

## HUY ĐỘNG NGUỒN VỐN TIỀN GỬI NGÂN HÀNG - NGHIÊN CỨU TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH TỈNH TÂY NINH

NGUYỄN THỊ LOAN\*  
TRẦN THỊ MINH THÚY\*\*  
ĐOÀN THỊ HỒNG MINH\*\*\*  
NGUYỄN KHANH TUẤN\*\*\*\*

*Bài viết sử dụng phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp thông tin của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Tây Ninh (Agribank Tây Ninh) (2013 - 2016) và khảo sát khách hàng gửi tiền (2014 - 2017) tại Chi nhánh này để đánh giá thực trạng về trường hợp huy động vốn từ tiền gửi khách hàng. Trên cơ sở thực trạng huy động vốn tiền gửi của Chi nhánh, bài viết đề xuất giải pháp góp phần mở rộng quy mô huy động vốn tại Agribank Tây Ninh.*

*Từ khóa: huy động vốn, tiền gửi khách hàng, ngân hàng thương mại*

*Nhận bài ngày: 5/8/2019; đưa vào biên tập: 7/8/2019; phản biện: 8/8/2019; duyệt đăng: 10/8/2019*

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngân hàng thương mại cần coi trọng công tác huy động vốn, đặc biệt là nguồn tiền gửi từ khách hàng vì

nguồn vốn này có tính quyết định đối với sự ổn định, phát triển bền vững và hiệu quả của ngân hàng. Nguồn tiền gửi từ khách hàng là nguồn vốn có tính chiến lược, cần được duy trì, tăng trưởng liên tục và lâu dài. Điều này giúp các ngân hàng thương mại chủ động trong kinh doanh, ít bị phụ thuộc vào các nguồn vốn khác; nguồn vốn huy động dồi dào làm tăng khả năng

\*, \*\*\*, \*\*\*\* Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh.

\*\* Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Tây Ninh.

cạnh tranh, đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh, phân tán rủi ro, thu được lợi nhuận cao và cuối cùng đạt được mục tiêu an toàn và đảm bảo lợi nhuận. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam Chi nhánh tỉnh Tây Ninh (Agribank Tây Ninh) chú trọng hoạt động huy động vốn không chỉ đảm bảo cho nhu cầu kinh doanh của đơn vị, mà còn vì mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Thực tế tại Tây Ninh, Chi nhánh Agribank tại đây từ vị thế huy động vốn với quy mô lớn trên địa bàn thì hiện tại đã có sự thay đổi về thị phần khi có sự xuất hiện thêm các chi nhánh ngân hàng khác bên cạnh các ngân hàng lớn như Vietinbank Tây Ninh, BIDV Tây Ninh, Chi nhánh Agribank Tây Ninh, đến cuối năm 2016 có thêm 16 ngân hàng tại đây. Từ năm 2000 đến năm 2016, Agribank Tây Ninh luôn là đơn vị thừa vốn trong toàn hệ thống Agribank, tuy nhiên trong những tháng đầu năm 2017 lại là đơn vị phải vay từ nguồn vốn điều hòa của Agribank Việt Nam. Bài viết nghiên cứu “Vấn đề huy động nguồn vốn tiền gửi ngân hàng tại Chi nhánh Agribank Tây Ninh” nhằm đề xuất giải pháp góp phần nâng cao quy mô huy động vốn tiền gửi ngân hàng tại đơn vị này nói riêng và ngân hàng thương mại nói chung.

Trên cơ sở báo cáo

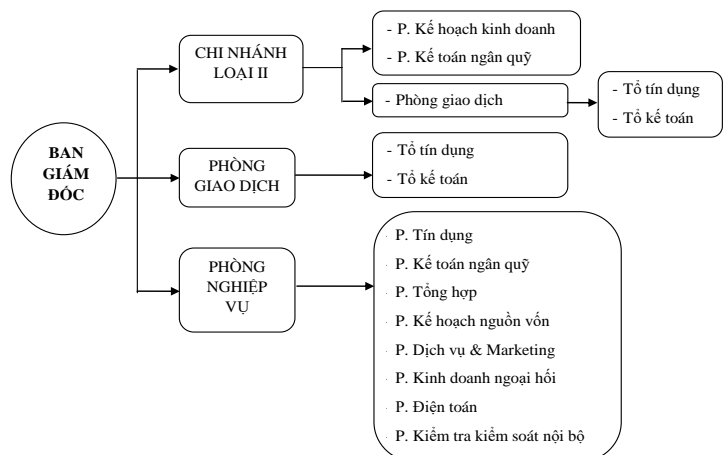
đánh giá của Agribank Tây Ninh (năm 2014, 2015, 2016) và khảo sát 500 khách hàng trên địa bàn tỉnh Tây Ninh từ tháng 3/2017 đến tháng 6/2017 về sự hài lòng của khách hàng, bài viết phân tích đánh giá thực trạng và đưa ra khuyến nghị cho hoạt động huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Tây Ninh.

## 2. THỰC TRẠNG VỀ HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG TẠI AGRIBANK TÂY NINH

### 2.1. Tổ chức và hoạt động huy động tiền gửi khách hàng tại Agribank Tây Ninh

Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Tây Ninh được thành lập theo Quyết định số 198/1988/QĐ-NHNN5 ngày 2 tháng 6 năm 1988 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, về việc thành lập các đơn vị thành viên hạch toán phụ thuộc của Agribank Việt Nam và chính thức đi vào hoạt động từ tháng 8 năm

Hình 1: Cơ cấu tổ chức Agribank Tây Ninh



Nguồn: Tổng hợp từ mô tả về cơ cấu tổ chức của Agribank Tây Ninh

1988. Đây là doanh nghiệp Nhà nước trực thuộc Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam.

Hiện nay, Agribank Tây Ninh có 1 Hội sở Agribank tỉnh, 8 chi nhánh Agribank cấp huyện trực thuộc, 2 chi nhánh tại Khu công nghiệp Trảng Bàng và Khu vực mía đường Tân Hưng; 2 phòng giao dịch trực thuộc tỉnh và 8 phòng giao dịch trực thuộc một số chi nhánh huyện, được bố trí đều ở các khu dân cư tập trung tại các huyện, thị rất thuận lợi cho các doanh nghiệp và mọi tầng lớp dân cư đến quan hệ, tham gia giao dịch với ngân hàng.

## 2.2. Các hình thức huy động tiền gửi khách hàng của Agribank Tây Ninh

Tại Agribank Tây Ninh, khách hàng có đến 10 hình thức lựa chọn khác nhau

Bảng 1. Các sản phẩm huy động tại Agribank Tây Ninh

Đối tượng khách hàng	Sản phẩm huy động
Khách hàng cá nhân	Tiền gửi không kỳ hạn cá nhân
	Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn
	Tiền gửi tích lũy
	Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi sau toàn bộ
	Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi định kỳ
	Tiết kiệm linh hoạt
	Tiết kiệm an sinh
	Tiết kiệm gửi góp hàng tháng
	Tiết kiệm gửi góp không theo định kỳ
Tiết kiệm học đường	
Khách hàng tổ chức	Tiền gửi không kỳ hạn (Tiền gửi thanh toán)
	Tiền gửi có kỳ hạn tổ chức

*Nguồn:* Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

khi gửi tiết kiệm như gửi tiền có kỳ hạn, không kỳ hạn, tiết kiệm linh hoạt, tiết kiệm an sinh và nhiều hình thức khác.

### Tiền gửi không kỳ hạn

Tiền gửi không kỳ hạn hay còn được gọi là tiền gửi thanh toán, với hình thức này khách hàng được cung cấp tài khoản thanh toán, có thể gửi hay rút tiền ở bất cứ chi nhánh Agribank nào hoặc có thể phát hành thẻ ATM để rút tiền ở tất cả các máy ATM thuộc Banknet cùng hàng nghìn EDC/POS tại quầy giao dịch của Agribank; và thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ tại các đơn vị chấp nhận thẻ của Agribank.

### Tiết kiệm không kỳ hạn

Với tiền gửi này, khách hàng không đăng ký kỳ hạn và sẽ được hưởng lãi suất không kỳ hạn. Ưu điểm của loại dịch vụ này là khách hàng có thể bổ sung khoản tiền gửi hay rút tiền khi có nhu cầu.

### Tiết kiệm có kỳ hạn

Khách hàng gửi tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn của Agribank Tây Ninh có thể lựa chọn gửi bằng VND hoặc USD, được đảm bảo an toàn, bí mật khi gửi tiền, được Agribank Tây Ninh mua bảo hiểm tiền gửi theo luật định. Khi gửi bằng loại tiền nào khách hàng được rút ra (cả gốc và lãi) bằng loại tiền đó. Trường hợp

gửi bằng ngoại tệ, nếu khách hàng có nhu cầu nhận bằng tiền VND sẽ được quy đổi với tỷ giá do Agribank Tây Ninh công bố theo tỷ giá do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định tại thời điểm đó. Ngay khi gửi tiền khách hàng có thể lựa chọn hình thức trả lãi định kỳ hoặc nhận lãi sau khi kết thúc kỳ hạn.

### **Tiết kiệm linh hoạt**

Hình thức tiết kiệm này tạo điều kiện cho khách hàng gửi tiền một lần nhưng có thể rút từng phần hoặc toàn bộ. Số tiền rút trước hạn khách hàng được hưởng lãi suất không kỳ hạn, phần gốc còn lại khách hàng được bảo toàn và hưởng lãi theo thỏa thuận.

### **Tiết kiệm an sinh**

Khách hàng có thể gửi tiền vào tài khoản dưới nhiều hình thức và tại mọi thời điểm trong kỳ hạn (trực tiếp tại quầy giao dịch, chuyển khoản), khách hàng có thể chủ động số tiền gửi và không giới hạn số lần; được nhận lãi suất có kỳ hạn và lãi suất điều chỉnh ngay khi thị trường thay đổi lãi suất, lần gửi cuối cách ngày đến hạn tối thiểu 1 tháng.

### **Tiết kiệm gửi góp hàng tháng**

Hình thức này được sử dụng khi khách hàng có thu nhập đều hàng tháng, tức mỗi tháng khách hàng gửi tiết kiệm gửi góp và sẽ được rút tiền một lần khi đến hạn. Tiện ích của dịch vụ này là khách hàng có thể gửi tiền vào tài khoản hàng tháng.

### **Tiết kiệm gửi góp không theo định kỳ**

Khách hàng có thể gửi tiền nhiều lần trong thời gian sử dụng dịch vụ và khi có nhu cầu sẽ được rút tiền một lần khi đến hạn với ưu điểm như có thể gửi tiền nhiều lần khác nhau vào tài khoản của mình.

### **Tiết kiệm học đường**

Đây là một hình thức tiết kiệm gửi góp hướng tới mục tiêu tích lũy dài hạn phục vụ cho nhu cầu học tập trong tương lai. Khách hàng tiết kiệm một số tiền cố định vào tài khoản theo định kỳ để có được số tiền lớn hơn khi đáo hạn. Ưu điểm của dịch vụ này là khách hàng được hưởng lãi suất cao, được tự động điều chỉnh tăng, giảm lãi suất khi thay đổi lãi suất, được nhận lãi suất cộng thêm theo kỳ hạn khách hàng đăng ký.

## **2.3. Kết quả về hoạt động huy động vốn của Agribank Tây Ninh**

### **\* Quy mô huy động tiền gửi khách hàng**

Đa số các chi nhánh, phòng giao dịch Agribank Tây Ninh được đặt tại trung tâm tỉnh, huyện. Bên cạnh đó, Agribank Tây Ninh có một số phòng giao dịch ở vùng sâu vùng xa nhằm phục vụ nhu cầu của khách hàng nơi đây, đặc biệt là tận dụng tối đa các nguồn tiền nhàn rỗi trong dân cư, tạo sự yên tâm và thuận tiện cho khách hàng đến giao dịch. Nhờ làm tốt công tác huy động vốn nên những năm vừa qua chi nhánh luôn đáp ứng đủ nhu cầu vốn cho hoạt động kinh doanh của mình, luôn là đơn vị thừa nguồn vốn so với kế hoạch Agribank Việt Nam giao và chưa sử dụng đến nguồn

Bảng 2. Nguồn vốn huy động tiền gửi của Agribank Tây Ninh

Đơn vị tính: tỷ đồng

Năm	Nguồn vốn huy động	Tăng trưởng so với năm trước	
		Tuyệt đối	Tuyệt đối
2013	8.697		
2014	9.227	530	6,09 %
2015	10.339	1.112	12,05 %
2016	11.483	1.144	11,06 %

*Nguồn:* Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

vốn điều hòa. Kết quả huy động vốn những năm 2013 - 2016 như Bảng 2.

Mặc dù, nguồn vốn huy động của Agribank Tây Ninh vẫn tăng qua các năm từ 2013 đến 2016 nhưng so với qui mô ngày càng mở rộng thì tỷ lệ tăng năm sau so với năm trước vẫn không có gì nổi bật chỉ xoay quanh 11% hay 12% thấp hơn so với mức tăng 15% của hệ thống ngân hàng trên địa bàn Tây Ninh.

Bên cạnh đó, thị phần của Agribank Tây Ninh cũng đang mất dần từ chỗ nắm giữ trên 60% trên địa bàn (năm 2004) đến năm 2014 chỉ còn 38,3%, đến năm 2015 con số này lại tiếp tục giảm còn 36,7% và năm 2016 còn

34% (Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Tây Ninh, 2016). Mặc dù ngân hàng đã tổ chức, triển khai thêm nhiều biện pháp huy động vốn như huy động tiết kiệm dự thưởng với nhiều giải thưởng lớn, tuyên truyền, quảng cáo để người dân biết, trưng bày các biển quảng cáo ở trụ sở ngân hàng, trên báo đài,

vận động mọi người tham gia gửi tiền tiết kiệm, tạo điều kiện cho khách hàng có nhu cầu mở tài khoản tiền gửi và thanh toán giao dịch qua ngân hàng nhưng thị phần của Agribank Tây Ninh vẫn giảm đều qua các năm.

Để thực hiện kế hoạch thu hút tiền gửi, Ban Giám đốc chi nhánh đã đưa ra nhiều giải pháp chăm sóc quan tâm đến khách hàng (chương trình tri ân khách hàng, quảng bá sản phẩm dịch vụ) và các tiện ích của sản phẩm hiện có... Giai đoạn 2014 - 2016 hoạt động huy động vốn của chi nhánh đã đạt được như Bảng 3.

Năm 2014, mặc dù lãi suất tiền gửi có

Bảng 3. Nguồn vốn huy động theo kế hoạch của Agribank Tây Ninh

Đơn vị tính: tỷ đồng

Năm	Nguồn vốn huy động theo kế hoạch	Nguồn vốn thực tế huy động được	Mức chênh lệch	
			Tuyệt đối	Tương đối
2014	9.000	9.227	227	2,52%
2015	9.924	10.339	415	4,18%
2016	11.400	11.483	83	0,73%

*Nguồn:* Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

xu hướng giảm, đối với tiền gửi không kỳ hạn còn 1%/năm và có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng giảm từ 6%/năm xuống còn 5,5%/năm nhưng nhìn vào bảng số liệu ta thấy mục tiêu kế hoạch là 9.000 tỷ đồng, thực tế chi nhánh đã huy động 9.227 tỷ đồng, vượt 2,52% kế hoạch đặt ra.

Năm 2015, nguồn vốn huy động theo kế hoạch là 9.924 tỷ đồng nhưng chi nhánh đã huy động vượt chỉ tiêu đề ra với số dư nguồn vốn là 10.339 tỷ đồng, tăng so với kế hoạch là 415 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 4,18%. Nguyên nhân là do chênh lệch lãi suất tiền gửi giữa VND và ngoại tệ tương đối lớn (lãi suất huy động USD 2014 là 1%/năm thì đến cuối năm 2015 về mức 0%/năm, trong khi đó lãi suất VND huy động ở mức 6,8%/năm đối với kỳ hạn 12 tháng), giá vàng ổn định, lạm phát ở mức dưới 5%/năm, chính sách tiền tệ giúp ổn định tỷ giá là những điều kiện thuận lợi giúp cho Agribank Tây Ninh huy động tối đa các nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư trong thời điểm này.

Sang năm 2016, nguồn vốn huy động vẫn duy trì ở mức ổn định, cụ thể

nguồn vốn huy động được 11.483 tỷ đồng, chỉ tiêu kế hoạch 11.400 tỷ đồng, tăng so với kế hoạch là 83 tỷ đồng, tương ứng mức vượt kế hoạch 0,73%. Nguyên nhân dẫn đến nguồn vốn huy động thực tế có tăng so với kế hoạch, nhưng tỷ lệ vượt kế hoạch thấp hơn những năm trước là do từ ngày 18/12/2015 lãi suất USD điều chỉnh xuống 0%/năm làm cho nguồn vốn huy động USD trong năm 2016 giảm từ 6.432.000USD xuống còn 4.084.000USD; một nguyên nhân nữa có thể kể đến là do sự xuất hiện một số ngân hàng thương mại, phòng giao dịch mới trên địa bàn nên sự cạnh tranh ngày càng cao và nguồn vốn trở nên khó huy động hơn.

**\* Tỷ trọng các sản phẩm tiền gửi**

*- Tỷ trọng tiền gửi theo loại tiền*

Hoạt động huy động vốn của Agribank Tây Ninh theo loại tiền chủ yếu là tiền gửi bằng nội tệ và ngoại tệ là USD. Đặc thù tỉnh Tây Ninh là tỉnh biên giới, nông nghiệp nông thôn chiếm chủ yếu, nền kinh tế còn nhiều khó khăn... trong dân cư khi có nguồn ngoại tệ từ người thân chuyển về thì nhanh chóng qui đổi sang VND, hoạt động

Bảng 4. Tỷ trọng tiền gửi theo loại tiền của Agribank Tây Ninh

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016	
	Số dư	Tỷ trọng (%)	Số dư	Tỷ trọng (%)	Số dư	Tỷ trọng (%)
Nội tệ	9.067	98,27	10.197	98,63	11.393	99,22
Ngoại tệ (quy đổi VND)	160	1,73	142	1,37	90	0,78
Tổng nguồn vốn huy động	9.227	100	10.339	100	11.483	100

Nguồn: Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

kinh doanh xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp còn rất hạn chế làm cho nguồn ngoại tệ nhàn rỗi không cao (Bảng 4).

Nhìn vào Bảng 4 về cơ cấu tiền gửi theo loại tiền cho thấy nguồn vốn huy động của Agribank Tây Ninh tăng lên qua mỗi năm chủ yếu là do tăng nguồn vốn nội tệ. Vốn huy động nội tệ năm 2014 đạt mức 9.067 tỷ đồng, chiếm 98,27% trong tổng nguồn vốn huy động. Trong năm 2015 tuy tỷ trọng này không tăng, chiếm 98,63% nhưng nguồn nội tệ thực huy động được tăng lên 1.130 tỷ đồng so với năm 2014 đạt số dư tổng nguồn nội tệ huy động là 10.197 tỷ đồng, đây là cột mốc đánh dấu sự tăng trưởng khá thành công trong khi lãi suất huy động trong năm bị khống chế trần lãi suất giảm từ 6%/năm xuống còn 5,5%/năm đối với kỳ hạn dưới 6 tháng. Sang năm 2016 vốn huy động nội tệ đạt mức 11.393 tỷ đồng, cao hơn năm 2015 là 1.196 tỷ đồng, tỷ trọng chiếm 99,22% tổng vốn huy động.

Trong khi nguồn vốn huy động bằng nội tệ tăng trưởng qua các năm thì vốn huy động bằng ngoại tệ qui đổi sang nội tệ của chi nhánh lại có xu hướng giảm, năm 2014 số dư nguồn vốn 160 tỷ đồng chiếm 1,73% trong tổng nguồn vốn huy động thì sang năm 2015 số dư nguồn vốn 142 tỷ đồng chiếm tỷ trọng chỉ 1,37% trong tổng nguồn vốn huy động và đến năm 2016 số dư nguồn vốn 90 tỷ đồng chiếm tỷ trọng chỉ 0,78% tổng nguồn vốn huy động. Một trong những

nguyên nhân của sự sụt giảm này là do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành Quyết định số 2589/QĐ-NHNN ngày 17/12/2015 về mức lãi suất tối đa đối với tiền gửi bằng USD của tổ chức, cá nhân giảm mạnh về mức 0%/năm, cộng thêm tỷ giá USD không biến động nhiều làm cho nhu cầu nắm giữ ngoại tệ trong dân cư không có lợi, sụt giảm mạnh dẫn đến nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ của chi nhánh vốn đã chiếm tỷ trọng thấp trong tổng nguồn vốn huy động lại càng sụt giảm mạnh hơn.

#### *- Tỷ trọng tiền gửi theo kỳ hạn*

Nhìn vào Bảng 5 cho thấy nguồn vốn không kỳ hạn tăng dần qua mỗi năm. Nguồn vốn này là tiền gửi thanh toán của các tổ chức kinh tế trong tỉnh, huy động được loại tiền gửi không kỳ hạn này rất có lợi cho ngân hàng vì loại tiền gửi này có lãi suất thấp, tốn ít chi phí trả lãi. Tuy đây là nguồn vốn lớn nhưng không có sự ổn định, tăng giảm bất thường trong kỳ và thường biến động mạnh vào thời điểm cuối quý, cuối năm do các đơn vị này có nhu cầu thanh toán, dự trữ hàng hóa vào dịp lễ tết hoặc chi trả lương thưởng cho cán bộ công nhân viên, nộp thuế, nộp ngân sách nhà nước,... do đó đòi hỏi ngân hàng phải có chính sách theo dõi quản lý tốt nguồn vốn này.

Nguồn vốn huy động kỳ hạn từ 1 đến 12 tháng có xu hướng tăng. Nhưng tỷ trọng nguồn vốn này có phần giảm qua các năm vì khách hàng tiền gửi có xu hướng chuyển sang gửi kỳ hạn

Bảng 5. Tỷ trọng tiền gửi theo kỳ hạn của Agribank Tây Ninh

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
<b>Tổng nguồn vốn</b>	<b>9.227</b>	<b>100</b>	<b>10.339</b>	<b>100</b>	<b>11.483</b>	<b>100</b>
Không kỳ hạn	671	7,27	800	7,74	994	8,66
Từ 1-12 tháng	5.360	58,09	5.451	52,72	5.510	47,98
Trên 12 tháng	3.196	34,64	4.088	39,54	4.979	43,36
<b>Tổng nguồn vốn</b>	<b>9.227</b>	<b>100</b>	<b>10.339</b>	<b>100</b>	<b>11.483</b>	<b>100</b>

*Nguồn:* Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

dài với lãi suất cao hơn, do chính sách trần lãi suất tiền gửi luôn giảm trong năm 2014. Xét về tỷ trọng vốn huy động kỳ hạn từ 1 đến 12 tháng cho thấy nguồn vốn này chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng nguồn vốn huy động nên ngân hàng cần có những chính sách quan tâm, chăm sóc đối với các khách hàng này.

Số liệu tại Bảng 5 cho thấy nguồn vốn có kỳ hạn trên 12 tháng cũng tăng qua các năm. Đây là kết quả khá tốt, tuy huy động vốn kỳ hạn này đồng nghĩa với việc ngân hàng phải trả mức lãi suất cao hơn so với huy động bằng nguồn ngắn hạn. Tuy nhiên khi huy động bằng nguồn vốn này, ngân hàng có thể chủ động hơn trong hoạt động tín dụng, đặc biệt là những khoản tín dụng trung - dài hạn để tài trợ cho những dự án lớn có tính ổn định cao.

Xu hướng chuyển dịch từ kỳ hạn ngắn sang kỳ hạn dài giai đoạn 2014 - 2016 có nguyên nhân kích cầu của Chính phủ, tăng cung tiền cho nền kinh tế nhằm thoát khỏi tình trạng thiếu phát 0,63% vào năm 2015, bên cạnh đó chính sách ổn định giá vàng, ngoại tệ

USD phát huy tác dụng và không còn là kênh đầu tư hấp dẫn vốn nhàn rỗi trong nhân dân vì vậy kênh đầu tư an toàn nhất lúc này là gửi tiết kiệm có kỳ hạn dài. Từ đó có sự chuyển dịch nguồn vốn tiền gửi từ kỳ hạn ngắn sang kỳ hạn dài nhằm hưởng lãi suất cao hơn, ổn định hơn.

*- Tỷ trọng tiền gửi theo thành phần kinh tế*

Tiền gửi của các tổ chức kinh tế là khoản tiền mà các tổ chức kinh tế gửi vào ngân hàng để thực hiện thanh toán lương, chi trả tiền nguyên vật liệu, hàng hóa, dịch vụ và vốn tạm thời nhàn rỗi trong quá trình sản xuất kinh doanh. Các tổ chức kinh tế gửi tiền vào ngân hàng với mục đích an toàn có lãi và hưởng các dịch vụ mà ngân hàng cung ứng. Tiền gửi của tổ chức kinh tế chủ yếu là tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn tương đối ngắn chủ yếu từ 1 đến 3 tháng. Việc nhận tiền gửi của các tổ chức (các đơn vị thuộc Tỉnh ủy Tây Ninh, Tỉnh đội Tây Ninh, các nông trường cao su quốc doanh, Công ty Xổ số kiến thiết Tây Ninh...) giúp ngân hàng gia tăng nguồn vốn



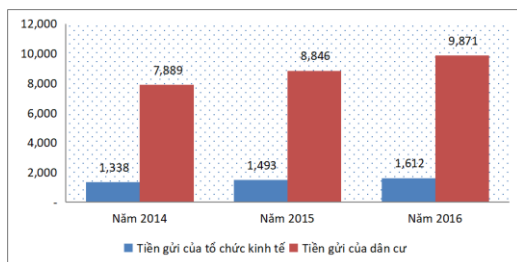
Bảng 6. Tỷ trọng tiền gửi theo thành phần kinh tế của Agribank Tây Ninh

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Tiền gửi của tổ chức kinh tế	1.338	14,50	1.493	14,44	1.612	14,04
Tiền gửi của dân cư	7.889	85,50	8.846	85,56	9.871	85,96
<b>Tổng nguồn vốn huy động</b>	<b>9.227</b>	<b>100</b>	<b>10.339</b>	<b>100</b>	<b>11.483</b>	<b>100</b>

*Nguồn:* Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

Biểu đồ 1. Tỷ trọng tiền gửi theo thành phần kinh tế của Agribank Tây Ninh



*Nguồn:* Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2014, 2015, 2016) của Agribank Tây Ninh.

huy động đồng thời mở rộng quan hệ với khách hàng, từ đó mở rộng quan hệ tín dụng với các doanh nghiệp và tổ chức kinh tế khác. Trong những năm gần đây, nguồn vốn tiền gửi của các tổ chức kinh tế luôn tăng, điều đó cho thấy ngân hàng ngày càng có nhiều quan hệ với các tổ chức kinh tế, mở ra cho ngân hàng nguồn huy động dồi dào trong tương lai.

Giai đoạn 2014 - 2016 nền kinh tế Việt Nam khởi sắc trở lại với nhiều giải pháp linh hoạt từ Chính phủ, Agribank Tây Ninh đã có những giải pháp tích cực để huy động vốn từ các tổ chức kinh tế như: đến tận nơi các doanh

nh nghiệp hoạt động để tiếp thị các sản phẩm của ngân hàng, có chương trình tri ân các doanh nghiệp truyền thống, có lãi suất ưu đãi cho những doanh nghiệp gửi số tiền lớn... Vì vậy vốn huy động từ nguồn vốn của chi nhánh này tăng đều qua các năm.

#### \* Số lượng khách hàng tiền gửi

Tại Agribank Tây Ninh trong 3 năm 2014, 2015, 2016 số lượng khách hàng tiền gửi có sự tăng trưởng, năm 2014 đạt mức 23.000 khách hàng sang năm 2015 đạt mức 29.540 lượt khách hàng tiền gửi đến giao dịch và năm 2016 có 35.483 lượt khách hàng. Tuy nhiên bình quân số dư tiền gửi trên một khách hàng có xu hướng giảm: năm 2014 là 390 triệu đồng, năm 2015 là 350 triệu đồng và năm 2016 là 323 triệu đồng. Điều này cho thấy số lượng khách hàng có số dư tiền gửi lớn không nhiều mà thay vào đó số lượng khách hàng có số dư tiền gửi nhỏ lại gia tăng. Nguyên nhân do khách hàng có lượng tiền gửi lớn thường có sự so sánh về lãi suất giữa Agribank Tây Ninh và các ngân hàng

thương mại khác; khách hàng thường có nhu cầu về lãi suất cao và quà tặng nhiều hơn trong khi Agribank khó có thể đáp ứng; thêm vào đó kỹ năng thuyết phục khách hàng của nhân viên còn nhiều hạn chế làm cho chất lượng huy động vốn tiền gửi tại chi nhánh không như mong muốn. Một số khách hàng có số dư tiền gửi lớn có xu hướng chuyển sang các ngân hàng thương mại khác do chính sách lãi suất, chế độ chăm sóc khách hàng, thái độ phục vụ tốt hơn tại Agribank Tây Ninh.

#### 2.4. Sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ tiền gửi tại Agribank Tây Ninh

Dựa vào mô hình đánh giá chất lượng

dịch vụ gồm 5 thành phần của Parasuraman và các cộng sự (1988), bảng khảo sát được xây dựng nhằm thu nhận những ý kiến, quan điểm từ các đối tượng khảo sát. Phiếu khảo sát được gửi cho khách hàng đến giao dịch tại Chi nhánh Agribank Tây Ninh (bao gồm khách hàng đang giao dịch và khách hàng mới giao dịch lần đầu) và đã thu về 500 phiếu. Thời gian khảo sát từ ngày 01/3/2017 đến 01/6/2017. Các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi của khách hàng trong bảng khảo sát có thang điểm từ 1 đến 5 xếp theo thứ tự giảm dần (Điểm 5: Tốt, 4: Khá, 3: Trung bình, 2: Yếu, 1: Kém).

Bảng 7. Tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi của khách hàng

STT	Các yếu tố	Mức độ					Điểm TB
		5	4	3	2	1	
1	<b>Sự tin cậy</b>	<b>27%</b>	<b>20%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>4%</b>	<b>3,41</b>
	Mức phí hợp lý	10%	25%	35%	30%	0%	3,15
	Lãi suất cạnh tranh, hợp lý	0%	10%	34%	45%	11%	2,43
	Thông tin bảo mật, thông tin truyền đạt	70%	25%	5%	0%	0%	4,65
2	<b>Mức độ đáp ứng</b>	<b>9%</b>	<b>16%</b>	<b>42%</b>	<b>24%</b>	<b>10%</b>	<b>2,90</b>
	Gửi, rút tiền thuận lợi	15%	20%	40%	20%	5%	3,20
	Mức độ đơn giản của hồ sơ, biểu mẫu	5%	12%	48%	20%	15%	2,72
	Thời gian xử lý yêu cầu khách hàng	5%	15%	45%	30%	5%	2,85
	Sự nhiệt tình trợ giúp khách hàng về thủ tục	10%	16%	33%	27%	14%	2,81
3	<b>Sự đảm bảo</b>	<b>45%</b>	<b>25%</b>	<b>20%</b>	<b>9%</b>	<b>1%</b>	<b>4,04</b>
	Kiến thức chuyên môn, khả năng tư vấn	20%	35%	25%	15%	5%	3,50
	Thái độ tạo sự yên tâm cho khách hàng	30%	20%	40%	10%	0%	3,70
	An toàn khi thực hiện giao dịch	70%	25%	5%	0%	0%	4,65
	Đúng hẹn với khách hàng	60%	20%	10%	10%	0%	4,30
4	<b>Sự cảm thông</b>	<b>8%</b>	<b>19%</b>	<b>35%</b>	<b>26%</b>	<b>13%</b>	<b>2,82</b>

	Thái độ phục vụ	5%	24%	30%	25%	16%	2,77
	Quan tâm đến mong muốn khách hàng	10%	13%	40%	27%	10%	2,86
5	<b>Hình ảnh doanh nghiệp</b>	<b>59%</b>	<b>26%</b>	<b>14%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>4,40</b>
	Trụ sở cơ quan, trang thiết bị ngân hàng	60%	22%	10%	6%	2%	4,32
	Mạng lưới hoạt động	79%	15%	6%	0%	0%	4,73
	Không gian giao dịch, trang phục nhân viên	50%	35%	15%	0%	0%	4,35
	Thời gian làm việc	45%	30%	25%	0%	0%	4,20
6	<b>Danh mục dịch vụ cung cấp</b>	<b>37,5%</b>	<b>35,0%</b>	<b>22,5%</b>	<b>5,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>4,05</b>
	Mức độ đa dạng của sản phẩm dịch vụ	40%	30%	30%	0%	0%	4,10
	Mức độ tiện lợi của sản phẩm dịch vụ	35%	40%	15%	10%	0%	4,00

*Nguồn:* Tổng hợp từ kết quả thăm dò ý kiến khách hàng.

Từ Bảng 7, tổng hợp kết quả khảo sát sự hài lòng về chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi tại chi nhánh cho thấy có 37,5% khách hàng đánh giá tốt, 35% khách hàng khá hài lòng với sản phẩm dịch vụ mà Agribank Tây Ninh đang cung cấp. Cụ thể đánh giá về các yếu tố như sau:

**- Yếu tố về sự tin cậy của khách hàng dành cho Agribank Tây Ninh,** đây là một ưu điểm nổi bật trong chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi được khách hàng nhận xét đánh giá chất lượng khá (3,41/5 điểm). Nguyên nhân là do thông tin của khách hàng luôn được bảo mật, không có hiện tượng nhân viên cung cấp thông tin khách hàng dưới bất cứ hình thức nào, tạo cho khách hàng cảm giác yên tâm khi đến giao dịch. Các thông tin của ngân hàng về lãi suất tiền gửi, tiền vay và các chính sách ưu đãi luôn được niêm yết công khai, minh bạch qua các phương tiện thông tin đại chúng như: báo, đài, website hay có thể tư vấn trực tiếp. Bên cạnh đó, qui mô

cùng với bề dày lịch sử của ngân hàng cũng là một điểm cộng cho nhân tố này.

**- Yếu tố về sự đảm bảo của Agribank Tây Ninh dành cho khách hàng,** đây là ưu điểm nổi bật thứ hai thông qua bảng khảo sát mức độ hài lòng chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi, được khách hàng nhận xét đánh giá chất lượng tốt (4,04/5 điểm). Trong hoạt động kinh doanh, có được sự tín nhiệm của khách hàng là một thành công rất lớn của Agribank Tây Ninh, thể hiện rõ nhất qua sự an toàn khi thực hiện giao dịch và đúng hẹn với khách hàng. Đây là một ưu điểm mạnh cần duy trì và phát huy. Bên cạnh đó kiến thức chuyên môn, khả năng tư vấn cùng thái độ tạo sự yên tâm cho khách hàng của nhân viên Agribank cũng được khách hàng đánh giá khá. Điều này cho thấy sự nỗ lực học hỏi nghiệp vụ mới bước đầu đã có những tín hiệu tốt.

**- Yếu tố về hình ảnh của Agribank Tây Ninh đối với khách hàng,** đây là

ưu điểm nổi bật nhất trong bảng khảo sát mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi được khách hàng nhận xét đánh giá rất tốt (4,4/5 điểm). Các ngân hàng cần tạo dựng hình ảnh tốt trong suy nghĩ của khách hàng, gắn thương hiệu với hình ảnh của ngân hàng để từ đó thương hiệu đi vào tâm trí của khách hàng. Thương hiệu của một ngân hàng có được qua lịch sử hình thành và phát triển cũng như sự đánh giá và tổng hợp của khách hàng về ngân hàng đó trên thị trường. Agribank Tây Ninh luôn tự hào là một ngân hàng được khách hàng nhắc đến khi có nhu cầu gửi tiền hay lựa chọn dịch vụ ngân hàng. Bên cạnh đó, cơ sở vật chất, trang thiết bị làm việc cũng có tác động rất lớn đối với sự lựa chọn của khách hàng. Mặt khác, trang phục nhân viên đồng bộ tạo nên tính chuyên nghiệp cao trong phong cách giao dịch và nâng cao hình ảnh ngân hàng; thời gian làm việc của Agribank tương đối phù hợp với thời gian giao dịch của tất cả các cơ quan hành chính khác nên cũng tạo điều kiện hợp lý cho khách hàng giao dịch.

### **3. MỘT SỐ HẠN CHẾ VỀ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG TẠI AGRIBANK TÂY NINH**

Qua báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của Agribank Tây Ninh (2014, 2015, 2016) và chỉ số hài lòng của khách hàng (2014 - 2017) cho thấy một số hạn chế sau:

- Nguồn vốn huy động của ngân hàng chủ yếu vẫn là huy động của dân cư

và các tổ chức kinh tế trên địa bàn. Các sản phẩm huy động vốn tương đối nhiều tuy nhiên giữa các sản phẩm không có sự khác biệt nổi bật mà tương đối giống nhau gây khó khăn cho nhân viên trong quá trình tư vấn và chưa đáp ứng hết các nhu cầu của khách hàng.

- Mạng lưới giao dịch của Agribank Tây Ninh tương đối nhiều so với các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn, với 8 chi nhánh huyện thị và phòng giao dịch trên khắp cả tỉnh là một lợi thế. Tuy nhiên, mặt tiền của các đơn vị chưa đồng bộ, nhiều điểm giao dịch có mặt bằng và cơ sở vật chất đã xuống cấp trầm trọng, diện tích giao dịch chật hẹp, ảnh hưởng rất nhiều đến quá trình giao dịch với khách hàng, nhiều logo, bảng hiệu bị khuất tầm nhìn và thiếu ấn tượng.

- Thương hiệu Agribank luôn gắn với nông nghiệp nông thôn, chưa thực sự là thương hiệu được biết đến đối với các khách hàng có nhu cầu vốn lớn trong hoạt động kinh doanh của khách hàng, trong khi đó hoạt động marketing của chi nhánh lại chưa thật sự hiệu quả. Do đó, những dự án về vốn lớn trên địa bàn vẫn do ngân hàng khác nắm giữ.

- Việc mở tài khoản tiền gửi cá nhân tại chi nhánh ngân hàng còn ít, Agribank Tây Ninh chưa giúp cho người dân làm quen và tiếp cận với hình thức thanh toán không dùng tiền mặt. Chi nhánh chưa thường xuyên phân tích cũng như lên kế hoạch cụ thể trong việc huy động vốn. Phương thức huy

động vốn của chi nhánh hiện nay còn hạn chế, chủ yếu chỉ huy động vốn thông qua các loại tiền gửi. Cách thức trả lãi đối với các khoản tiền gửi còn nhiều hạn chế.

- Ngoài ra, việc huy động vốn tại chi nhánh chỉ dừng lại ở VND, nguồn huy động từ USD còn rất hạn chế, nguyên nhân là do hệ thống thanh toán quốc tế của chi nhánh chưa phát triển, chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- Mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng của chi nhánh chưa được đánh giá cao, đây là một hạn chế trong chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi, chỉ được khách hàng đánh giá chất lượng ở mức trung bình (2,9/5 điểm). Agribank Tây Ninh với mạng lưới rộng khắp trong toàn tỉnh là một thuận lợi cho khách hàng khi cần đến để giao dịch, tuy nhiên mức độ đơn giản của hồ sơ, biểu mẫu chưa được tốt, khách hàng còn phải điền khá nhiều thông tin, từ đó vừa gây mất thời gian của khách hàng lẫn thời gian xử lý của giao dịch viên. Bên cạnh đó, phần lớn nhân viên Agribank lớn tuổi, khả năng tiếp cận công nghệ mới thấp, nên đôi khi còn chậm trong xử lý giao dịch với khách hàng; thiếu sự nhiệt tình trong giúp đỡ khách hàng về thủ tục, đây là một hạn chế lớn trong nâng cao chất lượng dịch vụ tại Agribank Tây Ninh.

Dịch vụ của ngân hàng tuy có sự đa dạng, nhưng chỉ dừng ở các nghiệp vụ mang tính chất truyền thống, chưa có nhiều dịch vụ mới như: các dịch vụ thanh toán quốc tế, các sản phẩm tiền

gửi hay dịch vụ online chưa phát triển, kinh doanh ngoại hối còn nhỏ lẻ... chưa có nhiều sản phẩm theo hướng liên kết, sản phẩm trọn gói để gia tăng năng lực cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Ngược lại với sự ưu đãi và quan tâm dành cho đối tượng khách hàng VIP thì đối tượng khách hàng thông thường chưa được sự quan tâm của chi nhánh.

- Sự cảm thông của nhân viên chưa được đánh giá tốt, chỉ được khách hàng nhận xét đánh giá chất lượng trung bình (2,82/5 điểm), đây là một hạn chế trong chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi. Tác phong phục vụ của một số nhân viên tại các Agribank chưa được chuẩn hóa, như nhân viên chưa tươi cười, chưa chào khách hàng đến giao dịch, nhân viên không cảm ơn khách hàng sau khi giao dịch...; đây là điểm trừ khá lớn cho chất lượng dịch vụ tại Agribank.

Chính sách chăm sóc khách hàng của Agribank Tây Ninh nhân dịp sinh nhật hay các ngày lễ như Quốc tế Phụ nữ 8/3, Ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10... chưa được mở rộng (khách hàng có số dư từ 5 tỷ đồng trở lên mới được quan tâm) và kho quà tặng chưa được hoàn hảo, chưa đáp ứng được thị hiếu của đa số khách hàng gửi tiền. Trong khi đó chương trình chăm sóc khách hàng được nhiều ngân hàng xem như công cụ quảng cáo thương hiệu hiệu quả. Việc chủ động mở rộng khách hàng còn khá hạn chế, chủ yếu

là khách hàng tự tìm đến ngân hàng, đây là một hạn chế từ khâu marketing, chưa thật sự quan tâm đến các nhu cầu của khách hàng... Chi nhánh chưa thường xuyên phân tích và khai thác khách hàng tiềm năng.

#### **4. GIẢI PHÁP GÓP PHẦN MỞ RỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI AGRIBANK TÂY NINH**

##### **4.1. Đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ huy động vốn**

Agribank Tây Ninh cần tập trung vào những sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, có đặc điểm nổi trội so với các sản phẩm trên thị trường nhằm tạo ra sự khác biệt trong cạnh tranh. Điểm hạn chế của Agribank Tây Ninh là sản phẩm, dịch vụ tiền gửi còn đơn điệu, chất lượng chưa cao, chưa định hướng theo nhu cầu khách hàng và mang tính truyền thống. Vì vậy:

- Agribank Tây Ninh cần đẩy mạnh thực hiện chiến lược đa dạng hóa sản phẩm theo kỳ hạn gửi, theo nhóm khách hàng, theo số dư để huy động tối đa các nguồn tiền nhàn rỗi trong dân cư hiện nay, tăng tỷ trọng tiền đồng trong tổng nguồn vốn, tăng nguồn vốn trung, dài hạn, tăng tỷ lệ nguồn vốn không kỳ hạn nhằm cải thiện cơ cấu nguồn vốn.
- Agribank Tây Ninh cần đa dạng hóa và nâng cấp chất lượng sản phẩm dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại, đa kênh phân phối; mở rộng mạng lưới để tiếp cận khách hàng, giao dịch thuận tiện, giới thiệu sản phẩm hiệu quả. Tiếp tục đưa ra các sản phẩm

huy động vốn mới có hàm lượng công nghệ cao và nhiều tiện ích như tiết kiệm an sinh, tiết kiệm linh hoạt, tiết kiệm dự thưởng; huy động vốn chi trả tại nhà, chuyển lãi vào tài khoản thanh toán khi đến hạn, đặc biệt là phát triển thêm các sản phẩm có tính nhân văn cao để tạo nét đặc trưng riêng... trong đó chú trọng việc giảm chi phí, cải cách thủ tục giao dịch ngân hàng.

- Triển khai rộng rãi các dịch vụ thanh toán điện tử và các hệ thống giao dịch điện tử tự động. Ứng dụng rộng rãi các công cụ thanh toán mới theo tiêu chuẩn quốc tế, bao gồm: thẻ thanh toán nội địa, thẻ thanh toán quốc tế, thẻ đa năng, thẻ thông minh và séc. Tập trung đẩy mạnh các dịch vụ tài khoản, trước hết là các tài khoản cá nhân, góp phần phát triển dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

- Phát triển dịch vụ internet banking trên nền tảng công nghệ hiện đại nhằm đem đến sự tiện ích cho khách hàng, tiết giảm thời gian, chi phí cho ngân hàng. Hiện tại, Agribank Tây Ninh chưa có sản phẩm “Tiền gửi online” là sản phẩm tiền gửi có kỳ hạn dành cho khách hàng có nhu cầu gửi tiền qua kênh internet banking (hiện đã có một số ngân hàng triển khai). Do đó, để internet banking trở thành một trong những kênh phân phối dịch vụ ngân hàng hiệu quả, Agribank Tây Ninh cần bổ sung thêm nhiều sản phẩm, dịch vụ hiện có tại quầy và các tiện ích khác cho khách hàng.

##### **4.2. Giải pháp nâng cao cơ sở vật chất và hình ảnh của ngân hàng**

Đối với bất kỳ một ngân hàng nào thì cơ sở vật chất và hình ảnh cũng đều rất quan trọng. Nó tác động rất lớn đến ấn tượng ban đầu của khách hàng. Agribank Tây Ninh cần đầu tư thích hợp các phương tiện hỗ trợ cũng như các loại thiết bị phục vụ cho các hoạt động của ngân hàng; đầu tư đầy đủ các trang thiết bị cần thiết, hiện đại, bài trí không gian trong quầy giao dịch rộng rãi, thoáng mát tạo tâm lý thoải mái cho khách hàng đến giao dịch.

Agribank Tây Ninh cần nâng cao nhận thức về vai trò nền tảng của việc xây dựng, phát triển thương hiệu, nâng cao hình ảnh, vị thế, năng lực cạnh tranh cùng với cam kết mang phần thịnh đến khách hàng. Agribank Tây Ninh với thế mạnh về mạng lưới giao dịch sát với địa bàn đông dân cư, là một ngân hàng gắn với nông nghiệp, nông thôn vì vậy cũng cố hình ảnh đẹp của Agribank Tây Ninh trong lòng khách hàng là một việc làm cần thiết, hướng tới không những là ngân hàng tam nông mà còn là ngân hàng hiện đại trong tương lai. Điều này cần thực hiện thông qua việc thống nhất từ tờ rơi, slogan, kiểu dáng của trụ sở, trang trí nội ngoại thất nơi làm việc cũng như ngoại hình, tác phong nhân viên kể cả nhân viên bảo vệ là người mang hình ảnh đầu tiên của ngân hàng đến với khách hàng; tổ chức các sự kiện tri ân khách hàng, kỷ niệm ngày thành lập ngành nhằm quảng bá cho hình ảnh Agribank Tây Ninh; nâng cấp và đổi mới giao diện website của Agribank Tây Ninh theo hướng chuyên nghiệp có giao diện đẹp, màn hình

rộng, thân thiện với người sử dụng và dễ dàng truy cập khi khách hàng có nhu cầu.

### **4.3. Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông và marketing dịch vụ ngân hàng**

Agribank Tây Ninh phải kết hợp các yếu tố sau: quảng cáo trên truyền hình, báo chí, internet, giới thiệu các đối tác là khách hàng của Agribank Tây Ninh, các dự án mà Agribank Tây Ninh đã, đang và sẽ đầu tư. Đối với khách hàng lớn, ngân hàng có thể trực tiếp gọi điện thoại hoặc cử nhân viên xuống nhà, hình thức này giúp ngân hàng có thể nhanh chóng đưa thông tin về sản phẩm hoặc chương trình mới đến khách hàng; tạo mối quan hệ giữa ngân hàng với các báo chí, cơ quan chính trị đoàn thể, trường học; tổ chức ngày thành lập ngân hàng, đi bộ từ thiện, tham gia hội chợ triển lãm, chương trình khuyến mãi, công bố sản phẩm mới...; tài trợ cho các cuộc thi, chương trình ca nhạc ủng hộ quỹ người nghèo, quỹ học bổng khuyến học, quỹ bảo trợ tài năng trẻ, chương trình từ thiện, tài trợ cho Câu lạc bộ doanh nghiệp trẻ... để đưa hình ảnh của Agribank Tây Ninh đến gần với người dân hơn nữa.

Khi mà số lượng cũng như chất lượng các sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng là tương đương và không có sự chênh lệch đáng kể thì marketing mặc dù không phải là một hoạt động quá mới mẻ nhưng hoàn toàn có thể trở thành một vũ khí chiến lược giúp các ngân hàng vượt qua đối thủ giành lấy

ưu thế trên thị trường. Để thực hiện thành công hoạt động marketing đối với ngân hàng, tất cả nhân viên và ban lãnh đạo đều phải tham gia hoạt động này, coi tiếp thị là công tác trọng tâm, trách nhiệm của toàn chi nhánh. Những giải pháp cần thực hiện:

- Xác định rõ đối tượng khách hàng muốn tập trung đến để từ đó đưa ra những sản phẩm cụ thể những chương trình chăm sóc khách hàng phù hợp. Tổ chức các chương trình khuyến mãi vào các ngày lễ lớn với những phần quà bất ngờ và giá trị. Khi đưa ra những sản phẩm dịch vụ mới nên có những chương trình khuyến mãi dành riêng cho sản phẩm đó.
- Tiến hành phân nhóm khách hàng để thực hiện các chính sách, lên danh sách các đơn vị có số lượng tiền gửi lớn để có các hình thức ưu đãi thích hợp. Để đạt được mục tiêu tăng trưởng nguồn vốn cũng như tín dụng, ngân hàng cần đề ra chính sách khách hàng hợp lý, hấp dẫn.
- Tiếp tục mở rộng, phát triển khối khách hàng có tiềm năng tiền gửi lớn, tìm kiếm các khách hàng mới. Xây dựng kế hoạch chăm sóc khách hàng cũ, có chính sách ưu đãi đối với khách hàng mới.

Phát triển ngân hàng hiện đại là mối quan tâm không chỉ riêng Agribank Tây Ninh mà của toàn bộ hệ thống ngân hàng Việt Nam nhằm tăng cường tính liên kết toàn hệ thống, hiện đại hóa dịch vụ, nâng cao năng lực cạnh tranh để thu hẹp khoảng cách với các ngân hàng quốc tế.

Ngoài chiến lược marketing, đầu tư cho công nghệ thì việc đầu tư một trụ sở làm việc khang trang, bài trí hiện đại, ấn tượng sẽ giúp cho hoạt động kinh doanh đạt kết quả tốt hơn. Thực hiện bố trí quầy giao dịch thuận tiện, văn minh, lịch sự, thoải mái cho khách hàng khi đến giao dịch tạo nên điểm đặc trưng riêng và nổi bật cho Agribank Tây Ninh.

#### **4.4. Nâng cao mức độ đáp ứng của ngân hàng đối với khách hàng cá nhân**

Đây là chỉ tiêu có mức độ ảnh hưởng cao nhất đến chất lượng dịch vụ huy động vốn tiền gửi đối với khách hàng cá nhân của Agribank Tây Ninh. Chất lượng này được thể hiện ở nhiều yếu tố: thời gian phục vụ, thái độ phục vụ, trình độ chuyên môn, mức độ đáp ứng những yêu cầu mà ngân hàng có thể thực hiện được. Những biện pháp cần thực hiện:

- Cần xây dựng đội ngũ nhân viên tâm huyết, nhiệt tình, nắm vững chuyên môn nghiệp vụ, có đủ kiến thức và luôn có thái độ sẵn sàng phục vụ khách hàng. Thái độ nhân viên sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ của ngân hàng.
- Thực hiện tốt quy trình nghiệp vụ, giảm thiểu sai sót, nếu có sai sót phải xử lý kịp thời và bồi thường thỏa đáng để tránh gây thiệt hại cho khách hàng. Đề ra và tuân thủ chặt chẽ các khung thời gian quy định tối đa để xử lý từng loại giao dịch hay các phản hồi, khiếu nại của khách hàng. Đơn giản hóa các



thủ tục, giấy tờ, nhiệt tình hướng dẫn khách hàng khi nhận được yêu cầu trợ giúp, tự động hóa thao tác thực hiện để giảm thời gian giao dịch của khách hàng. Xây dựng quy trình xử lý nghiệp vụ nhất quán, thông suốt, đảm bảo tính chính xác và tôn trọng các cam kết với khách hàng.

- Chi nhánh cần có một bộ phận chuyên trách nghiên cứu những nhu cầu của khách hàng để phục vụ ngày

càng tốt hơn. Đồng thời cần theo dõi sự thay đổi của các ngân hàng cạnh tranh để có cách nhìn mới hơn trong cung cách phục vụ cho khách hàng của chi nhánh.

- Tạo một môi trường hợp tác vui vẻ, cởi mở giữa người trực tiếp giao dịch với khách hàng. Cần mở một số buổi hội thảo định kỳ để tham khảo ý kiến đóng góp của khách hàng cho sự phát triển của chi nhánh. □

### TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Đinh Phi Hồ. 2009. “Mô hình định lượng đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng ứng dụng cho các ngân hàng thương mại”. *Tạp chí Quản lý Kinh tế*, số 26/2009.
2. Đinh Phi Hồ. 2010. “Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng - nghiên cứu trường hợp tại Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương - Chi nhánh TPHCM”, *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, tháng 2/2010.
3. Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. 2010. *Luật các tổ chức tín dụng Việt Nam năm 2010*.
4. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Tây Ninh. 2014, 2015, 2016. *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2014, 2015, 2016*. Tây Ninh
5. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam. 2014, 2015, 2016. *Báo cáo tổng kết chuyên đề sản phẩm dịch vụ năm 2014, 2015, 2016*.
6. Cục Thống kê tỉnh Tây Ninh. 2014, 2015, 2016. *Niên giám thống kê tỉnh Tây Ninh năm 2014, 2015, 2016*. Tây Ninh
7. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry. 1988. “Servqual: A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retail*, Vol.64, Spring 1988, p.12-40.
8. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn. *Qui định về sản phẩm tiền gửi và lãi suất của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam*.
9. Trịnh Thế Cường. 2015. “Giải pháp nâng cao hoạt động huy động vốn của Agribank”. *Tạp chí Tài chính*, số 8 kỳ 2-2015.