

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI



TRẦN PHÚC ANH

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BÁN LẺ TẠI NGÂN
HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG
THÔN CHI NHÁNH HUYỆN NAM SÁCH**

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

HÀ NỘI – 2024

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI



TRẦN PHÚC ANH

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG
NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI
NHÁNH HUYỆN NAM SÁCH

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

Giáo viên hướng dẫn

TS. Trần Ánh Phương

HÀ NỘI – 2024

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	i
DANH MỤC HÌNH ẢNH	ii
DANH MỤC BẢNG BIỂU	iii
LỜI CAM ĐOAN	iv
LỜI CẢM ƠN	v
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN	
HÀNG BÁN LẺ	5
1.1. Tổng quan về ngân hàng thương mại	5
1.1.1. Khái niệm về ngân hàng thương mại	5
1.1.2. Dịch vụ ngân hàng bán lẻ	7
1.1.3. Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ	8
1.2. Nội dung phát triển dịch vụ NHBL của Ngân hàng Thương mại ..	10
1.2.1. Mở rộng quy mô dịch vụ Ngân hàng bán lẻ	10
1.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng bán lẻ	11
1.3. Các tiêu chí đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL của NHTM	13
1.3.1. Các tiêu chí định tính đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL	13
1.3.2. Các tiêu chí định lượng đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL	1
1.4. Các nhân tố tác động đến phát triển dịch vụ NHBL	18
1.4.1. Các nhân tố bên trong	18
1.4.2. Các nhân tố bên ngoài	21
1.5. Kinh nghiệm về phát triển dịch vụ NHBL của các NHTM và bài	
học rút ra cho Agribank	24
1.5.1. Một số kinh nghiệm phát triển dịch vụ NHBL của một số	
ngân hàng	24
1.5.2. Bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại tại Việt Nam	27
1.6. Tiểu kết chương 1	29

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI AGRIBANK - CHI NHÁNH HUYỆN NAM SÁCH.....	30
2.1. Khái quát về Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách.....	30
2.1.1. Giới thiệu chung về Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách.....	30
2.1.2. Một số đặc điểm cơ bản của Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách	37
2.2. Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách.....	41
2.2.1. Thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ.....	41
2.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng bán lẻ.....	62
2.3. Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Agribanks - Chi nhánh Huyện Nam Sách.....	69
2.3.1. Kết quả đạt được.....	69
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân.....	75
2.4. Tiểu kết Chương 2.....	81
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI AGRIBANK - CHI NHÁNH HUYỆN NAM SÁCH	82
3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển DVNHBL.....	82
3.1.1. Mục tiêu.....	82
3.1.2. Phương hướng.....	84
3.2. Một số giải pháp phát triển DVNHBL giai đoạn 2023-2028.....	88
3.2.1. Mở rộng quy mô kinh doanh.....	90
3.2.2. Đáp ứng nhu cầu khách hàng hiện hữu.....	95
3.2.3. Tăng cường năng lực công nghệ ngân hàng.....	96
3.2.4. Tăng cường quản trị rủi ro bán lẻ.....	96
3.2.5. Tăng cường đổi mới sản phẩm, dịch vụ.....	105
3.2.6. Về nhân sự.....	106
3.2.7. Phát triển sản phẩm, dịch vụ.....	111

3.3. Tiểu kết chương 3	123
KẾT LUẬN	124
TÀI LIỆU THAM KHẢO	125
PHỤ LỤC	129
Phụ lục 1: Phiếu khảo sát	129
Phụ lục 2: Kết quả khảo sát	132

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Tên viết tắt	Tên tiếng Việt	Tên tiếng Anh
DVBL	Dịch vụ bán lẻ	
DN	Doanh nghiệp	
DVNHBL	Dịch vụ ngân hàng bán lẻ	
ĐTCT	Đối thủ cạnh tranh	
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội	Gross Domestic Product
HC-NS	Hành chính – Nhân sự	
HĐKD	Hoạt động kinh doanh	
HĐV	Huy động vốn	
KH	Khách hàng	
KTTT	Kinh tế thị trường	
NĐ-CP	Nghị định – Chính phủ	
NHBB	Ngân hàng bán buôn	
NHBL	Ngân hàng bán lẻ	
NHNN	Ngân hàng nhà nước	
NHTM	Ngân hàng thương mại	
NHTW	Ngân hàng trung ương	
NTD	Người tiêu dùng	
SPDV	Sản phẩm, dịch vụ	
TCTD	Tổ chức tín dụng	

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Logo Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn	30
Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương	37
Hình 2.3. Tình hình dư nợ theo thời hạn cho vay của ngân hàng	43

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Bảng thống kê nhân sự năm 2022 – Agribank Nam Sách Hải Dương ...	40
Bảng 2.2. Hoạt động cho vay DN của ngân hàng giai đoạn 2020-2022	41
Bảng 2.3. Dư nợ cho vay DN tại ngân hàng giai đoạn 2020-2022	43
Bảng 2.4. Bảng dư nợ phân loại tiền vay	45
Bảng 2.5. Bảng phân bổ nguồn vốn 2020-2022	48
Bảng 2.6. Kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ Agribank Nam Sách	62
Bảng 2.7. Thang đo đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng	64
Bảng 2.8. Thống kê nhân khẩu học	66
Bảng 2.9. Thống kê các yếu tố trong khảo sát	67

LỜI CAM ĐOAN

Để thực hiện luận văn về đề tài DVNHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương, tôi xin cam đoan mọi dữ liệu trong bài là do cá nhân thông qua tổng hợp, nghiên cứu và thảo luận...

Tôi xin cam đoan các số liệu cũng như kết quả đều là trung thực.

Người thực hiện báo cáo

Trần Phúc Anh

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các thầy cô của Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, đặc biệt là các thầy cô khoa Quản trị Kinh doanh đã tạo điều kiện và tận tình truyền đạt, hướng dẫn và cung cấp cho tôi cũng như các bạn học viên rất nhiều kiến thức bổ ích, kinh nghiệm quý báu trong suốt thời gian theo học tại trường.

Tôi xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới TS. Trần Ánh Phương đã tận tình hướng dẫn tôi trong quá trình thực hiện báo cáo này.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ban Lãnh Đạo, các phòng ban của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi Nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương, đã tạo điều kiện thuận lợi hỗ trợ thông tin, tài liệu và đóng góp các ý kiến thiết thực trong quá trình tôi thực hiện luận văn tốt nghiệp.

Trong quá trình thực tập, cũng như là trong quá trình làm bài, không tránh khỏi thiếu sót, đồng thời do điều kiện thời gian và năng lực bản thân còn nhiều hạn chế. Tôi rất mong nhận tiếp tục được nhận các ý kiến đóng góp thầy, cô để tiếp tục hoàn thiện tốt hơn.

Xin chân thành cảm ơn!.

Tác giả luận văn

Trần Phúc Anh

MỞ ĐẦU

❖ Lý do chọn đề tài

Sau đại dịch Covid-19, ảnh hưởng lớn đến người dân trên toàn thế giới, không chỉ ảnh hưởng về xã hội mà nền kinh tế cũng bị ảnh hưởng một cách nặng nề. Hiện nay nền kinh tế đang có những dấu hiệu hồi phục, và dần cải thiện nhưng không nhanh và liên tục như những năm trước đó. Chính phủ Việt Nam đã có những chính sách đúng đắn để khắc phục ảnh hưởng, đang duy trì và gặt hái được những thành công nhất định, và ngân hàng thương mại (NHTM) đã góp phần không nhỏ trong công cuộc đó.

Ngân hàng nhà nước (NHNN) đã chủ động đưa ra hàng loạt các chính sách tiền tệ nhằm giảm mặt bằng lãi suất, quyết liệt các giải pháp để mở rộng tín dụng hiệu quả nhằm hỗ trợ người dân, doanh nghiệp phục hồi và tăng trưởng kinh tế một cách ổn định nhất. Có thể thấy ngày càng nhiều các NHTM được thành lập, dẫn đến việc cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ. Bên cạnh việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng truyền thống, để nâng cao tính cạnh tranh và giành thị phần thì việc các ngân hàng đẩy mạnh, tập trung khai thác mảng khách hàng bán lẻ là một xu hướng tất yếu trên thị trường hiện nay.

Nhận thức rõ được nhu cầu tiêu dùng của người dân đang tăng cao, dịch vụ ngân hàng bán lẻ đang ngày một phát triển nhờ từ nhu cầu của người dân cũng như công nghệ hiện nay. Trong đó Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) thấy rõ được tầm quan trọng cũng như định hướng xu thế chung của ngành Ngân hàng. Agribank đang liên tục thay đổi trong hệ thống cũng như đem đến những sản phẩm giúp cho người tiêu dùng có sự tiếp cận một cách dễ dàng nhất, để đạt được những thành tựu nhất định trong công cuộc cạnh tranh dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

Xuất phát từ những nhận thức trên, tác giả chọn đề tài “*Phát triển dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Huyện Nam Sách*” để nghiên cứu góp phần cải thiện và được ra định hướng rõ ràng để giúp cho ngân hàng đạt được mục tiêu một cách nhanh nhất

❖ Mục tiêu nghiên cứu

+1) Mục tiêu nghiên cứu

Đề tài hướng dẫn phân tích và đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (Agribank) chi nhánh Huyện Nam Sách. Từ đó, đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả và chất lượng dịch vụ bán lẻ, đáp ứng nhu cầu của khách hàng, góp phần tăng khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững của ngân hàng.

+1) Nhiệm vụ nghiên cứu

Hệ thống hóa lý thuyết về phát triển dịch vụ NHBL

Phân tích thực trạng NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách

Chỉ ra những hạn chế trong việc phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách và nguyên nhân của những hạn chế này

Đưa ra các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách

❖ Câu hỏi nghiên cứu

Thực trạng dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách như thế nào?

Giải pháp nào để phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách?

❖ Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách.

Phạm vi nghiên cứu: Hoạt động dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách trong 3 năm 2020, 2021, 2022

❖ Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận chủ yếu được nghiên cứu dựa trên phương pháp định tính, sử dụng phương pháp duy vật biện chứng kết hợp với tổng hợp, thống kê, đối chiếu, so sánh trên cơ sở phân tích các số liệu thực tế và tình hình hoạt động kinh doanh nói chung và cụ thể hoạt động NHBL của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách

Thu thập số liệu: trực tiếp tìm kiếm, thu thập số liệu thực tế qua các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, báo cáo hội nghị bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách

Phân tích số liệu: phân tích thực trạng của hoạt động bán lẻ và phân tích về các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách từ các số liệu thu thập được.

So sánh và tổng hợp: so sánh số liệu giữa năm này với năm khác, so sánh hoạt động tín dụng với các Chi nhánh ngân hàng trong khu vực, so sánh với toàn hệ thống,... từ đó sử dụng phương pháp tổng hợp để đưa ra những nhận xét, ý kiến để làm rõ hơn vấn đề

❖ Nội dung nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu thực trạng hoạt động NHBL tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách trong giai đoạn từ 2020 - 2022 và giải pháp phát triển cho giai đoạn từ 2023 - 2028

❖ Đóng góp của đề tài

Về mặt lý luận: Phân tích, hệ thống hóa và hoàn thiện lý luận về dịch vụ NHBL

Về mặt thực tiễn: Nghiên cứu, khảo sát thực trạng hoạt động bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Huyện Nam Sách, từ đó nêu ra giải pháp phát triển dịch vụ NHBL cho chi nhánh

❖ Bố cục của nghiên cứu

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục viết tắt, danh mục bảng biểu, danh mục tài liệu tham khảo, mục lục, nội dung đề tài được chia thành 3 chương, cụ thể:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ.

Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách.

Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ

1.1. Khái quát về ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm về ngân hàng thương mại

Theo Luật Ngân hàng của Nhà nước Việt Nam năm 2010 (sửa đổi, bổ sung năm 2016): "*Ngân hàng là một cơ quan tài chính được phép huy động và cho vay tiền, cung cấp các dịch vụ tài chính, đảm bảo an toàn cho tiền gửi của khách hàng, thực hiện các dịch vụ thanh toán và thực hiện các giao dịch tài chính khác theo quy định của pháp luật*". Theo đó, ngân hàng không chỉ là một đơn vị kinh doanh cung cấp các dịch vụ tài chính cho khách hàng, mà còn có trách nhiệm đảm bảo an toàn cho tiền gửi của khách hàng, thực hiện các giao dịch tài chính theo quy định của pháp luật. Ngoài ra, ngân hàng còn có nhiệm vụ quản lý và sử dụng vốn được huy động từ các nguồn khác nhau để cung cấp các dịch vụ tài chính cho khách hàng.

Một trong những hoạt động quan trọng nhất của NHTM là HĐV. NHTM có thể HĐV từ các nguồn khác nhau như tiền gửi của khách hàng, vốn chủ sở hữu, trái phiếu, vay từ các tổ chức tài chính,... Việc HĐV là một hoạt động quan trọng giúp ngân hàng có nguồn vốn để cung cấp các dịch vụ tài chính cho KH. Tuy nhiên, việc HĐV cũng đòi hỏi ngân hàng phải quản lý rủi ro và đảm bảo sự an toàn của vốn được huy động. Cho vay tiền là một hoạt động kinh doanh chủ yếu của NHTM. Ngân hàng thương mại cung cấp các khoản vay tiền cho khách hàng theo nhiều hình thức khác nhau, bao gồm vay tiêu dùng, vay mua nhà, vay mua ô tô, vay kinh doanh,... Việc cho vay tiền đem lại lợi nhuận cho ngân hàng từ lãi suất và phí dịch vụ. Tuy nhiên, việc cho vay tiền cũng đòi hỏi ngân hàng phải quản lý rủi ro để đảm bảo sự an toàn và ổn định của ngân hàng. NHTM cung cấp các dịch vụ tài chính và thanh toán giúp khách hàng thực hiện các giao dịch một cách an toàn, tiện lợi và nhanh chóng. Các dịch vụ thanh toán bao gồm các thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, chuyển khoản tiền, phát hành séc,... Ngoài các dịch vụ thanh toán, NHTM còn cung cấp các dịch vụ tài chính khác như mua bán

ngoại tệ, giao dịch chứng khoán, bảo hiểm, quản lý tài sản,.. Các dịch vụ này giúp KH quản lý tài chính và đầu tư một cách hiệu quả.

Trong kinh tế thị trường, NHTM thực hiện 03 chức năng sau đây:

Chức năng là trung gian tín dụng: Chức năng này cho phép ngân hàng kết nối giữa những người có nhu cầu về vốn và những người có thừa vốn. NHTM trở thành trung gian tín dụng khi cho vay tiền cho KH thông qua tiền gửi của KH khác. Những khoản vay tiền này thường có lãi suất cao hơn so với lãi suất mà ngân hàng phải trả cho KH cho tiền gửi của họ. Lợi nhuận từ khoản lãi này sẽ giúp ngân hàng kiếm được nguồn thu nhập. Ngoài ra, NHTM còn đóng vai trò trung gian tín dụng khi cung cấp các dịch vụ như phát hành thẻ tín dụng, cung cấp hệ thống chuyển tiền,... Những dịch vụ này giúp KH tiện lợi hơn trong việc sử dụng các dịch vụ tài chính và giao dịch thanh toán.

NHTM đóng vai trò quan trọng trong việc *trung gian thanh toán và quản lý các phương tiện thanh toán*. Chức năng này giúp ngân hàng cung cấp các dịch vụ thanh toán tiện lợi và an toàn cho KH, đồng thời đảm bảo sự ổn định của hệ thống thanh toán quốc gia, cung cấp các dịch vụ chuyển khoản tiền, phát hành thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, séc,... Những dịch vụ này giúp KH tiện lợi và an toàn trong việc thực hiện các giao dịch thanh toán. Đồng thời, NHTM còn giúp KH tiết kiệm thời gian và chi phí khi thực hiện các giao dịch. NHTM cũng có chức năng quản lý các phương tiện thanh toán. Điều này bao gồm việc quản lý các loại thẻ, séc, phiếu chi,... NHTM phải đảm bảo các phương tiện thanh toán này được sử dụng một cách an toàn và hiệu quả, đồng thời đảm bảo đáng tin cậy và minh bạch của quá trình thanh toán.

Ngoài ra, NHTM còn có chức năng đóng vai trò như một trung tâm thanh toán cho các giao dịch ngân hàng giữa các tổ chức tài chính khác nhau. Qua đó, NHTM giúp tăng tính liên kết giữa các tổ chức tài chính và đảm bảo tính đồng nhất của hệ thống thanh toán quốc gia. Chức năng trung gian thanh toán và quản lý các phương tiện thanh toán của NHTM là quan trọng để đảm bảo sự tiện lợi

và an toàn của các giao dịch thanh toán cho khách hàng, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự ổn định của hệ thống thanh toán quốc gia.

Chức năng cung cấp dịch vụ tài chính của NHTM đã trở nên đa dạng hơn và phát triển mạnh mẽ hơn. Trong quá trình thực hiện các nghiệp vụ tín dụng và ngân quỹ, NHTM có nhiều điều kiện thuận lợi về thông tin quan hệ rộng rãi với các DN và các hoạt động kho quỹ. Do đó, việc đóng vai trò tư vấn tài chính, giữ hộ tài sản có giá, đầu tư, và làm đại lý phát hành chứng khoán cho các DN sẽ giúp NHTM thu được khoản hoa hồng và tiết kiệm chi phí.

Tuy nhiên, việc tạo lập, tổ chức và quản lý vốn của NHTM trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Điều này giúp ích cho NHTM và sự phát triển chung của nền kinh tế. Các ngân hàng có nguồn vốn để cho vay và cung cấp các dịch vụ tài chính cho KH bởi vì chức năng của NHTM là "đi vay để cho vay", do đó, để tạo lợi nhuận, NHTM cần đẩy mạnh và nâng cao nghiệp vụ HĐV.

1.1.2. Dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Hiện nay, có nhiều khái niệm về DVNH bán lẻ theo nhiều cách tiếp cận khác nhau. Thuật ngữ "*Dịch vụ ngân hàng bán lẻ*" có từ gốc tiếng Anh là "Retail banking". Theo nghĩa đen, bán lẻ là bán trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng từng cái một, từng ít một. Trong lĩnh vực ngân hàng, định nghĩa:

Theo Vũ Thị Thái Hà (2020): "*DVNHBL là cung ứng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp nhỏ và vừa thông qua mạng lưới chi nhánh, khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện điện tử viễn thông, công nghệ thông tin*".

Theo từ điển Ngân hàng và Tin học (1996): "*Hoạt động ngân hàng bán lẻ là dịch vụ ngân hàng dành cho quảng đại quần chúng, thường là một nhóm các dịch vụ tài chính gồm cho vay trả dần, cho vay thế chấp, tín dụng chứng khoán, nhận tiền gửi và các tài khoản cá nhân*".

- Theo các chuyên gia kinh tế của Học viện Công nghệ Châu á – AIT: "*Dịch vụ NHBL là việc cung ứng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân*

riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, hoặc là khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm, dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện công nghệ thông tin, điện tử viễn thông”, (Tô Khanh Toàn)

- Theo khái niệm của Tổ chức Thương mại thế giới: “*NHBL là nơi khách hàng cá nhân có thể đến giao dịch tại những điểm giao dịch của ngân hàng để thực hiện các dịch vụ như: gửi tiền tiết kiệm, kiểm tra tài khoản, thế chấp vay vốn, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ và các dịch vụ khác đi kèm*”

Như vậy có thể hiểu như sau: “*DVNHBL là dịch vụ ngân hàng được cung ứng đến từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thông qua mạng lưới chi nhánh hoặc khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với các sản phẩm dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện thông tin điện tử viễn thông*”

1.1.3. Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Theo kinh tế học phát triển thì: “*Tăng trưởng là khái niệm diễn tả động thái biến đổi về mặt lượng của một sự vật, hiện tượng, một thực thể. Còn Phát triển là một khái niệm có nội dung phản ánh rộng hơn, nó không chỉ bao hàm sự thay đổi về lượng mà còn phản ánh sự biến đổi về chất*”.

Dịch vụ ngân hàng bán lẻ đang trải qua những thay đổi to lớn. Một vài năm trước, đây là một hoạt động kinh doanh khá đơn giản, nhưng ngày nay, công nghệ và đổi mới, cạnh tranh ngày càng tăng, sự phức tạp về quy định, tài chính nhúng, sự hợp nhất và kỳ vọng ngày càng tăng của khách hàng đang đặt áp lực to lớn lên các mô hình kinh doanh truyền thống. Mạng lưới xu hướng phức tạp và đang phát triển này ảnh hưởng đến người tiêu dùng tin tưởng và cách họ thích thực hiện đời sống tài chính của mình. Nó cũng buộc các ngân hàng phải giải quyết câu hỏi cơ bản về tổ chức tài chính là gì và nó mang lại giá trị gì.

Đối với đội ngũ lãnh đạo, họ cần hiểu rõ hơn về những xu hướng này và chuẩn bị cho một môi trường thay đổi nhanh chóng. Hoạt động kích hoạt cộng

đồng những người giải quyết vấn đề của mình và phát triển năm kịch bản giả định về tương lai của dịch vụ này sẽ diễn ra như thế nào trong thập kỷ tới.

Đầu tiên, trước bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra sâu rộng trên các mặt của đời sống kinh tế xã hội, để tồn tại và phát triển thì các DN nói chung và các NHTM nói riêng phải không ngừng mở rộng mạng lưới hoạt động, nâng cao năng lực tự chủ về tài chính, đổi mới phong cách phục vụ và đặc biệt là nâng cao chất lượng dịch vụ. Điều này đòi hỏi các NHTM trong quá trình phát triển các sản phẩm, dịch vụ NHBL phải làm sao đưa được SPDV đến số đông người dân, với chất lượng tốt nhất và chi phí sử dụng dịch vụ hợp lý nhất. Bởi vì, loại hình SPDV này có sức lan toả rất rộng lớn trong xã hội

Thứ hai, từ góc độ kinh tế - xã hội, việc NHTM phát triển dịch vụ NHBL nhanh giúp đẩy nhanh quá trình chu chuyển tiền tệ, phát triển kinh tế, đồng thời cải thiện đời sống dân cư, hạn chế thanh toán bằng tiền mặt và góp phần tiết kiệm chi phí, thời gian cho cả ngân hàng và KH, cải thiện môi trường, xây dựng một nền văn minh thanh toán.

Thứ ba, khi xét trên yếu tố tài chính và quản trị ngân hàng, NHTM cũng nên phát triển dịch vụ NHBL để mang lại nguồn thu ổn định, chắc chắn và hạn chế rủi ro đến từ chu kỳ kinh tế không ổn định.

Tóm lại, NHTM Phát triển dịch vụ NHBL là sự gia tăng về số lượng các dịch vụ cung cấp, mạng lưới hoạt động và các tiện ích sản phẩm; nâng cao chất lượng của từng loại hình dịch vụ nhằm thoả mãn tốt nhất nhu cầu của các chủ thể trong xã hội.

Đặc biệt, việc phát triển dịch vụ NHBL còn giúp sự gia tăng về số lượng và chất lượng các dịch vụ NHBL, điều đó thể hiện qua việc các DN và người dân biết đến và sử dụng các SPDV liên quan không ngừng tăng lên. Chính vì vậy, dịch vụ NHBL ngày nay đã xâm nhập vào hầu hết các hoạt động của đời sống xã hội. Cùng với sự bùng nổ của internet, các sản phẩm có sự liên kết hỗ trợ lẫn nhau nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của các chủ thể trong nền kinh tế. Cuối cùng, sự hài lòng của KH chính là thước đo cho sự thành công của

các NHTM trong việc phát triển dịch vụ NHTM. Kết quả cuối cùng giúp thúc đẩy tăng trưởng hiệu quả hoạt động của NHTM là cầu nối giữa Ngân hàng và các chủ thể hoạt động của nền kinh tế, thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng và phát triển bền vững

1.2. Nội dung phát triển dịch vụ NHTM của Ngân hàng Thương mại

1.2.1. Mở rộng quy mô dịch vụ Ngân hàng bán lẻ

Các ngân hàng đang bổ sung thêm các sản phẩm của mình để cung cấp nhiều loại dịch vụ hơn cho khách hàng bán lẻ của họ. Ngoài các tài khoản ngân hàng bán lẻ cơ bản và dịch vụ khách hàng từ các đại diện tài chính chi nhánh địa phương, các ngân hàng đã bắt đầu cung cấp cho đối ngũ cố vấn tài chính các sản phẩm mở rộng, dịch vụ đầu tư như quản lý tài sản, tài khoản môi giới, ngân hàng tư nhân và lập kế hoạch nghỉ hưu .

Trong thế kỷ 21, phong trào hướng tới ngân hàng trực tuyến cũng đã mở rộng rộng rãi các dịch vụ dành cho khách hàng ngân hàng bán lẻ. Một số ngân hàng hiện cung cấp dịch vụ trực tuyến cho khách hàng chỉ thông qua internet và ứng dụng di động, hạn chế số lần khách hàng cần đến chi nhánh địa phương để giao dịch.

Vì vậy, để đạt được những mục tiêu đề ra, các Ngân hàng cần phải thực hiện một số nội dung sau:

Thứ nhất là, mở rộng mạng lưới giao dịch. Việc này giúp NHTM gia tăng độ phủ sóng thương hiệu với nhóm khách hàng mục tiêu, đồng thời vẫn phải đảm bảo bài toán quản lý chi phí và lợi nhuận. Đa dạng hóa sản phẩm các kênh phân phối mới để đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng và phát triển tín dụng, tăng cường thu hút nguồn kiều hối trên cơ sở phối hợp với các công ty xuất khẩu lao động, các công ty dịch vụ kiều hối, Có chính sách khai thác và tạo điều kiện thuận lợi phát triển dịch vụ chuyển tiền kiều hối qua hệ thống ngân hàng. Phối hợp các công ty du học phát triển sản phẩm cho vay du học. Tăng cường bán chéo SPDV giữa ngân hàng và bảo hiểm.

Thứ hai là, phát triển và mở rộng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng thanh toán không dùng tiền mặt. Điều này làm tăng hiệu quả sử dụng vốn trong nền kinh tế, tranh giao dịch tiền mặt bất hợp pháp. Đẩy mạnh các dịch vụ tài khoản tiền gửi với thủ tục đơn giản, an toàn, nhanh chóng, tiện lợi nhằm thu hút nguồn vốn của cá nhân trong thanh toán và phát triển dịch vụ thanh toán thẻ, đẩy mạnh huy động vốn qua tiền gửi tiết kiệm. Không ngừng tăng cường hợp tác với các tổ chức và DN có các khoản thanh toán dịch vụ thường xuyên, ổn định số lượng KH, trả lương như bưu điện, điện lực, hàng không, cấp thoát nước,...

Thứ ba là, phát triển DVBL xuất phát từ lợi ích đa chiều: Tích hợp lợi ích của khách hàng, lợi ích của ngân hàng và lợi ích chung của xã hội. Kênh NHBL được tiếp cận gần hơn với KH, giúp xóa bỏ khoảng cách giữa ngân hàng với KH và góp phần hình thành thói quen thanh toán mới. Bên cạnh đó, tổng mức luân chuyển hàng hóa tiêu dùng xã hội, nhất là các mặt hàng “xa xỉ phẩm” sẽ tăng, nhu cầu xã hội được đáp ứng, góp phần cải thiện chất lượng cuộc sống

1.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng bán lẻ

Ngân hàng bán lẻ trang bị cho khách hàng những nguồn lực và công cụ họ cần để xử lý tiền một cách khôn ngoan, tích lũy của cải theo thời gian và đáp ứng các mục tiêu tài chính của họ. Chính vì vậy, ngân hàng bán lẻ trở nên quan trọng.

Giám sát sức khỏe tài chính

Ngân hàng bán lẻ có thể hữu ích trong việc theo dõi tình hình tài chính bằng cách cung cấp cho khách hàng nhiều dịch vụ ngân hàng có thể giúp họ quản lý tài khoản, theo dõi chi phí, theo dõi điểm tín dụng, lập kế hoạch cho các mục tiêu tài chính và quản lý các khoản vay của họ.

Dễ sử dụng và bảo mật

Ngân hàng bán lẻ cung cấp một cách thuận tiện và an toàn để quản lý tài chính của khách hàng. Nó cho phép họ tiết kiệm, vay và đầu tư tiền trong một môi trường an toàn và được quản lý. Bằng cách mở một tài khoản tiết kiệm hoặc

tiền gửi cố định, họ có thể kiếm được tiền lãi từ khoản tiết kiệm của mình và cũng bảo vệ tiền của mình khỏi bị trộm hoặc mất mát.

Tiếp cận tín dụng

Khách hàng có thể thiết lập và xây dựng lịch sử tín dụng của mình với sự trợ giúp của ngân hàng bán lẻ. Với thẻ tín dụng và các khoản vay, họ có thể chứng minh khả năng vay và trả tiền, điều này có thể giúp họ đủ điều kiện nhận các khoản vay lớn hơn trong tương lai. Các ngân hàng cũng cung cấp thẻ tín dụng đối với Tiền gửi cố định (FD) để thu hút khách hàng tín dụng mới vào tín dụng chính thức bằng cách giảm thiểu rủi ro liên quan đến việc cho vay đối với những khách hàng không có lịch sử tín dụng hoặc điểm tín dụng thấp. Nó giúp khách hàng xây dựng lịch sử tín dụng và cũng cung cấp cho ngân hàng một lựa chọn có rủi ro thấp.

Kiến thức tài chính

Các ngân hàng bán lẻ cung cấp giáo dục và hướng dẫn tài chính để giúp khách hàng hiểu cách quản lý tiền của mình, đưa ra quyết định tài chính thông minh và đạt được các mục tiêu tài chính của mình.

Đặc biệt hơn nữa, việc kinh doanh ngân hàng là lĩnh vực kinh doanh đặc biệt, nhạy cảm và cạnh tranh vô cùng mạnh mẽ. Các cá nhân khác nhau sẽ có lựa chọn và sử dụng sản phẩm không giống nhau. Sự trải nghiệm, mức độ hài lòng của KH đối với mỗi sản phẩm trong gói SPDV ở các thời điểm khác nhau cũng có sự khác nhau và đôi khi là trái chiều. Chính vì vậy, hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ bán lẻ là điều tất yếu để làm hài lòng NTD.

Bởi vì, NTD có thể hài lòng với sản phẩm này nhưng với sản phẩm khác thì không hoặc ngược lại. Tuy nhiên, cảm nhận đó là khách quan và chưa đúng bản chất của vấn đề, bởi lẽ trên thực tế, có rất nhiều tác nhân gây ảnh hưởng đến quyết định sử dụng DVNHBL của các NHTM. Một vài yếu tố đó chính là yếu tố chất lượng dịch vụ, uy tín, vị thế của ngân hàng trên thị trường... Do đó cải thiện dịch vụ chăm sóc KH cũng là một trong những vấn đề cốt lõi trong xu thế

phát triển của các NHBL khi cảm xúc của KH là yếu tố then chốt cho việc quyết định sử dụng dịch vụ.

Bên cạnh đó, các NHTM sẽ phải chú trọng vào việc lựa chọn một cơ cấu đầu tư danh mục SPDV bán lẻ phù hợp với nhu cầu của KH. Thường xuyên gia tăng các sản phẩm đem lại lợi nhuận cao, hạn chế phát triển ở những sản phẩm mang lại hiệu quả thấp nhằm duy trì một cơ cấu hợp lý, tối đa hóa lợi nhuận cho ngân hàng. Trong thời gần đây NHNN kiểm soát chặt chẽ tăng trưởng tín dụng thì thu nhập từ các hoạt động ngoài lãi, đặc biệt là thu nhập từ hoạt động dịch vụ trở thành một trong những yếu tố quyết định tốc độ tăng trưởng lợi nhuận của ngân hàng. Thu nhập dịch vụ ngoài lãi được dự báo sẽ ngày càng tăng trưởng mạnh mẽ, đóng góp nhiều hơn vào thu nhập hoạt động, nhất là khi ngân hàng đang chuyển dịch sang hướng NHBL

1.3. Các tiêu chí đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL của NHTM

Hiện nay, chưa có một hệ thống chỉ tiêu chung nào dùng xác định sự phát triển của dịch vụ NHBL. Sự phát triển của dịch vụ này tại mỗi ngân hàng là hoàn toàn khác nhau do phụ thuộc vào đặc điểm cũng như định hướng phát triển khác nhau của từng NHTM. Vì vậy, đánh giá có sự khác biệt và hoàn toàn không giống nhau giữa các ngân hàng. Dưới đây, tác giả xin đưa ra một số chỉ tiêu thông thường để đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL tại một số NHTM

1.3.1. Các tiêu chí định tính đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL

Tăng tiện ích cho sản phẩm: Trong những năm gần đây, số hóa đã ảnh hưởng đáng kể đến lĩnh vực ngân hàng bán lẻ, thay đổi cách khách hàng tương tác với ngân hàng và các dịch vụ họ cung cấp. NHTM thông qua dịch vụ số hóa để gia tăng các tiện ích cho KH về các mảng dịch vụ như sau:

Ngân hàng trực tuyến và di động

Giờ đây, khách hàng có thể tiếp cận tài khoản ngân hàng và dịch vụ của mình thông qua web và ứng dụng di động nhờ số hóa. Điều này đã cải thiện khả năng tiếp cận và sự thuận tiện cho hoạt động ngân hàng bằng cách cho phép

người dùng xác minh số dư tài khoản của họ, gửi tiền cho người khác, thanh toán hóa đơn và đăng ký vay bất cứ lúc nào và từ bất kỳ địa điểm nào.

Giải pháp thanh toán kỹ thuật số

Sự gia tăng của số hóa cũng đã thúc đẩy việc tạo ra các hệ thống thanh toán ngang hàng (chuyển tiền từ tài khoản ngân hàng của một cá nhân sang tài khoản của người khác thông qua phương tiện kỹ thuật số), ví điện thoại thông minh và tiền ảo (Bitcoin, v.v.). Giờ đây, khách hàng thấy việc thanh toán trực tiếp và trực tuyến trở nên đơn giản hơn nhờ các tùy chọn này.

AI và chatbot

Các ngân hàng bán lẻ cũng đang sử dụng AI (Trí tuệ nhân tạo) và chatbot để tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại và cung cấp dịch vụ khách hàng được cá nhân hóa. Trong khi AI có thể phân tích dữ liệu khách hàng để phát hiện các mẫu và đưa ra hướng dẫn tài chính cá nhân, thì chatbot có thể nhanh chóng trả lời các câu hỏi của khách hàng và giải quyết các vấn đề.

Tiếp thị kỹ thuật số

Các ngân hàng bán lẻ cũng đang sử dụng các chiến lược tiếp thị kỹ thuật số để liên hệ với khách hàng và quảng cáo hàng hóa và dịch vụ của họ, bao gồm phương tiện truyền thông xã hội, tiếp thị qua email và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Điều này giúp các ngân hàng dễ dàng nhắm mục tiêu vào các phân khúc khách hàng cụ thể và cải thiện ROI tiếp thị của họ.

Các ngân hàng và NBFC đang cung cấp trải nghiệm liền mạch và thuận tiện cho khách hàng với các hành trình kỹ thuật số từ đầu đến cuối. Khách hàng có thể quản lý tài chính và thực hiện các giao dịch trực tuyến mà không cần đến chi nhánh ngân hàng. Số hóa cũng cho phép các ngân hàng và NBFC cung cấp các khoản vay tức thì với thời gian quay vòng (TAT) nhanh hơn, bao gồm các ứng dụng cho vay trực tuyến và phê duyệt ngay lập tức khi chuyển tiền trực tiếp.

Xác minh danh tính kỹ thuật số

Nhờ quá trình số hóa, các dịch vụ sử dụng sinh trắc học và các công nghệ khác để xác nhận danh tính khách hàng cũng được phát triển. Kết quả là nguy cơ gian lận đã giảm và tính bảo mật được tăng lên.

Mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng: Mức độ đáp ứng nhu cầu được đo lường bằng khả năng thỏa mãn, mức độ hài lòng của khách hàng đối với cơ cấu sản phẩm DVNH. Nếu như chất lượng sản phẩm DVNH ngày càng hoàn hảo thì khách hàng sẽ gắn bó lâu dài và chấp nhận ngân hàng. Không những vậy, những lời khen, sự chấp thuận thỏa mãn về chất lượng của khách hàng hiện hữu sẽ thông tin tới những người khác có nhu cầu sử dụng dịch vụ tìm đến ngân hàng để giao dịch.

Sự hài lòng của KH là điều cần thiết cho sự sống còn của một DN cũng như sự phát triển của các dịch vụ. Thông qua khảo sát sự hài lòng của KH, các NHTM sẽ hiểu rõ hơn về khách hàng của mình, tạo ra các sản phẩm hoàn hảo hơn. Kết quả các cuộc điều tra sẽ giúp các NHTM tìm hiểu rõ cảm nhận và đánh giá của khách hàng, hoàn thiện hơn nữa dịch vụ của mình dựa trên hành vi, thói quen tiêu dùng và những phản hồi của khách hàng mục tiêu với dịch vụ mà ngân hàng cung cấp.

Danh tiếng và thương hiệu của ngân hàng cung cấp: Thương hiệu ngân hàng là một trong những tài sản có giá trị nhất. Nó có thể tác động đến mọi thứ, từ khả năng thu hút khách hàng mới của ngân hàng đến lãi suất mà ngân hàng phải trả để thu hút tiền gửi mới. Đó là lý do tại sao điều quan trọng đối với các ngân hàng là phải giám sát danh tiếng thương hiệu của mình và thực hiện các bước để bảo vệ và cải thiện chúng. Quản lý danh tiếng là yếu tố quan trọng đối với sự thành công của ngân hàng không chỉ trong việc thu hút khách hàng mới mà còn trong việc giữ chân những KH trung thành. Thương hiệu ngân hàng là cách những người không phải khách hàng (khách hàng tiềm năng) nhìn thấy ngân hàng của bạn. (Điều quan trọng là phải biết KH nhìn nhận ngân hàng của bạn như thế nào, nhưng ý kiến của họ phụ thuộc nhiều vào dịch vụ của bạn và trải nghiệm khách hàng của họ hơn là vào bất kỳ hoạt động tiếp thị hoặc

quảng cáo nào). Tuy nhiên, danh tiếng thương hiệu của ngân hàng không chỉ phụ thuộc vào chất lượng được cảm nhận về con người, sản phẩm và chính sách của bạn; nó cũng bao gồm cách bạn đối xử với những người tương tác với thương hiệu của bạn và cách bạn quản lý những lời chỉ trích và phản hồi.

1.3.2. Các tiêu chí định lượng đánh giá sự phát triển dịch vụ NHBL

Mức độ gia tăng doanh số và thu nhập cho ngân hàng: Doanh số là chỉ tiêu hết sức quan trọng để đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và NHBL nói riêng. Doanh số hoạt động của dịch vụ NHBL càng lớn tức là lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHBL ngày càng cao, thị phần bán lẻ càng nhiều. Do đó, dịch vụ bán lẻ càng đa dạng và hoàn thiện hơn. Đây chính là kết quả tổng hợp của việc đa dạng hóa (tức phát triển theo chiều rộng), nâng cao chất lượng sản phẩm (phát triển theo chiều sâu). Mức độ gia tăng doanh số kinh doanh được đo lường bằng hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng khi tiến hành phát triển dịch vụ NHBL.

Lợi ích lớn nhất mà các loại hình dịch vụ mang lại cho NHTM là lợi nhuận. Dịch vụ ngân hàng nói chung và NHBL nói riêng không thể coi là phát triển nếu nó không mang lại lợi nhuận thực tế cho ngân hàng.

Sự gia tăng số lượng khách hàng và thị phần: Chỉ tiêu thị phần là một chỉ tiêu chung và quan trọng để đánh giá bất kỳ hoạt động kinh doanh nào. Trong nền kinh tế thị trường thì “KH là thượng đế” vì chính KH mang lại lợi nhuận và sự thành công cho DN, hay nói cách khác hơn thì chính KH trả lương cho người lao động

Lĩnh vực ngân hàng cũng không ngoại lệ, một ngân hàng càng hoạt động tốt bao nhiêu thì càng thu hút được nhiều khách hàng bấy nhiêu, SPDV của ngân hàng đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng. Trong điều kiện cạnh tranh như ngày nay thì mỗi ngân hàng đều không ngừng nâng cao vị thế của mình tạo ra một hình ảnh tốt để mở rộng thị phần. Hoạt động bán lẻ chỉ được coi là phát triển khi có chất lượng phục vụ tốt với một danh mục sản phẩm đa dạng để thu hút ngày càng nhiều đối tượng KH.

Số lượng sản phẩm dịch vụ: Tiêu chí này thể hiện tính đa dạng, phong phú của dịch vụ mà một NHTM mang đến cho KH. Tính đa dạng là một đặc điểm quan trọng của DVNH. Hầu hết KH doanh nghiệp đều có nhu cầu không chỉ riêng một sản phẩm đơn lẻ mà có nhu cầu sử dụng từ vài sản phẩm trở lên. Chẳng hạn, KH vay vốn sẽ có thêm nhu cầu bảo lãnh, thanh toán lương cho nhân viên, home banking...Nên một NHTM chỉ cung cấp SPDV truyền thống hoặc chỉ đáp ứng nhu cầu KH một vài dịch vụ sẽ bị lỡ cơ hội tăng thêm doanh thu so với các NHTM khác. Một NHTM có số lượng SPDV càng nhiều thì năng lực cạnh tranh càng cao, đáp ứng được tất cả các nhu cầu khác nhau của KH, tạo điều kiện thuận lợi để nhiều KH khác nhau được tiếp xúc với các SPDV nhờ đó phát triển được các DVNH hay nói cách khác chúng ta có thể đánh giá khả năng phát triển dịch vụ của một NHTM qua số lượng danh mục sản phẩm hoặc chủng loại trong mỗi danh mục sản phẩm mà NHTM cung cấp. Sự đa dạng hóa cần phải được thực hiện trong tương quan so với nguồn lực hiện có của ngân hàng. Nếu không, việc triển khai quá nhiều sản phẩm có thể làm cho ngân hàng kinh doanh không hiệu quả do dàn trải nguồn lực quá mức.

Yêu cầu của KH ngày càng cao, nên ngân hàng không ngừng phải cung cấp cho KH những dịch vụ tốt nhất đặc biệt là xu hướng liên kết những sản phẩm thành những “gói hàng” đa dạng và tiện lợi. Các SPDV của ngân hàng ngày nay không chỉ gói gọn ở việc cho vay và nhận tiền gửi mà phát triển ngày càng phong phú, tận dụng tối đa hiệu suất của các kênh phân phối. Các ngân hàng đa năng còn chủ động cạnh tranh bằng cách lấn sang các hoạt động phi ngân hàng khác như cung cấp dịch vụ bảo hiểm, môi giới tư vấn đầu tư... Như thế ngân hàng vừa thu được nhiều lợi nhuận vừa tránh bớt rủi ro trong kinh doanh.

Tỷ trọng khách hàng sử dụng DVNHBL: Nếu số lượng khách hàng cho thấy sự phát triển dịch vụ NHTM theo chiều rộng thì tỷ trọng khách hàng sử dụng dịch vụ bán lẻ là con số hết sức ý nghĩa khi xem xét sự phát triển dịch vụ NHTM theo chiều sâu. Nó thể hiện mức độ quan tâm của khách hàng tới các

dịch vụ qua số lượng dịch vụ trung bình mà các khách hàng sử dụng trên tổng dịch vụ mà ngân hàng cung cấp.

Hệ thống chi nhánh và kênh phân phối: Hệ thống chi nhánh thể hiện qua số lượng các Chi nhánh đang hoạt động. Đây là phương thức tiếp cận KH trực tiếp tại quầy giao dịch. Hiện nay các NHTM đã và đang mở rộng mạnh hệ thống Chi nhánh tới mọi địa phương, không phân biệt nông thôn hay thành thị. Hệ thống chi nhánh rộng lớn thể hiện tiềm lực của các ngân hàng và là một trong những phương thức quảng bá thương hiệu của các NHTM. Hiện nay, kênh phân phối truyền thống đang dần bộc lộ những hạn chế về mặt thời gian và không gian khi nhu cầu sử dụng dịch vụ của các KH đòi hỏi đáp ứng mọi lúc mọi nơi. Do đó, xu hướng mở rộng thêm các kênh phân phối và mạng lưới với các thiết bị trên nền tảng công nghệ cao đang rất cần thiết trong cuộc cạnh tranh giành giật KH giữa các NHTM. Có thể kể đến một số kênh phân phối hiện nay như: Internet Banking, Phone Banking, Home Banking...

1.4. Các nhân tố tác động đến phát triển dịch vụ NHBL

1.4.1. Các nhân tố bên trong

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu phát triển của Ngân hàng

- Phát triển hệ thống công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số, hiện đại hóa ngành ngân hàng, phù hợp với hoạt động đặc thù NHBL.
- Đầu tư, nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin nhằm đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ và nâng cao chất lượng hoạt động.
- Triển khai các giải pháp đảm bảo an ninh, an toàn, bảo mật nhằm đảm bảo hệ thống thông tin hoạt động liên tục.
- Nâng cao chất lượng công nghệ thông tin và nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển.

Nâng cao năng lực tài chính đảm bảo sự phát triển ổn định, bền vững của Ngân hàng

- Phân bổ nguồn lực có cơ cấu hợp lý để giảm chi phí đầu vào, hỗ trợ các đối tượng tín dụng chính sách, thực hiện có hiệu quả các chương trình NHBL.

- Phân bổ và sử dụng hiệu quả các nguồn tài chính, sử dụng vốn hiệu quả, nâng cao năng suất lao động.

- Tiếp tục thực hiện cơ chế lãi suất ưu đãi phù hợp với khả năng tài chính của Nhà nước và người vay trong từng thời kỳ. Các ưu đãi về lãi suất, phân hóa theo nhóm đối tượng, sẽ giảm dần và thay thế bằng các quy trình, thủ tục, điều kiện cho vay ưu đãi. Ưu tiên cao nhất dành cho các hộ dân tộc thiểu số nghèo và vùng đặc biệt khó khăn. Đối với các hộ cận nghèo, hộ không nghèo được hưởng một số chính sách NHBL ưu đãi, lãi suất vay dần tiệm cận lãi suất thị trường.

- Tập trung phát triển để tăng nguồn thu từ hoạt động dịch vụ.

Tập trung phát triển nguồn nhân lực theo hướng chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ.

- Tuyển dụng nguồn nhân lực có trình độ đáp ứng yêu cầu phát triển và ứng dụng khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng phục vụ đối tượng khách hàng là đối tượng chính sách. Có chính sách thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao phù hợp với NHBL với chính sách xã hội ở vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng đặc biệt khó khăn.

- Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ, nhân viên Ngân hàng có chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp, có khả năng ứng dụng công nghệ thông tin, phương pháp làm việc tiên tiến, hiện đại.

- Chú trọng quy hoạch, bồi dưỡng, bố trí đội ngũ cán bộ có đủ trình độ, năng lực, uy tín, sức khỏe đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ.

- Tổ chức đào tạo cho cán bộ làm việc trong các tổ ủy thác, tiết kiệm và cho vay để nâng cao kiến thức, kỹ năng thực hiện hoạt động NHBL

Kênh phân phối:

Mạng lưới kênh phân phối rộng, phân bố ở những địa bàn hợp lý càng tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình giao dịch đồng thời góp phần giảm được chi phí cung ứng dịch vụ cho KH. Mặt khác, mạng lưới hoạt động không chỉ đóng

vai trò là kênh phân phối sản phẩm mà còn đóng vai trò như là một kênh phản hồi thông tin về SPDV đã cung ứng, là một kênh tiếp nhận thông tin thị trường. Từ những thông tin phản hồi này giúp ngân hàng hoạch định chiến lược thích hợp cho việc phát triển dịch vụ NHBL.

Chính sách khách hàng:

Với áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng, công nghệ ngân hàng trên thế giới có nhiều thay đổi quan trọng và ngày càng đa dạng, khi sự thâm nhập của các ngân hàng nước ngoài vào thị trường trong nước khiến cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc thay đổi thị trường vốn truyền thống và nhu cầu của KH ngày càng đa dạng... Vì vậy, các ngân hàng cần quan tâm đến chính sách KH của mình, nhằm thỏa mãn đầy đủ nhu cầu KH từ đó đạt được mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận.

Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ với tính năng hiện đại, chi phí hợp lý, phù hợp với khách hàng của Ngân hàng

- Nghiên cứu, phát triển, đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ theo hướng hiện đại, tiện lợi, dễ sử dụng, giá thành phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả của khách hàng tại khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, người có thu nhập thấp, người có hoàn cảnh khó khăn, doanh nghiệp nhỏ, hợp tác xã nhằm thực hiện tốt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, phù hợp với hoạt động của Ngân hàng

- Chuẩn hóa quy trình sản xuất sản phẩm, dịch vụ trên cơ sở tuân thủ các quy định của Nhà nước và ngành ngân hàng, phù hợp với hệ thống đảm bảo phục vụ tốt cho các đối tượng của Ngân hàng.

- Nâng cấp tính năng của sản phẩm, dịch vụ do Ngân hàng cung cấp nhằm đảm bảo an ninh, an toàn trong hoạt động, tạo niềm tin cho khách hàng và bảo vệ người dùng.

Tăng cường và nâng cao hiệu quả công tác hợp tác, truyền thông

- Mở rộng hợp tác nhằm khai thác các nguồn lực pháp lý nhằm nâng cao năng lực hoạt động của Ngân hàng, đồng thời chia sẻ kinh nghiệm trong hoạt động NHBL.

- Đẩy mạnh công tác truyền thông, marketing trong đó trọng tâm là truyền thông đến mọi nơi, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số và vùng đặc biệt khó khăn nhằm tuyên truyền đầy đủ, kịp thời các chủ trương, chính sách của NHBL

- Tiếp tục đơn giản hóa thủ tục giải quyết công việc nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các đối tượng phục vụ của Ngân hàng; đồng thời tăng cường công tác kiểm tra, giám sát của cơ quan quản lý nhà nước và người dân đối với hoạt động NHBL

1.4.2. Các nhân tố bên ngoài

Hệ thống pháp luật:

Hệ thống pháp luật trong hoạt động dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHBL nói riêng là tổng thể các quy định của pháp luật và các văn bản dưới luật quy định khuôn khổ pháp lý cho hoạt động của dịch vụ NHBL; bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể tham gia hoạt động dịch vụ NHBL trong nền kinh tế. Hiện nay, hoạt động ngân hàng đang phát triển dựa trên công nghệ ngân hàng ngày càng hiện đại và song hành với sự phát triển ngày càng đa dạng nhu cầu của khách hàng về các SPDV mới. Hệ quả của những điều kiện đó là những rủi ro sẽ xảy đến cho ngân hàng hoặc cho KH nếu luật pháp không kiểm soát hết được những hành vi gian lận có thể xảy ra. Vì vậy, luật pháp phải gắn chặt với thực tiễn, tạo điều kiện cho việc phát triển các SPDV mới nhằm đáp ứng được yêu cầu của khách hàng mà vẫn đảm bảo tính an toàn cho cả khách hàng và ngân hàng

Mức độ hội nhập kinh tế quốc tế và cạnh tranh trong nội bộ ngành:

Hội nhập tài chính nhìn chung gắn liền với sự phát triển của sức mạnh tổng hợp thông qua các hoạt động đầu tư và ngân hàng xuyên biên giới và tăng khả năng cạnh tranh giữa các ngân hàng. Hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng đồng nghĩa với việc giảm dần và đi đến xóa bỏ sự can thiệp của Nhà nước trong lĩnh vực ngân hàng, làm cho các lợi thế vốn có về KH truyền thống, về mạng lưới hoạt động ngân hàng trong nước không còn nữa. Tuy nhiên, khả

năng cạnh tranh là một biến số cơ bản cản trở khả năng hưởng lợi của các ngân hàng từ cơ hội ổn định do hội nhập tài chính ở các nền kinh tế mới mang lại. Vì vậy, hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng thì các NHTM phải nỗ lực nhiều hơn cho việc phát triển SPDV ngân hàng nói chung và NHBL nói riêng nhằm đảm bảo sự ổn định và phát triển bền vững trong môi trường cạnh tranh mới. Cạnh tranh đem lại lợi ích cho người sử dụng DVNH và đem lại hiệu quả tích cực cho nền kinh tế. Việc các ngân hàng nước ngoài gia nhập vào, cùng với việc phát triển ngày càng nhiều các tổ chức tài chính phi ngân hàng trong nước như các công ty bảo hiểm, quỹ tiết kiệm, quỹ tín dụng nhân dân, các công ty cho thuê tài chính, công ty tài chính... đã làm cho thị trường tài chính trở nên sôi động hơn, cạnh tranh gay gắt và khốc liệt hơn. Chính điều này sẽ tạo ra động lực để các ngân hàng luôn phải ý thức việc đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo đáp ứng đầy đủ và hoàn hảo những nhu cầu ngày càng cao về dịch vụ tài chính của KH.

Tăng trưởng phát triển kinh tế và môi trường xã hội:

Tăng trưởng và phát triển kinh tế cũng ảnh hưởng rất lớn đến phát triển dịch vụ NHBL. Khi nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao thì nhu cầu sử dụng sản phẩm DVNH càng nhiều hơn, không chỉ giới hạn ở nhóm khách hàng doanh nghiệp nhằm đáp ứng cho nhu cầu sản xuất kinh doanh, mà cơ cấu SPDV ngày càng mở rộng đối với nhóm dịch vụ NHBL hướng tới đối tượng khách hàng cá nhân. Do đó tăng trưởng kinh tế là một nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ NHBL.

Tình hình chính trị và trật tự an toàn xã hội:

Hoạt động NH rất nhạy cảm với tình hình chính trị và trật tự an toàn xã hội của một quốc gia. Khi chính trị bất ổn sẽ tác động xấu đến tâm lý của KH làm cho nhu cầu sử dụng dịch vụ NH sẽ giảm đi. Ngược lại, đối với một quốc gia có nền chính trị ổn định sẽ tạo môi trường đầu tư an toàn, không chỉ tạo điều kiện thúc đẩy phát triển kinh tế trong nước mà còn tạo sức hấp dẫn mạnh mẽ đối với nhà đầu tư nước ngoài, kéo theo nhu cầu về dịch vụ NH cũng tăng lên. Do

đó, phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHBL nói riêng chỉ đạt hiệu quả khi tình hình chính trị ổn định và trật tự xã hội an toàn.

Nhu cầu của khách hàng:

Khách hàng là trung tâm của mọi hoạt động ngân hàng. Xác định nhu cầu của khách hàng là nhiệm vụ quan trọng đối với các ngân hàng muốn tạo ra một sản phẩm thực sự giải quyết được vấn đề của khách hàng. Việc hiểu được KH muốn gì và làm thế nào để phát triển dịch vụ ngân hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu của KH là mục tiêu chiến lược của bất kỳ ngân hàng nào. Do vậy, các quyết định liên quan đến phát triển dịch vụ đều phải dựa trên nhu cầu của khách hàng và xu hướng tiêu dùng của khách hàng. Nên việc tìm hiểu và thỏa mãn các nhu cầu của KH là điều rất quan trọng và mang ý nghĩa sống còn đối với các ngân hàng. Bên cạnh việc nhận biết các nhu cầu hiện tại, ngân hàng còn phải biết dự đoán các nhu cầu tương lai của KH, để có thể đưa ra những sản phẩm mới phù hợp với sự thay đổi của nhu cầu KH. Khi một sản phẩm mới được đưa ra thị trường phù hợp với thị hiếu, đáp ứng nhu cầu KH thì việc phát triển sản phẩm mới đó nhất định sẽ thành công.

Chính sách của chính phủ và các cơ quan quản lý Nhà nước:

Ngân hàng là một ngành kinh doanh đặc biệt quan trọng, là huyết mạch của nền kinh tế quốc gia. Do đó, ngân hàng luôn là đối tượng quản lý đặc biệt của bất kỳ chính phủ nào. Chính phủ quản lý thông qua hệ thống pháp luật, các chính sách. Một sự thay đổi về chính sách sẽ có những tác động nhất định đến hoạt động của ngân hàng, cũng như danh mục SPDV của họ.

Chính sách quản lý và điều hành của các cơ quan Nhà nước được coi là có tác động lớn tới hoạt động hệ thống ngân hàng, đặc biệt là với thị trường tài chính của nước ta đang trong giai đoạn phát triển. Bên cạnh đó, các điều kiện thể chế kinh tế - xã hội của nước ta là nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa dưới sự lãnh đạo của Đảng thì mọi hoạt động kinh tế nói chung cũng như sự vận động của thị trường tài chính nói riêng chịu ảnh hưởng lớn các chính sách kinh tế vĩ mô và hoạch định riêng theo chủ trương của Nhà nước. Vì vậy,

muốn phát triển bất kỳ một dịch vụ nào cũng cần có điều kiện pháp lý và sự hỗ trợ từ phía Chính phủ và các cơ quan hữu quan. Đây là một trong những điều kiện tiên quyết ảnh hưởng lớn tới mọi hoạt động dịch vụ của hệ thống ngân hàng

Đối thủ cạnh tranh:

Phân tích cạnh tranh là quá trình thu thập dữ liệu về sản phẩm, doanh số bán hàng và chiến lược tiếp thị của ĐTCT (tức là các doanh nghiệp khác trong cùng ngành). Các DN sử dụng dữ liệu đó để xác định điểm mạnh và điểm yếu của mình và khám phá các cơ hội tiềm năng. Phân tích đối thủ cạnh tranh có thể giúp ngân hàng hiểu được bối cảnh thị trường và đưa ra quyết định sáng suốt để cải thiện vị thế của ngân hàng trong ngành. Phân tích cạnh tranh là điều cần thiết đối với bất kỳ doanh nghiệp, loại hình kinh doanh nào muốn thành công trong một thị trường đông đúc và cạnh tranh. Bởi vì, thường xuyên tiến hành phân tích cạnh tranh có thể giúp ngân hàng: Hiểu thị trường và ngành; So sánh kết quả với hiệu suất của đối thủ cạnh tranh; Xác định những lỗ hổng trong chiến lược mà đối thủ cạnh tranh giải quyết; Phát triển các chiến lược và chiến thuật nhằm thúc đẩy đề xuất giá trị độc đáo ; Luôn cập nhật những thay đổi của thị trường để đạt được lợi thế cạnh tranh so với đối thủ cạnh tranh... từ đó đưa ra các quyết định đúng đắn nhất trong quá trình quản trị

1.5. Kinh nghiệm về phát triển dịch vụ NHBL của các NHTM và bài học rút ra cho Agribank

1.5.1. Một số kinh nghiệm phát triển dịch vụ NHBL của một số ngân hàng

Khi hoạt động ngân hàng bán lẻ phát triển, các chi nhánh tiếp tục đóng một vai trò quan trọng trong việc tương tác trực tiếp với khách hàng. Tuy nhiên, bản chất của các giao dịch chi nhánh đã chuyển sang các tương tác tư vấn, phức tạp hơn, nơi khách hàng đang tìm kiếm sự tiếp xúc của con người. Để mang lại trải nghiệm tuyệt vời, điều cần thiết là tất cả thành viên trong nhóm phải hiểu những gì họ có thể làm để đáp ứng và vượt quá mong đợi của khách hàng.

Trải nghiệm ngân hàng bán lẻ cho phép các ngân hàng hiểu cách khách hàng cảm nhận các tương tác của chi nhánh, xác định và nhân rộng những đổi

mới tạo ra khoảnh khắc “tuyệt vời” cho khách hàng và hiểu rõ hơn về những gì khách hàng đang tìm kiếm từ chi nhánh của họ. Các ngân hàng nhận được các cảnh báo, quy trình làm việc và bảng chỉ số được xây dựng sẵn, dành riêng cho vai trò, bao gồm các số liệu hiệu suất theo thời gian thực, để họ có thể tập trung vào tăng trưởng, phục hồi khách hàng và các dịch vụ tức thời. Dưới đây là một số ngân hàng cụ thể:

Kinh nghiệm của Citigroup: Citigroup từ một ngân hàng địa phương đã vươn lên với 4.600 chi nhánh toàn cầu, nắm giữ khoảng 300 tỷ USD tiền huy động cùng với sản phẩm thẻ Citi, một trong những thẻ tín dụng có giá trị thương hiệu và mức độ sử dụng mạnh nhất thế giới. Và doanh thu của Citi tới từ hoạt động bán lẻ. Kinh nghiệm của CitiBank trong phát triển DVNH là:

Dịch vụ khách hàng NHBL: Citi cung cấp cho KH một hệ thống các dịch vụ thể chấp tài chính cá nhân, khoản vay cá nhân, thẻ tín dụng, tài khoản tiền gửi và đầu tư, dịch vụ bảo hiểm nhân thọ và quỹ quản lý. Đặc biệt, trong dịch vụ thẻ tín dụng, Citi nghiên cứu và phát triển một loại thẻ tín dụng liên kết với các ngành công nghiệp khác như hàng không, bất động sản (Mortgage Minister Credit Card), golf (The Link Golf Card), thể thao như bóng đá (The Football Card) ...

Citi luôn tạo ra cách tiếp cận đến khách hàng cá nhân và DN rất khác biệt so với ĐTCT. Các sản phẩm mới được tạo ra trên cơ sở hiểu biết và nắm bắt rõ nhu cầu của khách hàng do đó các sản phẩm mà Citi thiết kế rất sáng tạo, linh hoạt và hoàn toàn phù hợp với nhu cầu KH.

Citi nâng cao số lượng kênh phân phối tự động, phát triển hệ thống giao dịch trực tuyến để giúp cho KH những điều kiện thuận lợi trong việc giao dịch với Citi như Phone banking, Contract center, Internet banking, ... Điều này đã mang lại khả năng cung cấp dịch vụ vượt trội mà không cần chi phí vốn quá lớn.

CitiBank tập trung vào việc nâng cao chất lượng phục vụ KH. Các nhân viên được tập huấn kỹ năng phục vụ KH chuyên nghiệp và bộ phận quản lý luôn

được nhắc nhở phải cung cấp cho KH những dịch vụ tốt nhất có thể. Điều này tạo nên uy tín cho CitiBank đối với KH.

Citi luôn xây dựng mối quan hệ lâu dài với KH thông qua chương trình Marketing trực tiếp với rất nhiều ý tưởng sáng tạo như cung cấp cho thành viên những chuyến du lịch, trò giải trí đặc biệt và hàng loạt các SPDV độc đáo khác. Ngoài ra, CitiBank còn thực hiện những chương trình quảng cáo và chương trình tài trợ để nâng cao việc quảng bá hình ảnh và tạo dựng thương hiệu cho mình.

CitiBank hoạch định được chiến lược phát triển dịch vụ NHBB, NHBL mang tầm dài hạn và luôn đề ra những lộ trình và cách thức để thực hiện một cách tốt nhất mục tiêu đã đề ra. Citi có chương trình đào tạo nhân viên mới bằng cách cho họ thay đổi luân chuyển trong mọi phòng/ban khác nhau trong thời gian đầu để cho nhân viên hiểu được căn kẽ mọi hoạt động của ngân hàng, tiềm năng và nguy cơ của từng bộ phận cũng như từng sản phẩm, từ đó, việc hợp tác giữa cá nhân, phòng/ban sẽ được thực hiện trôi chảy hơn, kết quả là ngân hàng sẽ có những giao dịch với KH tốt hơn

Kinh nghiệm của Ngân hàng HSBC – Anh: Ngân hàng HSBC được thành lập từ năm 1865, có trụ sở chính ở Luân Đôn, với gần 9.500 văn phòng hoạt động ở 76 quốc gia và vùng lãnh thổ. HSBC hoạt động với phương châm là tập đoàn lớn nhưng rất quan tâm đến việc phát triển hoạt động đến từng địa phương trên toàn thế giới, Với slogan “Ngân hàng toàn cầu am hiểu địa phương”.

HSBC rất quan tâm đến phát triển công nghệ thông tin ứng dụng trong ngân hàng. Đối với HSBC công nghệ là chìa khoá để nâng cao hiệu quả kinh doanh. Các sản phẩm dịch vụ NHBL chủ lực HSBC cung cấp: các sản phẩm thẻ, các sản phẩm cho vay tiêu dùng...

Cùng với đối tác là Oracle và IBM xây dựng các hệ thống thẩm định chuyên biệt cho cá nhân có tên GWS. Hệ thống này cùng với phần mềm vệ tinh đã thúc đẩy công tác thẩm định khách hàng cá nhân tại HSBC. Đối với những hồ sơ KH giản đơn, việc phê duyệt hoàn toàn tự động bởi hệ thống máy tính và việc phê duyệt thủ công chỉ thực hiện với các hồ sơ phức tạp.

HSBC Sử dụng nguồn nhân lực ở tất cả các quốc gia. Với quan điểm sử dụng nguồn nhân lực linh hoạt, nhạy bén nên việc triển khai công tác kinh doanh cũng như quản trị rủi ro và vận hành tại từng thị trường khác nhau đều có hiệu quả tích cực.

Những điểm nổi bật trong phát triển dịch vụ NHBL là: (1) Tập trung khai thác thẻ tín dụng, cho vay, các quỹ ủy thác đầu tư, bảo hiểm và nghiệp vụ ngân hàng ưu tiên. (2) Cung cấp các DVNH được đổi mới và các giải pháp tài chính cho cá nhân với triết lý là cung cấp giá trị với chi phí hợp lý nhằm đáp ứng các nhu cầu của khách hàng trong suốt cuộc đời họ. (3) Mang đến cho KH hàng loạt các điểm dịch vụ một cửa đáp ứng tất cả các yêu cầu về DVNH của KH và cung cấp cho khách hàng các DVNH phù hợp nhất với yêu cầu cá nhân của KH. (4) Thành lập một đội ngũ các nhà tư vấn đầu tư có nhiều kinh nghiệm có thể đáp ứng các giải pháp tư vấn đầu tư theo nhu cầu của khách hàng phù hợp với từng hoàn cảnh khác nhau.

Kinh nghiệm Standard Chartered - Singapore: Các ngân hàng ở Singapore từng bước xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ NHBL. Một trong những ngân hàng thành công về kinh doanh dịch vụ NHBL tại Singapore là ngân hàng Standard Chartered. Các ngân hàng ở Singapore đã khai thác sự phát triển của công nghệ trong việc triển khai DVBL tại các ngân hàng, theo thống kê đến nay có hơn 60% giao dịch của ngân hàng được thực hiện qua các kênh tự động. Những bài học kinh nghiệm trong việc kinh doanh dịch vụ NHBL đó là: (1) Hệ thống chi nhánh rộng lớn đã tạo điều kiện cho việc quản lý vốn hiệu quả, giúp cho các ngân hàng thành lập nên những quỹ tiền tệ cung cấp cho KH, điều này làm tăng thị phần của các ngân hàng ở Singapore. (2) Những sáng kiến quản lý tiền tệ đã cung cấp các dịch vụ giúp KH quản lý tốt tài chính của họ. (3) Thành lập mạng lưới kênh phân phối dịch vụ tự động như: máy nhận tiền gửi, Internet banking, Home banking, Phone banking, ... để phục vụ cho KH. Việc sử dụng các kênh tự động đã mang lại hiệu quả và tiện ích cho KH.

1.5.2. Bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại tại Việt Nam

Phát triển DVNHBL được xem là một xu hướng tất yếu của các NHTM Việt Nam trước tình hình hội nhập kinh tế tài chính thế giới. Trong lộ trình hội nhập của ngành tài chính ngân hàng, các ngân hàng nước ngoài có lợi thế về vốn và công nghệ sẽ dễ dàng chiếm lĩnh thị phần tài chính ngân hàng tại Việt Nam. Việc phát triển DVNHBL là xu hướng chung của ngân hàng trong khu vực và trên thế giới. Bởi lẽ, việc mở rộng phục vụ nhóm đối tượng là KH cá nhân và các DN vừa và nhỏ giúp ngân hàng đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng thị trường, quản lý rủi ro hữu hiệu hơn, điều này đã làm cho ngân hàng đạt hiệu quả kinh doanh tối ưu. Đúc kết những bài học kinh nghiệm của các ngân hàng ở trên đã mang lại bài học kinh nghiệm về dịch vụ NHBL cho các NHTM Việt Nam đó là:

Mở rộng và đa dạng hóa mạng lưới phục vụ khách hàng: Mở rộng mạng lưới hoạt động để nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng, tăng hiệu quả kinh doanh. Tuy nhiên, việc mở rộng mạng lưới hoạt động còn tùy thuộc vào chiến lược công nghệ, khả năng tiếp cận công nghệ thông tin của khách hàng. Ngoài ra, việc phát triển mạng lưới cần phải đi đôi với chiến lược phát triển khách hàng và khả năng khai thác hiệu quả thị trường; việc phát triển mạng lưới cũng nên rà soát lại những điểm giao dịch hoạt động không còn hiệu quả để cắt giảm chi phí.

Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ: Đa dạng hóa sản phẩm là điểm mạnh và mũi nhọn để phát triển dịch vụ NHBL, hình thành bộ phận nghiên cứu chuyên trách phát triển sản phẩm. Trong đó, tập trung vào những sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, có đặc điểm nổi trội trên thị trường nhằm tạo ra sự khác biệt trong cạnh tranh, tận dụng các kênh phân phối để đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng và phát triển tín dụng tiêu dùng.

Tăng cường hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng: Phần lớn đối tượng phục vụ của dịch vụ NHBL là cá nhân, do đó việc quảng bá, tiếp thị các SPDV đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có lợi cho ngân hàng và khách hàng. Tăng cường chuyển tải thông tin tới công chúng nhằm giúp khách hàng có thông tin cập nhật về năng lực và uy tín ngân hàng, hiểu biết cơ bản về dịch vụ NHBL, nắm được cách thức sử dụng và lợi ích của các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng.

Tiểu kết chương 1

Trước sức ép cạnh tranh từ tiến trình hội nhập các NHTM Việt Nam đang đứng trước những thách thức và cơ hội rất lớn. Sự đổi mới hướng đầu tư của các NHTM để phù hợp với tình hình kinh tế cụ thể là bước đi cần thiết và quan trọng. Và phát triển DVNHBL là một lựa chọn thông minh. Nhận thức được vai trò của dịch vụ phi tín dụng trong việc mang lại nguồn thu ổn định, an toàn hơn cho các NHTM. Đồng thời, sự phát triển DVNHBL có vai trò rất quan trọng, quyết định sự tồn tại của ngân hàng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Chương 1 đã khái quát những vấn đề cơ sở lý luận về NHTM và DVBL, các nhân tố tác động đến DVBL cũng như tính tất yếu phải đẩy mạnh hoạt động bán lẻ tại các NHTM ở Việt Nam. Để phát triển DVBL, chương 1 đã đưa ra những nội dung phát triển DVBL cũng như các tiêu chí đánh giá sự phát triển của DVBL. Đồng thời, chương 1 cũng nêu được những bài học kinh nghiệm của một số ngân hàng trên thế giới và rút ra những bài học kinh nghiệm cho Agribank Nam Sách trong lĩnh vực phát triển DVBL. Các nội dung trình bày ở chương 1 là cơ sở lý luận cần thiết để nghiên cứu các chương tiếp theo của luận văn

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI AGRIBANK - CHI NHÁNH HUYỆN NAM SÁCH

2.1. Khái quát về Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách.

2.1.1. Giới thiệu chung về Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách

❖ Thông tin giới thiệu

Tên đầy đủ: NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI NHÁNH NAM SÁCH TỈNH HẢI DƯƠNG

Tên giao dịch: AGRIBANK NAM SÁCH – HẢI DƯƠNG

Tên tiếng anh: VIETNAM BANK FOR AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT NAM SACH – HAI DUONG

Tên viết tắt: AGRIBANK

Mã số thuế: 0100686174-115

Ngày hoạt động: 09/07/2013

Logo:



Hình 2.1. Logo Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

(Nguồn: Website Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn)

Địa chỉ: Đường Hùng Vương, Thị Trấn Nam Sách, Huyện Nam Sách, Tỉnh Hải Dương, Việt Nam

Số điện thoại: 02203754405

Slogan: Mang phồn thịnh đến khách hàng

Mục tiêu:

Agribank xác định mục tiêu xây dựng Ngân hàng hiện đại và hội nhập, hướng tới ngân hàng số, NHBL; chuyển đổi thành NHTM cổ phần, quản trị điều

hành và hoạt động theo hướng thông lệ quốc tế; phần đầu đứng trong Top 100 ngân hàng lớn nhất khu vực châu Á về quy mô tài sản; hoạt động an toàn, hiệu quả; giữ vững vị trí chủ lực trên thị trường tài chính nông nghiệp, nông thôn, thực hiện hiệu quả Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia, góp phần tích cực vào sự nghiệp đổi mới, phát triển và hội nhập của đất nước và Ngành Ngân hàng trong các giai đoạn tiếp theo.

❖ Lịch sử hình thành và phát triển

Agribank Hải Dương II tiền thân là Agribank chi nhánh Sao Đỏ được thành lập theo Quyết định số 1007/QĐ-HĐTV-TCTL ngày 18/9/2017 của Chủ tịch Hội đồng thành viên Agribank. Agribank Hải Dương II có địa bàn quản lý hoạt động gồm thành phố Chí Linh, thị xã kinh Môn, huyện Nam Sách, huyện Kim Thành với 13 điểm giao dịch gồm: 01 Hội sở, 05 Chi nhánh loại II: Nam Sách, Kim Thành, Kinh Môn, Phả Lại, Đại Tân; 07 Phòng Giao dịch trực thuộc. Thời điểm thành lập, Agribank Hải Dương II có tổng quy mô nguồn vốn và dư nợ đạt 12.891 tỷ đồng (Trong đó, nguồn vốn đạt 8.182 tỷ đồng; dư nợ đạt 4.709 tỷ đồng).

Ngân Hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương là chi nhánh cấp 2 thuộc Ngân Hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam.

Phạm vi hoạt động: Chủ yếu trên địa bàn huyện Nam Sách tỉnh Hải Dương. Quyết định số 56/QĐ tháng 8 năm 1988 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam đã ra đời góp phần tích cực vào sự nghiệp phát triển kinh tế, kiềm chế lạm phát, ổn định tiền tệ, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế đất nước. Với quy mô hoạt động trên 2.564 chi nhánh Ngân hàng từ tỉnh đến huyện, Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam có vị trí là ngân hàng quản lý. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Chi nhánh huyện Nam Sách là một trong 2.564 chi nhánh của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, đóng vai trò tạo nguồn vốn, cung cấp các hình thức dịch vụ Ngân hàng, đáp ứng các nhu cầu tín dụng của các thành phần kinh tế trên địa

bàn, góp phần thực hiện các mục tiêu, chương trình, giải pháp Thống đốc Ngân hàng Nhà nước đề ra; định hướng phát triển kinh doanh của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam và công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

❖ Văn hóa ngân hàng

Bản sắc văn hóa Agribank: "Trung thực, Kỷ cương, Sáng tạo, Chất lượng, Hiệu quả".

Agribank Trung thực:

- Thẳng thắn: Cán bộ, viên chức Agribank thống nhất giữa suy nghĩ và hành động, thẳng thắn, dám nói, dám làm, dám chịu trách nhiệm, nói đi đôi với làm.

- Chân thành, thật thà, nghiêm túc: Mọi suy nghĩ, hành động của cán bộ, viên chức Agribank đều xuất phát từ sự chân thành, thật thà, nghiêm túc trong suy nghĩ và ứng xử.

- Minh bạch: Phản ánh đúng sự thật, công khai, rõ ràng, tạo dựng sự tin tưởng.

Agribank Kỷ cương:

- Cán bộ, viên chức Agribank nghiêm túc chấp hành đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nội quy, quy chế của Agribank, góp phần xây dựng Nhà nước pháp quyền Xã hội chủ nghĩa ngay trong chính Agribank.

- Tuân thủ các nội quy, quy chế, quy định, quy trình nghiệp vụ, cơ chế quản lý từ Trụ sở chính tới các chi nhánh, đảm bảo nguyên tắc tập trung, thống nhất, kỷ cương trong quản trị điều hành.

- Hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao, có ý thức trách nhiệm cao trong công việc, chấp hành nghiêm túc chỉ đạo của cấp trên.

- Tuân thủ các quy tắc đạo đức nghề nghiệp và các chuẩn mực đạo đức xã hội.

Agribank Sáng tạo:

- Cán bộ, viên chức Agribank chủ động, không ngừng học hỏi nâng cao nhận thức về chuyên môn, nghiệp vụ và vận dụng sáng tạo kiến thức mới vào thực tiễn, hoàn thành tốt chức trách và nhiệm vụ được giao.

- Chịu khó nghiên cứu tìm tòi, phát huy sáng kiến cải tiến, ứng dụng khoa học - công nghệ tiên tiến, cải cách thủ tục hành chính nhằm đem lại lợi ích tối đa cho khách hàng, đối tác, cộng đồng và cho chính Agribank.

- Cán bộ, viên chức Agribank được tạo điều kiện thuận lợi để phát huy năng lực, sở trường, sáng kiến, cải tiến đem lại hiệu quả thiết thực cho Agribank và cho khách hàng, đối tác của Agribank.

Agribank Chất lượng:

- Cán bộ, viên chức Agribank luôn hoàn thiện, nâng cao chất lượng SPDV ngân hàng, tạo ra nhiều SPDV có chất lượng và tính cạnh tranh cao; Phong cách làm việc chuyên nghiệp.

- Triển khai các công việc đảm bảo đúng yêu cầu, quy trình, tiêu chuẩn quy định. Chất lượng công việc là thước đo trình độ và cống hiến của mỗi cán bộ, viên chức Agribank.

Agribank Hiệu quả:

Cán bộ, viên chức Agribank lấy hiệu quả làm mục tiêu, không ngừng nâng cao năng suất, chất lượng công việc được giao.

Đặc trưng văn hóa Agribank:

Agribank Gắn kết:

- Cán bộ, viên chức Agribank gắn bó, trung thành với sự nghiệp Agribank; tự hào là một thành viên trong Đại gia đình Agribank.

- Mỗi đơn vị là một "mắt xích" liên kết chặt chẽ hệ thống; cùng nhau chia sẻ, chung sức, chung lòng vì sự nghiệp phát triển bền vững của Agribank. Mỗi cá nhân là một "mắt xích" của tập thể luôn tương trợ, bổ sung cho nhau cùng chung sức xây dựng tập thể đoàn kết vững mạnh.

Agribank Thân thiện:

- Cán bộ, viên chức Agribank thân thiện trong giao tiếp, chân thành trong mỗi cử chỉ, lời nói, hành động.

- Gần gũi, cởi mở, thân tình và chia sẻ với đồng nghiệp, KH và cộng đồng.

Agribank Nghĩa tình:

- Agribank quan tâm, chăm lo đến đời sống vật chất, tinh thần của cán bộ, viên chức. - Cán bộ, viên chức Agribank sống có nghĩa, có tình, quan tâm, chia sẻ, trách nhiệm với xã hội, với cộng đồng.

- Thế hệ đi sau biết ơn, ghi nhớ, biết kế thừa và phát huy thành quả, đóng góp của các thế hệ đi trước. Thế hệ đi trước quan tâm, tạo điều kiện, dìu dắt thế hệ đi sau.

Agribank Địa phương:

- Agribank luôn đồng hành cùng sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; gắn bó mật thiết với cấp ủy, chính quyền và các tổ chức chính trị - xã hội tại địa phương.

- Cán bộ, viên chức Agribank am hiểu văn hóa, tôn trọng phong tục, tập quán địa phương; mỗi cán bộ, viên chức Agribank là một "Đại sứ" cho truyền thống, văn hóa và đặc trưng của mỗi vùng, miền nơi công tác, sinh sống.

Agribank Tam nông:

Ra đời vì nông nghiệp, nông dân, nông thôn; đồng hành phát triển cũng chính từ "Tam nông", Agribank gắn bó và nỗ lực hết mình vì sự nghiệp phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn Việt Nam.

Vì sao chúng tôi xây dựng và thực hiện Văn hóa Agribank?

- Để Văn hóa DN trở thành nguồn sức mạnh nội lực trong kinh doanh.

- Để Văn hóa Doanh nghiệp trở thành giải pháp quản trị điều hành, góp phần củng cố uy tín, nâng cao vị thế của Agribank trong nước và quốc tế.

- Để Văn hóa DN trở thành phẩm chất, đạo đức, nếp sinh hoạt và làm việc của công nhân viên chức, trở thành truyền thống của Agribank, củng cố niềm tin bền vững của khách hàng, chiếm lĩnh thị phần, mở rộng thị trường, nâng cao sức

cạnh tranh về chất lượng của các dịch vụ sản phẩm trên thị trường trong nước và quốc tế.

Chúng tôi xây dựng và thực hiện Văn hóa Agribank như thế nào?

- Đúng pháp luật Việt Nam và công ước quốc tế, kế thừa và phát huy truyền thống văn hoá Việt Nam đậm đà bản sắc dân tộc, hội nhập với các nền Văn hóa Doanh nghiệp tiên tiến trong khu vực và quốc tế theo đúng chủ trương, định hướng chỉ đạo của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước và Agribank.

- Có tính thống nhất, tính khoa học, tính kế thừa, tính thực tiễn và tính phát triển, phù hợp với nhịp độ của Agribank; Có các chương trình, phương án cụ thể triển khai thực hiện Văn hóa Doanh nghiệp xác định rõ mục đích, yêu cầu, kế hoạch, giải pháp thực hiện đảm bảo thiết thực, chất lượng, tiết kiệm, hiệu quả.

- Thường xuyên tổ chức kiểm tra, giám sát, sơ kết, tổng kết đánh giá, bình xét thi đua khen thưởng về việc xây dựng Văn hóa Doanh nghiệp.

❖ Nhiệm vụ và chức năng của Chi nhánh Nam Sách

Nhiệm vụ của Ngân hàng Agribank Nam Sách.

Trở thành đối tác tài chính được lựa chọn và đáng tin cậy nhất của khách hàng nhờ khả năng cung cấp các dịch vụ tài chính đa dạng và dựa trên cơ sở luôn coi khách hàng là trọng tâm.

Luôn tạo dựng cho cán bộ nhân viên môi trường làm việc tốt nhất với nhiều cơ hội phát triển năng lực, đóng góp giá trị và tạo dựng sự nghiệp thành đạt.

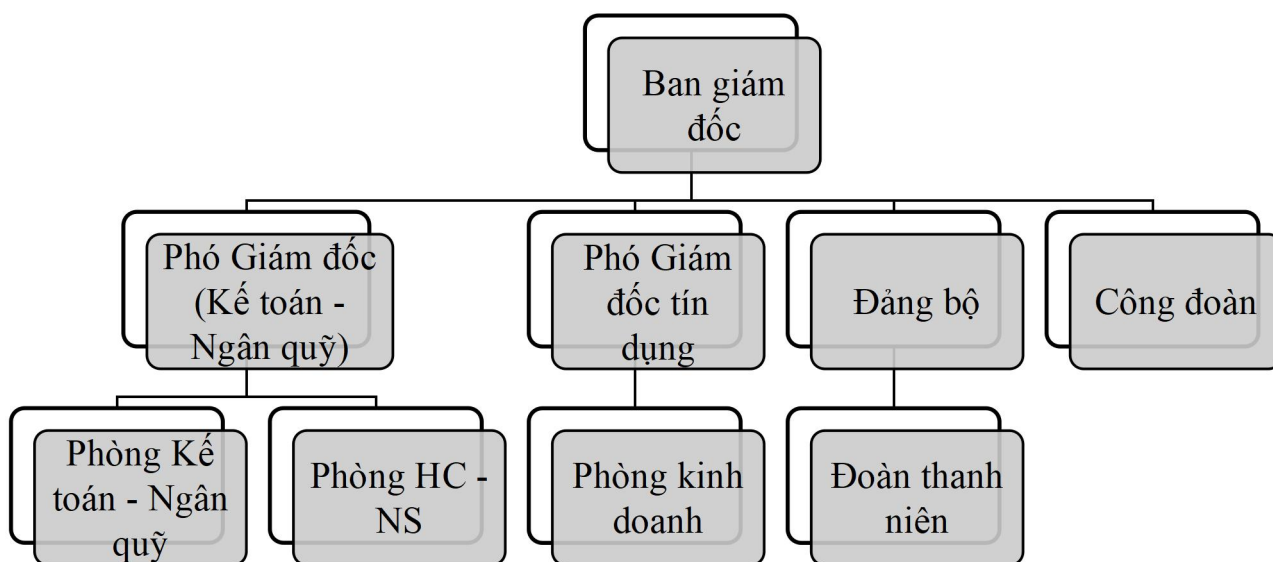
Mang lại cho khách hàng những lợi ích hấp dẫn, lâu dài thông qua việc triển khai một chiến lược phát triển kinh doanh mạnh song song với việc áp dụng các thông lệ quản trị doanh nghiệp và quản lý rủi ro chặt chẽ theo tiêu chuẩn quốc tế.

Chức năng của Agribank Chi nhánh Nam Sách: Ngân hàng có chức năng kinh doanh tiền tệ, tín dụng và các dịch vụ Ngân hàng đối với khách hàng trong nước, nước ngoài; thực hiện tín dụng tài trợ vì mục tiêu kinh tế - xã hội, phát

triển cơ sở hạ tầng chủ yếu cho Nông nghiệp và Nông thôn; làm dịch vụ uỷ thác tín dụng, đầu tư cho Chính phủ và các chủ đầu tư...

2.1.2. Một số đặc điểm cơ bản của Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách

❖ Cơ cấu tổ chức



Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương

(Nguồn: Phòng HC – NS Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương thiết lập cơ cấu tổ chức theo chức năng, trong mỗi bộ phận đảm nhận một chức năng nhất định. Mỗi phòng ban được bố trí lượng nhân lực có trình độ, kinh nghiệm phù hợp để thực hiện nhiệm vụ của mình. Đây là loại hình tổ chức khá phổ biến ở Việt Nam. Tổ chức theo loại hình tổ chức này sẽ giúp cho quá trình làm việc của các phòng ban được liền mạch, dễ dàng kết nối và hỗ trợ cho các phòng ban khác trong quá trình làm việc.

- Ưu điểm của hình thức tổ chức này: Bộ máy đơn giản, tốn ít chi phí vận hành, quản lý. Tính chuyên môn hóa cao, mỗi phòng ban thực hiện chức năng, nhiệm vụ riêng của mình, hiệu quả hoàn thành công việc cao.

- Nhược điểm: Đôi khi các bộ phận phối hợp không nhịp nhàng khiến chi phí vận hành tăng

❖ Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

Ban Giám đốc: thực hiện quyền và nghĩa vụ của chi nhánh theo quy định theo quy định quy chế tổ chức và hoạt động của chi nhánh. Chịu trách nhiệm trước Giám đốc Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Hải Dương, trước pháp luật về hoạt động kinh doanh và các mục tiêu, nhiệm vụ, các hoạt động của chi nhánh.

Tổ chức đào tạo, cán bộ của chi nhánh để nâng cao trình độ chuyên môn đáp ứng nhu cầu nhiệm vụ. Bố trí sắp xếp đánh giá, quy hoạch, nâng lương, bổ nhiệm, khen thưởng, kỷ luật cán bộ Chi nhánh theo thẩm quyền được Giám đốc Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Hải dương quy định

Chịu trách nhiệm các Hội đồng thi đua khen thưởng, Hội đồng nâng bậc lương, Hội đồng kỷ luật, Hội đồng tín dụng, Hội đồng xử lý nợ.

Phó giám đốc: phụ trách kế toán ngân quỹ

Phó giám đốc: phụ trách kinh doanh ký duyệt cho vay theo mức phán quyết do giám đốc ủy quyền.

Các phòng ban bao gồm:

Phòng kinh doanh: Chịu sự quản lý trực tiếp, có trách nhiệm thi hành các quyết định của ban giám đốc chi nhánh, tham mưu cho ban giám đốc công tác chỉ đạo điều hành hoạt động tín dụng và tổ chức thực hiện nhiệm vụ kinh doanh đạt hiệu quả.

Có nhiệm vụ kiểm tra, xem xét, thẩm định khách hàng, và đề xuất cho vay đối với các dự án vay vốn. Lựa chọn các biện pháp cho vay có hiệu quả, an toàn, và chỉ đạo các hoạt động kinh doanh chung của toàn huyện.

Phòng kế toán ngân quỹ: Tham mưu cho ban giám đốc chiến lược, kế hoạch sản xuất kinh doanh, quản lý tài chính kế toán, ngân quỹ trong chi nhánh. Hướng dẫn, kiểm tra chuyên đề tài chính, kế toán, ngân quỹ. Thực hiện các nghiệp vụ kế toán phát sinh trong ngày như: thu, chi tiền mặt, cho vay thu nợ, thanh toán chuyển tiền... đáp ứng các nhu cầu của khách hàng. Đồng thời làm nhiệm vụ quản lý và sử dụng các quỹ chuyên dùng của ngân hàng.

Phòng hành chính nhân sự: Có trách nhiệm trợ giúp cho các cán bộ quản lý và lãnh đạo thực hiện các hoạt động quản lý nguồn nhân lực trong tổ chức.

Trực tiếp triển khai, thực hiện các nghiệp vụ về quản trị nhân sự, công tác hậu cần trong chi nhánh. Thực hiện hướng dẫn và kiểm tra chuyên đề về quản trị nhân sự trong chi nhánh.

Quản lý (sắp xếp, lưu trữ, bảo mật) hồ sơ cán bộ.

Quản lý thông tin (lưu trữ, bảo mật, cung cấp...) và lập báo cáo liên quan đến nhiệm vụ của phòng theo quy định. Chịu trách nhiệm về xuất nhập công cụ lao động cho từng phòng ban.

Mỗi phòng có một chức năng nhiệm vụ riêng nhưng có cùng tinh thần đoàn kết, ý thức trách nhiệm cao bảo đảm cho hoạt động kinh doanh của Chi nhánh Agribank Nam Sách ngày một ổn định và vững chắc, đời sống nhân viên ngày càng được nâng cao.

Như vậy, với bộ máy gọn nhẹ, đội ngũ cán bộ nhân viên Ngân hàng có trình độ, Chi nhánh Nam Sách chiếm lĩnh một thị trường đáng kể trên địa bàn, xây dựng mối quan hệ gắn bó với khách hàng truyền thống, tạo cơ sở vững chắc cho Ngân hàng phát huy sức mạnh tổng hợp tạo niềm tin đối với khách hàng.

Bộ máy tổ chức Đảng:

Là Đảng bộ cơ sở trực thuộc Đảng bộ huyện Nam Sách tỉnh Hải Dương.

Bộ máy tổ chức Công đoàn:

Công đoàn chi nhánh là bộ máy tổ chức đoàn thể hoạt động bên cạnh bộ máy chính quyền, là công đoàn cơ sở trực thuộc công đoàn Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Hải Dương hoạt động theo thật công đoàn.

Bộ máy tổ chức Đoàn thanh niên.

Đoàn thanh niên hoạt động theo Điều lệ đoàn thanh niên bên cạnh bộ máy chính quyền. Đoàn thanh niên các đơn vị hoạt động trên địa bàn trực thuộc Đoàn thanh niên khối các cơ quan Huyện Nam Sách tỉnh Hải Dương.

❖ Đặc điểm nhân lực Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương

Bảng 2.1. Bảng thống kê nhân sự năm 2022 – Agribank Nam Sách Hải Dương

Đặc điểm nhân lực	Nam	Nữ	Tổng	Tỷ lệ %/Tổng nhân lực
I. Số lượng lao động toàn đơn vị	32	26	58	100
II. Đảng viên	18	10	28	48,27%
III. Cán bộ lãnh đạo				
1. Giám đốc	1	0	1	1,72%
2. Phó giám đốc	2	0	2	3,44%
3. Trưởng phòng	3	3	6	10,34%
4. Phó phòng	4	2	6	10,34%
5. Tham gia cấp ủy Đảng cơ sở	2	5	7	12,07%
6. Tham gia ban chấp hành công đoàn	4	1	5	8,62%
IV. Độ tuổi				
Dưới 40 tuổi	7	15	22	37,93%
Trên 40 tuổi	25	11	36	62,07%
V. Trình độ				
Trên Đại học	10	5	15	25,86%
Đại học/ Cao đẳng	13	14	27	46,55%
Trung cấp trở xuống	9	7	16	27,59%
VI. Trình độ Vi tính				
A	20	17	37	63,79%
B	12	9	21	36,21%
VII. Trình độ ngoại ngữ				
Cấp 6	15	14	29	50%
Cấp 5	12	5	17	29,31%
Cấp 4	5	7	12	20,69%

(Nguồn: Phòng HC – NS Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Dựa trên bảng thống kê trên có thể thấy nhân sự nam tại Ngân hàng đang chiếm đa số với số lượng 32/58. Các vị trí quan trọng như Giám đốc, Phó Giám đốc, Trưởng phòng, Phó phòng số lượng nam cũng chiếm nhiều hơn nữ. Tuy nhiên, tình hình tham gia cấp ủy Đảng cơ sở của nữ lại nhiều hơn nhưng hoạt động công đoàn nhân sự nam lại hăng hái hơn nhân sự nữ.

Về trình độ học vấn, tỷ lệ nhân viên học Đại học/ Cao đẳng chiếm tỷ lệ cao nhất (46,55%), sau đó là tới Trung cấp trở xuống (27,59%) và cuối cùng là Trên đại học (25,86%).

Xét về trình độ vi tính của cán bộ, công nhân viên có cấp A chiếm tỷ lệ cao hơn cấp B là 27,58%. Cuối cùng là trình độ ngoại ngữ, tỷ lệ nhân viên đạt Cấp 6 chiếm tỷ lệ cao nhất (50%), sau đó là tới Cấp 5 (29,31%) và cuối cùng là Cấp 4 (20,69%)

2.2. Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Agribank - Chi nhánh Huyện Nam Sách

2.2.1. Thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ

Với nền tảng là một ngân hàng hiện đang được đánh giá cao về uy tín và hiệu quả trên thị trường và với tiềm năng về tương lai trong phát triển DVNHBL trong thời gian qua, Agribank Nam Sách cũng đã đạt được một số kết quả đáng khả quan trong kinh doanh DVNHBL.

2.2.1.1 Mở rộng quy mô tín dụng bán lẻ của ngân hàng

Bảng 2.2. Hoạt động cho vay DN của ngân hàng giai đoạn 2020-2022

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2020		Năm 2021		Năm 2022		Chênh lệch 2021/2020		Chênh lệch 2022/2021	
	Số tiền	TT (%)	Số tiền	TT (%)	Số tiền	TT (%)	Số tiền	Tỉ lệ (%)	Số tiền	Tỉ lệ (%)
Tổng dư nợ	5,055	100 %	5,521	100 %	5,912	100 %	466	9.22%	391	7.08%
Trong đó cho vay DN	4,822	100 %	3,912	100 %	3,894	100 %	- 910	- 18.87%	-18	- 0.46%
Nợ xấu DN	0	0.00 %	4	0.10 %	0	0.00 %	4	0.00%	-4	-100%

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Qua bảng trên ta thấy tổng dư nợ của Ngân hàng năm 2020 là 5,055 tỷ đồng, năm 2021 là 5,521 tỷ đồng, năm 2022 là 5,912 tỷ đồng. Như vậy so với năm trước tổng dư nợ năm 2021 tăng 466 tỷ đồng, với tỷ lệ tăng là 9.22%, còn

năm 2022 tăng 391 tỷ đồng, với tỷ lệ tăng 7.08%. Đặc biệt là nợ xấu doanh nghiệp là không có vào năm 2020 và năm 2022, chỉ có nợ xấu doanh nghiệp xảy ra vào năm 2021 là 4 tỷ đồng. Theo như năm 2020, dư nợ cho vay của doanh nghiệp đạt được 4,822 tỷ đồng chiếm tỷ lệ 95.39%. Qua năm 2021, dư nợ cho vay của doanh nghiệp là 3,912 tỷ đồng chiếm tỷ lệ 70.86%. Tới năm 2022, dư nợ cho vay của doanh nghiệp là 3,894 tỷ đồng chiếm 65.87%. So với năm 2020 thì năm 2021 dư nợ cho vay của doanh nghiệp giảm 910 tỷ đồng với tỷ lệ giảm là 18.87%. So với năm 2021 thì năm 2022 dư nợ cho vay doanh nghiệp tiếp tục giảm 28 tỷ đồng với tỷ lệ giảm là 0.46%

Nguyên nhân khiến phát sinh nợ xấu, chủ yếu là do: Người đi vay quên trả nợ dẫn đến chậm trả cả gốc và lãi; Người đi vay mất khả năng thanh toán, mất khả năng trả nợ khi đến hạn do không kiểm soát được số tiền hoặc sử dụng nguồn vốn vay không phù hợp; Người vay không quan tâm đến thời hạn thanh toán, coi thường việc nộp chậm phí phạt..

Tóm lại, để tránh tình trạng nợ xấu gây khó khăn cho việc vay vốn sau này, ngân hàng nên tự đánh giá lại khả năng trả nợ của mình để quyết định xem mình có đủ điều kiện để trả khoản nợ đó trong tương lai theo thời gian quy định trong hợp đồng hay không. Đồng thời, ngân hàng cũng nên lập kế hoạch cụ thể về lịch trả nợ để tránh những trường hợp bất ngờ có thể xảy ra. Hơn nữa, khi nhận được khoản vay, ngân hàng cũng nên sử dụng vốn vay một cách hợp lý để giúp trả nợ nhanh chóng.

Cuối cùng, ngân hàng cần lưu ý thêm về thời hạn thanh toán các khoản nợ theo quy định trong hợp đồng. Nếu vì bất kỳ lý do gì mà khách hàng không thể trả nợ đúng hạn, ngân hàng cũng nên có chính sách phòng ngừa thích đáng.

(1). Hoạt động cho vay DN theo thời hạn cho vay của ngân hàng

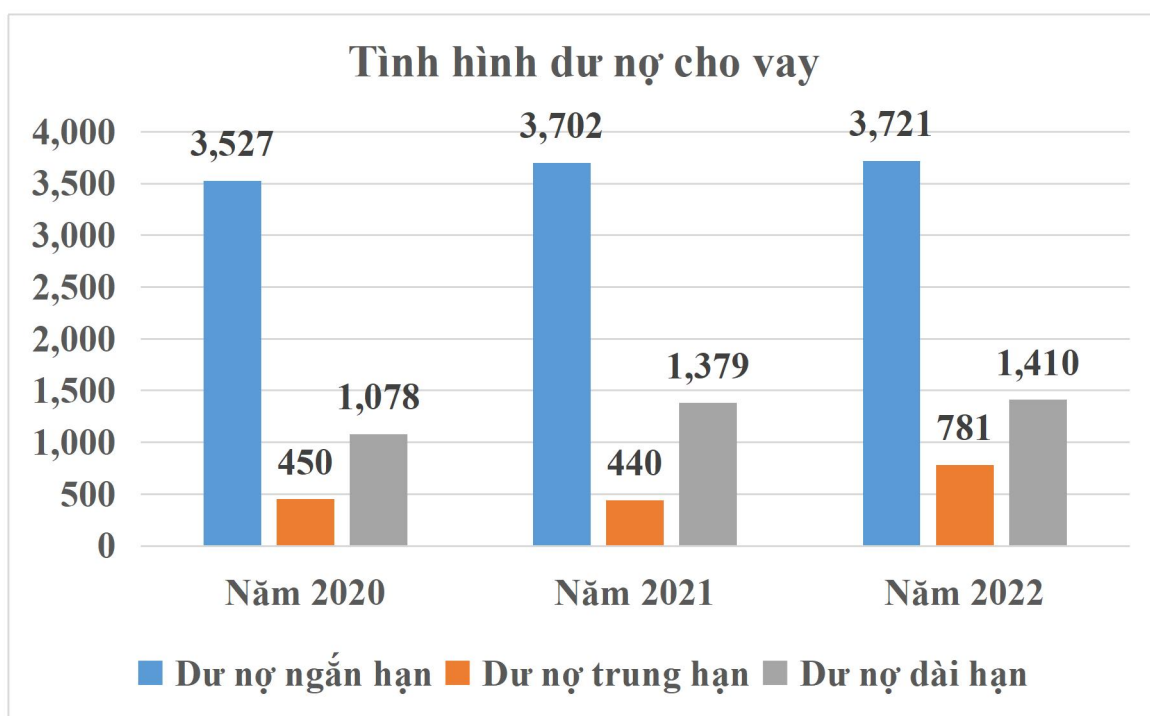
Về dư nợ cho vay: Tình hình biến động dư nợ cho vay doanh nghiệp theo thời hạn thể hiện qua bảng và hình dưới đây:

Bảng 2.3. Dư nợ cho vay DN tại ngân hàng giai đoạn 2020-2022

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2020		Năm 2021		Năm 2022		Chênh lệch 2021/2020		Chênh lệch 2022/2021	
	Số tiền	TT (%)	Số tiền	TT (%)	Số tiền	TT(%)	Số tiền	Tỉ lệ (%)	Số tiền	Tỉ lệ (%)
Dư nợ ngắn hạn	3,527	69.77%	3,702	67.05%	3,721	62.94%	175	4.96%	19	0.51%
Dư nợ trung hạn	450	8.90%	440	7.97%	781	13.21%	-10	-2.22%	341	77.50%
Dư nợ dài hạn	1,078	21.33%	1,379	24.98%	1,410	23.85%	301	27.92%	31	2.25%

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agirbank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)



Hình 2.3. Tình hình dư nợ theo thời hạn cho vay của ngân hàng

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agirbank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Dựa vào bảng số và hình trên cho thấy dư nợ cho vay ngắn hạn năm 2020 đạt 3,527 tỷ đồng, năm 2021 là 3,702 đồng, năm 2022 là 3,721 tỷ đồng. So với

năm trước thì dư nợ cho vay ngắn hạn năm 2021 tăng 175 tỷ đồng ứng tỷ lệ tăng là 4.96%, năm 2022 tăng 19 tỷ đồng với tỷ lệ tăng là 3.78%. Bên cạnh đó, dư nợ trung hạn năm 2020 đạt 450 tỷ đồng, năm 2021 là 440 tỷ đồng, năm 2022 là 781 tỷ đồng. So với năm trước thì dư nợ cho vay trung hạn giảm 10 tỷ đồng ứng với tỷ lệ là 2.22%, nhưng đến năm 2022 tăng lên đến 341 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ 77.5%. Cuối cùng là dư nợ dài hạn, năm 2020 đạt được 1,078 tỷ đồng, năm 2021 là 1,379 tỷ đồng, năm 2022 là 1,410. So với năm trước thì dư nợ cho vay dài hạn năm 2021 tăng 301 tỷ đồng ứng với 27.92%, đến năm 2022 chỉ tăng 31 tỷ đồng ứng với tỷ lệ 2.25%.

Nhìn chúng ta có thể thấy được phần lớn doanh nghiệp vay chủ yếu là ngắn hạn để phục vụ vốn lưu động cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

(2). Hoạt động dư nợ cho vay DN theo loại tiền vay của ngân hàng

Từ bảng ở dưới ta có thể thấy dư nợ nội tệ năm 2020 là 4,779 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ cao nhất là 79.19%, dư nợ ngoại tệ là 433 tỷ đồng với tỷ lệ 7.18%, dư nợ cho vay phục vụ nông thôn nông nghiệp là 822.5 tỷ đồng với tỷ lệ là 13.63%. Năm 2021, dư nợ nội tệ là 5,027 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ 74.19%, dư nợ ngoại tệ là 496 tỷ đồng chiếm 7,32%, dư nợ cho vay phục vụ nông nghiệp nông thôn là 1,253 tỷ đồng với tỷ lệ là 18,49%. Cuối cùng là năm 2022, dư nợ nội tệ là 5,461 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ 85,46%, dư nợ ngoại tệ là 441 tỷ đồng chiếm 6.9%, dư nợ cho vay phục vụ nông nghiệp nông thôn là 488 tỷ đồng với tỷ lệ là 7.64%. So với năm 2020 thì năm 2021 dư nợ cho vay nội tệ tăng 248 tỷ đồng với tỷ lệ tăng là 5.19%, còn dư nợ ngoại tệ tăng 63 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 14.55 %, còn dư nợ cho vay phục vụ nông thôn nông nghiệp tăng 430.5 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ tăng 52.34%. So với năm 2021 thì năm 2022 dư nợ nội tệ tiếp tục tăng 434 tỷ đồng với tỷ lệ tăng là 8.63% còn dư nợ ngoại tệ giảm 55 tỷ đồng với tỷ lệ giảm 11.09%, dư nợ cho vay nông thôn bất thường giảm 765 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ giảm 61.05%.

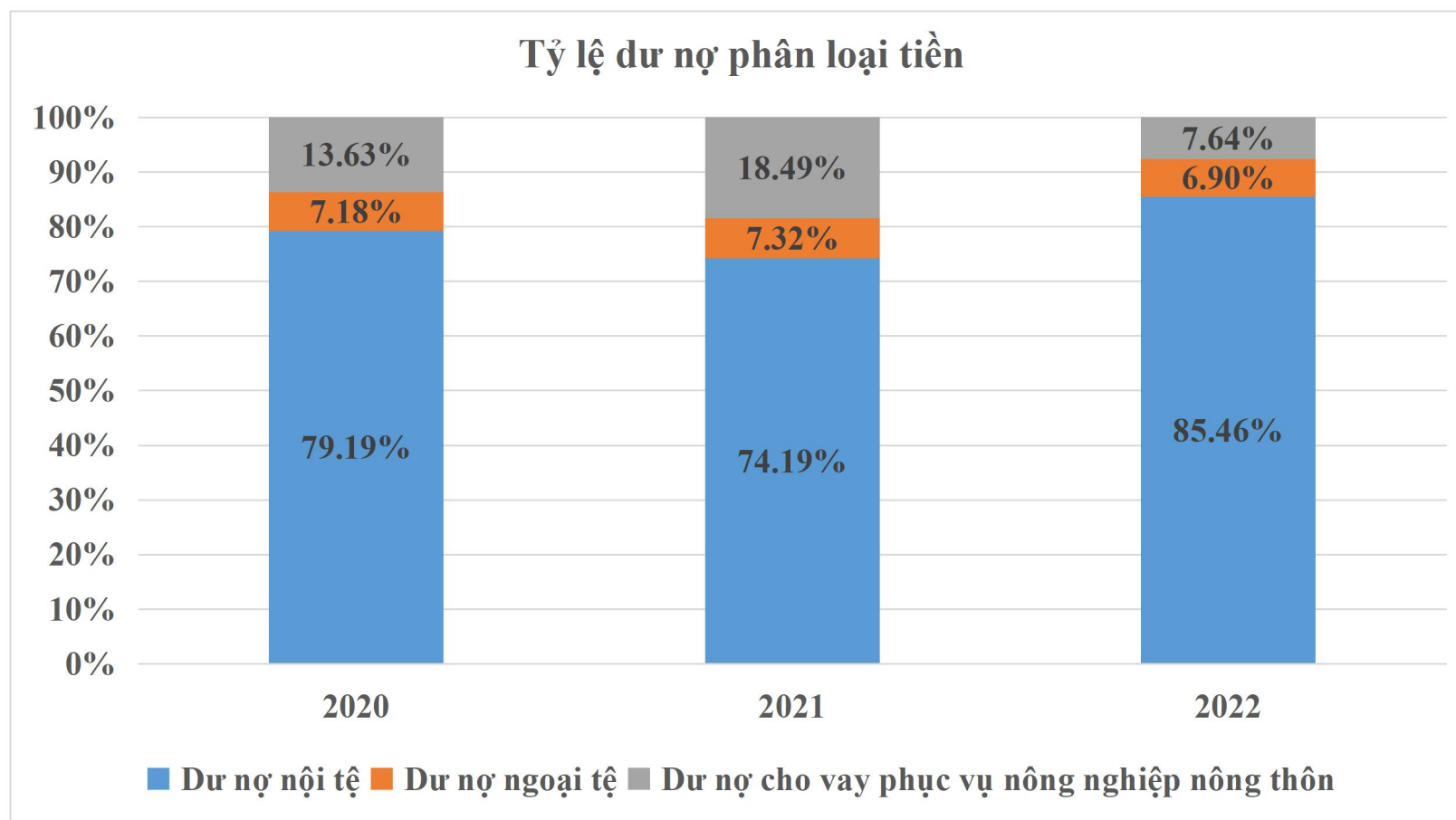
Để tìm hiểu khách hàng doanh nghiệp sử dụng loại tiền vay nào cho hoạt động của mình thì bảng sau đây sẽ nêu rõ.

Bảng 2.4. Bảng dư nợ phân loại tiền vay

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2020		Năm 2021		Năm 2022		Chênh lệch 2021/2020		Chênh lệch 2022/2021	
	Số tiền	TT (%)	Số tiền	TT (%)	Số tiền	TT(%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Dư nợ nội tệ	4779	79.19%	5027	74.19%	5461	85.46%	248	5.19%	434	8.63%
Dư nợ ngoại tệ	433	7.18%	496	7.32%	441	6.90%	63	14.55%	-55	-11.09%
Dư nợ cho vay phục vụ nông nghiệp nông thôn	822.5	13.63%	1253	18.49%	488	7.64%	430.5	52.34%	-765	-61.05%
Tổng	6034.5	100%	6776	100%	6390	100%	741.5	12.29%	-386	-5.70%

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agirbank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)



Hình 2.4. Tỷ lệ dư nợ phân loại tiền

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Nhìn chung đồng nội tệ chiếm chủ yếu thị phần ở trong bảng trên. Kết hợp với việc Agribank xuất thân từ ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn vì mục tiêu giúp nông thôn phát triển nên một phần dư nợ cho vay có phục vụ cho việc phát triển nông thôn là hợp lý

2.2.1.2 Mở rộng quy mô huy động vốn bán lẻ của ngân hàng

Nhận thức rõ tầm quan trọng của nguồn vốn huy động tại chỗ, đó là nguồn vốn chủ yếu để đảm bảo hoạt động kinh doanh của ngân hàng, nên ban giám đốc đã chỉ đạo tăng cường tuyên truyền, quảng cáo dưới các hình thức khác nhau, nâng cao trách nhiệm của cán bộ, nhân viên trong ngân hàng, đặt lợi ích cũng như sự thuận lợi của khách hàng lên hàng đầu và được khách hàng tin tưởng. Chính vì lẽ đó, uy tín của ngân hàng ngày càng nâng cao, số dư tiền gửi được tăng lên. Trong năm qua, quỹ đã phục vụ hàng ngàn lượt khách hàng đến gửi tiền và thanh toán nhanh chóng, thuận lợi, góp phần chủ động nguồn vốn trong hoạt động.

Đến 31/12/2020 Ngân hàng có số dư tiền gửi đạt: 252.672.400.000 đồng, tăng so với cuối năm 2019 là 62.742.890.000 đồng đạt 133.03% kế hoạch. (Vốn huy động chiếm tỷ trọng 86.02% tổng nguồn vốn):

+ Doanh số gửi vào: 300.435.307.000 đồng tăng 28,87% so với năm 2019.

+ Doanh số rút ra: 237.692.417.000 đồng tăng 14,94% so với năm 2019

Đến 31/12/2021 Ngân hàng có số dư tiền gửi đạt: 273.620.010.000 đồng, tăng so với cuối năm 2020 là 92.947.610.000 đồng đạt 108.29% kế hoạch. (Vốn huy động chiếm tỷ trọng 92.67 % tổng nguồn vốn).

+ Doanh số gửi vào: 342.765.468.000 đồng tăng 14.01% so với năm 2020

+ Doanh số rút ra: 249.817.858.000 đồng tăng 5,1% so với năm 2020

Đến 31/12/2022 Ngân hàng có số dư tiền gửi đạt: 285.479.355.000 đồng, tăng so với cuối năm 2020 là 71.859.346.000 đồng đạt 133.64% kế hoạch. (Vốn huy động chiếm tỷ trọng 96.55 % tổng nguồn vốn).

+ Doanh số gửi vào: 336.555.184.000 đồng giảm 1.81% so với năm 2021.

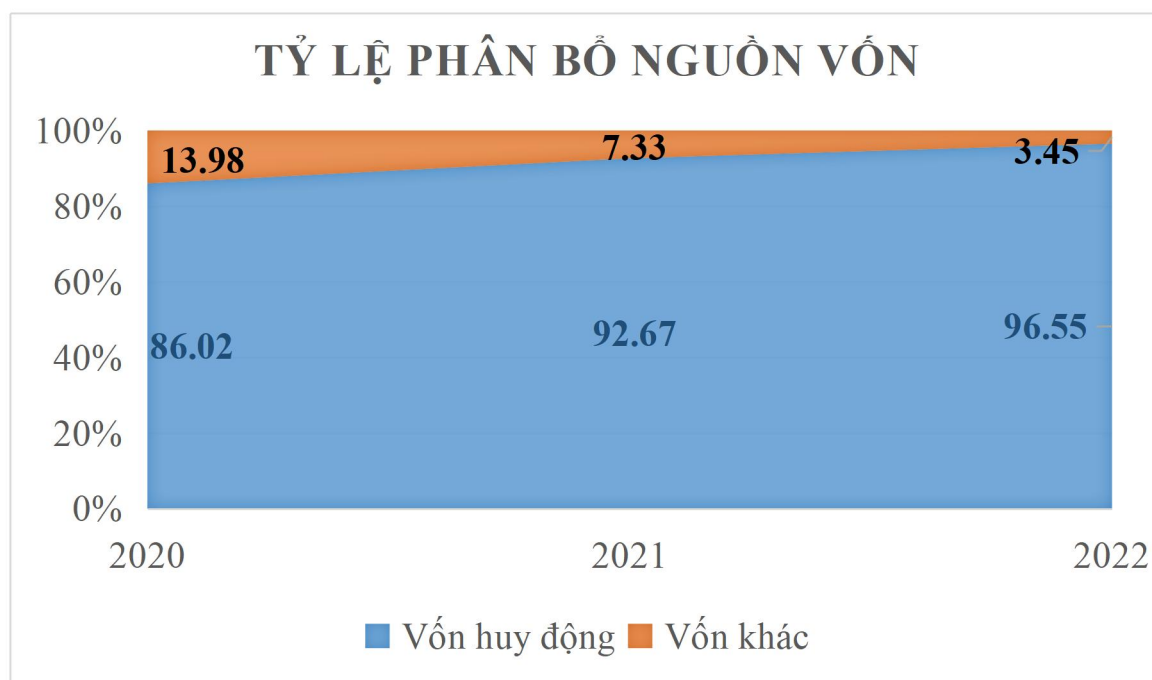
+ Doanh số rút ra: 264.695.838.000 đồng tăng 5.91% so với năm 2021

Hoạt động huy động vốn được phân bổ như sau:

Bảng 2.5. Bảng phân bổ nguồn vốn 2020-2022

STT	Phân theo ngành nghề	Tổng vốn	Vốn huy động	Vốn khác
2020	Dư tiền	252.672.400.000	217.341.953.120	5.330.446.880
	Tỷ trọng (%)	100	86.02	13.98
2021	Dư tiền	273.620.010.000	253.575.807.179	6.044.202.821
	Tỷ trọng (%)	100	92.67	7.33
2022	Dư tiền	285.479.355.000	275.641.006.600	6.838.348.400
	Tỷ trọng (%)	100	96.55	3.45

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)



Hình 2.5. Tỷ lệ phân bổ nguồn vốn (2020-2022)

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Lãi suất huy động được điều chỉnh hợp lý so với các NHTM trên địa bàn và phù hợp với tình hình thực tế của đơn vị. Với nguồn vốn huy động tại chỗ, trong đó có một phần từ tiền gửi của các thành viên, Ngân hàng đã đáp ứng được nhu cầu vay vốn của thành viên, còn một phần tiền gửi tại Agribank chi nhánh Kim Thành - Hải Dương theo quy định của NHNN và bảo đảm khả năng thanh khoản

2.2.1.3 Dịch vụ thanh toán

Với hệ thống công nghệ thông tin tiên tiến, các dịch vụ thanh toán, chuyển tiền được xử lý nhanh chóng, chính xác đã tạo nền tảng cho sự phát triển của Agribank. Trên cơ sở hoàn thành triển khai và đưa vào sử dụng trong toàn hệ thống Agribank hệ thống Corebanking - SIBS, hoạt động công nghệ thông tin đã được triển khai đồng bộ, có nhiều bước tiến vững chắc, đáp ứng yêu cầu xu thế phát triển công nghệ thông tin chung và hội nhập. Agribank tiếp tục đẩy mạnh phát triển các dịch vụ hỗ trợ hoạt động ngân hàng bán lẻ, tăng vị thế của Agribank trong việc mở rộng kết nối thanh toán với các định chế tài chính, là ngân hàng đầu tiên triển khai mở rộng thanh toán song phương với bảo hiểm xã hội trên phạm vi toàn quốc với các định chế tài chính quan trọng như Kho bạc Nhà nước, Hải quan...; Ứng dụng BPM trong phát triển chương trình Quản lý luân chuyển hồ sơ phần mềm, ứng dụng Robotics RPA trong nhiều hoạt động tác nghiệp giúp tăng năng suất lao động và rút ngắn thời gian thực hiện. Hoạt động thanh toán trong nước, thanh toán quốc tế của Ngân hàng nhanh chóng và an toàn đáp ứng đầy đủ nhu cầu thanh toán của khách hàng với thu phí từ dịch vụ thanh toán giai đoạn 2020 - 2022 tăng qua các năm. Sự tăng trưởng của hoạt động thanh toán chứng tỏ uy tín, chất lượng dịch vụ của Agribank Nam Sách ngày càng được củng cố, hệ thống khách hàng ngày càng mở rộng

Dịch vụ thanh toán tại Agribank Nam Sách có nhiều hình thức khác nhau như: việc chuyển tiền, hàng hóa hoặc dịch vụ để đổi lấy hàng hóa, dịch vụ theo tỷ lệ chấp nhận được đã được các bên liên quan thỏa thuận trước đó. Thanh toán có thể được thực hiện dưới hình thức dịch vụ trao đổi, tiền mặt, séc, chuyển khoản ngân hàng, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ hoặc tiền điện tử....

Các loại thanh toán như:

Thẻ tín dụng

Ngày nay, thẻ tín dụng được sử dụng rộng rãi trong việc mua bán và thanh toán. Thẻ tín dụng hoạt động bằng cách cung cấp cho người dùng một dòng nợ mà một cá nhân có thể rút tín dụng đến một giới hạn nhất định. Khi bạn cố gắng

sử dụng thẻ tín dụng, thông tin tài khoản của bạn sẽ được gửi đến ngân hàng thương mại. Sau đó, NHTM nhận được ủy quyền từ mạng thẻ tín dụng để xử lý giao dịch.

Nhiều doanh nghiệp chấp nhận thẻ tín dụng, mặc dù nhiều doanh nghiệp chấp nhận thẻ sẽ tính phí từ người bán cung cấp máy móc và cơ sở hạ tầng thanh toán cũng như tổ chức tài chính của họ. Phí này thường là tỷ lệ phần trăm của số tiền giao dịch và/hoặc phí cố định cho mỗi lần thanh toán

Ưu điểm

Giúp một cá nhân xây dựng lịch sử tín dụng có thể được sử dụng để thực hiện nhiều giao dịch mua lớn hơn trong tương lai

Giảm rủi ro vì việc mang theo một thẻ nhựa dễ dàng hơn thay vì tiền mặt

Tạo cơ hội doanh thu thông qua phần thưởng và dặm bay

Trì hoãn khi một cá nhân thực sự có nhu cầu sử dụng vốn cá nhân để thanh toán cho một việc gì đó

Nhược điểm

Tạo ra khả năng mở rộng tín dụng quá mức và gánh chịu những khoản nợ không thể trả được

Tính phí xử lý của nhiều người bán, khiến việc mua hàng trở nên tốn kém hơn các phương pháp khác

Tính lãi cao (~15% đến ~25% APY) đối với số dư chưa thanh toán

Tác động tiêu cực đến báo cáo tín dụng khi mở quá nhiều thẻ

Thẻ ghi nợ

Thẻ ghi nợ có thể trông giống thẻ tín dụng nhưng cơ chế cơ bản của chúng hoàn toàn khác. Khi thẻ ghi nợ được sử dụng, tiền sẽ được rút ngay lập tức từ tài khoản của một cá nhân. Thay vì có hạn mức tín dụng mà bạn có thể rút vượt quá số tiền bạn đã lưu, các giao dịch bằng thẻ ghi nợ có thể bị từ chối nếu bạn không có đủ tiền trong tài khoản của mình.

Thẻ ghi nợ có nhiều ưu điểm như thẻ tín dụng vì miếng nhựa nhỏ dễ mang theo, được nhiều người bán chấp nhận rộng rãi và có nhiều mức độ chống gian

lận khác nhau. Tuy nhiên, thẻ ghi nợ thường có ít cơ hội khuyến mãi hơn và có thể dẫn đến phí xử lý nếu bạn vô tình cố gắng rút tiền từ tài khoản của mình.

Ưu điểm

Giúp cá nhân giao dịch dễ dàng hơn thông qua việc rút tiền ATM hoặc mua hàng như nhiều công ty lớn

Thông thường không có phí thường niên hoặc chi phí giao dịch miễn là bạn có tiền trong tài khoản của mình

Không khuyến khích chi tiêu vượt mức bằng cách chỉ cho phép chi tiêu tối đa số dư tài khoản

Không tính lãi vì tất cả các khoản thanh toán đều được thực hiện bằng tiền của người chi tiêu

Nhược điểm

Thường có mức độ bảo vệ gian lận hạn chế ở mức tối đa số tiền hoặc khoảng thời gian nhất định

Giới hạn khả năng chi tiêu trong số dư tài khoản của bạn, không cho phép số tiền chi tiêu cao hơn cho các tình huống khẩn cấp hoặc nhu cầu cao

Tính phí thấu chi thông qua một số ngân hàng khi bạn cố gắng rút nhiều tiền hơn số tiền có sẵn trong tài khoản của mình

Đừng xây dựng điểm tín dụng của bạn vì không có khoản tín dụng nào được sử dụng

Tiền mặt

Tiền mặt vẫn được sử dụng cho nhiều doanh nghiệp, chẳng hạn như ngành bán lẻ. Ví dụ, các quán cà phê và cửa hàng tiện lợi vẫn chấp nhận thanh toán bằng tiền mặt. Xem xét các khoản phí liên quan đến thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng, nhiều doanh nghiệp nhỏ bán lẻ thích thanh toán bằng tiền mặt hơn từ khách hàng của họ. Tiền mặt có nhược điểm riêng là nó có thể bị mất, bị đánh cắp hoặc bị phá hủy. Các doanh nghiệp kinh doanh các giao dịch lớn thường phải chịu thêm chi phí để chi trả cho các biện pháp bảo mật liên quan như vận chuyển an toàn hoặc phát hiện gian lận.

Ưu điểm

Loại bỏ tất cả các khoản phí ẩn vì không có chi phí giao dịch khi giao dịch bằng tiền mặt

Quản lý chi tiêu vì bạn chỉ có thể chi tiêu tối đa bất kỳ hóa đơn thực tế nào

Hỗ trợ lập ngân sách để dễ dàng hình dung mình phải chi bao nhiêu tiền

Loại bỏ nhu cầu truy cập Internet hoặc công nghệ

Nhược điểm

Không xây dựng điểm tín dụng của bạn vì không sử dụng tín dụng nào

Phát sinh phí ATM khi rút tiền mặt tại ATM

Có nguy cơ bị trộm cắp cao hơn vì tiền mặt thường thuộc sở hữu của người cầm tờ giấy (bất kỳ ai sở hữu tờ giấy)

Không lưu giữ hồ sơ chi tiêu như các phương tiện kỹ thuật số khác

Điện thoại di động

Công nghệ thanh toán không tiếp xúc nổi lên trong những năm gần đây đã giúp việc thanh toán trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết. Máy thẻ tín dụng hoặc thẻ ghi nợ được gọi là thiết bị đầu cuối điểm bán hàng (POS) có thể đọc thông tin ngân hàng của khách hàng thông qua ứng dụng phần mềm được cài đặt trên thiết bị di động. Khi điện thoại đọc thông tin từ thiết bị đầu cuối POS, tín hiệu sẽ được tạo để thông báo cho khách hàng rằng khoản thanh toán đã được thực hiện.

Để thanh toán di động hoạt động, người thanh toán phải có thiết bị di động cao cấp hơn có khả năng giao tiếp trường gần (NFC). Sau đó, người dùng cần thiết lập ví di động để chứa thông tin thẻ hiện có của họ. Ngân hàng phát hành thẻ tín dụng của bạn thường phải phê duyệt nền tảng thanh toán mới và người nhận thanh toán phải có khả năng chấp nhận thanh toán di động.

Ưu điểm

Cho phép giao dịch rất nhanh (chỉ cần chạm đơn giản bằng điện thoại thông minh của bạn và xác thực là tất cả những gì cần thiết)

Thúc đẩy an ninh tài chính thông qua các ứng dụng thanh toán di động được mã hóa

Tăng cường hơn nữa tính bảo mật thông qua yêu cầu xác thực sinh trắc học trên thiết bị di động

Không yêu cầu người dùng mang theo hàng hóa bổ sung (miễn là họ thường mang theo điện thoại bên mình)

Nhược điểm

Vẫn là một hình thức thanh toán mới nổi nên không phải lúc nào nó cũng được chấp nhận.

Chỉ được hỗ trợ bởi một số loại điện thoại di động.

Liên kết nhiều tài sản với nhau; nếu bạn mất quyền truy cập vào điện thoại do bị trộm hoặc hết pin, bạn không thể thực hiện thanh toán.

Có thể yêu cầu người trả tiền sử dụng ứng dụng cụ thể tại những địa điểm cụ thể (tức là các cửa hàng Apple chỉ có thể chấp nhận Apple Pay)

Séc

Séc đã không còn được ưa chuộng trong những năm qua do những tiến bộ trong công nghệ, cho phép thanh toán được gửi bằng điện tử. Tuy nhiên, có những trường hợp séc có thể hữu ích, chẳng hạn như khi người bán muốn được đảm bảo thanh toán. Séc thu ngân ngân hàng hoặc séc được chứng nhận là hai loại séc mà ngân hàng cung cấp để giúp người bán nhận được số tiền nợ từ người mua.

Séc được liên kết với tài khoản ngân hàng của người trả tiền. Mỗi séc chứa số định tuyến của ngân hàng (mã gồm chín chữ số để xác định tổ chức tài chính) cũng như số tài khoản của bạn. Khi séc được viết, người thụ hưởng gửi séc, gửi giao dịch đến đơn vị bù trừ. Đơn vị bù trừ thực hiện các thay đổi phù hợp đối với tài khoản của mỗi bên.

Ưu điểm

Tính phí thấp hoặc không mất phí (ngoài chi phí kiểm tra giấy và tem để thanh toán qua thư)

Cung cấp sự bảo vệ vì séc phải có chữ ký của người nhận, người này thường phải xuất trình ID trước khi thanh toán

Tạo bằng chứng thanh toán qua giấy tờ

Nhược điểm

Có thể tốn kém tùy thuộc vào cách đặt hàng và phân phối sổ séc một cách an toàn cho người trả tiền

Dẫn đến thời gian xử lý lâu hơn vì tiền không được chuyển cho đến khi người nhận thanh toán séc

Vẫn dễ bị lừa đảo; nếu ngân hàng gửi tiền không yêu cầu ID, séc gian lận chỉ yêu cầu một chữ ký giả mạo.

Chuyển tiền điện tử

Chuyển khoản ngân hàng và thanh toán ACH (Automatic Clearing House) thường được sử dụng cho các khoản thanh toán lớn hơn hoặc thường xuyên hơn mà séc hoặc thẻ tín dụng sẽ không phù hợp. Ví dụ: thanh toán từ nhà sản xuất đến nhà cung cấp thường được thực hiện thông qua chuyển khoản ngân hàng, đặc biệt nếu đó là thanh toán quốc tế. Khoản thanh toán ACH thường được sử dụng để gửi trực tiếp tiền lương cho nhân viên của công ty.

Mặc dù cả hai đều là chuyển tiền điện tử, nhưng ACH và chuyển khoản ngân hàng là khác nhau. ACH chỉ hoạt động trong nước và thường mất một hoặc nhiều ngày làm việc để xử lý đầy đủ. Dây thường được xử lý trong cùng ngày nhưng có giới hạn về vị trí. Ngoài ra, ACH thường có thể được đảo ngược, trong khi thanh toán bằng dây là vĩnh viễn sau khi giao dịch được bắt đầu.

Ưu điểm

Có thể giúp người nhận tiền nhận được tiền nhanh hơn các phương pháp khác

Có thể được thiết lập như một khoản thanh toán tự động cho giao dịch định kỳ

Cho phép điều tra, tranh chấp các giao dịch gian lận

Nhược điểm

Yêu cầu người trả tiền phải có sẵn tiền để giải ngân ngay lập tức
Có thể không phục hồi được đối với một số loại EFT nhất định
Có thể dẫn đến phí hoặc chi phí giao dịch cao hơn

Tiền điện tử

Tiền kỹ thuật số hoặc mã thông báo là một cách tiếp cận hiện đại hơn để tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch. Tiền đề rất đơn giản: một người sở hữu tiền kỹ thuật số có thể gửi tiền xu hoặc mã thông báo đến bất kỳ địa chỉ nào trên blockchain. Blockchain có khả năng hợp đồng thông minh có thể can thiệp logic để tự động rút hoặc chuyển số tiền cụ thể dựa trên các điều kiện cơ bản.

Việc sử dụng rộng rãi tiền điện tử vẫn còn ở giai đoạn sơ khai, đặc biệt khi so sánh với các hệ thống thanh toán khác ở trên. Tuy nhiên, tiền điện tử có lợi thế là chỉ cần kết nối Internet để thực hiện thanh toán; miễn là cả hai bên đều có ví kỹ thuật số trên cùng một mạng thì các khoản thanh toán có thể được thực hiện.

Ưu điểm

Không yêu cầu sử dụng tài khoản ngân hàng; hỗ trợ chỉ cần có kết nối Internet

Có thể dễ dàng cung cấp loại tiền kỹ thuật số ưa thích của người nhận bằng cách hoán đổi tiền xu/mã thông báo trong một sàn giao dịch tập trung hoặc phi tập trung

Có thể dẫn đến xử lý thanh toán rất nhanh

Nhược điểm

Không có giá trị ổn định và có thể dẫn đến mất vốn

Yêu cầu hiểu biết kỹ thuật vừa phải về cách gửi tiền; việc gửi không chính xác có thể dẫn đến mất tiền.

Không phải là một phương tiện thanh toán được chấp nhận rộng rãi so với các phương thức thanh toán khác

2.2.1.4 Dịch vụ ngân hàng điện tử

Trong bối cảnh tài chính số hóa hiện nay, các ngân hàng đang ngày càng chuyển dịch dịch vụ của mình trực tuyến, cung cấp cho khách hàng quyền truy cập vào các dịch vụ ngân hàng khác nhau. Nó bao gồm mọi thứ từ các khoản vay và thẻ ghi nợ/thẻ tín dụng đến các giải pháp tài chính kỹ thuật số được cá nhân hóa.

Ngân hàng điện tử đang đi đầu trong quá trình chuyển đổi này. Sử dụng mạng viễn thông và điện tử, ngân hàng điện tử cung cấp nhiều loại sản phẩm và dịch vụ tài chính. Dưới đây là một số khía cạnh khác nhau của ngân hàng điện tử, cung cấp những hiểu biết sâu sắc về ý nghĩa, loại hình và tính năng của ngân hàng điện tử và hoạt động.

Ngân hàng điện tử là cuộc cách mạng hóa ngân hàng truyền thống bằng cách tích hợp công nghệ vào các dịch vụ tài chính. Sự phát triển kỹ thuật số này cho phép khách hàng sử dụng các dịch vụ ngân hàng một cách thuận tiện thông qua internet bằng ứng dụng ngân hàng trực tuyến hoặc ứng dụng di động. Ngân hàng điện tử mở rộng khả năng tiếp cận, cung cấp một cách thức liền mạch và thuận tiện cho các cá nhân quản lý tài chính của họ từ xa. Ngân hàng điện tử bao gồm nhiều loại dịch vụ, bao gồm giao dịch trực tuyến, quản lý tài khoản và các sản phẩm tài chính kỹ thuật số, từ đó đưa dịch vụ ngân hàng đến tận tay người tiêu dùng. Sự xuất hiện của công nghệ và số hóa trong ngân hàng đã làm phát sinh nhiều loại hình ngân hàng điện tử:

Loại hình ngân hàng điện tử

Ngân hàng trực tuyến:

Ngân hàng trực tuyến trao quyền cho khách hàng quản lý tài khoản của họ một cách liền mạch. Với nền tảng trực tuyến, người dùng có thể dễ dàng truy cập tài khoản của mình, xem hoạt động, thanh toán và thực hiện giao dịch.

Ngân hàng di động:

Được thiết kế để mang lại sự thuận tiện khi di chuyển, dịch vụ ngân hàng di động mang dịch vụ ngân hàng đến tận tay khách hàng. Với điện thoại thông

minh hoặc các thiết bị di động khác, người dùng có thể truy cập tài khoản, xem hoạt động, thanh toán và chuyển tiền một cách dễ dàng.

Ngân hàng ATM:

Ngân hàng ATM mở rộng phạm vi hoạt động của ngân hàng điện tử. Khách hàng có thể truy cập tài khoản, xem hoạt động, thanh toán và chuyển tiền một cách thuận tiện thông qua máy rút tiền tự động (ATM).

Gửi tiền trực tiếp:

Tiền gửi trực tiếp đơn giản hóa việc quản lý thu nhập. Người dùng có thể nhận được tiền lương, trợ cấp của chính phủ hoặc thu nhập khác được gửi trực tiếp vào tài khoản ngân hàng của họ, giúp đơn giản hóa các giao dịch tài chính.

Chuyển tiền điện tử (EFT):

Nó rất hữu ích cho thanh toán điện tử và chuyển tiền, cung cấp phương tiện nhanh chóng và an toàn cho khách hàng để quản lý tài chính của họ.

Thanh toán hóa đơn điện tử:

Chi nhánh ngân hàng điện tử này cho phép khách hàng thanh toán hóa đơn điện tử, cung cấp một cách thuận tiện và hiệu quả để quản lý các nghĩa vụ tài chính.

Đầu tư trực tuyến:

Đối với những người mạo hiểm tham gia vào thị trường tài chính, đầu tư trực tuyến trong ngân hàng điện tử cho phép khách hàng mua cổ phiếu, trái phiếu và quỹ tương hỗ một cách thuận tiện thông qua các nền tảng trực tuyến.

Tính năng và lợi ích của ngân hàng điện tử:

Các tính năng chính

Quản lý tài khoản

Ngân hàng điện tử cho phép người dùng quản lý dễ dàng các tài khoản khác nhau từ một nền tảng trực tuyến duy nhất, bao gồm tài khoản vãng lai và tài khoản tiết kiệm, thẻ tín dụng và khoản vay.

Chuyển tiền

Một tính năng quan trọng khác của ngân hàng điện tử là nó cho phép chuyển tiền nhanh chóng và an toàn thông qua các chế độ NEFT, RTGS, IMPS hoặc UPI.

Thanh toán hóa đơn

Ngân hàng trực tuyến đơn giản hóa việc thanh toán hóa đơn, cho phép người dùng thanh toán hóa đơn điện nước, thanh toán bằng thẻ tín dụng, trả nợ vay, nạp tiền điện thoại di động trực tuyến, v.v.

Tuyên bố và cảnh báo trực tuyến

Ngân hàng điện tử cung cấp quyền truy cập vào sao kê tài khoản trực tuyến, loại bỏ nhu cầu sao kê bằng giấy.

Lợi ích chính

Chuyển tiền

Ngân hàng điện tử cung cấp dịch vụ chuyển tiền nhanh chóng giữa các tài khoản, đảm bảo hiệu quả và thuận tiện mà không cần đến ngân hàng thực tế.

Sẵn sàng 24/7

Với khả năng tiếp cận 24/7, ngân hàng điện tử cho phép người dùng quản lý tài khoản của mình và thực hiện các giao dịch một cách thuận tiện từ mọi nơi.

Dễ dàng hoạt động

Giao diện thân thiện với người dùng và các hướng dẫn có sẵn giúp nền tảng ngân hàng điện tử dễ dàng điều hướng, đảm bảo trải nghiệm ngân hàng liền mạch và đơn giản.

Sự tiện lợi

Ngân hàng điện tử loại bỏ nhu cầu đến ngân hàng thực tế, mang lại cho người dùng sự linh hoạt để thực hiện giao dịch từ mọi nơi và mọi lúc, do đó tiết kiệm thời gian.

Theo dõi hoạt động

Người dùng có thể theo dõi hoạt động tài khoản của mình theo thời gian thực, đạt được khả năng hiển thị và kiểm soát tài chính của họ bằng các tính năng như lịch sử giao dịch và cập nhật số dư tài khoản.

Dịch vụ ngân hàng điện tử trực tuyến

Ngân hàng di động (M-banking)

M-banking tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch tài chính thông qua thiết bị di động, cho phép người dùng thực hiện chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, ứng dụng tín dụng, kiểm tra số dư và các giao dịch khác qua điện thoại thông minh.

Hệ thống thanh toán bù trừ điện tử (ECS)

Một giải pháp sáng tạo dành cho những người bận rộn, ECS tự động ghi nợ hóa đơn thẻ tín dụng hoặc khoản vay EMI từ tài khoản tiết kiệm của người dùng, loại bỏ những lo ngại về các khoản thanh toán bị bỏ lỡ hoặc trễ hạn.

Chuyển tiền điện tử (EFT)

EFT cho phép chuyển tiền điện tử giữa cá nhân và nhiều tài khoản, trong hoặc giữa các tổ chức tài chính, sử dụng hệ thống dựa trên máy tính mà không cần sự can thiệp trực tiếp của nhân viên ngân hàng.

Ngân hàng trực tuyến

Ngân hàng trực tuyến, có thể truy cập cả ngày lẫn đêm, cho phép người dùng thực hiện các giao dịch thông thường, hỏi về số dư, ngừng thanh toán và thậm chí đăng ký thẻ tín dụng hoặc khoản vay thông qua ngân hàng truyền thống hoặc trực tuyến.

Ý nghĩa của ngân hàng điện tử

Dành cho khách hàng cá nhân

Hiệu quả chi phí

Ngân hàng điện tử hợp lý hóa các giao dịch, tiết kiệm thời gian và tiền bạc cho khách hàng mà không cần phải đến chi nhánh thường xuyên.

Không có rào cản địa lý

Ngân hàng điện tử loại bỏ các hạn chế về địa lý, cho phép giao dịch liền mạch từ mọi nơi.

Sự tiện lợi

Khách hàng có thể truy cập tài khoản của mình 24/7, quản lý tài chính nhanh chóng và linh hoạt

Dành cho doanh nghiệp

Hiệu quả nâng cao

Ngân hàng điện tử tự động hóa các công việc thường ngày, nâng cao năng suất kinh doanh và tạo điều kiện cho các hoạt động được thông suốt.

Giảm chi phí

Ngân hàng trực tuyến cắt giảm chi phí liên quan đến các dịch vụ tài chính khác nhau, mang lại khoản tiết kiệm đáng kể cho doanh nghiệp.

Giảm lỗi

Ngân hàng điện tử giảm thiểu sai sót trong giao dịch, đảm bảo tính chính xác và ngăn ngừa những sai sót có thể gây tổn kém.

Phòng chống gian lận

Cải thiện khả năng hiển thị giao dịch thông qua ngân hàng điện tử đóng vai trò ngăn chặn các hoạt động gian lận.

Dành cho ngân hàng

Chi phí giao dịch thấp hơn

Giao dịch điện tử mang lại hiệu quả về mặt chi phí cho ngân hàng, góp phần nâng cao hiệu quả tài chính.

Ngăn chặn lỗi

Việc chuyển tiếp thông tin điện tử sẽ loại bỏ nguy cơ sai sót của con người trong các quy trình ngân hàng.

Giảm bớt thủ tục giấy tờ

Hồ sơ kỹ thuật số giúp giảm bớt thủ tục giấy tờ, đơn giản hóa các quy trình nội bộ và phù hợp với các mục tiêu về môi trường.

Lòng trung thành của khách hàng

Các ngân hàng cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử thuận tiện sẽ thúc đẩy lòng trung thành và sự hài lòng của khách hàng cao hơn.

Hệ thống ngân hàng điện tử mang lại sự thay đổi đáng kể trong cách chúng ta xử lý tiền bằng công nghệ. Nhờ sự ra mắt của dịch vụ ngân hàng điện tử hoàn toàn mới này, số lượng khách hàng cá nhân đăng ký sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng Agribank Nam Sách tăng lên đáng kể.

2.2.1.5 Dịch vụ thẻ

Agribank có hệ thống rộng khắp ở 64 tỉnh thành, mạng lưới phục vụ được trải dài từ Bắc đến Nam, đây là lợi thế rất lớn cho Agribank Nam Sách phát triển dịch vụ thẻ. Trong những năm gần đây thì số lượng khách hàng cá nhân mở tài khoản tại Agribank Nam Sách cũng dần tăng qua các năm

Chỉ tiêu	2020	2021	2022
Số lượng thẻ phát hành trong năm	2.166	2.854	3.019

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Agribank chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương)

Dựa trên bảng thống kê số lượng thẻ phát hành giai đoạn từ năm 2020 - 2022, có thể thấy số lượng thẻ phát hành của ngân hàng Agribank Nam Sách tăng đều qua mỗi năm. Có thể nói giai đoạn này, ngân hàng đã thu hút được nhiều khách hàng đến với SPDV thẻ của mình bởi không chỉ tính chủ động của ngân hàng khi tiếp cận với khách hàng, kinh nghiệm phát triển SPDV này tại thị trường Việt Nam hay uy tín của ngân hàng mà còn bởi một phần lớn nhu cầu của khách hàng đang dần thay đổi theo phương thức thanh toán không sử dụng tiền mặt đang ngày một gia tăng. Với những lý do đó mà doanh thu phí SPDV thẻ cũng tăng lên đáng kể và đóng góp một phần vào kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng trong những năm gần đây.

2.2.1.6 Hoạt động khác

Cùng với xu hướng phát triển của một ngân hàng hiện đại theo định hướng của Agribank nói riêng và phù hợp với xu hướng ngân hàng trên thế giới nói chung, thì ngoài hai hoạt động cơ bản và truyền thống, các ngân hàng cũng tập trung nghiên cứu và phát triển các mảng hoạt động dịch vụ gia tăng tiện ích cho khách hàng và đem lại lợi nhuận cho ngân hàng như: dịch vụ bảo hiểm, ngân quỹ, chuyển tiền,...

Đó là một điểm cần lưu ý vì do trong tình hình hiện nay việc phát triển dịch vụ là một nguồn thu mang lại lợi nhuận cho ngân hàng đồng thời là không có rủi ro so với các hoạt động tín dụng và phát triển các hoạt động dịch vụ là một mục tiêu trọng tâm mà Agribank Nam Sách đã đặt ra trong những năm gần đây. Tuy nhiên, để thu nhập từ hoạt động dịch vụ tiếp tục phát triển và chiếm tỷ trọng cao trong tổng cơ cấu thu nhập của Agribank Nam Sách thì cần có một sự thay đổi toàn diện trong sản phẩm và phương thức tiếp cận, giới thiệu đến khách hàng trong thời gian sắp tới.

2.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng bán lẻ

Sự tồn tại và phát triển của ngân hàng cũng như bất kỳ doanh nghiệp nào phụ thuộc rất lớn vào khách hàng bởi khách hàng là người tiêu dùng sản phẩm và quyết định doanh số dựa trên sự hài lòng của họ đối với sản phẩm đó. Khi khách hàng hài lòng, khả năng tiếp tục lựa chọn sản phẩm và "mua hàng" cao, chính vì vậy các ngân hàng luôn coi "khách hàng là thượng đế", lấy khách hàng làm trung tâm để phát triển và cung ứng những SPDV đáp ứng tốt nhất nhu cầu và thị hiếu của họ. Tuy không phải là một khái niệm đồng nhất song chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có mối quan hệ biện chứng với nhau nên chúng ta có thể sử dụng sự hài lòng của khách hàng để đo lường chất lượng dịch vụ của một doanh nghiệp

Bảng 2.6. Kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ Agribank Nam Sách

(Đơn vị: %)

STT	Thời gian	Điểm đánh giá của KH qua Contact Center (40%)	Điểm khách hàng bí mật (30%)	Giám sát qua Camera (30%)	Tỷ lệ KH hài lòng
1	31/12/2022	91.23	92.57	95.01	92.94
2	30/06/2023	92.09	93.76	95.83	93.89

(Nguồn: Agribank Nam Sách)

Từ bảng trên, chất lượng dịch vụ bán lẻ của Agribank Nam Sách được nâng cao đáng kể do Ban lãnh đạo Chi nhánh xác định “Khách hàng là trọng tâm trong mọi hoạt động”, Agribank Nam Sách luôn không ngừng nỗ lực hoàn thiện, nâng cao chất lượng chăm sóc và phục vụ khách hàng, cụ thể như sau:

Thứ nhất, Agribank Nam Sách chú trọng công tác đào tạo nhân sự, đảm bảo tỷ lệ 100% cán bộ, nhân viên được đào tạo hiệu quả qua các lớp nghiệp vụ về sản phẩm và kỹ năng chăm sóc khách hàng. Với sự chia sẻ và giảng dạy từ các chuyên gia, cán bộ, nhân viên Agribank Nam Sách được trang bị những kiến thức từ căn bản cho đến quy trình phục vụ khách hàng chuyên nghiệp. Thực tế hàng năm, Chi nhánh thường xuyên đề xuất với Trường đào tạo và phát triển nguồn nhân lực Agribank về nhu cầu đào tạo cho cán bộ: Kỹ năng bán hàng, kỹ năng thẩm định, kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng quản lý điều hành... Ngoài ra, Giám đốc yêu cầu các Phó Giám đốc trực tiếp đào tạo cán bộ và thường xuyên trao đổi để cán bộ nắm vững được chuyên môn nghiệp vụ. Bên cạnh đó, Chi nhánh tích cực tham gia các buổi đào tạo, truyền thông qua Live meeting của Trụ sở chính.

Thứ hai, để hoạt động quy chuẩn chất lượng dịch vụ được hiệu quả, Agribank Nam Sách cũng đặc biệt chú trọng đến công tác giám sát. Các kênh giám sát như camera, khách hàng bí mật, bộ phận quản lý chất lượng dịch vụ... luôn được khai thác triệt để và liên tục. Đây là căn cứ để Agribank Nam Sách đánh giá kết quả thực hiện, ghi nhận điểm chưa phù hợp, qua đó có những giải pháp xử lý kịp thời, hiệu quả, đảm bảo khách hàng nhận được sự quan tâm và chăm sóc tận tình mọi lúc mọi nơi. Đặc biệt từ cuối năm 2022, Agribank thực hiện giám sát công tác phục vụ khách hàng, giám sát tác phong cán bộ... của Chi nhánh cũng như phòng Giao dịch tại Trụ sở chính thông qua camera đã giúp việc đánh giá, ghi nhận và giải quyết thắc mắc khiếu nại của khách hàng được xử lý kịp thời.

Thứ ba, Agribank Nam Sách thường xuyên lắng nghe ý kiến phản hồi và đo lường sự hài lòng của khách hàng như khảo sát ý kiến khách hàng qua phiếu

khảo sát/Hotline/bộ phận contact center,... để có giải pháp điều chỉnh và nâng cao chất lượng dịch vụ phù hợp. Định kỳ 6 tháng/lần, Chi nhánh trực tiếp thực hiện khảo sát ý kiến khách hàng về sự hài lòng đối với SPDV bán lẻ để có thể đưa ra các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phù hợp hoặc kiến nghị với Trụ sở chính để đưa ra những chính sách sản phẩm cạnh tranh.

Theo kết quả khảo sát đợt tháng 6/2023 về mức độ hài lòng của khách hàng đối với SPDV như sau: Mức độ cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Agribank Nam Sách dưới đây được tổng hợp từ 219 phiếu khảo sát với thang điểm từ (1) đến (5) và mức ý nghĩa cụ thể là: 1-Hoàn toàn không đồng ý; 2- Không đồng ý; 3- Bình thường; 4- Đồng ý; 5- Hoàn toàn đồng ý. Cụ thể:

Bảng 2.7. Thang đo đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng

STT	Các yếu tố	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
NĂNG LỰC PHỤC VỤ (PV)						
1	Nhân viên Ngân hàng rất lịch thiệp và ân cần với Anh(Chị)					
2	Nhân viên Ngân hàng có trình độ chuyên môn, thao tác nghiệp vụ tốt					
3	Nhân viên Ngân hàng tư vấn giải quyết thỏa đáng các thắc mắc của Anh(Chị)					
4	Mẫu biểu, thủ tục của Ngân hàng rõ ràng, đơn giản					
PHƯƠNG TIỆN HỮU HÌNH (HH)						
5	Vị trí đặt Chi nhánh và PGD của Ngân hàng thuận tiện cho đi lại và giao dịch của Anh(Chị)					
6	Ngân hàng có trang thiết bị và máy móc hiện đại, cơ sở vật chất đầy đủ (Ghế chờ, sách báo, nước uống...)					
7	Ngân hàng có hệ thống ATM hiện đại và dễ sử					

	dụng					
8	Ngân hàng có các tài liệu, sách ảnh giới thiệu và dịch vụ ngân hàng hấp dẫn, trang Web chuyên nghiệp					
9	Sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng đa dạng và phù hợp					
10	Nhân viên của Ngân hàng có trang phục gọn gàng, lịch sự và ấn tượng					
ĐỒNG CẢM (DC)						
11	Ngân hàng có các hoạt động Marketing rất hiệu quả và ấn tượng, các hoạt động xã hội tốt					
12	Ngân hàng có chính sách ưu đãi, chương trình quà tặng cho từng đối tượng khách hàng					
13	Ngân hàng luôn thể hiện sự quan tâm đến cá nhân Anh(Chị) trong những dịp đặc biệt (lễ, tết, sinh nhật...)					
CHÍNH SÁCH GIÁ (GC)						
14	Ngân hàng có mức phí giao dịch cạnh tranh					
15	Ngân hàng áp dụng mức lãi suất cạnh tranh					
SỰ HÀI LÒNG VỀ DVNHBL (HL)						
16	Anh(Chị) có hài lòng về chất lượng dịch vụ của Ngân hàng					
17	Anh(Chị) sẽ giới thiệu dịch vụ của Agribank Nam Sách cho người thân và bạn bè					
18	Trong thời gian tới, Anh(Chị) vẫn tiếp tục sử dụng dịch vụ của Agribank Nam Sách					

(Nguồn: Ngân hàng Agribank Nam Sách)

❖ Kết quả khảo sát đánh giá sự hài lòng của khách hàng

(1). Thống kê nhân khẩu học đối tượng khách hàng tham gia khảo sát

Bảng dưới đây cho ta thấy rằng tỷ lệ nữ (51.1%) hài lòng về dịch vụ của ngân hàng nhiều hơn nam (48.9%). Tuy nhiên tỷ lệ nam nữ hầu như chênh lệch rất ít, bởi lẽ nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng là những nhu cầu chung.

Từ bảng trên ta có thể thấy rằng độ tuổi có mức độ hài lòng cao nhất về dịch vụ của ngân hàng nằm trong khoảng từ 40-60 tuổi (34.2%). Trong khi độ tuổi dưới 25 thấp nhất và chỉ chiếm 12.8%. Bởi vì, độ tuổi 40-60 bước vào giai đoạn trung niên, thường sẽ có điều kiện tài chính nhiều hơn và dễ dàng bỏ qua những sai sót không đáng có nhiều hơn.

Khi con người ta có kiến thức hơn thì họ cũng sẽ hiểu và quan tâm nhiều hơn tới tài chính. Trình độ học vấn không quyết định hoàn toàn mức độ hiểu biết của con người nhưng nó cho họ kiến thức để có thể nhận thức về tài chính của bản thân đúng cách. Chính vì vậy, trình độ học vấn ở mức đại học chiếm tỷ lệ cao nhất (37%) tới sự hài lòng về dịch vụ của ngân hàng.

Con người thì dù ở ngành nghề nào họ cũng sẽ quan tâm đến vấn đề tài chính của bản thân. Điển hình những người làm trong lĩnh vực kinh doanh (34.7%) và tỷ lệ này thấp dần ở các ngành còn lại.

Mức thu nhập của khách hàng tiềm năng hài lòng về dịch vụ của ngân hàng giao động từ 15-25 triệu (38.8%). Tỷ lệ này giảm dần ở mức thu nhập trên 25 triệu; từ 7-15 triệu và dưới 7 triệu lần lượt là 30.6%; 24.7%; 5.9%. Ngân hàng cần đẩy mạnh thêm các chiến dịch nâng cao tỷ lệ khách hàng hài lòng về dịch vụ của mình.

Cụ thể như sau

Bảng 2.8. Thống kê nhân khẩu học

Các yếu tố	Thành phần	Số lượng	%
Giới tính	Nam	107	48.9
	Nữ	112	51.1
Tuổi tác	Dưới 25	28	12.8
	Từ 25 đến 40	69	31.5
	Từ 40 đến 60	75	34.2

	Trên 60	47	21.5
Học vấn	Phổ thông	40	18.3
	Cao đẳng	54	24.7
	Đại học	81	37.0
	Sau đại học	44	20.1
Lĩnh vực nghề nghiệp	Y tế	32	14.6
	Kinh doanh	76	34.7
	Giáo dục	24	11.0
	Truyền thông	47	21.5
	Tự do	40	18.3
Thu nhập	Dưới 7 triệu	13	5.9
	Từ 7 - 15 triệu	54	24.7
	Từ 15 - 25 triệu	85	38.8
	Trên 25 triệu	67	30.6

(Nguồn: Ngân hàng Agribank Nam Sách)

(2). Thống kê các yếu tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng

Bảng 2.9. Thống kê các yếu tố trong khảo sát

Thang đo	Biến quan sát	N	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
Chất lượng phục vụ	PV1	219	1.00	5.00	3.8676	.89637
	PV2	219	1.00	5.00	3.7306	.84350
	PV3	219	1.00	5.00	3.8174	.93036
	PV4	219	1.00	5.00	3.7352	.96413
Hữu hình	HH1	219	2.00	5.00	3.4429	.69082
	HH2	219	1.00	5.00	3.4292	.74086
	HH3	219	1.00	5.00	3.3927	.76694
	HH4	219	1.00	5.00	3.4247	.77669
	HH5	219	1.00	5.00	3.3562	.96313
	HH6	219	2.00	5.00	3.6849	.91185

Đồng cảm	DC1	219	1.00	5.00	3.8311	.91559
	DC2	219	1.00	5.00	3.9589	.94972
	DC3	219	1.00	5.00	3.8584	.87423
Giá cả	GC1	219	1.00	5.00	3.6667	.99233
	GC2	219	1.00	5.00	3.4932	1.01534
Sự hài lòng	HL1	219	1.00	5.00	3.1461	1.19503
	HL2	219	1.00	5.00	3.0457	1.14848
	HL3	219	1.00	5.00	3.0913	1.24181

(Nguồn: Ngân hàng Agribank Nam Sách)

Các yếu tố trên đều có giá trị trung bình nằm trong khoảng cho phép (3-4) và độ lệch chuẩn ít có sự khác biệt. Chính vì vậy, tất cả các yếu tố trên đều ảnh hưởng đến sự hài lòng về dịch vụ của ngân hàng.

Tóm lại, sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ còn nhiều điểm cần khắc phục để cải thiện. Ngân hàng cần tập trung vào một số yếu tố sau:

- Ngân hàng có trang thiết bị và máy móc hiện đại, cơ sở vật chất (Ghế chờ, sách báo, nước uống...)
- Mẫu biểu thủ tục của Ngân hàng rõ ràng và đơn giản đạt
- Vị trí đặt Chi nhánh và PGD của Ngân hàng thuận tiện cho đi lại và giao dịch; Ngân hàng có các tài liệu, sách ảnh giới thiệu và dịch vụ ngân hàng hấp dẫn, trang Web chuyên nghiệp

Vậy ngoài việc, Chi nhánh không ngừng nỗ lực hoàn thiện, nâng cao chất lượng chăm sóc và phục vụ khách hàng. Chi nhánh phải kiến nghị đối với Hội sở Agribank để nâng cao sự hài lòng của khách hàng, như sau:

- Cần nghiên cứu và phát triển sản phẩm DVBL một cách đa dạng, theo hướng phát triển các sản phẩm mới với nhiều tiện ích, sử dụng công nghệ hiện đại, mẫu biểu, thủ tục rõ ràng đơn giản mang lại sự thuận tiện cho khách hàng khi sử dụng.

- Hội sở cần nghiên cứu và đưa ra sự đồng bộ trong toàn hệ thống về việc nhận diện thương hiệu Agribank với các TCTD khác thể hiện sự chuyên nghiệp trong công tác cung cấp sản phẩm dịch tài chính đến khách hàng

Đồng thời qua kết quả khảo sát trên, mặc dù tỉ lệ khách hàng hoàn toàn không đồng ý về đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với SPDV của Agribank Nam Sách không có. Nhưng Chi nhánh cũng cần lưu ý về tỷ lệ ý kiến khách hàng chỉ giao động với mức trung bình trên mức bình thường chứ chưa thực sự hài lòng hay rất hài lòng về dịch vụ của ngân hàng. Từ đó, ngân hàng nên có những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ hoặc kiến nghị với Trụ sở chính để mang đến sự hài lòng của khách hàng đến giao dịch.

Cuối cùng, Agribank Nam Sách kết hợp triển khai nhiều biện pháp cải tiến nâng cao chất lượng dịch vụ, nhằm tinh giản thủ tục và rút ngắn thời gian giao dịch cho khách hàng.

Với nền tảng vững chắc, định hướng hoạt động rõ ràng, cùng sự đồng lòng và nỗ lực đổi mới của đội ngũ cán bộ, nhân viên, Agribank Nam Sách đã có sự thay đổi đáng kể trong công tác phục vụ khách hàng, điều đó thể hiện trên tất cả những phân tích trên về sự tăng trưởng qua các chỉ tiêu trong ba năm gần đây, mặc dù sự thay đổi đó chưa có sự đồng đều giữa các phòng ban trong Chi nhánh.

2.3. Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Agribanks - Chi nhánh Huyện Nam Sách

2.3.1. Kết quả đạt được

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn là một trong những ngân hàng phát triển nhanh và hiệu quả nhất trong hệ thống các ngân hàng tại Việt Nam, thể hiện ở các chỉ tiêu tăng trưởng và các chỉ tiêu lợi nhuận qua các năm và hiện là một trong những ngân hàng đứng đầu.

2.3.1.1 Tỷ lệ tăng trưởng của các chỉ tiêu bán lẻ tốt

Qua các chỉ số phân tích ở trên ta có thể thấy rất nhiều tín hiệu tích cực từ hầu hết các chỉ tiêu khi các chỉ tiêu đều có sự tăng trưởng tốt, đặc biệt có những

chỉ tiêu có sự tăng trưởng rất tốt như: Dư nợ, khách hàng ưu tiên, thẻ. Điều này cho thấy những hoạt động bán lẻ đang có những thay đổi tích cực và theo đúng chỉ đạo của Khối bán lẻ cũng như Ban lãnh đạo Ngân hàng. Việc tăng trưởng các chỉ tiêu đã góp phần không nhỏ của mảng bán lẻ trong tổng lợi nhuận của Chi nhánh, thậm chí xét theo tiêu chí hiệu quả thì bán lẻ đã vượt KHDN rất nhiều. Trong thời gian tới, Chi nhánh cần tiếp tục đẩy mạnh hơn nữa phát triển dịch vụ bán lẻ để có sự tăng trưởng cả về quy mô và hiệu quả, nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng

2.3.1.2 Phát triển SPDV bán lẻ một cách đa dạng và chất lượng

NHBL cung cấp nhiều loại dịch vụ tài chính cho cá nhân. Chẳng hạn như:

Mở một tài khoản ngân hàng

Mở tài khoản ngân hàng là yêu cầu đầu tiên khi sử dụng dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Tài khoản tiết kiệm, cung cấp các dịch vụ ngân hàng tiêu chuẩn như tiền gửi, rút tiền và ngân hàng Internet, đều có sẵn ở hầu hết các ngân hàng

Dịch vụ ngân hàng số

Đây là những dịch vụ cho phép người tiêu dùng truy cập tài khoản, chuyển tiền, thanh toán hóa đơn, chuyển tiền và thực hiện các giao dịch ngân hàng khác từ thiết bị di động hoặc máy tính của họ mà không cần phải đến chi nhánh.

Thẻ ghi nợ hoặc thẻ tín dụng

Ngân hàng phát hành thẻ ghi nợ kèm thẻ ATM khi mở tài khoản. Những chiếc thẻ hai trong một này có thể dùng để rút tiền mặt hoặc mua sắm tại cửa hàng.

Khách hàng cũng có thể lựa chọn đăng ký thẻ tín dụng. Nó có thể được sử dụng để tài trợ cho một loạt các chi phí và có thể được hoàn trả theo thời gian.

Thanh toán hóa đơn

Người tiêu dùng có thể thanh toán hóa đơn bằng dịch vụ ngân hàng bán lẻ ở mọi lúc, mọi nơi. Điều này có thể bao gồm hóa đơn điện thoại, hóa đơn thẻ tín dụng và các loại hóa đơn khác.

Cơ hội đầu tư

Các quỹ tương hỗ, tiền gửi định kỳ và tiền gửi có định chỉ là một vài trong số rất nhiều sản phẩm tài chính được cung cấp bởi các ngân hàng bán lẻ. Bởi vì chúng có mức lợi nhuận và rủi ro khác nhau nên những sản phẩm này có thể được sử dụng để thực hiện nhiều mục tiêu tài chính khác nhau.

Khoản vay

Các ngân hàng bán lẻ cung cấp nhiều loại khoản vay, bao gồm cho vay cá nhân, cho vay mua ô tô và thế chấp. Các khoản vay này có lãi suất và thời hạn trả nợ khác nhau, tùy thuộc vào uy tín tín dụng của người đi vay và mục đích của khoản vay. Các khoản vay có thể có nhiều hình thức khác nhau, bao gồm các khoản vay có bảo đảm và không có bảo đảm. Các loại khoản vay khác nhau có các điều khoản và điều kiện khác nhau và lãi suất có thể khác nhau tùy thuộc vào các yếu tố như điểm tín dụng, thu nhập và mục đích của khoản vay.

Tìm kiếm lời khuyên tài chính

Để hỗ trợ khách hàng đưa ra những lựa chọn tài chính sáng suốt, các NHTM còn cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính. Các dịch vụ này có thể bao gồm lập kế hoạch thuế, lập kế hoạch nghỉ hưu, hướng dẫn đầu tư và các loại kế hoạch tài chính khác.

2.3.1.3 Nguồn khách hàng bán lẻ, số lượng khách hàng bán lẻ tăng lên

So với các địa bàn khác trong khu vực Hải Dương thì khu vực mà Agribank Nam Sách đang quản lý có một tiềm năng lớn đối với các khách hàng sử dụng các SPDV ngân hàng bán lẻ. Vì thứ nhất, khu vực này có sự phát triển kinh tế nhanh so với các khu vực khác trong nội thành Hải Dương. Thứ hai, trong vài năm trở lại đây thì khu vực này xuất hiện nhiều dự án bất động sản, là một nguồn cung dồi dào đáp ứng nhu cầu nhà ở với mức giá trung bình cho các nhu cầu về nhà ở hiện chưa được đáp ứng, đó cũng là một tiềm năng để tìm và khai thác được nguồn khách hàng có nhu cầu tín dụng bán lẻ để mua nhà, chung cư thuộc các dự án nói trên.

2.3.1.4 Về công tác chăm sóc khách hàng

Thái độ phục vụ của nhân viên gây được thiện cảm cho khách hàng, nhân viên cung cấp dịch vụ nhanh chóng, chính xác và có trình độ chuyên môn giỏi, am hiểu về các sản phẩm bán lẻ.

Khách hàng chưa thực sự hài lòng với mức phí dịch vụ và lãi suất cho vay. Danh mục các sản phẩm nhận tiền gửi và cho vay bán lẻ ngày càng đa dạng hơn nhưng khách hàng đánh giá danh mục này chưa cao lắm.

Các chính sách khuyến mại được khách hàng đánh giá cao. Tuy nhiên mức độ hài lòng về dịch vụ Internet banking chưa được đánh giá cao

2.3.1.1 Đội ngũ nhân sự

Bất cứ ngân hàng nào đều cần một đội ngũ nhân sự có trình độ chuyên môn cao, nắm rõ bản chất và đặc tính sản phẩm để có thể tư vấn và đưa ra được những giải pháp tối ưu cho KH, để KH sử dụng sản phẩm đồng thời có được sự hài lòng nhất, qua đó giúp tăng lợi nhuận cho ngân hàng. Kể từ khi thành lập, cùng với những chính sách tuyển dụng và đào tạo nhân sự có năng lực, phù hợp với vị trí chung của toàn hệ thống Agribank, thì Agribank Nam Sách cũng có những chính sách, chương trình đào tạo riêng để đào tạo những cán bộ trong chi nhánh nói chung và các cán bộ phụ trách mảng bán lẻ nói riêng về nghiệp vụ, sản phẩm, kỹ năng bán và tư vấn các sản phẩm ngân hàng bán lẻ, cũng như đặc thù kinh doanh trong khu vực Hải Dương có những điểm riêng biệt.

2.3.1.2 Về xây dựng nền tảng công nghệ đáp ứng hoạt động kinh doanh bán lẻ

Agribank nói chung và Agribank Nam Sách nói riêng luôn xác định công nghệ là yếu tố then chốt, đột phá để phát triển và hiện đại hóa ngân hàng. Agribank đã triển khai thành công 2 giai đoạn hiện đại hóa từ năm 2000 đến 2010 bằng việc triển khai hệ thống Corebanking INCAS và hệ thống quản lý ERP. Tiếp nối thành công đó, Agribank đã hoàn chỉnh xây dựng chiến lược CNTT giai đoạn 2011-2015 với 15 dự án được chia làm 4 nhóm chính:

- Nhóm nền tảng (Core) nhằm đem lại nền tảng cung cấp sản phẩm/dịch vụ cho khách hàng và hỗ trợ quản trị ngân hàng. Bao gồm các dự án như thay thế Corebanking, Treasury,...

- Nhóm hướng đến khách hàng cung cấp trực tiếp đến khách hàng các sản phẩm/dịch vụ hiện đại, tiên tiến, bao gồm các dự án Corebanking (cấu phần phục vụ khách hàng tại quầy), Internet Banking, Trade Finance, CRM, khởi tạo khoản vay (LOS),...

- Nhóm quản trị, điều hành nhằm tăng cường quản trị, điều hành, kiểm soát rủi ro cho Agribank. Bao gồm các dự án như: Kho dữ liệu doanh nghiệp (Data warehouse), Quản trị rủi ro theo chuẩn Basel II, quản lý rủi ro tín dụng, ERP,...

- Nhóm công nghệ nhằm tăng cường khả năng công nghệ, sẵn sàng cho việc mở rộng nhanh chóng các sản phẩm/dịch vụ/mạng lưới chuẩn mực và thống nhất. Bao gồm các dự án như: Lóp giữa (theo chuẩn SOA), giám sát an ninh doanh nghiệp, quản lý ứng dụng tập trung,...

Trong những năm gần đây, số hóa đã ảnh hưởng đáng kể đến ngân hàng bán lẻ, thay đổi cách khách hàng tương tác với ngân hàng và các dịch vụ họ cung cấp. Dưới đây là một số thay đổi mà số hóa đã tác động đến ngân hàng bán lẻ.

Ngân hàng trực tuyến và di động

Giờ đây, khách hàng có thể tiếp cận tài khoản ngân hàng và dịch vụ của mình thông qua web và ứng dụng di động nhờ số hóa. Điều này đã cải thiện khả năng tiếp cận và sự thuận tiện cho hoạt động ngân hàng bằng cách cho phép người dùng xác minh số dư tài khoản của họ, gửi tiền cho người khác, thanh toán hóa đơn và đăng ký vay bất cứ lúc nào và từ bất kỳ địa điểm nào.

Giải pháp thanh toán kỹ thuật số

Sự gia tăng của số hóa cũng đã thúc đẩy việc tạo ra các hệ thống thanh toán ngang hàng (chuyển tiền từ tài khoản ngân hàng của một cá nhân sang tài khoản của người khác thông qua phương tiện kỹ thuật số), ví điện thoại thông

minh và tiền ảo (Bitcoin, v.v.). Giờ đây, khách hàng thấy việc thanh toán trực tiếp và trực tuyến trở nên đơn giản hơn nhờ các tùy chọn này.

AI và chatbot

Các ngân hàng bán lẻ cũng đang sử dụng AI (Trí tuệ nhân tạo) và chatbot để tự động hóa các tác vụ lặp đi lặp lại và cung cấp dịch vụ khách hàng được cá nhân hóa. Trong khi AI có thể phân tích dữ liệu khách hàng để phát hiện các mẫu và đưa ra hướng dẫn tài chính cá nhân, thì chatbot có thể nhanh chóng trả lời các câu hỏi của khách hàng và giải quyết các vấn đề.

Tiếp thị kỹ thuật số

Các ngân hàng bán lẻ cũng đang sử dụng các chiến lược tiếp thị kỹ thuật số để liên hệ với khách hàng và quảng cáo hàng hóa và dịch vụ của họ, bao gồm phương tiện truyền thông xã hội, tiếp thị qua email và tối ưu hóa công cụ tìm kiếm. Điều này giúp các ngân hàng dễ dàng nhắm mục tiêu vào các phân khúc khách hàng cụ thể và cải thiện ROI tiếp thị của họ.

Các ngân hàng đang cung cấp trải nghiệm liền mạch và thuận tiện cho khách hàng với các hành trình kỹ thuật số từ đầu đến cuối. Khách hàng có thể quản lý tài chính và thực hiện các giao dịch trực tuyến mà không cần đến chi nhánh ngân hàng. Số hóa cũng cho phép các ngân hàng cung cấp các khoản vay tức thì với thời gian quay vòng (TAT) nhanh hơn, bao gồm các ứng dụng cho vay trực tuyến và phê duyệt ngay lập tức khi chuyển tiền trực tiếp.

Xác minh danh tính kỹ thuật số

Nhờ quá trình số hóa, các dịch vụ sử dụng sinh trắc học và các công nghệ khác để xác nhận danh tính khách hàng cũng được phát triển. Kết quả là nguy cơ gian lận đã giảm và tính bảo mật được tăng lên.

2.3.1.3 Về công tác truyền thông

So với các ngân hàng trong hệ thống thì Agribank là một ngân hàng có hoạt động marketing tương đối hiệu quả và trực tiếp đến các khách hàng, đặc biệt là các chương trình ưu đãi về quà tặng, lãi suất tiền gửi hấp dẫn, các chương trình ưu đãi mang tính chất liên tục, các gói sản phẩm tín dụng đa dạng mang

đến nhiều sự lựa chọn phù hợp với các đối tượng khách hàng, và ngân hàng cũng đã tận dụng triệt để những ưu thế mang tính hệ thống đó để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Chi nhánh, đồng thời chính Chi nhánh còn là chi nhánh đề xuất, nghiên cứu và phát triển các sản phẩm phù hợp với địa bàn và được khối khách hàng cá nhân chấp nhận triển khai thí điểm có hiệu quả và vận dụng trong toàn hệ thống.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

2.3.2.1 Hạn chế

- *Quy mô dư nợ chưa tương xứng với tiềm năng địa bàn đặc biệt ở phân khúc khách hàng Doanh nghiệp siêu vi mô*

Mặc dù trong những năm vừa qua, dịch vụ bán lẻ tại Chi nhánh đã có những kết quả hết sức tích cực, tuy nhiên xét về mặt tổng thể, quy mô dư nợ bán lẻ của Chi nhánh còn quá thấp so với tiềm năng. Đây là con số còn thấp với một chi nhánh đã hình thành lâu đời, nằm tại địa bàn trung tâm bậc nhất tại Tỉnh Hải Dương, có rất nhiều tiềm năng và nhu cầu về vốn về bán lẻ (mua nhà đất, nhà dự án, mua ô tô, sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ...). Trong khi đó rất nhiều Chi nhánh khác trong cùng hệ thống nằm tại các vị trí tương tự như Chi nhánh Tỉnh Hải Dương đều có quy mô dư nợ bán lẻ cao hơn.

- *Cải thiện hoạt động huy động vốn và cho vay*

Trong tình hình thị trường cạnh tranh rất gay gắt như hiện nay, các ngân hàng có sự chạy đua về giá và thông tin đều được công khai đối với khách hàng, khách hàng có nhiều sự lựa chọn nên việc cải thiện hoạt động huy động vốn và cho vay là tương đối khó khăn. Nếu chỉ tăng trưởng về quy mô mà không có sự tăng trưởng hoặc bị thụt lùi thì chắc chắn là sự tăng trưởng này không mang lại giá trị về kinh tế. Chi nhánh cần có những biện pháp cải thiện hoạt động huy động vốn và cho vay trong thời gian tới.

- *Chưa khai thác triệt để nguồn khách hàng hiện hữu*

Agribank Nam Sách là một chi nhánh có tệp khách hàng khá lớn và đa dạng, đặc biệt có quan hệ thân thiết và lâu năm với rất nhiều khách hàng là

doanh nghiệp, đơn vị lớn trên địa bàn. Tuy nhiên, mặc dù có quan hệ với Agribank Nam Sách về tín dụng hay tiền gửi, nhưng còn rất nhiều sản phẩm bán lẻ khác Chi nhánh chưa khai thác hết, đặc biệt là mảng chi lương và bảo hiểm. Chi lương được ví như là một mũi tên trúng rất nhiều đích khi việc chi lương cho một đơn vị có thể giúp thu được rất nhiều lợi ích từ khách hàng như: mở thẻ, tăng casa, tăng thu phí, tăng SMS, tăng ebank, tăng cho vay tín chấp cán bộ công nhân viên...Hiện tại, trên tổng số KHDN mà Chi nhánh đang quan hệ, chỉ có hơn 5% số đơn vị này chi trả lương qua Chi nhánh, thực sự đây là con số còn cực kỳ khiêm tốn và tiềm năng để khai thác. Ngoài ra, việc gia tăng các SPDV cho tệp KH hiện hữu còn rất hạn chế, số lượng khách hàng sử dụng từ 3,4 sản phẩm trở lên trên tổng số KH giao dịch còn thấp.

- Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ không đồng đều

Một cách khái quát, hệ thống SPDV bán lẻ của Agribank rất đa dạng, đối với mỗi một sản phẩm truyền thống, Agribank đã nghiên cứu và triển khai các sản phẩm với nhiều đặc tính và ưu điểm vượt trội phù hợp với mỗi đối tượng KH. Tuy nhiên, do các dòng SPDV quá đa dạng nên đã xảy ra một vấn đề, đó là có sự tập trung vào các sản phẩm mang tính trọng yếu và quan trọng (như huy động vốn, dư nợ) nên các sản phẩm còn lại đôi khi không được phát triển một cách tích cực. Vì vậy, phát triển một hệ thống các SPDV ngân hàng bán lẻ một cách toàn diện mới là cách mang lại nhiều lợi nhuận bán lẻ nhất cho một ngân hàng bán lẻ hiện đại.

- Thu nhập từ hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ chưa cao

Agribank Nam Sách đã định hướng phát triển DVNHBL và tập trung nguồn lực để phát triển và triển khai các sản phẩm bán lẻ trong địa bàn một cách quy mô và đầu tư nguồn lực toàn diện, tuy nhiên kết quả kinh doanh từ hoạt động kinh doanh DVNHBL tại Agribank Nam Sách chưa cao so với nguồn lực đã đầu tư ở các hoạt động dịch vụ khác. Do thu nhập từ hoạt động tín dụng vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu, còn các mảng dịch vụ khác như thẻ, ngân hàng điện tử... đang trong giai đoạn thu hút KH nên chủ yếu là các chương trình miễn phí phát

hành thẻ, miễn phí thường niên sử dụng thẻ, dịch vụ. Do vậy, có tăng trưởng về số lượng thẻ, dịch vụ phát hành cho KH lớn, nhưng không tăng trưởng tương ứng với thu nhập từ các hoạt động đó.

- Trong quy trình tín dụng bán lẻ

Các quy trình của các SPDV bán lẻ của Agribank nói chung đều mang tính quy chuẩn và tiện lợi cho khách hàng trong quá trình sử dụng SPDV. Tuy nhiên, vẫn còn một sản phẩm đặc thù đó là tín dụng bán lẻ do có tính chất về rủi ro và mức độ quan trọng vẫn có quy trình tương đối nhiều bước về thẩm định điều kiện cho vay, mức cho vay, quy trình các bước, hồ sơ thủ tục còn tương đối nhiều và thời gian xử lý khoản vay lâu, nên rất khó trong việc triển khai sản phẩm

- Trong ứng dụng công nghệ thông tin

Việc ứng dụng công nghệ thông tin của Agribank không chỉ trong các hoạt động đầu tư vào hệ thống phần mềm, giao diện hiện đại mà còn được sử dụng trong cả các phần mềm tương tác, quản lý KH để qua đó chọn lọc và phân loại KH. Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại trong các phần mềm ứng dụng tương tác thích hợp chưa thực sự phù hợp với tất cả đối tượng KH, đặc biệt là với các KH lớn tuổi, thì việc sử dụng các thiết bị công nghệ hiện đại vô cùng khó khăn.

- Trong công tác đào tạo nguồn nhân lực và lựa chọn nhân sự

Agribank là một trong những ngân hàng rất chú trọng đến hoạt động tuyển dụng và đào tạo nhân sự, và cũng rất quan tâm đến việc đào tạo nhân viên qua những khóa học đào tạo. Tuy nhiên, để thích ứng với sự thay đổi và cải tiến từng ngày trong lĩnh vực tài chính ngân hàng đòi hỏi cần phải có những công tác đào tạo bài bản và chuyên sâu hơn nữa, đặc biệt với các cán bộ nhân viên hay tiếp xúc với khách hàng, vì họ là bộ mặt của ngân hàng.

2.3.2.2 Nguyên nhân

- Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, tư duy bán buôn vẫn còn rất lớn, từ Ban lãnh đạo Chi nhánh tới các cán bộ công nhân viên, tư tưởng tín dụng khách hàng mua buôn còn cao, tâm lý cán bộ e ngại khi làm các món nhỏ lẻ, thậm chí có những trường hợp từ chối những món nhỏ. Chi nhánh chưa thực sự chủ động trong công tác lên kế hoạch và triển khai kinh doanh bán lẻ, chưa xây dựng kế hoạch cho từng quý, tháng trên cơ sở kế hoạch trụ sở chính đã giao. Giao chỉ tiêu cho các cán bộ còn mang nhiều tính hình thức, cán bộ tín dụng chưa thực sự chủ động trong công tác tìm kiếm và tiếp cận khách hàng.

Thứ hai, quy trình tín dụng cũng như các quy định về tài sản đảm bảo tại Agribank tương đối chặt chẽ so với các ngân hàng khác. Đặc biệt là trong công tác thẩm định hồ sơ và xử lý hồ sơ sau giải ngân của các bộ phận sau phê duyệt tín dụng còn khá cứng nhắc và không mang tính linh hoạt, khiến hoạt động tín dụng còn cần thời gian lâu để xử lý hồ sơ tín dụng.

Thứ ba, mặc dù Agribank đã nghiên cứu và phát triển các SPDV ngân hàng bán lẻ với nhiều tiện ích hiện đại, tuy nhiên đôi khi chúng chưa thực sự phù hợp và thay đổi thói quen giao dịch với nhiều đối tượng KH, đặc biệt là các KH cao tuổi và ít quen với sử dụng các công nghệ hiện đại, các khách hàng ưa thích và tin tưởng các cách giao dịch truyền thống tại Ngân hàng.

Thứ tư, vì hệ thống các SPDV bán lẻ của Agribank rất đa dạng và thường xuyên được nghiên cứu và triển khai phát triển các sản phẩm mới với tiện ích và tính năng đa dạng, do đó các cán bộ nhân viên cũng phải thường xuyên cập nhật và trau dồi kiến thức để nắm được các sản phẩm một cách tốt nhất, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số cán bộ nhân viên chưa thực sự chú trọng nghiên cứu, do đó, gặp nhiều khó khăn trong triển khai và giới thiệu đến KH các SPDV ngân hàng bán lẻ mới.

Thứ năm, hoạt động tín dụng và huy động vốn vẫn được coi là những hoạt động cốt cán, truyền thống, do đó vẫn có những ưu tiên trong phát triển các dịch vụ ngân hàng bán lẻ chú trọng đến hai hoạt động này so với các SPDV khác như thẻ, ngân hàng điện tử, ngoại hối... dẫn đến sự phát triển không đồng đều giữa

các dịch vụ bán lẻ, qua đó dẫn đến kết quả kinh doanh có sự chênh lệch giữa các sản phẩm DVNHBL, là một bất lợi trong chiến lược phát triển DVNHBL nói chung.

Thứ sáu, công nghệ thông tin trong ngân hàng vẫn tồn tại nhiều phần mềm một lúc, đối với mỗi một sản phẩm như thẻ, ngân hàng điện tử, tín dụng...và chưa được tích hợp một cách hợp lý và khoa học. Tuy nhiên, với sự phát triển nhanh về mạng lưới và danh mục khách hàng ngày càng nhiều sẽ không tránh khỏi việc hệ thống bị quá tải trong quản lý danh mục khách hàng và sản phẩm, dẫn đến việc xử lý hồ sơ và quá trình vận hành chưa đạt yêu cầu về thời gian so với mục tiêu đã đặt ra.

Thứ bảy, chưa có sự đồng bộ giữa phát triển các sản phẩm ngày càng đa dạng, nhanh chóng, chú trọng và trọng tâm vào đội ngũ bán hàng, tuy nhiên đối với các bộ phận phía sau như thẩm định và xử lý hồ sơ chưa có một quy trình hoàn chỉnh, khiến cho việc cung cấp SPDV bán lẻ đến khách hàng bị chậm trễ.

- Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, Agribank được coi là một trong số các ngân hàng tiên phong và đã nghiên cứu, vận dụng những chính sách, chiến lược mới mẻ tại thị trường, tuy nhiên Agribank vẫn cần phải có những hướng đi tích cực, đồng thời luôn nỗ lực đổi mới để hòa nhập với thị trường bán lẻ sôi động, đồng thời học hỏi những kinh nghiệm từ các ngân hàng nước ngoài trong mảng dịch vụ này.

Thứ hai, sự cạnh tranh khốc liệt của các ngân hàng trong thị trường ngày càng diễn ra mãnh liệt hơn. Thị trường tín dụng bán lẻ là thị trường mang tính cạnh tranh cao và là thế mạnh của các ngân hàng TMCP và ngân hàng nước ngoài nếu xét trên một số khía cạnh như tính linh hoạt, nhạy bén của quy mô, cơ cấu tổ chức, quan điểm tiếp cận, ứng xử thị trường cũng như kinh nghiệm hoạt động, phong cách làm việc chuyên nghiệp, năng động, tốc độ xử lý món vay nhanh, đơn giản thuận tiện.

Thứ ba, các vụ việc liên quan đến rủi ro hoạt động tín dụng và huy động của ngân hàng, làm thất thoát và thiệt hại hàng nghìn tỷ đồng của các tổ chức, cá

nhân đang làm mất đi lòng tin của KH. Điều đặc biệt là các vụ việc đó không chỉ xảy ra với các ngân hàng nhỏ, các ngân hàng tư nhân có tính thanh khoản kém, mà còn xuất phát từ các ngân hàng lớn, có lịch sử lâu đời trên thị trường ngân hàng, các ngân hàng đã từng được đánh giá tốt trong hệ thống, do đó đã phần nào ảnh hưởng đến niềm tin của KH, đặc biệt ảnh hưởng lớn nhất đến hoạt động HĐV, và các giao dịch tiền gửi.

Thứ tư, môi trường pháp lý về hoạt động ngân hàng chưa thực sự phù hợp với tình hình thực tế. Các văn bản pháp luật quy định về hoạt động ngân hàng chủ yếu được xây dựng trên cơ sở các giao dịch thủ công với nhiều giấy tờ và quy trình xử lý nghiệp vụ phức tạp. Trong khi đó, phát triển DVBL đòi hỏi phải áp dụng công nghệ mới và quy trình nghiệp vụ hiện đại, nhanh chóng. Điển hình là hệ thống văn bản pháp lý liên quan đến việc cung cấp, sử dụng các dịch vụ ngân hàng hiện đại như Internetbanking, SMSbanking... còn thiếu, chậm đổi mới so với yêu cầu phát triển DVBL hiện đại. Vì vậy, chi nhánh khó khăn trong việc triển khai dịch vụ cũng như người dân ngần ngại khi sử dụng dịch vụ này.

Thứ năm, một nguyên nhân nữa do đặc điểm chung của các sản phẩm tín dụng ngân hàng bán lẻ, đó là sản phẩm tín dụng có tính rủi ro cao, vì nhiều nguyên nhân như: đối tượng khách hàng của tín dụng bán lẻ rất đa dạng và phức tạp, thường là các đối tượng nhạy bén với thị trường nhưng cũng kém ổn định và bền vững; nguồn trả nợ của các đối tượng khách hàng này thường khó xác định, khả năng tài chính không ổn định, thiếu minh bạch; quy mô khoản vay tín dụng bán lẻ thường nhỏ lẻ, các thủ tục tiến hành vay nhiều khâu, việc quản lý khoản vay thường lặt vặt và thời gian quản lý kéo dài trong nhiều năm; Tài sản đảm bảo thường phong phú nhưng cũng phức tạp về tính chất pháp lý và khó trong khâu thẩm định, quản lý.

Tiểu kết Chương 2

Chương 2 của luận văn đã phân tích những thực trạng, kết quả, hạn chế và những nguyên nhân của hạn chế trong hoạt động kinh doanh bán lẻ của Chi nhánh giai đoạn 2020-2022. Trên cơ sở đánh giá hoạt động, các SPDV thực tế qua các báo cáo của Agribank Nam Sách, đề tài đã xác định được những kết quả đạt được cần tiếp tục duy trì và phát triển, cũng như những hạn chế ảnh hưởng đến phát triển DVBL của Agribank Nam Sách, qua đó tìm ra nguyên nhân gây ra những hạn chế làm cơ sở để đề xuất các giải pháp khắc phục, phát huy thế mạnh phát triển dịch vụ cải thiện cơ cấu HĐKD, bảo đảm Agribank Nam Sách phát triển bền vững.

Qua những hạn chế và nguyên nhân đó, đòi hỏi phải có những giải pháp để thúc đẩy hoạt động kinh doanh bán lẻ tại Chi nhánh. Do vậy, chương 3 sẽ đề cập đến các vấn đề định hướng, mục tiêu, quan điểm và các giải pháp của tác giả nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh DVBL tại Agribank nói chung và Chi nhánh nói riêng cũng như một số kiến nghị của tác giả đối với Hội sở Agribank

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI AGRIBANK - CHI NHÁNH HUYỆN NAM SÁCH

3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển DVNHBL

3.1.1. Mục tiêu

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) được thành lập theo Nghị định số 53-HĐBT ngày 26/03/1988 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ). Trải qua mỗi thời kỳ phát triển với những tên gọi khác nhau, xuyên suốt 35 năm xây dựng và phát triển, Agribank luôn khẳng định vị thế, vai trò của một trong những Ngân hàng Thương mại hàng đầu Việt Nam, chủ lực đầu tư phát triển “Tam nông”, đi đầu thực hiện chính sách tiền tệ, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát, hỗ trợ tăng trưởng và bảo đảm an sinh xã hội.

Đến nay, Agribank là NHTM duy nhất Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ, có quy mô và mạng lưới hoạt động lớn nhất hệ thống các tổ chức tín dụng Việt Nam với 2.300 chi nhánh, phòng giao dịch có mặt khắp mọi vùng, miền, huyện đảo; gần 40.000 cán bộ, người lao động. Hoạt động Agribank đạt được sự tăng trưởng ổn định cả về quy mô, cơ cấu, chất lượng và hiệu quả với tổng tài sản đạt trên 1,89 triệu tỷ đồng; nguồn vốn đạt trên 1,71 triệu tỷ đồng; tổng dư nợ cho vay nền kinh tế đạt trên 1,44 triệu tỷ đồng, trong đó luôn dành 65-70% dư nợ đầu tư “Tam nông”. Nguồn vốn Agribank chiếm tỷ trọng lớn nhất trong thị phần tín dụng đầu tư nông nghiệp, nông thôn tại Việt Nam. Agribank luôn phát huy vai trò tiên phong, gương mẫu thực thi nghiêm túc, có hiệu quả chính sách tiền tệ quốc gia và các chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước về “Tam nông”, về tiền tệ, ngân hàng, nhất là chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, góp phần quan trọng ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, thúc đẩy tăng trưởng và bảo đảm an sinh xã hội, phát triển nông nghiệp, “trụ đỡ” nền kinh tế theo hướng hiện đại, bền vững. Agribank tiên phong, trách nhiệm, thực hiện hiệu quả 07 chính sách tín dụng, 03 Chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới, chương trình phát triển kinh tế - xã hội

vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi; chương trình xóa đói giảm nghèo bền vững. Agribank phát triển và cung ứng trên 200 SPDV tiện ích, hiện đại, đa dạng kênh dẫn vốn, dịch vụ ngân hàng đáp ứng nhu cầu của người dân, doanh nghiệp, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt, đóng góp tích cực vào sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội đất nước, bảo đảm quốc phòng - an ninh.

Agribank không ngừng đơn giản hóa thủ tục cho vay, cải tiến mô hình, phương thức cho vay, kết hợp với chính quyền địa phương, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, các tổ chức chính trị - xã hội triển khai trên 64.000 tổ vay vốn với trên 1,2 triệu thành viên; Triển khai an toàn 68 Điểm giao dịch lưu động bằng ô tô chuyên dùng tại 474 xã trên toàn quốc, tạo điều kiện thuận lợi đối với hộ gia đình, cá nhân ở vùng sâu, vùng xa tiếp cận vốn vay và dịch vụ ngân hàng. Agribank đồng thời đẩy mạnh phát triển dịch vụ thẻ tại thị trường nông nghiệp, nông thôn, với mục tiêu gia tăng sự tiếp cận nguồn vốn ngân hàng của các cá nhân, gia đình cũng như các dịch vụ thanh toán văn minh, hiện đại trên địa bàn nông nghiệp, nông thôn, đẩy mạnh phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam. Thông qua các chương trình tín dụng và cung ứng SPDV ngân hàng tiện ích, Agribank đã cơ bản đáp ứng đủ vốn với lãi suất cho vay ưu đãi, phục vụ kịp thời nhu cầu sản xuất kinh doanh của người dân, doanh nghiệp, góp phần chung tay cùng các cấp, các ngành đẩy lùi tình trạng tín dụng đen, đồng thời tiếp tục khẳng định vai trò chủ đạo của NHTM Nhà nước trong việc cung ứng vốn và SPDV ngân hàng tiện ích phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và nông dân, góp phần tạo những bước bứt phá trong tái cơ cấu nền nông nghiệp Việt Nam. Thông qua việc chủ động thực hiện đầu tư tín dụng và cung cấp SPDV ngân hàng tiện ích, Agribank đã và đang mở ra cơ hội cho hàng triệu người nông dân Việt Nam được tiếp cận với kỹ thuật nông nghiệp hàng đầu trên thế giới, ứng dụng thành quả cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 vào sản xuất, kinh doanh, góp phần đưa nền nông nghiệp Việt Nam có những bước tiến căn bản.

Bước sang giai đoạn phát triển mới, Agribank xác định mục tiêu xây dựng Ngân hàng hiện đại và hội nhập, hướng tới ngân hàng số, ***ngân hàng bán lẻ***; chuyển đổi thành NHTM cổ phần, quản trị điều hành và hoạt động theo hướng thông lệ quốc tế; phấn đấu đứng trong *Top 100 ngân hàng lớn nhất khu vực châu Á về quy mô tài sản*; hoạt động an toàn, hiệu quả; giữ vững vị trí chủ lực trên thị trường tài chính nông nghiệp, nông thôn, thực hiện hiệu quả Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia, góp phần tích cực vào sự nghiệp đổi mới, phát triển và hội nhập của đất nước và Ngành Ngân hàng trong các giai đoạn tiếp theo.

Trên cơ sở phát huy mục tiêu chung của tổ chức, Chi nhánh Agribank Nam Sách không ngừng chuẩn hóa toàn diện mọi mặt hoạt động, phát triển cơ sở hạ tầng, hiện đại hóa công nghệ thông tin, nâng cao năng lực quản trị rủi ro, quản trị điều hành theo tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế,... để chung tay hoàn thiện mục tiêu chung.

3.1.2. Phương hướng

❖ Tương lai của Ngân hàng Bán lẻ

Công nghệ và sự thay đổi sở thích của khách hàng sẽ có tác động đáng kể đến ngân hàng bán lẻ trong tương lai. Dưới đây là một số xu hướng có khả năng định hình tương lai của ngân hàng bán lẻ mà các NHTM cần nắm bắt:

Cá nhân hóa

Các ngân hàng sẽ tìm cách tạo sự khác biệt bằng cách cung cấp nhiều dịch vụ cá nhân hóa hơn khi cạnh tranh trong ngành ngày càng gay gắt. Điều này có thể đòi hỏi các chiến thuật tiếp thị và truyền thông chuyên biệt hơn, cũng như hàng hóa và dịch vụ phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng.

Tích hợp AI và Machine Learning

Các ngân hàng sẽ ngày càng sử dụng AI (Trí tuệ nhân tạo) và ML (Học máy) để tự động hóa các quy trình, tăng năng suất và cải thiện trải nghiệm của khách hàng. Phân tích dự đoán (sử dụng dữ liệu, thuật toán thống kê và kỹ thuật máy học để xác định xác suất xảy ra kết quả trong tương lai dựa trên dữ liệu lịch

sử) để quản lý rủi ro, phát hiện gian lận và chatbot để hỗ trợ khách hàng đều có thể thuộc danh mục này.

Thanh toán không dùng tiền mặt

Với sự gia tăng của thanh toán di động và ví kỹ thuật số, dự kiến thanh toán không dùng tiền mặt sẽ còn trở nên phổ biến hơn trong tương lai. Các ngân hàng sẽ cần phải thích ứng với những thay đổi này bằng cách cung cấp các tùy chọn thanh toán mới và đảm bảo hệ thống của họ an toàn và đáng tin cậy.

Sử dụng Meta, VR và AR

VR (Thực tế ảo) trong ngân hàng bán lẻ sử dụng môi trường mô phỏng, chân thực được tạo ra bởi công nghệ để nâng cao trải nghiệm ngân hàng cho khách hàng. AR (Augmented Reality) sử dụng công nghệ để áp dụng các yếu tố kỹ thuật số vào thế giới thực, tạo ra trải nghiệm nâng cao cho khách hàng. Meta trong ngân hàng bán lẻ sử dụng siêu dữ liệu hoặc dữ liệu mô tả dữ liệu khác để cải thiện độ chính xác và mức độ liên quan của thông tin cho khách hàng.

Trong tương lai gần, công nghệ Meta, VR và AR có thể thay đổi cách thức hoạt động của ngân hàng bán lẻ bằng cách nâng cao trải nghiệm của khách hàng, cải thiện hoạt động bán hàng và tiếp thị, cung cấp đào tạo và giáo dục tốt hơn cũng như cải thiện quản lý rủi ro.

Tổng hợp tài khoản

Nền tảng tổng hợp tài khoản có khả năng hỗ trợ khách hàng và tổ chức tài chính trong hoạt động ngân hàng bán lẻ một cách đáng kể. Họ có thể đơn giản hóa việc chia sẻ dữ liệu tài chính, hợp lý hóa quy trình cho vay, tạo điều kiện cho các dịch vụ được cá nhân hóa và cải thiện khả năng tiếp cận tài chính.

Tương lai của công cụ tổng hợp tài khoản trong ngân hàng bán lẻ có vẻ tươi sáng, mang lại lợi ích cho cả khách hàng và ngân hàng. Với việc áp dụng công nghệ kỹ thuật số ngày càng tăng và nhu cầu ngày càng tăng đối với các dịch vụ tài chính được cá nhân hóa, công cụ tổng hợp tài khoản dự kiến sẽ đóng một vai trò quan trọng trong tương lai của ngân hàng bán lẻ.

Ngân hàng bán lẻ giúp khách hàng đưa ra quyết định tài chính thông minh, xây dựng lịch sử tín dụng và cải thiện khả năng đủ điều kiện cho vay. Chính vì

vậy, Agribank xây dựng các phương hướng phát triển để phù hợp với tương lai như sau:

Một là: Mở rộng thị phần bán lẻ - Là ngân hàng có thị phần bán lẻ lớn; mở rộng địa bàn cung cấp và cung cấp trọng gói các SPDV cho một khách hàng đầy đủ các (đứng đầu trong nhóm 3 NHBL hàng đầu trên địa bàn Tỉnh Hải Dương);

Hai là: Cải thiện hiệu quả cho vay và huy động vốn.

Ba là: Phát triển nguồn lực bán lẻ, xây dựng được đội ngũ bán hàng năng động và chuyên nghiệp. Xây dựng phát triển chính sách động lực nhằm thu hút và giữ cán bộ giỏi.

Bốn là: Các dịch vụ cụ thể

Phát triển hoạt động kinh doanh thẻ

Agribank Nam Sách trở thành ngân hàng hàng đầu trong lĩnh vực thẻ với các loại hình thẻ đa dạng, tiện ích, phong phú, sành điệu, kênh chấp nhận thẻ rộng rãi.

Thúc đẩy doanh số thanh toán trong chiến lược ngân hàng thanh toán.

Triển khai các biện pháp tăng thu phí SPDV thẻ: Thu phí từ thẻ Ghi nợ, hiệu quả máy ATM, hạn chế miễn giảm phí, duy trì khách hàng cũ, phát triển khách hàng mới, tránh thất thoát thu phí.

Tiếp tục mở rộng nền tảng KH, nâng thị phần dịch vụ thẻ của Nam Sách.

Kênh phân phối: Phát triển đa dạng các kênh phân phối theo hướng thân thiện, tin cậy, dễ tiếp cận và hiện đại đối với khách hàng. Theo đó: Kênh phân phối truyền thống: Hoàn thiện mô hình tổ chức các phòng giao dịch chuyên trách bán lẻ; Kênh phân phối hiện đại: Tiếp tục phát triển mạnh các kênh phân phối Internetbanking, ATM, SMS Banking... đưa các kênh phân phối ngân hàng điện tử trở thành kênh phân phối chính đối với một số sản phẩm bán lẻ (thấu chi, tiêu dùng tín chấp, thanh toán, vay vốn và gửi tiết kiệm online...).

Các chỉ tiêu phát triển huy động vốn dân cư

Đẩy mạnh hơn nữa việc huy động nguồn tiền nhàn rỗi trong dân cư, đưa Agribank Nam Sách trở thành điểm đến tin cậy, an toàn và hiệu quả của mọi KH.

Sản phẩm dịch vụ đa dạng, nhiều tiện ích và linh hoạt.

Sản phẩm được quản lý tự động.

Các chỉ tiêu phát triển tín dụng bán lẻ

Agribank Nam Sách trở thành ngân hàng hàng đầu về tín dụng bán lẻ với danh mục sản phẩm đa dạng, trọn gói, linh hoạt, hấp dẫn, thủ tục gọn nhẹ, nhanh chóng đáp ứng tất cả nhu cầu của khách hàng.

Ứng dụng công nghệ 4.0 vào công tác thẩm định hồ sơ khách hàng, kể cả đối với những món vay có tính phức tạp cao. Tạo tiền đề cho việc sử dụng máy móc thẩm định thay cho con người thông qua hệ thống chấm điểm khách hàng qua checklist thẩm định. Qua đó góp phần làm tăng năng suất cũng như rút ngắn thời gian cung cấp SPDV tới khách hàng

Các dịch vụ ngân hàng điện tử và dịch vụ phi tín dụng khác

Là ngân hàng hàng đầu cung cấp các dịch vụ ngân hàng điện tử tiêu chuẩn, chuyên nghiệp, với độ tin cậy, dễ kiểm soát và được bảo mật cao.

Phát triển mạng lưới cung cấp dịch vụ ngân hàng bán lẻ (phòng giao dịch, ATM, các kênh phân phối điện tử khác).

Hoàn chỉnh mạng lưới bán lẻ tại các địa bàn tiềm năng, nhằm tăng cường quản trị điều hành, giám sát rủi ro hoạt động, nâng cao sức cạnh tranh, tận dụng thời cơ và đương đầu với mọi thách thức.

Nâng cao hiệu quả hoạt động của các phòng giao dịch: đẩy mạnh hoạt động bán lẻ trên cơ sở SPDV tốt, công nghệ phù hợp, đội ngũ cán bộ chất lượng

3.2. Căn cứ thực hiện giải pháp

Căn cứ thực hiện giải pháp đề tài "Phát triển dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Huyện Nam Sách" bao gồm các yếu tố sau:

Dựa vào kết quả khảo sát thực trạng và nhu cầu khách hàng:

Tiến hành khảo sát, phỏng vấn khách hàng hiện tại và tiềm năng để hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của họ đối với dịch vụ bán lẻ của ngân hàng.

Phân tích các kết quả khảo sát để xác định những điểm mạnh và điểm yếu trong dịch vụ hiện tại.

Dựa vào đánh giá môi trường kinh doanh:

Phân tích môi trường kinh doanh tại Huyện Nam Sách, bao gồm các yếu tố kinh tế, xã hội, và công nghệ.

Xem xét các yếu tố cạnh tranh từ các ngân hàng khác và các tổ chức tài chính.

Dựa vào chiến lược phát triển:

Đề xuất các chiến lược phát triển dịch vụ bán lẻ dựa trên kết quả phân tích SWOT và nhu cầu khách hàng.

Bao gồm chiến lược marketing, dịch vụ khách hàng, cải tiến quy trình và phát triển sản phẩm mới.

Dựa vào ứng dụng công nghệ thông tin:

Triển khai các giải pháp công nghệ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và trải nghiệm khách hàng.

Sử dụng các phần mềm quản lý khách hàng (CRM), dịch vụ ngân hàng điện tử và các ứng dụng di động.

Dựa vào nguồn nhân lực:

Tăng cường đào tạo nhân viên về kỹ năng bán hàng, dịch vụ khách hàng, và sử dụng công nghệ.

Khuyến khích tinh thần làm việc và sáng tạo trong công việc của nhân viên.

Thiết lập hệ thống theo dõi và đánh giá hiệu quả của các giải pháp đã triển khai.

Điều chỉnh và cải tiến các giải pháp dựa trên phản hồi từ khách hàng và kết quả kinh doanh.

Các căn cứ trên giúp Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Huyện Nam Sách đưa ra được các giải pháp phát triển dịch vụ bán lẻ, tăng cường sự hài lòng của khách hàng và nâng cao vị thế cạnh tranh trên thị trường.

3.3. Một số giải pháp phát triển DVNHBL giai đoạn 2023-2028

3.3.1. Mở rộng quy mô kinh doanh

Các NHBL có nền tảng tài chính vững mạnh bất chấp những trở ngại kinh tế đường như ngày càng mạnh hơn khi lạm phát tăng, tỷ lệ thất nghiệp tăng và mối lo ngại của NTD về việc đáp ứng các nhu cầu cơ bản vẫn tiếp tục. Một câu hỏi lớn vẫn cần được trả lời là liệu các ngân hàng bán lẻ sẽ thu hẹp quy mô đầu tư vào chuyển đổi kỹ thuật số hay họ sẽ tiếp tục hướng tới việc sẵn sàng hơn cho tương lai.

Mặc dù phải đối mặt với một nền kinh tế không chắc chắn, vẫn có những cơ hội đáng kể cho các ngân hàng bán lẻ sẵn sàng tiếp tục cam kết cải thiện trải nghiệm của khách hàng và xây dựng sự gắn kết lớn hơn với khách hàng. Trong tương lai, những tổ chức có thể tận dụng dữ liệu và phân tích để tương tác theo ngữ cảnh trong thời gian thực sẽ là những tổ chức chiến thắng. Để thực hiện được điều này sẽ cần có một văn phòng hỗ trợ được xây dựng cả về tốc độ và quy mô.

Các ngân hàng cũng nên chuẩn bị để đối phó với những thách thức tiềm ẩn từ thị trường cho vay nhà ở và ô tô, tăng cường giám sát pháp lý về phí và bảo mật dữ liệu. Về lâu dài, họ nên phát triển các ứng dụng mới có tính sáng tạo, tài chính nhúng và tài sản kỹ thuật số

Khi người tiêu dùng cố gắng quản lý tình hình tài chính của mình, họ sẽ tìm đến tổ chức tài chính của mình để hỗ trợ cung cấp lời khuyên được cá nhân hóa theo thời gian thực. Điều này sẽ yêu cầu tích hợp liền mạch cả kênh phân

phối kỹ thuật số và vật lý cũng như quan hệ đối tác với các nhà cung cấp bên thứ ba có thể mở rộng lĩnh vực ngân hàng bán lẻ truyền thống.

❖ Kế hoạch mở rộng quy mô kinh doanh

1. Phân tích hiện trạng và xác định mục tiêu

+)*Phân tích hiện trạng:*

Thu thập và phân tích dữ liệu về quy mô khách hàng, doanh thu, lợi nhuận và thị phần hiện tại của chi nhánh.

Báo cáo chi tiết hiện trạng kinh doanh của chi nhánh.

Thời gian: 1 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Kế hoạch và Phát triển.

+)*Xác định mục tiêu:*

Đặt ra các mục tiêu cụ thể và đo lường được như tăng 20% số lượng khách hàng trong 1 năm, tăng doanh thu từ dịch vụ bán lẻ lên 30% trong 2 năm.

Thời gian: 2 tuần.

Người chịu trách nhiệm: Giám đốc chi nhánh cùng Phòng Kế hoạch và Phát triển.

2. Nghiên cứu thị trường và khách hàng

+)*Nghiên cứu thị trường:*

Tiến hành khảo sát thị trường để xác định nhu cầu và thói quen của khách hàng.

Thời gian: 2 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Nghiên cứu Thị trường.

Phân khúc khách hàng:

Phân tích dữ liệu khách hàng hiện có để xác định các nhóm khách hàng tiềm năng.

Thời gian: 1 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Dịch vụ Khách hàng.

3. Phát triển sản phẩm và dịch vụ

+) *Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ:*

Nghiên cứu và phát triển các sản phẩm tài chính mới như các gói tín dụng, dịch vụ thanh toán, tiết kiệm.

Thời gian: 6 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Sản phẩm và Dịch vụ.

+) *Cải tiến chất lượng dịch vụ:*

Tổ chức các khóa đào tạo về kỹ năng dịch vụ khách hàng và quy trình phục vụ.

Thời gian: Liên tục.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Nhân sự và Phòng Dịch vụ Khách hàng.

4. Triển khai các chiến lược marketing và quảng bá

+) *Chiến lược marketing:*

Xây dựng chiến lược marketing tổng thể và các chiến dịch cụ thể để thu hút khách hàng.

Thời gian: 3 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Marketing.

+) *Quảng bá sản phẩm và dịch vụ:*

Tổ chức các sự kiện giới thiệu sản phẩm mới, hội thảo, chương trình khuyến mãi.

Thời gian: Liên tục.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Marketing.

5. Mở rộng mạng lưới điểm giao dịch

+) *Lập kế hoạch mở rộng:*

Xác định các địa điểm tiềm năng để mở thêm các điểm giao dịch mới.

Thời gian: 3 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Kế hoạch và Phát triển.

+) *Thiết lập và vận hành:*

Hoàn tất các thủ tục pháp lý, xây dựng cơ sở hạ tầng và tuyển dụng nhân sự cho các điểm giao dịch mới.

Thời gian: 6 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Hành chính và Nhân sự.

6. Ứng dụng công nghệ và số hóa dịch vụ

+)*Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử:*

Phát triển và cải thiện ứng dụng ngân hàng di động và dịch vụ trực tuyến.

Thời gian: 1 năm.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Công nghệ Thông tin.

+)*Cải thiện hệ thống quản lý khách hàng (CRM):*

Triển khai hệ thống CRM để quản lý thông tin khách hàng hiệu quả hơn.

Thời gian: 6 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Công nghệ Thông tin.

7. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

+)*Đào tạo nhân viên:*

Tổ chức các khóa đào tạo kỹ năng cho nhân viên, bao gồm kỹ năng bán hàng, dịch vụ khách hàng và sử dụng công nghệ.

Thời gian: Liên tục.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Nhân sự.

+)*Phát triển đội ngũ quản lý:*

Tăng cường năng lực quản lý cho đội ngũ lãnh đạo chi nhánh và các điểm giao dịch.

Thời gian: Liên tục.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Nhân sự.

8. Theo dõi và đánh giá kết quả

+)*Thiết lập hệ thống theo dõi:*

Xây dựng các chỉ số đánh giá hiệu quả (KPIs) và hệ thống theo dõi tiến độ thực hiện các giải pháp.

Thời gian: 1 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Kế hoạch và Phát triển.

+) *Đánh giá định kỳ:*

Thực hiện đánh giá định kỳ hàng quý, thu thập phản hồi từ khách hàng và điều chỉnh các giải pháp dựa trên kết quả thực tế.

Thời gian: Hàng quý.

Người chịu trách nhiệm: Ban Giám đốc và Phòng Kế hoạch và Phát triển.

9. Dự trù kinh phí và nguồn lực

+) *Lập kế hoạch tài chính:*

Xác định các nguồn lực tài chính cần thiết để triển khai các giải pháp, bao gồm chi phí mở điểm giao dịch, chi phí marketing và đào tạo nhân viên.

Thời gian: 1 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Tài chính.

+) *Quản lý nguồn lực:*

Đảm bảo việc sử dụng nguồn lực hiệu quả, tránh lãng phí và tối ưu hóa chi phí.

Thời gian: Liên tục.

Người chịu trách nhiệm: Ban Giám đốc và Phòng Tài chính.

10. Xây dựng lộ trình thực hiện

+) *Phân chia giai đoạn:*

Xác định các giai đoạn thực hiện cụ thể và phân bổ nguồn lực hợp lý cho từng giai đoạn.

Thời gian: 1 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Kế hoạch và Phát triển.

+) *Lập lịch trình chi tiết:*

Xây dựng lịch trình chi tiết cho các hoạt động và nhiệm vụ, đảm bảo tiến độ thực hiện theo kế hoạch đề ra.

Thời gian: 1 tháng.

Người chịu trách nhiệm: Phòng Kế hoạch và Phát triển.

Việc thực hiện kế hoạch này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa các phòng ban và sự cam kết mạnh mẽ từ ban lãnh đạo chi nhánh. Mục tiêu cuối cùng là mở rộng quy mô kinh doanh, phát triển dịch vụ bán lẻ và tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

3.3.2. Đáp ứng nhu cầu khách hàng hiện hữu

Tác động lớn nhất đến sự hài lòng của KH trong thời kỳ kinh tế bất ổn này là việc cung cấp sự kết hợp cá nhân hóa giữa lời khuyên tài chính, trợ giúp thực hành để giải quyết vấn đề và hướng dẫn cách tăng tiền của họ. Nếu một tổ chức tài chính cung cấp mức hỗ trợ này, đa số KH cho biết họ chắc chắn sẽ không chuyển đổi ngân hàng và họ cho biết rằng họ chắc chắn sẽ sử dụng ngân hàng của mình cho các dịch vụ bổ sung.

Các tổ chức tài chính cũng đang nỗ lực sắp xếp các hệ thống văn phòng hỗ trợ để mang lại trải nghiệm 'đỉnh cao' tốt hơn. Theo Deloitte, “Tiếp tục đầu tư vào hiện đại hóa từ trước đến sau - được hỗ trợ bởi di chuyển đám mây, nền tảng ứng dụng mã nguồn/không mã và tự động hóa quy trình bằng rô-bốt - có thể liên kết các doanh nghiệp làm việc trực tiếp với KH với các hoạt động và dịch vụ phụ trợ để giảm thiểu sự kém hiệu quả.” Mục tiêu sẽ là làm cho trải nghiệm kênh đa dạng trở nên liền mạch và nhất quán nhất có thể khi các tổ chức nỗ lực đáp ứng nhu cầu của NTD.

Một phần của việc điều chỉnh kênh này là để các ngân hàng và tổ chức tín dụng đánh giá lại mức độ phù hợp của các chi nhánh với các mô hình phân phối mới. Hầu hết tất cả các tổ chức đều có năng lực dư thừa và điều này sẽ chỉ trở nên bức tức hơn khi người tiêu dùng tiếp tục chuyển kênh sang tương tác kỹ thuật số. Tuy nhiên, việc loại bỏ các chi nhánh sẽ không dễ dàng vì các nhà lãnh đạo truyền thống trong các tổ chức tài chính cũng như các nhà lãnh đạo cộng

đồng và cơ quan quản lý chính phủ thường đấu tranh để giữ lại mạng lưới chi nhánh.

3.3.3. Tăng cường năng lực công nghệ ngân hàng

Việc mở rộng kỹ thuật số này cho phép các ngân hàng cung cấp các dịch vụ ngân hàng kỹ thuật số thuận tiện và dễ tiếp cận cho nhiều người dân hơn. Với việc điện thoại thông minh ngày càng trở nên phổ biến và kết nối internet ngày càng mở rộng, khách hàng có thể thực hiện một loạt hoạt động ngân hàng, từ chuyển tiền đến đăng ký khoản vay một cách liền mạch. Sự tích hợp công nghệ này giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng và hiệu quả hoạt động đồng thời giảm chi phí. Xu hướng này cũng thúc đẩy các dịch vụ cạnh tranh và dịch vụ hợp lý. Nhìn chung, sự thâm nhập ngày càng tăng của điện thoại thông minh và internet đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy mở rộng thị trường ngân hàng bán lẻ, đảm bảo sự thuận tiện, khả năng tiếp cận và cải thiện dịch vụ.

3.3.4. Tăng cường quản trị rủi ro bán lẻ

Ngân hàng là tổ chức nền tảng của hệ thống tài chính quốc gia và toàn cầu. Vì vậy, mặc dù chúng được phép gặp một số mức độ rủi ro nhưng chúng thường có ít rủi ro hơn nhiều so với các ngành khác. Điều này là do nếu chúng thất bại, nó sẽ làm chậm hoặc dừng việc tạo ra và trao đổi tiền, điều này có tác động sâu rộng đến phần còn lại của nền kinh tế.

Một số lý do cụ thể về tầm quan trọng của quản lý rủi ro trong lĩnh vực ngân hàng là nó giúp các ngân hàng:

- Tránh lãng phí hoặc mất mát số tiền cần thiết để duy trì hoạt động kinh doanh
- Tránh làm gián đoạn hoạt động của họ
- Duy trì niềm tin từ các nhà đầu tư và khách hàng để tiếp tục hợp tác kinh doanh với họ
- Tuân thủ luật pháp và các quy định để tránh phải trả tiền phạt nếu không tuân thủ

❖ **Quy trình quản lý rủi ro trong ngân hàng thường bao gồm sáu thành phần:**

Nhận dạng: Xác định bản chất của rủi ro, bao gồm chúng bắt nguồn từ đâu và tại sao chúng gây ra mối đe dọa cho ngân hàng.

Đánh giá và phân tích: Đánh giá mức độ rủi ro có thể gây ra mối đe dọa cho ngân hàng và mức độ nghiêm trọng của mối đe dọa đó. Điều này giúp ngân hàng ưu tiên những rủi ro nào đáng được quan tâm nhất.

Giảm thiểu: Thiết kế và thực hiện các chính sách và quy trình của ngân hàng nhằm hạn chế khả năng rủi ro trở thành mối đe dọa và giảm thiểu các mối đe dọa thiệt hại có thể gây ra.

Giám sát: Thu thập dữ liệu về phòng ngừa mối đe dọa và ứng phó sự cố để xác định chiến lược quản lý rủi ro ngân hàng đang hoạt động tốt như thế nào. Điều này cũng liên quan đến việc nghiên cứu các xu hướng rủi ro mới nổi để xác định xem khung quản lý rủi ro của ngân hàng có cần (hoặc sẽ cần) cập nhật hay không.

Hợp tác: Thiết lập mối quan hệ giữa rủi ro và chiến lược giảm thiểu trên các lĩnh vực hoạt động khác nhau của ngân hàng nhằm tạo ra một hệ thống ứng phó mối đe dọa tập trung và phối hợp hơn.

Báo cáo: Lập tài liệu và xem xét thông tin liên quan đến nỗ lực quản lý rủi ro của ngân hàng để đánh giá tính hiệu quả của chúng. Điều này cũng được sử dụng để theo dõi hồ sơ rủi ro tổng thể của ngân hàng thay đổi như thế nào theo thời gian.

Những thành phần này cần phải được thực hiện cùng nhau và lặp lại thường xuyên để mang lại cho ngân hàng nhiều biện pháp bảo vệ khỏi rủi ro nhất có thể.

❖ **Các phương pháp quản lý rủi ro ngân hàng**

Thiết lập khuôn khổ quản trị rủi ro trên toàn tổ chức

Đây là một cách khác để nói rằng điều quan trọng là phải thu hút sự tham gia của tất cả mọi người làm việc tại ngân hàng không chỉ nhân viên nhóm quản

lý rủi ro và tuân thủ vào các hoạt động quản lý rủi ro của ngân hàng. Các lãnh đạo bộ phận nên thảo luận với nhóm của mình và sau đó cộng tác với các giám đốc điều hành để phát triển hồ sơ rủi ro tổng thể cho ngân hàng. Điều này cần được chia sẻ giữa tất cả các bên liên quan của ngân hàng để họ hiểu những rủi ro mà ngân hàng phải đối mặt và tại sao việc kiểm soát chúng lại quan trọng.

Những rủi ro được xác định sau đó sẽ được giao cho các bộ phận thích hợp. Trưởng nhóm nên làm việc để phát triển các chiến lược quản lý rủi ro và đảm bảo rằng chúng được hiểu và thực hiện đúng cách trong mỗi bộ phận. Việc phân quyền quản lý rủi ro như thế này giúp đưa vấn đề này trở thành ưu tiên của toàn tổ chức đồng thời hạn chế sự nhầm lẫn về vai trò quản lý rủi ro trong ngân hàng.

Ưu tiên xác minh & xác thực danh tính cho mọi người tương tác với ngân hàng

Những người không giao dịch trung thực với ngân hàng có thể làm tăng đáng kể những rủi ro mà ngân hàng phải đối mặt. Đó là lý do tại sao ngân hàng nên chú ý đầu tư vào các kỹ thuật xác thực và xác minh danh tính cho cả khách hàng dù là cá nhân hay doanh nghiệp và nhân viên của chính ngân hàng đó. Những điều này đặc biệt quan trọng trong quá trình làm quen (dù có được khách hàng mới hay tuyển nhân viên mới), nhưng chúng nên được áp dụng thường xuyên sau đó để đảm bảo mọi người đều hành động theo đúng khả năng của mình.

Biết KH của bạn (KYC) giúp đảm bảo các cá nhân không mạo danh người khác để lừa đảo hệ thống hoặc hành động bất hợp pháp vì lợi ích của bên khác. Biết DN của bạn (KYB) là điều cần thiết để biết ai thực sự phụ trách một DN và đảm bảo rằng bản thân doanh nghiệp đó là hợp pháp (chứ không phải một công ty vỏ bọc được sử dụng chỉ để che giấu các giao dịch bất hợp pháp). Và Biết nhân viên của bạn (KYE) rất quan trọng để đảm bảo tất cả nhân viên ngân hàng hành động vì lợi ích tốt nhất của ngân hàng, vì nhiều rủi ro có

thể xảy ra do nhân viên lạm dụng thông tin đặc quyền bao gồm cả việc chia sẻ thông tin đó với các bên ngoài bất hợp pháp.

Tự động hóa các nhiệm vụ liên quan đến quản lý rủi ro, như giám sát giao dịch

Kiểm tra các giao dịch để xem liệu chúng có gây ra mối đe dọa cho ngân hàng hoặc các bên liên quan hay không là một quy trình tẻ nhạt nếu không muốn nói là không thực tế được thực hiện thủ công. Điều này không chỉ tốn thêm thời gian và tiền bạc mà còn thực sự có thể gây ra nhiều rủi ro hơn dưới dạng lỗi của con người. Điều quan trọng là phải cân bằng giữa khả năng nắm bắt các giao dịch (hoặc mô hình của chúng) có khả năng rủi ro và lọc ra các kết quả dương tính giả làm tiêu tốn thời gian của nhóm quản lý rủi ro một cách không cần thiết.

Sử dụng máy học trong quản lý rủi ro ngân hàng để tạo ra “điểm cảnh báo”. Đây là các xếp hạng dựa trên lịch sử giao dịch của khách hàng, lịch sử trường hợp của ngân hàng và các yếu tố khác cho biết khả năng cảnh báo hoạt động đáng ngờ sẽ là tích cực thực sự. Điều này cho phép nhóm quản lý rủi ro của ngân hàng ưu tiên tốt hơn những cảnh báo nào thực sự cần điều tra thủ công.

Theo dõi cả các trường hợp riêng lẻ và báo cáo rủi ro tổng thể

Khi xảy ra sự cố làm tăng rủi ro cho ngân hàng, điều quan trọng là không nên cố gắng giải quyết chúng như một nhóm riêng lẻ. Phân chia chúng dựa trên thông tin liên quan, sau đó ủy quyền cho các nhóm hoặc thành viên nhóm riêng biệt. Điều này cho phép xử lý nhiều sự cố hơn cùng một lúc, đồng thời vẫn cho phép mỗi nhóm tập trung nhiều hơn vào phân tích dữ liệu và trực quan hóa mẫu cho từng sự cố. Đây là một chiến lược được gọi là quản lý trường hợp.

Như đã nói, việc viết và nộp báo cáo về các sự cố một cách khá thường xuyên cũng rất hữu ích.

Điều này phục vụ hai mục đích. Đầu tiên, nó làm giảm rủi ro tuân thủ bằng cách chứng minh các bước thực tế mà ngân hàng đang thực hiện để giải quyết rủi ro. Thứ hai, khi kết hợp lại với nhau, các báo cáo này giúp vẽ nên bức tranh toàn cảnh về hồ sơ quản lý rủi ro tổng thể của ngân hàng, nơi ngân hàng

phải đối mặt với rủi ro nhiều nhất (và ít nhất) cũng như mức độ hiệu quả của các biện pháp kiểm soát trong việc giảm thiểu một số loại rủi ro nhất định

Liên tục đánh giá, phân tích và hành động dựa trên các số liệu rủi ro

Quản lý rủi ro trong lĩnh vực ngân hàng hay bất cứ nơi nào khác không phải là một quá trình tĩnh. Nhân viên hoặc KH của ngân hàng có thể phát triển và thay đổi. Các tiêu chuẩn công nghệ mới được phát triển, có thể dẫn đến cả mức độ bảo mật tốt hơn và những con đường mới cho rủi ro. Và các yêu cầu pháp lý mới được đưa ra để giải quyết bối cảnh ngày càng gia tăng của các mối đe dọa với ngân hàng.

Đó là lý do tại sao quy trình quản lý rủi ro trong ngành ngân hàng phải năng động. Các ngân hàng cần đánh giá các biện pháp kiểm soát hiện tại của họ xử lý rủi ro tốt đến mức nào và những lĩnh vực rủi ro nào có thể cần được chú ý thêm. Họ cũng cần xem xét những rủi ro mà họ có thể gặp phải trong tương lai gần và xác định xem hệ thống của họ có khả năng thích ứng để quản lý những rủi ro đó một cách hợp lý hay không.

Tuy nhiên, trên hết, ngân hàng phải hành động - tạo và cập nhật các kế hoạch quản lý rủi ro dựa trên phân tích của mình và thực hiện các cơ cấu quản trị để đảm bảo tất cả nhân viên đều tham gia và thực hiện phần việc của mình.

❖ Các loại hình quản lý rủi ro trong ngân hàng

(1). Rủi ro tín dụng

Rủi ro tín dụng là một trong những loại rủi ro phổ biến nhất đối với ngân hàng. Nói một cách đơn giản, đó là rủi ro ngân hàng cho khách hàng vay tiền và không được trả lại. Điều này có thể làm giảm lượng tài sản mà ngân hàng có sẵn để đáp ứng các nghĩa vụ tài chính của mình. Nó cũng có thể khiến ngân hàng tổn thêm tiền nếu ngân hàng triển khai các phương pháp cố gắng thu lại số tiền đã nợ.

Cách làm giảm thiểu rủi ro tín dụng

Giảm thiểu rủi ro tín dụng tập trung vào việc biết hai điều. Đầu tiên là tình hình tài chính tổng thể của ngân hàng, xét về mức độ thua lỗ có thể xảy ra trong

khi vẫn có thể hoạt động hiệu quả. Thứ hai là hiểu rõ một khách hàng cụ thể - hiểu lịch sử và tình hình tài chính cũng như hành vi tài chính chung của họ để đánh giá mức độ rủi ro mà họ gây ra khi không trả được nợ. Sau đó, ngân hàng có thể điều chỉnh hợp đồng cho vay của khách hàng để có các điều khoản chặt chẽ hơn hoặc lỏng lẻo hơn, tùy thuộc vào mức độ rủi ro của họ.

(2). Rủi ro thị trường

Còn được gọi là rủi ro hệ thống, rủi ro thị trường là khả năng một sự kiện bất lợi bên ngoài ngành ngân hàng sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến các khoản đầu tư của ngân hàng. Điều này có thể là do một vấn đề trong một ngành đơn lẻ - chẳng hạn như sự sụp đổ của thị trường nhà ở Hoa Kỳ năm 2008 - hoặc do sự suy thoái kinh tế chung của quốc gia hoặc quốc tế. Các loại khủng hoảng khác, chẳng hạn như bất ổn chính trị hoặc thiên tai, cũng có thể làm tăng rủi ro thị trường.

Cách làm giảm thiểu rủi ro thị trường

Trong một số trường hợp, rủi ro thị trường có thể được giảm thiểu bằng cách đa dạng hóa danh mục đầu tư của ngân hàng. Tuy nhiên, có những lúc chiến lược này không hiệu quả vì khủng hoảng sẽ ảnh hưởng đến nhiều ngành phụ thuộc lẫn nhau. Một số chiến thuật khác có thể hiệu quả bao gồm đầu tư vào các ngành thiết yếu (chẳng hạn như tiện ích hoặc hàng tiêu dùng đóng gói), sử dụng chiến lược đầu tư dài hạn hoặc giữ nhiều tài sản của ngân hàng hơn ở dạng thanh khoản.

(3). Rủi ro hoạt động

Rủi ro hoạt động đề cập đến những rủi ro phát sinh dựa trên cách thức hoạt động hàng ngày của ngân hàng. Ví dụ, nếu nhân viên được đào tạo kém, họ có thể mắc nhiều lỗi hơn khiến ngân hàng tốn thời gian và tiền bạc để sửa chữa. Hoặc nếu ngân hàng có cơ sở hạ tầng CNTT không đầy đủ, hệ thống của ngân hàng có thể bị hỏng, làm gián đoạn dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

Một thành phần của rủi ro hoạt động là rủi ro an ninh mạng. Đây là khả năng tội phạm mạng có thể tấn công thành công hệ thống kỹ thuật số của ngân hàng. Hậu quả là hành vi trộm cắp hoặc phá hủy tiền kỹ thuật số hoặc thông tin

nhạy cảm có thể cản trở đáng kể khả năng hoạt động hiệu quả của ngân hàng. Nó cũng có thể khiến khách hàng và các bên liên quan gặp rủi ro.

Cách làm giảm thiểu rủi ro hoạt động

Rủi ro hoạt động có thể được hạn chế theo một số cách. Một là thuê đúng người và đào tạo họ đúng cách về các quy trình cũng như văn hóa đạo đức của ngân hàng. Một cách khác là bảo mật kho công nghệ của ngân hàng, bao gồm việc kiểm tra kỹ lưỡng các nhà cung cấp dịch vụ bên thứ ba, cũng như luôn cập nhật các mối đe dọa và xu hướng an ninh mạng.

Tự động hóa các quy trình bằng công nghệ chẳng hạn như giới thiệu khách hàng có thể giúp giảm thiểu lỗi của con người. Việc triển khai các chương trình thu thập dữ liệu và phản hồi có thể giúp giải quyết mọi cập nhật cần thiết khi hồ sơ rủi ro của ngân hàng thay đổi theo thời gian.

(4). Rủi ro danh tiếng

Rủi ro danh tiếng đề cập đến rủi ro ngân hàng sẽ mất niềm tin từ các nhà đầu tư và khách hàng, và do đó mất nguồn tài trợ hoặc hoạt động kinh doanh (tương ứng). Về cơ bản, đây là tác dụng phụ của bất kỳ rủi ro nào khác mà ngân hàng gặp phải, nhưng điều đó không có nghĩa là nó ít đe dọa hơn. Nó có thể được gây ra trực tiếp bởi hoạt động kinh doanh hoặc hành vi của nhân viên ngân hàng hoặc gián tiếp do ngân hàng có liên quan đến một cá nhân hoặc nhóm có danh tiếng tiêu cực.

Ví dụ: rủi ro danh tiếng có thể xảy ra do khách hàng nhận được dịch vụ khách hàng kém từ ngân hàng và sau đó nói với người khác về điều đó - thông qua truyền miệng hoặc trên mạng xã hội. Hoặc một cơ quan báo chí có thể đăng tải một câu chuyện tiết lộ tình trạng tham nhũng trong một số nhân viên quản lý của ngân hàng.

Cách làm giảm thiểu rủi ro danh tiếng

Giảm thiểu rủi ro danh tiếng bắt đầu bằng việc xác định các giá trị đạo đức cốt lõi của ngân hàng. Hãy cùng phát triển những điều này với các bên liên quan và tiến hành đào tạo phù hợp về chúng để nhân viên hiểu được cách họ

phải hành xử. Ngân hàng cũng nên nghiên cứu danh tiếng của mình trên các phương tiện thông tin đại chúng và trên mạng xã hội, giải quyết các mối lo ngại và chịu trách nhiệm về những sai sót bất cứ khi nào thích hợp. Phần mềm quản lý danh tiếng có thể giúp ích cho việc này

Ngân hàng cũng nên xây dựng kế hoạch dự phòng trong trường hợp xảy ra sự cố ảnh hưởng đến danh tiếng. Nó nên tập trung vào việc trao đổi thông tin nhanh chóng và minh bạch, nêu rõ những biện pháp kiểm soát nào đang được sử dụng để giúp giảm thiểu thiệt hại, cũng như cách ngân hàng xác định những gì họ sẽ làm khác đi trong tương lai để tránh sai lầm tương tự xảy ra lần nữa. Một ngân hàng có thể muốn thuê một công ty quan hệ công chúng hoặc sử dụng phần mềm quản lý danh tiếng chuyên dụng để hỗ trợ quá trình này và các quy trình quản lý rủi ro danh tiếng khác.

(5). Rủi ro thanh khoản

Rủi ro thanh khoản đề cập đến khả năng ngân hàng cạn tiền vật chất, kể cả trường hợp ngân hàng không thể chuyển đổi các tài sản khác thành tiền mặt đủ nhanh. Do đó, nó không thể đáp ứng các nghĩa vụ ngắn hạn của mình đối với các chủ nợ hoặc khách hàng.

Một xu hướng gần đây có nguy cơ làm tăng rủi ro thanh khoản của ngân hàng là sự gia tăng số lượng các vụ phá sản ngân hàng. Một cuộc tháo chạy ngân hàng xảy ra khi có tin đồn rằng một ngân hàng có thể phá sản trong tương lai gần khiến khách hàng của ngân hàng đó hoảng sợ. Sau đó, họ cố gắng rút càng nhiều tiền mặt càng tốt từ ngân hàng trước khi có khả năng mất quyền truy cập vào tiền của mình.

Hoạt động ngân hàng nhanh chóng làm giảm lượng tài sản lưu động mà ngân hàng có sẵn để đáp ứng các khoản nợ ngắn hạn. Vì vậy, mặc dù tin đồn về việc ngân hàng phá sản có thể không hoàn toàn chính xác nhưng việc rút vốn hàng loạt vẫn khiến rủi ro thanh khoản của ngân hàng tăng đột biến. Điều này làm cho nhiều khả năng ngân hàng thực sự sẽ phá sản.

Đặc biệt nếu chúng dẫn đến đóng cửa ngân hàng theo cách này, việc rút vốn ngân hàng cũng có thể làm tổn hại đến niềm tin chung của người tiêu dùng đối với toàn bộ hệ thống tài chính. Điều này có thể dẫn đến hiệu ứng domino khiến ngân hàng tiếp tục tháo chạy và hậu quả là có thể xảy ra nhiều ngân hàng đóng cửa hơn.

Tệ hơn nữa, với sự ra đời của Internet, việc rút vốn ngân hàng đang trở nên đe dọa hơn bao giờ hết. Tin đồn về khó khăn tài chính của ngân hàng có thể lan truyền rất nhanh trên các phương tiện truyền thông trực tuyến, đặc biệt là mạng xã hội. Và khả năng thực hiện chuyển tiền điện tử có nghĩa là khách hàng có thể rút tiền gần như ngay lập tức mà không cần phải đến ngân hàng, khiến ngân hàng khó kiểm soát tốc độ tiêu tiền mặt hiện có.

Cách làm giảm thiểu rủi ro thanh khoản

Các ngân hàng có thể quản lý rủi ro thanh khoản bằng cách dự báo thường xuyên hơn dòng tiền của mình - nghĩa là, tốc độ tài sản lưu động vào ngân hàng so với tốc độ rời khỏi ngân hàng. Một phần của điều này là hiểu được những rủi ro tiềm ẩn liên quan đến các cách khác nhau mà ngân hàng được cấp vốn, từ đầu tư đến khách hàng. Ngân hàng cũng nên có sẵn kế hoạch tài trợ dự phòng (CFP) để giải quyết tình trạng thiếu hụt thanh khoản.

Các ngân hàng cũng có thể tiến hành các bài kiểm tra sức chịu đựng - tạo ra các kịch bản rủi ro giả định có thể gây mất thanh khoản và ước tính lượng thanh khoản sẽ bị mất trong mỗi trường hợp. Điều này có thể cho phép ngân hàng tạo ra tỷ lệ thanh khoản cơ bản, giúp đảm bảo ngân hàng có đủ vốn lưu động trong trường hợp khủng hoảng.

(6). Rủi ro tuân thủ

Rủi ro tuân thủ của ngân hàng bao gồm những rủi ro mà ngân hàng gặp phải khi không tuân thủ đầy đủ luật pháp hiện hành của chính phủ hoặc các quy định của ngành. Chúng có thể bao gồm các khoản phạt mang tính trừng phạt, kiện dân sự, buộc tội hình sự và thậm chí cả xử phạt kinh tế.

Rủi ro tuân thủ cũng bao gồm một phần rủi ro danh tiếng. Các ngân hàng bị coi là không tuân thủ thường đánh mất niềm tin của các nhà đầu tư và khách hàng, điều này ảnh hưởng đến khả năng kiếm tiền của họ. Chúng cũng có thể gây ra sự suy giảm lòng tin của người tiêu dùng và nhà đầu tư nói chung đối với toàn bộ ngành ngân hàng hoặc hệ thống tài chính.

Cách làm giảm thiểu rủi ro tuân thủ

Ngân hàng có thể quản lý rủi ro tuân thủ bằng cách bố trí nhân viên quen thuộc với các luật và quy định hiện hành đối với hầu hết các tổ chức, đây là nhân viên tuân thủ AML. Điều cần thiết là phải trang bị cho họ những công cụ phù hợp để tự động hóa các quy trình nếu có thể, định lượng và phân tích các mô hình hoạt động cũng như tuân thủ mọi nghĩa vụ khác.

Một trong những nghĩa vụ này là phải hiểu các loại rủi ro khác mà ngân hàng phải đối mặt, cũng như đánh giá khả năng xảy ra và mức độ ảnh hưởng của chúng. Điều này cho phép ngân hàng xác định các lĩnh vực rủi ro còn tồn tại mà ngân hàng có thể không hoàn toàn đáp ứng các yêu cầu tuân thủ và tăng cường kiểm soát ở đó.

Cuối cùng, ngân hàng nên coi việc tuân thủ là một phần của văn hóa tổng thể của mình. Điều này có nghĩa là giáo dục nhân viên bên ngoài nhóm tuân thủ và quản lý rủi ro về những luật và quy định mà ngân hàng phải tuân thủ và lý do tại sao họ có thể đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo điều này xảy ra. Nó cũng có thể có nghĩa là chủ động giải quyết rủi ro danh tiếng. Ngân hàng có thể thực hiện điều này bằng cách tóm tắt những gì ngân hàng đang làm (theo nghĩa thực tế) để duy trì sự tuân thủ và cách điều đó bảo vệ lợi ích của khách hàng và các bên liên quan khác

3.3.5. Tăng cường đổi mới sản phẩm, dịch vụ

Cần phải đổi mới các dịch vụ tài chính hơn bao giờ hết để xem xét lại các sản phẩm và dịch vụ hiện có, sắp xếp lại các lựa chọn phân phối cũng như tăng tốc độ và quy mô của các giải pháp. Lãnh đạo ngân hàng phải tìm cách khuyến khích sự đổi mới ở tất cả các cấp trong tổ chức, bao gồm chấp nhận mức độ rủi

ro cao hơn, cho phép có nhiều thời gian hơn để phát triển ý tưởng, định vị thất bại theo hướng tích cực hơn, khuyến khích những nhà tiên phong đổi mới và đầu tư vào các ý tưởng mới.

Để thúc đẩy sự đổi mới và khuyến khích 'tư duy thách thức', nhiều tổ chức tài chính tiền bộ nhất đang tập trung vào những đổi mới gia tăng có thể giúp các tổ chức tiến lên trên nhiều mặt trận. Các ngân hàng và hiệp hội tín dụng nên cố gắng chuyển đổi từ đổi mới định kỳ, theo thời điểm sang giám sát liên tục hơn các rủi ro chính, biện pháp kiểm soát và các chỉ số hoạt động. Điều này quan trọng hơn khi thị trường tài chính nhúng và BaaS sắp bùng nổ.

Metaverse cũng có thể thay đổi trải nghiệm của khách hàng, đòi hỏi phải tập trung vào sự đổi mới để có tầm nhìn xa hơn trong tương lai.

Để thành công, lãnh đạo ngân hàng phải thay đổi phản ứng của họ trước những thất bại, từ nỗi sợ hãi và sự trừng phạt thành một công cụ học tập để cải thiện sự đổi mới. Một khi các ý tưởng mới được khuyến khích và các rào cản được dỡ bỏ thì khả năng chuyển đổi quá trình đổi mới sẽ xuất hiện.

3.3.6. Về nhân sự

Quản lý nguồn nhân lực hiệu quả là rất quan trọng đối với bất kỳ tổ chức nào làm việc với con người, và điều này cũng đúng đối với ngành ngân hàng, vốn đã và sẽ luôn là “Doanh nghiệp của Con người”. Bản chất của ngành ngân hàng, chủ yếu dựa trên dịch vụ, nâng cao tầm quan trọng của quản lý nguồn nhân lực, vì việc quản lý con người trong tổ chức đồng thời xử lý các rủi ro tài chính và kinh tế đặt ra những thách thức đáng kể. Chỉ thông qua nguồn nhân lực hiệu quả và có tay nghề cao, các ngân hàng mới có thể quản lý hiệu quả những rủi ro tài chính mà họ gặp phải thường xuyên. Bộ phận Nhân sự đóng vai trò quan trọng trong việc xác định và tuyển dụng những cá nhân tài năng có thể đóng góp vào sự thành công của ngân hàng.

Một trách nhiệm chính của bộ phận nhân sự trong ngành ngân hàng là tư vấn nghề nghiệp. Nhân viên làm việc trong ngân hàng, đặc biệt là những người ở bộ phận lễ tân, trở thành bộ mặt của tổ chức. Do đó, bộ phận nhân sự phải đảm

bảo rằng những cá nhân đủ tiêu chuẩn được tuyển dụng cho các vai trò tiếp xúc với khách hàng này. Ngoài ra, bộ phận nhân sự phải đảm bảo rằng các ứng viên được chọn phải trải qua quá trình đào tạo cần thiết để làm quen với những phức tạp của ngành ngân hàng cốt lõi và quản lý quan hệ khách hàng. Với việc ngành đang phải đối mặt với tình trạng thiếu nhân lực có tay nghề cao, quản lý nhân sự phải giải quyết cả yêu cầu về số lượng và chất lượng của ngành ngân hàng một cách hiệu quả.

Tầm quan trọng của quản lý nguồn nhân lực:

Tầm quan trọng của quản lý nguồn nhân lực trong lĩnh vực ngân hàng có thể được thể hiện qua các khía cạnh sau:

Lập kế hoạch tuyển dụng chiến lược : Ngành ngân hàng không ngừng phát triển, với mức tăng trưởng đáng kể trong thập kỷ qua, dẫn đến số lượng tuyển dụng việc làm tăng lên và sự mở rộng tổng thể. Đội ngũ quản lý nhân sự chịu trách nhiệm phân tích các yêu cầu của tổ chức trong tương lai và thực hiện các quy trình tuyển dụng phù hợp.

Cân bằng giữa kinh nghiệm và sức trẻ: Ngành ngân hàng chứng kiến những thay đổi đáng kể do sự xuất hiện của ngân hàng trực tuyến và dịch vụ ngân hàng lõi. Để thích ứng với những thay đổi này, sự cân bằng giữa năng lực trẻ trung và các chuyên gia giàu kinh nghiệm là rất quan trọng. Quản lý nhân sự đóng vai trò then chốt trong việc duy trì sự cân bằng này thông qua những điều chỉnh về văn hóa và quản lý.

Đào tạo nhân lực : Công nghệ và phương pháp làm việc trong ngành ngân hàng đang phát triển nhanh chóng. Nhân viên, cả nhân viên mới tuyển dụng và nhân viên hiện tại, đều cần được đào tạo thường xuyên để theo kịp những thay đổi này. Bộ phận nhân sự đảm bảo rằng nhân viên được trang bị những kỹ năng và kiến thức cần thiết để thực hiện vai trò của mình một cách hiệu quả, nhấn mạnh vào việc đào tạo và đo lường hiệu suất.

Quản lý hiệu suất và xác định nhân tài : Quản lý nhân sự chịu trách nhiệm đánh giá hiệu suất tổng thể của nhân viên ở nhiều bộ phận khác nhau. Đặc biệt

chú ý đến những cá nhân có thể hoạt động kém hiệu quả, nỗ lực hỗ trợ và nâng cao hiệu quả hoạt động của họ vì lợi ích của ngân hàng. Ghi nhận và khen thưởng sự chăm chỉ và cống hiến thông qua khen ngợi và thăng tiến xứng đáng là một khía cạnh thiết yếu trong vai trò của bộ phận Nhân sự.

Sự hài lòng và gắn kết của nhân viên : Bộ phận nhân sự trong các tổ chức ngân hàng tập trung vào việc đáp ứng các yêu cầu cá nhân của nhân viên để nâng cao ý thức về giá trị của họ trong công ty. Điều này bao gồm việc cung cấp các đặc quyền trả lương cho hiệu suất vượt trội, duy trì thông tin cá nhân, tổ chức các dịp kỷ niệm, cấp phép nghỉ phép và theo dõi các nhu cầu thăng tiến và chuyển chuyển

Chiến lược giữ chân : Giữ chân nhân viên tài năng là rất quan trọng đối với bộ phận nhân sự. Họ phải hiểu lý do đằng sau quyết định rời bỏ tổ chức của nhân viên và nỗ lực giải quyết mọi vấn đề. Đội ngũ nhân sự cũng cần dự đoán những đợt nghỉ hưu sắp tới và có sẵn kế hoạch tuyển dụng để lấp đầy các vị trí còn trống.

Nâng cao kỹ năng và đào tạo lại kỹ năng : Nâng cao kỹ năng là điều cần thiết, do lĩnh vực tài chính đang bước vào lĩnh vực kỹ thuật số nhanh như thế nào. Để hoạt động hiệu quả hơn ở nơi làm việc hiện đại, vai trò của chuyên gia nhân sự đã được điều chỉnh để bao gồm nhân sự kỹ thuật số. Ngoài ra, các ngân hàng đang ngày càng áp dụng công nghệ thông minh để tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả xử lý và sự hài lòng của khách hàng. Do đó, việc kết hợp các kỹ năng mới vào các khuôn khổ phát triển lãnh đạo, chức năng và hành vi trở nên quan trọng khi các công ty đầu tư vào nền tảng phân tích dữ liệu và Trí tuệ nhân tạo (AI).

Thay đổi cơ cấu tổ chức : Sẽ có sự chuyển đổi từ cơ cấu tổ chức phân cấp sang cơ cấu tổ chức linh hoạt, nơi mọi người có quyền tự chủ, lãnh đạo ủy quyền cho các nhóm có thẩm quyền và các tương tác ít trang trọng hơn và linh hoạt hơn. Các nhóm linh hoạt sẽ được trang bị tốt hơn để mang lại trải nghiệm tuyệt vời cho khách hàng.

Blockchain : Blockchain là một ngành công nghiệp sẵn sàng đạt giá trị kinh doanh 3,1 nghìn tỷ USD vào năm 2030, theo Gartner. Tác động của nó được cảm nhận sâu rộng bởi nhiều bộ phận và chức năng khác nhau. Blockchain cũng sẽ tác động đến nhân sự. Tuy nhiên, nó có thể phục vụ nhiều chức năng khác nhau như kiểm tra lý lịch, cải thiện hợp đồng, v.v.

AI : Trí tuệ nhân tạo cũng sẽ tác động đến cách thức hoạt động của các quy trình nhân sự trong một tổ chức, khi các tổ chức áp dụng quy trình tuyển dụng dựa trên AI cho các kỹ năng cụ thể và các vị trí cụ thể.

Phân tích: Phân tích đã trở thành một phần không thể thiếu của các tổ chức trên toàn thế giới. Các tổ chức đã áp dụng phân tích dữ liệu lớn và nhiều dự đoán đã đưa ra phân tích dữ liệu lớn cho sự tăng trưởng lớn cho đến năm 2026. Việc thay đổi các phương pháp, mục tiêu và mục tiêu trong một tổ chức có thể được thực hiện suôn sẻ bằng các phương pháp nhân sự hiệu quả.

HRMS trong Ngân hàng : Với các nhu cầu như tuyển dụng, giữ chân, học tập và phát triển dựa trên kỹ năng, D&I và cộng sự, ngành ngân hàng có thể nhận thấy xu hướng sử dụng phần mềm HRMS để quản lý nguồn nhân lực. Phần mềm nhân sự cho ngành ngân hàng có thể giúp hợp lý hóa mọi chức năng quản lý nguồn nhân lực, từ tuyển dụng nhân tài phù hợp cho ngành ngân hàng, xử lý yêu cầu theo thời gian thực, quản lý sự gắn kết của nhân viên trong ngành, chăm sóc tiền lương và phúc lợi hưu trí của họ, v.v.

Ngành ngân hàng, là một ngành kinh tế và tài chính quan trọng, phụ thuộc rất nhiều vào lực lượng lao động của mình. Vì vậy, việc quản lý và duy trì lực lượng lao động này là ưu tiên hàng đầu của bộ phận nhân sự tại các ngân hàng. Ban quản lý nhân sự cần đánh giá các yêu cầu hiện tại và tương lai của ngân hàng và điều chỉnh chiến lược của họ cho phù hợp.

Các ngân hàng cần:

Thu hút và giữ chân nhân tài : Ngành ngân hàng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt trong việc thu hút và giữ chân nhân tài hàng đầu. Các ngân hàng thường yêu cầu nhân viên có kỹ năng và kiến thức chuyên môn, chẳng hạn

như chuyên môn tài chính và hiểu biết về các quy định ngân hàng. Việc tuyển dụng và giữ chân những nhân tài như vậy có thể là một thách thức, đặc biệt là khi cạnh tranh với các tổ chức tài chính và các ngành cung cấp các gói lương thưởng hấp dẫn khác.

Chuyển đổi công nghệ và kỹ thuật số: Ngành ngân hàng đang trải qua những tiến bộ công nghệ và chuyển đổi kỹ thuật số đáng kể. Điều này đặt ra những thách thức cho bộ phận nhân sự trong việc nâng cao và đào tạo lại nhân viên để thích ứng với công nghệ mới và yêu cầu công việc thay đổi. Nhân sự cần xác định các kỹ năng cần thiết cho tương lai và đảm bảo nhân viên nhận được cơ hội đào tạo và phát triển đầy đủ để phù hợp với thời đại kỹ thuật số.

Tuân thủ quy định : Ngành ngân hàng phải tuân theo nhiều yêu cầu pháp lý và nghĩa vụ tuân thủ. Bộ phận nhân sự cần đảm bảo rằng nhân viên được thông tin đầy đủ về các quy định này, trải qua quá trình đào tạo phù hợp và tuân thủ các tiêu chuẩn tuân thủ. Duy trì văn hóa tuân thủ trong toàn tổ chức là rất quan trọng để tránh bị phạt và thiệt hại về danh tiếng.

Sự đa dạng và hòa nhập của lực lượng lao động : Thúc đẩy sự đa dạng và hòa nhập trong ngành ngân hàng là một thách thức mà bộ phận nhân sự cần phải giải quyết. Điều cần thiết là tạo ra một môi trường làm việc hòa nhập, nơi các cá nhân có nguồn gốc khác nhau cảm thấy được chào đón và có cơ hội bình đẳng. Nhân sự cần thực hiện các chiến lược tuyển dụng đa dạng, các chương trình đào tạo đa dạng và các sáng kiến nhằm thúc đẩy sự hòa nhập và bình đẳng trong toàn tổ chức.

Sự gắn kết và tinh thần của nhân viên : Bản chất nhịp độ nhanh và áp lực cao của ngành ngân hàng có thể dẫn đến tình trạng kiệt sức của nhân viên và tinh thần thấp. Bộ phận nhân sự phải đối mặt với thách thức trong việc giữ nhân viên gắn bó, có động lực và hài lòng với vai trò của họ. Điều này có thể liên quan đến việc thực hiện các sáng kiến cân bằng giữa công việc và cuộc sống, mang lại cơ hội phát triển nghề nghiệp, ghi nhận và khen thưởng thành tích của nhân viên cũng như nuôi dưỡng văn hóa tổ chức tích cực.

Lập kế hoạch kế nhiệm và phát triển khả năng lãnh đạo : Các ngân hàng cần những nhà lãnh đạo giỏi để điều hướng bối cảnh tài chính phức tạp và đang phát triển. Bộ phận nhân sự phải xác định và phát triển các nhà lãnh đạo tương lai trong tổ chức thông qua các chương trình phát triển lãnh đạo và lập kế hoạch kế nhiệm hiệu quả. Việc đảm bảo có một đội ngũ lãnh đạo lành nghề là điều cần thiết cho sự thành công và ổn định lâu dài của ngân hàng.

Quản lý thay đổi : Ngành ngân hàng trải qua những thay đổi thường xuyên, cho dù đó là mua bán và sáp nhập, tái cơ cấu hay tiến bộ công nghệ. Bộ phận nhân sự đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý những thay đổi này một cách hiệu quả bằng cách giao tiếp với nhân viên, giải quyết mối quan tâm của họ và cung cấp hỗ trợ trong giai đoạn chuyển đổi.

Tóm lại, bộ phận nhân sự cần chủ động và có chiến lược, đặc biệt bộ phận nhân sự trong ngành ngân hàng cần hợp tác chặt chẽ với ban quản lý cấp cao, cập nhật xu hướng của ngành và liên tục điều chỉnh chiến lược của mình để thu hút, phát triển và giữ chân nhân tài hàng đầu, đồng thời thúc đẩy văn hóa tuân thủ, đa dạng và gắn kết.

3.3.7. Phát triển sản phẩm, dịch vụ

3.3.7.1 Nâng cao hiệu quả Huy động vốn

Thứ nhất, cần thiết lập môi trường đầu tư và khuôn khổ pháp lý gắn chặt với thông lệ quốc tế để nâng cao hiệu quả đầu tư. Đây là giải pháp then chốt để huy động nguồn vốn vì đầu tư càng hiệu quả thì khả năng huy động vốn càng cao.

Thứ hai, cần đánh giá tiềm năng vốn đầu tư giữa các thành phần kinh tế, trong đó khu vực tư nhân cần được quan tâm đúng mức, có chính sách phù hợp để khuyến khích nhà đầu tư và huy động các nguồn vốn. Đồng thời, Nhà nước cũng cần có chính sách định hướng tạo sự liên kết chặt chẽ giữa các nguồn vốn để cùng phát triển.

Thứ ba, cần thu hút nguồn vốn bên ngoài. Đặc biệt, đối với nguồn vốn ODA, nhiệm vụ trọng tâm giai đoạn 2020-2030 là hoàn thành các chương trình,

dự án theo đúng tiến độ cam kết, đưa các công trình vào hoạt động, đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Chất lượng các dự án FDI cũng cần được nâng cao, đáp ứng cả nhu cầu vốn đầu tư và hiện đại hóa sản xuất trong nước. Cần khuyến khích người Việt Nam ở nước ngoài đầu tư về quê hương bằng những chính sách ưu đãi.

Thứ tư, thị trường vốn, với cốt lõi là thị trường chứng khoán, cần được phát triển để huy động vốn từ người dân, doanh nghiệp, tổ chức tài chính, chính phủ. So với việc huy động vốn qua ngân hàng, thị trường chứng khoán hiệu quả, linh hoạt và đa dạng hơn, đáp ứng nhanh chóng nhu cầu vốn của xã hội.

Thứ năm, cần tăng cường các chức năng liên quan của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, đặc biệt là trong việc thông thoáng dòng vốn đầu tư. Bộ cần ưu tiên nghiên cứu, hoàn thiện các chính sách vĩ mô trong huy động nguồn lực từ mọi thành phần kinh tế, nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến đầu tư.

3.3.7.2 Cải thiện hoạt động tín dụng

Hoạt động tín dụng đem lại rủi ro đáng kể đối với ngân hàng và việc quản lý rủi ro tín dụng hiệu quả là rất quan trọng để giảm thiểu tổn thất, bảo vệ niềm tin của khách hàng và đảm bảo tuân thủ các quy định liên quan. Các chiến lược chính có thể sử dụng để quản lý rủi ro tín dụng một cách hiệu quả trong ngân hàng như sau:

Xây dựng chính sách quản lý rủi ro tín dụng toàn diện: Cần xây dựng chính sách quản lý rủi ro tín dụng toàn diện để định hướng các hoạt động quản lý rủi ro trong toàn tổ chức. Chính sách cần nêu rõ vai trò và trách nhiệm của các bên liên quan, quy trình xác định và đánh giá rủi ro tín dụng cũng như các chiến lược quản lý rủi ro sẽ được thực hiện.

Tiến hành đánh giá rủi ro tín dụng thường xuyên: Cần tiến hành đánh giá rủi ro tín dụng thường xuyên để xác định rủi ro tín dụng tiềm ẩn và xây dựng chiến lược quản lý rủi ro phù hợp. Điều này bao gồm việc xác định các kịch bản rủi ro tín dụng tiềm ẩn, đánh giá khả năng và tác động của từng kịch bản và phát triển các chiến lược quản lý rủi ro nhằm giảm thiểu rủi ro một cách hiệu quả.

Triển khai các cơ chế giảm thiểu rủi ro tín dụng mạnh mẽ: Cần triển khai các cơ chế giảm thiểu rủi ro tín dụng mạnh mẽ để giảm thiểu rủi ro tín dụng tiềm ẩn. Điều này bao gồm việc thực hiện các mô hình chấm điểm tín dụng hiệu quả, thiết lập các thông lệ bảo lãnh phát hành hợp lý và thường xuyên giám sát mức độ tín nhiệm của người vay.

Cung cấp đào tạo nhân viên thường xuyên: Đào tạo nhân viên thường xuyên là rất quan trọng để đảm bảo rằng nhân viên hiểu được tầm quan trọng của quản lý rủi ro tín dụng và cách thực hiện điều đó một cách hiệu quả. Điều này bao gồm đào tạo về chính sách quản lý rủi ro tín dụng, mô hình chấm điểm tín dụng, thực hành bảo lãnh phát hành và kế hoạch ứng phó.

Xây dựng kế hoạch ứng phó rủi ro tín dụng toàn diện: Cần xây dựng kế hoạch ứng phó rủi ro tín dụng toàn diện để đảm bảo rằng tổ chức có thể ứng phó nhanh chóng và hiệu quả với bất kỳ sự kiện rủi ro tín dụng nào xảy ra. Điều này bao gồm việc thiết lập các quy trình rõ ràng để xác định và ngăn chặn các sự kiện rủi ro tín dụng, thông báo cho các bên bị ảnh hưởng và tiến hành đánh giá sau sự cố.

Tiến hành đánh giá rủi ro tín dụng thường xuyên: Cần tiến hành đánh giá rủi ro tín dụng thường xuyên để đảm bảo rằng chương trình quản lý rủi ro tín dụng vẫn hiệu quả và cập nhật. Điều này bao gồm việc đánh giá hiệu quả của các cơ chế giảm thiểu rủi ro tín dụng, xác định những lỗ hổng tiềm ẩn trong chương trình quản lý rủi ro tín dụng và thực hiện các chiến lược quản lý rủi ro phù hợp.

Đảm bảo tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn: Việc tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn liên quan, chẳng hạn như Quy tắc thực hành ngân hàng hoặc các quy định của Cơ quan quản lý thận trọng Úc (APRA), là điều cần thiết để quản lý rủi ro tín dụng hiệu quả trong ngành ngân hàng.

Tóm lại, quản lý rủi ro tín dụng một cách hiệu quả là rất quan trọng để ngân hàng giảm thiểu tổn thất, bảo vệ niềm tin của khách hàng và đảm bảo tuân thủ các quy định liên quan. Bằng cách phát triển chính sách quản lý rủi ro tín

dụng toàn diện, tiến hành đánh giá rủi ro tín dụng thường xuyên, thực hiện các cơ chế giảm thiểu rủi ro tín dụng mạnh mẽ, đào tạo nhân viên thường xuyên, xây dựng kế hoạch ứng phó rủi ro tín dụng toàn diện, tiến hành đánh giá rủi ro tín dụng thường xuyên và đảm bảo tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn, quản lý rủi ro. các chuyên gia có thể giúp tổ chức của họ quản lý rủi ro tín dụng một cách hiệu quả và duy trì niềm tin của khách hàng. Bằng cách ưu tiên quản lý rủi ro tín dụng, các ngân hàng có thể tạo sự khác biệt trên thị trường và thể hiện cam kết duy trì quyền riêng tư và bảo mật của khách hàng.

3.3.7.3 Sản phẩm dịch vụ thẻ

Mở rộng các tiện ích đi kèm cho khách hàng khi sử dụng thẻ ATM như dịch vụ cấp hạn mức thấu chi, chuyển khoản, thanh toán hoá đơn tiền điện, tiền nước, phí bảo hiểm, tiền gửi tiết kiệm thông qua ngân hàng.

Agribank tuy đã có chương trình miễn phí phát hành thẻ nhưng vẫn còn quy định mức tiền duy trì thẻ. Cần đề xuất giảm thiểu số tiền duy trì thẻ hoặc có chế độ khuyến mãi số tiền duy trì cho mỗi thẻ là bao nhiêu để thu hút lượng khách hàng sử dụng thẻ ATM.

Thẻ ATM là sản phẩm công nghệ cao trên nền tảng hệ thống tiên tiến, do đó cần phải củng cố lại hệ thống mạng và thiết lập đường truyền ổn định đảm bảo sự hoạt động thông suốt của hệ thống 24 giờ/ngày nhằm tạo lòng tin nơi khách hàng khi sử dụng thẻ ATM.

Phát triển thêm hệ thống máy ATM phục vụ cho dịch vụ chi lương qua thẻ ATM hàng tháng để phục vụ khách hàng. Nếu muốn phát triển dịch vụ chi lương qua thẻ phải đi kèm với việc phát triển đồng bộ máy ATM. Vì phần lớn khách hàng khi nhận lương họ có nhu cầu rút tiền ra khỏi thẻ với mục đích tiêu dùng, họ thường không có tích lũy, do đó phát triển đồng bộ hai dịch vụ này mới thoả mãn được nhu cầu của khách hàng.

Phòng Kế toán phối hợp với Phòng Bán lẻ tập trung triển khai và kiểm tra tất cả các dịch vụ liên quan đến mảng thẻ đến từng phòng/bộ phận/cán bộ tại Chi nhánh. Nắm bắt nhanh kết quả kinh doanh mảng thẻ tại từng thời điểm để tham

muu phân khai kịp thời các chỉ tiêu đến từng phòng/bộ phận cũng như đề xuất các phương pháp đánh giá kết quả của từng cán bộ tại các phòng/bộ phận Chi nhánh

Thực hiện phát hành thẻ 100% đối với các khách hàng vay. Hiện tại NHCT đang áp dụng gói sản phẩm liên kết khi vay thẻ và các dịch vụ ngân hàng điện tử khác được phát hành và đăng ký miễn phí.

Khuyến khích các nhân viên trong ngân hàng sử dụng thẻ thanh toán tại các đơn vị chấp nhận thẻ và rút tiền mặt tại các điểm giao dịch của ngân hàng.

- Giải pháp đẩy mạnh bán thẻ Tín dụng quốc tế:

Đối với khách hàng tiền gửi:

+ Khách hàng tiền gửi không kỳ hạn: Chọn lọc danh sách khách hàng có tài khoản tiền gửi thanh toán số dư lớn, có thẻ VISA DEBIT và tra cứu lịch sử giao dịch thanh toán qua thẻ. Nếu khách hàng có thói quen thanh toán bằng thẻ thì đây chính là đối tượng để tiếp cận mở thẻ tín dụng quốc tế.

+ Khách hàng tiền gửi có kỳ hạn: Chọn lọc danh sách khách hàng có tài khoản tiền gửi thanh toán lớn (chưa được xếp hạng khách hàng ưu tiên) và tìm hiểu thông tin cá nhân (độ tuổi, giới tính) trên hệ thống và tiếp cận thói quen, nhu cầu tiêu tiền của họ thông qua telesales hay gặp mặt trực tiếp để tư vấn mở thẻ tín dụng quốc tế.

Đối với khách hàng vay vốn:

Áp dụng cơ chế phê duyệt tín dụng có điều kiện khách hàng phải sử dụng tối thiểu 2,3 sản phẩm trở lên (SMS, IPAY, thẻ tín dụng quốc tế): Khi định giá tài sản đảm bảo đảm bảo cho món vay của khách hàng, cán bộ quan hệ khách hàng tính toán để tài sản đảm bảo đủ đảm bảo cho cả thẻ tín dụng quốc tế (hạn mức thẻ có thể chỉ là từ 10 triệu trở lên).

3.3.7.4 Dịch vụ ngân hàng điện tử

Ngân hàng điện tử, hoặc ngân hàng trực tuyến, đơn giản hóa các hoạt động ngân hàng, loại trừ thủ tục giấy tờ và việc đến thăm các cơ sở vật chất và sử dụng máy rút tiền tự động (ATM).

Ngân hàng trực tuyến cho phép người dùng thực hiện các giao dịch tiền, thanh toán hóa đơn, mở tài khoản mới và thực hiện các hoạt động liên quan đến tài chính khác một cách thoải mái tại nhà hoặc khi đang di chuyển.

Có nhiều dịch vụ ngân hàng điện tử khác nhau mà ngân hàng điện tử có thể cung cấp cho khách hàng của họ. Các dịch vụ này được chia thành hai loại chính – ngân hàng điện tử bán lẻ và ngân hàng điện tử bán buôn.

Ngân hàng điện tử bán lẻ là ngân hàng cá nhân. Nó cung cấp các dịch vụ tài chính cho các cá nhân, bao gồm ATM, quản lý thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ, điểm bán hàng, giao dịch séc, trung tâm thanh toán bù trừ tự động bán lẻ, v.v.

Dịch vụ ngân hàng điện tử bán buôn phục vụ các khách hàng lớn như ngân hàng, tập đoàn, tổ chức tài chính và các đối tượng khác. Ngân hàng bán buôn cho phép các tổ chức này quản lý tiền mặt của họ, thực hiện chuyển khoản ngân hàng và thực hiện các hoạt động thanh toán bù trừ tự động của công ty.

❖ Lợi ích của Ngân hàng Trực tuyến

Ngân hàng trực tuyến cho phép người dùng sử dụng hầu hết mọi dịch vụ ngân hàng có sẵn tại các cơ sở truyền thống. Vì vậy, ngân hàng và người sử dụng đạt được nhiều lợi ích đa dạng khi chuyển sang loại hình ngân hàng này. Chúng ta hãy có một cái nhìn gần hơn về họ.

Khả dụng

Người dùng ngân hàng điện tử có thể truy cập dịch vụ của ngân hàng này bất cứ lúc nào trong năm và thường là từ bất kỳ nơi nào trên thế giới khi họ có kết nối internet ổn định. Bằng cách này, khách hàng của ngân hàng không cần phải mất thời gian đến ngân hàng để giải quyết các vấn đề liên quan đến ngân hàng hoặc đợi cho đến khi một trong các chi nhánh mở cửa.

Người dùng thân thiện

Khi xây dựng các giải pháp kỹ thuật số, các ngân hàng cố gắng làm cho chúng trở nên đơn giản và dễ sử dụng. Chúng thường bao gồm nhiều manh mối trực quan và Câu hỏi thường gặp về cách sử dụng ứng dụng của họ. Người dùng ứng dụng có thể dành thời gian và nghiên cứu ứng dụng theo tốc độ của riêng mình, mặc dù các ngân hàng cũng bổ sung tính năng dịch vụ khách hàng vào ứng dụng trong trường hợp có điều gì đó chưa rõ ràng.

Sự tiện lợi

Giờ đây, khách hàng của ngân hàng có thể xử lý các hoạt động tài chính của mình chỉ bằng một thiết bị. Họ không cần phải xếp hàng hàng giờ để thanh toán hóa đơn tiện ích hoặc kiểm tra số dư tài khoản. Tất cả những gì họ cần là đăng ký dịch vụ và có quyền truy cập internet.

Hiệu quả thời gian

Hệ thống kỹ thuật số giúp các ngân hàng tổ chức quy trình công việc một cách suôn sẻ và tương tác với khách hàng cũng như các tổ chức khác. Do đó, khách hàng của ngân hàng có thể thực hiện bất kỳ hoạt động ngân hàng nào như chuyển tiền hoặc mở tài khoản tiền gửi trong vòng vài phút trên ngân hàng trực tuyến.

Lịch sử giao dịch

Các ứng dụng ngân hàng lưu giữ hồ sơ về mọi giao dịch đã thực hiện, giúp người dùng dễ dàng theo dõi hoạt động của mình hơn. Giờ đây, khách hàng của ngân hàng không phải lo lắng về việc họ để biên lai xác nhận ở đâu vì ứng dụng sẽ giữ tất cả chúng ở một nơi.

❖ Những thách thức của ngân hàng điện tử

Khi các doanh nghiệp ngày càng phụ thuộc vào ngân hàng điện tử, điều quan trọng là phải nhận thức được những trở ngại và thách thức tiềm ẩn mà họ có thể gặp phải trong lĩnh vực này. Dưới đây là mô tả chi tiết về những thách thức chính của ngân hàng điện tử:

Mối quan tâm về bảo mật

Các mối đe dọa an ninh mạng là một trong những trở ngại khó chịu nhất trong ngân hàng điện tử. Các tác nhân độc hại liên tục phát triển các phương pháp mới để vi phạm hệ thống bảo mật. Bằng cách này, các cuộc tấn công lừa đảo, phần mềm độc hại và vi phạm dữ liệu luôn phải chịu rủi ro.

Vì vậy, ngân hàng phải dồn nguồn lực vào các biện pháp bảo mật chất lượng để bảo vệ những thông tin tài chính nhạy cảm và dữ liệu khách hàng.

Tuân thủ và quy định

Ngành tài chính được quản lý chặt chẽ và ngân hàng điện tử cũng không ngoại lệ. Việc tuân thủ các quy định địa phương và quốc tế, chẳng hạn như các yêu cầu KYC (Biết khách hàng của bạn) và AML (Chống rửa tiền), có thể phức tạp và đòi hỏi khắt khe đối với các doanh nghiệp.

Những thách thức kỹ thuật

Ngân hàng điện tử dựa trên cơ sở hạ tầng kỹ thuật phức tạp. Thời gian ngừng hoạt động của hệ thống, trục trặc phần mềm hoặc sự cố mạng có thể làm gián đoạn dịch vụ và gây ra sự thất vọng cho khách hàng cũng như những tổn thất tài chính tiềm ẩn.

Sự chấp nhận của khách hàng

Khuyến khích khách hàng sử dụng ngân hàng điện tử có thể khó khăn, đặc biệt đối với những người đã quen với ngân hàng truyền thống. Một số khách hàng có thể cần tự tin hơn để tin tưởng vào nền tảng ngân hàng kỹ thuật số trực tuyến (BaaS) với các giao dịch tài chính của họ.

Rủi ro hoạt động

Ngân hàng điện tử chịu rủi ro hoạt động liên quan đến lỗi công nghệ, lỗi của con người và sự kém hiệu quả của quy trình. Những rủi ro này có thể ảnh hưởng đến hiệu quả và độ tin cậy của dịch vụ ngân hàng điện tử.

❖ Giải pháp cho ngân hàng điện tử

Để vượt qua những thách thức liên quan đến ngân hàng điện tử, doanh nghiệp có thể thực hiện các giải pháp sau:

Các biện pháp an ninh mạng mới nhất

Triển khai các biện pháp an ninh mạng tiên tiến, chẳng hạn như mã hóa, hệ thống phát hiện xâm nhập và tường lửa để bảo mật dữ liệu nhạy cảm. Ngoài ra, hãy thường xuyên cập nhật các giao thức bảo mật để đón đầu các mối đe dọa mới nổi.

Quản lý tuân thủ

Thành lập nhóm tuân thủ chuyên trách hoặc áp dụng các giải pháp phần mềm tuân thủ để đảm bảo tuân thủ các quy định của địa phương và quốc tế. Cố gắng cập nhật thông tin về các quy định đang phát triển và điều chỉnh quy trình của bạn cho phù hợp.

Khả năng phục hồi cơ sở hạ tầng kỹ thuật

Phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật mạnh mẽ bao gồm các biện pháp dự phòng và khắc phục thảm họa. Triển khai cân bằng tải để phân bổ lưu lượng đồng đều và giảm nguy cơ lỗi hệ thống.

Giáo dục và hỗ trợ khách hàng

Tạo giao diện thân thiện với người dùng và cung cấp tài liệu giáo dục đầy đủ để giúp khách hàng sử dụng ngân hàng điện tử. Cung cấp hỗ trợ khách hàng đáp ứng nhanh chóng để giải quyết các câu hỏi và mối quan tâm.

Phát hiện và ngăn chặn gian lận

Đầu tư vào các công nghệ phát hiện gian lận tiên tiến sử dụng máy học và AI để tìm ra các mô hình bất thường trong giao dịch. Triển khai giám sát giao

dịch theo thời gian thực và sử dụng phân tích hành vi để phát hiện các điểm bất thường.

Quản lý rủi ro hoạt động

Sắp xếp đánh giá và kiểm toán rủi ro hoạt động thường xuyên để phát hiện những điểm yếu trong quy trình và hệ thống. Xây dựng các kế hoạch dự phòng mạnh mẽ và đào tạo nhân viên để ứng phó hiệu quả với sự gián đoạn hoạt động.

Quyền riêng tư và bảo vệ dữ liệu

Thực hiện các chính sách và biện pháp bảo mật dữ liệu nghiêm ngặt, chẳng hạn như mã hóa dữ liệu, kiểm soát quyền truy cập và kiểm tra bảo mật có hệ thống. Tuân thủ các quy tắc bảo vệ dữ liệu và nhận được sự đồng ý của khách hàng để xử lý dữ liệu.

Xác thực đa yếu tố (MFA)

Triển khai MFA để cung cấp mức độ bảo mật bổ sung. Ngoài ra, yêu cầu người dùng phải chuyển nhiều phương thức xác thực, chẳng hạn như mật khẩu, nhận dạng khuôn mặt hoặc mã một lần, trước khi cấp quyền truy cập vào tài khoản.

Cập nhật thường xuyên và quản lý bản vá

Liên tục cập nhật tất cả các hệ thống của bạn với các bản vá và nâng cấp bảo mật mới nhất. Tội phạm mạng luôn tìm cách kiếm lợi từ các lỗ hổng trong phần mềm lỗi thời.

Kế hoạch ứng phó khẩn cấp

Xây dựng kế hoạch ứng phó khẩn cấp toàn diện để quản lý tất cả các vi phạm an ninh. Phân bổ vai trò, trách nhiệm và thiết lập các kênh liên lạc để thông báo cho các nhóm liên quan.

Giám sát liên tục và thông tin về mối đe dọa

Cài đặt hệ thống giám sát liên tục để tìm và đối phó với các mối đe dọa bảo mật trong thời gian thực. Theo dõi thông tin về mối đe dọa mới nhất để giải quyết các rủi ro mới nổi.

Tóm lại, ngân hàng trực tuyến là một công nghệ tiện lợi phù hợp cho cả ngân hàng và khách hàng. Mặc dù các ngân hàng có thể duy trì lưu lượng khách hàng ổn định, nhưng khách hàng của ngân hàng có thể truy cập thuận tiện vào tất cả các dịch vụ ngân hàng mà không cần phải đến các cơ sở truyền thống. Chính vì vậy, việc sở hữu ứng dụng kinh doanh của riêng mình với chức năng ngân hàng trực tuyến đã là điều bắt buộc đối với các ngân hàng và tổ chức tài chính. Và mức độ phổ biến của nó sẽ còn tăng lên trong tương lai.

3.3.7.5 Dịch vụ thanh toán qua ngân hàng

Hoạt động kinh doanh thanh toán đang thay đổi và ngày càng trở nên cạnh tranh hơn. Thương mại điện tử bùng nổ, xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt và hành vi tiêu dùng mới đều thúc đẩy tăng trưởng cho thanh toán kỹ thuật số. Theo kịp những phát triển này đã đặt ra thách thức cho các ngân hàng truyền thống. Kết hợp với những tiến bộ về công nghệ và nhu cầu giao dịch đa kênh ngày càng tăng, đã đến lúc nâng cấp lên các giải pháp thanh toán mới nhất cho ngân hàng

Dịch vụ thanh toán bao gồm các dịch vụ cung cấp cho người dùng (khách hàng) và các giao dịch liên quan đến chuyển tiền được thực hiện có hoặc không có tài khoản thanh toán trong chính tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán hoặc tại một tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán khác. Vận hành các tài khoản thanh toán (ví dụ: gửi hoặc rút tiền mặt), phát hành hoặc chấp nhận các công cụ thanh toán (ví dụ: thẻ ghi nợ) và các dịch vụ liên quan đến thanh toán di động (dịch vụ thanh toán trực tiếp qua nhà mạng), chuyển tiền hoặc thanh toán hóa đơn cũng như các dịch vụ khởi tạo thanh toán và thông tin tài khoản dịch vụ rơi vào bối cảnh này.

Ngân hàng cần đẩy mạnh các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng và tiện ích tài khoản cá nhân như: thanh toán chi trả tiền điện, nước, điện thoại, phí bảo hiểm... và tiến tới là nộp thuế, nộp các khoản phí và lệ phí cho ngân sách nhà nước qua hệ thống kho bạc thông qua phương thức thanh toán không dùng tiền mặt. Chi nhánh nên có chính sách thu hút khách hàng mở tài khoản và thực hiện

dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng như là thông qua hình thức thanh toán bằng séc, lệnh chi hay là uỷ nhiệm thu bởi đây là những dịch vụ cần gia tăng.

Nâng cao chất lượng, thái độ phục vụ tại các quầy giao dịch đồng bộ từ hội sở chi nhánh đến các phòng giao dịch bằng cách đăng ký bổ sung các chương trình đào tạo, tự đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng phục vụ, theo dõi, chăm sóc khách hàng đối với toàn bộ cán bộ công nhân viên bán hàng tại chi nhánh.

Tiểu kết chương 3

Chương 3 của luận văn đã nêu mục tiêu và phương hướng của Agribank Nam Sách trong việc phát triển dịch vụ bán lẻ. Đồng thời đưa ra các giải pháp nhằm phát triển DVBL với Agribank Nam Sách, đó là các giải pháp chung và giải pháp đối với từng SPDV cụ thể: Mở rộng quy mô kinh doanh, đa dạng hóa kênh phân phối, chiến lược marketing và chính sách chăm sóc khách hàng, tăng cường năng lực công nghệ ngân hàng, quản trị rủi ro bán lẻ, tăng cường khai thác các sản phẩm nim cao và tệp khách hàng hiện hữu. Đồng thời giải pháp về chính sách nhân sự để thu hút cũng như đào tạo xây dựng đội ngũ cán bộ công nhân viên chuyên nghiệp, năng động, sáng tạo, tận tâm, trung thực, kỷ cương, luôn hướng đến khách hàng. Nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua: Đa dạng hóa sản phẩm, phong cách phục vụ hiện đại và chuyên nghiệp, áp dụng tiên tiến của khoa học kỹ thuật để gia tăng các tiện ích cho khách hàng. Sản phẩm huy động vốn, sản phẩm tín dụng, SPDV thẻ, SPDV thanh toán. Song song với giải pháp chung thì việc đưa ra giải pháp cụ thể đối với từng SPDV là rất quan trọng để có thể tăng trưởng và phát triển DVBL

KẾT LUẬN

Luận văn trên nhằm thực hiện mục tiêu và định hướng kinh doanh trong bối cảnh khó khăn như hiện nay, Ngân hàng luôn nhất quán trong phương hướng nâng cao hiệu quả hoạt động NHBL để phát triển bền vững

Trong quá trình thực hiện luận văn, tác giả đã cố gắng tổng hợp các thông tin hoạt động kinh doanh thực tế tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Nam Sách tỉnh Hải Dương để đưa ra những giải pháp phù hợp nhất với thực trạng phát triển DVNHBL của Ban lãnh đạo cùng toàn thể cán bộ công nhân viên trong ngân hàng.

Do những hạn chế về thời gian và kiến thức chuyên môn, luận văn còn một số hạn chế nhất định và chỉ đưa ra một số giải pháp cơ bản nhằm đẩy mạnh phát triển DVNHBL cơ bản trên của ngân hàng chứ chưa thể đi sâu phân tích từng vấn đề đang tồn tại trong ngân hàng. Rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô để luận văn được hoàn thiện nhất, cũng như giúp học viên có được những kinh nghiệm và kiến thức để thực hiện những nghiên cứu thực tế và chuyên sâu hơn sau này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

❖ Tiếng việt

- [1]. Đinh Xuân Hạng, Nghiêm Văn Bảy (2014), Giáo trình quản trị ngân hàng thương mại 1, Học viện Tài chính, Hà Nội
- [2]. Lê Anh (2018), “Đẩy mạnh phát triển ngân hàng bán lẻ trên nền tảng công nghệ số”, Tapchitaichinh.vn
- [3]. Lê Văn Huy (2008), “Phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng”, Tapchinganhang.com.vn
- [4]. Nguyễn Hùng Cường (2015), “Dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam”, Luận văn thạc sĩ Tài chính - Ngân hàng, Đại học quốc gia Hà Nội
- [5]. Nguyễn Minh Kiều (2014), Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại, NXBLao động xã hội, Hà Nội.
- [6]. Nguyễn Minh Thủy (2016), “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam”, Tạp chí Tài chính, kỳ II, tháng 11/2016
- [7]. Nguyễn Thị Hồng Yến (2015), “Phát triển dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam”, Luận án tiến sĩ, Học viện Ngân hàng, Hà Nội
- [8]. Nguyễn Thị Hồng Yến, Nguyễn Chí Dũng (2017), “Một số kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng”, Tạp chí tài chính
- [9]. Nguyễn Văn Tiến (2015), Quản trị Ngân hàng thương mại, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- [10]. Phòng HC-NS - Agribank huyện Nam Sách tỉnh Hải Dương
- [11]. Phòng Kinh doanh - Agribank huyện Nam Sách tỉnh Hải Dương
- [12]. Phòng Tài chính kế toán - Agribank huyện Nam Sách tỉnh Hải Dương
- [13]. Tô Khánh Toàn (2014), “Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Công thương Việt Nam”, Luận án tiến sĩ, Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội

- [14]. Võ Thị Phương (2017), “Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ trên nền tảng công nghệ thông tin”, Tapchitaichinh.vn
- [15]. Vũ Thị Thái Hà (2018), “Phát triển ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam”, Khoahockiemtoan.vn
- [16]. Website Agribank.com.vn

❖ Tiếng anh

- [1]. Angelakopoulos, G., & Mihiotis, A. (2011). E-banking: challenges and opportunities in the Greek banking sector. *Electronic Commerce Research*
- [2]. Berz, K., Chin, V., & Maguire, A. (2009). Come Out a Winner in Retail Banking. The Boston Consulting Group BCG
- [3]. Chen, R., Yamaka, W., & Osathanunkul, R. (2019, October). Determinants of non-cash payments in Asian countries. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1324, No. 1, p. 012103). IOP Publishing
- [4]. Cheng, D., Liu, G., Qian, C., & Song, Y. F. (2008, October). Customer acceptance of internet banking: integrating trust and quality with UTAUT model. In *2008 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics* (Vol. 1, pp. 383-388). IEEE.
- [5]. Chu, P. Y., Lee, G. Y., & Chao, Y. (2012). Service quality, customer satisfaction, customer trust, and loyalty in an e-banking context. *Social Behavior and Personality: an international journal*
- [6]. Ishak, N. (2020). Overview of cashless payment in Malaysia. *Int. J. Acc. Financ. Bus. (IJAFB)*, 5(27), 11-18.
- [7]. Kredina, A., Nurymova, S., Satybaldin, A., & Kireyeva, A. (2022). “Assessing the relationship between non-cash payments and various economic indicators”. *Banks and Bank Systems*, 17(1), 67.
- [8]. Kumari, N., & Khanna, J. (2017). Cashless payment: A behavioural change to economic growth. *Qualitative and Quantitative Research Review*, 2(2)

- [9]. Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 100004.
- [10]. Storey, C., & Easingwood, C. J. (1998). The augmented service offering: a conceptualization and study of its impact on new service success. *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of The Product Development & Management Association*.
- [11]. Svensson, G. (2002), "A triadic network approach to service quality", *Journal of services Marketing*,
- [12]. Świecka, B., Terefenko, P., Wiśniewski, T., & Xiao, J. (2021). Consumer Financial Knowledge and Cashless Payment Behavior for Sustainable Development in Poland. *Sustainability*, 13(11), 6401.
- [13]. Thulani, D., Kosmas, N., Collins, M., & Lloyd, C. (1970). Adoption and use of SMS/mobile banking services in Zimbabwe: An exploratory study. *The Journal of Internet Banking and Commerce*.
- [14]. Toufaily, E., Daghfous, N., & Toffoli, R. (2009). The adoption of" E-banking" by Lebanese banks: Success and critical factors. *International Journal of E- Services and Mobile Applications (IJESMA)*,.
- [15]. Trappey, C. V., Trappey, A. J., & Hwang, S. J. (1996). A computerized quality function deployment approach for retail services. *Computers & Industrial Engineering*, 30(4), 611-622.
- [16]. Trocchia, P. J., & Janda, S. (2003). How do consumers evaluate Internet retail service quality?. *Journal of services marketing*.
- [17]. Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Consumer satisfaction with an action sports event. *Sport Marketing Quarterly*, 16(4), 199.
- [18]. Tushman, M., O'Reilly, C. (2002), "Winning through innovation: a practical guide to leading organizational change and renewal", Harvard University Press, Boston
- [19]. Wisniewski, M. (1996). Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL. *Total quality management*, 7(4), 357-366.

- [20].Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Phiếu khảo sát

Xin chào Anh (Chị),

Tôi tên Trần Phúc Anh, là học viên Quản trị Kinh doanh - Trường Đại học Công nghiệp Hải Dương. Hiện nay tôi đang nghiên cứu đề tài: “*Phát triển dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Huyện Nam Sách*” để làm luận văn tốt nghiệp. Bên cạnh đó, nhằm mục đích đánh giá sự hài lòng của KH về DVNHBL của ngân hàng Agribank Nam Sách, tôi sẽ nghiên cứu đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ NHBL cho tất cả các khách hàng của ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu và mang đến sự hài lòng cho quý khách, chúng tôi rất mong Anh (Chị) có thể dành ra chút thời gian quý báu để trả lời phiếu khảo sát dưới đây! Khảo sát này chỉ nhằm mục đích hoàn thiện bài nghiên cứu liên quan tới ngân hàng Agribank Nam Sách

Xin chân thành cảm ơn Anh (Chị)!

+) Phần 1: Thông tin cá nhân

Anh (Chị) vui lòng cung cấp một số thông tin cá nhân. Các thông tin này sẽ được mã hóa và chỉ được sử dụng với mục đích nghiên cứu. Tôi cam kết giữ bí mật thông tin này

1. Xin vui lòng cho biết giới tính của Anh (Chị)

Nam

Nữ

2. Xin vui lòng cho biết độ tuổi của Anh (Chị)

Dưới 25

25-40

40-60

Trên 60

3. Anh (Chị) vui lòng cho biết nghề nghiệp hiện tại thuộc lĩnh vực nào

Kinh doanh

Tự do

Y tế

Truyền thông

Giáo dục

4. Vui lòng cho biết mức thu nhập trung bình hàng tháng (VNĐ)

Dưới 7 triệu

Từ 7 - 15 triệu

Từ 15 - 25 triệu

Trên 25 triệu

5. Anh (Chị) vui lòng cho biết trình độ học vấn của Anh (Chị)

Phổ thông

Cao Đẳng

Đại học

Sau đại học

+) Phần 2: Đánh giá sự hài lòng của KH về DVNHBL của ngân hàng Agribank Nam Sách

Sau đây xin Anh Chị) vui lòng cung cấp cho chúng tôi một số thông tin qua các câu hỏi sau đây, bằng cách đánh dấu X vào các ô tương ứng với các số

1: Hoàn toàn không đồng ý

4: Đồng ý

2: Không đồng ý

5: Hoàn toàn đồng ý

3: Không ý kiến

STT	Các yếu tố	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
NĂNG LỰC PHỤC VỤ (PV)						
1	Nhân viên Ngân hàng rất lịch thiệp và ân cần với Anh(Chị)					
2	Nhân viên Ngân hàng có trình độ chuyên môn, thao tác nghiệp vụ tốt					
3	Nhân viên Ngân hàng tư vấn giải quyết thỏa đáng các thắc mắc của Anh(Chị)					
4	Mẫu biểu, thủ tục của Ngân hàng rõ ràng, đơn giản					
PHƯƠNG TIỆN HỮU HÌNH (HH)						
5	Vị trí đặt Chi nhánh và PGD của Ngân hàng thuận tiện cho đi lại và giao dịch của Anh(Chị)					
6	Ngân hàng có trang thiết bị và máy móc hiện đại, cơ sở vật chất đầy đủ (Ghế chờ, sách báo,					

	nước uống...)					
7	Ngân hàng có hệ thống ATM hiện đại và dễ sử dụng					
8	Ngân hàng có các tài liệu, sách ảnh giới thiệu và dịch vụ ngân hàng hấp dẫn, trang Web chuyên nghiệp					
9	Sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng đa dạng và phù hợp					
10	Nhân viên của Ngân hàng có trang phục gọn gàng, lịch sự và ấn tượng					
ĐỒNG CẢM (DC)						
11	Ngân hàng có các hoạt động Marketing rất hiệu quả và ấn tượng, các hoạt động xã hội tốt					
12	Ngân hàng có chính sách ưu đãi, chương trình quà tặng cho từng đối tượng khách hàng					
13	Ngân hàng luôn thể hiện sự quan tâm đến cá nhân Anh(Chị) trong những dịp đặc biệt (lễ, tết, sinh nhật...)					
CHÍNH SÁCH GIÁ (GC)						
14	Ngân hàng có mức phí giao dịch cạnh tranh					
15	Ngân hàng áp dụng mức lãi suất cạnh tranh					
SỰ HÀI LÒNG VỀ DVNHBL (HL)						
16	Anh(Chị) có hài lòng về chất lượng dịch vụ của Ngân hàng					
17	Anh(Chị) sẽ giới thiệu dịch vụ của Agribank Nam Sách cho người thân và bạn bè					
18	Trong thời gian tới, Anh(Chị) vẫn tiếp tục sử dụng dịch vụ của Agribank Nam Sách					

Xin chân thành cảm ơn Anh (Chị)!

Phụ lục 2: Kết quả khảo sát

❖ Kết quả nhân khẩu học

Statistics

		Giới tính	Tuổi	Học vấn	Lĩnh vực nghề nghiệp	Thunhập
N	Valid	219	219	219	219	219
	Missing	0	0	0	0	0

Giới tính

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	107	48.9	48.9	48.9
	Nữ	112	51.1	51.1	100.0
	Total	219	100.0	100.0	

Tuổi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 25	28	12.8	12.8	12.8
	Từ 25 đến 40	69	31.5	31.5	44.3
	Từ 40 đến 60	75	34.2	34.2	78.5
	Trên 60	47	21.5	21.5	100.0
	Total	219	100.0	100.0	

Học vấn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Phổ thông	40	18.3	18.3	18.3
	Cao đẳng	54	24.7	24.7	42.9
	Đại học	81	37.0	37.0	79.9
	Sau đại học	44	20.1	20.1	100.0
	Total	219	100.0	100.0	

Lĩnh vực nghề nghiệp

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Y tế	32	14.6	14.6	14.6
Kinh doanh	76	34.7	34.7	49.3
Giáo dục	24	11.0	11.0	60.3
Truyền thông	47	21.5	21.5	81.7
Tự do	40	18.3	18.3	100.0
Total	219	100.0	100.0	

Thunhập

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dưới 7 triệu	13	5.9	5.9	5.9
Từ 7 - 15 triệu	54	24.7	24.7	30.6
Từ 15 - 25 triệu	85	38.8	38.8	69.4
Trên 25 triệu	67	30.6	30.6	100.0
Total	219	100.0	100.0	

❖ Kết quả đánh giá các yếu tố

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PV1	219	1.00	5.00	3.8676	.89637
PV2	219	1.00	5.00	3.7306	.84350
PV3	219	1.00	5.00	3.8174	.93036
PV4	219	1.00	5.00	3.7352	.96413
Valid N (listwise)	219				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HH1	219	2.00	5.00	3.4429	.69082
HH2	219	1.00	5.00	3.4292	.74086
HH3	219	1.00	5.00	3.3927	.76694
HH4	219	1.00	5.00	3.4247	.77669
HH5	219	1.00	5.00	3.3562	.96313
HH6	219	2.00	5.00	3.6849	.91185
Valid N (listwise)	219				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DC1	219	1.00	5.00	3.8311	.91559
DC2	219	1.00	5.00	3.9589	.94972
DC3	219	1.00	5.00	3.8584	.87423
Valid N (listwise)	219				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GC1	219	1.00	5.00	3.6667	.99233
GC2	219	1.00	5.00	3.4932	1.01534
Valid N (listwise)	219				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HL1	219	1.00	5.00	3.1461	1.19503
HL2	219	1.00	5.00	3.0457	1.14848
HL3	219	1.00	5.00	3.0913	1.24181
Valid N (listwise)	219				