sự thay đổi trong hành vi và kỳ vọng của khách hàng cũng là nhân tố quan trọng. Khách hàng ngày càng có nhiều thông tin hơn, có khả năng so sánh sản phẩm giữa các ngân hàng và có kỳ vọng cao hơn về tốc độ phục vụ, tính minh bạch, sự thuận tiện và

trải nghiệm số. Nhiều khách hàng muốn được tư vấn nhanh, tra cứu thông tin online, nhận thông báo tự động và giảm bớt thủ tục giấy tờ. Điều này đòi hỏi ngân hàng phải đổi mới phương thức chăm sóc, kết hợp giữa giao tiếp trực tiếp và kênh trực tuyến.

Sự phát triển của công nghệ và các dịch vụ tài chính số tạo ra cả cơ hội và thách thức cho công tác chăm sóc khách hàng. Công nghệ giúp ngân hàng tự động hóa nhiều hoạt động chăm sóc, cá nhân hóa thông tin và mở rộng kênh giao tiếp với khách hàng. Tuy nhiên, công nghệ cũng làm tăng kỳ vọng của khách hàng về sự nhanh chóng và thuận tiện. Nếu ngân hàng chậm ứng dụng công nghệ, khách hàng có thể đánh giá dịch vụ kém hiện đại so với các ngân hàng khác.

Yếu tố xã hội và truyền thông cũng ảnh hưởng đến hình ảnh và công tác chăm sóc khách hàng của ngân hàng. Trong thời đại mạng xã hội phát triển, trải nghiệm của một khách hàng có thể được chia sẻ rộng rãi và tác động đến nhận thức của nhiều người khác. Những phản hồi tích cực có thể giúp ngân hàng nâng cao uy tín, trong khi những phản ánh tiêu cực có thể ảnh hưởng đến thương hiệu. Vì vậy, ngân hàng cần chú trọng đến việc lắng nghe khách hàng, xử lý phản hồi nhanh chóng và duy trì hình ảnh chuyên nghiệp trên cả kênh trực tiếp lẫn trực tuyến.

Ngoài những yếu tố đã phân tích, xu hướng chuyển đổi số trong ngành ngân hàng cũng tạo ra sự thay đổi lớn trong kỳ vọng của khách hàng. Khách hàng ngày càng mong muốn được phục vụ nhanh hơn, thuận tiện hơn và có thể tiếp cận thông tin mọi lúc, mọi nơi. Đối với khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở, mặc dù nhiều thủ tục vẫn cần thực hiện trực tiếp do liên quan đến hồ sơ pháp lý và tài sản bảo đảm, nhưng khách hàng vẫn kỳ vọng có thể tra cứu thông tin, nhận thông báo, đặt lịch tư vấn hoặc gửi một số hồ sơ ban đầu qua kênh trực tuyến. Điều này đòi hỏi ngân hàng phải từng bước hiện đại hóa phương thức chăm sóc khách hàng.

Yếu tố nhân khẩu học và thu nhập của khách hàng cũng ảnh hưởng đến công tác chăm sóc khách hàng. Những khách hàng trẻ tuổi thường có xu hướng sử dụng kênh online, thích sự nhanh chóng, minh bạch và chủ động tra cứu thông tin. Trong khi đó, một số khách hàng lớn tuổi hoặc ít tiếp xúc với công nghệ có thể vẫn ưu tiên được tư vấn trực tiếp tại ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần linh hoạt trong phương thức chăm sóc, không áp dụng một cách tiếp cận duy nhất cho mọi nhóm khách hàng.

Ngoài ra, yếu tố văn hóa và tâm lý tiêu dùng tài chính cũng cần được quan tâm. Đối với người Việt Nam, nhà ở thường được xem là tài sản lớn và có ý nghĩa quan trọng

đối với sự ổn định gia đình. Vì vậy, khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở thường có tâm lý cẩn trọng, muốn được giải thích kỹ và mong muốn nhận được sự cam kết rõ ràng từ phía ngân hàng. Nếu ngân hàng hiểu được tâm lý này, quá trình tư vấn và chăm sóc khách hàng sẽ phù hợp hơn, tạo cảm giác an tâm hơn cho khách hàng.

Từ những phân tích trên có thể thấy, công tác chăm sóc khách hàng trong hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở chịu ảnh hưởng đồng thời bởi các nhân tố bên trong và bên ngoài ngân hàng. Các nhân tố bên trong thể hiện năng lực tổ chức và phục vụ của ngân hàng, trong khi các nhân tố bên ngoài đặt ra yêu cầu ngân hàng phải thích ứng với môi trường kinh doanh, thị trường và kỳ vọng của khách hàng. Việc nhận diện đầy đủ các nhân tố này là cơ sở quan trọng để đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CHO VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1. Tổng quan về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng

2.1.1 Giới thiệu chung

Agribank – Chi nhánh 23 Phan Đình Phùng là đơn vị trực thuộc Agribank hoạt động trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Chi nhánh thực hiện chức năng cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng cho khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp, góp phần đáp ứng nhu cầu vốn và thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương.

Với vị trí nằm tại trung tâm thành phố, chi nhánh có điều kiện thuận lợi trong việc tiếp cận và phục vụ khách hàng. Trong quá trình hoạt động, Agribank Chi nhánh 23 Phan Đình Phùng luôn chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ, cải tiến quy trình giao dịch và xây dựng phong cách phục vụ chuyên nghiệp nhằm mang lại sự hài lòng cho khách hàng.

Thông tin chung về chi nhánh

LOGO:



Nội dung	Thông tin
Tên đầy đủ	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng
Tên giao dịch tiếng Anh	Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development – Da Nang Branch
Tên viết tắt	Agribank Chi nhánh Đà Nẵng
Ngân hàng cấp trên	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank)
Trụ sở giao dịch	23 Phan Đình Phùng, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng
Loại hình hoạt động	Ngân hàng thương mại nhà nước

Lĩnh vực hoạt động	Huy động vốn, cấp tín dụng, thanh toán, ngân hàng điện tử và các dịch vụ tài chính ngân hàng
Mã số thuế	0100686174
Website	www.agribank.com.vn
Hotline	1900 558818

Hiện nay, chi nhánh cung cấp đa dạng các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng như:

- Huy động vốn;
- Cho vay khách hàng cá nhân và doanh nghiệp;
- Dịch vụ thanh toán;
- Dịch vụ thẻ;
- Ngân hàng điện tử;
- Các dịch vụ tài chính khác theo quy định của Agribank.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, chi nhánh cũng chú trọng công tác chăm sóc khách hàng, hỗ trợ tư vấn và giải quyết nhu cầu của khách hàng nhanh chóng, góp phần xây dựng hình ảnh uy tín của Agribank trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Ngoài ra, chi nhánh luôn quan tâm đến việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động ngân hàng nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong quá trình giao dịch và sử dụng dịch vụ.

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) là một trong những ngân hàng thương mại nhà nước lớn tại Việt Nam, được thành lập theo Nghị định số 53-HĐBT ngày 26/03/1988 của Hội đồng Bộ trưởng. Trải qua quá trình hình thành và phát triển, Agribank luôn giữ vai trò quan trọng trong việc cung ứng vốn và dịch vụ tài chính cho nền kinh tế, đặc biệt là khu vực nông nghiệp, nông dân và nông thôn.

Trong từng giai đoạn phát triển, Agribank đã có sự thay đổi về tên gọi nhằm phù hợp với chức năng và nhiệm vụ. Ban đầu là Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Việt Nam, sau đó đổi thành Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam và hiện nay là Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam. Sự thay đổi này phản ánh sự mở rộng phạm vi hoạt động của ngân hàng từ phục vụ nông nghiệp sang hoạt động đa năng trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng.

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng là đơn vị trực thuộc hệ thống Agribank, hoạt động trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Chi

nhánh có trụ sở tại số 23 Phan Đình Phùng, phường Hải Châu, thành phố Đà Nẵng, là khu vực trung tâm, thuận lợi cho việc giao dịch và tiếp cận khách hàng.

Trong những năm qua, chi nhánh đã không ngừng phát triển cả về quy mô hoạt động và chất lượng dịch vụ. Agribank Chi nhánh Đà Nẵng cung cấp đa dạng các sản phẩm như huy động vốn, cho vay cá nhân, cho vay doanh nghiệp, dịch vụ thanh toán và ngân hàng điện tử. Đặc biệt, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, trong đó có cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, ngày càng được chú trọng nhằm đáp ứng nhu cầu an cư của người dân.

Nhìn chung, quá trình hình thành và phát triển của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng gắn liền với sự phát triển của hệ thống Agribank và sự tăng trưởng kinh tế - xã hội của thành phố Đà Nẵng, tạo nền tảng cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng trong thời gian tới.

2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng là đơn vị trực thuộc hệ thống Agribank, hoạt động dưới sự quản lý và điều hành của Agribank Việt Nam, đồng thời chịu sự giám sát của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam theo quy định hiện hành. Chi nhánh có chức năng thực hiện các hoạt động kinh doanh tiền tệ, tín dụng và cung ứng dịch vụ ngân hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng nhằm đáp ứng nhu cầu về vốn, thanh toán và các dịch vụ tài chính của khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh và doanh nghiệp.

Một trong những chức năng quan trọng của chi nhánh là huy động vốn từ các tổ chức kinh tế và dân cư thông qua nhiều hình thức khác nhau như tiền gửi thanh toán, tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kỳ hạn, chứng chỉ tiền gửi và các hình thức huy động vốn hợp pháp khác. Hoạt động huy động vốn không chỉ giúp chi nhánh tạo lập nguồn vốn ổn định phục vụ hoạt động kinh doanh mà còn góp phần điều hòa nguồn vốn trong nền kinh tế và thúc đẩy quá trình lưu thông tiền tệ trên địa bàn thành phố.

Bên cạnh chức năng huy động vốn, chi nhánh thực hiện chức năng cấp tín dụng cho khách hàng cá nhân và tổ chức nhằm đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ sản xuất kinh doanh, tiêu dùng và đầu tư phát triển. Hoạt động tín dụng tại chi nhánh được triển khai đa dạng với nhiều sản phẩm như cho vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn; cho vay phục vụ sản xuất kinh doanh; cho vay tiêu dùng; cho vay hộ gia đình; cho vay nông nghiệp nông

thôn và cho vay mua, sửa chữa nhà để ở. Trong đó, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở là một trong những sản phẩm tín dụng bán lẻ được chi nhánh chú trọng phát triển trong những năm gần đây nhằm đáp ứng nhu cầu an cư ngày càng gia tăng của người dân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Ngoài hoạt động tín dụng, Agribank Chi nhánh Đà Nẵng còn thực hiện chức năng cung cấp các dịch vụ ngân hàng hiện đại như dịch vụ thanh toán trong nước và quốc tế, chuyển tiền, dịch vụ thẻ ATM, thẻ tín dụng, dịch vụ ngân hàng điện tử, dịch vụ ngân hàng số, bảo lãnh ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác. Việc phát triển đa dạng các sản phẩm, dịch vụ không chỉ giúp chi nhánh nâng cao doanh thu dịch vụ mà còn góp phần gia tăng khả năng cạnh tranh trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Đồng thời, các dịch vụ ngân hàng hiện đại cũng giúp khách hàng thực hiện giao dịch nhanh chóng, an toàn và thuận tiện hơn, đặc biệt trong bối cảnh xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến.

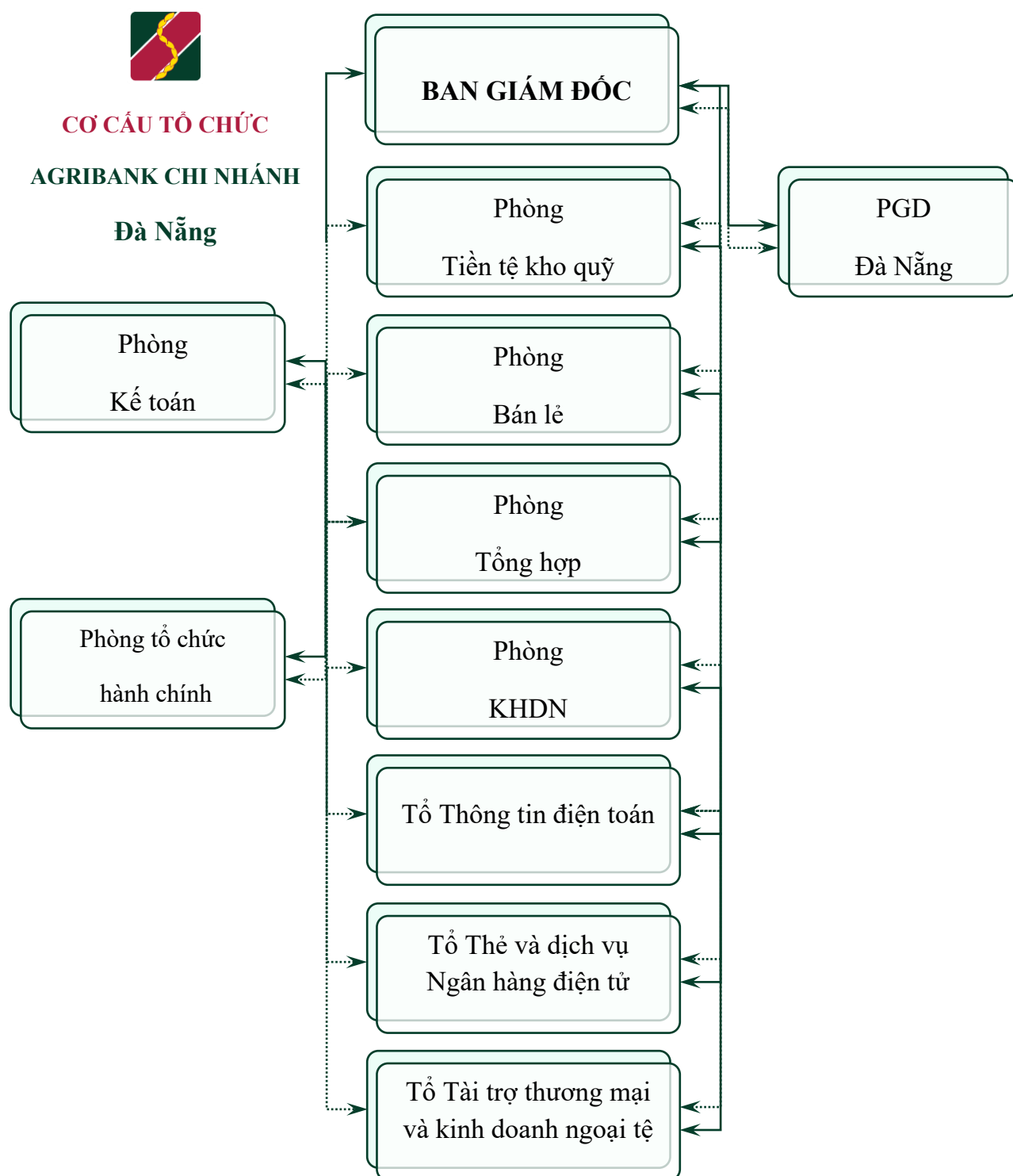
2.1.4. Cơ cấu tổ chức bộ máy

Cơ cấu tổ chức bộ máy của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng được xây dựng theo mô hình quản lý tập trung, đảm bảo sự phân công rõ ràng về chức năng, nhiệm vụ giữa các phòng ban. Điều này giúp nâng cao hiệu quả quản lý và chất lượng phục vụ khách hàng.

Bộ máy tổ chức của chi nhánh bao gồm Ban Giám đốc và các phòng ban nghiệp vụ. Mỗi bộ phận đảm nhận một chức năng riêng nhưng có sự phối hợp chặt chẽ trong quá trình hoạt động, đặc biệt trong hoạt động tín dụng và chăm sóc khách hàng.

2.1.4.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức

Hình 2.1: Cơ cấu tổ chức của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng



2.1.4.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

Căn cứ vào cơ cấu tổ chức của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng, mỗi phòng ban đảm nhận những chức năng và nhiệm vụ riêng, đồng thời có sự phối hợp chặt chẽ nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh của chi nhánh diễn ra hiệu quả và an toàn. Cụ thể như sau:

- Ban Giám đốc: Chịu trách nhiệm hoạch định chiến lược phát triển chi nhánh, quyết định các khoản đầu tư mở rộng mạng lưới, phân bổ nguồn lực và giám sát hiệu quả hoạt động. Ban Giám đốc trực tiếp chỉ đạo các bộ phận chức năng, thiết lập chỉ số hiệu suất (KPI), kiểm soát việc thực hiện các quy trình chuẩn (SOP), bao gồm huy động vốn, tín dụng, thanh toán, ngân hàng điện tử và dịch vụ khách hàng, đồng thời xây dựng các chính sách quản trị rủi ro, kiểm soát nội bộ và an toàn thanh khoản.

- Phòng Kế toán: Thực hiện nghiệp vụ kế toán ngân hàng, bao gồm ghi nhận và định khoản giao dịch tài chính, định khoản, phân loại chi phí, quản lý sổ quỹ, lập báo cáo tài chính và phân tích kết quả hoạt động. Phòng triển khai các quy trình kiểm toán nội bộ, đối chiếu giữa các báo cáo tín dụng, thanh khoản và ngân quỹ, giám sát tuân thủ chuẩn mực kế toán quốc tế và chuẩn mực kế toán ngân hàng, đồng thời phân tích chi phí vốn, lợi nhuận biên và hiệu quả hoạt động kinh doanh các sản phẩm dịch vụ.

- Phòng Tổ chức Hành chính: Triển khai quản trị nguồn nhân lực, xây dựng và giám sát quy trình tuyển dụng, đào tạo nghiệp vụ, đánh giá hiệu suất và phát triển năng lực chuyên môn. Quản lý hồ sơ pháp lý, tài liệu, cơ sở vật chất, trang thiết bị văn phòng, đảm bảo tính liên kết và đồng bộ giữa các phòng ban trong việc triển khai nghiệp vụ ngân hàng, nâng cao hiệu quả vận hành và tuân thủ quy định quản trị nội bộ.

- Phòng Tiền tệ - Kho quỹ: Thực hiện quản lý tiền mặt, dự trữ thanh khoản, triển khai các giao dịch nội bộ, thanh toán quốc tế, quản lý quỹ ngoại tệ và các công cụ tài chính phái sinh. Phòng áp dụng các quy trình kiểm soát rủi ro thanh khoản, quản lý dòng tiền, thực hiện kiểm tra chéo và kiểm soát tồn quỹ, lập báo cáo biến động tiền mặt theo chuẩn mực của NHNN, đồng thời đảm bảo tuân thủ các tỷ lệ dự trữ bắt buộc, chuẩn mực an toàn trong quản trị quỹ và đề xuất các biện pháp tối ưu hóa sử dụng vốn.

- Phòng Bán lẻ: Triển khai các sản phẩm và dịch vụ dành cho khách hàng cá nhân, bao gồm huy động vốn tiết kiệm, cho vay tiêu dùng, phát hành thẻ tín dụng, ngân hàng điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt. Phòng xây dựng và triển khai quy trình nghiệp vụ chuẩn (SOP) từ thẩm định hồ sơ, phê duyệt khoản vay, quản lý hoạt động rủi ro tín dụng cá nhân, đánh giá khả năng trả nợ, đến giám sát thu hồi nợ, xử lý khiếu nại khách hàng, tối ưu hóa lợi nhuận biên và tăng trưởng danh mục khách hàng.

- Phòng Tổng hợp: Thực hiện tổng hợp, phân tích và kiểm soát số liệu toàn chi nhánh, báo cáo hoạt động tín dụng, huy động vốn, thanh toán và ngân quỹ. Phòng giám sát tính đồng bộ trong vận hành các quy trình nghiệp vụ, phân tích rủi ro tín dụng, thanh

khoản, hiệu suất sản phẩm và chi phí vận hành, đồng thời triển khai các chỉ số báo cáo KPI, dashboard giám sát thời gian thực, đảm bảo quản trị hiệu quả, minh bạch.

- Phòng Khách hàng Doanh nghiệp: Triển khai phục vụ khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) và khách hàng lớn, bao gồm thẩm định tín dụng doanh nghiệp, cho vay vốn lưu động, đầu tư, quản lý tài khoản thanh toán và giải pháp quản trị dòng tiền. Thiết lập quy trình đánh giá rủi ro tín dụng doanh nghiệp, phân tích báo cáo tài chính, giám sát khả năng trả nợ, quản lý tài sản đảm bảo, triển khai các dịch vụ bảo lãnh ngân hàng và ứng dụng các công cụ phái sinh nhằm phòng ngừa rủi ro lãi suất, tỷ giá.

- Tổ Thông tin Điện toán: Quản lý hệ thống CNTT, đảm bảo vận hành liên tục các nền tảng ngân hàng lõi, mạng lưới chi nhánh và kênh ngân hàng số. Tổ chịu trách nhiệm triển khai bảo mật thông tin, quản lý cơ sở dữ liệu giao dịch, sao lưu và phục hồi dữ liệu (disaster recovery), giám sát hiệu năng hệ thống và thực hiện các dự án công nghệ ngân hàng nhằm tối ưu hóa quy trình vận hành, giảm thiểu rủi ro kỹ thuật, bảo đảm tuân thủ chuẩn mực bảo mật thông tin và pháp luật về an toàn dữ liệu.

- Tổ Thẻ và Dịch vụ Ngân hàng Điện tử: Triển khai, vận hành và giám sát toàn bộ nghiệp vụ thẻ (ATM, thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng) và ngân hàng điện tử, bao gồm quản lý phát hành thẻ, kiểm soát giao dịch, phát hiện gian lận, hỗ trợ khách hàng sử dụng kênh trực tuyến và thanh toán không dùng tiền mặt. Tổ xây dựng, chuẩn hóa và triển khai quy trình vận hành chuẩn (SOP) cho xử lý giao dịch, đảm bảo tính ổn định, bảo mật, an toàn thông tin và tuân thủ các chuẩn mực quốc tế về thanh toán điện tử (PCI DSS).

- Tổ Tài trợ Thương mại và Kinh doanh Ngoại tệ: Triển khai các dịch vụ thanh toán quốc tế, tín dụng xuất nhập khẩu, bảo lãnh thương mại và quản lý ngoại tệ. Tổ thực hiện thẩm định giao dịch, quản lý rủi ro tỷ giá và thanh toán, áp dụng chuẩn mực quốc tế về thanh toán thương mại (ICC rules, UCP 600), giám sát việc tuân thủ quy định của NHNN về quản lý ngoại hối và khai thác tối ưu cơ hội kinh doanh ngoại tệ.

- Các phòng giao dịch: Triển khai toàn bộ các nghiệp vụ ngân hàng cơ bản tại điểm giao dịch, bao gồm huy động vốn, cho vay tiêu dùng cá nhân, thanh toán, phát hành thẻ và cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử. Các phòng giao dịch đồng thời thực hiện kiểm soát rủi ro tín dụng cá nhân, giám sát dòng tiền phát sinh, đối chiếu số liệu định kỳ với hệ thống lõi, đảm bảo vận hành quy trình chuẩn (SOP) về giao dịch tiền mặt, xử lý khiếu nại khách hàng và tuân thủ quy định pháp luật ngân hàng.

2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh

2.1.5.1. Tình hình huy động vốn

Bảng 2.2. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam

Chi nhánh Đà Nẵng

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Năm Chỉ tiêu	2023		2024		2025		So sánh			
							2024/2023		2025/2024	
	ST	TT	ST	TT	ST	TT	(+/-)	(%)	(+/-)	(%)
Tổng nguồn vốn huy động	12.006	100	13.170	100	15.125	100	1.164	9,7	1.955	14,8
1. Nhận tiền gửi	12.006	100	13.170	100	15.125	100	1.164	9,7	1.955	14,8
1.1. Phân theo loại hình										
a. Dân cư	10.534	87,7	11.584	88,0	13.562	89,7	1.050	10,0	1.978	17,1
b. Tổ chức kinh tế	1.472	12,3	1.586	12,0	1.563	10,3	114	7,7	-23	-1,5
1.2. Phân theo loại tiền										
a. VNĐ	11.915	99,2	13.051	99,1	14.977	99,0	1.139	9,6	1.923	14,7
b. Ngoại tệ	91	0,8	119	0,9	148	1,0	28	30,8	29	24,4
1.3. Phân theo thời gian										
a. không kỳ hạn	1.495	12,4	1.673	12,7	1.848	12,2	178	11,9	175	10,5
b. <12 tháng	5.880	49,0	5.572	42,3	7.046	46,6	-308	-5,2	1.474	26,5
2. Phát hành giấy tờ có giá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Vay vốn	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

***Ghi chú:**

(Nguồn: BCTC Agribank - Chi nhánh Đà Nẵng)

- ST: Số tiền;

Nhận xét bảng : Tình hình huy động vốn tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng

Qua bảng 2.2 cho thấy tình hình huy động vốn tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023–2025 có xu hướng tăng trưởng tương đối ổn định. Tổng nguồn vốn huy động năm 2023 đạt 12.006 tỷ đồng. Sang năm 2024, tổng nguồn vốn huy động tăng lên 13.170 tỷ đồng, tăng 1.164 tỷ đồng tương ứng 9,7% so với năm 2023. Đến năm 2025, nguồn vốn huy động tiếp tục tăng mạnh lên 15.125 tỷ đồng, tăng 1.955 tỷ đồng, tương ứng 14,8% so với năm 2024. Kết quả này cho thấy chi nhánh đã thực hiện tốt công tác huy động vốn, đồng thời khẳng định uy tín và vị thế của Agribank trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Nguồn vốn huy động tăng trưởng liên tục tạo điều kiện thuận lợi cho chi nhánh mở rộng hoạt động tín dụng, nâng cao khả năng cung ứng vốn cho nền kinh tế cũng như đáp ứng nhu cầu vay vốn ngày càng gia tăng của khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

Xét theo loại hình khách hàng, nguồn vốn huy động từ dân cư luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu huy động vốn của chi nhánh. Năm 2023, tiền gửi dân cư đạt 10.534 tỷ đồng, chiếm 87,7% tổng nguồn vốn huy động. Đến năm 2024, chỉ tiêu này tăng lên 11.584 tỷ đồng, tăng 1.050 tỷ đồng tương ứng 10,0%. Năm 2025, tiền gửi dân cư tiếp tục tăng lên 13.562 tỷ đồng, tăng thêm 1.978 tỷ đồng tương ứng 17,1% so với năm trước và chiếm 89,7% tổng nguồn vốn huy động. Điều này cho thấy khách hàng cá nhân vẫn là nhóm khách hàng chủ lực, đóng vai trò quan trọng trong hoạt động huy động vốn của chi nhánh. Sự gia tăng nguồn vốn từ dân cư phản ánh niềm tin của khách hàng đối với thương hiệu Agribank cũng như chất lượng sản phẩm, dịch vụ mà ngân hàng cung cấp.

Ngược lại, nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế chiếm tỷ trọng thấp hơn và có sự biến động nhẹ qua các năm. Năm 2023, tiền gửi từ tổ chức kinh tế đạt 1.472 tỷ đồng, chiếm 12,3% tổng nguồn vốn huy động. Năm 2024 tăng lên 1.586 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 7,7%. Tuy nhiên đến năm 2025, chỉ tiêu này giảm xuống còn 1.563 tỷ đồng, giảm 23 tỷ đồng tương ứng 1,5% so với năm 2024. Điều này cho thấy sự cạnh tranh trong việc thu hút nguồn vốn từ các doanh nghiệp ngày càng gay gắt khi nhiều ngân hàng thương mại triển khai các chính sách lãi suất và dịch vụ ưu đãi dành cho khách hàng doanh nghiệp.

Xét theo loại tiền huy động, tiền gửi bằng VND luôn chiếm tỷ trọng áp đảo trong tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh. Năm 2023, nguồn vốn huy động bằng VND đạt 11.915 tỷ đồng, chiếm 99,2% tổng nguồn vốn huy động. Năm 2024 tăng lên 13.051

tỷ đồng và tiếp tục tăng lên 14.977 tỷ đồng vào năm 2025. Trong khi đó, nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ, dao động từ 0,8% đến 1,0% tổng nguồn vốn huy động. Cụ thể, huy động ngoại tệ tăng từ 91 tỷ đồng năm 2023 lên 119 tỷ đồng năm 2024 và đạt 148 tỷ đồng vào năm 2025. Cơ cấu này phản ánh đặc điểm hoạt động của chi nhánh khi phần lớn khách hàng có nhu cầu gửi tiền và giao dịch bằng đồng Việt Nam, đồng thời phù hợp với chủ trương hạn chế tình trạng đô la hóa trong nền kinh tế của Ngân hàng Nhà nước.

Xét theo thời gian huy động, tiền gửi dưới 12 tháng chiếm tỷ trọng khá lớn trong cơ cấu nguồn vốn của chi nhánh. Năm 2023 đạt 5.880 tỷ đồng, chiếm 49,0% tổng nguồn vốn huy động. Năm 2024 giảm nhẹ xuống còn 5.572 tỷ đồng, giảm 308 tỷ đồng tương ứng 5,2%, tuy nhiên đến năm 2025 tăng mạnh trở lại lên 7.046 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 26,5%. Bên cạnh đó, tiền gửi không kỳ hạn cũng tăng trưởng đều qua các năm, từ 1.495 tỷ đồng năm 2023 lên 1.673 tỷ đồng năm 2024 và đạt 1.848 tỷ đồng vào năm 2025. Sự gia tăng của nguồn vốn không kỳ hạn góp phần giúp chi nhánh giảm chi phí huy động vốn và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

2.1.5.2. Tình hình cho vay

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng triển khai cho vay đối với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp, mở rộng dư nợ, đa dạng hóa sản phẩm tín dụng, điều chỉnh lãi suất linh hoạt, tăng cường thẩm định và theo dõi sau vay và hướng dẫn khách hàng sử dụng vốn hiệu quả nhằm đáp ứng nhu cầu vốn thực tế. Quy mô, cơ cấu và chất lượng dư nợ phản ánh hiệu quả sử dụng vốn, quản lý rủi ro tín dụng và mức độ phát triển tín dụng trên địa bàn.

**Bảng 2.3. Tình hình cho vay tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng**

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	2024/2023 (+/-)	(%)	2025/2024 (+/-)	(%)
Tổng dư nợ cho vay	12.571	11.866	12.365	-705	-5,6	499	4,2
1. Phân theo đối tượng							
a. Khách hàng cá nhân (KHCHN)	7.737	7.179	6.214	-558	-7,2	-965	- 13,4
b. Khách hàng doanh nghiệp (KHCHDN)	4.834	4.687	6.151	-147	-3,0	1.464	31,2
2. Phân theo loại tiền							
a. VND	12.507	11.801	12.269	-706	-5,6	468	4,0
b. Ngoại tệ	64	65	96	1	1,6	31	47,7
3. Phân theo kỳ hạn							
a. Ngắn hạn	5.639	5.673	6.381	34	0,6	708	12,5
b. Trung hạn	1.288	1.260	461	-28	-2,2	-799	- 63,4
c. Dài hạn	5.639	4.868	5.523	-771	- 13,7	655	13,5
4. Nợ xấu	594	586	199	-8	-1,3	-387	- 66,1
Tỷ lệ nợ xấu (%)	4,72%	4,94%	1,61%	0,22	-	-3,33	-

Nhận xét Bảng 2.3:

Qua Bảng 2.3 có thể thấy hoạt động cho vay tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023–2025 có sự biến động nhưng nhìn chung vẫn duy trì quy mô tín dụng ở mức cao. Tổng dư nợ cho vay năm 2023 đạt 12.571 tỷ đồng, giảm xuống còn 11.866 tỷ đồng vào năm 2024, tương ứng giảm 705 tỷ đồng (5,6%). Đến năm 2025, tổng dư nợ tăng trở lại lên 12.365 tỷ đồng, tăng 499 tỷ đồng (4,2%) so với năm 2024. Điều này cho thấy chi nhánh đã từng bước phục hồi và mở rộng hoạt động tín dụng sau giai đoạn thận trọng trong công tác cho vay.

Xét theo đối tượng khách hàng, dư nợ cho vay khách hàng cá nhân có xu hướng giảm liên tục qua các năm, từ 7.737 tỷ đồng năm 2023 xuống 7.179 tỷ đồng năm 2024 và còn 6.214 tỷ đồng năm 2025. Trong khi đó, dư nợ khách hàng doanh nghiệp tăng mạnh từ 4.687 tỷ đồng năm 2024 lên 6.151 tỷ đồng năm 2025, tương ứng tăng 1.464 tỷ đồng (31,2%). Điều này cho thấy chi nhánh đang có xu hướng mở rộng tín dụng đối với khu vực doanh nghiệp nhằm gia tăng quy mô dư nợ và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Theo loại tiền tệ, dư nợ bằng VND luôn chiếm tỷ trọng áp đảo trong tổng dư nợ cho vay, đạt 12.507 tỷ đồng năm 2023, 11.801 tỷ đồng năm 2024 và 12.269 tỷ đồng năm 2025. Dư nợ ngoại tệ chiếm tỷ trọng rất nhỏ nhưng có xu hướng tăng từ 64 tỷ đồng lên 96 tỷ đồng trong giai đoạn nghiên cứu. Điều này phản ánh hoạt động tín dụng của chi nhánh chủ yếu phục vụ nhu cầu vay vốn bằng đồng Việt Nam, phù hợp với đặc điểm khách hàng trên địa bàn.

Xét theo kỳ hạn cho vay, dư nợ ngắn hạn có xu hướng tăng từ 5.639 tỷ đồng năm 2023 lên 6.381 tỷ đồng năm 2025. Dư nợ trung hạn giảm mạnh từ 1.288 tỷ đồng xuống còn 461 tỷ đồng, tương ứng giảm 63,4% trong năm 2025 so với năm 2024. Trong khi đó, dư nợ dài hạn giảm trong năm 2024 nhưng phục hồi trở lại vào năm 2025, đạt 5.523 tỷ đồng. Cơ cấu này cho thấy chi nhánh đang ưu tiên các khoản vay ngắn hạn và dài hạn, đồng thời hạn chế dần các khoản vay trung hạn.

Về chất lượng tín dụng, nợ xấu giảm từ 594 tỷ đồng năm 2023 xuống 586 tỷ đồng năm 2024 và chỉ còn 199 tỷ đồng năm 2025. Tỷ lệ nợ xấu cũng giảm mạnh từ 4,72% xuống còn 1,61%, thấp hơn đáng kể so với các năm trước. Đây là tín hiệu tích cực, phản ánh công tác thẩm định, quản lý và thu hồi nợ của chi nhánh ngày càng hiệu quả, góp phần nâng cao chất lượng tín dụng và đảm bảo an toàn trong hoạt động cho vay.

Nhìn chung, hoạt động cho vay của Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023–2025 có sự điều chỉnh cơ cấu theo hướng an toàn hơn, đồng thời chất lượng tín dụng được cải thiện rõ rệt thông qua việc giảm mạnh nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu. Đây là nền tảng thuận lợi để chi nhánh tiếp tục phát triển các sản phẩm tín dụng bán lẻ, đặc biệt là cho vay mua và sửa chữa nhà để ở trong thời gian tới.

2.1.5.3. Kết quả hoạt động kinh doanh

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng duy trì tăng trưởng lợi nhuận thông qua tối ưu thu nhập lãi thuần (NII) và đẩy mạnh dịch vụ số. Ngân hàng cải thiện biên lãi ròng và kiểm soát chi phí hoạt động (CIR) nhờ tăng cường tự động hóa quy trình và ứng dụng công nghệ. Các chỉ tiêu doanh thu và lợi nhuận phản ánh hiệu quả chuyển đổi số và năng lực quản trị rủi ro.

**Bảng 2.4. Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
Chi nhánh Đà Nẵng (2023-2025)**

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Năm Chỉ tiêu	2023		2024		2025		So sánh			
							2024/2023		2025/2024	
	ST	TT	ST	TT	ST	TT	(+/-)	(%)	(+/-)	(%)
Tổng Thu nhập	435	100	492	100	586	100	57	13,1	94	19,1
a. Thu nhập từ hoạt động tín dụng	395	90,8	446	90,7	516	90,8	51	12,9	70	15,7
b. Thu nhập phí từ hoạt động dịch vụ	27	6,2	32	6,5	38	6,7	5	18,5	6	18,8
c. Thu nhập khác	13	3,0	14	2,8	14	2,5	1	7,7	0	0
Tổng chi phí	249	100	278	100	320	100	29	11,6	42	15,1
a. Chi phí hoạt động tín dụng	182	73,1	204	73,4	235	73,4	22	12,1	31	15,2
b. Chi phí hoạt động dịch vụ	24	9,6	26	9,4	29	9,1	2	8,2	3	11,5
c. Chi phí khác	43	17,3	48	17,2	56	17,5	5	11,6	8	16,7
Lợi nhuận	186		214		248		28	15,1	34	15,9

****Ghi chú:***

- ST: Số tiền;

(Nguồn: BCTC Agribank - Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua Bảng 2.4 có thể thấy kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023–2025 duy trì xu hướng tăng trưởng tích cực. Tổng thu nhập của chi nhánh tăng từ 435 tỷ đồng năm 2023 lên 492 tỷ đồng năm 2024 và đạt 586 tỷ đồng vào năm 2025. So với năm 2023, tổng thu nhập năm 2024 tăng 57 tỷ đồng, tương ứng tăng 13,1%; đến năm 2025 tiếp tục tăng thêm 94 tỷ đồng, tương ứng tăng 19,1% so với năm 2024. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh của chi nhánh ngày càng được mở rộng và khả năng tạo doanh thu được cải thiện qua từng năm.

Trong cơ cấu thu nhập, thu nhập từ hoạt động tín dụng luôn chiếm tỷ trọng chủ yếu, dao động từ 90,7% đến 90,8% tổng thu nhập. Năm 2025, khoản thu nhập này đạt 516 tỷ đồng, tăng 70 tỷ đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 15,7%. Kết quả trên phản ánh hoạt động cho vay tiếp tục đóng vai trò là nguồn thu quan trọng nhất của chi nhánh, đồng thời cho thấy nhu cầu sử dụng vốn của khách hàng vẫn duy trì ở mức cao.

Bên cạnh đó, thu nhập từ hoạt động dịch vụ cũng có xu hướng tăng trưởng ổn định, từ 27 tỷ đồng năm 2023 lên 38 tỷ đồng năm 2025. Mặc dù tỷ trọng còn thấp nhưng sự gia tăng này cho thấy chi nhánh đang từng bước mở rộng các dịch vụ ngân hàng hiện đại, góp phần đa dạng hóa nguồn thu và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Về chi phí hoạt động, tổng chi phí của chi nhánh tăng từ 249 tỷ đồng năm 2023 lên 278 tỷ đồng năm 2024 và đạt 320 tỷ đồng năm 2025. So với năm 2023, tổng chi phí năm 2024 tăng 29 tỷ đồng, tương ứng tăng 11,6%; năm 2025 tiếp tục tăng 42 tỷ đồng, tương ứng tăng 15,1% so với năm trước. Mặc dù chi phí có xu hướng gia tăng do mở rộng quy mô hoạt động, đầu tư cơ sở vật chất, công nghệ và phát triển dịch vụ, nhưng tốc độ tăng chi phí vẫn thấp hơn tốc độ tăng thu nhập. Điều này cho thấy chi nhánh đã thực hiện tương đối tốt công tác kiểm soát chi phí và sử dụng nguồn lực hiệu quả.

Nhờ tốc độ tăng trưởng thu nhập cao hơn tốc độ tăng chi phí, lợi nhuận của chi nhánh liên tục được cải thiện qua các năm. Lợi nhuận tăng từ 186 tỷ đồng năm 2023 lên 214 tỷ đồng năm 2024 và đạt 248 tỷ đồng vào năm 2025. So với năm 2023, lợi nhuận năm 2024 tăng 28 tỷ đồng, tương ứng tăng 15,1%; năm 2025 tiếp tục tăng thêm 34 tỷ đồng, tương ứng tăng 15,9% so với năm 2024. Kết quả này phản ánh hiệu quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh ngày càng được nâng cao, đồng thời cho thấy khả năng quản lý chi phí và khai thác nguồn thu ngày càng hiệu quả.

Nhìn chung, trong giai đoạn 2023–2025, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng đã duy trì được tốc độ tăng trưởng ổn định về doanh thu và lợi nhuận, đồng thời kiểm soát tốt

chi phí hoạt động. Đây là cơ sở quan trọng giúp chi nhánh tiếp tục mở rộng hoạt động tín dụng, đầu tư phát triển công nghệ và nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng trong thời gian tới.

2.2. Các yếu tố môi trường tác động đến hoạt động kinh doanh và công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua, sửa chữa nhà để ở tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng

2.2.1. Các yếu tố vi mô

2.2.1.1. Khách hàng

Khách hàng là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Đối với Agribank Chi nhánh Đà Nẵng, nhóm khách hàng chủ yếu bao gồm khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh cá thể, doanh nghiệp nhỏ và vừa cùng các tổ chức kinh tế hoạt động trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Do chi nhánh tọa lạc tại khu vực trung tâm quận Hải Châu nên lượng khách hàng cá nhân có nhu cầu giao dịch tài chính, vay tiêu dùng, vay mua nhà, sửa chữa nhà ở và sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng tăng. Đặc biệt, cùng với tốc độ đô thị hóa và sự phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Đà Nẵng, nhu cầu sở hữu và sửa chữa nhà ở của người dân ngày càng lớn, tạo điều kiện thuận lợi cho chi nhánh mở rộng hoạt động tín dụng cá nhân.

Theo số liệu hoạt động kinh doanh năm 2025, tổng dư nợ của chi nhánh đạt 12.365 tỷ đồng, tăng 499 tỷ đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 4,2%. Trong đó, dư nợ khách hàng cá nhân đạt 6.151 tỷ đồng, tăng 1.464 tỷ đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 31,2%. Điều này cho thấy nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân trên địa bàn ngày càng tăng, đặc biệt là nhu cầu vay mua và sửa chữa nhà để ở.

Bên cạnh đó, số lượng khách hàng tiền gửi cá nhân tại chi nhánh cũng tăng trưởng khá ổn định. Theo bảng số lượng khách hàng năm 2025, tổng số khách hàng tiền gửi thuộc khu vực khách hàng cá nhân đạt 104.980 khách hàng. Điều này cho thấy chi nhánh vẫn duy trì được uy tín và niềm tin đối với khách hàng trên địa bàn.

Hiện nay, khách hàng ngày càng quan tâm nhiều hơn đến chất lượng phục vụ, tốc độ xử lý giao dịch, lãi suất cho vay, mức độ thuận tiện trong giao dịch trực tuyến và thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng. Vì vậy, chi nhánh cần tiếp tục nâng cao chất

lượng dịch vụ, cải thiện công tác chăm sóc khách hàng và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

2.2.1.2. Nhà cung cấp

Trong lĩnh vực ngân hàng, nhà cung cấp được hiểu là các đơn vị cung cấp hệ thống công nghệ thông tin, phần mềm quản lý, thiết bị ngân hàng, hệ thống thanh toán và các dịch vụ hỗ trợ hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Hiện nay, Agribank Chi nhánh Đà Nẵng sử dụng hệ thống công nghệ do Hội sở chính Agribank triển khai như Agribank E-Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking, thanh toán QR Code và hệ thống ATM/CDM. Việc ứng dụng các công nghệ này góp phần nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, rút ngắn thời gian giao dịch và hỗ trợ chi nhánh trong quá trình quản lý thông tin khách hàng.

Ngoài ra, chi nhánh còn phối hợp với các đơn vị cung cấp đường truyền mạng, thiết bị công nghệ, hệ thống bảo mật và phần mềm quản lý dữ liệu nhằm đảm bảo hệ thống hoạt động ổn định và an toàn. Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong ngành ngân hàng, chất lượng hệ thống công nghệ và các đơn vị cung cấp dịch vụ công nghệ có ảnh hưởng lớn đến khả năng cạnh tranh của chi nhánh.

Tuy nhiên, quá trình hiện đại hóa công nghệ cũng đặt ra nhiều thách thức như chi phí đầu tư lớn, yêu cầu nâng cấp hệ thống thường xuyên và nguy cơ mất an toàn thông tin trong giao dịch điện tử. Do đó, chi nhánh cần tiếp tục đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ và nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển trong giai đoạn hiện nay.

2.2.1.3. Đối thủ cạnh tranh

Trong những năm gần đây, mức độ cạnh tranh trong ngành ngân hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng ngày càng gay gắt do sự hiện diện của nhiều ngân hàng thương mại lớn như Vietcombank, BIDV, VietinBank, MB Bank, ACB, Sacombank cùng nhiều tổ chức tín dụng khác. Hầu hết các ngân hàng hiện nay đều tập trung phát triển mạnh phân khúc khách hàng cá nhân, đặc biệt là các sản phẩm cho vay mua nhà, vay tiêu dùng, dịch vụ ngân hàng điện tử và chăm sóc khách hàng.

Agribank Chi nhánh Đà Nẵng có trụ sở tại số 23 Phan Đình Phùng, quận Hải Châu – khu vực trung tâm tài chính, thương mại và hành chính của thành phố Đà Nẵng. Đây là vị trí có nhiều thuận lợi trong việc tiếp cận khách hàng cá nhân, doanh nghiệp và

hộ kinh doanh. Tuy nhiên, khu vực này cũng tập trung nhiều chi nhánh ngân hàng lớn nên áp lực cạnh tranh đối với chi nhánh là rất lớn.

Các ngân hàng thương mại hiện nay không chỉ cạnh tranh về lãi suất huy động và cho vay mà còn tập trung mạnh vào chất lượng dịch vụ, tốc độ xử lý hồ sơ, các chương trình ưu đãi dành cho khách hàng và phát triển ngân hàng số. Nhiều ngân hàng triển khai các gói vay mua nhà với lãi suất ưu đãi, thời gian xét duyệt nhanh và thủ tục đơn giản nhằm thu hút khách hàng cá nhân. Điều này tạo áp lực không nhỏ đối với hoạt động tín dụng cá nhân của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng.

Bên cạnh đó, các ngân hàng như MB Bank, Vietcombank hay ACB đang có lợi thế lớn về công nghệ số, ứng dụng di động hiện đại và quy trình giao dịch trực tuyến nhanh chóng. Các ngân hàng này tập trung khai thác mạnh nhóm khách hàng trẻ tuổi, nhân viên văn phòng và khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử thường xuyên.

Ngoài sự cạnh tranh từ các ngân hàng thương mại, sự phát triển của các công ty công nghệ tài chính (Fintech) và ví điện tử như MoMo, ZaloPay và VNPAY cũng tạo áp lực cạnh tranh lớn đối với hoạt động thanh toán và dịch vụ ngân hàng truyền thống. Khách hàng hiện nay có xu hướng ưu tiên sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến, giao dịch nhanh chóng và tiện lợi thông qua điện thoại thông minh.

Mặc dù phải đối mặt với môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt nhưng Agribank Chi nhánh Đà Nẵng vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng tương đối ổn định trong hoạt động kinh doanh. Theo số liệu hoạt động kinh doanh năm 2025, tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh đạt 15.125 tỷ đồng, tăng 1.955 tỷ đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 14,8%. Đồng thời, tổng dư nợ cho vay đạt 12.365 tỷ đồng, tăng 499 tỷ đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 4,2%.

Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ, chi nhánh cần tiếp tục nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng, cải tiến quy trình giao dịch, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số và phát triển các sản phẩm dịch vụ phù hợp với nhu cầu khách hàng cá nhân nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Bảng 2.5 : Đối thủ cạnh tranh của Ngân Hàng NN & PTNT AGRIBANK

Tiêu chí	Agribank Đà Nẵng	Vietcombank	BIDV	Techcombank
Uy tín thương hiệu	Cao (ngân hàng nhà nước lâu năm)	Rất cao	Cao	Cao
Công nghệ ngân hàng	Trung bình	Hiện đại	Khá hiện đại	Rất hiện đại
Tốc độ xử lý hồ sơ vay	Trung bình	Nhanh	Nhanh	Rất nhanh
Chính sách lãi suất	Ổn định	Cạnh tranh	Linh hoạt	Linh hoạt
Chất lượng chăm sóc KH	Khá	Tốt	Tốt	Rất tốt
Đối tượng khách hàng chính	Truyền thống, cá nhân	Doanh nghiệp, cá nhân cao cấp	Đa dạng	Khách hàng trẻ, thu nhập khá

Nhận xét :

Qua bảng trên có thể thấy Agribank Chi nhánh Đà Nẵng có lợi thế về uy tín và tệp khách hàng truyền thống. Tuy nhiên, so với các ngân hàng thương mại cổ phần như Techcombank hay Vietcombank, Agribank vẫn còn hạn chế về công nghệ và tốc độ xử lý hồ sơ. Điều này đặt ra yêu cầu cần nâng cao chất lượng công tác chăm sóc khách hàng nhằm cải thiện trải nghiệm và nâng cao năng lực cạnh tranh.

2.2.2. Các yếu tố vĩ mô**2.2.2.1. Kinh tế**

Trong giai đoạn 2023 – 2025, nền kinh tế thành phố Đà Nẵng có xu hướng phục hồi và phát triển sau ảnh hưởng của dịch bệnh. Các hoạt động thương mại, dịch vụ và du lịch dần tăng trưởng trở lại, góp phần cải thiện thu nhập và mức sống của người dân. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động huy động vốn và cho vay của ngân hàng.

Nhu cầu vay vốn phục vụ tiêu dùng, mua nhà và sửa chữa nhà ở của khách hàng cá nhân ngày càng tăng. Theo số liệu hoạt động kinh doanh năm 2025, tổng nguồn

vốn huy động của chi nhánh đạt 15.125 tỷ đồng, tăng 14,8% so với năm 2024. Đồng thời, tổng dư nợ cho vay đạt 12.365 tỷ đồng, tăng 4,2% so với năm 2024.

Tuy nhiên, nền kinh tế vẫn còn tiềm ẩn nhiều khó khăn như áp lực lạm phát, biến động lãi suất, thị trường bất động sản chưa ổn định và sức mua của người dân còn hạn chế. Những yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng trả nợ của khách hàng cũng như chất lượng tín dụng của ngân hàng.

Theo tình hình phát triển kinh tế của thành phố, GRDP của Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025 duy trì mức tăng trưởng khá ổn định, trong đó các lĩnh vực dịch vụ, du lịch, thương mại và bất động sản tiếp tục đóng vai trò chủ lực trong cơ cấu kinh tế. Thu nhập bình quân đầu người trên địa bàn được cải thiện đáng kể, kéo theo nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống và nhu cầu sở hữu nhà ở của người dân ngày càng tăng. Đây là điều kiện thuận lợi giúp Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng mở rộng hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở đối với nhóm khách hàng cá nhân.

Bên cạnh đó, quá trình đô thị hóa diễn ra nhanh chóng tại thành phố Đà Nẵng cũng tác động mạnh đến thị trường nhà ở. Nhiều khu đô thị mới, chung cư và dự án nhà ở thương mại được triển khai tại các quận trung tâm như Hải Châu, Thanh Khê, Sơn Trà và Cẩm Lệ, góp phần làm gia tăng nhu cầu vay vốn để mua nhà, xây dựng và sửa chữa nhà ở của người dân. Đặc biệt, nhóm khách hàng trẻ, cán bộ công chức, người lao động có thu nhập ổn định ngày càng có xu hướng tiếp cận các khoản vay trung và dài hạn để phục vụ nhu cầu an cư.

Ngoài ra, sự phục hồi của thị trường lao động và hoạt động sản xuất kinh doanh sau đại dịch cũng giúp cải thiện khả năng trả nợ của khách hàng cá nhân. Tỷ lệ thất nghiệp trên địa bàn thành phố có xu hướng giảm, mức thu nhập của người lao động dần ổn định hơn, tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng trong việc mở rộng tín dụng bán lẻ và nâng cao chất lượng tín dụng đối với các khoản vay nhà ở.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi, môi trường kinh tế vẫn tồn tại một số khó khăn ảnh hưởng đến hoạt động cho vay và chăm sóc khách hàng của chi nhánh. Trong giai đoạn 2023 – 2024, thị trường bất động sản có thời điểm chững lại, giá nhà đất tại một số khu vực của Đà Nẵng biến động mạnh khiến tâm lý khách hàng thận trọng hơn khi vay vốn mua nhà. Đồng thời, mặt bằng lãi suất trên thị trường có thời điểm tăng cao làm gia tăng áp lực trả nợ đối với khách hàng cá nhân, đặc biệt là các khoản vay trung và dài hạn.

Ngoài ra, áp lực lạm phát và chi phí sinh hoạt tăng cũng ảnh hưởng đến khả năng tích lũy tài chính của người dân. Điều này khiến một bộ phận khách hàng gặp khó khăn trong việc đáp ứng tỷ lệ vốn tự có hoặc duy trì dòng tiền trả nợ định kỳ. Vì vậy, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng phải tăng cường công tác thẩm định thu nhập, kiểm soát rủi ro tín dụng và hỗ trợ khách hàng cơ cấu thời hạn trả nợ trong một số trường hợp cần thiết.

Nhìn chung, yếu tố kinh tế của thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn 2023 – 2025 vừa tạo ra nhiều cơ hội, vừa đặt ra không ít thách thức đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng. Sự phục hồi kinh tế, tốc độ đô thị hóa và nhu cầu nhà ở gia tăng là cơ sở quan trọng để chi nhánh mở rộng tín dụng bán lẻ và nâng cao hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng trong thời gian tới.

2.2.2.2. Chính trị - pháp luật

Ngành ngân hàng là lĩnh vực chịu sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Vì vậy, các chính sách tiền tệ, quy định về lãi suất, hạn mức tín dụng và các văn bản pháp luật liên quan đến hoạt động ngân hàng đều ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của chi nhánh.

Trong thời gian qua, Nhà nước đã ban hành nhiều chính sách nhằm hỗ trợ phục hồi kinh tế, thúc đẩy chuyển đổi số và phát triển thanh toán không dùng tiền mặt. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng thương mại mở rộng hoạt động kinh doanh và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.

Bên cạnh đó, hệ thống pháp luật ngày càng hoàn thiện giúp hoạt động tín dụng và chăm sóc khách hàng được thực hiện minh bạch và an toàn hơn. Tuy nhiên, các quy định pháp lý ngày càng chặt chẽ cũng đòi hỏi chi nhánh phải thường xuyên cập nhật và tuân thủ đầy đủ nhằm hạn chế rủi ro trong hoạt động kinh doanh.

2.2.2.3. Công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và quá trình chuyển đổi số đang làm thay đổi đáng kể hoạt động của ngành ngân hàng. Khách hàng ngày càng ưu tiên sử dụng các dịch vụ trực tuyến thay cho giao dịch truyền thống tại quầy.

Nắm bắt xu hướng đó, Agribank Chi nhánh Đà Nẵng đã triển khai nhiều dịch vụ ngân hàng điện tử như Agribank E-Mobile Banking, Internet Banking, SMS Banking và thanh toán QR Code nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Việc ứng dụng công nghệ giúp chi nhánh tiết kiệm thời gian xử lý giao dịch, nâng cao hiệu quả quản lý khách hàng và hỗ trợ công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay vốn hiệu quả hơn. Đồng thời, công nghệ cũng giúp ngân hàng triển khai nhiều chương trình chăm sóc khách hàng tự động thông qua tin nhắn và các kênh trực tuyến.

Tuy nhiên, sự phát triển của công nghệ cũng kéo theo nguy cơ mất an toàn thông tin, lừa đảo trực tuyến và áp lực đầu tư nâng cấp hệ thống thường xuyên. Vì vậy, chi nhánh cần chú trọng nâng cao năng lực bảo mật và tăng cường tuyên truyền cho khách hàng về an toàn giao dịch điện tử.

2.2.2.4. Văn hóa – xã hội

Đà Nẵng là thành phố có tốc độ đô thị hóa nhanh, dân trí cao và mức sống của người dân ngày càng được cải thiện. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của các dịch vụ tài chính – ngân hàng hiện đại.

Người dân trên địa bàn ngày càng có xu hướng sử dụng các dịch vụ ngân hàng để phục vụ nhu cầu tiêu dùng, mua nhà, sửa chữa nhà ở và thanh toán không dùng tiền mặt. Đồng thời, khách hàng cũng ngày càng quan tâm đến chất lượng phục vụ, thái độ giao tiếp của nhân viên và uy tín thương hiệu của ngân hàng.

Ngoài ra, sự phát triển của mạng xã hội và công nghệ thông tin cũng ảnh hưởng lớn đến hành vi khách hàng. Những đánh giá và phản hồi của khách hàng trên môi trường trực tuyến có thể tác động trực tiếp đến hình ảnh và uy tín của ngân hàng.

Do đó, Agribank Chi nhánh Đà Nẵng cần tiếp tục nâng cao chất lượng phục vụ, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng trong giai đoạn hiện nay.

2.3. Các nguồn lực của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng ảnh hưởng đến công tác chăm sóc khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở

Các nguồn lực nội tại của ngân hàng đóng vai trò quyết định đến chất lượng hoạt động kinh doanh cũng như hiệu quả công tác chăm sóc khách hàng. Đối với Agribank Chi nhánh Đà Nẵng (địa chỉ 23 Phan Đình Phùng), việc khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực như nhân lực, cơ sở vật chất, tài chính, công nghệ và quy trình nghiệp vụ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở.

Trong thực tế hoạt động tại chi nhánh, các nguồn lực này không tồn tại độc lập mà có mối quan hệ chặt chẽ, tác động qua lại lẫn nhau, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm khách hàng và khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

2.3.1. Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất và mạng lưới giao dịch là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và chất lượng phục vụ khách hàng của ngân hàng. Với vị trí nằm tại số 23 Phan Đình Phùng, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng – khu vực trung tâm kinh tế và thương mại của thành phố – Agribank Chi nhánh Đà Nẵng có nhiều điều kiện thuận lợi trong việc tiếp cận khách hàng và phát triển hoạt động kinh doanh.

Hiện nay, chi nhánh được đầu tư tương đối đầy đủ về cơ sở vật chất, trang thiết bị và hệ thống công nghệ nhằm phục vụ tốt cho các hoạt động giao dịch, huy động vốn, cho vay và chăm sóc khách hàng. Hệ thống quầy giao dịch được bố trí hợp lý, không gian giao dịch rộng rãi và được trang bị đầy đủ các thiết bị hỗ trợ hiện đại như máy vi tính, máy đếm tiền, máy in, hệ thống camera an ninh và hệ thống lấy số tự động nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Bên cạnh đó, chi nhánh còn chú trọng đầu tư vào hệ thống công nghệ thông tin và ngân hàng điện tử như Agribank E-Mobile Banking, Internet Banking, hệ thống ATM/CDM và thanh toán QR Code nhằm đáp ứng nhu cầu giao dịch ngày càng cao của khách hàng trong thời đại chuyển đổi số.

Bảng 2.6 : Cơ sở vật chất của Ngân hàng AGRIBANK chi nhánh

STT	Hạng mục cơ sở vật chất	Số lượng	Mục đích sử dụng
1	Trụ sở giao dịch chính	01	Thực hiện các hoạt động giao dịch, quản lý và điều hành
2	Phòng giao dịch khách hàng	05	Phục vụ giao dịch tiền gửi, cho vay và chăm sóc khách hàng
3	Quầy giao dịch	18	Tiếp nhận và xử lý giao dịch trực tiếp với khách hàng
4	Máy vi tính	135	Hỗ trợ xử lý nghiệp vụ và quản lý dữ liệu khách hàng

5	Máy in và máy photocopy	32	In ấn hồ sơ, chứng từ và tài liệu nghiệp vụ
6	Máy ATM	08	Phục vụ rút tiền, chuyển khoản và thanh toán tự động
7	Máy CDM	02	Hỗ trợ khách hàng nộp tiền tự động
8	Hệ thống camera an ninh	01 hệ thống	Đảm bảo an ninh và giám sát hoạt động giao dịch
9	Máy đếm tiền	22	Kiểm đếm tiền mặt trong giao dịch
10	Hệ thống mạng nội bộ và Internet	01 hệ thống	Kết nối dữ liệu và xử lý giao dịch trực tuyến
11	Hệ thống máy chủ lưu trữ dữ liệu	01 hệ thống	Quản lý và lưu trữ thông tin khách hàng
12	Khu vực tiếp khách hàng	01 khu vực	Hỗ trợ tư vấn và chăm sóc khách hàng
13	Bảng điện tử thông báo lãi suất	04	Cập nhật thông tin sản phẩm và lãi suất
14	Máy lấy số tự động	03	Điều phối thứ tự giao dịch khách hàng
15	Hệ thống điều hòa và thiết bị văn phòng	01 hệ thống	Đảm bảo môi trường làm việc và giao dịch

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự Agribank Chi nhánh Đà Nẵng tổng hợp năm 2025)

Hệ thống quầy giao dịch, máy vi tính và các thiết bị văn phòng được trang bị với số lượng khá lớn nhằm phục vụ hiệu quả cho quá trình giao dịch và xử lý nghiệp vụ hằng ngày. Với 18 quầy giao dịch và 135 máy vi tính, chi nhánh có thể đáp ứng tốt nhu cầu giao dịch ngày càng tăng của khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Bên cạnh đó, hệ thống ATM và CDM được đầu tư nhằm hỗ trợ khách hàng thực hiện các giao dịch như rút tiền, chuyển khoản và nộp tiền tự động mà không cần giao dịch trực tiếp tại quầy. Điều này góp phần giảm tải áp lực cho giao dịch viên, đồng thời nâng cao chất lượng phục vụ và sự thuận tiện cho khách hàng.

Ngoài ra, chi nhánh cũng chú trọng đầu tư hệ thống công nghệ thông tin, mạng nội bộ và hệ thống lưu trữ dữ liệu nhằm đảm bảo hoạt động giao dịch diễn ra ổn định và an

toàn. Hệ thống camera an ninh, máy lấy số tự động và khu vực tiếp khách hàng được bố trí đầy đủ góp phần tạo môi trường giao dịch chuyên nghiệp, hiện đại và nâng cao hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng.

Tuy nhiên, trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ và nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng tăng, chi nhánh cần tiếp tục đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghệ, mở rộng hệ thống ATM/CDM và hiện đại hóa trang thiết bị nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cũng như đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Nhìn chung, cơ sở vật chất của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng tương đối hiện đại và đáp ứng khá tốt yêu cầu hoạt động kinh doanh hiện nay. Đây là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, hiệu quả hoạt động và công tác chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.

2.3.2. Nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là yếu tố cốt lõi quyết định đến chất lượng công tác chăm sóc khách hàng tại Agribank Chi nhánh Đà Nẵng. Đội ngũ cán bộ nhân viên, đặc biệt là cán bộ tín dụng và giao dịch viên, là những người trực tiếp tiếp xúc, tư vấn và hỗ trợ khách hàng trong toàn bộ quá trình vay vốn.

Tại chi nhánh 23 Phan Đình Phùng, đội ngũ cán bộ có kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực tín dụng, am hiểu quy trình nghiệp vụ và có khả năng xử lý hồ sơ tương đối tốt. Điều này giúp đảm bảo tính chính xác và an toàn trong hoạt động cho vay. Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh với các ngân hàng hiện đại như Techcombank, Vietcombank, yêu cầu về kỹ năng chăm sóc khách hàng ngày càng cao, bao gồm kỹ năng giao tiếp, tư vấn tài chính và xử lý tình huống.

Đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà, nhu cầu không chỉ dừng lại ở việc vay vốn mà còn cần được tư vấn về phương án tài chính, lãi suất, thời hạn vay phù hợp với khả năng thu nhập. Do đó, nếu cán bộ ngân hàng có kỹ năng tư vấn tốt sẽ giúp khách hàng cảm thấy yên tâm và tin tưởng hơn khi sử dụng dịch vụ.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy trình độ và kỹ năng chăm sóc khách hàng giữa các cán bộ còn chưa đồng đều. Điều này ảnh hưởng đến sự nhất quán trong chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của khách hàng. Vì vậy, chi nhánh cần chú trọng đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng mềm và nâng cao ý thức phục vụ khách hàng cho đội ngũ nhân viên.

Bảng 2.7 : Nguồn nhân lực Agribank chi nhánh 23 Phan Đình Phùng - Đà Nẵng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
Tổng số cán bộ nhân viên	118	123	129
Ban Giám đốc	3	3	3
Phòng Kế toán – Ngân quỹ	20	21	22
Phòng Tín dụng	36	39	42
Phòng Dịch vụ và Marketing	15	16	17
Phòng Hành chính – Nhân sự	10	10	11
Giao dịch viên tại quầy	24	25	26
Nhân viên công nghệ và hỗ trợ	10	9	8
Tỷ lệ lao động có trình độ đại học trở lên	89%	91%	93%
Tỷ lệ nhân viên dưới 35 tuổi	58%	61%	64%

(Nguồn: Phòng Hành chính – Nhân sự Agribank Chi nhánh Đà Nẵng tổng hợp giai đoạn 2023 – 2025)

Qua bảng số liệu trên có thể thấy nguồn nhân lực của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng có xu hướng tăng qua các năm nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng hoạt động kinh doanh và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Năm 2023, tổng số cán bộ nhân viên của chi nhánh là 118 người, đến năm 2025 tăng lên 129 người, tương ứng tăng 11 người so với năm 2023.

Trong cơ cấu nhân sự, bộ phận tín dụng chiếm tỷ trọng lớn nhất và có xu hướng tăng qua các năm. Điều này cho thấy chi nhánh tập trung đẩy mạnh hoạt động tín dụng, đặc biệt là cho vay khách hàng cá nhân và hộ kinh doanh. Bên cạnh đó, số lượng giao dịch viên và nhân viên dịch vụ khách hàng cũng được bổ sung nhằm nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng và đáp ứng nhu cầu giao dịch ngày càng tăng tại khu vực trung tâm thành phố Đà Nẵng.

Ngoài ra, chất lượng nguồn nhân lực của chi nhánh ngày càng được cải thiện. Tỷ lệ cán bộ nhân viên có trình độ đại học và sau đại học tăng từ 89% năm 2023 lên 93% năm 2025. Đội ngũ nhân sự trẻ dưới 35 tuổi cũng chiếm tỷ trọng khá cao, góp phần giúp chi nhánh thích ứng tốt hơn với quá trình chuyển đổi số và triển khai các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Nhìn chung, nguồn nhân lực của chi nhánh tương đối ổn định, có trình độ chuyên môn và kinh nghiệm nghiệp vụ đáp ứng yêu cầu hoạt động kinh doanh

trong giai đoạn hiện nay. Đây là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động và chất lượng chăm sóc khách hàng tại chi nhánh.

2.3.3. Nguồn lực tài chính và năng lực cho vay

Nguồn lực tài chính là một trong những yếu tố quan trọng quyết định khả năng mở rộng hoạt động kinh doanh, năng lực cạnh tranh và khả năng cung cấp tín dụng của ngân hàng. Đối với Agribank Chi nhánh Đà Nẵng, nguồn lực tài chính ổn định là cơ sở giúp chi nhánh mở rộng hoạt động huy động vốn, nâng cao năng lực cho vay và đáp ứng nhu cầu vốn ngày càng tăng của khách hàng cá nhân cũng như doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Bảng 2.8: Tình hình tài chính của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
Tổng tài sản (tỷ đồng)	14.285	15.972	17.486
Tổng nguồn vốn huy động (tỷ đồng)	11.842	13.170	15.125
Tổng dư nợ cho vay (tỷ đồng)	10.925	11.866	12.365
Dư nợ khách hàng cá nhân (tỷ đồng)	3.985	4.687	6.151
Tỷ lệ nợ xấu (%)	1,52	1,38	1,21
Lợi nhuận trước thuế (tỷ đồng)	186	214	248

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Agribank Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025)

Qua bảng số liệu trên có thể thấy tình hình tài chính của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023 – 2025 có xu hướng tăng trưởng tương đối ổn định. Tổng tài sản của chi nhánh tăng liên tục qua các năm, từ 14.285 tỷ đồng năm 2023 lên 17.486 tỷ đồng năm 2025, tương ứng tăng 3.201 tỷ đồng sau 3 năm. Điều này cho thấy quy mô hoạt động của chi nhánh ngày càng được mở rộng và năng lực tài chính ngày càng được nâng cao.

Bên cạnh đó, tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh cũng tăng trưởng khá tốt. Năm 2025, tổng nguồn vốn huy động đạt 15.125 tỷ đồng, tăng 1.955 tỷ đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 14,8%. Kết quả này cho thấy chi nhánh đã xây dựng được uy tín và niềm tin đối với khách hàng trên địa bàn, đồng thời phản ánh hiệu quả của công tác huy động vốn và chăm sóc khách hàng trong thời gian qua.

Hoạt động tín dụng của chi nhánh cũng có sự tăng trưởng tích cực. Tổng dư nợ cho vay năm 2025 đạt 12.365 tỷ đồng, tăng 499 tỷ đồng so với năm 2024. Trong đó, dư nợ khách hàng cá nhân tăng mạnh từ 4.687 tỷ đồng năm 2024 lên 6.151 tỷ đồng năm

2025, tương ứng tăng 31,2%. Điều này cho thấy chi nhánh đang tập trung đẩy mạnh hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, đặc biệt là các khoản vay phục vụ nhu cầu mua và sửa chữa nhà để ở.

Ngoài ra, tỷ lệ nợ xấu của chi nhánh có xu hướng giảm dần qua các năm, từ 1,52% năm 2023 xuống còn 1,21% năm 2025. Đây là dấu hiệu tích cực cho thấy chất lượng tín dụng và công tác quản lý rủi ro của chi nhánh ngày càng được cải thiện.

Lợi nhuận trước thuế của chi nhánh cũng tăng trưởng ổn định qua các năm. Năm 2025, lợi nhuận trước thuế đạt 248 tỷ đồng, tăng 34 tỷ đồng so với năm 2024. Kết quả này phản ánh hiệu quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh ngày càng được nâng cao trong bối cảnh thị trường tài chính – ngân hàng cạnh tranh mạnh mẽ.

Nhìn chung, nguồn lực tài chính của Agribank Chi nhánh Đà Nẵng tương đối ổn định và có xu hướng tăng trưởng tích cực qua các năm. Đây là cơ sở quan trọng giúp chi nhánh nâng cao năng lực cho vay, mở rộng hoạt động kinh doanh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

2.4. Thực trạng về hoạt động CSKH cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng

Trong những năm gần đây, cùng với xu hướng đô thị hóa và nhu cầu cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân, hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng ngày càng được chú trọng phát triển. Đây là một trong những sản phẩm tín dụng bán lẻ chủ lực, góp phần mở rộng dư nợ, nâng cao hiệu quả kinh doanh và gia tăng khả năng cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn.

Hoạt động cho vay nhà ở không chỉ đáp ứng nhu cầu thiết yếu của khách hàng cá nhân mà còn tạo ra nguồn thu ổn định, lâu dài cho ngân hàng do đặc điểm các khoản vay có thời hạn trung và dài hạn. Bên cạnh đó, thông qua việc cung cấp sản phẩm này, chi nhánh còn có điều kiện mở rộng tệp khách hàng, thúc đẩy bán chéo các sản phẩm dịch vụ khác như gửi tiết kiệm, bảo hiểm, thẻ ngân hàng và ngân hàng số.

2.4.1.1. Đặc điểm khách hàng

Khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank Chi nhánh Đà Nẵng chủ yếu là khách hàng cá nhân có nhu cầu ổn định nơi ở, nâng cao chất lượng cuộc sống và phục vụ nhu cầu an cư lâu dài trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Trong bối cảnh tốc độ đô thị hóa ngày càng nhanh, giá bất động sản liên tục gia tăng cùng với nhu cầu cải thiện

điều kiện sinh hoạt của người dân, hoạt động vay mua và sửa chữa nhà ở ngày càng trở thành nhu cầu tài chính thiết yếu đối với nhiều hộ gia đình.

Nhóm khách hàng vay vốn tại chi nhánh phần lớn nằm trong độ tuổi từ 25 đến 45 tuổi. Đây là nhóm khách hàng đang trong giai đoạn ổn định công việc, bắt đầu xây dựng gia đình và có nhu cầu sở hữu nhà ở riêng. Đặc biệt, nhóm khách hàng trẻ từ 25 đến 35 tuổi chiếm tỷ trọng khá lớn do nhu cầu mua căn hộ chung cư, nhà ở thương mại và nhà ở xã hội tại thành phố Đà Nẵng ngày càng tăng. Ngoài ra, nhóm khách hàng từ 36 đến 45 tuổi chủ yếu có nhu cầu sửa chữa, nâng cấp hoặc mở rộng nhà ở nhằm cải thiện điều kiện sinh hoạt cho gia đình.

Bảng 2.9: Cơ cấu khách hàng vay mua và sửa chữa nhà ở năm 2025

Tiêu chí	Số lượng khách hàng	Tỷ trọng (%)
Độ tuổi		
Khách hàng từ 25 – 35 tuổi	865	41,1
Khách hàng từ 36 – 45 tuổi	756	35,9
Khách hàng trên 45 tuổi	483	23,0
Tổng	2.104	100
Đối tượng		
Cán bộ công chức, viên chức	698	33,2
Người lao động tại doanh nghiệp	945	44,9
Hộ kinh doanh cá thể	461	21,9
Tổng	2.104	100
Mục đích		
Vay mua nhà	1.523	72,4
Vay sửa chữa nhà	581	27,6
Tổng	2.104	100

(Nguồn: Phòng Tín dụng Agribank Chi nhánh Đà Nẵng năm 2025)

Qua bảng số liệu trên có thể thấy khách hàng vay vốn tại chi nhánh chủ yếu là người lao động tại các doanh nghiệp, chiếm 44,9% tổng số khách hàng vay vốn. Đây là nhóm khách hàng có thu nhập ổn định hàng tháng, khả năng trả nợ tương đối tốt và nhu cầu vay mua nhà khá cao do xu hướng định cư lâu dài tại thành phố Đà Nẵng. Bên cạnh đó, nhóm cán bộ công chức, viên chức cũng chiếm tỷ trọng lớn với 33,2%, phản ánh đặc điểm khách hàng truyền thống của Agribank là những người có công việc ổn định, nguồn thu nhập minh bạch và mức độ rủi ro tín dụng tương đối thấp.

Ngoài ra, nhóm hộ kinh doanh cá thể chiếm 21,9% tổng số khách hàng vay vốn. Mặc dù nhóm khách hàng này có thu nhập linh hoạt và khả năng tài chính khá tốt, tuy nhiên do nguồn thu nhập không ổn định bằng nhóm hưởng lương nên quá trình thẩm định hồ sơ thường được ngân hàng xem xét chặt chẽ hơn.

Xét theo mục đích vay vốn, khách hàng vay mua nhà chiếm tỷ trọng chủ yếu với 72,4%, trong khi khách hàng vay sửa chữa nhà chiếm 27,6%. Điều này cho thấy nhu cầu sở hữu nhà ở tại Đà Nẵng đang ngày càng tăng, đặc biệt tại các khu vực trung tâm và khu đô thị mới. Đồng thời, xu hướng vay sửa chữa nhà cũng tăng lên trong những năm gần đây do nhiều hộ gia đình có nhu cầu nâng cấp, cải tạo nhà ở nhằm đáp ứng nhu cầu sinh hoạt và nâng cao chất lượng cuộc sống.

Bên cạnh đặc điểm về độ tuổi và nghề nghiệp, khách hàng vay vốn tại chi nhánh còn có những đặc điểm khá rõ về hành vi và nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng. Phần lớn khách hàng hiện nay không chỉ quan tâm đến lãi suất cho vay mà còn đặc biệt chú trọng đến thời gian xử lý hồ sơ, thủ tục vay vốn, thái độ phục vụ của nhân viên và mức độ thuận tiện trong giao dịch. Điều này đặt ra yêu cầu cho chi nhánh phải không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ và cải tiến quy trình chăm sóc khách hàng.

Nhìn chung, cơ cấu khách hàng vay mua và sửa chữa nhà ở tại Agribank Chi nhánh Đà Nẵng tương đối đa dạng nhưng chủ yếu vẫn tập trung vào nhóm khách hàng cá nhân có thu nhập ổn định và nhu cầu an cư lâu dài. Đây là nhóm khách hàng có tiềm năng phát triển lớn, góp phần mở rộng hoạt động tín dụng bán lẻ cũng như nâng cao hiệu quả công tác chăm sóc khách hàng của chi nhánh trong thời gian tới.

Để nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng thực hiện phân loại khách hàng dựa trên giá trị khoản vay, lịch sử tín dụng, mức độ sử dụng sản phẩm dịch vụ và khả năng mang lại lợi ích lâu dài cho ngân hàng. Việc phân loại

khách hàng giúp chi nhánh xây dựng các hình thức chăm sóc phù hợp với từng nhóm khách hàng khác nhau.

Cụ thể, khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại chi nhánh có thể được chia thành các nhóm sau:

- **Nhóm khách hàng truyền thống và có lịch sử tín dụng tốt:** Là những khách hàng có quan hệ giao dịch lâu năm, thực hiện nghĩa vụ trả nợ đúng hạn và thường xuyên sử dụng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Đối với nhóm khách hàng này, chi nhánh ưu tiên hỗ trợ tư vấn, giải quyết hồ sơ nhanh chóng và thường xuyên triển khai các chương trình tri ân khách hàng.
- **Nhóm khách hàng có dư nợ lớn:** Đây là nhóm khách hàng có giá trị khoản vay cao, đóng góp đáng kể vào hoạt động tín dụng của chi nhánh. Ngân hàng thường phân công cán bộ tín dụng theo dõi và hỗ trợ riêng nhằm đảm bảo chất lượng phục vụ cũng như kiểm soát rủi ro tín dụng.
- **Nhóm khách hàng mới:** Là những khách hàng lần đầu tiếp cận sản phẩm vay mua và sửa chữa nhà để ở. Chi nhánh tập trung tư vấn, hướng dẫn hồ sơ và giải thích chi tiết quy trình vay vốn nhằm tạo sự tin tưởng và thuận lợi cho khách hàng.
- **Nhóm khách hàng có dấu hiệu rủi ro hoặc chậm trả nợ:** Đối với nhóm khách hàng này, ngân hàng tăng cường hoạt động nhắc nợ, theo dõi tình hình tài chính và hỗ trợ khách hàng tìm giải pháp phù hợp nhằm hạn chế phát sinh nợ quá hạn.

Việc phân loại khách hàng giúp Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng sử dụng hiệu quả nguồn lực chăm sóc khách hàng, đồng thời nâng cao mức độ hài lòng và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở.

Bảng 2.10. Phân loại khách hàng trong hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở

Nhóm khách hàng	Tiêu chí phân loại	Hình thức chăm sóc
Khách hàng mới	Lần đầu vay vốn	Tư vấn hồ sơ, hướng dẫn quy trình
Khách hàng truyền thống	Quan hệ lâu năm, trả nợ tốt	Ưu tiên hỗ trợ, tri ân
Khách hàng dư nợ lớn	Khoản vay giá trị cao	Theo dõi riêng, hỗ trợ thường xuyên

Khách hàng có rủi ro	Chậm trả nợ hoặc khó khăn tài chính	Nhắc nợ, tư vấn cơ cấu nợ
----------------------	-------------------------------------	---------------------------

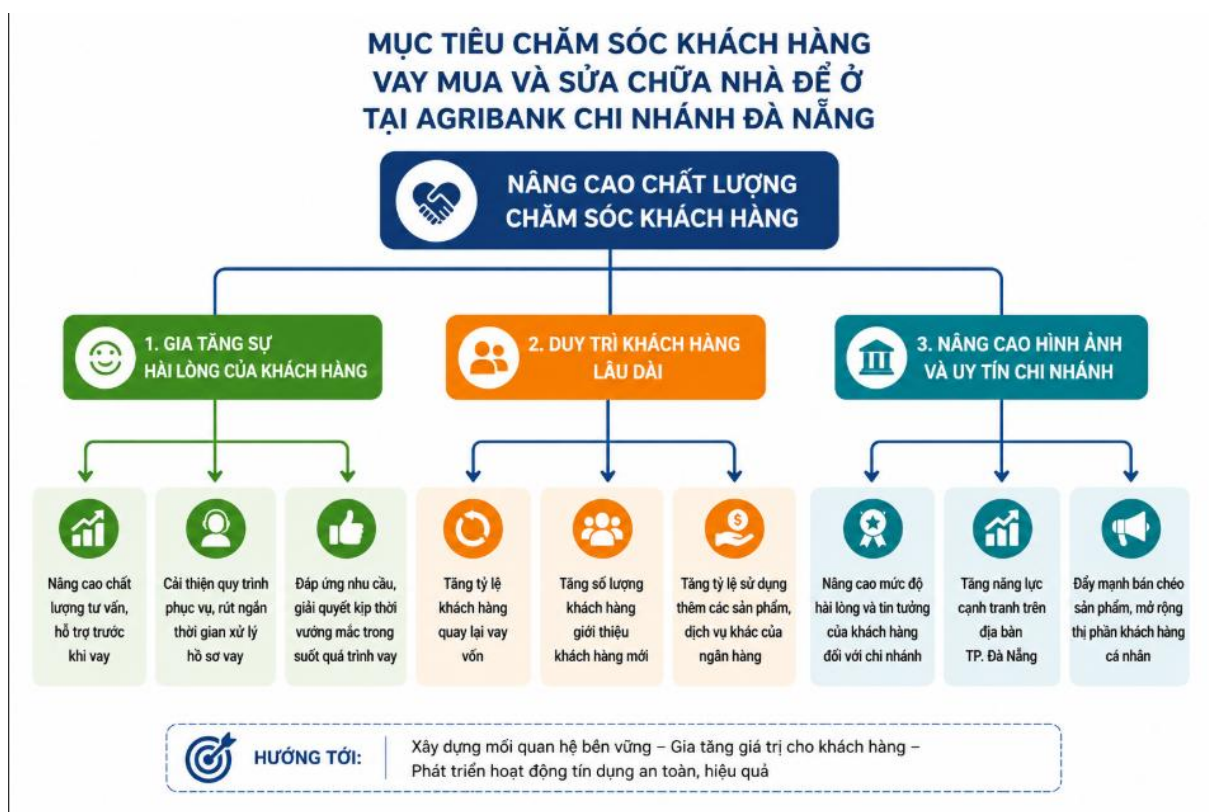
(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ quá trình thực tập tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng, năm 2025)

2.4.2. Mục tiêu chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà để ở

Một số mục tiêu chăm sóc khách hàng của chi nhánh:

- Nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình vay vốn.
- Gia tăng số lượng khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở.
- Duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng sau khi tất toán khoản vay.
- Tăng tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ.
- Đẩy mạnh bán chéo các sản phẩm dịch vụ khác của ngân hàng.
- Hạn chế rủi ro tín dụng và giảm tỷ lệ nợ xấu.
- Nâng cao hình ảnh và uy tín của chi nhánh trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Hình 2.2 : Mục tiêu CSKH vay mua & sửa chữa nhà để ở Agribank Đà Nẵng



Qua sơ đồ cho thấy mục tiêu chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng được xây dựng theo định hướng lấy khách hàng làm trung tâm. Hoạt động chăm sóc khách hàng không chỉ dừng lại ở việc hỗ trợ khách hàng

trong quá trình vay vốn mà còn hướng đến việc duy trì mối quan hệ lâu dài, nâng cao chất lượng phục vụ và gia tăng giá trị cho khách hàng.

Trước hết, chi nhánh tập trung vào mục tiêu nâng cao sự hài lòng của khách hàng thông qua việc cải thiện chất lượng tư vấn, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ, hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và hạn chế phát sinh khiếu nại. Đây là yếu tố quan trọng giúp khách hàng cảm thấy tin tưởng và yên tâm trong quá trình sử dụng dịch vụ tín dụng tại ngân hàng.

Bên cạnh đó, việc duy trì khách hàng lâu dài cũng được xem là mục tiêu trọng tâm trong hoạt động chăm sóc khách hàng của chi nhánh. Thông qua các hoạt động như nhắc nợ, hỗ trợ sau vay, tư vấn sản phẩm phù hợp và giữ liên lạc thường xuyên, chi nhánh có thể gia tăng tỷ lệ khách hàng quay lại vay vốn cũng như khuyến khích khách hàng giới thiệu thêm khách hàng mới. Điều này góp phần mở rộng tệp khách hàng cá nhân và nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

Ngoài ra, hoạt động chăm sóc khách hàng còn góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng trên địa bàn thành phố. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng thương mại, chất lượng chăm sóc khách hàng trở thành một trong những yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh quan trọng. Việc đẩy mạnh bán chéo sản phẩm, nâng cao khả năng phục vụ và ứng dụng công nghệ trong chăm sóc khách hàng sẽ giúp chi nhánh từng bước hiện đại hóa hoạt động ngân hàng và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng cá nhân.

2.4.3. Các hình thức chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà

Phân loại hình thức chăm sóc khách hàng theo từng giai đoạn vay vốn

Tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng, các hình thức chăm sóc khách hàng không chỉ được triển khai qua nhiều kênh khác nhau mà còn được thực hiện phù hợp với từng giai đoạn trong quá trình vay vốn.

❖ Giai đoạn trước khi vay

Ở giai đoạn này, hoạt động chăm sóc khách hàng tập trung vào việc tiếp cận, tư vấn và hỗ trợ khách hàng tìm hiểu sản phẩm vay mua và sửa chữa nhà để ở. Các hình thức chủ yếu bao gồm:

- Tư vấn trực tiếp tại quầy giao dịch.
- Tư vấn qua điện thoại.
- Tư vấn thông qua Zalo, Facebook và website.

- Hướng dẫn chuẩn bị hồ sơ vay vốn.
- Giải đáp các thắc mắc liên quan đến lãi suất, thời hạn vay và tài sản bảo đảm.

❖ **Giai đoạn trong quá trình vay**

Sau khi khách hàng phát sinh nhu cầu vay vốn và hoàn thiện hồ sơ, hoạt động chăm sóc tập trung vào hỗ trợ xử lý hồ sơ và giải ngân.

Các hình thức chăm sóc gồm:

- Hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ vay vốn.
- Thông báo tiến độ thẩm định và xét duyệt khoản vay.
- Liên hệ qua điện thoại để bổ sung hồ sơ khi cần thiết.
- Hỗ trợ khách hàng thực hiện các thủ tục ký kết hợp đồng tín dụng.
- Cập nhật thông tin giải ngân và lịch trả nợ.

❖ **Giai đoạn sau khi vay**

Đây là giai đoạn duy trì quan hệ lâu dài với khách hàng và kiểm soát chất lượng tín dụng.

Các hình thức chăm sóc chủ yếu gồm:

- Nhắc nợ qua SMS Banking và Agribank E-Mobile Banking.
- Gọi điện nhắc lịch thanh toán định kỳ.
- Hỗ trợ cơ cấu nợ khi khách hàng gặp khó khăn.
- Khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng.
- Giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ khác của ngân hàng.
- Thực hiện các chương trình tri ân khách hàng thân thiết.

Trong hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, công tác chăm sóc khách hàng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) – Chi nhánh Đà Nẵng được triển khai dưới nhiều hình thức khác nhau nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh trên địa bàn. Các hình thức chăm sóc khách hàng được thực hiện xuyên suốt từ trước khi vay, trong quá trình vay cho đến sau khi khách hàng hoàn tất nghĩa vụ trả nợ.

Bảng 2.11. Các hình thức chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023 – 2025

Hình thức CSKH	2023	2024	2025	Tỷ trọng 2025 (%)
Giao dịch trực tiếp tại quầy	8.920	9.645	10.284	30,1
Chăm sóc qua điện thoại	6.105	6.782	7.314	21,4

SMS Banking	5.864	6.420	6.985	20,4
Agribank E-Mobile Banking	6.248	7.165	8.126	23,8
Zalo, Facebook	1.024	1.286	1.452	4,3
Tổng cộng	28.161	31.298	34.161	100

(Nguồn: Tổng hợp từ hoạt động CSKH tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng)

Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng có xu hướng tăng qua các năm, phản ánh sự quan tâm ngày càng lớn của chi nhánh đối với nhóm khách hàng vay mua và sửa chữa nhà ở. Tổng số lượt tương tác tăng từ 28.161 lượt năm 2023 lên 34.161 lượt năm 2025.

Trong các hình thức chăm sóc khách hàng, giao dịch trực tiếp tại quầy vẫn chiếm tỷ trọng cao nhất với 30,1% năm 2025. Điều này phù hợp với đặc điểm các khoản vay nhà ở có giá trị lớn, hồ sơ pháp lý phức tạp nên khách hàng thường có nhu cầu được tư vấn trực tiếp. Bên cạnh đó, hình thức chăm sóc qua điện thoại và SMS Banking cũng được sử dụng phổ biến nhằm hỗ trợ nhắc nợ, tư vấn và cập nhật thông tin khoản vay cho khách hàng.

Đáng chú ý, số lượt sử dụng Agribank E-Mobile Banking tăng khá nhanh qua các năm, cho thấy xu hướng chuyển dịch sang các kênh chăm sóc khách hàng hiện đại và ứng dụng công nghệ số trong hoạt động ngân hàng. Trong khi đó, các nền tảng mạng xã hội như Zalo và Facebook vẫn chiếm tỷ trọng thấp do chi nhánh chủ yếu sử dụng để hỗ trợ tư vấn và cung cấp thông tin cơ bản.

Nhìn chung, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng đã triển khai tương đối đa dạng các hình thức chăm sóc khách hàng, kết hợp giữa phương thức truyền thống và hiện đại nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng cá nhân vay vốn.

2.4.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động chăm sóc khách hàng

2.4.4.1. Yếu tố về sản phẩm, dịch vụ

Trong hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà ở, yếu tố sản phẩm và dịch vụ đóng vai trò đặc biệt quan trọng vì đây là yếu tố tác động trực tiếp đến khả năng tiếp cận vốn, mức độ hài lòng cũng như quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng. Đối với Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng, việc xây dựng các sản phẩm tín dụng phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng cá nhân không chỉ giúp mở rộng hoạt động cho vay bán lẻ mà còn góp phần nâng cao hiệu quả công tác chăm sóc khách hàng trong suốt quá trình vay vốn.

Hiện nay, chi nhánh triển khai đa dạng các sản phẩm cho vay phục vụ nhu cầu mua nhà và sửa chữa nhà để ở với nhiều chính sách linh hoạt về hạn mức vay, thời hạn vay, phương thức trả nợ và lãi suất ưu đãi. Các sản phẩm tín dụng được xây dựng theo định hướng lấy khách hàng làm trung tâm, phù hợp với từng nhóm khách hàng có nhu cầu vay vốn khác nhau như cán bộ công chức, người lao động hưởng lương, hộ kinh doanh cá thể và khách hàng trẻ có nhu cầu an cư lâu dài.

Bảng 2.12. Một số sản phẩm, dịch vụ hỗ trợ cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng năm 2025

Nội dung	Đặc điểm triển khai tại chi nhánh
Sản phẩm vay mua nhà	Hỗ trợ khách hàng mua nhà ở, căn hộ, đất ở hoặc nhận chuyển nhượng bất động sản phục vụ nhu cầu an cư
Sản phẩm vay sửa chữa nhà	Hỗ trợ cải tạo, nâng cấp, sửa chữa và hoàn thiện nhà ở
Hạn mức cho vay	Tối đa khoảng 70%–80% giá trị tài sản bảo đảm hoặc phương án vay vốn
Thời hạn vay	Từ 5 năm đến tối đa 35–40 năm tùy sản phẩm vay
Phương thức trả nợ	Trả góp hàng tháng hoặc hàng quý theo dư nợ giảm dần
Chính sách lãi suất	Áp dụng lãi suất ưu đãi cố định trong thời gian đầu, sau đó điều chỉnh theo thị trường
Tài sản bảo đảm	Nhà đất, căn hộ, giấy tờ có giá hoặc tài sản hình thành từ vốn vay
Dịch vụ tra cứu khoản vay	Khách hàng có thể kiểm tra dư nợ, lịch trả nợ qua Agribank E-Mobile Banking
Dịch vụ nhắc nợ tự động	Thông báo lịch thanh toán qua SMS Banking và ứng dụng ngân hàng số
Dịch vụ thanh toán trực tuyến	Hỗ trợ thanh toán nợ vay qua tài khoản thanh toán hoặc ứng dụng điện tử
Hỗ trợ tư vấn hồ sơ	Cán bộ tín dụng hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ và thủ tục pháp lý
Dịch vụ cơ cấu nợ	Xem xét hỗ trợ điều chỉnh kỳ hạn trả nợ khi khách hàng gặp khó khăn tài chính

Chăm sóc khách hàng sau vay	Gọi điện, gửi tin nhắn và tư vấn các sản phẩm dịch vụ khác sau khi giải ngân
-----------------------------	--

(Nguồn: Tổng hợp từ Phòng Kế hoạch kinh doanh Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng)

Bên cạnh sản phẩm tín dụng, chi nhánh còn triển khai nhiều dịch vụ hỗ trợ đi kèm nhằm nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng trong quá trình vay vốn. Thông qua hệ thống Agribank E-Mobile Banking và SMS Banking, khách hàng có thể dễ dàng theo dõi dư nợ, lịch thanh toán và các thông báo liên quan đến khoản vay mà không cần đến trực tiếp ngân hàng. Điều này góp phần nâng cao tính thuận tiện, tiết kiệm thời gian và cải thiện trải nghiệm khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ tín dụng.

Ngoài ra, công tác tư vấn và hỗ trợ hồ sơ vay vốn cũng được chi nhánh chú trọng triển khai. Cán bộ tín dụng thực hiện hướng dẫn khách hàng hoàn thiện hồ sơ pháp lý, chứng minh thu nhập và thủ tục tài sản bảo đảm nhằm giúp khách hàng tiếp cận nguồn vốn thuận lợi hơn. Trong quá trình vay, ngân hàng còn thực hiện hoạt động nhắc nợ định kỳ, hỗ trợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ đối với khách hàng gặp khó khăn tài chính tạm thời, qua đó góp phần hạn chế nợ quá hạn và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, yếu tố sản phẩm và dịch vụ tại chi nhánh vẫn còn một số hạn chế nhất định. Một số thủ tục liên quan đến hồ sơ pháp lý và tài sản bảo đảm vẫn còn tương đối phức tạp do phải tuân thủ chặt chẽ quy định của Ngân hàng Nhà nước và quy định nội bộ của Agribank. Bên cạnh đó, tốc độ xử lý hồ sơ trong một số trường hợp còn chậm, đặc biệt đối với các khoản vay có giá trị lớn hoặc tài sản bảo đảm phức tạp. Đồng thời, việc tích hợp hoàn toàn quy trình vay vốn lên nền tảng số vẫn chưa được triển khai đồng bộ, khiến khách hàng vẫn phải thực hiện nhiều bước giao dịch trực tiếp tại quầy.

Nhìn chung, yếu tố sản phẩm và dịch vụ có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng. Việc đa dạng hóa sản phẩm tín dụng, nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số sẽ là cơ sở quan trọng giúp chi nhánh nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh trong hoạt động tín dụng bán lẻ trong thời gian tới.

2.4.4.2. Yếu tố về sự thuận tiện

Trong hoạt động chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, yếu tố sự thuận tiện có ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng

trong suốt quá trình vay vốn. Đối với các khoản vay nhà ở, khách hàng thường quan tâm nhiều đến thời gian xử lý hồ sơ, thủ tục vay vốn, khả năng hỗ trợ nhanh chóng cũng như sự thuận tiện trong quá trình giao dịch với ngân hàng. Vì vậy, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng luôn chú trọng cải thiện quy trình phục vụ nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng khi tiếp cận vốn vay.

Hiện nay, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng có trụ sở tại số 23 Phan Đình Phùng – khu vực trung tâm thành phố, thuận tiện cho khách hàng đến giao dịch trực tiếp. Bên cạnh đó, chi nhánh còn triển khai nhiều kênh hỗ trợ như điện thoại, SMS Banking, Agribank E-Mobile Banking và Zalo nhằm hỗ trợ khách hàng trong việc tra cứu thông tin khoản vay, nhắc nợ, tư vấn hồ sơ và giải đáp các vấn đề phát sinh trong quá trình vay vốn.

Trong quá trình tiếp nhận hồ sơ vay mua và sửa chữa nhà để ở, cán bộ tín dụng sẽ trực tiếp hướng dẫn khách hàng hoàn thiện các thủ tục cần thiết như hồ sơ chứng minh thu nhập, hồ sơ pháp lý tài sản bảo đảm, hợp đồng mua bán nhà hoặc phương án sửa chữa nhà ở. Đối với những khách hàng chưa đầy đủ giấy tờ hoặc chưa nắm rõ quy trình vay vốn, nhân viên sẽ hỗ trợ chi tiết từng bước nhằm hạn chế việc khách hàng phải đi lại nhiều lần.

Ngoài ra, chi nhánh hiện đang áp dụng hệ thống IPCAS kết hợp với tra cứu CIC điện tử để rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ. Những hồ sơ đầy đủ và đảm bảo điều kiện vay vốn thường được xử lý nhanh hơn so với trước đây, giúp khách hàng chủ động hơn trong kế hoạch tài chính và tiến độ thanh toán nhà ở.

Bảng 2.13 Đánh giá yếu tố về sự thuận tiện trong hoạt động CSKH cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023–2025

Tiêu chí	2023	2024	2025
Thời gian xử lý hồ sơ trung bình (ngày)	5,8	4,9	4,1
Hồ sơ được giải quyết đúng hạn (%)	82,6	87,8	91,5
Khách hàng sử dụng Agribank E-Mobile Banking (%)	58,4	66,7	74,9
Khách hàng đánh giá thủ tục vay “thuận tiện” (%)	71,3	79,2	85,6
Số lượt hỗ trợ khách hàng qua điện thoại và online	5.860	6.945	8.210

(Nguồn: Tổng hợp từ hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023–2025)

Qua bảng số liệu cho thấy yếu tố sự thuận tiện trong hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng đã được cải thiện đáng kể trong giai đoạn 2023–2025. Thời gian xử lý hồ sơ giảm từ 5,8 ngày xuống còn 4,1 ngày cho thấy chi nhánh đã từng bước cải tiến quy trình xử lý tín dụng, đồng thời nâng cao khả năng phối hợp giữa các bộ phận liên quan.

Bên cạnh đó, tỷ lệ hồ sơ được giải quyết đúng hạn tăng từ 82,6% lên 91,5% phản ánh tính chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng ngày càng tốt hơn. Điều này đặc biệt quan trọng đối với khách hàng vay mua nhà vì việc giải ngân đúng thời gian giúp khách hàng đảm bảo tiến độ thanh toán cho bên bán hoặc chủ đầu tư.

Ngoài giao dịch trực tiếp tại quầy, chi nhánh còn đẩy mạnh hỗ trợ khách hàng thông qua các nền tảng số. Tỷ lệ khách hàng sử dụng Agribank E-Mobile Banking tăng khá mạnh qua các năm, cho thấy khách hàng ngày càng có xu hướng sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử để theo dõi khoản vay và thực hiện giao dịch. Đồng thời, số lượt hỗ trợ khách hàng qua điện thoại và online cũng tăng liên tục, phản ánh sự chủ động của chi nhánh trong việc hỗ trợ khách hàng từ xa mà không bắt buộc phải đến trực tiếp ngân hàng.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, một số thủ tục liên quan đến hồ sơ pháp lý bất động sản và công chứng tài sản bảo đảm vẫn còn tương đối phức tạp, đặc biệt đối với khách hàng vay mua nhà dự án hoặc sửa chữa nhà có giấy tờ chưa hoàn thiện. Ngoài ra, vào các thời điểm cao điểm, lượng khách hàng giao dịch đông cũng có thể làm phát sinh tình trạng chờ đợi trong quá trình tiếp nhận hồ sơ.

Nhìn chung, yếu tố sự thuận tiện đang ngày càng được Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng chú trọng cải thiện nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng, góp phần nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh trong hoạt động tín dụng bán lẻ.

2.4.4.3. Yếu tố về con người

Trong hoạt động chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, yếu tố con người đóng vai trò đặc biệt quan trọng vì đây là hoạt động có tính chất tư vấn trực tiếp, yêu cầu nhân viên phải có trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và khả năng xử lý tình huống tốt. Đối với khách hàng vay vốn mua nhà hoặc sửa chữa nhà ở, quá trình vay thường kéo dài và liên quan đến nhiều thủ tục pháp lý nên sự hỗ trợ tận tình của cán bộ tín dụng có ảnh hưởng rất lớn đến mức độ hài lòng của khách hàng.

Tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng, đội ngũ cán bộ tín dụng và nhân viên chăm sóc khách hàng được phân công phụ trách theo từng nhóm khách hàng cá nhân. Mỗi cán bộ tín dụng sẽ trực tiếp thực hiện các công việc từ tư vấn sản phẩm, tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, giải ngân cho đến theo dõi khoản vay và chăm sóc khách hàng sau vay. Việc một cán bộ phụ trách xuyên suốt quá trình vay vốn giúp nhân viên hiểu rõ nhu cầu, khả năng tài chính cũng như lịch sử giao dịch của khách hàng, từ đó hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Hiện nay, bộ phận tín dụng khách hàng cá nhân tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng có khoảng 24 cán bộ phụ trách hoạt động cho vay cá nhân và chăm sóc khách hàng. Các cán bộ đều được đào tạo chuyên môn về nghiệp vụ tín dụng, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Ngoài chuyên môn nghiệp vụ, thái độ phục vụ tận tình, lịch sự và kiên nhẫn cũng là yêu cầu được chi nhánh đặc biệt chú trọng trong quá trình làm việc với khách hàng.

Đối với các khách hàng chưa có nhiều kinh nghiệm vay vốn hoặc chưa nắm rõ quy trình hồ sơ, cán bộ tín dụng sẽ trực tiếp hướng dẫn từng bước và hỗ trợ khách hàng hoàn thiện hồ sơ vay vốn. Trong quá trình vay, nhân viên cũng thường xuyên liên hệ để nhắc lịch trả nợ, hỗ trợ xử lý khó khăn phát sinh và giải đáp các thắc mắc liên quan đến khoản vay.

Bảng 2.14 Đánh giá yếu tố về con người trong hoạt động CSKH cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023–2025

Tiêu chí	2023	2024	2025
Số cán bộ tín dụng khách hàng cá nhân (người)	18	21	24
Tỷ lệ cán bộ có trình độ đại học trở lên (%)	88,5	90,7	93,1
Khách hàng hài lòng về thái độ phục vụ (%)	81,6	86,4	91,2
Khách hàng hài lòng về khả năng tư vấn (%)	76,5	82,8	88,7
Số lượt khiếu nại liên quan đến phục vụ	27	19	13
Tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ (%)	32,5	38,7	44,6

(Nguồn: Tổng hợp từ hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2023–2025)

Qua bảng số liệu cho thấy yếu tố con người có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả chăm sóc khách hàng tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng. Trong giai đoạn 2023–2025, chất

lượng đội ngũ cán bộ tín dụng đã có nhiều cải thiện cả về trình độ chuyên môn lẫn kỹ năng phục vụ khách hàng.

Số lượng cán bộ tín dụng khách hàng cá nhân tăng từ 18 người năm 2023 lên 24 người năm 2025 cho thấy chi nhánh đang đẩy mạnh phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ và tăng cường nhân sự nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Đồng thời, tỷ lệ cán bộ có trình độ đại học trở lên cũng tăng qua các năm, phản ánh sự chú trọng của chi nhánh đối với chất lượng nguồn nhân lực.

Bên cạnh đó, mức độ hài lòng của khách hàng về thái độ phục vụ và khả năng tư vấn đều tăng khá rõ rệt. Điều này cho thấy đội ngũ cán bộ tín dụng tại chi nhánh đã ngày càng chuyên nghiệp hơn trong quá trình giao tiếp, tư vấn và hỗ trợ khách hàng vay vốn.

Ngoài ra, số lượt khiếu nại liên quan đến phục vụ giảm từ 27 lượt xuống còn 13 lượt cho thấy chất lượng chăm sóc khách hàng đã được cải thiện đáng kể. Việc một cán bộ theo dõi khách hàng xuyên suốt quá trình vay vốn cũng giúp hạn chế tình trạng khách hàng phải làm việc với nhiều nhân viên khác nhau, từ đó tạo cảm giác thuận tiện và tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

Tuy nhiên, áp lực công việc đối với cán bộ tín dụng vẫn còn tương đối lớn do số lượng hồ sơ vay tăng nhanh qua các năm. Trong một số thời điểm cao điểm, thời gian phản hồi khách hàng còn chậm và chất lượng phục vụ giữa các cán bộ chưa thật sự đồng đều.

Nhìn chung, yếu tố con người đóng vai trò nền tảng trong hoạt động chăm sóc khách hàng cho vay mua và sửa chữa nhà ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng. Việc tiếp tục nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và tinh thần phục vụ của đội ngũ cán bộ sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh của chi nhánh trong thời gian tới.

2.4.5. Quy trình chăm sóc khách hàng tại chi nhánh

Công tác chăm sóc khách hàng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng được triển khai theo quy trình tương đối chặt chẽ và xuyên suốt trong toàn bộ quá trình vay vốn. Đối với nhóm khách hàng vay mua và sửa chữa nhà ở, hoạt động chăm sóc khách hàng không chỉ dừng lại ở giai đoạn tư vấn ban đầu mà còn được duy trì trong suốt thời gian khoản vay tồn tại và sau khi khách hàng hoàn tất nghĩa vụ trả nợ.

Hiện nay, chi nhánh áp dụng mô hình chăm sóc khách hàng theo từng giai đoạn cụ thể, bao gồm: chăm sóc khách hàng trước và trong bán và chăm sóc khách hàng sau bán. Quy trình này được xây dựng dựa trên định hướng lấy khách hàng làm trung tâm, kết

hợp giữa hình thức phục vụ trực tiếp và ứng dụng công nghệ ngân hàng số nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng, gia tăng mức độ hài lòng và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng cá nhân.

Thông qua việc triển khai quy trình chăm sóc khách hàng theo từng giai đoạn, chi nhánh không chỉ nâng cao khả năng tiếp cận và giữ chân khách hàng mà còn góp phần cải thiện chất lượng tín dụng, hạn chế nợ xấu và nâng cao năng lực cạnh tranh trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

2.4.5.1. Quy trình hoạt động chăm sóc khách hàng trước và trong bán

Hoạt động chăm sóc khách hàng trước và trong bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng được thực hiện từ thời điểm khách hàng phát sinh nhu cầu vay vốn cho đến khi khoản vay được giải ngân và theo dõi trong quá trình sử dụng vốn. Đây là giai đoạn có vai trò quan trọng trong việc tạo dựng niềm tin, nâng cao tỷ lệ chuyển đổi khách hàng và đảm bảo chất lượng tín dụng đầu vào.

Chi nhánh triển khai quy trình chăm sóc khách hàng theo hướng chủ động, trong đó cán bộ tín dụng đồng thời đảm nhiệm vai trò tư vấn, hỗ trợ hồ sơ và theo dõi khách hàng xuyên suốt quá trình vay vốn. Điều này giúp khách hàng được hỗ trợ liên tục, hạn chế tình trạng gián đoạn thông tin trong quá trình giao dịch.

Bên cạnh việc triển khai quy trình chăm sóc khách hàng theo các bước nghiệp vụ, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng còn thực hiện phân loại khách hàng nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ. Căn cứ vào giá trị khoản vay, lịch sử tín dụng, thời gian quan hệ với ngân hàng và mức độ sử dụng sản phẩm dịch vụ, khách hàng được chia thành các nhóm khách hàng tiềm năng, khách hàng phổ thông và khách hàng có quan hệ tín dụng lâu năm.

Đối với nhóm khách hàng có nhu cầu vay vốn lần đầu, cán bộ tín dụng tập trung tư vấn chi tiết về điều kiện vay, hồ sơ và quy trình xét duyệt nhằm giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận nguồn vốn. Đối với nhóm khách hàng đã có lịch sử giao dịch và tín dụng tốt tại Agribank, chi nhánh ưu tiên hỗ trợ xử lý hồ sơ nhanh hơn, chủ động giới thiệu các chương trình ưu đãi lãi suất và các sản phẩm dịch vụ phù hợp với nhu cầu tài chính của khách hàng.

Ngoài ra, chi nhánh còn triển khai các hoạt động duy trì quan hệ khách hàng như gửi tin nhắn chúc mừng vào các dịp lễ, Tết, sinh nhật khách hàng, thông báo các chương trình ưu đãi về lãi suất và phí dịch vụ, đồng thời ưu tiên hỗ trợ giải đáp thắc mắc đối với các khách hàng có quan hệ tín dụng lâu dài. Mặc dù chưa xây dựng chương trình khách hàng thân thiết riêng cho hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, nhưng chi nhánh

vẫn áp dụng các chính sách chăm sóc và ưu tiên phục vụ đối với nhóm khách hàng có lịch sử tín dụng tốt và thường xuyên sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ của ngân hàng.

Bảng 2.15. Quy trình chăm sóc khách hàng trước và trong bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng

Giai đoạn	Nội dung thực hiện	Mục tiêu chăm sóc khách hàng
Tiếp cận khách hàng	Tìm kiếm và tiếp cận khách hàng thông qua giao dịch trực tiếp, khách hàng giới thiệu, điện thoại, Zalo, Facebook và các kênh truyền thông của ngân hàng	Gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng tiềm năng
Tư vấn sản phẩm vay	Giới thiệu các gói vay mua và sửa chữa nhà ở; tư vấn lãi suất, thời hạn vay, phương thức trả nợ, tài sản bảo đảm	Giúp khách hàng hiểu rõ sản phẩm và lựa chọn gói vay phù hợp
Hướng dẫn hồ sơ vay	Hỗ trợ khách hàng chuẩn bị giấy tờ pháp lý, hồ sơ chứng minh thu nhập và hồ sơ tài sản bảo đảm	Rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ
Tiếp nhận và thẩm định	Kiểm tra tính hợp lệ của hồ sơ, thẩm định năng lực tài chính và lịch sử tín dụng khách hàng	Đảm bảo tính an toàn và minh bạch trong cấp tín dụng
Phê duyệt khoản vay	Trình hồ sơ lên cấp có thẩm quyền phê duyệt và thông báo kết quả cho khách hàng	Tạo sự minh bạch và nâng cao mức độ hài lòng
Ký kết hợp đồng	Hướng dẫn khách hàng ký kết hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp và các giấy tờ liên quan	Đảm bảo khách hàng nắm rõ quyền và nghĩa vụ
Giải ngân và hỗ trợ sử dụng vốn	Giải ngân theo tiến độ, hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng vốn vay	Đảm bảo vốn vay sử dụng đúng mục đích
Theo dõi khoản vay	Nhắc lịch trả nợ, cập nhật thông tin khoản vay qua SMS Banking và Agribank E-Mobile Banking	Duy trì mối quan hệ và hỗ trợ khách hàng kịp thời

(Nguồn: Tổng hợp từ hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng)

Nhận xét:

Qua thực tế triển khai cho thấy, quy trình chăm sóc khách hàng trước và trong bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng được tổ chức tương đối đầy đủ và có tính liên kết giữa các bộ phận nghiệp vụ. Cán bộ tín dụng không chỉ thực hiện chức năng cấp tín dụng mà còn trực tiếp hỗ trợ khách hàng trong quá trình hoàn thiện hồ sơ, giải đáp thắc mắc và theo dõi tiến độ xử lý khoản vay. Điều này giúp tạo cảm giác thuận tiện và nâng cao mức độ tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng.

Bên cạnh đó, chi nhánh đã kết hợp giữa hình thức chăm sóc truyền thống và các công cụ ngân hàng số như SMS Banking, Agribank E-Mobile Banking nhằm tăng khả năng tương tác với khách hàng. Các thông tin liên quan đến khoản vay, lịch thanh toán và biến động dư nợ được cập nhật tương đối kịp thời, giúp khách hàng chủ động hơn trong kế hoạch tài chính cá nhân.

Tuy nhiên, hoạt động chăm sóc khách hàng trong giai đoạn này vẫn còn một số hạn chế nhất định. Quy trình xử lý hồ sơ đối với các khoản vay có tài sản bảo đảm vẫn còn khá nhiều thủ tục giấy tờ, khiến thời gian xử lý trong một số trường hợp còn kéo dài. Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ vào khâu chăm sóc khách hàng chưa thật sự đồng bộ, chủ yếu vẫn phụ thuộc vào sự hỗ trợ trực tiếp của cán bộ tín dụng. Hoạt động tư vấn sản phẩm tuy đã được cải thiện nhưng chưa có sự cá nhân hóa rõ rệt theo từng nhóm khách hàng cụ thể.

Nhìn chung, quy trình chăm sóc khách hàng trước và trong bán tại chi nhánh đã góp phần nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng, cải thiện tỷ lệ chuyển đổi hồ sơ vay vốn và hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở trong giai đoạn 2023 – 2025.

2.4.5.2. Quy trình hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán

Sau khi khoản vay được giải ngân, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng tiếp tục triển khai hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm duy trì mối quan hệ lâu dài, nâng cao khả năng thu hồi nợ và gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng. Đây là giai đoạn có ý nghĩa quan trọng trong việc giữ chân khách hàng, phát triển khách hàng trung thành và hạn chế phát sinh rủi ro tín dụng.

Hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán được thực hiện xuyên suốt trong thời gian khách hàng còn dư nợ và cả sau khi tất toán khoản vay. Chi nhánh chú trọng duy trì sự tương tác thường xuyên với khách hàng thông qua nhiều hình thức khác nhau như gọi

điện, gửi tin nhắn nhắc nợ, hỗ trợ xử lý khó khăn tài chính và giới thiệu các sản phẩm dịch vụ phù hợp.

Bảng 2.16. Quy trình CSKH sau bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng

Giai đoạn	Nội dung thực hiện	Mục tiêu chăm sóc khách hàng
Theo dõi khoản vay	Theo dõi lịch trả nợ, dư nợ và tình trạng khoản vay trên hệ thống IPCAS	Kiểm soát chất lượng tín dụng
Nhắc nợ định kỳ	Gửi SMS, gọi điện hoặc thông báo lịch trả nợ cho khách hàng trước kỳ thanh toán	Hạn chế phát sinh nợ quá hạn
Hỗ trợ khách hàng	Giải đáp thắc mắc liên quan đến khoản vay và hướng dẫn xử lý các vấn đề phát sinh	Nâng cao khả năng phản hồi và hỗ trợ
Hỗ trợ cơ cấu nợ	Tư vấn gia hạn hoặc điều chỉnh kỳ hạn trả nợ đối với khách hàng gặp khó khăn tài chính	Giảm áp lực tài chính cho khách hàng
Chăm sóc khách hàng thân thiết	Gửi lời chúc, ưu đãi hoặc giới thiệu sản phẩm mới phù hợp	Duy trì mối quan hệ lâu dài
Tiếp nhận phản hồi	Ghi nhận ý kiến đánh giá và phản hồi của khách hàng về chất lượng phục vụ	Cải thiện chất lượng dịch vụ
Thanh lý hợp đồng	Thực hiện giải chấp tài sản và hoàn tất thủ tục sau khi khách hàng tắt toán khoản vay	Hoàn thiện quá trình giao dịch và tạo sự hài lòng

(Nguồn: Tổng hợp từ hoạt động chăm sóc khách hàng tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng)

Nhận xét:

Công tác chăm sóc khách hàng sau bán tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng trong thời gian qua đã được chú trọng hơn đối với nhóm khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở. Chi nhánh thường xuyên duy trì liên hệ với khách hàng nhằm hỗ trợ trong quá trình trả nợ, nhắc nợ định kỳ và kịp thời nắm bắt các khó khăn phát sinh để có hướng hỗ trợ phù hợp. Nhờ đó, tỷ lệ khách hàng trả nợ đúng hạn được cải thiện và góp phần hạn chế phát sinh nợ xấu.

Bên cạnh đó, hoạt động chăm sóc sau bán còn giúp ngân hàng duy trì mối quan hệ với khách hàng, nâng cao khả năng khách hàng tiếp tục sử dụng các sản phẩm khác như

tiền gửi tiết kiệm, thẻ, bảo hiểm hoặc vay tiêu dùng. Tuy nhiên, các hình thức chăm sóc hiện nay vẫn còn mang tính truyền thống, chủ yếu tập trung vào nhắc nợ và hỗ trợ khoản vay, trong khi việc ứng dụng công nghệ số và hệ thống quản trị quan hệ khách hàng (CRM) còn hạn chế.

Ngoài ra, các kênh chăm sóc hiện đại như email marketing, chatbot hay nền tảng trực tuyến chưa được khai thác hiệu quả, dẫn đến hoạt động chăm sóc khách hàng vẫn phụ thuộc nhiều vào cán bộ tín dụng. Nhìn chung, công tác chăm sóc khách hàng sau bán tại chi nhánh đã góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và duy trì mối quan hệ với khách hàng, tuy nhiên vẫn cần tiếp tục cải thiện để đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng trong thời gian tới.

2.4.6. Quy trình xử lý khiếu nại tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng

Hình 2.3 : Quy trình xử lý khiếu nại tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng



Trong hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, việc phát sinh khiếu nại từ phía khách hàng là điều khó tránh khỏi do liên quan đến nhiều yếu tố như hồ sơ pháp lý, thời gian giải ngân, lãi suất, lịch trả nợ, tài sản bảo đảm hoặc chất lượng phục vụ của nhân viên. Vì vậy, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng luôn chú trọng xây dựng quy trình tiếp nhận và xử lý khiếu nại nhằm đảm bảo quyền lợi khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ và duy trì uy tín của ngân hàng trên địa bàn.

Hiện nay, chi nhánh thực hiện tiếp nhận và xử lý khiếu nại theo hướng công khai, minh bạch và tuân thủ đúng quy định nội bộ của Agribank cũng như quy định của Ngân hàng Nhà nước. Các khiếu nại của khách hàng được tiếp nhận thông qua nhiều kênh

khác nhau như giao dịch trực tiếp tại quầy, điện thoại, email, ứng dụng Agribank E-Mobile Banking hoặc thông qua cán bộ tín dụng phụ trách khoản vay.

Sau khi tiếp nhận thông tin, ngân hàng tiến hành phân loại nội dung khiếu nại, xác minh nguyên nhân và phối hợp giữa các bộ phận liên quan để đưa ra phương án xử lý phù hợp. Toàn bộ quá trình xử lý đều được theo dõi và cập nhật trên hệ thống nội bộ nhằm đảm bảo tính chính xác và hạn chế phát sinh tranh chấp trong quá trình giao dịch.

Quy trình xử lý khiếu nại tại chi nhánh được thực hiện theo các bước cơ bản sau:

- **Bước 1: Tiếp nhận khiếu nại**

Khách hàng gửi phản ánh thông qua các kênh giao dịch của ngân hàng. Nhân viên tiếp nhận có trách nhiệm ghi nhận đầy đủ nội dung khiếu nại, thông tin khách hàng và thời điểm phát sinh sự việc.

- **Bước 2: Phân loại và xác minh thông tin**

- Sau khi tiếp nhận, bộ phận liên quan tiến hành kiểm tra hồ sơ, lịch sử giao dịch và các thông tin liên quan nhằm xác định nguyên nhân phát sinh khiếu nại cũng như mức độ ảnh hưởng.

- **Bước 3: Phối hợp xử lý**

Các phòng ban nghiệp vụ phối hợp với cán bộ tín dụng để rà soát hồ sơ khoản vay, đối chiếu quy định nội bộ và đề xuất phương án xử lý phù hợp với từng trường hợp cụ thể.

- **Bước 4: Phản hồi khách hàng**

Khách hàng thực hiện thông báo kết quả xử lý cho khách hàng thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp tại quầy giao dịch. Nội dung phản hồi được trình bày rõ ràng, minh bạch và đảm bảo đúng quy định.

- **Bước 5: Theo dõi sau xử lý**

Sau khi giải quyết khiếu nại, chi nhánh tiếp tục theo dõi mức độ hài lòng của khách hàng, đồng thời ghi nhận các phản hồi nhằm cải thiện chất lượng phục vụ trong thời gian tới.

Bảng 2.17. Tình hình tiếp nhận và xử lý khiếu nại khách hàng giai đoạn 2023 – 2025

(Đơn vị: Vụ việc)

Chỉ tiêu	2023	2024	2025
Tổng số khiếu nại tiếp nhận	438	472	515

Khiếu nại liên quan thời gian xử lý hồ sơ	138	146	154
Khiếu nại liên quan lãi suất và phí	96	101	108
Khiếu nại liên quan thái độ phục vụ	82	79	74
Khiếu nại liên quan giải ngân	71	78	84
Khiếu nại khác	51	68	95
Số vụ xử lý đúng hạn	389	428	476
Tỷ lệ xử lý đúng hạn (%)	88,8	90,7	92,4
Tỷ lệ khách hàng hài lòng sau xử lý (%)	72,6	76,8	81,3

(Nguồn: Tổng hợp từ bộ phận chăm sóc khách hàng Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua bảng số liệu cho thấy, số lượng khiếu nại của khách hàng tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng có xu hướng tăng qua các năm, từ 438 vụ năm 2023 lên 515 vụ vào năm 2025. Điều này không hoàn toàn phản ánh chất lượng dịch vụ giảm sút mà chủ yếu xuất phát từ việc quy mô khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở ngày càng mở rộng, kéo theo số lượng giao dịch và nhu cầu hỗ trợ khách hàng gia tăng đáng kể.

Trong cơ cấu khiếu nại, nhóm phản ánh liên quan đến thời gian xử lý hồ sơ luôn chiếm tỷ trọng cao nhất. Nguyên nhân chủ yếu do các khoản vay nhà ở thường có giá trị lớn, yêu cầu nhiều giấy tờ pháp lý và phải trải qua quy trình thẩm định tài sản tương đối chặt chẽ. Ngoài ra, các khiếu nại liên quan đến lãi suất, phí và tiến độ giải ngân cũng có xu hướng tăng nhẹ do biến động của thị trường tài chính và áp lực cạnh tranh trong hoạt động tín dụng bán lẻ.

Tuy nhiên, mặc dù số lượng khiếu nại tăng, tỷ lệ xử lý đúng hạn của chi nhánh vẫn được cải thiện qua từng năm, từ 88,8% năm 2023 lên 92,4% năm 2025. Điều này cho thấy Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng đã từng bước nâng cao hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận nghiệp vụ, đồng thời chú trọng hơn đến tốc độ phản hồi và xử lý vấn đề cho khách hàng.

Bên cạnh đó, tỷ lệ khách hàng hài lòng sau xử lý tăng từ 72,6% lên 81,3%, phản ánh sự cải thiện tích cực về chất lượng phục vụ và thái độ hỗ trợ khách hàng của đội ngũ nhân viên. Tuy nhiên, mức độ hài lòng vẫn chưa đạt mức tuyệt đối do vẫn còn tồn tại một số hạn chế như thủ tục xử lý còn tương đối phức tạp, thời gian phản hồi ở một số trường hợp chưa thật sự nhanh và việc ứng dụng công nghệ trong quản lý khiếu nại chưa đồng bộ giữa các bộ phận. Điều này cho thấy chi nhánh vẫn cần tiếp tục hoàn thiện quy

trình chăm sóc khách hàng và đẩy mạnh chuyển đổi số nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng trong thời gian tới.

2.5. Đánh giá chung hoạt động CSKH vay sửa chữa và mua nhà để ở tại chi nhánh Agribank Đà Nẵng

2.5.1. Ưu điểm

Trong giai đoạn 2023 – 2025, hoạt động chăm sóc khách hàng đối với khách hàng cá nhân vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng đã đạt được nhiều kết quả tích cực, góp phần nâng cao chất lượng tín dụng, mở rộng quy mô khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn.

Trước hết, chi nhánh đã xây dựng được quy trình chăm sóc khách hàng tương đối đầy đủ và xuyên suốt từ trước vay, trong vay đến sau vay. Khách hàng được nhân viên tư vấn cụ thể về điều kiện vay vốn, hồ sơ pháp lý, hạn mức vay, lãi suất, phương thức trả nợ cũng như các chính sách ưu đãi liên quan đến khoản vay mua và sửa chữa nhà để ở. Điều này giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận nguồn vốn, hạn chế sai sót trong quá trình hoàn thiện hồ sơ và nâng cao mức độ hài lòng khi giao dịch tại ngân hàng.

Bên cạnh đó, hoạt động chăm sóc khách hàng của chi nhánh đã có sự kết hợp giữa các hình thức truyền thống và các nền tảng số hiện đại. Ngoài giao dịch trực tiếp tại quầy, chi nhánh còn triển khai chăm sóc khách hàng thông qua điện thoại, SMS Banking, Agribank E-Mobile Banking, Zalo và Facebook. Việc đa dạng hóa các kênh tương tác giúp ngân hàng tăng khả năng tiếp cận khách hàng, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Đội ngũ cán bộ tín dụng và nhân viên chăm sóc khách hàng nhìn chung có trình độ chuyên môn tương đối tốt, nắm rõ quy trình nghiệp vụ và có kinh nghiệm trong hoạt động cho vay nhà ở. Trong quá trình giao dịch, nhân viên có thái độ phục vụ lịch sự, hỗ trợ khách hàng tận tình, đặc biệt đối với các khách hàng lần đầu tiếp cận sản phẩm vay vốn hoặc chưa có nhiều kinh nghiệm về thủ tục ngân hàng. Đây là yếu tố quan trọng giúp chi nhánh duy trì được lượng khách hàng ổn định và gia tăng số lượng khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ.

Ngoài ra, công tác quản lý và chăm sóc khách hàng trong quá trình vay được thực hiện khá hiệu quả. Chi nhánh thường xuyên thực hiện nhắc nợ định kỳ, hỗ trợ khách hàng cơ cấu thời hạn trả nợ khi gặp khó khăn và theo dõi tình hình sử dụng vốn vay nhằm hạn chế phát sinh nợ xấu. Nhờ đó, mặc dù quy mô dư nợ cho vay nhà ở tăng mạnh

qua các năm nhưng tỷ lệ nợ xấu vẫn được kiểm soát ở mức thấp và có xu hướng giảm dần.

Công tác chăm sóc khách hàng sau vay cũng đạt được những kết quả tích cực. Tỷ lệ khách hàng quay lại vay vốn và giới thiệu khách hàng mới tăng qua các năm cho thấy mức độ tin tưởng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của chi nhánh ngày càng được nâng cao. Các hoạt động như gọi điện hỏi thăm, gửi tin nhắn chúc mừng và tư vấn sản phẩm mới đã góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu và tăng cường mối quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng.

Nhìn chung, những kết quả đạt được trong hoạt động chăm sóc khách hàng đã góp phần quan trọng vào việc mở rộng hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng, đồng thời tạo nền tảng thuận lợi cho việc phát triển tín dụng bán lẻ trong thời gian tới.

2.5.2. Hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả tích cực đạt được trong hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định cần tiếp tục khắc phục nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng khả năng cạnh tranh trong thời gian tới.

Thứ nhất, hoạt động chăm sóc khách hàng vẫn còn tập trung nhiều vào các kênh truyền thống. Theo Bảng 2.10, năm 2025 số lượt chăm sóc khách hàng thông qua giao dịch trực tiếp, điện thoại và SMS Banking đạt 24.583 lượt, chiếm khoảng 71,9% tổng số lượt chăm sóc khách hàng. Trong khi đó, các kênh số hiện đại như Agribank E-Mobile Banking, Zalo và Facebook tuy có xu hướng tăng qua các năm nhưng vẫn chưa trở thành kênh chăm sóc chủ đạo. Điều này cho thấy quá trình chuyển đổi số trong hoạt động chăm sóc khách hàng đã được triển khai nhưng hiệu quả khai thác chưa thực sự tương xứng với tiềm năng hiện có.

Thứ hai, mặc dù yếu tố thuận tiện đã có nhiều cải thiện nhưng quy trình vay vốn vẫn còn một số điểm chưa thực sự tối ưu đối với khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở. Theo Bảng 2.12, thời gian xử lý hồ sơ trung bình đã giảm từ 5,8 ngày năm 2023 xuống còn 4,1 ngày năm 2025 và tỷ lệ hồ sơ giải quyết đúng hạn tăng lên 91,5%. Tuy nhiên, đối với các khoản vay có giá trị lớn hoặc liên quan đến tài sản bảo đảm phức tạp, khách hàng vẫn phải chuẩn bị nhiều hồ sơ pháp lý và thực hiện nhiều bước xác minh

trước khi được phê duyệt khoản vay. Điều này phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm khách hàng và làm giảm tính thuận tiện trong quá trình tiếp cận vốn.

Thứ ba, chất lượng chăm sóc khách hàng giữa các cán bộ tín dụng chưa thực sự đồng đều. Theo Bảng 2.13, tỷ lệ khách hàng hài lòng về thái độ phục vụ tăng từ 81,6% lên 91,2%, trong khi tỷ lệ hài lòng về khả năng tư vấn tăng từ 76,5% lên 88,7% trong giai đoạn 2023–2025. Mặc dù đây là kết quả tích cực, nhưng các chỉ tiêu này vẫn chưa đạt mức tuyệt đối. Bên cạnh đó, năm 2025 vẫn còn 13 lượt khiếu nại liên quan đến hoạt động phục vụ khách hàng. Điều này cho thấy chất lượng phục vụ tuy đã được cải thiện nhưng vẫn còn sự khác biệt nhất định giữa các cán bộ trong kỹ năng giao tiếp, tư vấn và xử lý tình huống.

Thứ tư, hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay chưa thực sự đa dạng và chủ yếu tập trung vào các hoạt động nhắc nợ, cập nhật thông tin khoản vay hoặc hỗ trợ xử lý các vấn đề phát sinh. Qua phân tích quy trình chăm sóc khách hàng sau vay tại mục 2.4.5.2 cho thấy các hoạt động duy trì quan hệ khách hàng, khảo sát mức độ hài lòng, tư vấn tài chính định kỳ hoặc khai thác nhu cầu sử dụng sản phẩm dịch vụ khác của khách hàng vẫn chưa được triển khai thường xuyên và đồng bộ. Điều này làm hạn chế khả năng gia tăng sự gắn kết lâu dài giữa khách hàng với ngân hàng.

Những hạn chế trên xuất phát từ một số nguyên nhân chủ yếu. Trước hết, đặc thù của hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở là các khoản vay có giá trị lớn, thời hạn dài và liên quan đến nhiều thủ tục pháp lý nên khách hàng thường có xu hướng trao đổi trực tiếp với cán bộ tín dụng để được tư vấn chi tiết. Điều này khiến các kênh chăm sóc truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng cao trong tổng số hoạt động chăm sóc khách hàng.

Ngoài ra, cán bộ tín dụng tại chi nhánh phải đảm nhiệm đồng thời nhiều công việc như tìm kiếm khách hàng, tư vấn sản phẩm, thẩm định hồ sơ, quản lý khoản vay và chăm sóc khách hàng sau vay. Khối lượng công việc tương đối lớn có thể ảnh hưởng đến mức độ chuyên sâu trong hoạt động chăm sóc khách hàng và làm cho chất lượng phục vụ giữa các cán bộ chưa thực sự đồng đều.

Nhìn chung, những hạn chế trên là cơ sở quan trọng để Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng xây dựng các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng trong thời gian tới, đặc biệt là đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay.

CHƯƠNG 3 : MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY MUA VÀ SỬA CHỮA NHÀ ĐỂ Ở TẠI AGRIBANK – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Mục tiêu phát triển của ngân hàng trong thời gian tới

Trong bối cảnh thị trường tài chính – ngân hàng ngày càng cạnh tranh mạnh mẽ, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng xác định mục tiêu phát triển theo hướng hiện đại, an toàn và bền vững, đồng thời đẩy mạnh hoạt động tín dụng bán lẻ, đặc biệt là cho vay mua và sửa chữa nhà để ở đối với khách hàng cá nhân. Bên cạnh mục tiêu tăng trưởng quy mô hoạt động, chi nhánh còn chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả chăm sóc khách hàng nhằm gia tăng khả năng cạnh tranh trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

Trong thời gian tới, chi nhánh định hướng thực hiện các mục tiêu tăng trưởng chủ yếu như sau:

- Tăng trưởng dư nợ cho vay khách hàng cá nhân, đặc biệt đối với sản phẩm vay mua và sửa chữa nhà để ở, phù hợp với nhu cầu an cư ngày càng gia tăng của người dân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.
- Mở rộng tệp khách hàng cá nhân thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm tín dụng, nâng cao chất lượng phục vụ và đẩy mạnh hoạt động tiếp cận khách hàng tiềm năng.
- Kiểm soát tỷ lệ nợ xấu ở mức an toàn theo quy định của Ngân hàng Nhà nước và Agribank, đồng thời nâng cao hiệu quả công tác thẩm định và quản lý sau vay.
- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động ngân hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ và tạo thuận lợi cho khách hàng trong quá trình vay vốn.
- Gia tăng tỷ lệ khách hàng sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử như Agribank E-Mobile Banking, SMS Banking và các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.
- Nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh thông qua việc cải thiện chất lượng chăm sóc khách hàng, xây dựng hình ảnh ngân hàng chuyên nghiệp, thân thiện và hiện đại.

Việc thực hiện tốt các mục tiêu trên sẽ góp phần giúp Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, tăng trưởng tín dụng bền vững và củng cố vị thế trên thị trường ngân hàng bán lẻ tại địa phương.

3.1.2. Định hướng và mục tiêu chăm sóc khách hàng trong thời gian tới

Xuất phát từ thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại chi nhánh còn tồn tại một số hạn chế như quy trình phục vụ còn mang tính thủ công, mức độ ứng dụng công nghệ chưa cao và hoạt động chăm sóc sau vay chưa thực sự chuyên sâu, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng định hướng nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp và lấy khách hàng làm trung tâm.

Trong thời gian tới, chi nhánh tập trung thực hiện các định hướng chủ yếu sau:

- Hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng trước, trong và sau khi vay vốn nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng và tăng mức độ hài lòng đối với dịch vụ tín dụng nhà ở.
- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong hoạt động chăm sóc khách hàng thông qua việc nâng cấp các tiện ích trên Agribank E-Mobile Banking, triển khai thông báo tự động và hỗ trợ khách hàng trực tuyến.
- Tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay như gọi điện hỏi thăm, nhắc lịch thanh toán, tư vấn tài chính và giới thiệu các sản phẩm dịch vụ phù hợp với nhu cầu của khách hàng.
- Phát triển các kênh chăm sóc khách hàng trực tuyến như Zalo OA, Fanpage và website nhằm nâng cao khả năng tương tác và hỗ trợ khách hàng nhanh chóng hơn.
- Thường xuyên khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng để kịp thời tiếp nhận phản hồi và cải thiện chất lượng phục vụ.
- Nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và thái độ phục vụ của đội ngũ cán bộ nhân viên nhằm xây dựng hình ảnh Agribank thân thiện, chuyên nghiệp và tận tâm.
- Tăng cường các chương trình ưu đãi, tri ân khách hàng thân thiết nhằm tạo sự gắn bó lâu dài giữa khách hàng với ngân hàng.

Thông qua các định hướng trên, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng hướng đến mục tiêu xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng đồng bộ, hiện đại và hiệu quả hơn, qua đó góp phần nâng cao chất lượng tín dụng và khả năng cạnh tranh của chi nhánh trong giai đoạn tới.

3.2. Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng

3.2.1. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong hoạt động chăm sóc khách hàng

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trong lĩnh vực ngân hàng, việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động chăm sóc khách hàng là yêu cầu cần thiết nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Hiện nay, hoạt động chăm sóc khách hàng vay mua và sửa chữa nhà để ở tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng vẫn còn phụ thuộc nhiều vào phương thức truyền thống như gọi điện, giao dịch trực tiếp hoặc nhắn tin thủ công, dẫn đến hiệu quả chăm sóc chưa đồng đều và tốn nhiều thời gian của cán bộ tín dụng.

Vì vậy, chi nhánh cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số và nền tảng ngân hàng số vào hoạt động chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và khả năng cạnh tranh với các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn.

Cụ thể, chi nhánh có thể triển khai một số nội dung sau:

❖ Nâng cấp tiện ích trên nền tảng ngân hàng số Agribank E-Mobile Banking

Chi nhánh cần bổ sung chức năng theo dõi tiến độ hồ sơ vay vốn trực tuyến trên ứng dụng Agribank E-Mobile Banking nhằm giúp khách hàng chủ động theo dõi tình trạng xử lý hồ sơ như:

- + Đã tiếp nhận hồ sơ.
- + Đang thẩm định.
- + Chờ phê duyệt.
- + Đã giải ngân.

Giải pháp này giúp khách hàng giảm tâm lý chờ đợi, hạn chế việc phải liên hệ nhiều lần với cán bộ tín dụng để hỏi tiến độ xử lý hồ sơ.

❖ Triển khai hệ thống thông báo và nhắc nợ tự động

Chi nhánh cần xây dựng hệ thống gửi thông báo tự động qua SMS Banking, Zalo OA hoặc ứng dụng ngân hàng số nhằm:

- + Nhắc lịch thanh toán khoản vay.
- + Thông báo biến động lãi suất.
- + Cập nhật dư nợ còn lại.
- + Cảnh báo khoản vay sắp đến hạn.

Việc tự động hóa thông báo giúp khách hàng chủ động kế hoạch tài chính và hạn chế phát sinh nợ quá hạn.

❖ Ứng dụng chatbot và tư vấn trực tuyến

Chi nhánh có thể triển khai chatbot hỗ trợ khách hàng 24/7 trên website hoặc fanpage nhằm giải đáp nhanh các nội dung như:

- + Điều kiện vay vốn.
- + Hồ sơ cần chuẩn bị.
- + Lãi suất cho vay.
- + Quy trình vay mua và sửa chữa nhà để ở.

Giải pháp này giúp nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng mọi lúc, mọi nơi và giảm áp lực cho bộ phận chăm sóc khách hàng.

Việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số không chỉ giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng mà còn góp phần hiện đại hóa hoạt động chăm sóc khách hàng, tiết kiệm thời gian xử lý hồ sơ và nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng bán lẻ của chi nhánh.



3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và kỹ năng chăm sóc khách hàng

Đội ngũ nhân viên là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng chăm sóc khách hàng và hình ảnh của ngân hàng. Đối với hoạt động cho vay mua và sửa chữa nhà để ở, khách hàng thường có nhu cầu được tư vấn kỹ lưỡng do khoản vay có giá trị lớn và thời

gian vay dài. Vì vậy, nếu cán bộ tín dụng có chuyên môn tốt, thái độ phục vụ chuyên nghiệp và kỹ năng giao tiếp hiệu quả sẽ giúp khách hàng cảm thấy yên tâm và tin tưởng hơn trong quá trình vay vốn.

Trong thời gian tới, Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng cần chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua các nội dung sau:

❖ **Tăng cường đào tạo kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm**

Chi nhánh cần tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ về:

- + Nghiệp vụ tín dụng nhà ở.
- + Kỹ năng tư vấn khách hàng.
- + Kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống.
- + Kỹ năng giải quyết khiếu nại.

Việc đào tạo thường xuyên giúp nhân viên nâng cao khả năng tư vấn và xử lý công việc chuyên nghiệp hơn.

❖ **Xây dựng phong cách phục vụ chuyên nghiệp**

Chi nhánh cần xây dựng tiêu chuẩn phục vụ khách hàng thống nhất theo hướng:

- + Thái độ thân thiện.
- + Tư vấn rõ ràng.
- + Hỗ trợ tận tình.
- + Giải quyết nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng.

Điều này giúp nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của ngân hàng và tạo sự hài lòng cho khách hàng.

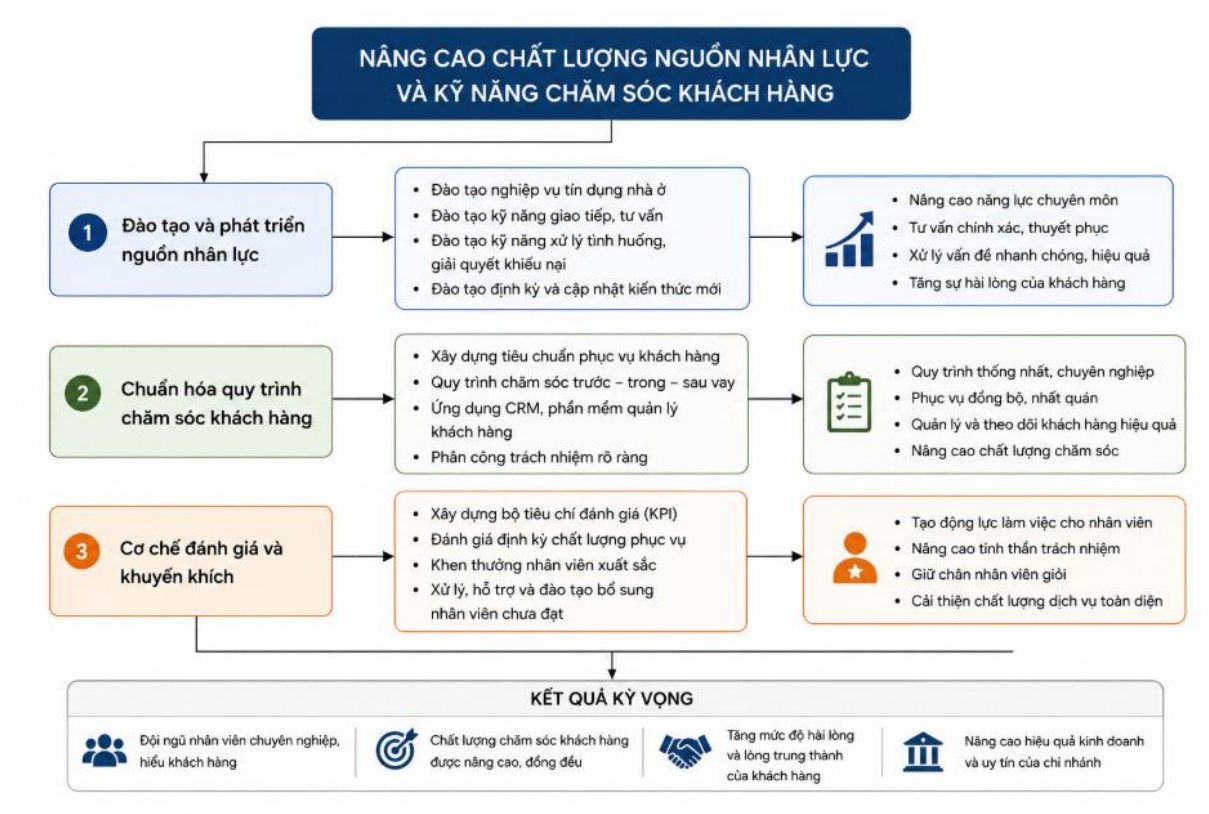
❖ **Gắn hiệu quả chăm sóc khách hàng với đánh giá nhân sự**

Chi nhánh nên đưa các tiêu chí như:

- + Mức độ hài lòng của khách hàng.
- + Tỷ lệ khách hàng quay lại.
- + Tỷ lệ phản hồi tích cực.
- + Số lượng khiếu nại phát sinh.

vào quá trình đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên nhằm nâng cao tinh thần trách nhiệm trong công tác chăm sóc khách hàng.

Việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên sẽ góp phần cải thiện chất lượng phục vụ, nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn.



3.2.3. Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay

Hiện nay, hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay tại Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng chủ yếu tập trung vào nhắc nợ và hỗ trợ xử lý khoản vay, trong khi các hoạt động duy trì quan hệ khách hàng và gia tăng trải nghiệm vẫn chưa thật sự đa dạng. Vì vậy, chi nhánh cần hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay nhằm nâng cao sự hài lòng và tăng khả năng khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Một số giải pháp cụ thể gồm:

❖ Tăng cường hoạt động chăm sóc định kỳ

Chi nhánh cần chủ động gọi điện hoặc nhắn tin hỏi thăm khách hàng định kỳ nhằm:

- + Nắm bắt tình hình tài chính của khách hàng.
- + Hỗ trợ các khó khăn phát sinh trong quá trình trả nợ.
- + Tư vấn các giải pháp tài chính phù hợp.

Việc duy trì liên hệ thường xuyên giúp khách hàng cảm nhận được sự đồng hành của ngân hàng.

❖ Đẩy mạnh khảo sát mức độ hài lòng khách hàng

Sau mỗi giai đoạn giải ngân hoặc hỗ trợ khoản vay, chi nhánh nên triển khai khảo sát trực tuyến về:

- + Thái độ phục vụ của nhân viên.
- + Tốc độ xử lý hồ sơ.
- + Chất lượng tư vấn.
- + Mức độ hài lòng chung.

Thông qua kết quả khảo sát, chi nhánh có thể kịp thời điều chỉnh và cải thiện chất lượng phục vụ.

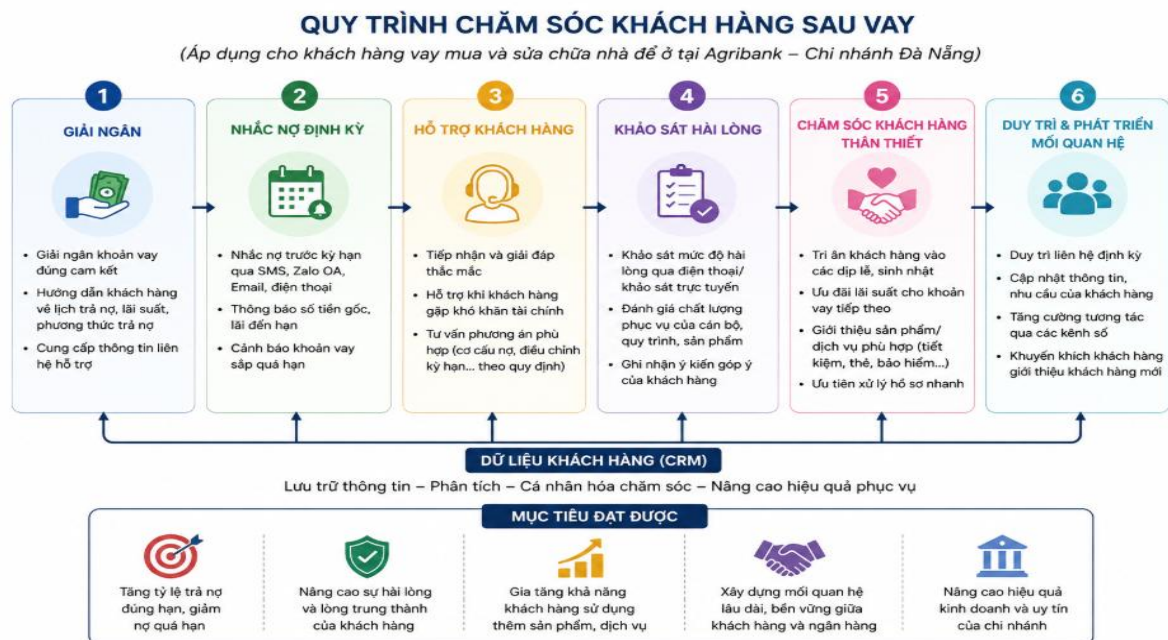
❖ Triển khai chương trình khách hàng thân thiết

Chi nhánh có thể xây dựng chính sách ưu đãi đối với khách hàng có lịch sử tín dụng tốt như:

- + Ưu tiên xử lý hồ sơ.
- + Giảm một số loại phí dịch vụ.
- + Tặng quà tri ân vào các dịp lễ, Tết.
- + Ưu đãi lãi suất đối với khoản vay tiếp theo.

Điều này góp phần tăng sự gắn bó giữa khách hàng với ngân hàng và nâng cao khả năng khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ.

Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay không chỉ giúp nâng cao chất lượng phục vụ mà còn góp phần kiểm soát rủi ro tín dụng, duy trì quan hệ khách hàng lâu dài và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh.



❖ Tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay

Trong bối cảnh chuyển đổi số ngày càng phát triển mạnh mẽ, chi nhánh cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ vào hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và tối ưu hiệu quả phục vụ.

Chi nhánh có thể triển khai một số nội dung như:

- + Tự động gửi thông báo lịch thanh toán qua SMS Banking hoặc ứng dụng Agribank E-Mobile Banking.
- + Cập nhật dư nợ và lịch trả nợ trực tuyến cho khách hàng.
- + Xây dựng hệ thống lưu trữ và quản lý thông tin khách hàng tập trung.
- + Triển khai chatbot hỗ trợ giải đáp các thắc mắc cơ bản liên quan đến khoản vay.

Việc ứng dụng công nghệ giúp ngân hàng tiết kiệm thời gian xử lý công việc thủ công, nâng cao khả năng tương tác với khách hàng và tạo sự thuận tiện trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Nhìn chung, việc hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau vay không chỉ giúp Agribank – Chi nhánh Đà Nẵng nâng cao chất lượng phục vụ và duy trì mối quan hệ bền vững với khách hàng mà còn góp phần hỗ trợ kiểm soát rủi ro tín dụng, gia tăng khả năng cạnh tranh và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

STT	Loại tài liệu	Cấu trúc chuẩn APA	Ví dụ minh họa
1	Bài giảng	Tác giả. (Năm). <i>Tên bài giảng</i> . Đơn vị đào tạo.	Đỗ Thị Thủy. (2024). <i>Bài giảng Quản trị Marketing</i> . Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
2	Bài giảng	Tác giả. (Năm). <i>Tên bài giảng</i> . Đơn vị đào tạo	Mai Thị Thảo Chi. (2024). <i>Bài giảng Marketing căn bản</i> . Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
3	Bài giảng	Tác giả. (Năm). <i>Tên bài giảng</i> . Đơn vị đào tạo	Lê Thị Kim Ngân. (2024). <i>Bài giảng Quản trị bán hàng</i> . Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.
4	Giáo trình	Tác giả. (Năm). <i>Tên giáo trình</i> . Nhà xuất bản/Đơn vị biên soạn.	Nguyễn Thị Hoàng Yến. (2020). <i>Marketing dịch vụ</i> . Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông.
5	Báo cáo doanh nghiệp	Tổ chức. (Năm). <i>Tên báo cáo</i> . Nơi phát hành.	Agribank. (2024). <i>Báo cáo thường niên năm 2024</i> . Hà Nội.
6	Báo cáo doanh nghiệp	Tổ chức. (Năm). <i>Tên báo cáo</i> . Nơi phát hành.	Agribank. (2024). <i>Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2024</i> . Hà Nội.
7	Văn bản pháp luật	Cơ quan ban hành. (Năm). <i>Tên văn bản</i> .	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2024). <i>Thông tư số 39/2016/TT-NHNN về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng đối với khách hàng</i> . Hà Nội.
8	Sách tiếng việt	Tác giả. (Năm). <i>Tên sách</i> . Nhà xuất bản.	Nguyễn Thượng Thái. (2020). <i>Quản trị quan hệ khách hàng (CRM)</i> . Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
9	Sách tiếng việt	Tác giả. (Năm). <i>Tên sách</i> . Nhà xuất bản.	Lưu Văn Nghiêm. (2019). <i>Marketing dịch vụ</i> . Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.

10	Sách	Tác giả. (Năm). <i>Tên sách</i> . Nhà xuất bản.	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). <i>Marketing Management (15th Edition)</i> . Pearson Education.
11	Website	Tổ chức/Tác giả. (Năm). <i>Tên bài viết</i> . Tên website.URL	Agribank. (2024). <i>Giới thiệu Agribank</i> . https://www.agribank.com.vn
12	Website	Tổ chức/Tác giả. (Năm). <i>Tên bài viết</i> . Tên website.URL	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. (2024). <i>Thông tin hoạt động ngân hàng</i> . https://www.sbv.gov.vn
13	Website	Tổ chức/Tác giả. (Năm). <i>Tên bài viết</i> . Tên website.URL	Tạp chí Ngân hàng. (2024). <i>Nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng tại các NHTM</i> . https://tapchinganhang.gov.vn
14	Website	Tổ chức/Tác giả. (Năm). <i>Tên bài viết</i> . Tên website.URL	MISA AMIS. (2024). <i>Chăm sóc khách hàng ngân hàng là gì?</i> . https://amis.misa.vn/22356/cham-soc-khach-hang-ngan-hang/

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: _____