

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Minh Nhân và Bùi Thị Ánh Tuyết** - Nghiên cứu tác động đến quản lý nhà nước về phát triển nguồn nhân lực y tế trình độ cao ở Sơn La. *Mã số: 140.1HRMg.11* 2
A Study on the Factors Affecting Government Management in the Development of High Quality Medical Human Resources in Sơn La Province
- 2. Kiều Quốc Hoàn** - Tác động của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đến mô hình phân phối của các doanh nghiệp Việt Nam. *Mã số: 140.11IEM.12* 12
The Impacts of the Industrial Revolution 4.0 on the Distribution Models of Vietnamese Enterprises

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 3. Nguyễn Văn Huân, Nguyễn Thị Hằng và Bùi Thị Thu** - Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với website thương mại điện tử của doanh nghiệp - Một nghiên cứu tại Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên. *Mã số: 140.2BMkt.21* 22
Assessing Customer Satisfaction with Enterprise's E-commerce Website – Case Study at TNG Thái Nguyên Investment and Trade JSC
- 4. Bùi Thị Quỳnh Trang** - Nghiên cứu tác động của trải nghiệm khách hàng đến lòng trung thành tại các khách sạn ở Việt Nam. *Mã số: 140.2BMkt.21* 33
A Study on the Effects of Customer Experience on Loyalty at Hotels in Vietnam
- 5. Lưu Thị Minh Ngọc và Hoàng Trọng Trường** - Sự phiền toái của các loại quảng cáo video trên YouTube và hàm ý cho doanh nghiệp Việt Nam. *Mã số: 140.2TrEM.21* 44
Trouble by Video Advertisements on YouTube and Implications for Vietnamese Enterprises
- 6. Nguyễn Thu Quỳnh** - Quản trị quan hệ khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay. Mã số: 140.2BMkt.22 54
Customer Relationship Management at Vietnamese Commercial Banks at Present

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Đào Thanh Bình** - Hệ số CAR và Rủi ro của Ngân hàng - Nghiên cứu thực nghiệm tại ngân hàng Việt Nam. *Mã số: 140.3FiBa.32* 65
CAR and Banking Risk – an Experimental Study at Vietnam Commercial Banks

QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

Nguyễn Thu Quỳnh
Trưởng Đại học Thương mại
Email: quynhnt@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 04/01/2020

Ngày nhận lại: 13/02/2020

Ngày duyệt đăng: 16/02/2020

Trong bối cảnh nền kinh tế mang tính hội nhập và cạnh tranh cao như hiện nay, “khách hàng” là chìa khóa để các doanh nghiệp nói chung cũng như ngân hàng thương mại nói riêng tồn tại và phát triển. Do đó, vấn đề xây dựng và phát triển mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng, đặc biệt là khách hàng mục tiêu, là yếu tố quan trọng hàng đầu trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Trong những năm qua, các ngân hàng thương mại Việt Nam đều nhận thức rõ tầm quan trọng và đã triển khai quản trị quan hệ khách hàng một cách có hệ thống. Trên cơ sở hệ thống hóa một số vấn đề lý luận về quản trị quan hệ khách hàng của doanh nghiệp và phân tích, đánh giá thực trạng quản trị quan hệ khách hàng của các ngân hàng thương mại Việt Nam thời gian qua, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển quản trị quan hệ khách hàng của các ngân hàng thương mại, coi đây là một giải pháp quan trọng giúp ngân hàng đạt được mục tiêu kinh doanh của mình.

Trong bài viết này, tác giả chủ yếu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nhằm đánh giá thực trạng quản trị quan hệ khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay. Ngoài ra, tác giả cũng tiến hành phỏng vấn một số lãnh đạo của ngân hàng thương mại (05 người bao gồm Phó Giám đốc phụ trách kinh doanh, Trưởng/Phó Trưởng phòng Kinh doanh, phụ trách bộ phận chăm sóc khách hàng của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ngân hàng Đầu tư và phát triển, Ngân hàng Công thương) để có được những đánh giá, nhận định về hoạt động quản trị quan hệ khách hàng tại ngân hàng cũng như những giải pháp cần chú trọng để hoàn thiện quản trị quan hệ khách hàng trong thời gian tới.

Từ khóa: quan hệ khách hàng, quản trị quan hệ khách hàng, ngân hàng thương mại.

1. Một số vấn đề lý luận về quản trị quan hệ khách hàng tại ngân hàng thương mại

1.1. Khái quát về ngân hàng thương mại và quản trị quan hệ khách hàng

1.1.1. Ngân hàng thương mại

Hiện nay, trên thế giới có nhiều khái niệm về ngân hàng thương mại (NHTM), trong đó có thể kể đến: Ở Mỹ, “Ngân hàng thương mại là công ty kinh doanh tiền tệ, chuyên cung cấp dịch vụ tài chính và hoạt động trong ngành công nghiệp dịch vụ tài chính”; Đạo luật ngân hàng của Pháp (1941) định nghĩa: “Ngân hàng thương mại là những xí nghiệp hay cơ sở mà nghề nghiệp thường xuyên là nhận tiền

bạc của công chúng dưới hình thức ký thác, hoặc dưới các hình thức khác và sử dụng tài nguyên đó cho chính họ trong các nghiệp vụ về chiết khấu, tín dụng và tài chính”. Tại Việt Nam, theo Luật các tổ chức tín dụng (Luật số 47/2010/QH12 ngày 16/6/2010 và được sửa đổi, bổ sung bởi Luật số 17/2017/QH14 ngày 20/11/2017), “Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng có thể được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng theo quy định của Luật này. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng bao gồm ngân hàng thương mại, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác xã” và “Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được