

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI CÁC CHI NHÁNH NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM KHU VỰC MIỀN NAM

Vũ Văn Thực

Ngân hàng Agribank, Chi nhánh 7 TP Hồ Chí Minh

Nguyễn Văn Chương

Trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh

Ngày nhận bài: 30/10/2019

Ngày nhận bài sửa: 08/11/2019

Ngày duyệt đăng: 24/02/2020

Tóm tắt: là một địa bàn có nền kinh tế phát triển lớn nhất của cả nước, hoạt động ngân hàng phát triển mạnh, do đó phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) khu vực miền Nam là một trong những chiến lược quan trọng của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam. Bài viết đánh giá khái quát về tình hình phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam khu vực miền Nam, đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ phi tín dụng trong thời gian tới

Từ khóa: dịch vụ phi tín dụng, khu vực miền Nam

DEVELOPMENT OF NON-CREDIT SERVICES AT BRANCHES OF VIETNAM BANK FOR AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT IN SOUTHERN AREA

Abstract: The Southern of Vietnam's economy is the most developed in the country, where the banking activity is strongly growing. Thus, expanding non-credit services in this region is one of the most major and important strategies of Agribank (and its branches). The article provides an outlook of the non-credit service development situation at the given branches of Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development in the South, and accordingly proposes some solutions to develop non-credit services credit in the near future.

Keywords: non-credit service, Southern region

1. Đặt vấn đề

Là một ngân hàng thương mại nhà nước đóng vai trò chủ lực trong hệ thống ngân hàng, Agribank luôn phát huy vai trò tiên phong, gương mẫu trong việc dẫn dắt hệ thống các tổ chức tín dụng thực thi nghiêm túc, có hiệu quả chính sách tiền tệ quốc gia và các chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước về tiền tệ, ngân hàng, nhất là chính sách tín dụng phục vụ

phát triển nông nghiệp, nông thôn, qua đó 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. Tuy nhiên, trong quá trình hội nhập sâu rộng với nền kinh tế trong khu vực và thế giới, với sự bùng nổ về số lượng ngân hàng, Agribank cũng đang phải đối mặt với nhiều áp lực cạnh tranh từ các tổ chức tín dụng ở trong và ngoài nước, nhất là sự lớn

mạnh từ các ngân hàng thương mại cổ phần liên doanh, nước ngoài có quy mô, năng lực tài chính mạnh. Vì vậy, làm thế nào để phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung, dịch vụ phi tín dụng nói riêng của các chi nhánh khu vực miền Nam, cũng như toàn hệ thống Agribank có tính cấp thiết trong mọi giai đoạn phát triển

2. Thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các chi nhánh Agribank khu vực miền Nam

2.1. Thu dịch vụ phân theo địa bàn hoạt động

Dịch vụ phi tín dụng tại các chi nhánh phân theo khu vực ở khu vực miền Nam của Agribank đã có bước phát triển đáng kể, thể hiện ở chỗ thu dịch vụ của từng địa bàn đều có

Bộ, tổng thu dịch vụ phi tín dụng đạt 389,87 tỷ đồng, chiếm 34,05% tổng nguồn thu trên địa bàn và khu vực Tây Nguyên - Nam Trung Bộ đạt 159,1 tỷ đồng, chiếm 13,9% tổng thu dịch vụ phi tín dụng trên địa bàn. Nguyên nhân đạt được là do các chi nhánh đã bám sát định hướng về phát triển sản phẩm dịch vụ từ trụ sở chính để triển khai phát triển, giao nhiệm vụ cụ thể đối với từng cán bộ, đề ra các chương trình thi đua, khen thưởng phù hợp với yêu cầu nhiệm vụ từng thời kỳ, chủ động trong công tác tiếp thị, tư vấn, giới thiệu, mời chào khách hàng sử dụng các sản phẩm dịch vụ của Agribank, công tác chăm sóc và giữ gìn mối quan hệ tốt đối với khách hàng tiếp tục được các chi nhánh quan tâm duy trì thường xuyên, mạng lưới Agribank ngày càng củng cố và mở

Bảng 2.1: Số thu dịch vụ phân theo địa bàn hoạt động của các chi nhánh

Đơn vị tính: tỷ đồng

Địa bàn	Năm 2016	Năm 2017			Năm 2018		
		Tổng thu dịch vụ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm(%)	Tổng thu dịch vụ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm(%)
TP. Hồ Chí Minh	446,06	520,06	74	16,56	595,89	75,83	14,6
Đông Nam Bộ	294,28	346,96	52,68	17,9	389,87	42,91	12,36
Tây Nguyên - Nam Trung bộ	99,2	137,4	38,2	38,5	159,10	21,7	15,8
Khu vực miền Nam	822,18	986,44	164,26	19,98	1.144,87	158,43	16,06

Nguồn: Văn phòng Đại diện khu vực miền Nam-Agribank

mức tăng trưởng khá (xem bảng 2.1)

Bảng 2.1 cho chúng ta thấy, số thu dịch vụ phân theo địa bàn hoạt động khá cao, tỷ lệ tăng hàng năm đều đạt trên 16%, năm 2018, tổng số thu dịch vụ khu vực này đã đạt con số 1.144,87 tỷ đồng, tăng 16,6% so với năm 2017, trong đó nguồn thu dịch vụ phi tín dụng ở khu vực TP. Hồ Chí Minh chiếm tỷ trọng cao nhất, với số tiền đạt 595,89 tỷ đồng, chiếm 52,05%, kể đến là khu vực Đông Nam

Bộ tạo thuận lợi cho khách hàng sử dụng dịch vụ tiện lợi.

2.2. Thu dịch vụ theo nhóm dịch vụ

Số tiền thu dịch vụ phi tín dụng tại các chi nhánh khu vực miền Nam của phần lớn các dịch vụ đều tăng trưởng khá, góp phần vào tăng thu dịch vụ cho mỗi địa bàn (xem bảng 2.2)

Bảng 2.2, cho thấy nguồn thu dịch vụ đa số các dịch vụ ở khu vực miền Nam có bước phát

Bảng 2.2: Số thu dịch vụ phân theo nhóm dịch vụ**Đơn vị tính: tỷ đồng**

Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017			Năm 2018		
		Tổng thu	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm(%)	Tổng thu	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm(%)
Thanh toán trong nước	338,3	409	70,7	20,89	464,5	55,5	13,56
Thanh toán quốc tế	66,9	68,7	1,8	2,7	72,87	4,17	6,06
Chi trả kiều hối	17,5	17,2	(0,3)	(1,7)	15,7	(1,5)	(8,72)
Dịch vụ thẻ	155,6	176,3	20,7	13,3	230,7	54,4	30,86
Dịch vụ ủy thác đại lý	27,4	32,4	5	18,25	39,5	7,1	21,9
Dịch vụ ngân quỹ	30,4	29,5	(0,9)	(2,96)	35,2	5,7	19,32
Dịch vụ E-Banking	107,6	67,2	(40,4)	(37,55)	74,7	7,5	11,16
Dịch vụ khác	44	99,2	55,2	125,45	114,67	15,47	15,59
Thu ròng từ kinh doanh ngoại hối	34,48	86,94	52,46	152,15	97,03	10,09	11,61
Khu vực miền Nam	822,18	986,44	164,26	19,98	1.144,87	158,43	16,06

Nguồn: Văn phòng Đại diện khu vực miền Nam-Agribank

triển tốt qua các năm, trong đó dịch vụ thanh toán trong nước luôn chiếm tỷ trọng cao nhất, kể đến là dịch vụ thẻ và dịch vụ khác, qua đó đã góp phần không nhỏ vào nâng cao hiệu quả hoạt động của từng chi nhánh, cũng như của toàn khu vực miền Nam. Nguyên nhân chính là do Agribank đã từng bước nâng cao tiện ích của sản phẩm nhằm đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng, thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng, nâng cao chất lượng phục vụ, chính sách phí ngày càng linh hoạt hơn, có tính tranh so với ngân hàng khác, mở rộng mạng lưới giao dịch, phát triển dịch vụ ủy thác... vì thế, doanh thu từng nhóm dịch vụ có bước phát triển khá.

3. Đánh giá kết quả thu dịch vụ phi tín dụng của các chi nhánh Agribank khu vực miền Nam

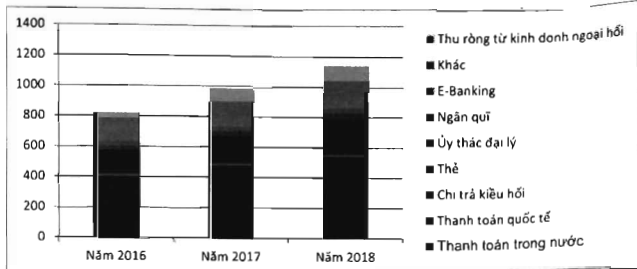
3.1. Kết quả đạt được

- Bám sát vào chiến lược, giải pháp và định hướng về phát triển dịch vụ của trụ sở chính,

các chi nhánh tiếp tục đẩy mạnh phát triển các dịch vụ mới, tiên tiến, số lượng dịch vụ tăng cao, kết quả là các chi nhánh Agribank khu vực miền Nam đã gặt hái được nhiều kết quả trong thu dịch vụ, thể hiện ở chỗ thu dịch vụ ngày càng tăng, đóng góp không nhỏ vào hiệu quả hoạt động của toàn hệ thống.

- Văn phòng đại diện khu vực miền Nam, cũng như các chi nhánh đã từng bước chú trọng việc quảng bá thương hiệu, do đó khách hàng ngày càng biết đến thương hiệu Agribank nhiều hơn. Công tác chăm sóc khách hàng ngày càng quan tâm duy trì thường xuyên, giúp củng cố và phát triển các dịch vụ ngân hàng nói chung, dịch vụ phi tín dụng nói riêng.

- Mạng lưới các chi nhánh ngày càng được mở rộng, tạo điều kiện cho khách hàng tiếp cận dịch vụ của Agribank nhiều hơn. Bên cạnh đó, các chi nhánh có mối quan hệ tốt với chính quyền địa phương, do đó luôn được sự ủng hộ trong mọi hoạt động của ngân hàng.



Đơn vị tính: Tỷ đồng

Nguồn: Văn phòng Đại diện khu vực miền Nam-Agribank

Hình 2.1: Số thu dịch vụ phân theo nhóm dịch vụ

3.2. Nguyên nhân hạn chế

- Nhận thức phát triển dịch vụ phi tín dụng còn chưa cao; sự phối hợp giữa các phòng trong công tác phát triển sản phẩm dịch vụ tại một số chi nhánh chưa chặt chẽ, chưa mang tính đồng thuận, việc thực hiện còn bị động, chưa có tính sáng tạo, đột phá trong công tác phát triển dịch vụ.

- Phần lớn triển khai dịch vụ đều tiếp nhận từ trụ sở chính rồi triển khai, các chi nhánh trong khu vực chưa thực hiện điều tra, nghiên cứu thị trường, đánh giá các dịch vụ của ngân hàng bạn trên địa bàn, từ đó có kiến nghị về trụ sở chính những hạn chế dịch vụ của Agribank để có hướng khắc phục.

- Công tác khảo sát, điều tra, nghiên cứu thị trường, tiếp cận khách hàng chưa được các chi nhánh quan tâm đúng mức, còn thiếu chuyên nghiệp; công tác quảng cáo, tiếp thị còn thiếu tính chủ động, kinh phí dành cho quảng cáo, tiếp thị còn hạn chế.

- Một bộ phận không nhỏ cán bộ công nhân viên chưa nắm bắt được hết các dịch vụ của Agribank, gây khó khăn trong việc truyền đạt thông tin, giới thiệu dịch vụ đến với khách hàng.

- Chính sách thi đua khen thưởng chưa kịp thời, chưa gắn liền với kết quả đạt được làm giảm phần nào chính sách phát triển dịch vụ phi tín dụng. Bên cạnh đó, dịch vụ phi tín dụng tuy ngày càng được chú trọng phát triển, song vẫn còn có những khoảng cách nhất định so với các ngân hàng bạn, đặc biệt là các ngân hàng nước ngoài để đáp ứng nhu cầu của khách hàng; một số chính sách phí chưa thực sự linh hoạt, phù hợp, đặc biệt là những địa bàn cạnh tranh cao.

4. Giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các chi nhánh Agribank khu vực miền Nam

4.1. Giải pháp đối với các chi nhánh Agribank khu vực miền Nam

Một là, tuyên truyền đội ngũ cán bộ công nhân viên coi phát triển dịch vụ phi tín dụng là một trong những nhiệm vụ quan trọng để hoàn thành nhiệm vụ trong hoạt động kinh doanh; quán triệt đến cán bộ công nhân viên phải sử dụng dịch vụ phi tín dụng của Agribank, đồng thời vận động gia đình, người thân sử dụng dịch vụ của Agribank.

Hai là, thường xuyên điều tra, nghiên cứu thị trường, đánh giá các dịch vụ của ngân hàng bạn trên địa bàn, từ đó rút ra điểm mạnh, yếu

của dịch vụ Agribank để đề xuất giải pháp cải thiện những điểm yếu của dịch vụ, đồng thời phát huy điểm mạnh để phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn; phối hợp chặt chẽ giữa các phòng, các bộ phận trong chi nhánh để tăng hiệu quả bán chéo sản phẩm đến khách hàng.

Ba là, đẩy mạnh hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng: đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá các dịch vụ phi tín dụng đến với người dân nhiều hơn, đa dạng hóa các hình thức quảng cáo như báo in, báo hình, phát thanh, truyền hình, internet; hình thức quảng cáo phải phù hợp với người dân trong mỗi khu vực, chẳng hạn vùng đô thị có thể quảng cáo trên mạng internet, qua zalo, Youtube, phát thanh, truyền hình...tuy nhiên vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa nên quảng bá trên truyền hình, tờ rơi, đài phát thanh thôn, xã; các khẩu hiệu quảng cáo cần ngắn gọn, dễ hiểu, thấm sâu vào tâm trí của người dân; hình thức quảng cáo cần bắt mắt, các chi nhánh cần tận dụng đội ngũ cán bộ nhân viên để giới thiệu dịch vụ của ngân hàng đến với khách hàng. Thực hiện tốt cảm nang Văn hóa Agribank và các quy định về tiêu chuẩn, phong cách giao dịch; thường xuyên tăng cường công tác kiểm tra, giám sát việc thực hiện; có chế tài thích hợp đối với cán bộ, nhân viên thực hiện chưa tốt để hướng tới nâng cao phong cách giao dịch, phục vụ khách hàng một cách chuyên nghiệp, bài bản. Bên cạnh đó, cần thực hiện phân loại, xây dựng và triển khai chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp với tình hình thực tế của các chi nhánh, kịp thời tiếp thu và xử lý các vướng mắc của khách hàng, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ.

Bốn là, thường xuyên tổ chức tập huấn, đào tạo, kiểm tra định kỳ những kiến thức về dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ mới, qua kiểm tra, cần khen thưởng kịp thời cho những cán bộ có thành tích học tập, am hiểu về dịch vụ, đồng thời có những chế tài cho cán bộ yếu kém.

Năm là, khuyến khích các chi nhánh phát triển dịch vụ phi tín dụng, đổi mới cơ chế trả lương, thưởng: có cơ chế khen thưởng kịp thời đối với những chi nhánh có thành tích trong công tác phát triển dịch vụ phi tín dụng; khen thưởng xứng đáng cho những chi nhánh có thành tích tốt trong công tác phát triển dịch vụ phi tín dụng; tạo điều kiện cho cán bộ có thành tích cao trong phát triển dịch vụ phi tín dụng có cơ hội thăng tiến, giao lưu học hỏi hoặc đi du lịch ở trong và ngoài nước...xây dựng cơ chế tiền lương thưởng theo hướng dựa trên chất lượng và hiệu quả công việc, cũng như tính chất trình độ và mức độ hoàn thành công việc của cán bộ; cán bộ làm việc có chất lượng, hiệu quả cao, mức độ hoàn thành tốt thì trả lương cao và ngược lại; cần sàng lọc những cán bộ làm việc kém hiệu quả, có phẩm chất đạo đức yếu kém.

4.2. Kiến nghị với Agribank

Thứ nhất, nghiên cứu và triển khai các loại hình thẻ trả trước như các ngân hàng thương mại khác đã triển khai; nhanh chóng triển khai thêm việc chấp nhận thanh toán thẻ đối với các thương hiệu thẻ khác như: Amex, Dinner's Club...; Hoàn thiện việc tạo và xuất hóa đơn tài chính cho các khách hàng là đơn vị chấp nhận thẻ. Rút ngắn thời gian xử lý hoàn trả hoặc nhờ thu đối với các giao dịch thanh toán thẻ tại các đơn vị chấp nhận thẻ, nhất là đối với các thẻ nội địa của Agribank; cần rút ngắn thời gian báo có cho khách hàng là các đơn vị chấp nhận thẻ đối với các giao dịch thanh toán vào những ngày cuối tuần, cuối tháng. Nghiên cứu xem xét phương án miễn, giảm phí việc nộp tiền, rút tiền trong cùng hệ thống Agribank trong cùng địa bàn (Tỉnh, thành phố) cho các đối tượng là đơn vị chấp nhận thẻ của Agribank; có chính sách phí dịch vụ thống nhất trong cùng 01 địa bàn nhằm tránh trường hợp các chi nhánh tự chọn cho mình một mức phí riêng, cạnh tranh trong chính nội bộ Agribank.

Thứ hai, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; nguồn nhân lực là một trong những yếu tố then chốt quyết định đến sự thành bại của các ngân hàng nói chung, Agribank nói riêng. Do đó, Agribank cần quan tâm hơn đến đội ngũ cán bộ từ khâu tuyển dụng, đào tạo và sử dụng cán bộ. Về tuyển dụng cần thực hiện công khai, minh bạch, tuyển đúng, tuyển đủ cán bộ có thực tài vào làm việc. Thường xuyên đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ, cán bộ yếu ở mặt nào thì đào tạo mặt đó, tránh đào tạo tràn lan kém hiệu quả, gây lãng phí cho ngân hàng. Qui hoạch và bổ nhiệm cán bộ cần sàng lọc kỹ để tuyển chọn cán bộ có thực tài, làm việc công tâm, hiệu quả. Có chính sách đãi ngộ đối với cán bộ làm việc năng suất lao động cao, có nhiều sáng kiến thiết thực mang lại hiệu quả kinh doanh cho Agribank. Thường xuyên tổ chức đánh giá chất lượng của từng loại dịch vụ, từ đó có giải pháp cải tiến kịp thời cho những dịch vụ chưa đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đồng thời nâng cao tính năng, tiện ích mới để đáp ứng nhu cầu của khách hàng,

từ đó nâng cao vị thế, uy tín thương hiệu cho Agribank; tăng chi phí quảng cáo, tiếp thị cho các chi nhánh triển khai thực hiện.

Như vậy, Agribank là ngân hàng thương mại hàng đầu ở Việt Nam, đóng vai trò chủ lực trong hệ thống ngân hàng, Agribank luôn phát huy vai trò tiên phong, gương mẫu của một Ngân hàng thương mại Nhà nước trong việc dẫn dắt hệ thống các tổ chức tín dụng thực thi nghiêm túc, có biểu quả chính sách tiền tệ quốc gia và các chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước về tiền tệ, ngân hàng, nhất là chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn. Tiềm năng phát triển dịch vụ phi tín dụng của cả hệ thống Agribank, cũng như của khu vực miền Nam là rất lớn, nếu biết tận dụng, khai thác tốt thì các chi nhánh Agribank khu vực miền Nam sẽ trở thành ngân hàng dẫn đầu trong khu vực về phát triển dịch vụ phi tín dụng, góp phần cho Agribank ngày càng lớn mạnh, trở thành ngân hàng hàng đầu khu vực, cũng như trên thế giới trong thời gian không xa.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Nguyễn Thị Hồng Yến, Nguyễn Chí Dũng(2019). Một số kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng. Tạp chí Tài chính
- [2]. Phan Thị Linh, Lê Quốc Hội(2013). Phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTM Nhà nước Việt Nam. Tạp chí Kinh tế và Phát triển
- [3]. Đào Lê Kiều Oanh và Phạm Anh Thùy, 2012. Vai trò phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTM Việt Nam. Tạp chí Phát triển và hội nhập
- [4]. Văn phòng đại diện khu vực miền Nam-Agribank(2017,2018). Báo cáo tổng kết sản phẩm dịch vụ các chi nhánh khu vực miền Nam
- [5]. <http://www.agribank.com.vn/vn/ve-agribank/gioi-thieu-agribank>