ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

LÂM THỊ HẢI YẾN

QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM CHI NHÁNH CAO BẰNG

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN – 2019

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

LÂM THỊ HẢI YẾN

QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM CHI NHÁNH CAO BẰNG

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
Mã số: 8.34.01.01

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS TRẦN CHÍ THIỆN

THÁI NGUYÊN – 2019

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng, đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Những số liệu, thông tin và kết quả nghiên cứu trong luận văn là trung thực và chưa được sử dụng để bảo vệ bất cứ một luận văn nào. Mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện luận văn này đã được cảm ơn và các thông tin trích dẫn trong luận văn đều đã được ghi rõ nguồn gốc.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2019

Tác giả

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin chân thành cảm ơn tới Ban Giám hiệu Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh – Đại học Thái Nguyên, cảm ơn các thầy, cô giáo đã truyền đạt cho tôi những kiến thức quý báu trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu. Đặc biệt là PGS.TS Trần Chí Thiện, người đã dành nhiều thời gian, tạo điều kiện thuận lợi, hướng dẫn về phương pháp khoa học và cách thức thực hiện các nội dung của đề tài này. Tôi xin chân thành cảm ơn Lãnh đạo Ngân hàng Công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng cùng các phòng, ban và các anh chị trong đơn vị đã cung cấp thông tin, và nhiệt tình giúp đỡ cho quá trình nghiên cứu và hoàn thiện đề tài. Trong quá trình nghiên cứu, mặc dù đã cố gắng để hoàn thành luận văn, tham khảo nhiều tài liệu, trao đổi và tiếp thu nhiều ý kiến của thầy, cô và bạn bè đồng môn, Song do điều kiện, thời gian và khả năng còn hạn chế nên khó tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, tôi mong nhận được sự quan tâm, đóng góp ý kiến của các thầy, cô giáo và các bạn để luận văn được hoàn thiện hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2019

Tác giả

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN ..... **i**
LỜI CẢM ƠN ..... **ii**
MỤC LỤC ..... **iii**
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT ..... **vi**
DANH MỤC BẢNG ..... **vii**
DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ ..... **viii**
MỞ ĐẦU **1**
1. Tính cấp thiết của đề tài 1
2. Mục tiêu nghiên cứu 2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 3
4. Đóng góp của luận văn 3
5. Kết cấu luận văn 3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG **4**
1.1. Những vấn đề chung về khách hàng 4
1.1.1. Khái niệm khách hàng 4
1.1.2. Đặc điểm của khách hàng của ngân hàng 5
1.1.3. Phân loại khách hàng 6
1.1.4. Vai trò của khách hàng đối với ngân hàng 9
1.2. Khái niệm, vai trò của quản trị quan hệ khách hàng 10
1.2.1. Khái niệm 10
1.2.2. Vai trò của quản trị quan hệ khách hàng 12
1.3. Nội dung quản trị quan hệ khách hàng 15
1.3.1. Hoạch định quan hệ khách hàng 15
1.3.2. Tổ chức hoạt động quản trị quan hệ khách hàng 16
1.3.3. Giám sát, kiểm tra công tác quản trị quan hệ khách hàng 23
1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng 23
1.4.1. Nhân tố khách quan 23
1.4.2. Nhân tố chủ quan 24

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

1.5. Kinh nghiệm quản trị quan hệ khách hàng ở một số ngân hàng và bài học cho ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng 26
1.5.1. Kinh nghiệm quản trị khách hàng của ngân hàng trên thế giới 26
1.5.2. Kinh nghiệm quản trị khách hàng của ngân hàng tại Việt Nam 29
1.5.3. Bài học kinh nghiệm cho ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng 30
CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 32
2.1. Câu hỏi nghiên cứu 32
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....32
2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin 32
2.2.2. Phương pháp xử lý thông tin.....34
2.2.3. Phương pháp phân tích thông tin 34
2.3. Hệ thống các chi tiêu nghiên cứu.....35
2.3.1. Nhóm chỉ tiêu phản ánh các nội dung quản trị quan hệ khách hàng 35
2.3.2. Các chỉ tiêu phản ánh các nhân tố ảnh hưởng đến công tác quản trị quan hệ khách hàng.....35
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM CHI NHÁNH CAO BẰNG 36
3.1. Khái quát về ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng.....36
3.1.1. Giới thiệu về ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam 36
3.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng 37
3.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng giai đoạn 2016-2018.....41
3.2. Phân tích thực trạng hoạt động quản trị quan hệ khách hàng tại ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng 49
3.2.1. Hoạch định hoạt động quan hệ khách hàng 49
3.2.2. Tổ chức hoạt động quản trị quan hệ khách hàng 50

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

3.2.3. Kiểm tra, giám sát hoạt động quản trị quan hệ khách hàng 60
3.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.....62
3.3.1. Nhân tố khách quan.....62
3.3.2. Nhân tố chủ quan 64
3.4. Đánh giá thực trạng hoạt động quản trị quan hệ khách hàng tại ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng 68
3.4.1. Những mặt đạt được.....698
3.4.2. Những mặt hạn chế 69
3.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế 70
CHƯƠNG 4: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM CHI NHÁNH CAO BẰNG.....71
4.1. Định hướng phát triển của ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng 71
4.1.1. Dự báo các yếu tố tác động tới hoạt động kinh doanh của Ngân hàng.....71
4.1.2. Định hướng phát triển của Ngân hàng 72
4.2. Giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động quản trị khách hàng tại ngân hàng thương mại cổ phần công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng.....72
KẾT LUẬN 79
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....81
PHỤ LỤC 1 83
PHỤ LỤC 2 85

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
1	CBVC	Cán bộ viên chức
2	CICS	Trung tâm tương tác với khách hàng (customer interaction centers
3	CIF	Hồ sơ khách hàng - Customer Information Files
4	CNTT	Công nghệ thông tin
5	CMCN	Cách mạng công nghiệp
6	CSKH	Chăm sóc khách hàng
7	CRM	Quản trị quan hệ khách hàng - Customer Relationships Management
8	HĐQT	Hội đồng quản trị
9	ISO	Tổ chức Quốc tế về Tiêu chuẩn hóa - International Organization for Standardization
10	KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
11	KHBL	Khách hàng bán lẻ
12	NHTMCP	Ngân hàng Thương mại cổ phần
13	NHNN	Ngân hàng nhà nước
14	NTCTVN	Ngân hàng Công thương Việt Nam
15	PGD	Phòng Giao Dịch
16	TMCP	Thương mại cổ phần
17	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
18	VNĐ	Việt Nam Đồng

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1: So sánh hiệu quả của việc cung cấp và trao đổi thông tin trước và sau khi sử dụng hệ thống quản trị khách hàng 28
Bảng 2.1. Ý nghĩa thang đo Likert 35
Bảng 3.1: Số lượng khách hàng hiện có huy động tại Vietinbank Cao Bằng giai đoạn 2016-2018 44
Bảng 3.2: Tình hình doanh số cho vay giai đoạn 2016 – 2018 45
Bảng 3.3: Số lượng khách hàng hiện có cho vay tại Vietinbank Cao Bằng giai đoạn 2016-2018 46
Bảng 3.4: Dư nợ của ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam chi nhánh Cao Bằng giai đoạn 2016 - 2018 47
Bảng 3.5: Dư nợ theo kỳ hạn năm 2018 48
Bảng 3.6: Kết quả khảo sát khách hàng về website của Ngân hàng 55
Bảng 3.7: Kết quả khảo sát khách hàng về sự tương tác qua email và điện thoại ... 56
Bảng 3.8: Kết quả khảo sát khách hàng về sự tương tác trực tiếp 58
Bảng 3.9: Kết quả khảo sát khách hàng về công tác chăm sóc khách hàng của Vietinbank Cao Bằng 59
Bảng 3.10: Thống kê số lượng cuộc gọi đến Trung tâm trả lời khách hàng - Call Center 61
Bảng 3.11: Tổng số lượng khách đăng ký dịch vụ tại Vietinbank Cao Bằng giai đoạn 2016 - 2018 66

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn

DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ

Hình

Hình 1.1: Khách hàng trong huy động và cho vay của ngân hàng 5
Hình 1.2: Nội dung các công việc cụ thể của quản trị quan hệ khách hàng 17
Hình 1.3: Cấu trúc hệ thống quản trị khách hàng tại Ngân hàng Westpac (Australia) 27
Hình 1.4: Cấu trúc hệ thống quản trị khách hàng tại Ngân hàng Kasikorn (Thái Lan) 28
Hình 3.1: Tổng nguồn vốn huy động từ 2016 – 2018.....42
Hình 3.2: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo khách hàng năm 2018 43
Hình 3.3: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kỳ hạn năm 2018.....43
Hình 3.4. Tốc độ tăng trưởng cho vay từ 2016-2018.....45
Hình 3.5: Cơ cấu khách hàng vay vốn của Vietinbank Cao Bằng giai đoạn 2016-2018.....46

Sơ đồ

Sơ đồ 3.1: Cơ cấu tổ chức của chi nhánh Vietinbank Cao Bằng 39
Sơ đồ 3.2: Quy trình thực hiện mô hình giao dịch.....41
Sơ đồ 3.3: Quy trình hoạch định kế hoạch quản trị quan hệ khách hàng 49

Số hóa bởi Trung tâm Học liệu và Công nghệ thông tin – ĐHTN http://lrc.tnu.edu.vn