

# Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Agribank chi nhánh số 1, tỉnh Trà Vinh

Ngô Văn Tuấn  
Trường Đại học Trà Vinh

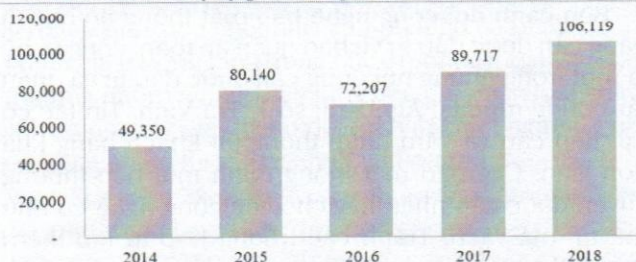
Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng với một dịch vụ được coi là một trong những cách thức để đo đếm hiệu quả thành công của một đơn vị phục vụ tiêu dùng, nhất là với khối ngân hàng. Trong phạm vi bài viết này, tác giả muốn đề cập tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) chi nhánh số 1, tỉnh Trà Vinh.

## 1. Thực trạng hoạt động kinh doanh tại Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh

Theo báo cáo các năm từ 2014-2018 của Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh, có thể khái quát thực trạng hoạt động cụ thể của đơn vị như sau:

Về dịch vụ huy động vốn: Đến 31/12/2018, tổng nguồn vốn huy động tại Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh đạt 106.119 triệu đồng, tăng 18,2% so với đầu năm. Nguồn vốn huy động tăng chủ yếu từ tiền gửi dân cư tăng 15.192 triệu đồng, chiếm 90,2%/tổng nguồn vốn huy động). Kết quả trên đạt được là nhờ chi nhánh đã đưa ra mục tiêu tăng trưởng nguồn vốn bằng cách cố gắng giữ vững những khách hàng cũ và thu hút thêm khách hàng mới, đa dạng hóa các sản phẩm huy động vốn như: trả lãi trước, trả lãi sau, trả lãi hàng tháng, tiết kiệm linh hoạt, tiết kiệm có khuyến mãi, tiết kiệm dự thưởng...

Hình 1: Tình hình huy động vốn của Agribank số 1, Trà Vinh, 2014 – 2018

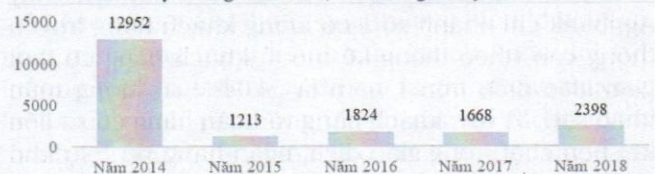


Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh năm 2014 – 2018 của Agribank CN số 1, Trà Vinh

Về sử dụng vốn: Tổng dư nợ đến 31/12/2018 là 479.705 triệu đồng, tăng 15,1% so đầu năm (tăng 63.001 triệu đồng). Chi nhánh tập trung đầu tư vốn cho vay lĩnh vực nông nghiệp, nông dân và nông thôn cũng như các phương án phục vụ sản xuất kinh doanh và tiêu dùng. Cụ thể, cho vay phục vụ sản xuất kinh doanh 127.220 triệu đồng, chiếm 26,5% tổng dư nợ; Cho vay tiêu dùng 352.485 triệu đồng, chiếm 73,5% tổng dư nợ.

Về chất lượng tín dụng: Bên cạnh mục tiêu tăng trưởng tín dụng thì chất lượng tín dụng là một trong những mục tiêu quan trọng hàng đầu. Tình hình nợ xấu từ năm 2014 đến 2018 có xu hướng giảm, cụ thể nợ xấu đến 31/12/2014 là 12.972 triệu đồng, chiếm tỷ lệ 5,3%/ tổng dư nợ. Nợ xấu đến 31/12/2018 là 2.398 triệu đồng, chiếm tỷ lệ 0,5%/tổng dư nợ. Tuy nợ xấu có giảm nhưng xét về tỷ lệ vẫn còn cao.

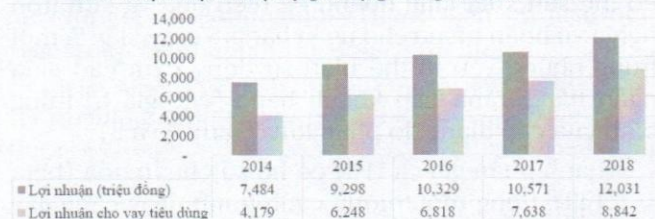
Hình 2: Nợ xấu Agribank số 1, Trà Vinh giai đoạn 2014 – 2018



Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh năm 2014 – 2018 của Agribank CN số 1, Trà Vinh

Về lợi nhuận từ hoạt động tín dụng: Trong những năm qua, mặc dù còn gặp nhiều khó khăn, thử thách song, chi nhánh đã triển khai thực hiện tốt các giải pháp trong hoạt động kinh doanh tranh thủ sự chỉ đạo của Ngân hàng cấp trên và sự ủng hộ của chính quyền địa phương, từ đó, kết quả kinh doanh từng bước ổn định.

Hình 3: Lợi nhuận từ hoạt động tín dụng của Agribank số 1, Trà Vinh



Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh năm 2014 – 2018 của Agribank CN số 1, Trà Vinh

## 2. Kết quả khảo sát đánh giá sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Agribank chi nhánh số 1 - Trà Vinh

Trên cơ sở phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ cho

vay tiêu dùng tại Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh từ 06 nhân tố với 26 biến quan sát, thông qua phân tích độ tin cậy đã loại 02 biến, giữ nguyên 24 biến đặc trưng còn lại để tiếp tục phân tích. Qua phân tích hồi quy, kết quả có 03 nhân tố có tác động đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh

Thành phần mức độ tin cậy (F3) có hệ số chuẩn hóa Beta cao nhất ( $\beta = 0,286$ ). Điều này chứng tỏ trong lĩnh vực ngân hàng lòng tin của khách hàng đóng một vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển của ngân hàng. Khách hàng chỉ giao dịch với ngân hàng khi họ cảm thấy an toàn và tin tưởng, ngân hàng phải có sự an toàn và tín nhiệm cao. Về yếu tố này, khách hàng có sự hài lòng cao đối với Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh (các giá trị trung bình của các thang đo phân lớn ở mức 4 và 5). Agribank là ngân hàng thương mại có 100% vốn của nhà nước, mạng lưới của Agribank được mở rộng từ huyện đến xã. Ngoài ra, còn có ngân hàng lưu động bằng xe chuyên dùng, điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng đến giao dịch. Agribank chi nhánh số 1 luôn coi trọng sự an toàn trong giao dịch và uy tín trong việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ. Do đó, Agribank chi nhánh số 1 được khách hàng đánh giá hài lòng cao trong lĩnh vực này.

Thành phần cảm thông (F2) có hệ số chuẩn hóa Beta cao thứ hai ( $\beta = 0,196$ ). Điều này cho thấy Agribank chi nhánh số 1 có lượng khách hàng truyền thống cao (theo thống kê mô tả khách hàng có thời gian giao dịch trên 1 năm là 54,04%/ số lượng mẫu khảo sát). Vì vậy, khách hàng và ngân hàng có sự liên kết bền chặt trong giao dịch, ngân hàng xem sự khó khăn của khách hàng chính là sự khó khăn của ngân hàng và quan tâm giải quyết những vấn đề mà họ gặp phải vì một mặt là đảm bảo khả năng thu hồi vốn cho ngân hàng, mặt khác là giữa ngân hàng và khách hàng đã tạo được sự gắn bó, tin tưởng nhau, cùng nhau hợp tác để đôi bên cùng có lợi và sự đồng cảm của ngân hàng đối với khách hàng còn thể hiện ở việc nhân viên tư vấn cho khách hàng những khoản vay hợp lý. Nhân tố này rất quan trọng trong việc giúp cho khách hàng có thể sản xuất kinh doanh có hiệu quả và làm tròn nghĩa vụ hoàn trả nợ cho ngân hàng. Vì vậy, đây là một trong những yếu tố thể hiện sự đồng cảm cao giữa ngân hàng dành cho khách hàng (các giá trị trung bình của các thang đo phân lớn ở mức 4 và 5)

Thành phần giá cả (F4) có hệ số chuẩn hóa ( $\beta = 0,149$ ), trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt với sự xuất hiện của rất nhiều ngân hàng thương mại cổ phần thì khách hàng có nhiều sự lựa chọn và họ trở nên nhạy cảm nhiều hơn với yếu tố lãi suất so với trước đây. Ngành ngân hàng hiện nay là một trong những ngành phát triển mạnh mẽ nên việc thu hút và giữ chân khách hàng trở nên vô cùng cần thiết. Nếu như trước đây ngân hàng hầu như quyết định việc cho

vay đối với khách hàng thì ngày nay mối quan hệ này trở nên cân bằng hơn và là quan hệ hai chiều cả hai bên rất cần hợp tác với nhau. Kết quả thống kê cho thấy mức độ hài lòng về chính sách giá cả chỉ ở mức 3 và mức 4, từ đó có thể nhận thấy sự hài lòng về chính sách giá cả của ngân hàng chưa cao lắm. Cho nên, Agribank chi nhánh số 1 cần linh hoạt hơn trong chính sách giá cả từ đó củng cố hơn nữa sự hài lòng của khách hàng về yếu tố lãi suất.

### 3. Đề xuất một số chính sách để nâng cao độ hài lòng của khách hàng tại Agribank chi nhánh số 1, Trà Vinh

Từ những phân tích trên, cùng với định hướng phát triển cho vay tiêu dùng tại Agribank số 1, Trà Vinh cộng với đặc trưng khách hàng trên địa bàn, tác giả đề xuất một số hàm ý chính sách và kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ cho vay tiêu dùng tại đây, cụ thể:

Đối với nhân viên ngân hàng, bản thân mỗi nhân viên ngân hàng nên hoàn thiện về hình thức, khả năng chuyên môn và thái độ làm việc. Khách hàng chính là tài sản lớn nhất của ngân hàng và nhân sự cũng là tài sản lớn của ngân hàng, quyết định lớn thành công của ngân hàng.

Nâng cao sự đồng cảm cũng như mức độ tin cậy đối với khách hàng, khách hàng cần đồng cảm và tin cậy bởi một khi khách hàng đến ngân hàng giao dịch, tác phong và thái độ của nhân viên ngân hàng là tuyệt đối quan trọng. Hơn nữa, thông tin giao dịch của khách hàng cần tuyệt đối được bảo mật, đảm bảo an toàn thông tin và thông tin giao dịch cho khách hàng với quy trình quản lý thông tin khách hàng thật chặt chẽ và quy định những người có thể tiếp cận thông tin khách hàng. Đồng thời, hệ thống thông tin khách hàng cũng cần phải được xây dựng và cập nhật thường xuyên.

Bên cạnh đó, công nghệ bảo mật thông tin khách hàng cần được đầu tư và bảo quản an toàn, công nghệ là một trong những nội dung cần được đầu tư và quan tâm đúng mức tại Agribank số 1, Trà Vinh. Tin tặc có thể tiếp cận và xâm nhập thông tin khách hàng khá đơn giản. Các bảo mật thông minh mới nên thường xuyên được cập nhật thay cho các công nghệ cũ như mã từ, mã vạch. Tránh các trường hợp tự lưu thêm thông tin khách hàng trong các ổ lưu bằng excel, word. Trong suốt quá trình giao dịch của khách hàng với ngân hàng, thông tin cần được lưu lại một cách triệt để và bảo mật. Công nghệ ngân hàng dùng cũng cần thông tin cho khách hàng hiểu rõ để tạo sự yên tâm và nâng cao niềm tin từ khách hàng.

Cũng luôn luôn phải ghi nhớ, quan tâm khách hàng nhiều hơn, luôn luôn xác định khách hàng là tài sản lớn nhất của ngân hàng, là người trả lương cho nhân viên ngân hàng và là người tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng. Hiểu được điều này nhân viên ngân hàng khi

phục vụ khách hàng phải lấy nhu cầu của khách hàng làm gốc và tư vấn cho khách hàng sao cho họ đạt hiệu quả cao nhất. Khách hàng có thể có kiến thức tài chính không tốt nên có nhiều phương án hoặc kế hoạch sản xuất, kinh doanh chưa tối ưu. Nhân viên ngân hàng phải thật quan tâm, tư vấn và hỗ trợ khách hàng. Tránh làm theo nhiệm vụ mà quên đi mục tiêu tối thượng là phục vụ khách hàng. Khách hàng có phát triển bền vững thì ngân hàng càng có cơ hội mở rộng và phát triển bền vững.

Tập trung phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao theo hướng tuyển dụng cần rộng rãi rõ ràng và minh bạch, lấy tiêu chí nhân sự đáp ứng nhu cầu công việc lên hàng đầu. Cụ thể, nhân sự đảm nhận công việc cho vay tiêu dùng tại Agribank số 1, Trà Vinh cần có kiến thức rộng và hết sức tinh tế, vì khách hàng rất đa dạng và nhu cầu rất khác nhau. Nhu cầu của khách hàng cũng thay đổi rất nhanh do công nghệ phát triển.

Khi có được nhân sự tốt, Agribank số 1, Trà Vinh cần quan tâm công tác đào tạo. Hình thức đào tạo cần đa dạng như đào tạo nội bộ, họp nhóm, kèm cặp hoặc thực hành tại nơi khác. Các hình thức đào tạo Agribank số 1, Trà Vinh áp dụng cần tuân thủ quy định của hệ thống ngân hàng. Những nhân sự gắn bó dài hạn, chủ chốt cần được quan tâm và đầu tư đào tạo chính quy và dài hạn. Việc đào tạo cần hiểu hoàn chỉnh không nhất thiết phải dạy và học mới là đào tạo mà có thể thông qua các hoạt động khác như các kỳ thi chuyên môn, viết sổ tay, kinh nghiệm công việc... nhất là Agribank số 1, Trà Vinh nên học tập các bài học thất bại của các ngân hàng khác như là bài học kinh nghiệm cho nhân sự rút kinh nghiệm.

Có được nhân sự tốt Agribank số 1, Trà Vinh cần giữ chân và khai thác hiệu quả nhân sự này. Nhân sự đi làm mong muốn liên quan thu nhập, môi trường làm việc, môi trường đào tạo, môi trường phát triển và vị thế với xã hội. Hiểu được điều này bên cạnh các chính sách chung của ngân hàng, Agribank số 1, Trà Vinh cần cải thiện môi trường làm việc của nhân sự, đảm bảo nhân sự có đủ cơ hội để làm việc và phát triển, đảm bảo công bằng trong công việc. Mỗi nhân sự đi làm có mục tiêu rất khác nhau nên bộ phận nhân sự tại Agribank số 1, Trà Vinh cần thấu hiểu, luôn bên cạnh, động viên và có lộ trình tốt sử dụng và phát triển nhân sự.

Lưu ý tới chính sách giá cả: đây là một trong những yếu tố khách hàng rất quan tâm và Agribank số 1, Trà Vinh cần lưu ý về điều này.

Lãi suất là một trong những công cụ chính để các ngân hàng cạnh tranh với nhau trong cung cấp dịch vụ cho ngân hàng. Và để đảm bảo an toàn hệ thống và phát triển kinh tế, ngân hàng nhà nước cũng có những quy định cụ thể liên quan đến lãi suất. Với quy mô và mạng lưới trải rộng của Agribank làm cho ngân hàng này có nhiều điều kiện để tiếp cận những nguồn vốn nhàn rỗi với chi phí hợp lý từ đó điều chỉnh lãi suất của

các dịch vụ có liên quan nhằm tạo lợi thế trong cạnh tranh. Đây đã và đang là ưu điểm của Agribank số 1, Trà Vinh và ngân hàng này cần phát triển hoàn thiện hơn nữa chính sách lãi suất này, nhất là phải có ưu đãi cho nhóm khách hàng thân thiết, gắn bó lâu năm với ngân hàng. Các sản phẩm không liên quan hoạt động tín dụng cũng cần có mức phí hợp lý và cạnh tranh. Phí và lãi Agribank số 1, Trà Vinh thu được cần nhìn trên tổng thể phục vụ khách hàng. Tránh trường hợp tận thu tạo ấn tượng không tốt đối với khách hàng.

Ngân hàng Agribank số 1, Trà Vinh cũng nên xem xét cung cấp gói sản phẩm cho khách hàng, vừa đáp ứng tổng thể nhu cầu khách hàng vừa giảm chi phí, tạo cạnh tranh so với ngân hàng khác. Để làm được điều này ngân hàng Agribank số 1, Trà Vinh cần nghiên cứu kỹ nhu cầu của khách hàng theo nhóm ngành nghề khác nhau. Cho ra những nhóm sản phẩm phù hợp với từng nhóm khách hàng, đào tạo nhân viên tư vấn cho khách hàng thông qua hoạt động bán thêm và bán chéo sản phẩm./.

## Tài liệu tham khảo

Agribank Việt Nam (2014 - 2018), Báo cáo chuyên đề dịch vụ kiều hối của Agribank Việt Nam;

Agribank Trà Vinh (2014 - 2018) Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh Trà Vinh;

Hoàng Thị Tú (2018), Phát triển dịch vụ kiều hối tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh huyện Hưng Nguyên, luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân;

Nguyễn Thị Lan Phương (2012), Nâng cao khả năng thu hút kiều hối tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Phú Thọ, Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Thái Nguyên;